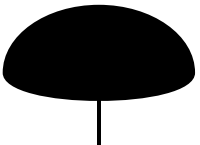


DESIGNING THE
AIR • DISSEMINAR

EL AIRE • 

DISSEMINAR

L'AIRE • 

ÍNDEX

ÍNDICE

INDEX

	Valencià
6	Alçar l'artesanía Antoni Francesc Gaspar Ramos President de la Diputació de València
8	El palmito, símbol del patrimoni cultural d'Aldaia. Guillermo Luján Valero Alcalde d'Aldaia
10	Dissenyar l'aire, exemple de maridatge entre artesanía y disseny. Marisa Gallén
14	Dissenyar l'aire. Anar a la trobada de la modernitat perduda. Vicent Martínez
22	Exposar l'aire. El disseny expositiu. Ramón Arnau & Mariola Reyna
28	Aires nous i el Museu Nacional de Ceràmica. Una vella constant. Jaume Coll Conesa
42	Els palmitos i el seu disseny.
84	Diàlegs entre artesanía i disseny industrial. Una aproximació. C. Rafael Martínez-Martínez
92	Notes sobre el palmito del primer terç del segle XX. Fco. Javier Pérez Rojas
120	Quin futur per a les artesanies? Xavier Giner Ponce
132	La manipulació expressiva del palmito a la cultura visual moderna: de les imatges de reproducció al disseny. Vicente Pla Vivas
160	Autors
180	Epíleg
182	Crédits

	Castellano
6	Levantar la artesanía Antoni Francesc Gaspar Ramos Presidente de la Diputación de Valencia
8	El abanico, símbolo del patrimonio cultural de Aldaia. Guillermo Luján Valero Alcalde de Aldaia
10	Diseñar el aire, ejemplo de maridaje entre artesanía y diseño. Marisa Gallén
17	Diseñar el aire. Ir al encuentro de la modernidad perdida. Vicent Martínez
22	Exponer el aire. El diseño expositivo. Ramón Arnau & Mariola Reyna
32	Aires nuevos y el Museo Nacional de Cerámica. Una vieja constante. Jaume Coll Conesa
42	Los abanicos y su diseño.
87	Diálogos entre la artesanía y el diseño industrial. Una aproximación. C. Rafael Martínez-Martínez
101	Notas sobre el abanico del primer tercio del siglo XX. Fco. Javier Pérez Rojas
124	¿Qué futuro para las artesanías? Xavier Giner Ponce
142	La manipulación expresiva del abanico en la cultura visual moderna: de las imágenes de reproducción al diseño. Vicente Pla Vivas
160	Autores
180	Epílogo
182	Créditos

	English
6	Raise craftsmanship Antoni Francesc Gaspar Ramos President of Diputación de Valencia
8	The fan, a symbol of Aldaia's cultural heritage. Guillermo Luján Valero Mayor of Aldaia
10	Designing the air. example of fusion between craftsmanship and design. Marisa Gallén
20	Designing the air. Going to meet the lost modernity. Vicent Martínez
22	Showcasing the air. The exhibition design. Ramón Arnau & Mariola Reyna
35	New Fresh Air and the National Museum of Ceramics. An old constant. Jaume Coll Conesa
42	Fans and their design.
90	Dialogues between crafts and industrial design. An approach. C. Rafael Martínez-Martínez
109	Notes on the fan in the first third of the 20th century. Fco. Javier Pérez Rojas
128	What is the future for crafts? Xavier Giner Ponce
151	The expressive manipulation of the fan in modern visual culture: from reproduction imagery to design. Vicente Pla Vivas
160	Authors
180	Epilogue
182	Credits

	Valencià	Castellano	English
	La història del palmito valencià ha estat molt lligada a la província de València des de fa més de cinc segles. València es va consolidar com a centre productor espanyol de palmitos en el segle XVIII, coincidint amb el naixement del Gremi de Mestres Artesans Palmiters i la creació de la Reial Fàbrica del Palmito a la ciutat. Aquesta tradició, que es va convertir en industrial artesanal durant segles i font de riquesa local, pereix ara i es perd juntament amb el coneixement dels pocs mestres artesans que encara viuen. Una saviesa que ha passat de generació en generació durant dècades i que va permetre posicionar-nos com una dels bresols europeus del palmito, sent el seu major desenvolupament a la fi del segle XIX i principis del XX. Ara, el palmito, útil i sostenible, bell i funcional, precisa d'una revisió. Una nova manera d'adaptar-se als temps sense cedir a la seua utilitat: com a complement, com a eina de ventilació o com a peça de col·leccionisme. I fer-ho des de l'originalitat, la diferenciació, la bellesa i els materials. En tot això, el ventall i la seua indústria troba en el disseny el seu major aliat, en una terra on no falten creatius i creatives. “Dissenyar l'aire”, aquest fantàstic projecte del dissenyador Vicent Martínez, que naix de la seua infància, del seu origen i història, no és més que la constatació que el palmito pot reinventar-se des de la creativitat, des d'una nova mirada fresca i variada del professional del disseny, sorprenent en formats, materials, diversitat i bellesa. La Diputació de València, com a institució de tots els municipis de la província, té la tasca i l'obligació, de donar suport a la nostra artesanía, alçar-la i donar-li el valor necessari per a conservar-la i oferir-li un futur esperançador. I en el disseny és just una eina amb la qual podem aconseguir aqueixa comesa. El disseny és el facilitador de l'artesanía, és la nova mirada a un saber fer que necessita una renovació, és la lluita contra un estancament que porta a un art, el de la fabricació del ventall a una absoluta irrellevància. En aqueix arrelament entre el ventall i la cultura valenciana, l'exposició “Dissenyar l'aire” és una ocasió única on s'uneixen artesanía i disseny, tradició i modernitat, fent mostra així que el ventall és un element capaç de modernitzar-se i anar de la mà de la tecnologia i els processos actuals, augurant-li un futur sostenible amb el pas del temps. Llarga vida al ventall!	La historia del abanico valenciano ha estado muy ligada a la provincia de València desde hace más de cinco siglos. València se consolidó como centro productor español de abanicos en el siglo XVIII, coincidiendo con el nacimiento del Gremio de Maestros Artesanos Abaniqueros y la creación de la real Fábrica del Abanico en la ciudad. Esta tradición, que se convirtió en industrial artesanal durante siglos y fuente de riqueza local, perece ahora y se pierde junto con el conocimiento de los pocos maestros artesanos que aún viven. Una sabiduría que ha pasado de generación en generación durante décadas y que permitió posicionarnos como una de las cuñas europeas del abanico, siendo su mayor desarrollo a finales del siglo XIX y principios del XX. Ahora, el abanico, útil y sostenible, bello y funcional, precisa de una revisión. Una nueva forma de adaptarse a los tiempos sin ceder a su utilidad: como complemento, como herramienta de ventilación o como pieza de coleccionismo. Y hacerlo desde la originalidad, la diferenciación, la belleza y los materiales. En todo ello, el abanico y su industria encuentra en el diseño su mayor aliado, en una tierra donde no faltan creativos y creativas. “Diseñar el aire”, este fantástico proyecto del diseñador Vicent Martínez, que nace de su infancia, de su origen e historia, no es más que la constatación de que el abanico puede reinventarse desde la creatividad, desde una nueva mirada fresca y variada del profesional del diseño, sorprendiendo en formatos, materiales, diversidad y belleza. La Diputació de València, como institución de todos los municipios de la provincia, tiene la tarea y la obligación, de dar soporte a nuestra artesanía, alzarla y darle el valor necesario para conservarla y ofrecerle un futuro esperanzador. Y en el diseño es justo una herramienta con la que podemos conseguir ese cometido. El diseño es el facilitador de la artesanía, es la nueva mirada a un saber hacer que necesita una renovación, es la lucha contra un estancamiento que lleva a un arte, el de la fabricación del abanico a una absoluta irrelevancia. En ese arraigo entre el abanico y la cultura valenciana, la exposición “Diseñar el aire” es una ocasión única donde se unen artesanía y diseño, tradición y modernidad, haciendo muestra así de que el abanico es un elemento capaz de modernizarse e ir de la mano de la tecnología y los procesos actuales, augurándole un futuro sostenible con el paso del tiempo. ¡Larga vida al abanico!	The history of the Valencian fan has been closely linked to the province of Valencia for more than five centuries. Valencia established itself as a centre of Spanish fan production in the 18th century, coinciding with the birth of the Guild of Master Fan Craftsmen and the creation of the Royal Fan Factory in the city. This tradition, which became a craft industry for centuries and a source of local wealth, is now perishing and being lost along with the knowledge of the few master craftsmen who are still alive. A wisdom that has passed from generation to generation for decades and that allowed us to position ourselves as one of the European cradles of the fan, its greatest development being in the late nineteenth and early twentieth centuries. Now, the fan, useful and sustainable, beautiful and functional, is in need of an overhaul. A new way of adapting to the times without compromising its usefulness: as a complement, as a ventilation tool or as a collector's item. It is adapting to the new times from the point of view of originality, differentiation, beauty and new materials. In all of this, the fan and its industry find its greatest ally in design, in a land where there is no shortage of creative men and women. “Designing the air”; this fantastic project by the designer Vicent Martínez, which stems from his childhood, from his origins and history, is nothing more than the confirmation that the fan can be reinvented through creativity, from a new, fresh and varied viewpoint of the design professional, surprising in formats, new materials, diversity and beauty. The Diputació de València, as an institution of all the municipalities of the province, has the task and the obligation to support our craftsmanship, to lift it up and give it the necessary value to preserve it and offer it a hopeful future. And design is just the right tool with which we can achieve this task. Design is the facilitator of craftsmanship, it is the new look at a know-how that needs to be renewed, it is the fight against a stagnation that is leading an art, that of fan making, to absolute irrelevance. In this deep-rooted relationship between the fan and Valencian culture, the exhibition “Designing the air” is a unique occasion where craftsmanship and design, tradition and modernity come together, thus showing that the fan is an element capable of modernising itself, going hand in hand with technology and current processes, auguring a sustainable future for it with the passing of time. Long live the fan!

Antoni Francesc Gaspar Ramos
President de la Diputació de València
Presidente de la Diputación de Valencia
President of Diputación de Valencia

	Valencià	Castellano	English
El palmito, símbol del patrimoni cultural d'Aldaia.	El palmito és una part consubstancial de la tradició industrial i cultural d'Aldaia. Les creacions, coneixements, pràctiques, tècniques i usos del palmito estan integrades a la vida del municipi, on encara es mantenen 24 tallers del sector, producte d'una tradició artesanal assentada a la població des de la primera meitat del segle XIX.	El abanico es una parte consustancial de la tradición industrial y cultural de Aldaia. Las creaciones, conocimientos, prácticas, técnicas y usos del abanico están integradas en la vida del municipio, donde todavía se mantienen 24 talleres del sector, producto de una tradición artesanal asentada en la población desde la primera mitad del siglo XIX.	The fan is an essential part of the industrial and cultural tradition of Aldaia. The creations, knowledge, practices, techniques and uses of the fan are integrated into the life of the municipality, where there are still 24 workshops in the sector, the product of a craft tradition that has been established in the town since the first half of the 19th century.
El abanico, símbolo del patrimonio cultural de Aldaia.	Per tal de preservar aquest singular patrimoni, l'Ajuntament va concebre la creació del Museu del Palmito d'Aldaia (MUPA), l'únic museu monogràfic d'Espanya dedicat a l'artesanía del palmito. A l'interior del MUPA trobem una extensa mostra de palmitos procedents de quinze països d'Europa i Àsia, amb cronologies que van des del segle XVII fins als nostres dies, així com un ampli repertori de maquinària tradicional del procés d'elaboració del palmito. Una col·lecció de gairebé 700 peces en què es poden apreciar els diferents estils i materials del palmito utilitzats al llarg de la història. Aquesta combinació de tradició empresarial i presència d'un museu per a l'exposició, la conservació i la investigació del palmito, ha merescut la declaració de l'artesanía del palmito d'Aldaia com a Bé de Rellevància Local Immaterial per part de la Generalitat Valenciana.	Para preservar este singular patrimonio, el Ayuntamiento concibió la creación del Museu del Palmito d'Aldaia (MUPA), el único museo monográfico de España dedicado a la artesanía del abanico. En el interior del MUPA encontramos una extensa muestra de abanicos procedentes de quince países de Europa y Asia, con cronologías que van desde el siglo XVII hasta nuestros días, así como un amplio repertorio de maquinaria tradicional del proceso de elaboración del abanico. Una colección de casi 700 piezas en la que se pueden apreciar los diferentes estilos y materiales del abanico utilizados a lo largo de la historia. Esta combinación de tradición empresarial y presencia de un museo para la exposición, conservación e investigación del abanico, ha merecido la declaración de la artesanía del abanico de Aldaia como Bien de Relevancia Local Inmaterial por parte de la Generalitat Valenciana.	In order to preserve this unique heritage, the Town Council conceived the creation of the Aldaia Fan Museum (MUPA: Museu del Palmito d'Aldaia), the only monographic museum in Spain dedicated to fan craftsmanship. Inside the MUPA we find an extensive display of fans from fifteen countries in Europe and Asia, with chronologies ranging from the 17th century to the present day, as well as a wide repertoire of traditional machinery used in the fan-making process. A collection of almost 700 pieces in which the different fan styles and materials used throughout history can be appreciated. This combination of business tradition and the presence of a museum for the exhibition, conservation and research of the fan, has led to the declaration of Aldaia's fan craftsmanship as an Intangible Asset of Local Importance by the local government, Generalitat Valenciana.
	Però no podem obviar la crisi profunda que viu el sector artesanal del palmito actualment. Conscients d'aquesta situació, l'Ajuntament desenvolupa des de fa alguns anys, en col·laboració amb creadors de palmitos i institucions valencianes, activitats culturals i comercials per a la promoció del palmito amb l'objectiu d'enfortir i preservar el ventall valencià i difondre'n el reconeixement nacional i internacional.	Pero no podemos obviar la crisis profunda que vive el sector artesanal del abanico en la actualidad. Conscientes de esta situación, el Ayuntamiento desarrolla desde hace algunos años, en colaboración con abaniqueros e instituciones valencianas, actividades culturales y comerciales para la promoción del abanico con el objetivo de fortalecer y preservar el abanico valenciano y difundir su reconocimiento nacional e internacional.	However, we cannot ignore the deep crisis that the handcrafted fan sector is currently going through. Aware of this situation, for some years now the City Council has been developing, in collaboration with Valencian fan makers and institutions, cultural and commercial activities for the promotion of the fan with the aim of strengthening and preserving the Valencian fan and spreading its national and international recognition.
Guillermo Luján Valero Alcalde de Aldaia Alcalde d'Aldaia Mayor of Aldaia	Per això considerem important l'articulació de mitjans de cooperació i intercanvi entre el sector del palmito, la cultura, el disseny gràfic i les noves tecnologies per renovar així l'artesanía del palmito. Pel que fa a això, mereix el nostre reconeixement l'exposició Dissenyar l'aire, comissariada pel dissenyador Vicent Martínez i afavorida per la World Design Capital Valencia 2022. Considerem oportuna i necessària la realització d'aquest esdeveniment perquè vincula la cultura tradicional del palmito amb les tendències actuals del disseny a tots els àmbits de la creativitat. Aquesta aliança del disseny i l'artesanía, el fet que vint professionals del disseny de diferents parts del món, juntament amb Abanicos Blay Villa d'Aldaia, hagin unit el seu talent creatiu per oferir una visió innovadora del palmito, és una manera factible de generar impacte positiu a l'economia i la cultura.	Por esta razón consideramos importante la articulación de medios de cooperación e intercambio entre el sector abaniquero, la cultura, el diseño gráfico y las nuevas tecnologías para así renovar la artesanía del abanico. A este respecto, merece nuestro reconocimiento la exposición Diseñar el aire, comisariada por el diseñador Vicent Martínez y auspiciada por la World Design Capital Valencia 2022. Consideramos oportuna y necesaria la realización de este evento, porque vincula la cultura tradicional del abanico con las tendencias actuales del diseño en todos los ámbitos de la creatividad. Esta alianza del diseño y la artesanía, el hecho de que veinte profesionales del diseño de diferentes partes del mundo, junto con Abanicos Blay Villa de Aldaia, hayan unido su talento creativo para ofrecer una visión innovadora del abanico, es una manera factible de generar impacto positivo en la economía y la cultura.	For this reason, we consider it important to articulate means of cooperation and exchange between the fan sector, culture, graphic design and new technologies in order to renew fan craftsmanship. In this respect, the exhibition Designing the air, curated by the designer Vicent Martínez and sponsored by the World Design Capital Valencia 2022, deserves our recognition. We consider it appropriate and necessary to hold this event, because it links the traditional fan culture with current design trends in all areas of creativity. This alliance of design and craftsmanship, the fact that twenty design professionals from different parts of the world, together with Abanicos Blay Villa of Aldaia, have united their creative talent to offer an innovative vision of the fan, is a feasible way of generating a positive impact on the economy and culture of the region.

	Valencià				
Dissenyar l'aire, exemple de maridatge entre artesanía y disseny.		Totes les accions empreses per a la celebració de World Design Capital Valencia 2022 han de servir per incrementar la cultura del disseny i millorar-nos com a societat. Cada pas que es fa té vocació de romandre o transformar, deixant després del 2022 canvis estructurals que es converteixin en el llegat de la capitalitat.		Aquesta col·lecció de palmitos innovadors aconsegueix l'ideal de dignificar el nostre entorn material aportant densitat cultural i bellesa. Tant de bo aquest maridatge entre disseny i artesanía serveixi d'exemple per a altres iniciatives que explorin l'enorme potencial de l'homo faber orgullós del saber fer.	tiene la capacidad de revitalizar cualquiera de las disciplinas en las que se implanta proponiendo nuevas soluciones estéticas, funcionales o de uso. Es el momento de que la relación entre artesanía y diseño se consolide tal como se consolidó la relación entre industria y diseño. Si se quiere dotar de sentido a la artesanía y que no languidezca, el artesano ha de incorporar códigos culturales contemporáneos para conectar con el público actual. Ha de asumir retos creativos y dar a su trabajo un enfoque que le permita evolucionar.
Diseñar el aire, ejemplo de maridaje entre artesanía y diseño.		Per aconseguir que el llegat sigui rellevant, s'està actuant en tres fronts. El primer és institucionalitzar el disseny, es tracta de conscienciar perquè el disseny entri a formar part de les decisions que prenen les autoritats polítiques. El segon és activar l'ecosistema d'aquesta professió i arribar a acords de col·laboració amb el món empresarial, acadèmic i professional, entre d'altres.			Esta exposición de abanicos ejemplifica cómo se actualiza un objeto tradicional gracias a que el diseño no sólo incorpora nuevas tecnologías y materiales, también incorpora valores culturales y simbólicos. El abanico se ha liberado de su tradicional simbolismo, asociado a la gestualidad y a los roles de género, significados con los que ya no nos identificamos, y se redefine culturalmente planteando nuevas relaciones entre forma y función.
Designing the air, example of fusion between craftsmanship and design.		El tercer front és la planificació d'una agenda d'activitats amb l'objectiu d'arribar no només al públic especialitzat, també al gran públic. S'està desplegant una agenda plena d'esdeveniments en què es visibilitza la professió a través de congressos, exposicions i esdeveniments de tota mena al voltant del disseny. És plausible pensar que hi haurà un abans i un després en la percepció que es té del disseny tant per part de la ciutadania com per part de l'empresariat.		Castellano	Todas las acciones emprendidas para la celebración de World Design Capital Valencia 2022 han de servir para incrementar la cultura del diseño y mejorarnos como sociedad. Cada paso que se da tiene vocación de permanecer o transformar, dejando tras el 2022 cambios estructurales que se conviertan en el legado de la capitalidad.
		És en aquest marc d'objectius i valors on adquireix sentit que València Capital Mundial del Disseny 2022 promogui l'exposició "Dissenyar l'aire" dins del seu programa oficial. El disseny és transversal a tots els sectors, oficis i indústries, té la capacitat de revitalitzar qualsevol de les disciplines on s'implanta proposant noves solucions estètiques, funcionals o d'ús. És el moment que la relació entre artesanía i disseny es consolidi tal com es va consolidar la relació entre indústria i disseny.			Para lograr que el legado sea relevante se está actuando en tres frentes. El primero es institucionalizar el diseño, se trata de concienciar para que el diseño entre a formar parte de las decisiones que toman las autoridades políticas. El segundo consiste en activar el ecosistema de esta profesión y llegar a acuerdos de colaboración con el mundo empresarial, académico y profesional, entre otros.
		Si voleu dotar de sentit l'artesanía i que no llanguí, l'artesà ha d'incorporar codis culturals contemporanis per connectar amb el públic actual. Ha d'assumir reptes creatius i donar a la feina un enfocament que li permeti evolucionar.			
		Aquesta exposició de palmitos exemplifica com s'actualitza un objecte tradicional gràcies al fet que el disseny no només incorpora noves tecnologies i materials, sinó que també incorpora valors culturals i simbòlics. El palmito s'ha alliberat del seu tradicional simbolisme, associat a la gestualitat i als rols de gènere, significats amb què ja no ens identifiquem, i es redefineix culturalment plantejant noves relacions entre forma i funció.			
Marisa Gallén Presidenta de l'Associació València Capital del Disseny / President of Associació València Capital del Disseny Capital del Disseny					English All the actions undertaken for the celebration of World Design Capital Valencia 2022 must serve to increase the culture of design and improve us as a society. Each step taken has the vocation to remain or transform, leaving structural changes after 2022 that will become the legacy of the capital. To make legacy relevant, action is being taken on three fronts: The first is to institutionalise design,

raising awareness so that design becomes part of the decisions taken by political authorities. The second consists of activating the ecosystem of this profession and reaching collaboration agreements with the business, academic and professional world, among others.

The third front is the planning of an agenda of activities with the aim of reaching not only the specialised public, but also the general public. An agenda full of events is being deployed in which the profession is made visible through congresses, exhibitions and events of all kinds related to design. It is plausible to think that there will be a before and an after in the perception of design by both the public and the business community.

It is within this framework of objectives and values that it makes sense for Valencia World Design Capital 2022 to promote the exhibition “Designing the air” as part of its official programme. Design is transversal to all sectors, trades and industries, it has the capacity to revitalise any of the disciplines in which it is implemented by proposing new aesthetic, functional or usable solutions. It is time for the relationship between crafts and design to be consolidated, just as the relationship between industry and design has been consolidated.

If craftsmanship is to have a meaning and not languish, the craftsmen must incorporate contemporary cultural codes in order to connect with today’s public. They must take on creative challenges and give their work an approach that allows it to evolve.

This exhibition of fans exemplifies how a traditional object is updated thanks to the fact that design not only incorporates new technologies and materials, but also cultural and symbolic values. The fan has been freed from its traditional symbolism, associated with gestures and gender roles, meanings with which we no longer identify, and is culturally redefined, proposing new relationships between form and function.

This collection of innovative fans achieves the ideal of dignifying our material environment by bringing cultural density and beauty. Hopefully this marriage of design and craftsmanship will serve as an example for other initiatives that explore the enormous potential of the homo faber proud of his know-how.



DISSENYAR L'AIRE. ANAR A LA TROBADA DE LA MODERNITAT PERDUDA.

DISEÑAR EL AIRE. IR AL ENCUENTRO DE LA MODERNIDAD PERDIDA.

DESIGNING THE AIR. GOING TO MEET THE LOST MODERNITY.

Vicent Martínez.

Comisari, editor y dissenyador.

Comisario, editor y diseñador.

Curator, editor and designer.

Valencià

DE LA TRADICIÓ A LA CONTEMPORANEÏTAT.

Dissenyar l'aire és un projecte expositiu que mostra que és possible un diàleg humanista entre disseny, tecnologia i artesania. El promou València Capital Mundial del Disseny 2022 amb l'impuls de la Diputació de València i València Turisme.

El palmito és un objecte útil, sempre produeix aire de manera fàcil i sostenible. És funcional, es plega i es pot guardar en poc espai, pot ser de moltes mides i de diversos materials i el seu aspecte formal pot connectar amb el disseny i la cultura actual.

El palmito és una peça tradicional a la memòria objectual valenciana. L'exposició mostra que l'aliança del disseny i el saber fer dels artesans pot enriquir la cultura de l'objecte i en aquest esperit, reposicionar-se i projectar-se al futur des de la cultura contemporània.

LA RECERCA DEL DISSENY AL PALMITO.

El 2020 com a resultat d'haver dissenyat un palmito, vaig tenir interès a visitar el Museu MUPA, l'únic Museu monogràfic del palmito a Espanya, ubicat a Aldaia, ciutat on hi ha el nucli més important de la indústria de palmito d'aquest país. D'alguna manera buscava la connexió dels palmitos moderns dels anys 20 i 30 del segle passat en què a València es produïen peces Art Decó, Art Nouveau o Futuristes amb la contemporaneïtat actual.

Paco Pons Alfonso, va facilitar el contacte per poder visitar-lo en temps de pandèmia. Allà vaig conèixer el mestre artesà Àngel Blay, donant molt significat del Museu. L'artesà amb el director Francesc Martínez em van anar mostrant i explicant els seus fons valuosos. En acabar la visita, en aquell moment, vaig proposar a Àngel Blay treballar junts per demostrar que des de la col·laboració entre l'artesania i el disseny es podria posar en valor un nou palmito fet a València.

La primera intenció va ser fer una exposició personal de dissenyador i artesà, posteriorment parlant amb Ana Hernández, em va suggerir fer-la més oberta, més col·lectiva. El seu suggeriment va propiciar que aparegués un cor de dissenyadores i dissenyadors. La nominació de València com a Capital Mundial del Disseny 2022 i la seua crida a presentar projectes era una molt bona oportunitat.

DISSENYAR EL PROJECTE.

La gestació i l'elaboració. El projecte "Dissenyar l'aire" es va dissenyar el juny del 2020. El Comitè seleccionador de la València World Design Capital 2022 va aprovar el projecte el setembre d'aquell any. Es va configurar una llista de 20 dissenyadores i dissenyadors, de rangs d'edat variats i de diferents especialitats, experiències i procedències, als quals es va convidar a participar-hi. Amb alguns hi havia relació personal, a uns altres se'ls coneixia pels seus treballs i algun altre per la casualitat de llegir una publicació en un mitjà periodístic. Unànimement van acceptar. És evident que el criteri de selecció del comissari és subjectiu. És una potestat de qui ha pensat i dissenyat el projecte. Sens dubte són molts més els que també hi podrien haver participat.

Els seleccionats de diferents parts del món han estat: Àngel Blay Villa, Antonio Serrano, Arnau & Reyna, Carlos Tíscar, Eli Gutiérrez, Estudi Inma Bermúdez, Luisa Bocchietto, Maria Arroyo, Nani Marquina, Nieves Contreras, Pepe Gimeno, Ramón Úbeda i Pepa Reverter, Ricard Ferrer, Sohei Arao & Sumiko Arao, Terence Woodgate, Vicent Martínez i Yukari Taki. El febrer del 2021 se'ls va fer l'encàrrec. Els lliuraments dels projectes van ser al juliol i posteriorment, durant 7 mesos, es va fer la manufactura.

DEL DISSENY A L'EDICIÓ.

Als dissenyadors se'ls va demanar un palmito que mostrés com l'aliança del disseny i la seva cultura, juntament amb els materials, la innovació, el coneixement i el saber fer dels artesans podia visualitzar una contemporaneïtat del món del palmito per projectar-se al futur. Totes les propostes rebudes van ser interessants i suggerents, sorprenien, cap va ser rebutjada. Durant el procés d'edició, els seus diferents enfocaments i la diversitat dels seus materials o la tecnologia que es necessitava per resoldre'ls van determinar el tractament de cada peça. La comesa del comissariat i la gestió de l'edició exigia ser extremadament respectuós amb les propostes presentades; l'objectiu era aconseguir la realització dels dissenys tal com es presentaven.

En els dissenys s'han proposat materials tradicionals com el nacre, procedent de les petxines d'ostres cultivades, elaborat pel taller artesà Blay Villa, d'Aldaia, un dels pocs i darrers tallers d'Europa que el manufactura, juntament amb palmitos de tauler contraxapat finlandès de mínim gruix tallats i calats amb làser, altres de teles impreses digitalment, o

de fustes impreses amb tecnologies innovadores o d'impressors i enquadernadors que imprimint i ple-gant paper també poden fer palmitos.

EXPOSAR L'AIRE.

Per a què l'aire dels palmitos dissenyats no escapés de les sales, els dissenyadors Arnau & Reyna han desenvolupat un disseny expositiu especialment poètic on l'aire flueix i pren la forma del seu reci-pient. Els conceptes s'han materialitzat en una es-structura modular i autoportant que permet serpen-tejar i adaptar-se als diferents espais amb un efecte flotant, reforçat per un nombre limitat de peus que subjecten l'estructura. El cromatisme neutre fa que l'espectador se centri en les bombolles transparents on s'allotgen els diferents palmitos.

LES IMATGES DELS DISSENYS DE L'AIRE.

Els palmitos amb el seu disseny, la seva plàstica i la seva expressivitat també havien de quedar reflectits a les fotografies. La direcció d'art de Juan Martinez Lahiguera va proposar una línia de fotografies amb fons de colors que emmarquen, exalcen i recullen les peces, valorant-ne el disseny, acompanyats i acariciats per les subtils mans d'Adela Mira Lozano.

VALORS PER AL FUTUR DEL PALMITO.

El resultat final de l'exposició demostra que és pos-sible la col·laboració de disseny, artesanía i tecnolo-gia i que el suport institucional és fonamental. Que es poden teixir aliances entre coneixement, tecno-logia, innovació, cultura i saber fer artesanal. D'altra banda, queda constatat que allò fonamental perquè això pugui funcionar és la necessitat de posar molta passió i generositat, a més de no tenir prejudicis.

L'indústria del palmito actual no passa pel seu mi-llor moment, però pot existir futur per a ella, si les administracions, escoles i societat, donen suport a les iniciatives creatives i imaginatives que es puguin proposar i si els artesans existents mostren la decisió de reinventar-se i al costat de aquells que poguessin aparèixer, projecten un nou palmito, vinculant-ho a la contemporaneïtat i posicionant-se com a objecte fun-cional alhora que cultural, generant benestar econò-mic i igualtat de gènere, salvaguardant el treball artesà del diabòlic setge de l'objecte banal i del baix preu.

Aquests valors estan alineats amb els objectius de la València Capital Mundial del Disseny 2022 i amb els Desenvolupaments Sostenibles de les Nacions Unides.

EL RETROBAMENT AMB LA MEMÒRIA DEL COMISSARI I EDITOR.

La llavor de “Dissenyar l'aire” la va sembrar Antonio Serrano, dissenyador i editor de Mad Lab. Ell em de-manava el 2020, realitzar un disseny que entronqués amb la memòria. A partir de les seves paraules van aparèixer els records de ser un aprenent de pintor de palmitos al taller de l'avi, de l'oncle i del pare, i tot recordant-ho, va aparèixer el disseny d'un palmito.

La memòria va propiciar retrobar-me amb un món que abandoni pel disseny, als 18 anys i que des-prés d'una llarga vida en ell, em permetia tornar a trobar-lo des del mateix disseny. L'inspiració per dissenyar el palmito Senzu es va trobar a la publi-cació “El Palmito” de José Guillot Carratalá de l'any 1957, que era a l'arxiu de documents de l'avi Vi-cente Martínez Esteve. A les seves pàgines es diu: “Explica la tradició, què al Japó, durant el regnat de l'emperador Tengi, un veí de Tamba, després de contemplar detingudament el volar dels ratpenats, va concebre el projecte de fer palmitos amb fulles unides per una cinta. I es va anomenar “Kuwahori” aquests palmitos, paraula que en japonès signifi-ca ratpenat”. ”Amb el temps aquests palmitos van passar a denominar-se “Senzu”. *



Maqueta de treball de Senzu realitzada per Vicent Martínez.

* El palmito Senzu forma part de l'exposició “Dissenyar l'aire”.

DE LA TRADICIÓN A LA CONTEMPORANEIDAD.

“Diseñar el aire” es un proyecto expositivo que muestra que es posible un diálogo humanista entre diseño, tecnología y artesanía. Lo promueve València Capital Mundial del Diseño 2022 con el impulso de la Diputació de València y València Turisme.

El abanico es un objeto útil, siempre produce aire de manera fácil y sostenible. Es funcional, se pliega y se puede guardar en poco espacio, puede ser de muchos tamaños y de diversos materiales y su aspecto formal puede y debe conectar con el diseño y la cultura actual.

El abanico es una pieza tradicional en la memoria objetual valenciana. La exposición, muestra que la alianza del diseño y el saber hacer de los arte-sanos, puede enriquecer la cultura del objeto y en ese espíritu, reposicionarse y proyectarse al futuro desde la cultura contemporánea.

LA BÚSQUEDA DEL DISEÑO EN EL ABANICO.

En 2020 como resultado de haber diseñado un abanico, tuve interés en visitar el Museo MUPA, el único Museo monográfico del abanico en España, ubicado en Aldaia, ciudad donde se encuentra el núcleo más importante de la industria abaniquera de este país. De alguna manera buscaba la conexión de los modernos abanicos de los años 20 y 30 del siglo pasado en los que en València se producían piezas Art Decó, Art Nouveau o Futuristas con la contemporaneidad actual.

Paco Pons Alfonso, facilitó el contacto para po-der visitarlo en tiempo de pandemia. Allí conocí al maestro artesano Ángel Blay, donante muy sig-nificado del Museo. El artesano junto al director Francesc Martínez me fueron mostrando y expli-cando sus valiosos fondos. Al finalizar la visita, en aquel momento, le propuse a Ángel Blay trabajar juntos para demostrar que desde la colabora-ción entre la artesanía y el diseño se podría poner en valor un nuevo abanico hecho en València.

La primera intención fue hacer una exposición per-sonal de diseñador y artesano, posteriormente ha-blando con Ana Hernández, me sugirió hacerla más abierta, más colectiva. Su sugerencia propició que apareciera un coro de diseñadoras y diseñadores. La nominación de València como Capital Mundial del Diseño 2022 y su llamada a presentar proyec-tos era una muy buena oportunidad.

DISEÑAR EL PROYECTO.

La gestación y la elaboración. El proyecto “Diseñar el aire” se diseñó en junio del 2020. El Comité seleccionador de la World Design Capital València 2022, aprobó el proyecto en septiembre de ese año. Se configuro una lista de 20 diseñadoras y diseñadores, de variados rangos de edad y de diferentes especialidades, experiencias y procedencias, a los que se invitó a participar. Con algunos existía relación personal, a otros se les conocía por sus trabajos y algún otro por la casualidad de leer una publicación en un medio periodístico. Unánimemente aceptaron. Es evidente que el criterio de selección del comisario es subjetivo. Es una potestad de quién ha pensado y diseñado el proyecto. Sin duda son muchos más quienes también podrían haber participado.

Los seleccionados de diferentes partes del mundo han sido- Ángel Blay Villa, Antonio Serrano, Arnau & Reyna, Carlos Tíscar, Eli Gutiérrez, Estudio Inma Bermúdez, Luisa Bocchietto, María Arroyo, Nani Marquina, Nieves Contreras, Pepe Gimeno, Ramón Úbeda y Pepa Reverter, Ricard Ferrer, Sohei Arao & Sumiko Arao, Terence Woodgate, Vicent Martínez y Yukari Taki. En febrero del 2021 se les hizo el encargo. Las entregas de los proyectos fueron en julio y posteriormente, durante 7 meses, se realizó la manufactura.

DEL DISEÑO A LA EDICIÓN.

A los diseñadores se les pidió un abanico que mostrara como la alianza del diseño y su cultura, junto con los materiales, la innovación, el conocimiento y el saber hacer de los artesanos podía visualizar una contemporaneidad del mundo del abanico para proyectarse al futuro. Todas las propuestas recibidas fueron interesantes y sugerentes, sorprendían, ninguna fue rechazada. Durante el proceso de edición, sus diferentes enfoques y la diversidad de sus materiales o la tecnología que se necesitaba para su resolución determinaron el tratamiento de cada pieza. El cometido del comisariado y la gestión de la edición exigía ser extremadamente respetuoso con las propuestas presentadas, el objetivo era conseguir la realización de los diseños tal como se presentaban.

En los diseños se han propuesto materiales tradicionales como el nácar, procedente de las conchas de ostras cultivadas, elaborado por el taller artesano Blay Villa, de Aldaia, uno de los pocos y últimos talleres de Europa que lo manufactura, junto a abanicos de tablero contrachapado finlandés de

mínimo grosor cortados y calados con láser, otros de telas impresas digitalmente, o de maderas impresas con tecnologías innovadoras o de impresores y encuadernadores que imprimiendo y plegando papel también pueden hacer abanicos.

EXPONER EL AIRE.

Para que el aire de los abanicos diseñados no escapara de las salas los diseñadores Arnau & Reyna han desarrollado un diseño expositivo especialmente poético donde el aire fluye y toma la forma de su recipiente. Los conceptos se han materializado en una estructura modular y autoportante que permite serpentear y adaptarse a los distintos espacios con un efecto flotante, reforzado por un limitado número de pies que sujetan la estructura. El cromatismo neutro, hace que el espectador se centre en las burbujas transparentes donde se alojan los diferentes abanicos.

LAS IMÁGENES DE LOS DISEÑOS DEL AIRE.

Los abanicos con su diseño, su plástica y su expresividad, también tenían que quedar reflejados en las fotografías. La dirección de arte de Juan Martinez Lahiguera propuso una línea de fotografías con fondos de colores que enmarcan, ensalzan y recogen las piezas, valorando su diseño, acompañados y acariciados por las sutiles manos de Adela Mira Lozano.

VALORES PARA EL FUTURO DEL ABANICO.

El resultado final de la exposición demuestra que es posible la colaboración de diseño, artesanía y tecnología y que es fundamental el apoyo institucional. Que se pueden tejer alianzas entre conocimiento, tecnología, innovación, cultura y el saber hacer artesanal. Por otro lado, queda constatado que lo fundamental para que esto pueda funcionar es la necesidad de poner mucha pasión y generosidad, además de no tener prejuicios.

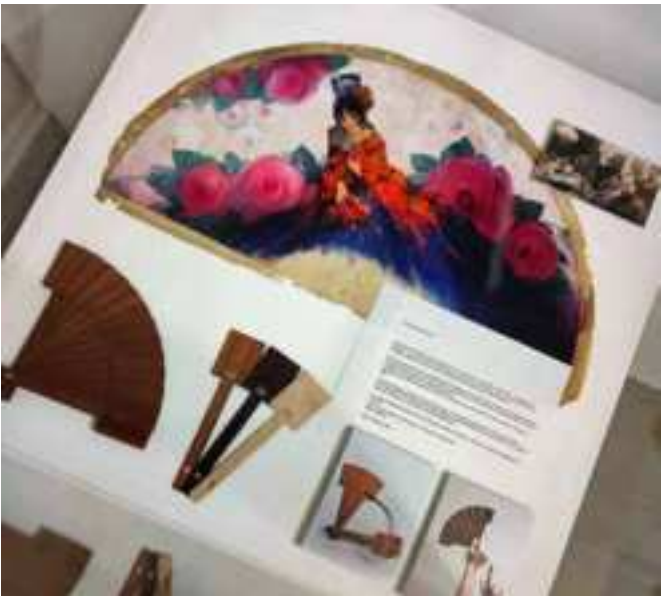
La industria del abanico actual no pasa por su mejor momento, pero puede existir futuro para ella, si las administraciones, escuelas y sociedad, apoyan las iniciativas creativas e imaginativas que se puedan proponer y si los artesanos existentes muestran la decisión de reinventarse y junto a los que pudieran aparecer, proyectan un nuevo abanico, vinculándolo a la contemporaneidad y posicionándose como objeto funcional a la vez que cultural, generando bienestar económico e igualdad de género, salvaguardando el trabajo artesano del diabólico cerco del objeto banal y del bajo precio.

Estos valores están alineados, con los objetivos de la València Capital Mundial del Diseño 2022 y con los de Desarrollos Sostenibles de las Naciones Unidas.

EL REENCUENTRO CON LA MEMORIA DEL COMISARIO Y EDITOR.

La simiente de “Diseñar el aire” la sembró Antonio Serrano, diseñador y editor de Mad Lab. Él me pedía en el 2020, realizar un diseño que entroncara con la memoria. A partir de sus palabras aparecieron los recuerdos de ser aprendiz de pintor de abanicos en el taller del abuelo, del tío y del padre, y recordándolo todo, apareció el diseño de un abanico.

La memoria propició reencontrarme con un mundo que abandone por el diseño, a los 18 años y que después de una larga vida en él, me permitía volver a su encuentro desde el mismo diseño. La inspiración para diseñar el abanico Senzu se encontró en la publicación “El Abanico” de José Guillot Carratalá del año 1957, que estaba en el archivo de documentos del abuelo Vicente Martínez Esteve. En sus páginas se dice “Cuenta la tradición, qué en Japón, durante el reinado del emperador Tengi, un vecino de Tamba, después de contemplar detenidamente el volar de los murciélagos, concibió el proyecto de hacer abanicos con hojas unidas por una cinta. Y se llamó “Kuwahori” a estos abanicos, palabra que en japonés significa murciélago”. Con el tiempo estos abanicos pasaron a denominarse “Senzu”. *



Archivo taller Martínez Esteve. Abanico Senzu editado por Mad Lab

* El abanico Senzu forma parte de la exposición “Diseñar el aire”.

FROM TRADITION TO CONTEMPORANEITY.

“Designing the air” is an exhibition project that shows that a humanist dialogue between design, technology and craftsmanship is possible. It is promoted by World Design Capital Valencia 2022 with the support of the Diputació de Valencia and Valencia Turisme.

The fan is a useful object. It always produces air in an easy and sustainable way. It is functional, it folds up and can be stored in a small space, it can be of many sizes and made of different materials and its formal appearance can and should connect with current design and culture.

The fan is a traditional piece in Valencian object memory. The exhibition shows that the alliance of design and the know-how of artisans can enrich the culture of the object and, in this spirit, reposition itself and project itself into the future from the perspective of contemporary culture.

THE SEARCH FOR DESIGN IN THE FAN.

In 2020, as a result of having designed a fan, I was interested in visiting the MUPA Museum, the only monographic museum of the fan in Spain, located in Aldaia, the town where the most important nucleus of the fan industry in this country is to be found.

In a way, I was looking for a connection between the modern fans of the 1920s and 1930s, when Art Deco, Art Nouveau and Futurist art pieces were produced in Valencia, with today’s contemporaneity. Paco Pons Alfonso, facilitated the contact to be able to visit it in the time of pandemic. There I met the master craftsman Ángel Blay, a very important donor of the Museum. The craftsman, together with the director Francesc Martínez, showed me and explained their valuable collections.

At the end of the visit, at that moment, I proposed to Ángel Blay to work together to demonstrate that from the collaboration between craftsmanship and design a new fan made in Valencia could be put in value.

The first intention was to make a personal exhibition of designer and craftsman, later on we were talking to Ana Hernández; she suggested making it more open, more collective. Her suggestion led to the appearance of a choir of designers. The nomination of València as World Design Capital 2022 and its call for projects was a very good opportunity.

DESIGNING THE PROJECT.

Gestation and elaboration. The “Designing the air” project was designed in June 2020. The World Design Capital Valencia 2022 selection committee approved the project in September of that year. A list of 20 designers, of varied age ranges and from different specialities, experiences and backgrounds, who were invited to participate, was drawn up. With some of them there was a personal relationship, others were known through their work and some others through the chance of reading a publication in a journalistic medium. They unanimously accepted.

It is clear that the selection criteria of the curator is subjective. It is the power of the person who has conceived and designed the project. Undoubtedly there are many more who could also have participated.

Those selected from different parts of the world have been – Ángel Blay Villa, Antonio Serrano, Arnau & Reyna, Carlos Tíscar, Eli Gutiérrez, Estudio Inma Bermúdez, Luisa Bocchietto, María Arroyo, Nani Marquina, Nieves Contreras, Pepe Gimeno, Ramón Úbeda y Pepa Reverter, Ricard Ferrer, Sohei Arao & Sumiko Arao, Terence Woodgate, Vicent Martínez and Yukari Taki.

They were commissioned in February 2021. The projects were delivered in July and then, during 7 months, the manufacturing was carried out.

FROM DESIGN TO EDITION.

The designers were asked for a fan that would show how the alliance of design and its culture, together with the materials, innovation, knowledge and know-how of the artisans could visualise a contemporary world of the fan to be projected into the future. All the proposals received were interesting and suggestive, were surprising, none of them was rejected. During the edition process, their different approaches and the diversity of their materials or the technology required for their resolution determined the treatment of each piece. The task of curating and managing the edition demanded to be extremely respectful of the proposals presented, the aim was to achieve the realisation of the designs as they were presented.

Traditional materials have been used in the designs, such as mother-of-pearl from cultivated oyster shells, made by the Blay Villa artisan workshop in Aldaia, one of the few and last workshops in Europe

that manufactures it, together with fans made of thin Finnish plywood board cut and fretworked with laser, others made of digitally printed fabrics, or of wood printed with innovative technologies or by printers and bookbinders who, by printing and folding paper, can also make fans.

EXHIBITING THE AIR.

So that the air from the designed fans would not escape from the rooms, the designers Arnau&Reyna have developed a particularly poetic exhibition design where the air flows and takes the shape of its container. The concepts have been materialised in a modular and self-supporting structure that allows it to meander and adapt to the different spaces with a floating effect, reinforced by a limited number of feet that support the structure. The neutral chromatism makes the spectator focus on the transparent bubbles that house the different fans.

THE IMAGES OF THE DESIGNS IN THE AIR.

The fans, with their design, their plasticity and expressiveness, also had to be reflected in the photographs. The art direction of Juan Martinez Lahiguera proposed a line of photographs with coloured backgrounds that frame, highlight and collect the pieces, enhancing their design, accompanied and caressed by the subtle hands of Adela Mira Lozano.

VALUES FOR THE FUTURE OF THE FAN.

The final result of the exhibition shows that the collaboration of design, craftsmanship and technology is possible and that institutional support is essential. That it is possible to weave alliances between knowledge, technology, innovation, culture and craft know-how. On the other hand, it is clear that what is fundamental for this to work is the need for a lot of passion and generosity, as well as not having prejudices.

The current fan industry is not going through its best moment, but there may be a future for it if the administrations, schools and society support the creative and imaginative initiatives that may be proposed and if the existing artisans show the decision to reinvent themselves and, together with those that may appear, project a new fan, linking it to contemporaneity and positioning it as a functional and cultural object, generating economic well-being and gender equality, safeguarding artisan work from the diabolical siege of the banal object and the low price.

These values are aligned with the objectives of the Valencia World Design Capital 2022 and with those of Sustainable Development of the United Nations.

THE REUNION WITH THE MEMORY OF THE CURATOR AND EDITOR.

The seed of “Designing the air” was sown by Antonio Serrano, designer and editor of Mad Lab. In 2020, he asked me to create a design that would connect with memory. From his words, memories of being a fan painter’s apprentice in my grandfather’s, uncle’s and father’s workshop appeared, and remembering everything, the design of a fan appeared.

Memory brought me back to a world that I had abandoned for design at the age of 18 and that, after a long life in it, allowed me to return to it through design itself. The inspiration to design the Senzu fan was found in the publication “El Abanico/The Fan” by José Guillot Carratalá in 1957, which was in the archive of documents of my grandfather Vicente Martínez Esteve. In its pages it says “Tradition has it that in Japan, during the reign of Emperor Tengi, a neighbour of Tamba, after carefully contemplating the flying of bats, conceived the project of making fans with leaves joined by a ribbon. These fans were called “Kuwahori”, the Japanese word for bat, and eventually became known as “Senzu”.



Senzu fan, produced by Mad Lab. Photography by Ángel Segura

* The Senzu fan is part of the exhibition “Designing the air”.

EXPOSAR L'AIRE.
EL DISSENY EXPOSITIU.

EXPONER EL AIRE.
EL DISEÑO EXPOSITIVO.

SHOWCASING THE AIR.
THE EXHIBITION DESIGN.

Disseny / Diseño / Design: **Arnau Reyna**
Fotografia / Fotografía / Photography: **Five studio - Pablo Navarro**





Valencià

L'AIRE FLUEIX I PREN LA FORMA DEL SEU RECIPIENT

Al plantejar-nos el projecte ens van venir al cap davant tres conceptes: Ingravidesa, moviment i transparència. Buscant la manera de representar aquests conceptes, dissenyem una estructura que serpenteja a través de les diferents sales i on els objectes s'alineen en fila per guiar els visitants a través del recorregut expositiu. L'efecte flotant es veu reforçat pel nombre mínim de potes que subjecten l'estructura. Així mateix, s'ha eliminat tota informació relativa al color per animar l'espectador a centrar-se en els aspectes més essencials de les peces exposades. Una cortina semitransparent acompanya tot el recorregut a manera de teló de fons, creant un espai de somni que transporta al visitant. Per últim, vam idear una vitrina amb forma de pompa que protegís cada palmito i que l'eleva com a joia en una vitrina.

Des del punt de vista tècnic, vam plantejar una estructura metàl·lica lleugera que sustentés tot el conjunt. La seva concepció modular permet reconfigurar la distribució adaptant-la a la resta de sales després de la seua itinerància.

Ramón Arnau & Mariola Reyna
Dissenyadors / Diseñadores / Designers

Castellano

EL AIRE FLUYE Y TOMA LA FORMA DE SU RECIPIENTE

Al plantearnos el proyecto nos vinieron a la cabeza tres conceptos: Ingravidez, movimiento y transparencia. Buscando la manera de representar estos conceptos, diseñamos una estructura que serpentea a través de las distintas salas y donde los objetos se alinean en fila para guiar a los visitantes a través del recorrido expositivo. El efecto flotante se ve reforzado por el mínimo número de patas que sujetan la estructura. Así mismo se ha eliminado toda información relativa al color para animar al espectador a centrarse en los aspectos más esenciales de las piezas expuestas. Una cortina semitransparente acompaña todo el recorrido a modo de telón de fondo, creando un espacio de ensoñación que transporta al visitante. Por último, ideamos una vitrina con forma de pompa que protegiera cada abanico, a la vez que lo eleva a modo de joya en una vitrina.

Desde el punto de vista técnico, planteamos una estructura metálica liviana que sustentara todo el conjunto. Su concepción modular permite reconfigurar la distribución adaptándola al resto de salas tras su itinerancia.

English

THE AIR FLOWS AND TAKES THE SHAPE OF ITS CONTAINER.

When considering the project, three concepts came to our mind: Weightlessness, movement, transparency. Looking for a way to represent these concepts, we designed a structure that meanders through the different rooms and where the objects are lined up in a row to guide visitors along the exhibition route. The floating effect is reinforced by the minimal number of legs supporting the structure. All colour information has also been removed to encourage the viewer to focus on the most essential aspects of the exhibits. A semi-transparent curtain accompanies the entire route as a backdrop, creating a dreamlike space that transports the visitor. Finally, we devised a pomp-shaped display case that would protect each fan, while elevating it as a jewel in a display case.

From a technical point of view, we proposed a light metal structure that would support the entire complex. Its modular conception allows reconfiguring the distribution adapting it to the rest of the rooms after its itinerancy.



AIRES NOUS I EL MUSEU NACIONAL DE CERÀMICA. UNA VELLA CONSTANT.

AIRES NUEVOS Y EL MUSEO NACIONAL DE CERÁMICA. UNA VIEJA CONSTANTE.

NEW FRESH AIR AND THE NATIONAL MUSEUM OF CERAMICS. AN OLD CONSTANT.

Jaume Coll Conesa

Director del Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias de València

Valencià

El Museu Nacional de Ceràmica fou fruit de l'esforç de Manuel González Martí (1876-1972) i Amelia Cuñat i Monleón (1878-1946), col·leccionistes, apassionats de l'art i de la innovació, fills orgullosos d'aquesta terra valenciana; així ho van manifestar dedicant la seua vida amb passió a tot allò que era el reconeixement i l'impuls de la ceràmica, el palmito, la indumentària, la pintura, l'art, la tradició, el folklore o la història de València. Vicente Blasco Ibáñez (1867-1928), que consideraven el seu far, mestre i amic, va expressar unes reflexions, en el seu discurs de nomenament com a Director Honorífic del Centre de Cultura Valenciana el 1921, que es van convertir en missió del futur Museu Nacional de Ceràmica, que finalment seria fundat per la donació que materialitzava el desig de Manuel i Amelia el 1947: “...hem de fer alguna cosa pràctica: aquí hem de construir el Museu de València, on estiguin: primer, les fotografies modestes, petites, però com una mena de Partenó de tots els homes que han escrit versos, novel·les o treballs històrics, de tot valencià que ha produït alguna cosa intel·lectualment, tots han de ser-hi. Després d'això, tot el que fa referència a la nostra pesca, a la nostra navegació, als nostres costums, les grupes quan corren la joia, després, la vida representada per figures de cera: imagineu-vos amb el planter d'artistes que tenim aquí les coses que es poden fer. I en un altre aspecte de la vida, posar figures amb vestits valencians autèntics perquè els estrangers veiessin com era la cuina de la barraca a la nit, quan la mare està guisant i el pare ha vingut cansat de la feina... N'hi ha per parlar-ne dos hores d'això. Imagineu el que podran fer els nostres artistes. Quin museu més interessant, i com la gent en venir aquí diria: jo he vist la vida valenciana! Jo en aquests moments pensava citar una reunió a tots els escultors de València, a tots els pintors, a tots els tallistes, a aquests artistes que estan entre l'art i l'ofici, que tenen els oficis que poguéssim anomenar oficis artístics, i a tots demanar que ens prestéssim tots per realitzar aquesta obra...”.

Estava clar que el palmito entra de ple en aquesta reflexió, tant per com coneixia Blasco Ibáñez la vida quotidiana de València en què el palmito tenia un protagonisme ineludible, com va reflectir magistralment a les seves novel·les, com per l'afició que Amelia Cuñat i Monleón va professar per col·leccionar palmitos, a més de ser-ne una assídua usuària. També per la relació que M. González Martí va tenir amb la Fàbrica d'Abanicos Vídua de Caballer, ja que va dissenyar anuncis publicitaris per a este taller el 1908.

La importància que certs intel·lectuals valencians donaven al palmito va suscitar tant l'organització

d'exposicions temporals com conferències. Va causar un gran impacte l'organitzada el 1925 que va ser comissariada pel mateix Manuel González Martí. En ella es van donar a conèixer uns dos-cents palmitos de les col·leccions de la senyora baronessa de La Linde, de la marquesa de Benicarló, de la senyora Antonia Rodríguez de Llorca, de madame Jacob esposa de l'enginyer Néstor Jacob, del senyor Francisco Caballer, fabricant, de don Miguel Polo i don Luis Almunia, del comte de Trigona, de la Sra. de Grollo i de Dña. Natividad Domínguez. Eduardo López Chávarri (1871-1970), famós musicòleg i periodista, va ser el conferenciant, reconegut i aclamat per la qualitat de les xerrades en múltiples articles de premsa diària. Aquell mateix any va ser important la presència de palmitos valencians a l'Exposition Internationale des Arts Decoratifs et Industriels Modernes de París. Al Catàleg de la Section Espagnole apareixen com a expositors al Gran Palais, Galerie du 1er. étage, els dissenyadors de palmitos Antonio Esteve, i Juan Llorens, que havien estat seleccionats pel mateix Manuel González Martí actuant com a comissari regional en suport del comissariat espanyol que va exercir D. Rafael Doménech Gallisá (1874-1929), director del Museu Nacional d'Arts Decoratives de Madrid. La indústria del palmito valencià s'havia internacionalitzat al segle XIX amb les fàbriques de Colomina, A. Sanz o Carbonell. El principal mercat van ser els territoris espanyols d'ultramar, especialment a Amèrica, però la possessió de les illes filipines va obrir una connexió clara amb la Xina i el Japó. Carmen Rodrigo Zarzosa recull la crònica de la visita d'Alfons XIII a la fàbrica de palmitos Prior, el 1906 il·lustrativa d'aquest fet i del context:

“A la fàbrica de palmitos Prior. – S.M. va arribar a aquesta important fàbrica de D. José María Prior a tres quarts de dotze. La Música de la Casa de Beneficència va tocar la marxa Reial, i l'immens públic que hi havia al carrer li va tributar una calorosa ovació, repetida dins dels tallers pels seus tres-cents operaris. El Sr. Prior i els seus fills van acompanyar el Monarca explicant-li tots els treballs de la fàbrica. La senyora del fabricant va lliurar a D. Alfonso, per a la seva augusta mare, un preciós palmito de banús amb tela de blonda de Brussel·les, i un altre de cabritilla per a la infanta D^a María Teresa. Va oferir també un palmito per a la futura Reina quan es casí D. Alfonso. Les operàries van regalar al Rei una ploma d'ivori i or, i els operaris un diploma de salutació tancat en marc d'or tallat. El Sr. Prior li va lliurar una exposició dels fabricants de palmitos de València, demanant a s'augmenti la protecció aranzelària d'aquest article, per competir amb els palmitos del

Japó. En aquesta fàbrica va concedir també S.M. quatre creus d'Isabel la Catòlica a altres obrers”.

S'importaven d'Orient fustes exòtiques, nacre, carei i ivori, utilitzat en el varillatge, però als anys 20 ens trobem que algunes fàbriques de València van deslocalitzar part de la producció realitzant aquí el disseny i remetent els patrons sobre sedes pintades al al gouache a grups externs com per exemple els importadors de Kyoto. Allí es feia la producció a partir de l'edició seriada dels teixits sobre litografia, muntant-los després sobre varillatge de fustes lleugeres, i així s'aprofitava el menor cost de producció. C. Rodrigo recull un text d'Eduardo Martínez-Sabater i Seguí (Dito) (1896-1946) en què s'esmenten els principals mercats del palmito valencià el 1918: “exportava considerables quantitats de palmitos i varillatges a tota l'Amèrica del Sud, França, Alemanya, Itàlia, Àustria, Suïssa, i Anglaterra”.

Pel que fa al disseny, es van donar diverses situacions. D'una banda, es defensava que els palmitos més rics en materials i decoració havien de continuar reproduint els estils històrics. Aquest “casticisme” va ser defensat per Manuel González Martí com una de les virtuts de la producció ja que, en el seu concepte, l'esperit local hi manifestava la seva identitat. Així el regionalisme i certes varietats localistes del noucentisme van donar suport a aquesta tendència. Establint un símil entre palmito i ceràmica, aquesta postura va justificar el suport de González Martí a famoses figures de trajectòria regeneracionista com José Gimeno Martínez (1889-1967), José Mateu Cervera (1892-1977), Julio Llopis Garrido (1896-1970), Francisco Aguar Tarín (1900-1970) i impregnaria la seva acció al capdavant de la direcció de l'Escola de Ceràmica de Manises (1922-1936/1939-47). D'altra banda, era habitual entre els palmitos la còpia de quadres famosos o reconeguts per ornamentar obres costoses, aspecte que va ser criticat per l'artista contemporani Ricardo Agrasot (1875-1966), fill del pintor Joaquín Agrasot Juan (1836-1919), per la desvirtuació de l'obra que exigia l'adaptació al palmito.

Va sorgir també el palmito publicitari, dedicat a la presentació de la cartelleria o la il·lustració que anunciava els grans esdeveniments, com l'Exposició Regional Valenciana de 1909, o la Nacional de 1910. Indica C. Rodrigo que, en relació amb l'exposició Regional Valenciana de 1909, el pavelló de palmitos va ser àmpliament comentat a la revista *Impresiones*, fundada i dirigida per Manuel González Martí en 1908, aleshores més conegut pel seu pseudònim Folchi, que usava com a famós caricaturista. L'extensa cita

esmenta que el pavelló exhibia el procés complet de producció del palmito, des d'un espai per a la confecció del varillatge fins a un petit taller de pintura de palmitos... uns quants artistes van pintar amb gran domini i facilitat flors i escenes típiques de costums valencians, i com a final el complement, quatre boniques noies unien els varillatges amb les teles”. Quant a les tendències estètiques del moment la notícia assenyalava: “Una altra cosa cal fer notar; l'evolució que ha patit l'art al palmito; abans ja se sabia; no vèiem res més a les teles que la coneguda pastora amb el seu cistell de flors, la nimfa envoltada de cupids o l'obligada parelleta enamorada, avui al palmito s'admet tot, des de les notes de color més atrevides de les tendències modernes, fins a les originalitats més rares i capritxoses, hi ha també art seriós, tot harmonitzant amb el varillatge i sense perdre la fantasia que ha de presidir sempre aquests treballs”. Al mateix text es crida l'atenció sobre l'obsequi als visitants masculins “d'un palmito elegant de cavaller: el varillatge de fusta violeta i a la tela una escena del concurs hípic molt ben pintada”.

El palmito va estar present en altres grans exposicions universals, com a l'Exposició Iberoamericana de Sevilla o a la Internacional de Barcelona (1929), on es van instal·lar pavellons específics per presentar la indústria de palmito. S'hi va formentar la producció de vistes monumentals (el barri de Santa Cruz, els Reials Alcàzars, La Giralda), palaus commemoratius (Montjuïc a Barcelona, o el de la Plaça d'Espanya de Sevilla), jardins, etc. com un evident producte de promoció turística de la qual el Museu Nacional de Ceràmica conserva interessants exemplars.

El palmito va procurar actualitzar-se oferint nous formats en especial a través de les propostes pioneres del dissenyador de palmito català León Bergadà, de qui veiem al catàleg de 1919 que va promoure la forma musette amb gran èxit, que es va afegir a altres propostes innovadores anteriors com les morfologies ballon o manon. En temàtica ornamental es van incorporar decoracions simbolistes d'escenes oníriques, imaginats fons abissals, també temes florals geomètritzats com les roses Macintosh, elements futuristes, motius egipititzants sorgits a partir de l'impacte que va provocar el descobriment de la tomba de Tutankamon el 1922, així com temes de gust específic com a caps de gossos, gats, cavalls, aus, escenes d'hípica, retrats d'espanyoles castisses amb els seus mantons i peinetes, però també de dames amb indumentària típica dels feliços anys vint o Déco, així com portant grans i innovadors barrets com els que era habitual veure en esdeveniments com a les carreres de cavalls



Fig. 1. Portada de alabastro de la fachada del Palacio de Dos Aguas. Ig-nacio Vergara sobre diseño de Hipólito Rovira, mediados del siglo XVIII.

del Grand National del Regne Unit. Amb això es pretenia abastar sectors socials de gustos específics tant nacionals com de l'estranger.

Entre els noms de dissenyadors de teixits de palmitos trobem Marian Pedrero, Miravent, Llengua, Riquer o Josepa Teixidor. A València van destacar en l'àmbit del cartellisme, el disseny gràfic i de la seua aplicació al palmito Luís Dubón, Francisco Catalá, José Brú i el seu nét José Ivancos Brú, així com Francisco Pont. Destaca la figura de Francisco Povo, reconeguda expressament pel crític José Francés Agramunt (1868-1951) al catàleg de l'exposició de palmitos del Saló del Cercle de Belles Arts de Madrid el 1919.

El Museu va exhibir durant molts anys una sala amb la col·lecció dels palmitos que va aportar Amelia Cuñat a la donació fundacional. Malauradament, les sedes, pells i puntes que solen conformar els seus teixits, el fràgil gouache de les seves pintures, l'encolat i el varillatge d'ivori o nacre, difícilment permeten l'exhibició durant molt de temps d'aquest tipus de béns i per això el criteri tècnic va ser substituir-la per la presentació d'exposicions temporals de les que fins a la data n'hem celebrat cinc, a més de la que acompanya aquest catàleg. Al llarg de la vida del Museu, que el 2022 compleix els 75 anys d'existència, ha estat en les dues primeres dècades de funcionament del Museu quant van ingressar a les seves col·leccions un total de 171 exemplars, amb un nombre màxim de donacions entre el 1960 i 1969. En aquests darrers anys la col·lecció ha assolit la xifra de gairebé 600 exemplars, en especial per la important donació dels hereus de D. Alfonso Rincón de Arellano amb un centenar de magnífics exemplars, i de D. Jordí Martí Magraner, constituïda aquesta per dissenys de teixits de palmito dels anys 1910 a 1930, molts marcats amb els segells dels importadors de Kyoto i altres llocs. En alguns es coneix fins i tot l'autoria com en el palmito pintat per Pascual Capuz, lliurat per la Sra. Josefina Lloret de Garcia Oliver, o en dos teixits decorats pel seu autor Sr. Salvador Sanchis Puchol de París, i un altre realitzat per Luís García Falgás, lliurat per Sra. Vicenta Oliver.

El palmito és una indústria viva i es renova a les necessitats d' hui com ha fet sempre, des que s'adopta el primer paipai fins que s'introdueix la sofisticació del varillatge realitzat amb elements preciosos. Hui, ha de continuar d'acord amb les necessitats de la nostra societat i la present exposició és una magnífica evidència de l'artesania i el disseny treballat de la mà per a seguir avançant en aquesta història mil·lenària que tants episodis memorables va escriure a València.



El Museo Nacional de Cerámica fue fruto del esfuerzo de Manuel González Martí (1876-1972) y de Amelia Cuñat y Monleón (1878-1946), coleccionistas, apasionados del arte y de la innovación, hijos orgullosos de esta tierra valenciana; así lo manifestaron dedicando su vida con pasión a todo lo que era el reconocimiento y el impulso de la cerámica, el abanico, la indumentaria, la pintura, el arte, la tradición, el folklore o la historia de Valencia. Vicente Blasco Ibáñez (1867-1928), que consideraban su faro, maestro y amigo, expresó unas reflexiones, en su discurso de nombramiento como Director Honorífico del Centro de Cultura Valenciana en 1921, que se convirtieron en misión del futuro Museo Nacional de Cerámica que finalmente sería fundado por la donación que materializaba el deseo de Manuel y Amelia en 1947: “...debemos hacer algo práctico: aquí debemos construir el Museo de Valencia, donde estén: primero, las fotografías modestas, pequeñas, pero como una especie de Partenón de todos los hombres que han escrito versos, novelas o trabajos históricos, de todo valenciano que ha producido algo intelectualmente, todos deben estar allí. Después de esto, todo lo que se refiere a nuestra pesca, a nuestra navegación, a nuestras costumbres, las grupas cuando corren la joya; después, la vida representada por figuras de cera: imaginaos con el plantel de artistas que tenemos aquí las cosas que se pueden hacer. Y en otro aspecto de la vida, poner figuras con trajes valencianos auténticos para que los extranjeros vieran cómo era la cocina de la barraca por la noche, cuando la madre está guisando y el padre ha venido cansado del trabajo... Hay para hablar dos horas de esto. Imaginad lo que podrán hacer nuestros artistas. ¡Qué museo más interesante, y cómo la gente al venir aquí diría: yo ha visto la vida valenciana! Yo en estos momentos pensaba citar a una reunión a todos los escultores de Valencia, a todos los pintores, a todos los tallistas, a estos artistas que están entre el arte y el oficio, que tienen los oficios que pudiéramos llamar oficios artísticos, y a todos pedir que nos preséntásemos todos para realizar esta obra...”.

Estaba claro que el abanico entra de lleno en esta reflexión, tanto por lo bien que conocía Blasco Ibáñez la vida cotidiana de Valencia en la que el abanico tenía un protagonismo ineludible, como reflejó magistralmente en sus novelas, como por la afición que Amelia Cuñat y Monleón profesó por coleccionar abanicos, además de ser una asidua usuaria. También por la relación que M. González Martí tuvo con la Fábrica de Abanicos Vda. de Caballer, ya que diseñó anuncios publicitarios para la firma en 1908.

La importancia que ciertos intelectuales valencianos le daban al abanico suscitó tanto la organización de

exposiciones temporales y conferencias. Causó un gran impacto la organizada en 1925 que fue comisariada por el propio Manuel González Martí. En ella se dieron a conocer unos doscientos abanicos de las colecciones de la señora baronesa de La Linde, de la marquesa de Benicarló, de doña Antonia Rodríguez de Llorca, de madame Jacob esposa del ingeniero Néstor Jacob, de don Francisco Caballer, fabricante, de don Miguel Polo y don Luis Almunia, del conde de Trigona, de la Sra. de Grollo y de doña Natividad Domínguez. Eduardo López Chávarri (1871-1970), afamado musicólogo y periodista, fue el conferenciante, reconocido y aclamado por la calidad de sus charlas en múltiples artículos de prensa diaria. En ese mismo año fue importante la presencia de abanicos valencianos en la Exposition Internationale des Arts Decoratifs et Industriels Modernes de París. En el Catalogue de la Section Espagnole aparecen como expositores en el Gran Palais, Galerie du 1er. étage, los abaniqueros Antonio Esteve, y Juan Llorens, que habían sido seleccionados por el propio Manuel González Martí actuando como comisario regional en apoyo del comisariado español que ejerció D. Rafael Doménech Gallisá (1874-1929), director del Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid. La industria del abanico valenciano se había internacionalizado ya en el siglo XIX con las fábricas de Colomina, A. Sanz o Carbonell. El principal mercado fueron los territorios españoles de ultramar, especialmente en América, pero la posesión de las islas Filipinas abrieron una clara conexión con China y Japón. Carmen Rodrigo Zarzosa recoge la crónica de la visita de Alfonso XIII a la fábrica de abanicos Prior, en 1906 ilustrativa de este hecho y del contexto:

“En la fábrica de abanicos Prior. – S.M. llegó a esta importante fábrica de D. José María Prior a las doce menos cuarto. La Música de la Casa de Beneficencia tocó la marcha Real, y el inmenso público que había en la calle le tributó una calurosa ovación, repetida dentro de los talleres por sus trescientos operarios. El Sr. Prior y sus hijos acompañaron al Monarca explicándole todos los trabajos de la fábrica. La señora del fabricante entregó a D. Alfonso, para su augusta madre, un preciosos abanico de ébano con tela de blonda de Bruselas, y otro de cabritilla para la infanta D^a María Teresa. Ofreció También un abanico para la futura Reina cuando se case D. Alfonso. Las operarias regalaron al Rey una pluma de marfil y oro, y los operarios un diploma de salutación encerrado en marco de oro tallado. El Sr. Prior le entregó una exposición de los fabricantes de abanicos de Valencia, pidiendo se aumente la protección arancelaria de este artículo, para competir con los abanicos del Japón. En esta fábr-

ca concedió también S.M. cuatro cruces de Isabel la Católica a otros tantos obreros”.

Se importaban de Oriente maderas exóticas, nácar, carey y marfil, utilizado en el varillaje, pero en los años 20 nos encontramos que algunas fábricas de Valencia deslocalizaron parte de la producción realizando aquí el diseño y remitiendo los patrones sobre sedas pintadas al gouasch a grupos externos como por ejemplo los importadores de Kioto. Allí se hacía la producción a partir de la edición seriada de los países sobre litografía, montándolos luego sobre varillaje de maderas ligeras, y así se aprovechaba el menor coste de producción. C. Rodrigo recoge un texto de Eduardo Martínez-Sabater y Seguí (Dito) (1896-1946) en el que se mencionan los principales mercados del abanico valenciano en 1918: “exportaba considerables cantidades de palmitos y varillajes a toda la América del Sur, Francia, Alemania, Italia, Austria, Suiza, e Inglaterra”.

En cuanto al diseño, se dieron varias situaciones. Por un lado, se defendía que los abanicos más ricos en materiales y decoración debían seguir reproduciendo los estilos históricos. Este “casticismo” fue defendido por Manuel González Martí como una de las virtudes de la producción ya que, en su concepto, el espíritu local manifestaba su identidad en ello. Así el regionalismo y ciertas variedades localistas del novecentismo apoyaron esta tendencia. Estableciendo un símil entre abanico y cerámica, esta postura justificó el apoyo de González Martí a afamadas figuras de trayectoria regeneracionista como José Gimeno Martínez (1889-1967), José Mateu Cervera (1892-1977), Julio Llopis Garrido (1896-1970) o Francisco Aguar Tarín (1900-1970) e impregnaría su acción al frente de la dirección de la Escuela de Cerámica de Manises (1922-1936/1939-47). Por otra parte, era habitual entre los abaniqueros la copia de cuadros famosos o reconocidos para ornamentar obras costosas, aspecto que fue criticado por el artista contemporáneo Ricardo Agrasot (1875-1966), hijo del pintor Joaquín Agrasot Juan (1836-1919), por la desvirtuación de la obra que exigía la adaptación al abanico.

Surgió también el abanico publicitario, dedicado a la presentación de la cartelería o la ilustración que anunciaba los grandes eventos, como la Exposición Regional Valenciana de 1909, o la Nacional de 1910. Indica C. Rodrigo que, en relación con la exposición Regional Valenciana de 1909, el pabellón de abanicos fue ampliamente comentado en la revista *Impresiones*, fundada y dirigida por Manuel González Martí en 1908, a la sazón más conocido por su pseudónimo Folchi, que usaba como afamado caricaturista. La extensa cita menciona que el pabellón exhibía el proceso completo de pro-

ducción del abanico, desde un espacio para la confección del varillaje hasta “un pequeño taller de pintura de abanicos... unos cuantos artistas pintaron con gran dominio y facilidad flores y escenas típicas de costumbres valencianas, y como final el complemento, cuatro lindas muchachas unían los varillajes con las telas”. En cuanto a las tendencias estéticas del momento la noticia señala: “Otra cosa hay que hacer notar; la evolución que ha sufrido el arte en el abanico; antes ya se sabía; no veíamos otra cosa en las telas que la consabida pastora con su cestito de flores, la ninfa rodeada de cupidos o la obligada parejita del casacón, hoy en el abanico se admite todo, desde las notas de color más atrevidas de las tendencias modernas, hasta las originalidades más raras y caprichosas; hay también arte serio, todo armonizando con el varillaje y sin perder la fantasía que debe presidir siempre estos trabajos”. En el mismo texto se llama la atención sobre el obsequio a los visitantes masculinos de “un elegante abanico de caballero: el varillaje de madera violeta, y en la tela una escena del concurso hípico muy bien pintada”.

El abanico estuvo presente en otras grandes exposiciones universales, como en la Exposición Iberoamericana de Sevilla o en la Internacional de Barcelona (1929), donde se instalaron pabellones específicos para presentar la industria abaniquera. En ellas se formentó la producción de vistas monumentales (el barrio de Santa Cruz, los Reales Alcázares, La Giralda), palacios conmemorativos (Montjuic en Barcelona, o el de la Plaza de España de Sevilla), jardines, etc. como un evidente producto de promoción turística de la que el Museo Nacional de Cerámica conserva interesantes ejemplares.

El abanico procuró actualizarse ofreciendo nuevos formatos en especial a través de las propuestas pioneras del abaniquero catalán León Bergadá, de quien vemos en el catálogo de 1919 que promovió la forma museílica con gran éxito, que se añadió a otras propuestas innovadoras anteriores como las morfologías balón o manón. En temática ornamental se incorporaron decoraciones simbolistas de escenas oníricas, imaginados fondos abisales, también temas florales geometrizados como las rosas Macintosh, elementos futuristas, motivos egipcizantes surgidos a partir del impacto que provocó el descubrimiento de la tumba de Tutankamón en 1922, así como temas de gusto específico como cabezas de perros, gatos, caballos, aves, escenas de hípica, retratos de españolas castizas con sus mantones y peinetas, pero también de damas con indumentaria típica de los felices años veinte o Déco, así como portando grandes e innovadores sombreros como los que era habitual ver en eventos como en las carreras de caballos del Grand National del Reino Unido. Con



Fig. 2. Abanico con vistas de monumentos de París. Museo Nacional de Cerámica, inv. CE2/2174, donación herderos de Adolfo Rincón de Arellano y Isabel María de Castellví.

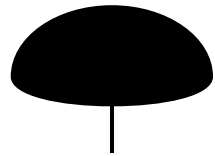
ello se pretendía abarcar sectores sociales de gustos específicos, tanto nacionales como del extranjero.

Entre los nombres de diseñadores de países de abanicos encontramos a Marian Pedrero, Miravent, Lengo, Riquer o Josepa Teixidor. En València destacaron en el ámbito del cartelismo, el diseño gráfico y de su aplicación al abanico Luís Dubón, Francisco Catalá, José Brú y su nieto José Ivancos Brú, así como Francisco Pont. Destaca la figura de Francisco Povo, reconocida expresamente por el crítico José Francés Agramunt (1868-1951) en el catálogo de la exposición de abanicos del Salón del Círculo de Bellas Artes de Madrid en 1919.

El Museo exhibió durante muchos años una sala con la colección de los abanicos que aportó Amelia Cuñat a la donación fundacional. Desgraciadamente, la sedas, pieles y encajes que suelen conformar sus países, el frágil gouasch de sus pinturas, el encolado y el varillaje de marfil o nácar, difícilmente permiten la exhibición durante largo tiempo de este tipo de bienes y por ello el criterio técnico fue sustituirla por la presentación de exposiciones temporales de las que hasta la fecha hemos celebrado cinco, además de la que arroja este catálogo. A lo largo de la vida del Museo, que en 2022 cumple los 75 años de existencia, han sido más de En las dos primeras décadas de funcionamiento del

Museo ingresaron en sus colecciones un total de 171 ejemplares, con un número máximo de donaciones entre 1960 y 1969. En estos últimos años la colección ha alcanzado la cifra de casi 600 ejemplares, en especial por la importante donación de los herederos de D. Alfonso Rincón de Arellano con un centenar de magníficos ejemplares, y de D. Jordi Martí Magraner, constituida ésta por diseños de países de abanico de los años 1910 a 1930, muchos de ellos marcados con los sellos de los importadores de Kioto y otros lugares. En algunos de ellos se conoce incluso la autoría como en el abanico pintado por Pascual Capuz, entregado por D^a. Josefina Lloret de García Oliver, o en dos países decorados por su autor D. Salvador Sanchis Puchol de París, y otro realizado por Luís García Falgás, entregado por D^a. Vicenta Oliver.

El abanico es una industria viva y se renueva a las necesidades de hoy como ha hecho siempre, desde que se adoptó el primer paipái hasta que se introdujo la sofisticación del varillaje realizado con elementos preciosos. Hoy, debe continuar de acuerdo con las necesidades de nuestra sociedad y la presente exposición es una magnífica evidencia de que artesanía y diseño trabajan de la mano para seguir evanzando en esta historia milenaria que tantos episodios memorables escribió en València.



The National Museum of Ceramics was fruit of the efforts of Manuel González Martí (1876-1972) and Amelia Cuñat y Monleón (1878-1946), collectors, passionate about art and innovation, proud descendants of this Valencian land; they expressed this by dedicating their lives with passion to everything that was the recognition and promotion of ceramics, the fan, clothing, painting, art, tradition, folklore and the history of Valencia. Vicente Blasco Ibáñez (1867-1928), whom they considered their lighthouse, teacher and friend, expressed some thoughts in his speech on his appointment as Honorary Director of the Centre of Valencian Culture in 1921, which became the mission of the future National Museum of Ceramics that would finally be founded by the donation that materialised Manuel and Amelia's wish in 1947: "...we must do something practical: here we must build the Museum of Valencia, where first, there are the modest, small photographs, but like a sort of Parthenon of all the men who have written verses, novels or historical works, of every Valencian who has produced something intellectually, they must all be there. After that, we could show everything that refers to our fishing, our navigation, our customs, about the tradition of the "grupas" when they run for the jewel; then, life represented by wax figures: just imagine with all the artists that we have here the things that can be done. And in another aspect of life, putting figures in authentic Valencian costumes so that foreigners could see what the kitchen of the barraca was like at night, when the mother is cooking and the father has come home tired from work...There is enough to talk about this for two hours. Imagine what our artists can do, what an interesting museum, and how people coming here would say: I have seen Valencian life! Right now I was thinking of calling a meeting of all the sculptors of Valencia, all the painters, all the carvers, these artists who are between art and craft, who have trades that we could call artistic trades, and to ask everyone to lend themselves to this work..."

It was clear that the fan was an integral part of this reflection, both because of Blasco Ibáñez's knowledge of everyday life in Valencia, in which the fan played an inescapable role, as he masterfully reflected in his novels, and because of Amelia Cuñat y Monleón's fondness for collecting fans, as well as being an assiduous user. Also because of the relationship that M. González Martí had with the Fábrica de Abanicos Viuda de Caballer, as she designed advertisements for the firm in 1908.

The importance that certain Valencian intellectuals attached to the fan led to the organisation of both

temporary exhibitions and conferences. The one organised in 1925, curated by Manuel González Martí himself, caused a great impact. It showed some two hundred fans from the collections of the Baroness of La Linde, of the Marchioness of Benicarló, of Antonia Rodríguez de Llorca, of Madame Jacob, wife of the engineer Néstor Jacob, of the manufacturer Francisco Caballer, of Miguel Polo and Luis Almunia, of the Count of Trigona, of Mrs. de Grollo and of Natividad Domínguez. Eduardo López Chávarri (1871-1970), a famous musicologist and journalist, was the lecturer, recognised and acclaimed for the quality of his talks in numerous articles in the daily press. In the same year, the presence of Valencian fans at the International Exhibition of Modern Decorative and Industrial Arts, in Paris was important. In the catalogue of la Spanish Section, the fan-makers Antonio Esteve and Juan Llorens appear as exhibitors in the Grand Palais, 1st floor gallery. They had been selected by Manuel González Martí himself, acting as regional curator in support of the Spanish curatorship exercised by Rafael Doménech Gallisá (1874-1929), director of the National Museum of Decorative Arts of Madrid.

The Valencian fan industry had already been internationalised in the 19th century with the factories of Colomina, A. Sanz and Carbonell. The main market was the Spanish overseas territories, especially in America, but the possession of the Philippine Islands opened up a clear connection with China and Japan. Carmen Rodrigo Zarzosa reports the chronicle of Alfonso XIII's visit to the Prior fan factory in 1906, which is illustrative of this fact and the context:

"At the Prior fan factory. - H.M. arrived at this important factory of Mr. José María Prior at a quarter to twelve. The music of the Casa de Beneficencia (House of Charity) played the Royal march, and the immense public in the street gave him a warm ovation, repeated inside the workshops by the three hundred workers. Mr. Prior and his sons accompanied the monarch, explaining to him all the work of the factory. The manufacturer's wife gave Mr. Alfonso, for his august mother, a beautiful ebony fan with lace fabric from Brussels, and another one made of kidskin for his sister Infanta María Teresa. She also offered a fan for the future Queen when D. Alfonso gets married. The workers presented the King with an ivory and gold pen, and the workers with a diploma of greeting enclosed in a carved gold frame. Mr. Prior presented him with an exhibition of the fan manufacturers of Valencia, asking for an increase in the tariff protection of this article, in order to compete with the fans of

Japan. In this factory, H.M. also awarded four crosses of Isabella the Catholic to as many workers".

Exotic woods, mother-of-pearl, tortoiseshell and ivory, used in the rods, were imported from the Orient, but in the 1920s we find that some factories in Valencia delocalised part of the production, making the design here and sending the patterns on gouache painted silks to external groups such as the importers in Kyoto. There, production was based on the serialised edition of the countries on lithographs, which were then mounted on light-wooden rods, thus taking advantage of the lower production costs. C. Rodrigo quotes a text by Eduardo Martínez-Sabater y Seguí (Dito) (1896-1946) which mentions the main markets for the Valencian fan in 1918: "he exported considerable quantities of palm hearts and sticks to all of South America, France, Germany, Italy, Austria, Switzerland and England".

In terms of design, there were several situations. On the one hand, it was argued that fans richer in materials and decoration should continue to reproduce historical styles. This purity was defended by Manuel González Martí as one of the virtues of production since, in its concept the local spirit manifested its identity in it. Thus regionalism and certain localist varieties of noucentisme supported this tendency. Establishing a simile between the fan and ceramics, this position justified González Martí's support for famous figures of regenerationist trajectory such as José Gimeno Martínez (1889-1967), José Mateu Cervera (1892-1977), Julio Llopis Garrido (1896-1970) or Francisco Aguar Tarín (1900-1970) and would impregnate his action at the head of the Manises School of Ceramics (1922-1936/1939-47). On the other hand, it was common among fan painters to copy famous or well-known paintings to decorate expensive works, an aspect that was criticised by the contemporary artist Ricardo Agrasot (1875-1966), son of the painter Joaquín Agrasot Juan (1836-1919), for the distortion of the work that the adaptation to the fan demanded.

The fan for advertising also emerged, dedicated to the presentation of posters or illustrations that advertised major events, such as the Regional Valencian Exhibition of 1909 or the National Exhibition of 1910. C. Rodrigo indicates that, in relation to the 1909 Valencian Regional Exhibition, the fan pavilion was extensively commented on in the magazine *Impresiones*, founded and edited by Manuel González Martí in 1908, at the time better known by his pseudonym Folchi, which he used as a famous caricaturist. The extensive citation mentions that the pavilion exhibi-

ted the entire fan production process, from a space for making the fan rods to “a small fan painting workshop... a few artists painted with great mastery and ease flowers and scenes typical of Valencian customs, and as a final complement, four pretty girls joined the rods to the fabrics”. As for the aesthetic trends of the time, the article states: “Another thing to note is the evolution that the art of the fan has undergone; before it was already known; we did not see anything else in the fabrics than the usual shepherdess with her basket of flowers, the nymph surrounded by cupids or the obligatory couple of lovebirds, today in the fan everything is admitted, from the most daring notes of colour of the modern trends, to the strangest and most capricious originalities. There is also serious art, all in harmony with the fan and without losing the imagination that must always be present in these works”. In the same text, attention is drawn to the gift to male visitors of “an elegant gentleman’s fan: the violet wooden rod, and on the canvas a very well painted scene of a horse-riding contest”.

The fan was present at other major universal exhibitions, such as the Ibero-American Exhibition in Seville and the International Exhibition in Barcelona (1929), where specific pavilions were set up to present the fan industry. The production of monumental views (the Santa Cruz district, the Reales Alcázares, La Giralda), commemorative palaces (Montjuic in Barcelona, or the one in the Plaza de España in Seville), gardens, etc. as an obvious tourist promotion product of which the National Museum of Ceramics preserves interesting examples.

The fan tried to update itself by offering new formats, especially through the pioneering proposals of the Catalan fan-maker León Bergadá, whose 1919 catalogue shows that he promoted the muse-tte shape with great success, which was added to other earlier innovative proposals such as the ballon or manon morphologies. The ornamental themes included symbolist decorations of dreamlike scenes, imaginary abyssal backgrounds, geometrical floral themes such as Macintosh roses, futuristic elements, Egyptian motifs arising from the impact of the discovery of Tutankhamun’s tomb in 1922, as well as themes of specific taste such as dog heads, cats, horses, birds, equestrian scenes, portraits of traditional Spanish women with their shawls and combs, but also of ladies in typical 1920s or Deco costumes, as well as wearing large, innovative hats such as those commonly seen at events such as the Grand National horse races in the United Kingdom.

This was intended to cover social sectors with specific tastes, both at home and abroad.

Among the names of designers of fan countries are Marian Pedrero, Miravent, Lengo, Riquer and Josepa Teixidor. In Valencia, Luís Dubón, Francisco Catalá, José Brú and his grandson José Ivancos Brú, as well as Francisco Pont, stood out in the field of poster design, graphic design and its application to the fan. The figure of Francisco Povo stands out, expressly recognised by the critic José Francés Agramunt (1868-1951) in the catalogue of the exhibition of fans at the Salón del Círculo de Bellas Artes in Madrid, in 1919.

For many years the Museum exhibited a room with the collection of fans that Amelia Cuñat contributed to the founding donation. Unfortunately, the silks, furs and lace that usually make up its cultures, the fragile gouache of its paintings, the gluing and the ivory or mother-of-pearl rods, make it difficult to exhibit this type of goods for long periods of time, and so the technical criterion was to replace it with the presentation of temporary exhibitions, of which we have held five to date, in addition to the one that is the subject of this catalogue. Throughout the life of the Museum, which will be 75 years old in 2022, there have been more than 171 specimens in its collections in the first two decades of the Museum’s existence, with a maximum number of donations between 1960 and 1969. In recent years the collection has reached the figure of almost 600 specimens, especially due to the important donation of the heirs of Mr. Alfonso Rincón de Arellano with a hundred magnificent specimens, and of Mr. Jordi Martí Magraner, consisting of fan designs from the years 1910 to 1930, many of them marked with the stamps of the importers in Kyoto and other places. In some of them the authorship is even known, as in the fan painted by Pascual Capuz, given by Ms. Josefina Lloret de García Oliver, or in two countries decorated by their author Mr. Salvador Sanchis Puchol from Paris, and another one made by Luís García Falgás, given by Ms. Vicenta Oliver.

The fan is a living industry and renews itself to the needs of today as it has always done, since the first paipái was adopted until the introduction of the sophistication of the rod made with precious elements. Today, it must continue in accordance with the needs of our society and the present exhibition is magnificent evidence that craftsmanship and design work hand in hand to continue evolving in this millenary history that wrote so many memorable episodes in Valencia.

BIBLIOGRAFÍA / BIBLIOGRAPHY

- Amorós Amaya, Elisa (1999): *La fabricación del abanico en Valencia*. Valencia, Ayuntamiento.
- Arlandis, Lisard (1971): “El arte del abanico”. Valencia Atracción, agosto de 1971, pp. 4-5.
- Coll Conesa, Jaume (2002): “La formación de la colección de abanicos del Museo Nacional de Cerámica”, en Colección de abanicos del Museo Nacional de Cerámica. Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí, pp. 15-18.
- Domínguez González, Enrique (1958): Catálogo-Guía del Museo Nacional de Cerámica «González-Martí». Valencia, 1958, 3era. ed., 87 p.
- González Martí, Manuel (1964): Museo Nacional de Cerámica «González Martí». Madrid 1964.
- González Martí, Manuel (1960): “El legado de Lucrecia Bori para el Museo de Cerámica”. Las Provincias, 22 de octubre 1960.
- González Martí, Manuel (1965): Museo Nacional de Cerámica «González Martí». Boletín de Información Municipal, 46, Valencia, 1965, pp. 4-69.
- Llanes, Lillian (2000): *Juguetes para Ícaro, abanicos de dos mares*. Catálogo de la exposición celebrada en Valencia en el Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí. Valencia, Generalitat Valenciana.
- Museu del Palmito d'Aldaia (2015): *Aldaia cuna de la producció del abanico*. Aldaia, Ajuntament d'Aldaia.
- Casaní Rel, María del Carmen (2017): *La fabricación de abanicos en Valencia en los siglos XIX y XX*, Tesis doctoral, Univesidad de València.

- Martínez Sabater, Eduardo (1918): “L’Art del Palmito” , D’ací D’alla.
- Pérez Rojas, Javier (dirección científica) (2003): *Un país de abanicos. La colección Mediterrannée*. Textos, Fco. Javier Pérez Rojas,
- Carmen Rodrigo Zarzosa, Jaume Coll Conesa. Museo Nacional de Cerámica, Valencia.
- Pérez Rojas, Javier (dirección científica) (2006): *Abanicos para los tiempos modernos*. Museo Municipal de Arte Contemporáneo de Madrid. Reig y Flores, Juan (1881): *La industria abaniquera en Valencia 1900-1936*. Madrid, Tipografía de Archivos.
- Rodrigo Zarzosa, Carmen (dirección científica) (2002): *Colección de abanicos del Museo Nacional de Cerámica*. Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí.
- Rodrigo Zarzosa, Carmen (2003): “La industria abaniquera en Valencia”, en *Un país de abanicos. La colección Mediterrannée*. Valencia, Museo Nacional de Cerámica.
- Rodrigo Zarzosa, Carmen (2008): *El abanico español. La colección del Marqués de Colomina*. Lugo, Fundación Caixa Galicia, Valencia, Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí.
- Rodrigo Zarzosa, Carmen (2014): *Nuevos aires para el Museo: la donación de abanicos de Adolfo Rincón de Arellano García e Isabel*
- María Castellví Trénor, *XVIII Condesa de la Villanueva*. Textos Carmen Rodrigo Zarzosa y José Luís Valverde.
- Soler, María Paz (1985): Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias «González Martí», Ministerio de Cultura, Madrid, 1985.

ELS PALMITOS
I EL SEU DISSENY.
LOS ABANICOS
Y SU DISEÑO.
FANS AND
THEIR DESIGN.



NEW YORK

ÁNGEL BLAY

Amb l'invent del globus aerostàtic i la seva presentació a París es va posar de moda el palmito de poc vol anomenat "Globus" en francès. El disseny d'aquesta peça està inspirat en aquesta tipologia de palmito. Vol rendir homenatge a edificis com el Chrysler o l'Empire State. Una combinació de dos tipus de nacre, com la mare perla australiana i l'Haliotis Abalone verda del Golf de Mèxic, evocuen l'Art Deco dels gratacels de Nova York.

Con el invento del globo aerostático y su presentación en París se pusieron de moda los abanicos de poco vuelo llamados "Globo" en francés. El diseño de esta pieza está inspirado en esa tipología de abanico. Quiere rendir homenaje a edificios como el Chrysler o el Empire State. Una combinación de dos tipos de nácar como el madreperla australiano y el Aliotis Green Abatone del Golfo de México, evocan el Art Deco de algunos rascacielos de New York.

With the invention of the hot-air balloon and its presentation in Paris, the low-flying fan called "Globo" in French became fashionable. The design of this piece is inspired by this type of fan. It pays homage to buildings such as the Chrysler or the Empire State Building. A combination of two types of mother-of-pearl, Australian mother-of-pearl and Haliotis Green Abalone from the Gulf of Mexico, evoke the Art Deco style of New York skyscrapers.



RITA

ANTONIO SERRANO

Inspirat en els models on el varillatge pren importància per les seves formes o perquè tot ell és el “país”, espai i lloc on s’explicaven històries, filigranes i escenes d’època. “En aquest disseny porto a col·lació motius estampats que recorden aquells dissenys anglesos del segle XIX i la forma del seu varillatge porten a la nostra memòria objectes que sempre han estat entre nosaltres, en aquesta o en una altra vida, a la nostra o a la dels nostres avantpassats”. Rita és orgànica, amb varetes en forma de Tulipa.

Inspirado en los modelos donde el varillaje cobra importancia por sus formas o porque todo él es el “país”, espacio y lugar donde se contaban historias, filigranas y escenas de época. “En este diseño traigo a colación motivos estampados que recuerdan aquellos diseños ingleses del siglo XIX y la forma de su varillaje traen a nuestra memoria objetos que siempre han estado entre nosotros, en esta o en otra vida, en la nuestra o en la de nuestros antepasados”. Rita es orgánico, con varillas en forma de Tulipán.

Inspired by the models where the rods are important because of their shapes or because they are the “leaf”, the space and place where stories, watermarks and scenes of that time period were told. “In this design I bring to mind patterned motifs that recall those English designs of the 19th century and the shape of the rods bring to mind objects that have always been with us, in this or another life, in ours or in those of our ancestors”. Rita is organic, with tulip-shaped rods.



GRETA

ANTONIO SERRANO

“Anticipar el futur al present és el treball que realitzem els dissenyadors i en aquest projecte he pogut revisar el nostre passat, la nostra memòria objectual per portar-la al present i proposar un palmito amb forma diferent, però amb tècniques digitals pròpies del nostre temps i amb la barreja d’una alta artesania, fa que l’objecte resulti d’una bellesa particular”. Greta és geomètric, amb varetes en forma de barrilet

“Anticipar el futuro al presente es el trabajo que realizamos los diseñadores y en este proyecto he podido revisar nuestro pasado, nuestra memoria objetual para traerla al presente y con ello proponer un abanico con forma diferente, pero con técnicas digitales propias de nuestro tiempo y con la mezcla de una alta artesanía, hace que el objeto resulte de una particular belleza”. Greta es geométrico, con varillas en forma de barrilete.

“Anticipating the future to the present is the work that we designers do and in this project I have been able to review our past, our objectual memory to bring it to the present and thus propose a fan with a different shape, but with digital techniques typical of our time and with the mixture of high craftsmanship, to make the object particularly beautiful”. Rita is organic, with kite-shaped rods.



ZYLS

ARNAU REYNA

“En el disseny de ZYLS preteníem interpretar el palmito com un artefacte en què el seu mecanisme quedés ocult, gairebé com un objecte màgic o una il·lusió òptica. Per això ens inspirem en l’optical art i la feina de José María Yturralde i Victor Vasarely, on cada lama es percep com una geometria en 3D conferint la sensació de ser una figura impossible”.

“En el diseño de ZYLS pretendíamos interpretar el abanico como un artilugio en el que su mecanismo quedase oculto, casi como un objeto mágico o una ilusión óptica. Para ello nos inspiramos en el optical art y el trabajo de José María Yturralde y Victor Vasarely, donde cada lama se percibe como una geometría en 3D confiriendo la sensación de ser una figura imposible”.

“In the design of ZYLS we wanted to interpret the fan as a contraption in which its mechanism was hidden, almost like a magical object or an optical illusion. For this we were inspired by the optical art and the work of José María Yturralde and Victor Vasarely, where each slat is perceived as a 3D geometry giving the sensation of being an impossible figure”.



DEA

CARLOS TÍSCAR

“El meu projecte es basa en la renúncia; des del principi vaig saber que el palmito és impossible de millorar com a objecte funcional, així que em vaig buscar una coartada que la justificués. En la història de la seva evolució com a objecte vaig trobar-ne uns de tipus bandera, un palet amb una tela rígida, i amb aquesta idea de simplicitat em vaig proposar fer un palmito mínim i barat, amb només dos pals i una tela tensada, treballant amb analogies com la hamaca penjant, l'estel i, finalment, la vela llatina. Un pal i una botavara articulats on s'enrotlla la vela quan no es fa servir. Per compensar la parquedat del disseny vaig incorporar els estampats elegants de @maiteprints”.

“Mi proyecto se basa en la renuncia; desde un principio supe que el abanico es imposible de mejorar como objeto funcional así que me busqué una coartada que la justificara. En la historia de su evolución como objeto encontré unos de tipo bandera, un palito con una tela rígida, y con esta idea de simplicidad me propuse hacer un abanico mínimo y barato, con solo dos palos y una tela tensada, trabajando con analogías como la hamaca colgante, la cometa y, finalmente, la vela latina. Un mástil y una botavara articulados donde se enrolla la vela cuando no se usa. Para compensar la parquedad del diseño incorporé los elegantes estampados de @maiteprints”.

“My project is based on renunciation; from the beginning I knew that the fan is impossible to improve as a functional object so I looked for an alibi to justify it. In the history of its evolution as an object I found some of the flag type, a small stick with a rigid fabric, and with this idea of simplicity I set out to make a minimal and cheap fan, with only two sticks and a stretched fabric, working with analogies such as the hanging hammock, the kite and, finally, the Lateen sail. A hinged mast and boom where the sail is furled when not in use. To compensate for the sparseness of the design I incorporated the elegant prints of @maiteprintsdesign”.



CHESS

ELI GUTIÉRREZ

El disseny del palmito CHESS sorgeix de la convergència entre artesania, disseny i innovació on les línies al·ludeixen a un nou idioma dins del palmito. Aquestes línies creen la seva característica “trama” en forma de escaquer que ens facilita el seu plegat una vegada volem guardar-lo, fent-ne un objecte versàtil i de reduïdes dimensions. La peça s’elabora a partir de tires de diferents tipologies de fusta que s’entrellacen entre elles donant lloc a l’estructura del mateix palmito.

El diseño del abanico CHESS surge de la convergencia entre artesanía, diseño e innovación donde sus líneas aluden a un nuevo idioma dentro del abanico. Estas líneas crean su característica “trama” en forma de damero que nos facilita su plegado una vez queremos guardarlo, haciendo de él un objeto versátil y de reducidas dimensiones. La pieza se elabora a partir de tiras de diferentes tipologías de madera que se entrelazan entre ellas dando lugar a la estructura del propio abanico.

The design of the CHESS fan arises from the convergence of craftsmanship, design and innovation where its lines allude to a new language within the fan. These lines create its characteristic “weave” in the form of a checkerboard that makes it easy to fold once we want to store it, making it a versatile object of reduced dimensions. The piece is made from strips of different types of wood that are interwoven together to form the structure of the fan itself.



NÁCAR

INMA BERMÚDEZ

“Mitjançant formes sintètiques i depurades, fugint de tot ornament, hem volgut posar el focus al nacre usat per fabricar palmitos i que, combinat amb la fusta de banús del varillatge, fa de la madreperla la veritable protagonista d’aquest disseny. Les formes senzilles del palmito amaguen una complexitat tècnica que requereix un ofici i un mestratge cada cop més difícil de trobar. “NACAR” és el nostre homenatge als artesans que han mantingut viva aquesta professió”.

“Mediante formas sintéticas y depuradas, huyendo de todo ornamento, hemos querido poner el foco en el nácar usado para fabricar abanicos y que combinado con la madera de ébano del varillaje, hace de la madreperla la verdadera protagonista de este diseño. Las formas sencillas del abanico esconden una complejidad técnica que requiere de un oficio y una maestría cada vez más difícil de encontrar. “NACAR” es nuestro homenaje a los artesanos que han mantenido viva esta profesión”.

“Using synthetic and refined shapes, avoiding any ornamentation, we wanted to focus on the mother-of-pearl used to make fans, which, combined with the ebony wood of the rods, makes the mother-of-pearl the true protagonist of this design. The simple shapes of the fan hide a technical complexity that requires a craft and a mastery that is increasingly difficult to find. “NACAR” is our tribute to the craftsmen who have kept this profession alive”.



VALÈNCIA!

LUISA BOCCHIETTO

El palmito refresca el nostre cos, de vegades amaga la nostra cara, sempre ens informa estèticament. En aquest cas, la història és València WDC22, una experiència vital, plena d'atractius gràfics. “M’agrada que el logo es movia amb el moviment dels dits, obrint i tancant el palmito, i que desplegava les seves declinacions. Un logotip viu, per a un material atemporal, i una tipologia tradicional, que no es rendeix”.

El abanico refresca nuestro cuerpo, a veces esconde nuestra cara, siempre nos informa estéticamente. En este caso la historia es Valencia WDC22, una experiencia vital, llena de atractivos gráficos. “Me gustó que el logo se movía con el movimiento de los dedos, abriendo y cerrando el abanico, y que desplegaba sus declinaciones. Un logo vivo, para un material atemporal, y una tipología tradicional, que no se rinde”.

The fan refreshes our body, sometimes hides our face, always informs us aesthetically. In this case the story is Valencia WDC22, a life experience, full of attractive graphics. “I liked that the logo moved with the movement of the fingers, opening and closing the fan, and that it unfolded its declinations. A living logo, for a timeless material, and a traditional typography, which does not give up”.



DAGA

MARÍA ARROYO

El palmito és un objecte íntimament lligat al gènere, un objecte carregat de significat i lèxic, un vehicle de missatges, emocions i secrets que tantes dones van fer servir com una arma per expressar els seus desitjos. Aquest projecte intenta amplificar aquesta metàfora i la naturalesa canviant del palmito. La seva estructura modulable estimula una connexió més íntima amb la seua usuària i vol intentar retornar els seus originals valors a aquest preuat objecte.

(DAGA, és un palmito dissenyat per al desassemblatge facilitant així el seu futur reciclatge. El seu color carmesí prové de l'arrel de l'algamula reial, planta originària de la conca del Mediterrani.)

El abanico es un objeto íntimamente ligado al género, un objeto cargado de significado y léxico, un vehículo de mensajes, emociones y secretos que tantas mujeres utilizaron como un arma para expresar sus deseos. Este proyecto intenta amplificar esta metáfora y la naturaleza cambiante del abanico. Su estructura modulable estimula una conexión más íntima con su usuario e intentar retornar sus originales valores a este preciado objeto.

(DAGA, es un abanico diseñado para el desensamblaje facilitando así su futuro reciclaje. Su color carmesí proviene de la raíz de la algamula real, planta originaria de la cuenca del mediterráneo.)

The fan is an object intimately linked to gender, an object loaded with meaning and lexicon, a vehicle for messages, emotions and secrets that so many women used as a means to express their desires. This project attempts to amplify this metaphor and the changing nature of the fan. Its modular structure stimulates a more intimate connection with its user and attempts to return its original values to this precious object.

(DAGA is a fan designed to be disassembled for future recycling. Its crimson colour comes from the root of *Alkanna tinctoria* (alkanet), a plant native to the Mediterranean basin).



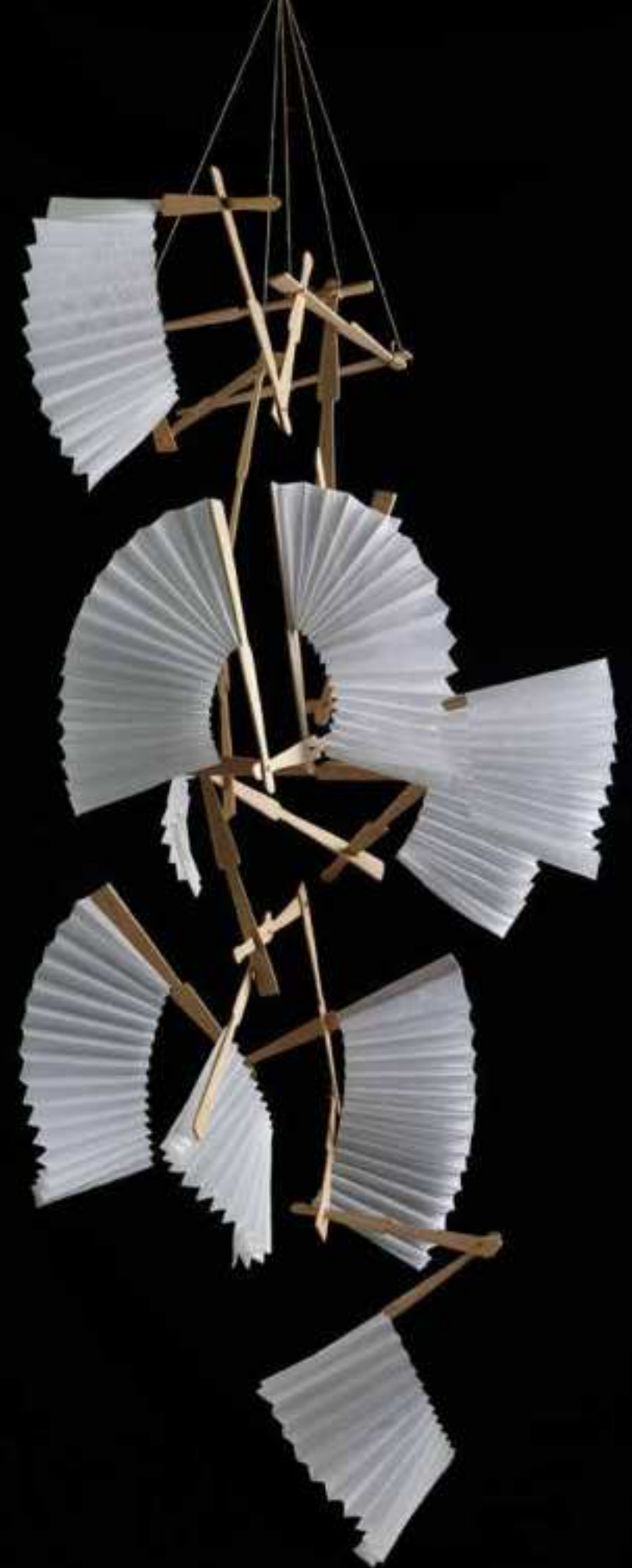
DECONSTRUCTION

NANI MARQUINA

“Descompondre per a tornar a compondre. Separar-ne les parts i a través de la repetició, posar-ne de manifest les formes simples i materials. Un elogi a l'instrument creat per satisfer una necessitat tan bàsica com donar aire”.

“Descomponer para volver a componer. Separar sus partes y a través de la repetición, poner de manifiesto sus formas simples y materiales. Un elogio al instrumento creado para satisfacer una necesidad tan básica como dar aire”.

“Decomposed and assembled wooden fan armature, with folded and bonded fabrics. The objective is to decompose in order to recompose. Separating its parts and through repetition, revealing its simple forms and materials. A tribute to the instrument created to satisfy such a basic need as giving cool air”.



PAO

NIEVES CONTRERAS

Desplega les seues plomes, nervades, en colors daurats. Exhibeix els colors, degradats, intensos, vibrants amb un blau intens, tints verds i un final rosat. Preparat per al festeig?

“Despliega sus plumas, nervadas, en colores dorados. Exhibe los colores, degradados, intensos, vibrantes. Un azul intenso, tintes verdes y un final sonrosado. ¿Listos para el cortejo?”

It unfolds its feathers, ribbed, in golden colours. It displays the colours, degraded, intense and vibrant. It has an intense blue, green tints and a rosy finish. Are you ready for the courtship?



AL VENT

PEPE GIMENO

El palmito “Al vent” s’inspira en la morfologia d’un llibre. D’ell pren el cosit del llom, per aconseguir que els seus plecs s’obrin amb la mateixa ordenada cadència que ho fan les seves pàgines. Tots dos objectes actuen a l’uníson. Ens amaguen o ens descobreixen històries i sensacions. Des de les seves pàgines i plecs ens provoquen i sedueixen avivant la nostra ment i els nostres sentits, alhora que ens intriguen i ens embelesen atrapant del tot moments de la nostra existència.

El abanico “Al vent” se inspira en la morfología de un libro. De él toma prestado el cosido del lomo, para conseguir que sus pliegues se abran con la misma ordenada cadencia que lo hacen sus páginas. Ambos objetos actúan al unísono. Nos ocultan o nos descubren historias y sensaciones. Desde sus páginas y pliegues nos provocan y nos seducen avivando nuestra mente y nuestros sentidos, a la vez que nos intrigan y nos embelesan atrapando por completo momentos de nuestra existencia.

The “Al vent” fan is inspired by the morphology of a book. It borrows from it the stitching of the spine, so that its folds open with the same orderly cadence as its pages do. Both objects act in unison. They hide or reveal stories and sensations to us. From their pages and folds they provoke and seduce us, enlivening our minds and senses, while at the same time intriguing and enrapturing us, trapping moments of our existence in their entirety.



MADRE- PERLA

RAMÓN ÚBEDA &
PEPA REVERTER

“Aquest nom tan suggeridor es refereix al nacre, un material que s'utilitzava abans, entre altres coses, per adornar palmitos. Un luxe que requereix de les millors mans artesanes. En aquest cas ocupa completament una de les cares, la que ofereix un color clar i brillant, amb reflexos iridescents. L'altra cara està revestida de fusta molt fosca, gairebé negra. És un contrast deliberat, com sol i ombra”.

“Ese nombre tan sugerente se refiere al nácar, un material que se utilizaba antaño, entre otras cosas, para adornar abanicos. Un lujo que requiere de las mejores manos artesanas. En este caso ocupa por completo una de sus caras, la que ofrece un color claro y brillante, con reflejos iridiscentes. La otra cara está revestida de una madera muy oscura, casi negra. Es un contraste deliberado. Sol y sombra”.

“This suggestive name refers to mother-of-pearl, a material that was once used, among other things, to decorate fans. It is a luxury that requires the best craftsmen's hands. In this case, it occupies one of its sides, the one that offers a clear and bright colour, with iridescent reflections. The other side is covered with a very dark, almost black wood. It is a deliberate contrast, like sun and shadow”.



SUNSET

RAMÓN ÚBEDA &
PEPA REVERTER

Aquest palmito és un homenatge al Sol. La seva radiació és el motiu de l'existència d'aquest instrument mil·lenari. L'obrim tot just comença a aixecar-se al clarejar i el tanquem quan es posa cap a la tard. És l'hora més bonica del dia, aquell moment en què canvia del groc al vermell passant pel taronja. Un natural degradat de colors càlids que es coneix com l'arc crepuscular.

Este abanico es un homenaje al Sol. Su radiación es el motivo de la existencia de este instrumento milenario. Lo abrimos apenas comienza a levantarse al amanecer y lo cerramos cuando se pone al atardecer. Es la hora más bonita del día, ese momento en el que cambia del amarillo al rojo pasando por el naranja. Un degradado natural de colores cálidos que se conoce como el arco crepuscular.

This fan is a tribute to the sun. Its radiation is the reason for the existence of this millenary instrument. We open it as soon as it begins to rise at dawn and close it when it sets at dusk. It is the most beautiful time of the day, the moment when it changes from yellow through orange to red. It has a natural gradient of warm colours known as the twilight arch.



NATHALIE

RAMÓN ÚBEDA &
PEPA REVERTER

Un homenatge a la memòria a les pioneres del disseny. En concret, Nathalie du Pasquier, una de les fundadores i la única membre femení d'aquell Memphis grup que va néixer el 1980 per desdibuixar les fronteres entre l'art i el disseny. Va ser la darrera revolució i fins que no arribi la propera, seguirem recordant els seus jocs de geometries i el ritme de la repetició en aquest trosset de palmito.

Un homenaje a la memoria y a las pioneras del diseño. En concreto a Nathalie du Pasquier, una de las fundadoras y el único miembro femenino de aquel grupo Memphis que nació en 1980 para desdibujar las fronteras entre el arte y el diseño. Fue la última revolución y hasta que no llegue la próxima seguiremos recordando sus juegos de geometrías y el ritmo de la repetición en este trocito de viento.

This is a tribute to the memory and to the female pioneers of design. Specifically to Nathalie du Pasquier, one of the founders and the only female member of the Memphis group that was born in 1980 to blur the boundaries between art and design. It was the last revolution and until the next one arrives we will continue to remember her games of geometries and the rhythm of repetition in this little piece of fan.



NUEVOS AIRES

RICARD FERRER

Nuevos Aires és un exercici de síntesi que renova l'arquetip, una mirada des del disseny que manté el compromís amb la qualitat del material i la manufactura artesanal. La fusta de noguera i la tela conformen un conjunt que es plega màgicament gràcies a uns imants ocults. La flexibilitat de l'objecte en mà introdueix una gestualitat nova, pròpia de cada usuari, reinterpretant l'aspecte ritual característic de la tradició cultural del palmito.

Nuevos Aires es un ejercicio de síntesis que renueva el arquetipo, una mirada desde el diseño que mantiene el compromiso con la calidad material y la manufactura artesanal. La madera de nogal y la tela conforman un conjunto que se pliega mágicamente gracias a unos imanes ocultos. La flexibilidad del objeto en mano introduce una nueva gestualidad, propia de cada usuario, reinterpretando el aspecto ritual característico de la tradición cultural del abanico.

Nuevos Aires is an exercise in synthesis that renews the archetype, a look from design that maintains the commitment to the material quality and craftsmanship. The walnut wood and the fabric form an ensemble that folds magically thanks to hidden magnets. The flexibility of the object in hand introduces a new gestuality, specific to each user, reinterpreting the ritual aspect characteristic of the cultural tradition of the fan.



TSURU

SOHEI ARAO & SUMIKO ARAO

Com les grues que obren les ales al vol, el palmito Tsuru es desplega i alhora es recompon. La seva estructura tridimensional permet desplegar-lo de forma espiral mitjançant els fendits diagonals del full de paper que amb la guarda de fusta triangular, el guia perquè el full de paper capgiri. El seu moviment, ens recorda el Tsuru* aletejant. El full de paper porta un dibuix de Suminagashi, com tinta monocroma fluïnt. Un art considerat com de bon auguri des de l'època antiga al Japó, com la pròpia grua. Espero que el meu palmito us porti bon aire.

*Tsuru significa grulla en japonès.

“Como las grullas que abren sus alas al vuelo, el abanico Tsuru se despliega y a la vez se recompone”. Su estructura tridimensional permite desplegarlo de forma espiral mediante los hendidos diagonales de la hoja de papel que con la guarda de madera triangular, lo guía para que la hoja de papel de la vuelta. Su movimiento, nos recuerda al Tsuru* aleteando. La hoja de papel lleva un dibujo de Suminagashi, tinta monocroma fluyendo. Un arte considerado como auspicioso desde la época antigua en Japón, como la propia grulla. Espero que mi abanico os lleve buen aire.

*Tsuru significa grulla en japonés.

Like cranes opening their wings in flight, the Tsuru fan unfolds and at the same time recomposes itself. Its three-dimensional structure allows it to be unfolded in a spiral shape by means of the diagonal slits in the sheet of paper, which with the triangular wooden guard guides it so that the sheet of paper turns around. Its movement is reminiscent of the flapping Tsuru*. The sheet of paper bears a drawing of Suminagashi, a monochrome ink flowing. An art considered as auspicious since ancient times in Japan, like the crane itself. I hope my fan brings you good cool air.

*Tsuru means crane in Japanese.



POCKET

TERENCE WOODGATE

Palmito mínim. Sempre busco la solució mínima, ja que m'interessa més la resta que no pas la suma. Per tant, volia que el palmito fos compacte, tan petit que pogués cabre en una butxaca, com un iPhone. Tot partia d'aquell pensament. La forma es va tornar rectangular amb cantons arrodonits suaus. El primer full és més gran i de la mida exacta d'un iPhone, cosa que va permetre sostenir i obrir fàcilment el palmito. És mínim, funcional i elegant.

“Abanico mínimo. Siempre busco la solución mínima, ya que me interesa más la resta que la suma. Por lo tanto, quería que el abanico fuera compacto, tan pequeño que pudiera caber en un bolsillo como un iPhone. Todo partía de ese pensamiento. La forma se volvió rectangular con esquinas redondeadas suaves. La primera hoja es más grande y del tamaño exacto de un iPhone, lo que permitió sostenerla y abrirla fácilmente. Mínimo, funcional y elegante”.

It's a minimal fan. I always look for the minimal solution, as I am more interested in subtraction than addition. Therefore, I wanted the fan to be compact, so small that it could fit in a pocket like an iPhone. Everything started from that thought. The shape became rectangular with soft rounded corners. The first piece is larger and the exact size of an iPhone, which made it easy to hold and open. It is minimal, functional and elegant.



SENZU

VICENT MARTÍNEZ

El vol del palmito. Explica la tradició que al Japó, durant el regnat de l'emperador Tengi, un veí de Tamba, després de contemplar detingudament el volar dels ratpenats, va concebre el projecte de fer palmitos amb fulles unides per una cinta. A aquests palmitos els va anomenar “Kuwahori”, paraula que en japonès significa ratpenat. Amb el temps aquests palmitos van passar a anomenar-se “Senzu”. Aquest palmito es va incorporar el 2021 a l'univers d'objectes de l'editora Mad Lab.

“El vuelo del abanico. Cuenta la tradición, qué en Japón, durante el reinado del emperador Tengi, un vecino de Tamba, después de contemplar detenidamente el volar de los murciélagos, concibió el proyecto de hacer abanicos con hojas unidas por una cinta. Y se llamó “Kuwahori” a estos abanicos, palabra que en japonés significa murciélago”. Con el tiempo estos abanicos pasaron a denominarse “Senzu”. Este abanico se incorporó en 2021 al universo de objetos de la editora Mad Lab.

The flight of the fan. Tradition has it that in Japan, during the reign of Emperor Tengi, a neighbour of Tamba, after carefully contemplating the flight of bats, he conceived the project of making fans with leaves joined by a ribbon. And he called these fans “Kuwahori”, a Japanese word meaning “bat”. Eventually these fans were renamed “Senzu”. This fan was incorporated in 2021 into Mad Lab's universe of objects.



SAKANA

YUKARI TAKI

“Noto que em frega sota l'aigua, sento pessigolles... està fresc i el seu contacte és suau i lleuger, si ho intento agafar entre les mans, s'escorre amb lleugeresa. Surto de l'aigua, però fa calor i busco alguna cosa que em doni una mica d'alleujament, ni tan sols momentani... De sobte, el petit peixet platejat ha saltat jugar del riu i es bressola compassadament a la meva mà. Les ràfegues de frescor que impulsa m'acaronen i reconforten el rostre. La seva brillant armadura em resulta agradable al tacte, tan fina i sedosa. Torno a agitar el meu canell i ja sense sufocació, apropo la meva cara a aquest nou amic i li pregunto: D'on vens, peixet? - Peix jo no sóc, de nacre m'han fet, de restes de valves que ja ningú no vol”.

“Noto que me roza bajo el agua, siento cosquillas... está fresco y su contacto es suave y ligero, si lo intento coger entre mis manos, se escurre con ligereza. Salgo del agua pero hace calor y busco algo que me dé un poco de alivio, siquiera momentáneo... De repente, el pequeño pececillo plateado ha saltado juguetón del río y se mece acompasadamente en mi mano. Las ráfagas de frescor que impulsa me acarician y reconfortan el rostro. Su brillante armadura me resulta agradable al tacto, tan fina y sedosa. Vuelvo a agitar mi muñeca y ya sin sofoco, acerco mi cara a este nuevo amigo y le pregunto: -¿De dónde vienes, pescadito? -Pescado no soy, de nácar me han hecho, de restos de valvas que ya nadie quiere”.

“I feel it brush against me under the water, I feel it tickle... it is cool and its touch is soft and light, if I try to hold it in my hands, it slips away lightly. I get out of the water, but it's hot and I look for something to give me some relief, even momentary... Suddenly, the little silver fish has jumped playfully out of the river and is rocking rhythmically in my hand. The gusts of coolness it propels caress and comfort my face. Its shining armour feels pleasant to the touch, so fine and silky. I shake my wrist again and, no longer suffocating, I bring my face close to this new friend and ask him: - Where are you coming from, little fish? - I'm not a fish; I'm made of mother-of-pearl, from the remains of shells that no one wants anymore”.



DIÀLEGS ENTRE ARTESANIA I DISSENY INDUSTRIAL. UNA APROXIMACIÓ.

DIÁLOGOS ENTRE LA ARTESANÍA Y EL DISEÑO INDUSTRIAL. UNA APROXIMACIÓN.

DIALOGUES BETWEEN CRAFTS AND INDUSTRIAL DESIGN. AN APPROACH.

C. Rafael Martínez-Martínez
Universitat de València

Valencià

Sovint oblidem que, des de l'Antiguitat i fins al segle XVIII, l'art es concebia com a *téchne*; és a dir, com una sèrie d'habilitats molt diverses. El parèntesi que va del segle XVIII fins a la irrupció de les avantguardes del segle XX és el que va donar lloc a les Belles Arts: l'artista com a intel·lectual, o fins i tot com a geni romàntic; l'obra d'art com a ens autònom, segons el dictum kantian. Des de l'urinari de Marcel Duchamp fins als nostres dies, les pràctiques artístiques han quedat lligades majoritàriament a la filosofia de l'art, que és el que s'han convertit, en el millor dels casos.

Ja al segle XIX, William Morris proposava a les seves arengues i escrits —cosa que, no cal dir-ho, es va quedar en mera proposta— un retorn als orígens a través de la integració de les arts, tal com ho va posar de manifest en una conferència titulada “Les arts menors”, dictada el 1877:

Ha estat només en els darrers temps i en les més intricades condicions de vida que s'han separat les unes de les altres i jo mantinc que aquesta separació és dolenta per a les arts en conjunt: les menors es tornen trivials, mecàniques i grolleres, incapaços de resistir els canvis que imposen la moda o la deshonestedat, mentre que les més grans, encara que durant un temps les practiquin homes de ments notables i mans sorprenents, sense l'ajuda de les menors i sense ajudar-se les unes a les altres segur que perden la seva dignitat d'arts populars i no es converteixen sinó en accessoris avorrits de la pompa absurda o en joguines enginyoses d'uns pocs homes rics i ociosos.

Tot i així, el pensament de Morris (molt influït per John Ruskin, sobretot per algunes pàgines de *Las piedras de Venecia*) va ser un dels motors de la creació de la Bauhaus a Weimar per Walter Gropius el 1919. Aquest compartia amb William Morris la idea que la millora de l'art industrial redundaria en benefici de la societat. L'experiència amb Peter Behrens en el projecte de la fàbrica AEG i la posada en marxa del Deutscher Werkbund el 1907 (en què es van implicar tant Behrens com Hermann Muthesius) van portar Gropius a reafirmar-se en les seves idees. Es tractava de conjuguar art i tècnica amb fins democratitzadors. Els seus fruits són ben coneguts: la consolidació de la pràctica del disseny n'és un.

Entre nosaltres, cal esmentar com a exemple paradigmàtic d'aquesta col·laboració primerenca entre art i indústria la creació de l'Escola de Flors,

Ornats i altres dissenys adequats per als Teixits al si de l'Acadèmia de Sant Carles a finals del segle XVIII, on van sobresortir artistes com Benito Espinós o José Romá. Des de llavors, molts pintors s'han dedicat a la decoració en l'àmbit del moble, la ceràmica o el ventall fins ben entrada la segona meitat del segle XX.

En efecte, en un país com el nostre, on el procés d'industrialització es va dur a terme de forma molt gradual (aquell “fil industrial” a què es refereix l'historiador de l'economia Ernest Lluch), els tallers artesanals van estar funcionant fins i tot abans d'ahir mateix. La creació de polígons industrials, fet que va contribuir a la seva lenta desaparició, és també una cosa molt recent. Fins aleshores, molts tallers regentats per artesans funcionaven a l'interior dels pobles i barris de la ciutat de València.

Hui, l'activitat artesanal amb prou feines queda com una cosa residual. La incorporació de l'ensenyament del disseny a l'Escola d'Arts i Oficis de València (actual EASD) o a l'Escola de Ceràmica de Manises (actual EASC) ha permès que les noves generacions de professionals lligades al que abans consideréssim com a arts decoratives serveixin d'aquesta eina per al desenvolupament dels seus treballs.

Com ja passés en temps d'un disgustat William Morris, els escassos tallers artesanals que queden actualment destinen la seva producció a una clientela que pot pagar les elevades despeses l'acurada tasca de les quals porta associada. El disseny industrial permet, però, un fàcil accés dels productes que desenvolupa a àmplies capes de la població. En aquest sentit — i més enllà dels reptes urgents a què s'enfronta, com la sostenibilitat ambiental —, el disseny industrial s'ha revelat com un mitjà de gran capacitat per al desenvolupament de les nostres societats. Walter Gropius tenia raó.

Si l'artesanía va contribuir a crear arquetips, el disseny industrial té la capacitat no només de millorar-los, sinó també de crear-ne de nous. En aquest punt, creiem, és on aquest diàleg entre l'artesanía i el disseny es pot discernir d'una manera més nítida actualment; on una i l'altra prenen alguns dels seus respectius atributs. Una altra herència, un altre punt de contacte que cal destacar és el que té a veure amb la preocupació de l'artesanía per les formes belles. El disseny industrial l'ha pres per a si de vegades significatives; així, quan Max Bill va defensar l'aliança entre bellesa i funció com a con-



Exposició "Dissenyar l'aire" La manufactura i els materials. Foto: Vicent Martínez

ditio sine qua non del que va anomenar *Gute Form*, o bon disseny. Una fórmula que ha continuat tenint els seus seguidors malgrat la deriva tecnològica que el disseny ha seguit posteriorment.

La mateixa idea d'artesania ha de quedar, doncs, com un vast catàleg de tècniques i objectes que són la mateixa memòria de la humanitat. El disseny industrial, en el seu relleu, l'ha de tenir en compte per continuar desenvolupant i portar els seus productes al nombre més gran de persones. Per fer-los la vida una mica més fàcil. Per, d'aquesta manera, perpetuar el llegat de creadors com els citats William Morris o Max Bill, i d'altres dissenyadors preocupats per la configuració d'un entorn digne. Perquè aquí, creiem, rau l'objecte últim tant de l'antiga artesania com del disseny més recent: l'elevació de la dignitat de les persones a través de l'entorn que les envolten.



Castellano

A menudo olvidamos que, desde la Antigüedad y hasta el siglo XVIII, el arte se concebía como *techné*; es decir, como una serie de habilidades muy diversas. El paréntesis que va del siglo XVI-II hasta la irrupción de las vanguardias del siglo XX es lo que dio lugar a las Bellas Artes: el artista como intelectual, o incluso como genio romántico; la obra de arte como ente autónomo, según el dictum kantiano. Desde el urinario de Marcel Duchamp hasta nuestros días, las prácticas artísticas han quedado ligadas en su mayoría a la filosofía del arte, que es en lo que se han convertido, en el mejor de los casos.

Ya en el siglo XIX, William Morris proponía en sus arengas y escritos —algo que, huelga decirlo, se quedó en mera propuesta— un retorno a los orígenes a través de la integración de las artes, tal y como lo puso de manifiesto en una conferencia titulada "Las artes menores", dictada en 1877:

Ha sido solo en los últimos tiempos y en las más intrincadas condiciones de vida que se han separado las unas de las otras y yo mantengo que dicha separación es mala para las artes en su conjunto: las menores se vuelven triviales, mecánicas y burdas, incapaces de resistir los cambios que imponen la moda o la deshonestidad, mientras que las mayores, aunque durante un tiempo las practiquen hombres de mentes notables y manos sorprendentes, sin la ayuda de las menores y sin ayudarse unas a otras seguro que pierden su dignidad de artes populares y no se convierten sino en accesorios aburridos de la pompa absurda o en juguetes ingeniosos de unos pocos hombres ricos y ociosos.

Aun así, el pensamiento de Morris (muy influido por John Ruskin, sobre todo por algunas páginas de *Las piedras de Venecia*) fue uno de los motores de la creación de la Bauhaus en Weimar por Walter Gropius en 1919. Este compartía con William Morris la idea de que la mejora del arte industrial redundaría en beneficio de la sociedad. La experiencia con Peter Behrens en el proyecto de la fábrica AEG y la puesta en marcha del Deutscher Werkbund en 1907 (en la que se implicaron tanto Behrens como Hermann Muthesius) llevaron a Gropius a reafirmarse en sus ideas. Se trataba de conjugar arte y técnica con fines democratizadores. Sus frutos son bien conocidos: la consolidación de la práctica del diseño es uno de ellos.

Entre nosotros, cabe citarse como ejemplo paradigmático de esta colaboración temprana entre arte e industria la creación de la Escuela de Flores, Ornatos y otros diseños adecuados para los Tejidos en el seno de la Academia de San Carlos a finales del siglo XVIII, en la que sobresalieron artistas como Benito Espinós o José Romá. Desde entonces, otros muchos pintores se han dedicado a la decoración en el ámbito del mueble, la cerámica o el abanico hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX.

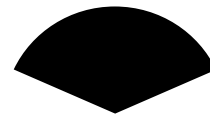
En efecto, en un país como el nuestro, en el que el proceso de industrialización se llevó a cabo de forma muy gradual (aquel "fil industrial" al que se refiriera el historiador de la economía Ernest Lluch), los talleres artesanales estuvieron funcionando hasta anteayer mismo. La creación de polígonos industriales, hecho que contribuyó a su lenta desaparición, es también algo muy reciente. Hasta entonces, muchos talleres regentados por artesanos funcionaban en el interior de los pueblos y barrios de la ciudad de Valencia.

Hoy, la actividad artesanal apenas queda como algo residual. La incorporación de la enseñanza del diseño en la Escuela de Artes y Oficios de Valencia (actual EASD) o en la Escuela de Cerámica de Manises (actual EASC) ha permitido que las nuevas generaciones de profesionales ligadas a lo que antaño considerásemos como artes decorativas se sirvan de esta herramienta para el desarrollo de sus trabajos.

Como ya ocurriera en tiempos de un disgustado William Morris, los escasos talleres artesanales que quedan en la actualidad destinan su producción a una clientela que puede pagar los elevados gastos cuya esmerada labor lleva asociada. El diseño industrial permite, sin embargo, un fácil acceso de los productos que desarrolla a amplias capas de la población. En este sentido —y más allá de los retos urgentes a los que se enfrenta, como la sostenibilidad ambiental—, el diseño industrial se ha revelado como un medio de gran capacidad para el desarrollo de nuestras sociedades. Walter Gropius estaba en lo cierto.

Si la artesanía contribuyó a crear arquetipos, el diseño industrial tiene la capacidad no solo de mejorarlos, sino también de crear otros nuevos. En este punto, creemos, es donde ese diálogo entre la artesanía y el diseño se puede discernir de una forma más nítida en la actualidad; donde una y otro toman algunos de sus respectivos atributos. Otra herencia, otro punto de contacto que debemos destacar es el que tiene que ver con la preocupación de la artesanía por las formas bellas. El diseño industrial la ha tomado para sí en ocasiones significativas; así, cuando Max Bill defendió la alianza entre belleza y función como *conditio sine qua non* de lo que dio en llamar *Gute Form*, o buen diseño. Una fórmula que ha seguido teniendo sus seguidores pese a la deriva tecnológica que el diseño ha seguido posteriormente.

La misma idea de artesanía ha de quedar, pues, como un vasto catálogo de técnicas y objetos que son la memoria misma de la humanidad. El diseño industrial, en su relevo, ha de tenerlo en cuenta para seguir desarrollando y llevar sus productos al mayor número de personas. Para hacerles la vida un poco más fácil. Para, de este modo, perpetuar el legado de creadores como los citados William Morris o Max Bill, y otros tantos diseñadores preocupados por la configuración de un entorno digno. Porque aquí, creemos, radica el objeto último tanto de la antigua artesanía como del más reciente diseño: la elevación de la dignidad de las personas a través del entorno que las rodean.



Revisión de diseños. La encuadernadora Eva Mengual y el diseñador Pepe Gimeno. Foto: Vicent Martínez

We often forget that, from Antiquity until the 18th century, art was conceived as *téchnē*, 'craft, art', that is, as a series of very diverse skills. The parenthesis between the 18th century and the emergence of the avant-garde in the 20th century is what gave rise to the Fine Arts: the artist as intellectual or even as romantic genius; the work of art as an autonomous entity, according to the Kantian dictum. From Marcel Duchamp's urinal to the present day, artistic practices have remained for the most part tied to the philosophy of art, which is what they have become, at best.

As early as the 19th century, William Morris proposed in his harangues and writings - which, needless to say, remained a mere proposal - a return to the origins through the integration of the arts, as he made clear in a lecture entitled "The Minor Arts" (Las artes menores), delivered in 1877: It is only in recent times and in the most intricate conditions of life that they have become separated from each other, and I maintain that such separation is bad for the arts as a whole: the minor ones become trivial, mechanical and crude, unable to resist the changes imposed by fashion or dishonesty, while the major ones, though for a time practised by men of remarkable minds and surprising hands, without the help of the minor ones and without helping each other are sure to lose their dignity as popular arts and become nothing but dull accessories of absurd pomp or the ingenious playthings of a few rich and idle men.

Even so, Morris's thinking -heavily influenced by John Ruskin, especially in some pages of *The Stones of Venice (Las piedras de Venecia)* - was one of the driving forces behind the creation of the Bauhaus in Weimar by Walter Gropius in 1919. Gropius shared with William Morris the idea that the improvement of industrial art would benefit society. The experience with Peter Behrens in the AEG factory project and the start-up of the Deutscher Werkbund (German Association of Craftsmen) in 1907 (in which both Behrens and Hermann Muthesius were involved) led Gropius to reaffirm his ideas. The aim was to combine art and technology for democratising purposes. Its fruits are well known: the consolidation of the practice of design is one of them.

A paradigmatic example of this early collaboration, among us, between art and industry is the creation of the School of Flowers, Ornaments and other designs suitable for Textiles at the Academy of San

Carlos at the end of the 18th century, in which artists such as Benito Espinós and José Romá excelled. Since then, many other painters have devoted themselves to decoration in the field of furniture, ceramics or fans until well into the second half of the 20th century.

Indeed, in a country like ours, where the process of industrialisation took place very gradually (the "industrial fibre /fil industrial" referred to by the economic historian Ernest Lluch), craft workshops were in operation until the day before yesterday. The creation of industrial estates, which contributed to their slow disappearance, is also very recent. Until then, many workshops run by craftsmen were located in the interior of the towns and neighbourhoods of the city of Valencia.

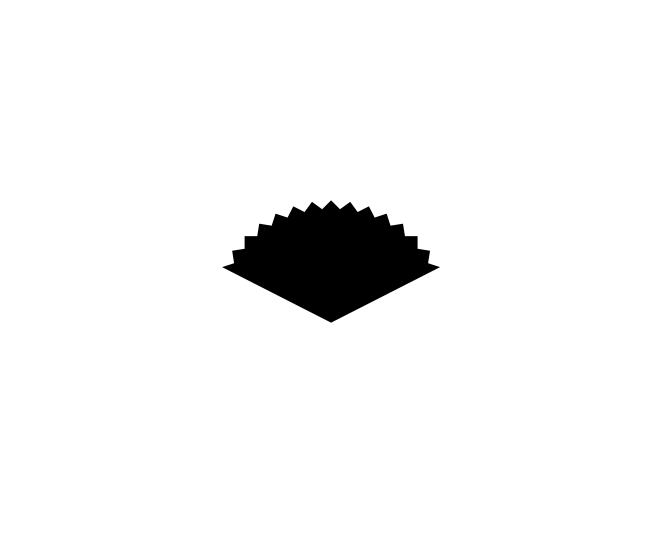
Today, craftsmanship is hardly a residual activity. The incorporation of the teaching of design in the School of Arts and Crafts of Valencia (now EASD, for its acronym in Valencian: Escola d'Art i Superior de Disseny) or in the School of Ceramics of Manises (now EASC, for its acronym in Valencian: Escola d'Art i Superior de Ceràmica) has allowed new generations of professionals linked to what we once considered the decorative arts to make use of this tool for the development of their work.

As was the case in the days of a disgruntled William Morris, the few remaining craft workshops today cater to a clientele that can afford the high costs associated with the painstaking work involved. Industrial design, however, makes the products it develops easily accessible to broad sections of the population. In this sense - and beyond the urgent challenges it faces, such as environmental sustainability - industrial design has proved to be a powerful means for the development of our societies. Walter Gropius was right.

If craftsmanship helped to create archetypes, industrial design has the capacity not only to improve them, but also to create new ones. At this point, we believe, is where this dialogue between craftsmanship and design can be discerned more clearly today; where one and the other take on some of their respective attributes. Another heritage, another point of contact that should be highlighted is that which has to do with the craftsmanship's concern for beautiful forms. Industrial design has taken it for itself on significant occasions; for example, when Max Bill defended the alliance between beauty and function as the sine

qua non condition of what he called *Gute Form*, or good design. A formula that has continued to have its followers despite the technological drift that design has subsequently followed.

The very idea of craftsmanship must therefore remain a vast catalogue of techniques and objects that are the very memory of humanity. Industrial design, in its relay, must take this into account in order to continue to develop and bring its products to the greatest number of people. To make their lives a little easier. In this way, to perpetuate the legacy of creators such as the aforementioned William Morris or Max Bill, and so many other designers concerned with the configuration of a dignified environment. For here, we believe, lies the ultimate object of both ancient craftsmanship and more recent design: the elevation of people's dignity through the environment that surrounds them.



BIBLIOGRAFÍA / BIBLIOGRAPHY

- AZÚA, Félix de. *Diccionario de las artes*. Barcelona: Planeta, 1996.
- CALVERA, Anna. *La formació del pensament de William Morris*. Barcelona: Destino, 1992.
- ESCAÑO RODRÍGUEZ, Maite. "Tres artículos de Max Bill". Cuaderno de Notas, 2015, nº 16, p. 137-148.
- LLUCH, Ernest. *La via valenciana*. Valencia: Tres i Quatre, 1976.
- LÓPEZ TERRADA, María José; ALBA PAGÁN, Ester. "Pintores y ornatos para los tejidos de seda en la Ilustración y la Academia Valenciana de Bellas Artes". *Quaderns de Filologia*. Estudis Literaris, 2018, nº 23, p. 117-141.
- MARÍN, Joan M.; TORRENT, Rosalía. *Breviario de diseño industrial. Función, estética y gusto*. Madrid: Cátedra, 2016.
- MORRIS, William. *Escritos sobre arte, diseño y política*. Sevilla: Doble J, 2015.

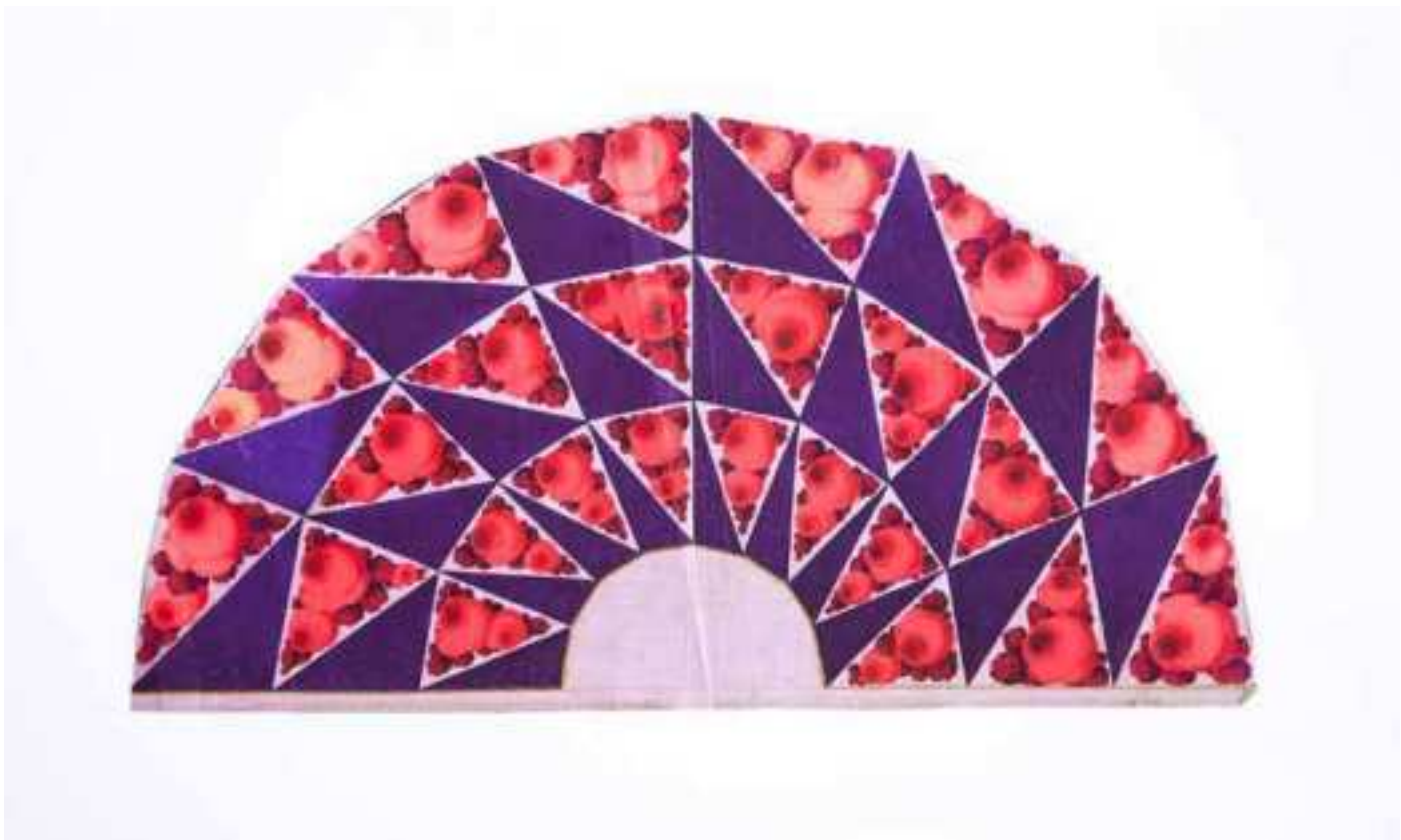
- MORRIS, William. *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir*. Logroño: Pepitas de Calabaza, 2013.
- PALMER THOMPSON, Edward. William Morris. *De romántico a revolucionario*. Valencia: Institució Alfons el Magnànim, 1988.
- SUDJIC, Deyan. B de Bauhaus. Madrid: Turner, 2014.
- SUDJIC, Deyan. *Le langage des objets*. París: Pyramid, 2012.
- TATARKIEWICZ, Wladyslaw. *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos, 2016.
- TIMOR, Pascual (com.). *40 años de producto seriado en la Escuela de Arte y Superior de Cerámica de Manises* (Exposición en Valencia, Centre Cultural La Nau, del 17-VI-2021 al 12-IX-2021). Valencia: Universitat de València, 2021.
- WICK, Rainer. *La pedagogía de la Bauhaus*. Madrid: Alianza, 1998.
- WINGLER, Hans M. *La Bauhaus*. Weimar, Dessau, Berlín, 1919-1933. Barcelona: Gustavo Gili, 1975.

NOTES SOBRE EL PALMITO DEL PRIMER TERÇ DEL SEGLE XX.

NOTAS SOBRE EL ABANICO DEL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX.

NOTES ABOUT THE FAN IN THE FIRST QUARTER OF THE XX CENTURY.

Fco. Javier Pérez Rojas



Arxiu taller de Martínez Esteve. València.

Valencià

El palmito és una antiga creació funcional, concebuda per mitigar els efectes de la calor, però aviat es va convertir en un objecte apreciat, d'ús fonamentalment femení, on convergeixen l'artesania, la indústria i l'art. El palmito té una mica d'objecte màgic que atrau les mirades. Amb assiduitat veiem com els mags i prestidigitadors el despleguen i pleguen a les seves actuacions per suggerir canvis o transformacions inesperades.

Fa uns quants anys vaig realitzar un estudi sobre els palmitos valencians de les primeres dècades del segle XX pertanyents a una col·lecció particular.¹ Confrontar aquell conjunt d'obres, de diferents tallers, amb les que actualment he pogut con-

1- F. Javier Pérez Rojas, "Palmitos per als temps moderns. Una col·lecció de països dels anys vint i trenta" cat. exp. Un país de palmitos. La col·lecció "Mediterranée", Museu Nacional de Ceràmica i de les Arts Sumptuàries "González Martí", València, 2003, pp. 10-28; F. Javier Pérez Rojas, Ventalls per als temps moderns, Museu Nacional d'Art Contemporani de Madrid, Madrid, 2005, pp. 13-41.

templar de l'antic taller de Martínez Esteve, m'ha permès constatar de nou la unitat i qualitat de les creacions valencianes, comú de les fonts d'inspiració i dels motius iconogràfics en aquests anys. La seriació i estandardització no va impedir el concurs puntual de firmes d'artistes locals de renom procedents de la pintura i les arts gràfiques. Amb motiu de la present exposició, que amb nous aires recrea i conceptualitza la creació del palmito amb atrevides propostes, reprendré i sintetitzaré diversos apartats de l'anterior investigació, per subratllar de nou com als anys vint i trenta del segle passat el palmito assumeix expressions artístiques d'esperit modern, que contrasten amb la mitjana de les propostes de les dècades següents.

El palmito va ser també una joguina femenina, una arma de seducció que atorgava a les seves posseïdores una mena de domini i independència.² En nombrosos retrats femenins les models posen amb

2- Estrella de Diego, 2005, pp. 127-135.

palmitos que de vegades s'exhibeixen com si fossin una mena de ceptre que subratlla el poder de la seva propietària. Hi va haver un temps en què el palmito, a part de la seva funció i valor artístic, va ser company i còmplice de ventures i coqueteries femenines; les insinuacions, aquiescències i negatives van tenir en el llenguatge del palmito un mitjà privilegiat de comunicació del que ja s'han ocupat diferents historiadors.³ El palmito ha estat i és un objecte receptiu a la creació artística, un univers on tot cap, un objecte funcional que va arribar a assolir un alt grau de sofisticació en els temps moderns.

Però com tota creació, el palmito ha estat subjecte als canvis del gust i els dictats de la moda, fent-se ressò de les transformacions i evolucions estilístiques patides. El segle XVIII va ser un moment d'esplendor del palmito, però és entre mitjans del XIX i principis del XX, quan un nombre més gran d'artistes (des de Fortuny a Gauguin) van decidir decorar teles de palmitos, utilitzant-los com un suport on plasmar creacions, trencant amb l'exclusivitat artesanal d'altres temps.⁴ El palmito pel qual s'interessen els artistes de finals del s.XIX és abans que res un espai obert a l'experimentació, ja que com s'ha apuntat no és el palmito com a objecte el que podia interessar els pintors impressionistes, postimpressionistes i nabis, sinó l'expressivitat de la seua forma.⁵

VALÈNCIA CENTRE PRODUCTOR

La indústria del palmito té un molt llarg recorregut a Espanya, sent València la ciutat que s'erigeix al principal centre productor sortejant la gran competència internacional. Un fet que s'ha citat sovint, pot ser un bon exemple sobre això, és com amb motiu del viatge oficial que el Rei Alfons XIII va realitzar a València el 1906, el monarca va visitar la cèlebre fàbrica de palmitos de Prior,⁶ on l'industrial va sol·licitar al rei que s'impedís l'entrada de palmitos japonesos, que eren en aquells moments els que feien la competència més gran als tallers valencians. Es

diu que es van prohibir aquestes importacions, però no el temps ni l'efecte de la mesura, ja que anys més tard s'hi torna a al·ludir des de la premsa. Japó seguia sent a inicis del segle XX un altre important productor, però en realitat estava tenint lloc una internacionalització dels processos de fabricació dels palmitos d'acord amb les especialitzacions, avançant-se als actuals processos de fabricació de peces de les indústries tecnològiques, tèxtils o automobilístiques. Els segells japonesos que porten diversos dels teles valencians dels anys vint són molt il·lustratius al respecte.

Deixa constància del desenvolupament que havien adquirit aquestes indústries a València, ubicades majoritàriament a Aldaia, la presència d'un Pavelló de la Indústria del Palmito a l'Exposició Regional de València de 1909. Els fabricants dels palmitos valencians participen per estes dates en iniciatives molt diverses dirigides al foment i protecció de les arts. Aquest pot ser el cas del projecte de la construcció de Palau de les Arts i l'Exposició d'Art Jove, que va ser una de les propostes més importants de la vida artística de 1916, que va promoure la Joven-tut Artística Valenciana. Entre les accions i col·laboracions que es van posar en pràctica per aconseguir fons destinats a la seva construcció,⁷ cal recordar el generós percentatge del trenta per cent de les vendes que destina la Societat de Pintors de palmitos amb destinació a les futures obres.⁸

Després de la primera guerra mundial la producció de palmitos remet a països que en un altre temps havien estat centres importants de fabricació com França, Àustria o Itàlia. Però, com deia, ara és Espanya la que se situen a primera línia de la producció mundial, sent València la principal continuadora de la tradició, juntament amb Barcelona i en part, Sevilla i Màlaga. La producció valenciana té un significat especial en la història del palmito modern. És cert que a partir dels anys vint els dissenys més interessants i innovadors es descobreixen als palmitos publicitaris, però els autors d'aquests són de vegades els mateixos que col·laboren en els dissenys dels països dels diferents fabricants de palmitos.

Enfront de l'esplendor del palmito de la fi de segle o de la belle époque, el palmito dels anys vint i trenta ha estat en la majoria de les publicacions

7- El Pueblo 6 de maig de 1916.

8- “El Palau de Belles arts. L'Exposició de Palmitos”, El Pueblo, 15 de juny de 1916

un simple apèndix, un objecte caigut en desús que dóna pas al palmito publicitari. Però el palmito va tenir un cicle més llarg a Espanya gràcies a l'impuls de la moda regionalista del primer terç del XX. Aquesta permanència d'elements castissos, com trets diferenciadors fortament arrelats, també li atorguen més permanència al palmito, sense que aquest es mantingui indiferent als canvis de la moda. La dona moderna espanyola seguia portant palmitos a les revetles i els bous i en menor mesura al cabaret. Els bous és un espectacle que en part havia fomentat l'ús del palmito per protegir-se del sol i de la calor.⁹

El palmito es converteix en aquestes dècades en una nova via de penetració i normalització dels estils moderns. Encara que no totes les creacions dels anys vint i trenta es mouen en aquesta línia, ja que les composicions més convencionals i tri·llades tenen continuïtat, sí que hi ha una parcel·la important d'aquestes creacions que aposten per a la renovació estètica del palmito pel que fa sobre tot al disseny de les teles.

FRANCISCO POVO PINTOR DE PALMITOS

En els propers anys a la Primera Guerra Mundial el palmito valencià concilia l'interès d'una sèrie d'il·lustradors i pintors que eleven el nivell dels dissenys de les indústries de palmitos locals. La figura del polifacètic il·lustrador, escenògraf i pintor de palmitos Francisco Povo Peiró (1880-1960) assoleix una rellevància especial en aquest context. En dates anteriors Povo ja va obrir a València un taller de teles de palmitos en què van treballar Pascual Capuz, Luis García Falgás i Antonio Esteve. Un dels clients més importants del taller de Povo va ser León Bergadá, que va regentar una fàbrica de palmitos a Barcelona que enviava les comandes tant a París com al Japó, realitzant artístics i cuidats catàlegs. Bergadá adquiria les teles d'aquest taller valencià, continuant després les fases següents del procés de fabricació. El cas és que, com ja va documentar Alcaide, Bergadá va proposar a Luis García Falgás que treballés per a ell a Barcelona, i tant aquest com Povó i Esteve van marxar a la Ciutat Comtal, liquidant Povo el seu taller el

9- Hi ha cartells de bous de José *Mongrell, que s'ixen dels marges més trillats del cartell taurí modernista, en els quals apareixen

atractives joves que llueixen vistosos mantons de Manila i palmitos desplegats que a vegades els eleven per a protegir-se del sol. Vegeu Alcaide 2001.

1905. El 1912 García Falgás va acompanyar Bergadá a París aprenent allà el procediment de l'aiguatina, els mitjans tons dels quals “amplien les possibilitats dels seus gravats permetent accedir a una gamma de matisos que l'aiguafort li negava”¹⁰ Aquesta col·laboració valenciana amb Bergadá, caldria veure-la com una primera projecció important dels il·lustradors valencians en la fabricació de palmitos a Barcelona i un clar antecedent d'Indústries Abaniqueras Reunidas.

Francisco Povo, pintor, cartellista, il·lustrador i escenògraf establert a París, va tornar a València en desencadenar-se la Primera Guerra Mundial. Povo, igual que altres il·lustradors, que tenen incursions al món del palmito com Luis Dubón, Arturo Ballester, Fernando Marco o Rigoberto Soler, replanegen una iconografia de la dona valenciana més potent i activa que es va distanciant dels somnis modernistes. Tots ells són artistes que marquen la transició del modernisme a un estil més sofisticat i dandi que es va canalitzant cap a l'Art Déco. Povo exercirà a més a més un paper de dinamitzador artístic i cultural que ha de ser ressaltat, sent un dels pocs artistes que aborda amb desimboltura la renovació de la crítica d'art a la premsa local.¹¹

Diferents iniciatives deixen veure l'interès per fomentar les indústries artístiques a València aquests anys, entre elles la del palmito. El juliol de 1915 va tenir lloc a València una exposició de palmitos al foyer del Trianon Palace. L'art del palmito s'insereix en aquest moment en la reivindicació de l'esperit artístic regional: “Una exposició de teles de palmitos durant els propers dies de Fira, serà la nota d'art més bellament valenciana que es pogués pensar”.¹² Atesa la sòlida tradició local de la indústria del palmito es considerava important aquesta mostra, tant pel nombre d'obres que presentaven, com pel fet que posava de manifest la “personalitat artística i cultural” dels obrers valencians.¹³

Francisco Povo va crear el 1915 el Saló Povo del carrer Avellanas, on, en col·laboració amb Martínez Ballester es van proposar potenciar l'art decora-

10- Alcaide 1999, p. 139.

11- Pérez Rojas (director), 2016.

12- “Exposició d'art valencià”, Las Provincias, 15 de juliol de 1915. 13- “La Fira. Inauguració. Exposició de teles de ventalls”, El Poble, 22 de juliol de 1915. Vegeu també per a 1916, “Exposició regional de pintura en teles de ventalls, Las Provincias, 25 de juliol de 1916, cit. en Pérez Rojas 2016, p, 395.

tiu a València en tots els vessants.¹⁴ En el context d’aquesta sèrie d’exposicions celebrades a la ciutat, la crítica destaca el 1917 la importància de l’exposició que s’inaugurava a l’esmentat Saló sobre “Barrets i palmitos”. Potser aquesta és una de les primeres ocasions en què el món de la moda o dels seus complements es presenten a València associada a l'àmbit artístic. El crític Estellés veia aquesta mostra com una manifestació d’un cosmopolitisme chic que hauria de transformar i embellir la ciutat.¹⁵ Les notícies al voltant del palmito valencià se succeeixen aquests anys amb iniciatives que permeten constatar la voluntat de mantenir el nivell artístic i de qualitat de les indústries de palmitos locals, tractant d’adaptar-se als nous requeriments estètics. Un comerç com la Casa Pampló, amb què en més d’una ocasió va col·laborar Povo, aposta per la comercialització dels palmitos, exhibint alguna exposició d’aquells per adaptar-se als dictats de les noves modes.¹⁶ Povo no va deixar de banda el disseny de palmitos, presentant les seues teles en diferents exposicions. A la celebrada al Cercle de Belles Arts de Madrid el 1919, el crític José Francés ponderava el sentit decoratiu, la solidesa en el dibuix i la fastuositat del color de les creacions de Povo:

“En la seva feina, ja àmplia i prodigada per tota Espanya hi ha dues classes d’obres: la popular i la que podríem anomenar aristocràtica (...). Per a la primera classe de palmitos, Povo empra temes lleugerament caricaturescos o simplement una elegància moderna. També fa servir motius decoratius de ceràmica popular, de teles estampades o brodades de clàssics temes espanyols. Per a la segona classe d’obres la seua inspiració s’engrandeix amb assumptes originals, d’una fantasia exuberant de color i de rics arabescos, o acudeix als grans mestres d’ahir: Goya, el proteic; Boucher, Wateau, Fragonard, els representants del s. XVIII francès, tan saturats de galanteria”.¹⁷

14- Art i decoració. Povo i Martínez Ballester”, El Mercantil Valenciano, 2 de desembre de 1915.

15- J. L. Estellés, “Art i Artistes. Esposició de dones i flors. L’Exposició de Casa Povo. Barrets i palmitos”, El Pueblo, 15 de mayo de 1917.

16- “Una pequeña Exposición. El abanico de moda”, El Mercantil Valenciano, 29 de juliol de 1919.

17- Citat per José Luis Alcaide Delgado en Manuel González Martí y la ilustración gráfica de su época (1890-1918). Valencia 1999, pp. 220-221. Tesis doctoral inédita.

De Povo i Dubón ja incloem dos interessants teles al catàleg de l’exposició Tipus i paisatges.¹⁸ El de Luis Dubón (1892-1952) es pot definir com una obra excepcional dins la dècada dels anys vint pel seu virtuosisme i sumptuositat, que pretén recrear i recuperar l’esplendor del palmito del s. XVIII. Dubón, pintor, cartellista i il·lustrador, va treballar a Madrid i a València per a diferents cases editorials i revistes.¹⁹ En les seues il·lustracions, cartells i portades per a la revista Fira de València, Dubón desenvolupa una imatge sensual i vamp de la dona valenciana amb unes connotacions simbolistes que avancen cap al Déco: valencianes amb aires de dones fatals, de mirades torbadores i actituds somiadores que es exhibeixen amb enèrgic poder. El país de les dues joves valencianes és una peça en què brillen els seus dots de miniaturista. Allò literari i fabulós, el món de llegenda que recrea aquest país està impregnat d’una atmosfera de sensualitat que té el seu escenari més apropiat a l'àmbit del palmito.

ELS CATÀLEGS COMERCIALS I LA PROMOCIÓ DELS NOUS DISSENYS

Els fabricants més importants de palmitos solien editar catàlegs de temporades en què donaven notícies de les novetats i creacions de les seves col·leccions. Demostrant com la indústria del palmito busca el seu espai a la dinàmica de la moda més actual, i s’adapta als nous mecanismes del mercat. El luxós catàleg de Lleó Bregada de la temporada del 1916, porta a la portada un elaborat aiguafort de García Falgás, que presenta en un oval el tors d’una dona amb peineta, vaporosa mantilla i palmito. El catàleg anuncia la visita del viatjant de palmitos amb els últims models, presentant en concret el palmito “Musette”: “la forma del qual completament nova harmonitza del tot amb el vestit i adorns actuals”. L’interior reproduïa un altre dibuix de García Falgás d’una elegant figura femenina amb un palmito de flors desplegat, la tela del qual ja porta unes roses de disseny Art Déco. Bergadá, segons s’indica al catàleg, tenia la fàbrica a València i la Casa Central al Passatge Crèdit de Barcelona.

El 1917 la revista Lo Esfera va dedicar un número especial a València amb articles diversos sobre el seu art i indústries. Un d’aquests articles, sense signatura, es titula “Els palmitos de València”.

18- Pérez Rojas 1998, pp. 250, 305.

19- Pérez Rojas, Alcaide, 1991, p. 42.

En aquest text es comenta la importància de la indústria del palmito a la ciutat ja que donava feina a milers de persones que treballaven tant en petits tallers com als seus domicilis: “Al perfeccionament del palmito a València contribueix la facilitat amb què a la pròpia regió es troben les classes d’operaris precisos, el mateix els pehueros, és a dir els encarregats de llaurar la fusta, que els maqueta-dors i polimentadors, els quals, com indica el seu nom, s’encarreguen de les tasques de poliment i d’adorn (...) a la fabricació contribueixen nombroses i diverses indústries, tals com la fusteria, el daurat, la papereria, l’orfebreria, la pintura, l’art dels encaixos brodats i alguna més”.

Quant a la producció es diu que és immensa i que València proveeix la major part del mercat nacional i internacional, exportant les seves creacions a Amèrica i a Europa a Itàlia, Suïssa, Anglaterra, França i Alemanya: “Una de les seves produccions més grans” – la constitueixen els palmitos de costums espanyols, pels quals tenen preferència els estrangers”. Aquesta producció del palmito, que no s’ha interromput en cap moment, havia hagut d’obrir-se camí amb dificultats: “(...) ja per la indiferència dels governs i per la falta de protecció oficial, ja per la competència que ha de sostenir amb la fabricació japonesa. Però la constància, l’activitat i la intel·ligència dels elements que integren la indústria i el poderós esforç dels qui hi contribueixen, aconsegueixen mantenir-la en el primer lloc, pel que fa a importància, davant dels altres centres productors de mateix article a Àustria, França i el Japó”.

A continuació, s’ofereix a l’article esmentat una complida relació d’aquests fabricants de palmitos constituïts en societat, que han de ser els més importants de 1917.²⁰ Per al proper any els fabricants valencians llancen el model Ovalino. Els fabricants de València “aspien a presentar tots units col·lectivament, el model únic, que pot ser considerat com la base de la fabricació i serveixi alhora d’orientació al públic”.

20- Els que cita són Barber i Lorca, Clapés i Companyia, Vicente Sánchez Máñez, J. Prior Sanchis, Juan Llorens fill. Sebastián Montesinos, J. Garriga Monee, José Oltra, Rogelio Suárez, Vídua de Joaquín Fortea, Joaquín Campos, Bartolomé Tarín, Ricardo Bádenes, Vicente Albiñana, Vicente Aparisi i José M. Montalt. Sobre el món laboral de la indústria del palmito, vegeu Casani 2017, 21- Els estils són l’egipci, grec, pompeïà, romà, àrab, persa, xinès, japonés, gòtic, renaixement, Luis XV, Luis XVI, Imperio, Moderno.

Un altre catàleg de l’esmentada casa León Bergadá està dedicat a l’Evolució del palmito els tres últims anys, entre 1915 i 1918. El text de presentació, signat pel mateix Bergadá, parla de les crisis que pateix el sector i els esforços dels fabricants per harmonitzar-ho amb les exigències de la moda. De fet, la fabricació de palmitos havia començat a decaure a altres centres d’Europa. Bergadá indica en el seu text que ja el 1914 es van anticipar a la moda iniciant formes irregulars que van ser adoptades a la temporada de 1915. A aquests requeriments responia l’abans al·ludit palmito Musette, però la moda canvia i per al 1918 van llançar el palmito Manon, evolucionat d’aquell, amb contorn regular i les caberes ondulades.

La casa Juan Llorens i Fills, amb fàbrica a València, al carrer Félix Pizcueta, i comerç principal al carrer Montesinos de Barcelona, va publicar també un cuidat catàleg per presentar el que anomenen el palmito Mignon; la portada del catàleg, d’esperit clarament neobarroc, és de Luis Dubón Portolés. La proposta és de 14 sèries d’estils presentats a làmines que van de l’egipci al modern.²¹ La mateixa Casa Llorens Fill, presenta un altre petit i exquisit catàleg per a la temporada 1926-1927, amb la novetat del palmito perfumador, que portava dissimulat a la cabera un dipòsit per al perfum, que permet que l’essència es volatilici lentament amb l’airejar del palmito. S’alludix també en el catàleg a altres palmitos de fantasia: “molt en concordança amb actuals modes femenines, que per la seva mida són pròpies per emportar-se a la bossa”.

És interessant, per la data i l’abundant informació que subministra, el catàleg àmpliament il·lustrat de la casa de palmitos valencians Pérez i Dasí S.L. de 1933. El qual desvetlla l’extraordinària varietat existent a cada sèrie.²² Allò modern i clàssic o historicista es manegen amb total llibertat. Es fonen dins de la més absoluta heterodòxia realisme i abstracció, encara que en aquests moments a tot allò geomètric o abstracte se l’anomenava futurista. Dins de molt diferents apartats es poden llegir composicions amb títols com: “Dibuixos estil modernista i futurista”, “Ocells, decorat futurista”, “Conill menja meló, dibuix futurista”, “Ocellets, so-

22- La serie B es de Medio luto (alivio); la C los tiene de Fantasía, Paisajes, Flores, Deportes y Artistas de Cine; los serie D son de Toros, Cuadros Regionales, Semana Santa, Estilo Romero de Torres; la serie E esta dedicada completamente al Estilo japonés; en la F los apartados son Estilo Luis XV y Cuadros clásicos; y la G, Isabelinos, Barajillas y Novia

bre ram, decorat futurista”. Dins dels de la sèrie de fantasia llegim: “Dibuixos estil modernista”, “Pavo, decoratiu modern”, “Dibuixos cubistes”, “Ocells decorat futurista”. La síntesi d’expressions modernes que l’Art Déco fomenta queda reflectida perfectament en aquesta vulgarització que fan els dissenyadors de palmitos del cubisme i el futurisme. No deixa de ser curiós, per altra banda, com a exemple de l’admiració que van despertar certs artistes que es parli d’una sèrie “Estil Romero de Torres (modernista)”; en realitat no es tracta de reproduccions d’artista cordovès, sinó d’una manera curiosa d’englobar creacions regionalistes de to andalús.

COMPOSICIONS I MOTIUS

Una bona part dels palmitos valencians van ser encarregats i comercialitzats per les abans al·ludides Industrias Abaniqueras Reunidas de Barcelona. El fullet publicitari de la casa indicava que aquest grup: “presenta anualment la més selecta, econòmica i extensa col·lecció d’últimes novetats en palmitos valencians artístico-comercials”. Les teles amb segells d’importació i exportadors de Kioto, porten al seu torn el segell de les Industrias Abaniqueras Reunidas.

La major part de les teles de palmitos conservats estaven destinats a fabricants valencians i altres punts d’Espanya, però també a l’estranger, i en concret al Japó. Els segells estampats en alguns d’aquests dibuixos donen notícies sobre la data i els registres d’entrada. Hi ha un país datat el 1923, amb inscripció en japonès, que diu: “Associació d’importadors i exportadors de palmitos de Kyoto”. El Japó era un país mític en la història del palmito, essent Kyoto una ciutat amb llarga tradició en la fabricació d’aquells; d’allà era un dels pintors més famosos de palmitos com Tawaraya Sótatsu. Durant els anys vint i trenta hi ha fabricants valencians que envien al Japó les teles originals quan havien de fer grans tiratges, ja que les sedes i la impressió resultaven més econòmiques. Aquest fet vindria per altra banda a informar sobre els ja al·ludits intercanvis i moviments que generava la indústria del palmito, així com la internacionalització dels mercats i del procés de fabricació. Però també es tracta d’una dada que revela la conjunció de diferents especialitzacions al voltant de la fabricació d’aquest objecte. De fet, la decoració de teles era una professió separada i remunerada,²³ que des de 1910 era sovint

assumida pels il·lustradors gràfics. És tal el protagonisme d’aquests, sobretot en el palmito publicitari, que la decoració de països ara es pot considerar en gran mesura com un apartat més de la història de la il·lustració gràfica.



Arxiu taller de Martínez Esteve. València.

La varietat temàtica i estilística és notable en el disseny de les teles, apreciand-se un gran ofici en la majoria, però sobretot crida l’atenció el virtuosisme en la tècnica del guache sobre seda, resolta amb una habilitat de miniaturista. Les composicions de molts palmitos acudeixen als repertoris de flora i fauna que al llarg del s. XIX i principis del s. XX es van idear per a l’ús d’artistes i industrials per Eugene Grasset (*La plante et ses applications ornamentales*, 1897) o Maurice Pillar Verneuil (*Lamm& dans la decoration*, 1897, i *L’etude de la plantada et ses applications aux industries d’art*, 1908). Aquesta dependència d’unes fonts comunes no impedeix apreciar els encerts compositius en la imbricació dels diferents elements figuratius.

En la seua publicació sobre el palmito, Guillot Carratalá dona una relació d’artistes valencians vinculats en certa manera amb la pintura de teles. Entre d’altres cita Povo, Canet, Barreira, Vercher, Ballester, Dogo, Dubó, Bada, Ruano Llopis, Martínez Esteve, Ferragutti... als quals també caldria afegir els noms de Pedro Bas Carbonell, Luis García Falgás, Arturo Ballester i fins i tot José Segrelles. Ja uns anys abans, el 1936, Vicente Almela Mengot havia confeccionat una llarga llista de pintors de palmitos juntament amb dues més breus de muntadors i adornadors. Aquest autor indica que han estat pintors de palmitos els cartellistes i pintors: Carlos Ruano Llopis, Vicente Canet, Borín, José Barreira, Antoni Vercher, Arturo Ballester, Juan

Reus i fins i tot el ceramista José Peyró. El cas dels palmitos es pot comparar al que passa amb les etiquetes de les taronges valencianes, on els creadors generalment no signaven els seus treballs per considerar-los com un gènere menor, com un mitjà de subsistència, o un ingrés complementari que de vegades es veien forçats a acudir els il·lustradors de cert prestigi. Per entendre millor aquesta aclimatació del palmito a València cal tenir en compte que la ciutat comptava amb nombroses indústries artístiques i que tenia una tradició artesanal molt consolidada gràcies a l’existència de centres docents dedicats a la formació d’arts i oficis.

Encara que una gran part de les creacions de palmitos es mantenen al marge de l’evolució experimentada a la resta de les arts, i persisteixen en una sèrie d’assumpptes que es repetien durant dècades, si que es detecten ara un ampli nombre de composicions que indiquen la voluntat renovadora de les indústries de palmitos, evidenciant com l’esperit modern transita per diferents apartats del món de la moda i els complementos.

A l’època de l’Art Déco el palmito va deixar de ser un fidel aliat, però no en decau l’ús del tot, almenys a Espanya, tal com ho deixen veure els nombrosos exemples valencians. Encara en els anys que es desenvolupen al voltant de la primera guerra mundial hi ha dibuixants com Lepape o Iribe que dissenyen preciosos palmitos d’estilitzades composicions, però són un altre tipus de complementos els que prevalen a les noves toilettes. La bossa o la cartera porten dins modernes capsetes de pols, flasquets de perfum, pitilleres i encenedors que artistes com Fouquet o Cartier van modernitzar convertint-les en autèntiques joies del nou disseny. El palmito que hagi de formar part d’aquest equip ha de ser més reduït. S’ha arribat a assenyalar en aquest sentit que el paper del palmito a la toilette femenina finalitza amb les innovacions de Coco Chanel, mentre que el palmito com a suport publicitari arriba gairebé fins als nostres dies.²⁴

Però com estem veient, a València se segueixen produint palmitos no publicitaris per ser venuts en comerços i distribuïts per representants amb els seus respectius catàlegs. Una pàgina de la revista Vogue que vaig localitzar als fons de la Biblioteca Fornay de París —de la qual no hi ha data exacta de la seva publicació, però que dataria a finals dels

anys vint—, és molt expressiva en aquest sentit, ja que s’hi al·ludi al desig dels fabricants valencians de fer ressuscitar un complement passat de moda com el palmito. El motiu d’aquesta observació venia a tomb que un d’aquests palmitos valencians que reproduïa la il·lustració d’una portada de la revista Vogue. Realment les portades i il·lustracions de les modernes il·lustracions gràfiques de revistes van ser una font important d’inspiració o d’adaptació.

Les jovenetes a lo garçon podien lluir palmitos en què es condensava l’exotisme colorista que havia posat de moda els Ballets Russos o les geometries decoratives a l’estil Delaunay. Sonia Delaunay havia incorporat les troballes del cubisme decoratiu a les noves estampacions dels vestits, estenent-se igualment a les para-sols de platja i també a les teles dels palmitos. Però també hi ha un molt abundant nombre de palmitos que queden fora d’aquestes òrbites estilístiques modernes o mostren estranys maridatges d’estils: fons de flors geomètriques i estampes de paisatges realistes, rostres castissos o aflamencats amb motius geomètrics abstractes... Els temes més a l’ús de flors i animals, així com els d’escenes galants o costumistes, es mantenen encara donant de vegades la idea que l’art del palmito s’ha estancat amb l’entrada del segle XX, però es tracta simplement d’un vessant més que no ha d’impedir apreciar la varietat d’expressions i les tendències en els dissenys.

Per contra, hi ha un altre nombre extraordinari de teles que criden l’atenció per l’estilització i el refinament d’uns dissenys ja plenament inserits a l’univers de l’Art Déco que estan concebuts d’una manera més unitària. Dibuixos inspirats en els diversos repertoris i models codificats existents com els que posen a la mà creacions com les de A. H. Thomas. Propostes decoratives de molt similar esperit que van servir de punt de partida per a molt diferents decoracions i usos, des de la moda, el disseny gràfic o l’arquitectura. Davant d’aquells palmitos pintats, que semblen simples quadres retallats, adaptats a un format acabat, sorgeixen propostes i alternatives que van cap a la fusió de la forma i la narració, buscant uns efectes més poètics i refinats.

DEL SOUVENIR A L’EXUBERÀNCIA SENSUAL

A la feina del 2005 vaig contextualitzar una sèrie d’apartats temàtics com: la flora i la fauna, el món infantil, l’exotisme, la reproducció de quadres famosos, els viatges i la vida moderna. No repe-

23- Rocamora, 1956, p. 21.

24- Gobbi Sica, 1991, p. 10.

tiré el llavors escrit, però si recordar breument el significat d’alguns d’ells. L’aire del palmito fa viatjar i volar paratges somiats. El dibuix d’un país pot suscitar el record de viatges realitzats o esdeveniments viscuts, donant lloc al palmito souvenir, que es prodiga àmpliament en aquestes dates reproduint monuments de ciutats o celebracions especials com les exposicions del 1929 de Barcelona i Sevilla. El tipisme andalús i valencià són els més recurrents en aquest context. Hi ha sèries de palmitos que cal relacionar amb el despertar turístic dels anys vint que es desenvolupa a la calor dels nous mitjans de transport.

La reproducció de quadres també és un motiu freqüent. En el comentari que Ricardo Agrasot fa del pavelló de les indústries de palmitos a l’Exposició Regional Valenciana de 1909 escriu que: “encara es persisteix en el sistema de les còpies de quadres i estampes, ben complets o fragmentats en caprichosas combinacions”.²⁵ Però no és només la còpia d’obres famoses de Watteau, Velázquez o Goya, sinó de les de pintors contemporanis les que de vegades adornen la tela. En aquesta línia afegiré ara com a exemple una tela de la Col·lecció Martínez Esteva que reproduïx un retrat femení del pintor Pedro Antonio.

La vida moderna constitueix un altre apartat decisiu de la iconografia artística dels anys vint i trenta, un motiu que garantia la modernitat de l’objecte. La moda, l’esport, l’automoció, el viatge, el bany, la re-vetlla, el cabaret, l’ambient de saló o el cinema són algunes de les facetes de la vida moderna plaent que passen a les teles de palmitos. Els nous palmitos intenten fins i tot complaure els desitjos dels seguidors dels grans mites del cinema i la cançó moderna. El catàleg de Pérez Dasí per a 1933, donava una llista de celebritats que incloïen entre molts altres els noms de M. Chevalier, A. Menjou, Clive Brooks, Gary Cooper, J. Crawford, Ana May-Wong, Jeanette Mac Donald, Dolores del Río o Carole Lombard.

25- Blasco Carrascosa, p. 256.

26- Com s’ha documentat, sembla ser que el palmito de plomes en el seu sentit modern data de 1855, data en la qual Jean-Pierre Duvelleroy indica al jurat de l’Exposició Universal de París la seua habilitat per a fabricar-lo, Catàleg de l’exposició L’éventail miroir de la Belle Époque. Museu Galliera, París 1985, p. 67. Textos de M. Delpierre, F. Falluel, M. Maignan, R. Trogan.

27- “El carnestoltes de Madrid”, Nuevo Mundo, 16/2/1923, núm. 1517.

28- Patek, Claire “La moda de Viena. La coqueteria del palmito” en Blanco y Negro, nº 1804, 13 de desembre 1925.

bard. El catàleg epecificava la possibilitat de servir altres figures famoses en cas de ser sol·licitades.

La dona moderna és un dels temes favorits de la il·lustració Art Deco. Una dona moderna i activa que fa veure el protagonisme adquirit a curt marge de temps. Les agitacions del Charleston no tenien perquè desterrar el palmito, la suor provocada pels ritmes convulsos podia ser mitigat amb un còctel i un palmito. A les revistes il·lustrades dels anys vint és possible trobar fotografies de les actrius americanes Irene Vernan Castle o Elsie Ferguson, arbitres de la nova elegància, que són presentades com a exemples de l’impacte que el món del cinema té a la moda, les quals apareixen amb palmitos pericons de plomes a les mans, com a símbol del poder per a les noves reïnes de l’elegància.

Al film de Jean Cocteau La sang du poète del 1932, a la decisiva escena del joc de cartes, les espectadores de la llotja balconada porten exuberants palmitos de plomes blanques, amb què més que airejar-se s’acaricien, mentre que la jugadora desplega un modern palmito platejat brillant que posa una nota de misteri, tensió i contrast a l’escena. El palmito subratlla en la seva aparició frugal les seves connotacions d’objecte complementari en els ambients de l’alta societat. Per a la dona elegant de final de segle el palmito era més que un instrument destinat a airejar el seu rostre, era també un objecte decoratiu que accentuava d’una manera especial la seva feminitat seductora, donant una nota de color i d’exotisme, d’exuberància i erotisme si es pensa en els grans palmitos de plomes.²⁶ No tots els palmitos tenien cabuda a les bosses i carteres femenines, sobretot el palmito pericó de plomes, que dones més atrevides continuaven utilitzant, encara que en realitat va ser el món de la revista el seu destí principal als anys vint. No és casual en aquest sentit que el món de l’espectacle i les varietats de cabaret l’utilitzin per jugar amb visualitzacions fugaces de vestida-nua. Els palmitos de plomes eren els més sensuals i insinuants.

Hi ha cròniques de moda dels anys vint que ponderen el seu ús: “Per a teatre i ball, grans palmitos de ploma. Entre ells gaudeixen d’especial favor els de paó i els d’estructura. Són bells i lleugers, tenen sobirana elegància, i es presten millor que qualsevol altra classe de palmitos a secundar les emboscades de l’amor”.²⁷ Diferents cronistes de la moda segueixen ponderant als anys vint l’ús del palmito de plomes: “Els palmitos passats de moda tornen amb nova aureola de suprema elegància a mans de la dona del món que sap apreciar la bellesa d’aquells i la seva pròpia”.²⁸



Castellano

El abanico es una antigua creación funcional, concebida para mitigar los efectos del calor, pero pronto se convirtió en un objeto apreciado, de uso fundamentalmente femenino, donde convergen la artesanía, la industria y el arte. El abanico tiene algo de objeto mágico que atrae las miradas. Con asiduidad vemos como los magos y prestidigitadores lo despliegan y pliegan en sus actuaciones para sugerir cambios o transformaciones inesperadas.

Hace ya varios años realicé un estudio sobre abanicos valencianos de las primeras décadas del siglo XX pertenecientes a una colección particular.¹ El confrontar aquel conjunto de obras, de diferentes talleres, con las que en la actualidad he podido contemplar del antiguo taller de Martínez Esteve, me ha permitido constatar de nuevo la unidad y calidad de las creaciones valencianas, lo común de las fuentes de inspiración y de los motivos iconográficos en esos años. La seriación y estandarización no impidió el puntual concurso de firmas de artistas locales de renombre procedentes de la pintura y las artes gráficas. Con motivo de la presente exposición, que con nuevos aires recrea y conceptualiza la creación del abanico con atrevi-

1- F. Javier Pérez Rojas, “Abanicos para los tiempos modernos. Una colección de países de los años veinte y treinta” cat. exp. Un país de abanicos. La colección “Mediterráneo”, Museo Nacional de Cerámica y de las Artes Suntuarias “González Martí”, Valencia, 2003, pp. 10-28; F. Javier Pérez Rojas, Abanicos para los tiempos modernos, Museo Nacional de Arte Contemporáneo de Madrid, Madrid, 2005, pp. 13-41.

das propuestas, voy a retomar y sintetizar diversos apartados de la anterior investigación, para subrayar de nuevo como en los años veinte y treinta el abanico asume expresiones artísticas de espíritu moderno, que contrastan con la medianía de las propuestas de las décadas siguientes.

El abanico fue también un juguete femenino, un arma de seducción que otorgaba a sus poseedoras una especie de dominio e independencia.² En numerosos retratos femeninos las modelos posan con abanicos que a veces se exhiben cual si fuesen una especie de cetro que subraya el poder de su dueña. Hubo un tiempo en el cual el abanico, a parte de su función y valor artístico, fue compañero y cómplice de venturas y coqueterías femeninas; las insinuaciones, aquiescencias y negativas tuvieron en el lenguaje del abanico un medio privilegiado de comunicación del que ya se han ocupado distintos historiadores.³ El abanico ha sido y es un objeto receptivo a la creación artística, un universo en el que todo cabe, un objeto funcional que llegó a alcanzar un alto grado de sofisticación en los tiempos modernos.

Pero como toda creación, el abanico ha estado sujeto a los cambios del gusto y los dictados de la moda, haciéndose eco de las transformaciones y evoluciones estilísticas sufridas. El siglo XVIII fue



Arxiu taller de Martínez Esteve. València.

2- Estrella de Diego, 2005, pp, 127-135.

3- Gobbi Sica-Kraft Bernabei, 1990; Priego, 1995. Biblioteca del Diccionario Enciclopédico Hispano-Americano, Los abanicos. Su lenguaje expresivo. Con detalles de los alfabetos dactilológicos y campilológico. Barcelona, 1887.

un momento de esplendor del abanico, pero es entre mediados del XIX y principios del XX, cuando un mayor número de artistas (desde Fortuny a Gauguin) decidieron decorar países de abanicos, utilizándolos como un soporte en el que plasmar sus creaciones, rompiendo así con la exclusividad artesanal de otros tiempos.⁴ El abanico por el que se interesan los artistas de finales del XIX es ante todo un espacio abierto a la experimentación, pues como se ha apuntado no es el abanico como objeto lo que podía interesar a los pintores impresionistas, post-impresionistas y nabis, sino la expresividad de su forma.⁵

VALENCIA CENTRO PRODUCTOR

La industria del abanico tiene muy largo recorrido en España, siendo Valencia la ciudad que se erige en el principal centro productor sorteando la gran competencia internacional. Un hecho que se ha citado con frecuencia y puede ser un buen ejemplo al respecto es como con motivo del viaje oficial que el Rey Alfonso XIII realizó a Valencia en 1906, el monarca visitó la fábrica de abanicos de Prior,⁶ donde el industrial solicitó al rey que se impidiese la entrada de abanicos japoneses, que eran en esos momentos los que hacían la mayor competencia a los talleres valencianos. Se dice que se prohibieron estas importaciones, pero no el tiempo ni el efecto de la medida, ya que años más tarde se vuelve a aludir a ello desde la prensa. Japón seguía siendo a inicios del siglo XX otro importante productor, pero en realidad estaba teniendo lugar una internacionalización de los procesos de fabricación de los abanicos de acuerdo con las especializaciones, adelantándose a los actuales procesos de fabricación de piezas de las industrias tecnológicas, textiles o automovilísticas. Los sellos japoneses que llevan varios de los países valencianos de los años veinte son muy ilustrativos al respecto.

Deja constancia del desarrollo que habían adquirido estas industrias en Valencia, ubicadas en su mayoría en Aldaya, la presencia de un Pabellón de la

Industria Abaniquera en la Exposición Regional de Valencia de 1909. Los abaniqueros valencianos participan por estas fechas en iniciativas muy diversas dirigidas al fomento y protección de las artes. Este puede ser el caso del proyecto de la construcción de Palacio de las Artes y la Exposición de Arte Joven, que fue una de las propuestas más importantes de la vida artística de 1916, que promovió la Juventud Artística Valenciana. Entre las acciones y colaboraciones que se pusieron en práctica para conseguir fondos destinados a su construcción,⁷ cabe recordar el generoso porcentaje del treinta por ciento de las ventas que destina la Sociedad de Pintores de Abanicos con destino a las futuras obras.⁸

Después de la primera guerra mundial la producción de abanicos remite en países que en otro tiempo habían sido centros importantes de fabricación como Francia, Austria o Italia. Pero, cómo decía, ahora es España la que se sitúan en primera línea de la producción mundial, siendo Valencia la principal continuadora de la tradición, junto con Barcelona y en parte Sevilla y Málaga. La producción valenciana tiene un especial significado en la historia del abanico moderno. Es cierto que a partir de los años veinte los diseños más interesantes e innovadores se descubren en los abanicos publicitarios, pero los autores de éstos son a veces los mismos que colaboran en los diseños de los países de los distintos fabricantes de abanicos. Frente al esplendor del abanico del fin de siglo o de la belle époque, el abanico de los años veinte y treinta ha sido en la mayoría de las publicaciones un mero apéndice un objeto caído en desuso que da paso el abanico publicitario. Pero el abanico tuvo un ciclo más largo en España gracias al impulso de la moda regionalista del primer tercio del XX. Esa permanencia de elementos castizos, como rasgos diferenciadores fuertemente arraigados, le otorgan también mayor permanencia al abanico, sin que éste se mantenga indiferente a los cambios de la moda. La Eva moderna española seguía llevando abanicos en las verbenas y los toros y en menor medida en el cabaret. Los toros es un es-

7- *El Pueblo* 6 de mayo de 1916.

8- “El Palacio de Bellas Artes. La Exposición de Abanicos”, *El Pueblo*, 15 de junio de 1916

9- Hay carteles de toros de José Mongrell, que se salen de los márgenes más trillados del cartel taurino modernista, en los cuales aparecen atractivas jóvenes que lucen vistosos mantones de Manila y abanicos desplegados que en ocasiones los elevan para protegerse del sol. Véase Alcaide 2001.

pectáculo que en parte había fomentado el uso del abanico para protegerse del sol y del calor.⁹

El abanico se convierte en estas décadas en una nueva vía de penetración y normalización de los estilos modernos. Aunque no todas las creaciones de los años veinte y treinta se mueven en esta línea, pues las composiciones más convencionales y trilladas tienen continuidad, sí que hay una parcela importante de estas creaciones que apuestan por la renovación estética del abanico en lo que se refiere sobre todo al diseño de los países.

FRANCISCO POVO PINTOR DE ABANICOS

En los años próximos a la Primera Guerra Mundial el abanico valenciano concilia el interés de una serie de ilustradores y pintores que elevan el nivel de los diseños de las industrias abaniqueras locales. La figura del polifacético ilustrador, escenógrafo y pintor de abanicos Francisco Povo Peiró (1880-1960) alcanza especial relevancia en este contexto. En fechas anteriores Povo ya abrió en Valencia un taller de telas de abanicos en el que trabajaron Pascual Capuz, Luis García Falgás y Antonio Esteve. Uno de los clientes más importantes del taller de Povo fue León Bergadà, quien regentó una fábrica de abanicos en Barcelona que enviaba sus pedidos tanto a París como al Japón, realizando artísticos y cuidados catálogos. Bergadà adquiría los países de este taller valenciano, continuando luego las fases siguientes del proceso de la fabricación. El caso es que, como ya documentó Alcaide, Bergadà propuso a Luis García Falgás que trabajase para él en Barcelona, y tanto este como Povó y Esteve se marcharon a la Ciudad Condal, liquidando Povo su taller en 1905. En 1912 García Falgás acompañó a Bergadà a París aprendiendo allí el procedimiento de la aguatinta, cuyos medios tonos “amplían las



FRANCISCO POVO. Archivo Javier Pérez Rojas

posibilidades de sus grabados permitiéndole acceder a una gama de matices que el aguafuerte le negaba”¹⁰ Esta colaboración valenciana con Bergadà, habría que verla como una primera proyección importante de los ilustradores valencianos en la fabricación de abanicos en Barcelona y un claro antecedente de Industrias Abaniqueras Reunidas.

Francisco Povo, pintor, cartelista, ilustrador y escenógrafo afincado en París, regresó a Valencia al desencadenarse la Primera Guerra Mundial. Povo, al igual que otros ilustradores, que tienen incursiones en el mundo del abanico como Luis Dubón, Arturo Ballester, Fernando Marco o Rigoberto Soler, replantean una iconografía de la mujer valenciana más potente y activa que se va distanciando de las ensoñaciones modernistas. Siendo todos ellos artistas que marcan la transición del modernismo a un estilo más sofisticado y dandi que se va encauzando hacia el Art Déco. Povo va a desempeñar además un papel de dinamizador artístico y cultural que debe ser resaltado, siendo uno de los pocos artistas que aborda con desenvoltura la renovación de la crítica de arte en la prensa local.¹¹

Diferentes iniciativas dejan ver el interés por fomentar las industrias artísticas en Valencia en esos años, entre ellas la del abanico. En julio de 1915 tuvo lugar en Valencia una exposición de abanicos en el foyer del Trianon Palace. El arte del abanico se inserta en este momento en la reivindicación del espíritu artístico regional: “Una exposición de telas de abanicos durante los próximos días de Feria, será la nota de arte más hermosamente valenciana que pudiera pensarse”¹² Dada la sólida tradición local de la industria del abanico se consideraba importante esta muestra, tanto por el número de obras que presentaban, como por el hecho de que ponía de manifiesto la “personalidad artística y cultural” de los obreros valencianos.¹³

Francisco Povo creó en 1915 el Salón Povo de la calle Avellanas, donde, en colaboración con Martínez Ballester se propusieron potenciar el arte decorativo en Valencia en todas sus vertientes.¹⁴

10- Alcaide 1999, p. 139.

11- Pérez Rojas (director), 2016.

12- “Exposición de arte valenciano”, *Las Provincias*, 15 de julio de 1915.

13- “La Feria. Inauguración. Exposición de telas de abanicos”, *El Pueblo*, 22 de julio de 1915. Véase también para 1916, “Exposición regional de pintura en telas de abanicos, *Las Provincias*, 25 de julio de 1916, cit. en Pérez Rojas 2016, p. 395.

En el contexto de esta serie de exposiciones celebradas en la ciudad la crítica destaca en 1917 la importancia de la exposición que se inauguraba en el citado Salón sobre “Sombreros y abanicos”. Quizás sea esta una de las primeras ocasiones en que el mundo de la moda o de sus complementos se presentan en Valencia asociada al ámbito artístico. El crítico Estellés veía esta muestra como una manifestación de un cosmopolitismo chic que habría de transformar y embellecer la ciudad.¹⁵ Las noticias en torno al abanico valenciano se suceden en estos años con iniciativas que permiten constatar la voluntad de mantener el nivel artístico y de calidad de las industrias abaniqueras locales, tratando de adaptarse a los nuevos requerimientos estéticos. Un comercio como la Casa Pampló, con la que en más de una ocasión colaboró Povo, apuesta por la comercialización de los abanicos, exhibiendo alguna que otra exposición de aquellos para adaptarse a los dictados de las nuevas modas.¹⁶ Povo no dejó de lado el diseño de abanicos, presentando sus países en distintas exposiciones. En la celebrada en el Círculo de Bellas Artes de Madrid en 1919, el crítico José Francés ponderaba el sentido decorativo, la solidez en el dibujo y la fastuosidad del color de las creaciones de Povo: “En su labor, ya amplia y prodigada por toda España hay dos clases de obras: la popular y la que pudiéramos llamar aristocrática (...)”.

Para la primera clase de abanicos, Povo emplea temas ligeramente caricaturescos o simplemente de una elegancia moderna. También utiliza motivos decorativos de cerámica popular, de telas estampadas o bordadas de clásicos temas españoles. Para la segunda clase de obras ya su inspiración se engrandece con asuntos originales, de una fantasía exuberante de color y de ricos arabescos, o acude a los grandes maestros del ayer: Goya, el proteico; Boucher, Wateau, Fragonard, los representantes del XVIII francés, tan saturados de galantería”.¹⁷

De Povo y Dubón ya incluimos dos interesantes países en el catálogo de la exposición Tipos y paisajes.¹⁸ El de Luis Dubón (1892-1952) puede definirse

como una obra excepcional dentro de la década de los veinte por su virtuosismo y suntuosidad, que pretende recrear y recuperar el esplendor del abanico del XVIII. Dubón, pintor, cartelista e ilustrador, trabajó en Madrid y en Valencia para distintas casas editoriales y revistas.¹⁹ En sus ilustraciones, carteles y portadas para la revista Feria de Valencia, Dubón desarrolla una imagen sensual y vamp de la mujer valenciana con unas connotaciones simbolistas que avanzan hacia el Déco: valencianas con aires de mujeres fatales, de miradas turbadoras y actitudes ensoñadoras que se exhiben con enérgico poderío. El país de las dos jóvenes valencianas es una pieza en la que brillan sus dotes de miniaturista. Lo literario y fabuloso, el mundo de leyenda que recrea este país está impregnado de una atmósfera de sensualidad que tiene su escenario más apropiado en el ámbito del abanico.

LOS CATALOGOS COMERCIALES Y LA PROMOCIÓN DE LOS NUEVOS DISEÑOS

Los fabricantes más importantes de abanicos solían editar catálogos de temporadas en los que daban noticias de las novedades y creaciones de sus colecciones. Demostrando como la industria del abanico busca su espacio en la dinámica de la moda más actual, y se adapta a los nuevos mecanismos del mercado. El lujoso catálogo de León Bregada de la temporada de 1916, lleva en su portada un elaborado aguafuerte de García Falgás, que presenta en un óvalo el torso de una mujer con peineta, vaporosa mantilla y abanico. El catálogo anuncia la visita del viajante de abanicos con los últimos modelos, presentando en concreto el abanico “Musette”: “cuya forma completamente nueva armoniza del todo con el vestido y adornos actuales”. El interior reproducía otro dibujo de García Falgás con una elegante figura femenina con un abanico de flores desplegado, cuyo país lleva ya unas rosas de diseño Art Déco. Bergadá, según se indica en el catálogo, tenía la fábrica en Valencia y la Casa Central en el Pasaje Crédito de Barcelona.

En 1917 la revista Lo Esfera dedicó un número especial a Valencia con artículos varios sobre su arte e industrias. Uno de estos artículos, sin firma, se



Catálogo de la casa León Bergadá. Archivo Javier Pérez Rojas.

titula "Los abanicos de Valencia". En este texto se comenta la importancia de la industria abaniquera en la ciudad ya que daba empleo a miles de personas que trabajaban tanto en pequeños talleres como es sus domicilios: “Al perfeccionamiento del abanico en Valencia contribuye la facilidad con que en la propia región se encuentran las clases de operarios precisos, lo mismo pehueros, es decir los encargados de labrar la madera, que los maqueadores y pulimentadores, los cuales, como indica su nombre, se encargan de las labores de pulimento y de adorno (...) a la fabricación contribuyen numerosas y diversas industrias, tales como la carpintería,' dorado, la papelería, la orfebrería, la pintura, el arte de los encajes bordados y alguna más”.

En cuanto a la producción se dice que es inmensa y que Valencia provee la mayor parte del mercado nacional y del internacional, exportando sus crea-

ciones a América y en Europa a Italia, Suiza, Inglaterra, Francia y Alemania: "Una de sus más grandes producciones la constituyen los abanicos de costumbres españolas, por los que tienen preferencia los extranjeros". Esta producción abaniquera, que no se ha interrumpido en ningún momento, había tenido que abrirse camino con dificultades: "(...) ya por la indiferencia de los Gobiernos y por la falta de protección oficial, ya por la competencia que ha de sostener con la fabricación japonesa. No obstante, la constancia, la actividad y la inteligencia de los elementos que integran la industria y el poderoso esfuerzo de cuantos contribuyen a ella, consiguen mantenerla en el primer lugar, en lo que a importancia se refiere, ante los demás centros productores de mismo artículo en Austria, Francia y el Japón”.

A continuación, se ofrece en el citado artículo una cumplida relación de estos fabricantes de abanicos constituidos en sociedad, que deben ser los más importantes de 1917.²⁰ Para el próximo año los fabricantes valencianos lanzan el modelo Ovalino. Los fabricantes de Valencia "aspiran a presentar todos unidos colectivamente, el modelo único, que puede ser considerado como la base de la fabricación y sirva al mismo tiempo de orientación al público”.

Otro catálogo de la citada casa León Bergadá está dedicado a la Evolución del abanico en los tres últimos años, entre 1915 y 1918. El texto de presentación, firmado por el propio Bergadá, habla de las crisis que sufre el sector y los esfuerzos de los fabricantes para armonizarlo con las exigencias de la moda. De hecho, la fabricación de abanicos había comenzado a decaer en otros centros de Europa. Bergadá indica en su texto que ya en 1914 se anticiparon a la moda iniciando formas irregulares que fueron adoptadas en la temporada de 1915. A estos requerimientos respondía el antes aludido abanico Musette, pero la moda cambia y para 1918 lanzaron el abanico Manon, evolucionado de aquél, con contorno regular y las caberas onduladas.

La casa Juan Llorens e Hijos, con fábrica en Valencia, en la calle Félix Pizcueta, y comercio principal en la calle Montesinos de Barcelona, publicó también un

14- “Arte y decoración. Povo y Martínez Ballester”, El Mercantil Valenciano, 2 de diciembre de 1915.

15- J. L. Estellés, “Arte y Artistas. Exposición de mujeres y flores. La Exposición de Casa Povo. Sombreros y abanicos”, El Pueblo, 15 de mayo de 1917.

16- “Una pequeña Exposición. El abanico de moda”, El Mercantil Valenciano, 29 de julio de 1919.

17- Citado por José Luis Alcaide Delgado en Manuel González Martí y la ilustración gráfica de su época (1890-1918). Valencia 1999, pp. 220-221. Tesis doctoral inédita.

18- Pérez Rojas 1998, pp. 250, 305.

19- Pérez Rojas, Alcaide, 1991, p. 42.

20- Los que cita son Barber y Lorca, Clapés y Compañía, Vicente Sánchez Máñez, J. Prior Sanchis, Juan Llorens hijo. Sebastián Montesinos, J. Garriga Monee, José Oltra, Rogelio Suárez, Viuda de Joaquín Fortea, Joaquín Campos, Bartolomé Tarín, Ricardo Bádenes, Vicente Albiñana, Vicente Aparisi y José M. Montalt. Sobre el mundo laboral de la industria abaniquera, véase Casani 2017,

cuidado catálogo para presentar lo que denominan el abanico Mignon; la portada del catálogo, de espíritu claramente neobarroco, es de Luis Dubón Portolés. La propuesta es de 14 series de estilos presentados en láminas que van del egipcio al moderno.²¹ La misma Casa Llorens Hijo, presenta otro pequeño y exquisito catálogo para la temporada 1926-1927, con la novedad del abanico perfumador, que llevaba disimulado en la cabera un depósito para el perfume, que permite que la esencia se volatilice lentamente con el airear del abanico. Se alude también en el catálogo a otros abanicos de fantasía: “muy en concordancia con actuales modas femeninas, que por su tamaño son propios para llevarse en el bolso”.

Es interesante, por su fecha y la abundante información que suministra, el catálogo ampliamente ilustrado de la casa de abanicos valencianos Pérez y Dasí S.L. de 1933. El cual desvela extraordinaria variedad existente en cada serie.²² Lo moderno y lo clásico o historicista se manejan con total libertad. Se funden dentro de la más absoluta heterodoxia realismo y abstracción, aunque en esos momentos a todo lo geométrico o abstracto se le denominaba futurista. Dentro de muy distintos apartados se pueden leer composiciones con títulos como “Dibujos estilo modernista y futurista”, “Pájaros decorado futurista”, “Conejo come melón, dibujo futurista”, “Pajaritos, sobre ramo, decorado futurista”. Dentro de los de la serie de fantasía leemos “Dibujos estilo modernista”, “Pavo, decorativo moderno”, “Dibujos cubistas”, “Pájaros decorado futurista”. La síntesis de expresiones modernas que el Art Déco fomenta queda perfectamente reflejada en esta vulgarización que hacen los diseñadores de abanicos del cubismo y el futurismo. No deja de ser curioso, por lo demás, como ejemplo de la admiración que despertaron ciertos artistas que se hable de una serie “Estilo Romero de Torres (modernista)”; en realidad no se trata de reproducciones de artista cordobés, sino de un modo curioso de englobar creaciones regionalistas de tono andaluz.

21- Los estilos son el egipcio, griego, pompeyano, romano, árabe, persa, chino, japonés, gótico, renacimiento, Luis XV, Luis XVI, Imperio, Moderno.

22- La serie B es de Medio luto (alivio); la C los tiene de Fantasía, Paisajes, Flores, Deportes y Artistas de Cine; los serie D son de Toros, Cuadros Regionales, Semana Santa, Estilo Romero de Torres; la serie E esta dedicada completamente al Estilo japonés; en la F los apartados son Estilo Luis XV y Cuadros clásicos; y la G, Isabelinos, Barajillas y Novia

COMPOSICIONES Y MOTIVOS

Una buena parte de los abanicos valencianos fueron encargados y comercializados por las antes aludidas Industrias Abaniqueras Reunidas de Barcelona. El folleto publicitario de la casa indicaba que este grupo: “presenta anualmente la más selecta, económica y extensa colección de últimas novedades en abanicos valencianos artístico-comerciales”. Los países con sellos de importación y exportadores de Kioto, llevan a su vez el sello de las Industrias Abaniqueras Reunidas.

La mayor parte de los países de abanicos conservados estaban destinados a fabricantes valencianos y de otros puntos de España, pero también al extranjero, y en concreto al Japón. Los sellos estampados en algunos de estos dibujos dan noticias sobre la fecha y registros de entrada. Hay un país fechado en 1923, con inscripción en japonés, que dice: “Asociación de importadores y exportadores de abanicos de Kioto”. Japón era un país mítico en la historia del abanico, siendo Kioto una ciudad con larga tradición en la fabricación de aquellos; de allí era uno de los más famosos pintores de abanicos como Tawarayá Sótatsu. Durante los años veinte y treinta hay fabricantes valencianos que enviaban al Japón los países originales cuando tenían que hacer grandes tiradas, ya que las sedas y la impresión resultaban más económicas. Este hecho vendría por otro lado a informar acerca de los ya aludidos intercambios y movimientos que generaba la industria del abanico, así como la internacionalización de los mercados y del proceso de fabricación. Pero se trata también de un dato que revela la conjunción de distintas especializaciones en torno a la fabricación de este objeto. De hecho, la decoración de países era una profesión separada y remunerada,²³ que desde 1910 era con frecuencia asumida por los ilustradores gráficos. Es tal el protagonismo de éstos, sobre todo en el abanico publicitario, que la decoración de países se puede ahora considerar en gran medida como un apartado más de la historia de la ilustración gráfica.

La variedad temática y estilística es notable en el diseño de los países, apreciándose un gran oficio en la mayoría de ellos, pero sobre todo llama la atención el virtuosismo en la técnica del guache sobre seda, resuelta con una habilidad de miniaturista. Las composiciones de muchos abanicos acuden a los repertorios de flora y fauna que a lo

23- Rocamora, 1956, p. 21.

largo del XIX y principios del XX se idearon para el uso de artistas e industriales por Eugene Grasset (La plante et ses applications ornamentales,1897) o Maurice Pillar Verneuil (Lamm& dans la decoration, 1897, y L’etude de la plante et ses applications aux industries d’art, 1908). Esta dependencia de unas fuentes comunes no impide apreciar los aciertos compositivos en la imbricación de los diferentes elementos figurativos.

En su publicación sobre el abanico, Guillot Carratalá da una relación de artistas valencianos vinculados en cierta manera con la pintura de países. Entre otros cita a Povo, Canet, Barreira, Vercher, Ballester, Dogo, Dubón, Bada, Ruano Llopis, Martínez Esteve, Ferragutti... a los que habría también que añadir los nombres de Pedro Bas Carbonell, Luis García Falgás, Arturo Ballester e incluso José Segrelles. Ya unos años antes, en 1936, Vicente Almela Mengot había confeccionado una larga lista de pintores de abanicos junto con otras dos más breves de montadores y adornadores. El citado autor indica que han sido pintores de abanicos los cartelistas y pintores: Carlos Ruano Llopis, Vicente Canet, Borín, José Barreira, Antonio Vercher, Arturo Ballester, Juan Reus e incluso el ceramista José Peyró. El caso de los abanicos se puede comparar a lo que sucede con las etiquetas de las naranjas valencianas, donde los creadores generalmente no firmaban sus trabajos por considerarlos como un género menor, como un medio de subsistencia, o un ingreso complementario que a veces se veían forzados a acudir los ilustradores de cierto prestigio. Para entender mejor esta aclimatación del abanico en Valencia hay que tener en cuenta que la ciudad contaba con numerosas industrias artísticas y que tenía una tradición artesanal muy consolidada gracias a la existencia de centros docentes dedicados a la formación de artes y oficios.

Aunque una gran parte de las creaciones abaniqueras se mantienen al margen de la evolución experimentada en el resto de las artes, y persisten en una serie de asuntos que se venían repitiendo durante décadas, si que se detectan ahora un amplio número de composiciones que indican la voluntad renovadora de las industrias abaniqueras, evidenciando como el espíritu moderno transita por distintos apartados del mundo de la moda y los complementos.

En la época del Art Déco el abanico dejó de ser un fiel aliado, pero no decae su uso por completo, al menos en España, tal como lo dejan ver los nume-

rosos ejemplos valencianos. Todavía en los años que se desarrollan en torno a la primera guerra mundial hay dibujantes como Lepape o Iribe que diseñan preciosos abanicos de estilizadas composiciones, pero son otro tipo de complementos los que priman en las nuevas toilettes. El bolso o la cartera llevan dentro modernas cajitas de polvos, frasquitos de perfume, pitilleras y encendedores que artistas como Fouquet o Cartier modernizaron convirtiéndolas en auténticas joyas del nuevo diseño. El abanico que vaya a formar parte de este equipo ha de ser de un tamaño más reducido. Se ha llegado a señalar en este sentido que el papel del abanico en la toilette femenina finaliza con las innovaciones de Coco Chanel, mientras que el abanico como soporte publicitario llega casi hasta nuestros días.²⁴



Geometrías. Archivo Javier Pérez Rojas.

Pero como estamos viendo, en Valencia se siguen produciendo abanicos no publicitarios para ser vendidos en comercios y distribuidos por representantes con sus respectivos catálogos. Una página de la revista Vogue que localicé en los fondos de la Biblioteca Fornay de París —de la que no hay fecha exacta de su publicación, pero que dataría a finales de los años veinte—, es muy expresiva en este sentido, ya que en ella se alude al deseo de los fabricantes valencianos de hacer resucitar un complemento pasado de moda como el abanico. El motivo de esta observación venía a cuento de que uno de estos abanicos valencianos reproducía la ilustración de una portada de la revista Vogue. Realmente las portadas e ilustraciones de las modernas ilustraciones gráficas de revistas fueron una importante fuente de inspiración o de adaptación.

24- Gobbi Sica, 1991, p. 10.

Las jovencitas a lo garçon podían lucir abanicos en los que se condensaba el exotismo colorista que había puesto de moda los Ballets Rusos o las geometrías decorativas a lo Delaunay. Sonia Delaunay había incorporado los hallazgos del cubismo decorativo a las nuevas estampaciones de los vestidos, extendiéndose igualmente a las sombrillas playeras y también a los países de los abanicos. Pero hay también un muy abundante número de abanicos que quedan fuera de estas órbitas estilísticas modernas o muestran extraños maridajes de estilos: fondos de flores geométricas y estampas de paisajes realistas, rostros castizos o aflamencados con motivos geométricos abstractos... Los temas más al uso de flores y animales, así como los de escenas galantes o costumbristas, se mantienen todavía dando a veces la idea de que el arte del abanico se ha estancado con la entrada del siglo XX, pero se trata simplemente de una vertiente más que no debe impedir apreciar la variedad de expresiones y tendencias en los diseños.

Por el contrario, hay otro número extraordinario de países que llaman la atención por la estilización y refinamiento de unos diseños ya plenamente insertos en el universo del Art Déco que están concebidos de un modo más unitario. Dibujos inspirados en los diversos repertorios y modelos codificados existentes como los que ponen a la mano creaciones como las de A. H. Thomas. Propuestas decorativas de muy similar espíritu que sirvieron de punto de partida para muy diferentes decoraciones y usos, desde la moda, el diseño gráfico o la arquitectura. Frente a aquellos abanicos pintados, que parecen simples cuadros recortados, adaptados a un formato determinado, surgen propuestas y alternativas que van hacia la fusión de la forma y la narración, buscando unos efectos más poéticos y refinados.

DEL SOUVENIR A LA EXUBERANCIA SENSUAL

En el trabajo de 2005 contextualicé una serie de apartados temáticos como: la flora y la fauna, el mundo infantil, el exotismo, la reproducción de cuadros famosos, los viajes y la vida moderna. No voy a repetir lo entonces escrito, pero sí recordar brevemente el significado de algunos de ellos. El aire del abanico hace viajar y volar a parajes soñados. El dibujo de un país puede suscitar el recuerdo de viajes realizados o evento vívidos, dando lugar al abanico souvenir, que se prodiga ampliamente en estas fechas reproduciendo monumentos de ciudades o celebraciones especiales como las exposiciones de 1929 de Barcelona y Sevilla. El tipismo andaluz y valenciano son los más recu-

rrentes en este contexto. Ha series de abanicos que hay que relacionar con el despertar turístico de los años veinte que se desarrolla al calor de los nuevos medios de transporte.

La reproducción de cuadros es también un motivo frecuente. En el comentario que Ricardo Agrasot hace del pabellón de las industrias abaniqueras en la Exposición Regional Valenciana de 1909 escribe que: “todavía se persiste en el sistema de las copias de cuadros y estampas, bien completos o fragmentados en caprichosas combinaciones”.²⁵ Pero no es sólo la copia de obras famosas de Watteau, Velázquez o Goya, sino de las de pintores contemporáneos las que a veces adornan el país. En esta línea voy a añadir ahora a modo de ejemplo un país de la Colección Martínez Esteva que reproduce un retrato femenino del pintor Pedro Antonio.

La vida moderna constituye otro decisivo apartado de la iconografía artística de los años veinte y treinta, un motivo que garantizaba la modernidad del objeto. La moda, el deporte, la automoción, el viaje, el baño, la verbena, el cabaret, el ambiente de salón o el cine, son algunas de las facetas de la vida moderna placentera que pasan a los países de abanicos. Los nuevos abanicos tratan incluso de complacer los deseos de los seguidores de los grandes mitos del cine y la canción moderna. El catálogo de Pérez Dasí para 1933, daba una lista de celebridades que incluían entre otros muchos los nombres de M. Chevalier, A. Menjou, Clive Brooks, Gary Cooper, J. Crawford, Ana May-Wong, Jeanette MacDonald, Dolores del Río o Carole Lombard. El catálogo especificaba la posibilidad de servir otras figuras famosas en caso de ser solicitadas.

La mujer moderna es uno de los temas favoritos de la ilustración Art Deco. Una Eva moderna y activa que hace ver el protagonismo adquirido en un corto margen de tiempo. Las agitaciones del charleston no tenían porque desterrar el abanico, el sudor provocado por los ritmos convulsos podía ser mitigado con un cocktail y un abanico. En las revistas ilustradas de los años veinte es posible encontrar fotografías de las actrices americanas Irene Vernan Castle o Elsie Ferguson, arbitras de la nueva elegancia, que son presentadas como ejemplos del impacto que el mundo del cine tiene en la moda, las cuales aparecen con abanicos pericones de plumas en las manos, cual símbolo del poderío para las nuevas reinas de la elegancia.

25- Blasco Carrascosa, p. 256.

En el film de Jean Cocteau *La sang du poete* de 1932, en la decisiva escena del juego de cartas, las espectadoras del palco balcón llevan exuberantes abanicos de plumas blancas, con el que mas que airearse se acarician, mientras que la jugadora despliega un moderno abanico plateado brillante que pone una nota de misterio, tensión y contraste en la escena. El abanico subraya en su frugal aparición sus connotaciones de objeto complementario en los ambientes de la alta sociedad. Para la mujer elegante del fin de siglo el abanico era algo más que un instrumento destinado a airear su rostro, era también un objeto decorativo que acentuaba de un modo especial su feminidad seductora, dando una nota de color y de exotismo, de exuberancia y erotismo si se piensa en los grandes abanicos de plumas.²⁶ No todos los abanicos tenían cabida en los bolsos y carteras femeninos, sobre todo el abanico pericón de plumas, que mujeres mas atrevidas continuaban utilizando, aunque en realidad fue el mundo de la revista su destino principal en los años veinte. No es casual en este sentido que el mundo del espectáculo y las variedades de cabaret lo utilicen para jugar con fugaces visualizaciones de vestida-desnuda. Los abanicos de plumas eran los más sensuales y insinuantes.

Hay crónicas de moda de los años veinte que ponderan su uso: “Para teatro y baile, grandes abanicos de pluma. Entre ellos gozan de especial favor los de pavo real y los de avestruz. Son bellos y ligeros, tienen soberana elegancia, y se prestan mejor que cualquiera otra clase de abanicos a secundar las emboscadas del amor”.²⁷ Distintas cronistas de la moda siguen ponderando en los años veinte el uso del abanico de plumas: “Los abanicos pasados de moda vuelven con nueva aureola de suprema elegancia a manos de la mujer de mundo que sabe apreciar la belleza de aquellos y la suya propia”.²⁸

26- Como se ha documentado, parece ser que el abanico de plumas en su sentido moderno data de 1855, fecha en la que Jean-Pierre Duvelleroy indica al jurado de la Exposición Universal de París su habilidad para fabricarlo, Catálogo de la exposición L'éventail miroir de la Belle Époque. Museo Galliera, París 1985, p. 67. Textos de M. Delpierre, F. Falluel, M. Maignan, R. Trogan. 27- “El carnaval de Madrid”, Nuevo Mundo, 16 febrero 1923, núm. 1517. 28- Patek, Claire “La moda de Viena. La coquetería del abanico” en Blanco y Negro, nº 1804, 13 diciembre, 1925.

English

The fan is an ancient functional creation, conceived to mitigate the effects of heat, but it soon became a popular object, mainly used by women, where craftsmanship, industry and art converge. There is something magical about the fan that attracts the eye. We often see how magicians and conjurers unfold and fold it in their performances to suggest unexpected changes or transformations.

Several years ago I carried out a study on Valencian fans from the first decades of the 20th century belonging to a private collection.¹ Comparing that group of works, from different workshops, with those that I have now been able to see from Martínez Esteve's old workshop, has allowed me to see once again the unity and quality of the Valencian creations, the commonality of the sources of inspiration and iconographic motifs in those years. Serialisation

1- F. Javier Pérez Rojas, “Abanicos para los tiempos modernos. Una colección de países de los años veinte y treinta” cat. exp. Un país de abanicos. La colección “Méditerranée”, Museo Nacional de Cerámica y de las Artes Suntuarias “González Martí”, Valencia, 2003, pp. 10-28; F. Javier Pérez Rojas, Abanicos para los tiempos modernos, Museo Nacional de Arte Contemporáneo de Madrid, Madrid, 2005, pp. 13-41.

and standardisation did not prevent the occasional competition of signatures by renowned local artists from the fields of painting and graphic arts. On the occasion of the present exhibition, which recreates and conceptualises the creation of the fan with daring proposals, I am going to take up and synthesise various sections of the previous research in order to underline once again how in the 1920s and 1930s the fan took on artistic expressions of a modern spirit, which contrasted with the average proposals of the following decades.

The fan was also a feminine toy, a weapon of seduction that gave its owners a kind of dominance and independence.² In many female portraits the models pose with fans, which are sometimes displayed as if they were a kind of sceptre that underlines the power of their owner. There was a time when the fan, apart from its function and artistic value, was a companion and accomplice of female adventures and flirtations; the insinuations, acquiescences and refusals were a privileged means of communication in the language of the fan, which has already been dealt with by various historians.³ The fan has been and continues to be an object receptive to artistic creation, a universe in which everything fits, a functional object that reached a high degree of sophistication in modern times.

But like any creation, the fan has been subject to changes in taste and the dictates of fashion, echoing the transformations and stylistic evolutions it has undergone. The 18th century was a time of splendour for the fan, but it was between the mid-19th and early 20th centuries when a greater number of artists (from Fortuny to Gauguin) decided to decorate fabrics of fans, using them as a medium on which to depict their creations, breaking with the exclusivity of craftsmanship of earlier times.⁴ The fan in which the artists of the late 19th century were interested was above all a space open to experimentation, for as we have noted, it was not the fan as an object that could have interested the Impressionist, Post-Impressionist and Nabi painters, but the expressiveness of its form.⁵

2- Estrella de Diego, 2005, pp, 127-135.

3- Gobbi Sica-Kraft Bernabei, 1990; Priego, 1995. Biblioteca del Diccionario Enciclopédico Hispano-Americano, Los abanicos. Su lenguaje expresivo. Con detallles de los alfabetos dactilológicos y campilológico. Barcelona, 1887.

4- Ezquerro de Bayo 1921, p. 46. Ezquerro de Bayo 1921, p. 46; Guivinet Mas 1946, p. 428; Zingg, 1996, p. 76.

5- Zingg, 1996, p. 7.



Arxiu taller de Martínez Esteve. València.

VALENCIA PRODUCTION CENTRE

The fan industry has a long history in Spain, with Valencia being the city that has emerged as the main centre of production, with a great deal of international competition. A fact that has often been mentioned, which may be a good example of this, is that on the occasion of King Alfonso XIII's official visit to Valencia in 1906, the monarch visited the famous Prior fan factory,⁶ where the industrialist asked the king to prevent the entry of Japanese fans, which at that time were the main competition to the Valencian workshops. It is said that these imports were banned, but neither the time, nor the effect of the measure is known, as years later it was mentioned again in the press. At the beginning of the 20th century, Japan was still another important producer, but in reality an internationalisation of the fan manufacturing processes was taking place in accordance with the specialisations, anticipating the current processes of manufacturing parts for the technological, textile or automobile industries. The Japanese stamps bearing several of the Valencian provinces of the 1920s are very illustrative in this respect.

Evidence of the development of these industries in Valencia, most of which were located in Aldaia, can be seen in the presence of a Pavilion of the Fan Industry at the Regional Exhibition in Valencia in 1909. Around this time, Valencian fan makers took part in a wide range of initiatives aimed at promoting and protecting the arts. This could be the case of the project for the construction of the Palace of the Arts and the Exhibition of Young Artists, which was

6- “(...) hizo una visita para conocer los progresos, que elogió, y concedió al maestro la Cruz de Caballero de la Orden de Isabel la Católica y el título de proveedor de la real casa”, Guillot, 1957, p.25.

one of the most important proposals of the artistic life of 1916, promoted by the Valencian Artistic Youth. Among the actions and collaborations that were put into practice to raise funds for its construction,⁷ it is worth remembering the generous percentage of thirty percent of the sales that the Sociedad de Pintores de Abanicos (Fan Painters Society) earmarked for future works.⁸

After the First World War, the production of fans began to decline in countries that had once been important manufacturing centres, such as France, Austria and Italy. But, as I said, it is now Spain which is at the forefront of world production, with Valencia being the main continuation of the tradition, together with Barcelona and in part Seville and Malaga. Valencian production has a special significance in the history of the modern fan. It is true that from the 1920s onwards the most interesting and innovative designs were discovered in fans for advertising, but the authors of these were sometimes the same people who collaborated on the designs for the fabrics of the various fan manufacturers.

In contrast to the splendour of the fan of the end of the century or the belle époque, the fan of the 1920s and 1930s was in most publications a mere appendix, an object that had fallen into disuse, giving way to the fan for advertising. But the fan had a longer cycle in Spain thanks to the impetus of the regionalist fashion of the first third of the 20th century. This permanence of Castilian elements, as strongly rooted differentiating features, also gave the fan greater permanence, without it remaining indifferent to changes in fashion. The modern Spanish female continued to carry fans to parties and bullfights, and to a lesser extent to the cabaret. Bullfighting is a spectacle that had partly encouraged the use of the fan to protect from the sun and heat.⁹

In these decades, the fan became a new means of penetration and standardisation of modern styles. Although not all the creations of the 1920s and 1930s were along these lines, as the more con-

7- *El Pueblo* 6 de mayo de 1916.

8- “El Palacio de Bellas Artes. La Exposición de Abanicos”, *El Pueblo*, 15 de junio de 1916

9- Hay carteles de toros de José Mongrell, que se salen de los márgenes más trillados del cartel taurino modernista, en los cuales aparecen atractivas jóvenes que lucen vistosos mantones de Manila y abanicos desplegados que en ocasiones los elevan para protegerse del sol. Véase Alcaide 2001.

ventional and hackneyed compositions continued, there was an important part of these creations that were committed to the aesthetic renovation of the fan, especially in terms of the design of the fabrics.

FRANCISCO POVO, FAN PAINTER

In the years leading up to the First World War, Valencian fans attracted the interest of a series of illustrators and painters who raised the level of the designs of the local fan industries. The multifaceted illustrator, set designer and fan painter Francisco Povo Peiró (1880-1960) was particularly important in this context. At an earlier date Povo had already opened a fan fabric workshop in Valencia in which Pascual Capuz, Luis García Falgás and Antonio Esteve worked. One of the most important clients of Povo's workshop was León Bergadá, who ran a fan factory in Barcelona that sent orders to both Paris and Japan, producing artistic and meticulous catalogues. Bergadá acquired the fabrics from this Valencian workshop and then continued the subsequent stages of the manufacturing process. As Alcaide has already documented, Bergadá proposed to Luis García Falgás that he work for him in Barcelona, and both he and Povó and Esteve left for Barcelona, Povo liquidating his workshop in 1905. In 1912 García Falgás accompanied Bergadá to Paris, where he learnt the aquatint process, whose halftones “expanded the possibilities of his engravings, giving him access to a range of nuances that etching denied him”¹⁰ This Valencian collaboration with Bergadá should be seen as the first important projection of Valencian illustrators in the manufacture of fans in Barcelona and a clear forerunner of Industrias Abaniqueras Reunidas.

Francisco Povo, a painter, poster artist, illustrator and set designer based in Paris, returned to Valencia when the First World War broke out. Povo, like other illustrators who made incursions into the world of the fan, such as Luis Dubón, Arturo Ballester, Fernando Marco and Rigoberto Soler, redefined an iconography of the more powerful and active Valencian woman that distanced itself from modernist reveries. They were all artists who marked the transition from Modernism to a more sophisticated and dandy style that gradually moved towards Art Deco. Povo will also play a role as an artistic and cultural dynamiser that should be highlighted, being one of the few artists to tackle with ease the renewal of art criticism in the local press.¹¹

10- Alcaide 1999, p. 139.

11- Pérez Rojas (director), 2016.



DUBÓN. Archivo Javier Pérez Rojas.

Various initiatives reveal the interest in promoting the artistic industries in Valencia at that time, including the fan industry. In July 1915 an exhibition of fans was held in Valencia in the foyer of the Trianon Palace. At this time, the art of the fan was part of the vindication of the regional artistic spirit: “An exhibition of fan fabrics during the next few days of the Fair will be the most beautifully Valencian art note that could be thought of”;¹² Given the strong local tradition of the fan industry, this exhibition was considered important, both for the number of works on display and for the fact that it highlighted the “artistic and cultural personality” of the Valencian workers.¹³

In 1915, Francisco Povo created the Salón Povo in Avellanas Street, where, in collaboration with Martínez Ballester, they set out to promote all aspects of decorative art in Valencia.¹⁴ In the context of this

series of exhibitions held in the city, in 1917 the critics highlighted the importance of the exhibition on “Hats and Fans” that opened at the aforementioned Salon. This was perhaps one of the first occasions on which the world of fashion or its accessories was presented in Valencia in association with the artistic sphere. The critic Estellés saw this exhibition as a manifestation of a chic cosmopolitanism that was to transform and embellish the city.¹⁵ The news about the Valencian fan has been a succession of initiatives over the years that show the desire to maintain the artistic level and quality of the local fan industries, trying to adapt to the new aesthetic requirements. A shop such as Casa Pampló, with which Povo collaborated on more than one occasion, is committed to the commercialisation of fans, exhibiting the odd exhibition of fans in order to adapt to the dictates of the new fashions.¹⁶

Valenciano, 2 de diciembre de 1915.

15- J. L. Estellés, “Arte y Artistas. Exposición de mujeres y flores. La Exposición de Casa Povo. Sombreros y abanicos”, El Pueblo, 15 de mayo de 1917. 16- “Una pequeña Exposición. El abanico de moda”, El Mercantil Valenciano, 29 de julio de 1919.

16- “Una pequeña Exposición. El abanico de moda”, El Mercantil Valenciano, 29 de julio de 1919.

Povo did not neglect the design of fans and presented his works at various exhibitions. In the one held at the Circulo de Bellas Artes in Madrid, in 1919, the critic José Francés praised the decorative sense, the solidity of the drawing and the lavishness of the colour of Povo’s creations:

“In his work, which is already extensive and widespread throughout Spain, there are two kinds of works: the popular and what we might call aristocratic (...). For the first type of fans, Povo used slightly caricatured themes or simply modern elegance. He also uses decorative motifs of popular ceramics, printed or embroidered fabrics with classic Spanish themes. For the second type of work, his inspiration is already enhanced by original subjects, exuberant colour fantasy and rich arabesques, or he turns to the great masters of yesterday: Goya, the protean, Boucher, Wateau, Fragonard, the representatives of the French 18th century, so saturated with gallantry”¹⁷ From Povo and Dubón we have already included two interesting fabrics in the catalogue of the exhibition *Tipos y paisajes* (Landscapes and Persons).¹⁸ The work of Luis Dubón (1892-1952) can be defined as an exceptional work of the 1920s for its virtuosity and sumptuousness, which aims to recreate and recover the splendour of the 18th century fan. Dubón, a painter, poster artist and illustrator, worked in Madrid and Valencia for various publishing houses and magazines.¹⁹ In his illustrations, posters and covers for the magazine *Feria de Valencia*, Dubón develops a sensual and vamp image of Valencian women with symbolist connotations that move towards Deco: Valencian women with the air of femmes fatales, with disturbing looks and dreamy attitudes that are exhibited with energetic power. The fabric of the two young Valencian women is a piece in which his miniaturist skills shine through. The literary and fabulous, the world of legend that this fabric recreates is impregnated with an atmosphere of sensuality that has its most appropriate setting in the realm of the fan.

COMMERCIAL CATALOGUES AND THE PROMOTION OF NEW DESIGNS

The most important fan manufacturers used to publish seasonal catalogues in which they gave news

17- Citado por José Luis Alcaide Delgado en Manuel González Martí y la ilustración gráfica de su época (1890-1918). Valencia 1999, pp. 220-221. Tesis doctoral inédita.

18- Pérez Rojas 1998, pp. 250, 305.

19- Pérez Rojas, Alcaide, 1991, p. 42.

of the novelties and creations of their collections. Demonstrating how the fan industry seeks its place in the dynamics of modern fashion and adapts to the new market mechanisms. León Bregada’s luxurious catalogue for the 1916 season has an elaborate etching by García Falgás on its cover, which presents the torso of a woman wearing a comb, a flowing mantilla and a fan in an oval. The catalogue announces the visit of the fan traveller with the latest models, presenting in particular the “Musette” fan: “whose completely new shape harmonises completely with the current dress and ornaments”. The interior reproduced another drawing by García Falgás of an elegant female figure with a fan of flowers unfurled, the country of which already bore roses of Art Deco design. Bergadá, according to the catalogue, had its factory in Valencia and its head office in Pasaje Crédito/Passatge de Crèdit Street in Barcelona.

In 1917 the magazine *Lo Esfera* devoted a special issue to Valencia with various articles on its art and industries. One of these articles, unsigned, is entitled “Los abanicos de Valencia” (“The fans of Valencia”). This text comments on the importance of the fan industry in the city, as it employed thousands of people who worked both in small workshops and in their homes: “The improvement of the fan in Valencia is helped by the ease with which in the region itself the necessary types of workers can be found, both those responsible for carving the wood, and layout designers and polishers, who, as their name indicates, are responsible for the work of polishing and ornamentation (...) to the manufacture of fans in Valencia (...) to the manufacture contribute numerous and diverse industries, such as carpentry, gilding, stationery, goldsmithing, painting, the art of embroidered lace and some others”.

Production is said to be immense and Valencia supplies most of the national and international market, exporting its creations to America and in Europe to Italy, Switzerland, England, France and Germany: “One of its greatest productions is Spanish custom fans, for which foreigners have a preference”. This fan production, which has not been interrupted at any time, has had to make its way with difficulties: ‘(...) either because of the indifference of the governments and the lack of official protection, or because of the competition it has to face with Japanese manufacture. Nevertheless, the perseverance, activity and intelligence of the elements which make up the industry, and the powerful efforts of all those who contribute to it, succeed in keeping it in first place, as far as importance is concerned, in relation to the

other centres producing the same article in Austria, France and Japan! The article goes on to give a full list of these incorporated fan manufacturers, which must be the most important in 1917²⁰. For the next year, the Valencian manufacturers launched the Ovalino model. The Valencian manufacturers “aspire to present, united collectively, the unique model, which can be considered as the basis of the manufacture and at the same time serve as a guide for the public”.

Another catalogue by the aforementioned company, León Bergadá, is devoted to the evolution of the fan in the last three years, between 1915 and 1918. The introductory text, signed by Bergadá himself, speaks of the crises suffered by the sector and the efforts of manufacturers to bring it into line with the demands of fashion. In fact, the manufacture of fans had begun to decline in other European centres. Bergadá indicates in his text that as early as 1914, they anticipated fashion by initiating irregular shapes which were adopted in the 1915 season. The aforementioned Musette fan responded to these requirements, but the fashion changed and by 1918 they launched the Manon fan, an evolution of the former, with a regular outline and wavy headpieces. The Juan Llorens e Hijos Company with a factory in Valencia, in Calle Félix Pizcueta, and its main shop in Montesinos Street in Barcelona, also published a careful catalogue to present what they call the Mig-non fan; the cover of the catalogue, which is clearly neo-baroque in spirit, is by Luis Dubón Portolés. The proposal is for 14 series of styles presented in sheets ranging from Egyptian to modern.²¹

The same Casa Llorens Hijo Company presented another small and exquisite catalogue for the 1926-1927 season, with the novelty of the perfume fan, which had a concealed perfume reservoir in the head, allowing the essence to volatilise slowly with the fan’s airing.

The catalogue also mentions other fancy fans: “very much in keeping with current women’s fashions, which, because of their size, are suitable

20- Los que cita son Barber y Lorca, Clapés y Compañía, Vicente Sánchez Máñez, J. Prior Sanchis, Juan Llorens hijo. Sebastián Montesinos, J. Garriga Monee, José Oltra, Rogelio Suárez, Viuda de Joaquín Fortea, Joaquín Campos, Bartolomé Tarín, Ricardo Bádenes, Vicente Albiñana, Vicente Aparisi y José M. Montalt. Sobre el mundo laboral de la industria abaniquera, véase Casani 2017, 21- Los estilos son el egipcio, griego, pompeyano, romano, árabe, persa, chino, japonés, gótico, renacimiento, Luis XV, Luis XVI, Imperio, Moderno.

for carrying in a handbag”. It is interesting, due to its date and the abundant information it provides, the extensively illustrated catalogue of the Valencian fan manufacturer Pérez y Dasí S.L. of 1933. It reveals the extraordinary variety existing in each series.²² The modern and the classical or historicist are handled with complete freedom. Realism and abstraction merge within the most absolute heterodoxy, although at that time everything geometric or abstract was called futurist. Within very different sections we can read compositions with titles such as: “Modernist and futurist style drawings”, “Birds, futurist decoration”, “Rabbit eats melon, futurist drawing”, “Little birds, on a bouquet, futurist decoration”. In the fantasy series we read: “Modernist style drawings”, “Turkey, modern decorative”, “Cubist drawings”, “Birds, futurist decoration”. The synthesis of modern expressions promoted by Art Deco is perfectly reflected in this vulgarisation of Cubism and Futurism by fan designers. It is curious, moreover, as an example of the admiration aroused by certain artists, that there is talk of a “Romero de Torres Style (modernist)” series; in reality, these are not reproductions of the Cordovan artist, but a curious way of encompassing regionalist creations with an Andalusian tone.

COMPOSITIONS AND MOTIFS

Many of the Valencian fans were ordered and marketed by the aforementioned Industrias Abaniqueras Reunidas of Barcelona. The company’s publicity brochure stated that this group: “presents annually the most select, economical and extensive collection of the latest novelties in artistic and commercial Valencian fans”. The fabrics with Kyoto import and export stamps also bear the Industrias Abaniqueras Reunidas stamp.

Most of the fabrics of fans preserved were destined for Valencian manufacturers and those in other parts of Spain, but also abroad, and specifically to Japan. The stamps stamped on some of these drawings give information on the date and entry registers. There is a fabric dated 1923, with an inscription in Japanese, which reads: “Association of importers and

22- La serie B es de Medio luto (alivio); la C los tiene de Fantasía, Paisajes, Flores, Deportes y Artistas de Cine; los serie D son de Toros, Cuadros Regionales, Semana Santa, Estilo Romero de Torres; la serie E esta dedicada completamente al Estilo japonés; en la F los apartados son Estilo Luis XV y Cuadros clásicos; y la G, Isabelinos, Barajillas y Novia.

exporters of Kyoto fans”. Japan was a mythical country in the history of the fan, Kyoto being a city with a long tradition in the manufacture of fans; one of the most famous fan painters was Tawaraya Sótatsu. During the 1920s and 1930s, there were Valencian manufacturers who sent the original fabrics to Japan when they had to make large print runs, as silks and printing were more economical. This fact would also provide information about the aforementioned exchanges and movements generated by the fan industry, as well as the internationalisation of markets and the manufacturing process. But it is also a fact that reveals the combination of different specialisations in the manufacture of this object. In fact, fabric decoration used to be a separate, paid profession,²³ which from 1910 onwards was often taken over by graphic illustrators. Such is the prominence of the latter, especially in advertising, that fabric decoration can now be considered to a large extent as another section of the history of graphic illustration.

The thematic and stylistic variety is remarkable in the design of the fabrics, with most of them displaying great craftsmanship, but the virtuosity of the gouache on silk technique is particularly striking, executed with the skill of a miniaturist. The compositions of many of the fans are based on the repertoires of flora and fauna which, throughout the 19th and early 20th centuries, were devised for the use of artists and industrialists by Eugene Grasset (The plant and its ornamental applications, 1897) or Maurice Pillar Verneuil (Lamm& in decoration, 1897, and The study of the plant and its application to the art industries, 1908). This dependence on common sources does not prevent us from appreciating the compositional successes in the interweaving of the different figurative elements.

In his publication on the fan, Guillot Carratalá gives a list of Valencian artists with some connection to fabric painting. Among others, he mentions Povo, Canet, Barreira, Vercher, Ballester, Dogo, Dubón, Bada, Ruano Llopis, Martínez Esteve, Ferragutti... to which should also be added the names of Pedro Bas Carbonell, Luis García Falgás, Arturo Ballester and even José Segrelles.

A few years earlier, in 1936, Vicente Almela Mengot had already compiled a long list of fan painters, together with two shorter lists of assemblers and decorators. The aforementioned author indicates that the following poster painters and painters were fan

23- Rocamora, 1956, p. 21.



Geometrías. Archivo Javier Pérez Rojas.

painters: Carlos Ruano Llopis, Vicente Canet, Borín, José Barreira, Antonio Vercher, Arturo Ballester, Juan Reus and even the ceramist José Peyró. The case of fans can be compared to what happened with Valencian orange labels, where creators generally did not sign their work because they considered it to be a minor genre, a means of subsistence, or a supplementary income that illustrators of a certain prestige were sometimes forced to resort to. To better understand this acclimatisation of the fan in Valencia, it should be borne in mind that the city had numerous artistic industries and a well-established tradition of craftsmanship thanks to the existence of educational centres dedicated to the training of arts and crafts. Although a large part of the fan creations remain outside the evolution experienced in the rest of the arts, and persist in a series of themes that have been repeated for decades, we can now detect a large number of compositions that indicate the desire for renovation in the fan industries, showing how the modern spirit moves through different sections of the world of fashion and accessories.

In the Art Deco period the fan ceased to be a faithful ally, but its use did not completely decline, at least in Spain, as can be seen in the numerous examples from Valencia. Even in the years around the First World War there were designers such as Lepape and Iribe who designed beautiful fans with stylised compositions, but it was other types of accessories that prevailed in the new toilettes. The handbag or purse contains modern powder boxes, perfume bottles, cigarette cases and lighters that artists such as Fouquet or Cartier modernised and turned them into true jewels of the new design. The range that is to form part of this equipment has to be smaller in size. It has even been pointed out that the role of the fan in women’s toiletries ended with the innovations of Coco Cha-

nel, while the fan as an advertising medium has been used almost up to the present day.²⁴

But as seen, non-advertising fans continue to be produced in Valencia, to be sold in shops and distributed by representatives with their respective catalogues. A page from the magazine *Vogue* which I found in the Fornay Library in Paris – of which there is no exact date of publication, but which dates from the late 1920s – is very expressive in this respect, as it alludes to the desire of Valencian manufacturers to revive an old-fashioned accessory such as the fan. The reason for this observation was that one of these Valencian fans reproduced the illustration of a cover of *Vogue* magazine. Indeed, the covers and illustrations of modern magazine illustrations were an important source of inspiration or adaptation. Young garçon-like girls could carry fans that condensed the colourful exoticism made fashionable by the Russian Ballets or the decorative geometries of the Delaunay style. Sonia Delaunay had incorporated the findings of decorative cubism into the new prints for dresses, extending them to beach umbrellas and also to the fabrics of the fans. But there are also a very large number of fans that fall outside these modern stylistic orbits or show strange combinations of styles: geometric flower backgrounds and realistic landscape prints, traditional or flamenco faces with abstract geometric motifs... The more common themes of flowers and animals, as well as those of gallant or genre scenes, are still used, sometimes giving the idea that fan art has stagnated with the arrival of the 20th century, but this is just one more aspect which should not prevent us from appreciating the variety of expressions and trends in the designs.

On the other hand, there are another extraordinary number of fabrics that are striking for the stylisation and refinement of designs already fully integrated into the Art Deco universe, which are conceived in a more unitary manner. Designs inspired by the various exis-

ting repertoires and codified models, such as those created by A. H. Thomas. Decorative proposals with a very similar spirit that served as a starting point for very different decorations and uses, from fashion to graphic design and architecture. In contrast to those painted fans, which look like simple cut-out pictures adapted to a specific format, there are proposals and alternatives that move towards the fusion of form and narrative, seeking more poetic and refined effects.

FROM SOUVENIR TO SENSUAL EXUBERANCE

In the 2005 work, I contextualised a series of thematic sections such as: flora and fauna, the world of children, exoticism and the reproduction of famous paintings, travel and modern life. I will not repeat what I wrote then, but I will briefly recall the meaning of some of them. The air of the fan makes you travel and fly to dream places. The drawing of a leaf fabric can arouse memories of journeys made or events experienced, giving rise to the unique souvenir, which is widely used at this time of year, reproducing city monuments or special celebrations such as the 1929 exhibitions in Barcelona and Seville. Typical Andalusian and Valencian designs are the most common in this context. There is a series of fans that must be related to the tourist awakening of the 1920s, which developed in the heat of the new means of transport. The reproduction of paintings is also a frequent motif. In Ricardo Agrasot's commentary on the fan industries pavilion at the 1909 Valencian Regional Exhibition, he writes that “the system of copies of paintings and prints, either complete or fragmented in odd combinations, still persists”²⁵. But it is not only copies of famous works by Watteau, Velázquez or Goya, but also those of contemporary painters that sometimes adorn the leaf fabric. Along these lines, I will now add, by way of example, a leaf fabric from the Martínez Esteva Collection which reproduces a female portrait by the painter Pedro Antonio.

Modern life was another decisive aspect of the artistic iconography of the 1920s and 1930s, a motif that guaranteed the modernity of the object. Fashion, sport, automotive, travel, bathing, the nightclub, the cabaret, the salon atmosphere and the cinema are just some of the facets of pleasurable modern life that are transferred to folding fan fabrics. The new fans even try to satisfy the desires of the fans of the great myths of modern cinema and song. Pérez Dasí's catalogue for 1933 gave a list of celebrities that included, among many others, the names of M. Chevalier, A. Menjou, Clive Brooks, Gary Cooper, J. Crawford, Ana May-Wong, Jeanette Mac Donald, Dolores del Río and Carole

Lombard. The catalogue specified the possibility of serving other famous figures on request.

The modern woman is one of the favourite subjects of Art Deco illustration. A modern, active female who shows how much prominence she had acquired in a short space of time. The upheavals of the Charleston did not have to banish the fan; the sweat caused by the convulsive rhythms could be mitigated with a cocktail and a fan.

In the illustrated magazines of the 1920s it is possible to find photographs of the American actresses Irene Vernan Castle or Elsie Ferguson, arbiters of the new elegance, who are presented as examples of the impact that the world of cinema had on fashion, appearing with feather fans in their hands as a symbol of power for the new queens of elegance. In Jean Cocteau's 1932 film *La sang du poete*, in the decisive scene of the card game, the female spectators in the balcony box carry exuberant white feather fans, with which they caress rather than air themselves, while the female player displays a modern shiny silver fan that adds a note of mystery, tension and contrast to the scene. In its frugal appearance, the fan underlines its connotations as a complementary object in high society circles. For the elegant woman of the fin-

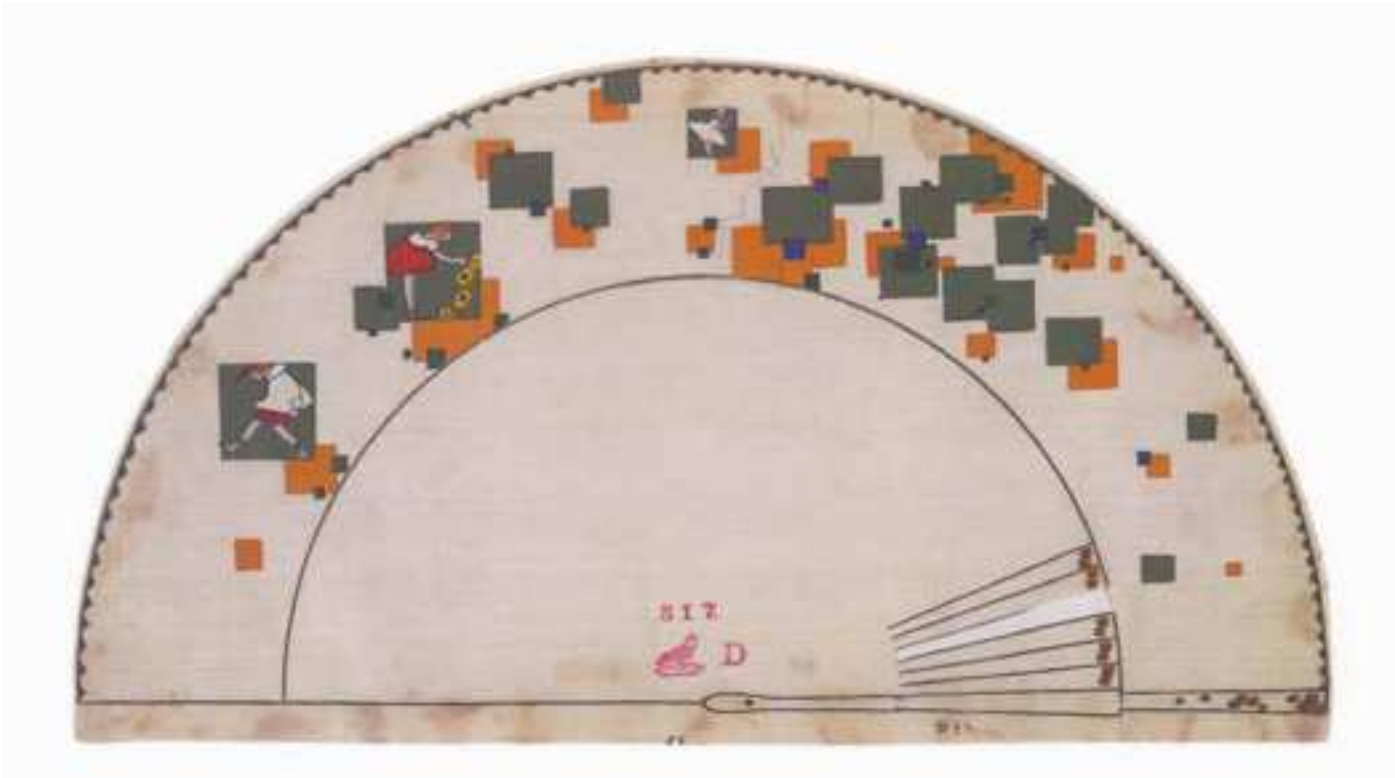
de-siècle, the fan was more than just an instrument to show off her face, it was also a decorative object that accentuated her seductive femininity in a special way, adding a touch of colour and exoticism, exuberance and eroticism if we think of the large feathered fans²⁶. Not all fans had a place in women's handbags and purses, especially the feathered pericon fan, which more daring women continued to use, although in reality it was the world of the revue that was its main destination in the 1920s. It is no coincidence in this sense that show business and cabaret variety shows used them to play with fleeting nude-dressed visualisations. Feather fans were the most sensual and insinuating.

There are fashion chronicles from the 1920s that praise their use: “For theatre and dance, large feather fans. Among these, peacock and ostrich are especially favoured. They are beautiful and light, have sovereign elegance, and lend themselves better than any other kind of fans to support the ambushes of love”²⁷

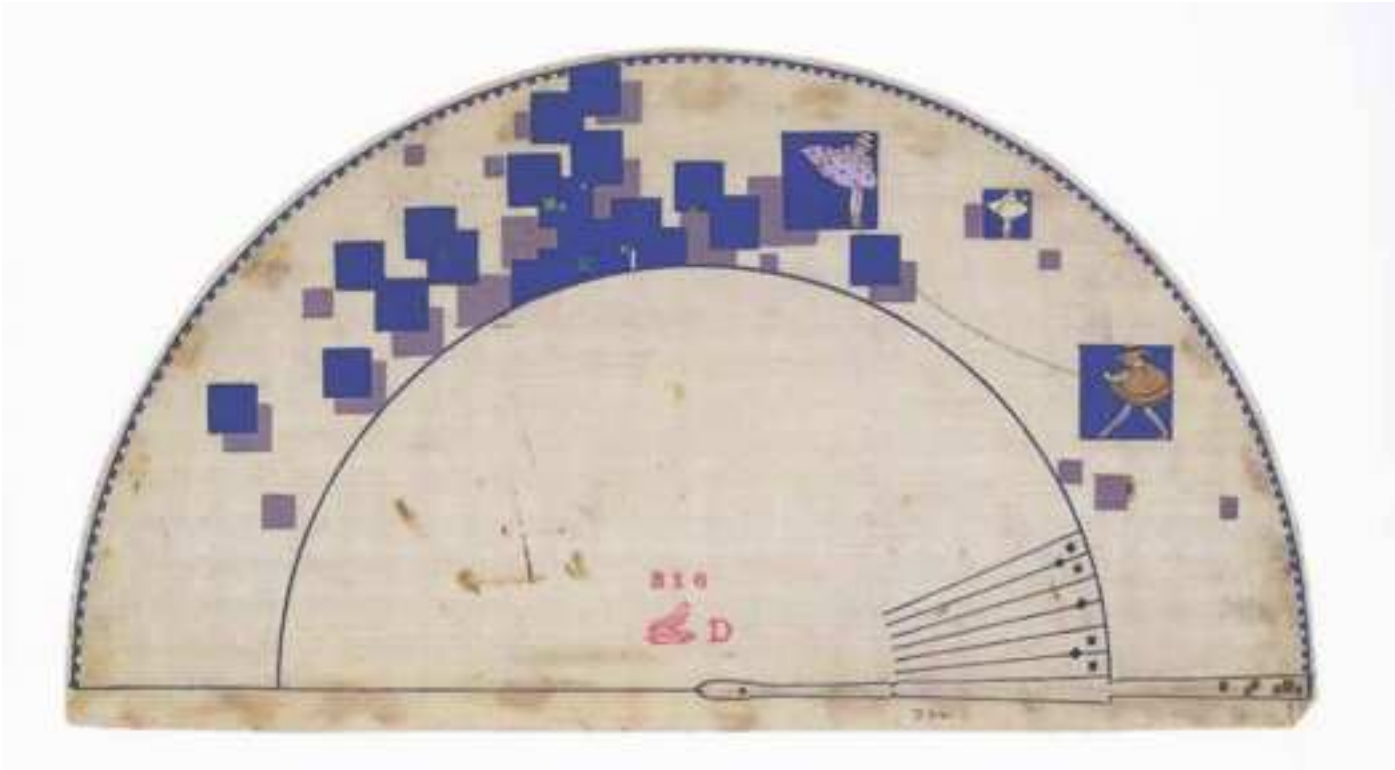
In the 1920s, various fashion chroniclers continued to praise the use of the feather fan: “The old-fashioned fans return with a new aura of supreme elegance to the hands of the woman of the world who appreciates the beauty of those and her own”²⁸.



Archivo Javier Pérez Rojas.



Archivo Javier Pérez Rojas.



Archivo Javier Pérez Rojas.

BIBLIOGRAFÍA / BIBLIOGRAPHY

- Elisa AMORÓS AMAYA. La fabricación del abanico en Valencia. Valencia, 1999.
- José Luis ALCAIDE, véase Pérez Rojas 1991.
- José Luis ALCAIDE, Manuel González Martí y la ilustración gráfica de su época (1890-1918), Tesis Doctoral inédita. Universidad de Valencia, 1999.
- José Luis ALCAIDE, “José Mongrell. Un cartelista valenciano en la órbita del Art Nouveau”, cat. exp. José Mongrell. Valencia 2001, pp. 289-335.
- Vicente ALMELA MENGOT, Los abanicos valencianos. Madrid, 1943.
- Nancy ARMSTRONG, “Los abanicos del Museo Lázaro Galdiano”, Goya, nú. 193-195, julio-diciembre 1986, pp 131-142.
- Juan Ángel BLASCO CARRASCOSA, “Artes industriales y suntuarias” en Historia del Arte Valenciano, vol. VI El siglo XX hasta la guerra del 36. Valencia 1988, pp. 255-257.
- Spire BLONDEL, Histoire des éventails chez tous les peuples et toutes les époques. Paris, Librairie Renouard, 1875.
- Estrella de Diego, “Apenas un soplo de aire fresco” en Abanicos para los tiempos modernos (Pérez Rojas ed.) Museo Nacional de Arte Contemporáneo de Madrid, Madrid, 2005, pp. 43-49.
- Carmen Casini ReI, LA FABRICACIÓN DE ABANICOS EN VALENCIA EN LOS SIGLOS XIX Y XX, Tesis doctoral dirigida por F.J Pérez Rojas y J.L. Alcaide, Universitat de València, 2017.
- Madeleine DELPIERRE, “L'éventail, l'élégance et la vie à la Belle Époque”, cat. exp. L'éventail miroir de la Belle Époque, París, 1985, pp. 11-22, catálogo con la colaboración de F. Faluel, M. Maignan y R. Trogan.
- José EZQUERRA del BAYO, “El abanico en España. Datos para su historia”, cat. exp. El abanico en España, Madrid 1921, Sociedad Española de Amigos del Arte.
- José GUILLLOT CARRATALÁ, El abanico. Madrid, 1957.
- Grazia GOBBI SICA y Kraft BERNABEI, “Il linguaggio del ventaglio”, en Ventagli italiani, moda, costume arte. Venecia, 1990.
- Grazia GOBBI SICA, Il ventaglio pubblicitario 1890-1940. Firenze, 1991.
- Irmgar KÖNING y Nicola KÖNING, L'Eventail publicitaire del kekklafächer von 1880-1940. Standt Mainz, 1999.
- Michel, MAIGNAN, L'éventails à tous vents. París, 1989.

- Bella NESKLER, The fashionable fan. Atglen, 2000.
- Fco. Javier PEREZ ROJAS, Art Déco en España, Madrid, 1990
- Fco. Javier PEREZ ROJAS y José Luis ALCAIDE, Del Modernismo al Art Déco. La ilustración Gráfica en Valencia. Madrid-Valencia 1991.
- Fco. Javier PEREZ ROJAS, cat. exp. La Eva moderna. Madrid, 1995.
- Fco. Javier PEREZ ROJAS, cat. exp. Tipos y paisajes. Valencia, 1998.
- Fco. Javier PEREZ ROJAS, cat. exp. La ciudad placentera. De la verbena al cabaret. Valencia, 2003.
- Fco. Javier PEREZ ROJAS, “Abanicos para los tiempos modernos. Una colección de países de los años veinte y treinta” cat. exp. Un país de abanicos. La colección “Méditerranée”, Museo Nacional de Cerámica y de las Artes Suntuarias “González Martí”, Valencia, 2003, pp. 10-28; texto desarrollado y actualizado en el catálogo Abanicos para los tiempos modernos. Museo Nacional de Arte Contemporáneo de Madrid, Madrid, 2005, pp. 13-41.
- Fco. Javier PEREZ ROJAS, Del ocaso de los grandes maestros a la Juventud Artística Valenciana (1912-1927). MUVIM, Valencia, 2016
- Françoise de PERTHUIS y Vicent MEYLAN, Eventails. París, 1989.
- Aida Pons Moreno y Joan Sanchis Cano, “El abanico aliado femenino”, cat. exp. Abanicos para los tiempos modernos. Museo Nacional de Arte Contemporáneo de Madrid, Madrid, 2005, pp. 127-135.
- Carmen PRIEGO FERNÁNDEZ DEL CAMPO, “El abanico, útil de seducción, código de lenguaje e imagen pictórica”, cat. exp. Abanicos. La colección del Museo Municipal de Madrid. Madrid, 1995, pp. 33-50.
- Juan REIG y FLORES, La industria abaniquera en Valencia. Madrid, 1933.
- Carmen RODRIGO ZARZOSA, “Apuntes para la historia del abanico valenciano”, en Colección de abanicos del Museo Nacional de Cerámica. Valencia, 2000, pp. 37-65.
- M^a Teresa RUIZ DE ALCÓN, Abanicos de España. Madrid, 1980.
- Isabel TUDA RODRÍGUEZ, “Seriación, historicismo y exotismo en los abanicos del siglo XIX” cat. exp. Abanicos. La colección del Museo Municipal de Madrid. Madrid, 1995, pp.67-82.
- Octave UZANNE, L'Eventail. París, 1882.
- Siegfried WICHMANN, Japonisme. Milán, 1982.
- Jean Pierre ZINGG, Les éventails de Paul Gauguin. París, 1996.

QUIN FUTUR PER A LES ARTESANIES?

¿QUÉ FUTURO PARA LAS ARTESANÍAS?

WHAT IS THE FUTURE FOR CRAFTS?

Xavier Giner Ponce

Valencià

Quin futur per a les artesanies quan la seva transmissió entre generacions està trencada al nostre país. Trencada, destrossada, buidada, etc. El sistema tradicional de transmissió que era la formació al taller es va fer fallida fa molt de temps i el sistema educatiu espanyol no ha sabut allotjar les artesanies, és a dir, donar-les una ubicació que reconegués i entengués el seu valor i el seu sentit però que n'explorés també la projecció, única manera de poder donar-les un futur.

L'artesanía és el gran fracàs del sistema educatiu espanyol. Tanmateix, el seu únic futur possible està, al meu entendre, necessàriament lligat a la capacitat de donar-los el lloc que els convé en el marc de l'educació superior, als nivells anomenats 3 i 4, és a dir, als nivells de Màster i Doctorat.

1. No és segur que aprenguem dels nostres errors, més aviat al contrari, si ens reconfortem amb la queixa i el victimisme com a manera d'eludir la nostra responsabilitat en allò que ens passa. Aquesta és la sort de les artesanies al nostre país: menyspreades culturalment; repudiades per la Modernitat; abstretes en els seus petits mons; maltractat l'orgull de la seva condició per una cascada de denominacions (“art menor”, “art sumptuari”, “art aplicat” o “d'ofici artístic”, ...) que volent “actualitzar-les” en realitat les rebutjaven, les menyspreaven; incapaços de respondre a les modificacions a les profunditats del gust de l'època, les artesanies agonitzen un cop s'ha fet fallida definitivament la transmissió “de pares a fills” o “de mestre a aprenent” que va caracteritzar el seu model original.

Però les artesanies s'han extraviat també perquè aquest model de transmissió del “saber-fer” no va trobar a Espanya una manera d'integració efectiva al sistema educatiu. Ben al contrari, les administracions educatives les van tractar, en el millor dels casos, com a “espècies rares en extinció” com en el cas d'Escola Superior del Vidre de Sant Ildefons - La Granja (Segòvia), que forma part de l'antiga Reial Fàbrica de Cristalls de la Granja creada el 1784 i única en el seu gènere.

El model de les Reials Fàbriques va ser la transició a Espanya del model francès de les Reials Manufactures del despotisme il·lustrat desenvolupat al llarg del segle XVIII. Els principis de la promoció de l'educació i de l'orientació racional de les elits il·lustrades sobre el poble no il·lustrat van orientar aquell primer intent de generar un sistema de for-

mació per “fora del taller”, per fora de la pràctica efectiva, per fora dels Gremis que havien estat els responsables de la transmissió del saber fer entre generacions i de l'acreditació de la formació dels nous professionals amb la seva rígida jerarquia d'aprenent, oficial i mestre artesà.

La llista de les Reials Fàbriques¹ i les seves destinacions és la constatació de la defunció dels dinosaures i del perill d'extinció que assetja els pocs casos que han sobreviscut:

“Reial Fàbrica de Cristalls de la Granja, la Reial Fàbrica de Loza Fina i Porcellana d'Alcora, Porcellana del Bon Retir o la posterior de La Moncloa, Reial Fàbrica de Tapissos, Reial Fàbrica de Relloges, Reial Laboratori de Mosaics i Pedres Dures del Bon Retiro, Reial Fàbrica de Sedes de Talavera de la Reina, Reial Fàbrica de Panyes de Guadalajara — anomenada de Sarguetas, és a dir, telers: Reial Fàbrica de Sarguetas de San Carlos —, Reial Fàbrica de Hilar Sedes a la Piemontesa, a Múrcia, Reial Fàbrica de Panyes de San Fernando de Henares, Reial Fàbrica de Don Diego López Béjar, Reial Fàbrica de Panyes de Brihuega, Reial Fàbrica de Filats i Teles de Cotó d'Àvila, a les quals cal sumar les que es van dedicar a produccions estratègiques, com les armes (Reial Fàbrica d'Armes de Toledo, Reial Fàbrica d'Artilleria de La Cavada — fundada anteriorment, el 1622 —, Fàbrica d'Armes de Trubia i Reial Fàbrica d'Artilleria de Sevilla), o articles de gran consum que monopolitzà l'Estat com a regalies: tabac (la Reial Fàbrica de Tabacs de Sevilla i la de Madrid), aiguardent, cartes... o altres, com La Reial Companyia de Filats de Cotó del Principat de Catalunya (1771)”.²

El segon intent, va ser la creació, a partir de les reunions i transformació de les aules Elementals de Dibuix i la resta d'experiència il·lustrades de formació desenvolupades des de finals del segle XVIII, d'una xarxa d'Escoles d'Arts i Oficis Artístics el 1871, fruit de la Llei Moyano de 1857 que regula per primera vegada el Règim d'Instrucció Pública elemental, superior, professional especial i universitària. Aquest model va funcionar sota l'im-

1- Una breu consulta a Wikipedia permet recórrer l'estat actual d'aquestes estructures de producció i formació https://es.wikipedia.org/wiki/Manufactura_real

2- <https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/archivo-central/materiales-historia-educacion/formacion-profesional/educacion-profesional.html>

puls reformista del moviment Arts & Crafts, que va intentar reubicar el lloc de les artesanies com a art aplicat, defensant la seva cultura, mantenint el valor del seu saber fer però actualitzant la seva relació amb la producció en sèrie i la producció industrial, alhora que els exigia una modernització de les seves referències formals. Aquesta solució va funcionar, no sense dificultats, fins a la crisi que va enfrontar a sang i foc, la tradició i la modernitat.

D'aquesta crisi caïnta les artesanies van sortir malparades, ja que el franquisme se'n va apropiat degradant-les en convertir-les, d'una banda, en instruments de la construcció d'una falsa tradició sense memòria que van anomenar tradicionalista, i, de l'altra, en fer-les servir de ariet contra la modernitat. Manipular lliurement la «substància clàssica», va batejar, no sense ironia, José María Pemán a aquesta operació de falsejament i amanerament que va caracteritzar l'ús de les artesanies pel franquisme.

Malauradament, el victimisme i la infatuació van actuar en contra, ja que els van fer entrar gustoses en aquest parany que va ser també la seva tomba.

El que va sobreviure a les trampes del franquisme va xocar de cara amb l'arrogància d'una modernitat ufana de si mateixa, fascinada per la xifra i sense consciència del valor patrimonial del seu passat. Amb la transició es va iniciar el tancament gradual i progressiu dels ensenyaments de taller que havien sobreviscut a aquest procés d'aculturalització de la llarga nit. Les raons d'aquests tancaments van ser del tipus “no està garantida la matrícula d'almenys 15 alumnes per curs”, “els recursos han de ser destinats a formacions que tinguin més demanda”, i així, amb la irresponsabilitat que dona actuar d'acord amb les lleis del mercat es van anar tancant els espais de formació alhora que es jubilaven els darrers Mestre de Taller que els havien sostingut: Ebenisteria, Vidrieres, Forja, Catifes i Tapissos, Enquadernació, Fusteria de Ribera i un llarg etcètera, no van arribar a conèixer internet i la seva època.

El paisatge resultant ha estat desolador per a les artesanies.

2. A la seva desaparició del sistema educatiu sorgit a mitjans del segle XIX, s'afegeix el profund i antic descrèdit al nostre país, respecte de la seva condició d'activitat “manual” i “aplicada”, descrèdit social del qual les artesanies mai no s'han pogut desprendre marcant, encara avui, el seu destí

social i cultural. Qui ho dubti que busqui la paraula “artesanía”, o el sintagma “arts aplicades”, a les tres últimes lleis d'educació: no trobarà, ni la paraula, ni el sintagma; al seu lloc, és a dir quan la legislació parla de l'ensenyament de la Ceràmica o el Vidre i d'altres les ubica sota un sintagma que denota vergonya i complex d'inferioritat ja que les agrupa sota la denominació “arts plàstiques” diluint la seva identitat efectiva en incloure-les en una identitat més àmplia i noble (sic), alhora que serveix a la cerimònia de la confusió que es deriva de minimitzar les diferències i menystenir els usos; ús de la llengua, aquest, que hagués fet les delícies de Ramon Gómez de la Serna, sens dubte.

Els fenòmens no solen actuar per seqüències encadenades sinó més aviat per conjunts de fenòmens que s'articulen produint com a resultat “catàstrofes” més devastadores que la suma simple dels efectes negatius de cadascun dels fenòmens presos aïlladament. És a dir, si a la seva ubicació dolenta o nul·la en el sistema educatiu espanyol, al descrèdit social de la seva pràctica, i a la pèrdua de capacitat d'incidència en la vida quotidiana contemporània sumem la situació de pèrdua de les seves organitzacions professionals tradicionals, tenim aquesta situació de ciclegènesi explosiva, de profunda depressió en què viuen les artesanies a Espanya.

Quin lloc per als gremis avui? Travessats per pica-baralles, desconfiances, maledicències i rivalitats naufraguen fins i tot ara que el vent de l'època ha començat a bufar a favor seu. Quan fa més de 40 anys vaig acostar-me a aquest sistema d'organització professional autogestionat em va sorprendre la profunda desconfiança que el travessava defensant-se de qualsevol aproximació exterior; també l'aferrissada agressivitat existent entre els seus membres: “el teu èxit és el meu fracàs”, “el que tu guanyes, jo ho perdo”, ... Però, sobretot, el victimisme generalitzat, aquesta estranya barreja de fatalitat, resignació i odi que, al col·locar fora la capacitat de reparar el dany rebut, renúncia a fer-se responsable del propi destí. Rebutjats per la modernitat i el progrés, usats i abandonats pels reinventors de falses tradicions, deixant-se arrossegar, irresponsables, per la degradació de les pràctiques, així la mediocritat va estendre el seu domini sobre els gremis abans de l'època d'internet.

Com en altres tants àmbits de la vida, allà on el victimisme comanda, la mediocritat empantana l'excel·lència tornant-la impossible per impotent.

3. Què fem amb aquesta situació, amb aquest patrimoni? La resposta sembla clara: posar-ho a treballar al servei de generar valor, és a dir, cultura viva.

Això és el que demostra en acte la proposta del dissenyador Vicent Martínez, la seva peculiar manera d'articular una tradició a punt de l'extinció i la capacitat que el disseny té de posar-se al servei de ..., la capacitat de rellegir els fenòmens i tractar de generar nou valor a partir de reconèixer la vàlua d'un saber fer alhora que proposa una transformació possible. Queda pendent si arribarà a més a modificar els usos... cert que l'exposició, en la seva orientació, no apunta a un programa tan ambiciós. Al contrari, en aquest horitzó crepuscular, l'exposició “Dissenyar l'aire” es presenta com un llampec que il·lumina, fugaç, una realitat gairebé oblidada, la del ventall. Il·lumina perquè no hi ha nostàlgia sinó, ben contrari, respecte pel saber fer que exigeix reconeixement pel valor del seu llegat, però també plena consciència de la història d'aquest exili interior que ha marcat la història contemporània de les artesanies a Espanya.

4. Reprenc la resposta plantejada a l'inici: el seu únic futur possible està, necessàriament lligat a la capacitat de donar-los el lloc que els convé en el marc de l'educació superior. No es tracta de forçar les artesanies perquè encaixin en els esquemes actuals de Màster i Doctorat a l'àrea “d'Arts i Humanitats” en què encara predomina la supremacia racial de la teoria sobre la pràctica, en què encara predomina com a única garantia la garantia formal i no es reconeix com a garantia la garantia material efectiva, és a dir, la destresa, l'habilitat, el mestratge acreditat no són valors avaluable per a aquests àmbits anomenats de formació superior.

Al nostre país el treball manual mai no va tenir crèdit ni va ser signe de noblesa sinó tot al contrari, ja ho hem dit. Viure de rendes, viure sense treballar, va ser i encara avui és un somieig social que segueix devorant moltes vides. El treball manual exigeix una activitat física sostinguda en el temps que tendeix a ignorar els horaris, sens dubte; però el treball manual obliga d'una manera més extrema encara, a una acceptació de la tensió tensa entre allò que es vol i allò que s'obté, o, dit altrament, entre allò que es busca i allò que es troba perquè és en aquest procés de desenvolupament on s'amaga uns dels secrets de tot saber fer, especialment en el saber fer del tipus “art aplicat”. L'artesà, com el dissenyador, crea objectes que

acompanyen la vida perquè són portadors de valor, valor cultural, sens dubte; objectes mitjançant els quals ens fem acompanyar, ens fem representar, fem inscriure la nostra memòria, ens fem la vida desitjable o, si més no, habitable.

L'artesà hui ja no és un destre faedor solitari des de la seva singularitat a partir de la reproducció de models rebuts. La formació d'un artesà a l'època de l'internet de les Coses i l'impressió 3D ha de prendre com a model més la formació del “cirurgià” que la de “l'artista”, perquè la formació de l'artesà exigeix ara, una alta qualificació tècnica, una actualització permanent en processos i materials aplicables, una gran capacitat per adaptar-se a les situacions efectives variables i a treballar necessàriament amb altres, una alta sensibilitat per entendre l'època i les seves oscil·lacions, i un fort compromís amb l'usuari, el medi ambient i la tradició en què s'inscriu. És cert que l'artesà i el cirurgià no comparteixen l'angoixa davant de la responsabilitat de l'acte. Aquesta diferència és radical, sens dubte, i fonamental, però pel que fa a la necessitat d'experiència, obertura, maduresa, sensibilitat, vocació i capacitat d'interactuar amb altres necessàriament, els seus models de formació són molt propers.

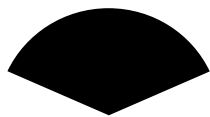


Procés de selecció de color de peces d'impressió digital sobre fusta a l'estudi de Ramón Arnau i Mariola Reyna.

No es tracta, com deia, de fer entrar les artesanies en els models existents que no responen, ni a la lògica del seu saber fer, ni a la seva tradició. Es tracta més aviat de generar nous models d'organització, flexibles, plurals i dinàmics, als nivells de Màster, sense cap mena de dubte, i al nivell de Doctorat, amb audàcia i sense arrogàncies, també.

Generar nous models que s'adaptin a les especificitats de les artesanies per a la formació de les quals convé avui un alumnat adult que tingui ja una formació prèvia, àmplia i sòlida, que tingui maduresa i experiència mínima suficient, i que esculli formar-se perquè així ho vol i no perquè és el que deu o el que creu que esperen o pel que convé o pel que li donarà seguretat salarial. La formació superior en l'àmbit dels Màsters pot respondre a aquestes necessitats, sens dubte.

Un recorregut previ és necessari per estar en condicions de poder aprendre un exigent saber fer; que aquest recorregut sigui de belles arts, d'arquitectura, d'arts aplicades o de disseny no és rellevant, el que importa és el punt de maduresa que aporta el recorregut fet; també cal l'amor pel saber fer que implica reconèixer-se en la tradició en què un s'inscriu; i, finalment, continua sent necessària la vocació que és compromís de sostenir en el temps una pràctica més enllà del que s'ha rebut. Aquestes tres condicions són necessàries, però no suficients; cal també una estructura de transmissió i reconeixement de la formació rebuda que no desvirtui la pràctica per a la qual forma. Aquest és el gran repte, aquesta és la gran aposta davant de l'horitzó malenconiós per allò perdut.



Qué futuro para las artesanías cuándo su transmisión entre generaciones está rota en nuestro país. Rota, quebrada, vaciada, etc. El sistema tradicional de transmisión que era la formación en el taller se quebró hace mucho tiempo y el sistema educativo español no ha sabido alojar a las artesanías, es decir, darles una ubicación que reconociese y entendiese su valor y su sentido pero que explorase también su proyección, único modo de poder darles un futuro.

La artesanía es el gran fracaso del sistema educativo español. Sin embargo, su único futuro posible está, en mi opinión, necesariamente ligado a la capacidad de darles el lugar que les conviene en el marco de la educación superior, en los niveles llamados 3 y 4, es decir, en los niveles de Máster y Doctorado.

1. No es seguro que aprendamos de nuestros errores, más bien al contrario, si nos reconfortamos con la queja y el victimismo como modo de eludir nuestra responsabilidad en lo que nos acontece. Tal es la suerte de las artesanías en nuestro país: menospreciadas culturalmente; repudiadas por la Modernidad; ensimismadas en sus pequeños mundos; maltratado el orgullo de su condición por una cascada de denominaciones (“arte menor”, “arte suntuario”, “arte aplicado” o de “oficio artístico”, ...) que queriendo “actualizarlas” en realidad las rechazaban, las menospreciaban; incapaces de responder a las modificaciones en las profundidades del gusto de la época, las artesanías agonizan una vez se ha quebrado definitivamente la transmisión “de padres a hijos” o “de maestro a aprendiz” que caracterizó su modelo original.

Pero las artesanías se han extraviado también porque este modelo de transmisión del “saber-hacer” no encontró en España un modo de integración efectivo en su sistema educativo. Bien al contrario, las administraciones educativas las trataron, en el mejor de los casos, como “especies raras en extinción” como en el caso de Escuela Superior del Vidrio de San Ildefonso-La Granja (Segovia), que forma parte de la antigua Real Fábrica de Cristales de La Granja creada en 1784 y única en su género.

El modelo de las Reales Fábricas fue la traslación a España del modelo francés de las Reales Manufacturas del despotismo ilustrado desarrollado a lo largo del siglo XVIII. Los principios de la promoción de la educación y de la orientación racional de las élites ilustradas sobre el pueblo no ilustrado orientaron aquel primer intento de generar un sistema de for-

mación por “fuera del taller”, por fuera de la práctica efectiva, por fuera de los Gremios que habían sido los responsables de la transmisión del saber hacer entre generaciones y de la acreditación de la formación de los nuevos profesionales con su rígida jerarquía de aprendiz, oficial y maestro artesano.

La lista de las Reales Fábricas¹ y sus destinos es la constatación de la defunción de *los dinosaurios y del peligro de extinción que acecha a los pocos casos que han sobrevivido*:

“Real Fábrica de Cristales de La Granja, la Real Fábrica de Loza Fina y Porcelana de Alcora, Porcelana del Buen Retiro o la posterior de La Moncloa, Real Fábrica de Tapices, Real Fábrica de Relojes, Real Laboratorio de Mosaicos y Piedras Duras del Buen Retiro, Real Fábrica de Sedas de Talavera de la Reina, Real Fábrica de Paños de Guadalajara —denominada de Sarguetas, es decir, telares: Real Fábrica de Sarguetas de San Carlos—, Real Fábrica de Hilar Sedas a la Piamontesa, en Murcia, Real Fábrica de Paños de San Fernando de Henares, Real Fábrica de Don Diego López Béjar, Real Fábrica de Paños de Brihuega, Real Fábrica de Hilados y Tejidos de Algodón de Ávila, a las que hay que sumar las que se dedicaron a producciones estratégicas, como las armas (Real Fábrica de Armas de Toledo, Real Fábrica de Artillería de La Cavada —fundada anteriormente, en 1622—, Fábrica de Armas de Trubia y Real Fábrica de Artillería de Sevilla), o artículos de gran consumo que monopolizó el Estado como regalías: tabaco (la Real Fábrica de Tabacos de Sevilla y la de Madrid), aguardiente, naipes... u otras, como La Real Compañía de Hilados de Algodón del Principado de Cataluña (1771)”²

El segundo intento, fue la creación, a partir de las reunión y transformación de las aulas Elementales de Dibujo y demás experiencia ilustradas de formación desarrolladas desde finales del siglo XVIII, de una red de Escuelas de Artes y Oficios Artísticos en 1871, fruto de la Ley Moyano de 1857 que regula por primera vez “el Régimen de Instrucción Pública elemental, superior, profesional especial y universitaria”. Este modelo funcionó bajo el impul-

1- Una breve consulta en Wikipedia permite recorrer el estado actual de estas estructuras de producción y formación https://es.wikipedia.org/wiki/Manufactura_real
2- <https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/archivo-central/materiales-historia-educacion/formacion-profesional/educacion-profesional.html>

so reformista del movimiento Arts & Crafts, que intentó reubicar el lugar de las artesanías como arte aplicado, defendiendo su cultura, manteniendo el valor de su saber-hacer pero actualizando su relación con la producción en serie y la producción industrial, al tiempo que les exigía una modernización de sus referencias formales. Esta solución funcionó, no sin dificultades, hasta la crisis que enfrentó a sangre y fuego tradición y modernidad.

De esa crisis cainita las artesanías salieron mal paradas pues el franquismo se apropió de ellas degradándolas al convertirlas, por un lado, en instrumentos de la construcción de una falsa tradición sin memoria a la que llamaron tradicionalista, y, por el otro, al usarlas de ariete contra la modernidad. Manipular libremente la «sustancia clásica», bautizó, no sin ironía, José María Pemán a esta operación de falseamiento y amaneramiento que caracterizó el uso de las artesanías por el franquismo.

Desgraciadamente, el victimismo y la infatuación actuaron en su contra pues les hicieron entrar gustosas en esta trampa que fue también su tumba. Lo que sobrevivió a las trampas del franquismo chocó de bruces con la arrogancia de una modernidad ufana de sí misma, fascinada por la cifra y sin conciencia del valor patrimonial de su pasado. Con la transición se inició el cierre paulatino y progresivo de las enseñanzas de taller que habían sobrevivido a este proceso de a-culturalización de la larga noche. Las razones de estos cierres fueron del tipo “no está garantizada la matrícula de al menos 15 alumnos por curso”, “los recursos deben ser destinados a formaciones que tengan más demanda”, y así, con la irresponsabilidad que da actuar de acuerdo con la leyes del mercado se fueron cerrando los espacios de formación al tiempo que se jubilaban los últimos Maestro de Taller que los habían sostenido: Ebanistería, Vidrieras, Forja, Alfombras y Tapices, Encuadernación, Carpintería de Ribera y un largo etcétera, no llegaron a conocer internet y su época.

El paisaje resultante ha sido desolador para las artesanías.

2. A su desaparición del sistema educativo surgido a mediados del siglo XIX, se añade el profundo y antiguo descrédito en nuestro país, respecto de su condición de actividad “manual” y “aplicada”, descrédito social del que las artesanías nunca se han podido desprender marcando, aún hoy, sus destino social y cultural. Quien lo dude que busque la

palabra “artesanía”, o el sintagma “artes aplicadas”, en la tres últimas leyes de educación: no encontrará ni la palabra ni el sintagma; en su lugar, es decir cuando la legislación habla de la enseñanza de la Cerámica o el Vidrio y otras las ubica bajo un sintagma que denota vergüenza y complejo de inferioridad pues las agrupa bajo la denominación “artes plásticas” diluyendo su identidad efectiva al incluirlas en un más amplia y noble (sic), al tiempo que sirve a la ceremonia de la confusión que se deriva de minimizar las diferencias y ningunear los usos; uso de la lengua, este, que hubiera hecho las delicias de Ramón Gómez de la Serna, sin duda.

Los fenómenos no suelen actuar por secuencias encadenadas sino más bien por costelaciones de fenómenos que se articulan produciendo como resultado “catástrofes” más devastadoras que la suma simple de los efectos negativos de cada uno de los fenómenos tomados aisladamente. Es decir, si a su mala o nula ubicación en el sistema educativo español, al descrédito social de su práctica, y a la pérdida de capacidad de incidencia en la vida cotidiana contemporánea sumamos la situación de extravío de sus organizaciones profesionales tradicionales, tenemos esta situación de ciclo génesis explosiva, de profunda depresión en la que viven las artesanías en España.

¿Qué lugar para los gremios hoy? Atravesados por rencillas, desconfianzas, maledicencias y rivalidades naufragan incluso ahora que el viento de la época ha empezado a soplar a su favor. Cuando hace más de 40 años me acerqué a este sistema de organización profesional autogestionado me sorprendió la profunda desconfianza que lo atravesaba defendiéndose de cualquier aproximación exterior; también la enconada agresividad existente entre sus miembros: “tú éxito es mi fracaso”, “lo que tú ganas, yo lo pierdo”, ... Pero, sobre todo, el victimismo generalizado, esa extraña mezcla de fatalidad, resignación y odio que, al colocar fuera la capacidad de reparar el daño recibido, renuncia a hacerse responsable de su propio destino. Rechazados por la modernidad y el progreso, usados y abandonados por los reinventores de falsas tradiciones, dejándose arrastrar, irresponsables, por la degradación de sus prácticas, así la mediocridad extendió su dominio sobre los gremios antes de la época de internet.

Como en otros tantos ámbitos de la vida, allí donde el victimismo comanda, la mediocridad empantana la excelencia volviéndola imposible por impotente.

3. ¿Qué hacemos con esta situación, con este patrimonio? La respuesta parece clara: ponerlo a trabajar al servicio de generar valor, es decir, cultura viva.

Esto es lo que demuestra en acto la propuesta del diseñador Vicent Martínez, su peculiar manera de articular una tradición al borde de la extinción y la capacidad que el diseño tiene de ponerse al servicio de ..., la capacidad de releer los fenómenos y tratar de generar nuevo valor a partir de reconocer la valía de un saber hacer al tiempo que propone una transformación posible. Queda pendiente si alcanzará además a modificar los usos ... cierto que la exposición, en su orientación, no apunta a tan ambicioso programa. Al contrario, en este horizonte crepuscular, la exposición “Diseñando el aire” se presenta como un relámpago que ilumina, fugaz, una realidad casi olvidada, la del abanico. Ilumina porque no hay nostalgia sino, bien contrario, respeto por el saber-hacer que exige reconocimiento por el valor de su legado, pero también, plena consciencia de la historia de ese exilio interior que ha marcado la historia contemporánea de las artesanías en España.

4. Retomo la respuesta planteada al inicio: su único futuro posible está, necesariamente ligado a la capacidad de darles el lugar que les conviene en el marco de la educación superior. No se trata de forzar a las artesanías para que encajen en los esquemas actuales de Máster y Doctorado en el área de “Artes y Humanidades” en los que aún predomina la supremacía racial de la teoría sobre la práctica, en los que aún predomina como única garantía la garantía formal y no se reconoce como garantía la garantía material efectiva, es decir, la destreza, la habilidad, la maestría acreditada no son valores evaluables para estos ámbitos denominados de formación superior.

En nuestro país el trabajo manual nunca tuvo crédito ni fue signo de nobleza sino todo lo contrario, ya lo hemos dicho. Vivir de rentas, vivir sin trabajar, fue y aún hoy es, una ensoñación social que sigue devorado muchas vidas. El trabajo manual exige una actividad física sostenida en el tiempo que tiende a ignorar los horarios, sin duda; pero el trabajo manual obliga de un modo más extremo aún, a una aceptación de la tensión tensa entre lo que se quiere y lo que se obtiene, o, dicho de otro modo, entre lo que se busca y lo que se encuentra porque es en ese proceso de desarrollo dónde se esconde unos de los secretos de todo saber-hacer, especialmente en el saber-hacer del tipo “arte aplicado”.



Impresión digital sobre madera realizado por Valresa Coatings.

El artesano, como el diseñador, crea objetos que acompañan la vida porque son portadores de valor, valor cultural, sin duda; objetos mediante los cuales nos hacemos acompañar, nos hacemos representar, hacemos inscribir nuestra memoria, nos hacemos la vida deseable o, cuando menos, habitable.

El artesano hoy ya no es un diestro hacedor solitario desde su singularidad a partir de la reproducción de modelos recibidos. La formación de un artesano en la época del internet de las Cosas y la impresión 3D debe de tomar como modelo más la formación del “cirujano” que la del “artista”, porque la formación del artesano exige, ahora, una alta cualificación técnica, una actualización permanente en procesos y materiales aplicables, una gran capacidad para adaptarse a las situaciones efectivas variables y a trabajar necesariamente con otros, una alta sensibilidad para entender la época y sus oscilaciones, y un fuerte compromiso para con el usuario, el medio ambiente y la tradición en la que se inscribe. Es cierto que el artesano y el cirujano no comparten la angustia frente a la responsabilidad del acto. Esta diferencia es radical, sin duda, y fundamental, pero en cuanto a necesidad de experiencia, apertura, madurez, sensibilidad, vocación y capacidad de interactuar con otros necesariamente, sus modelos de formación son muy próximos.

No se trata, como decía, de hacer entrar a las artesanías en los modelos existentes que no responden ni a la lógica de su saber-hacer ni a su tradición. Se trata más bien de generar nuevos modelos de organización, flexibles, plurales y dinámicos, en los niveles de Master, sin ningún género de dudas, y en el nivel de Doctorado, con audacia y sin arrogancias, también.

Generar nuevos modelos que se adapten a las especificidades de las artesanías para cuya formación conviene hoy un alumnado adulto que tenga ya una formación previa, amplia y sólida, que tenga madurez y experiencia mínima suficiente, y que elija formarse porque así lo quiere y no porque es lo que debe o lo que cree que esperan o por lo que conviene o por lo que le dará seguridad salarial. La formación superior en el ámbito de los másteres puede responder a estas necesidades, sin duda.

Un recorrido previo es necesario para estar en condiciones de poder aprehender un exigente saber-hacer; que ese recorrido sea de bellas artes, de arquitectura, de artes aplicadas o de diseño no es lo relevante, lo que importa es el punto de madurez que aporta el recorrido hecho; también es necesario el amor por el saber-hacer que implica reconocerse en la tradición en la que uno se inscribe; y, por último, sigue siendo necesaria la vocación que es compromiso con sostener en el tiempo una práctica más allá de lo recibido. Estas tres condiciones son necesarias, pero no suficientes; se necesita también una estructura de transmisión y reconocimiento de la formación recibida que no desvirtúe la práctica para la que forma. Este es el gran reto, esta es la gran apuesta frente al horizonte melancólico por lo perdido.



What is the future for crafts when their transmission between generations is broken in our country? Fractured, broken, hollowed out, etc. The traditional system of transmission, which was training in the workshop, broke down a long time ago and the Spanish education system has not been able to accommodate the crafts, that is to say, to give them a place that recognises and understands their value and meaning but also explores their projection, the only way to be able to give them a future.

Crafts are the great failure of the Spanish education system. However, their only possible future is, in my opinion, necessarily linked to the ability to give them the place they deserve in the framework of higher education, at levels 3 and 4, i.e. at Master's and Doctoral level.

1. It is not certain that we will learn from our mistakes, quite the contrary, if we take comfort in complaining and victimhood as a way of evading our responsibility for what happens to us. Such is the fate of handicrafts in our country: culturally despised; repudiated by Modernity; self-absorbed in their own little worlds; their pride in their condition mistreated by a cascade of denominations (“minor art”, “sumptuary art”, “applied art” or “artistic craft”,....) which, wishing to “update” them, in reality rejected them, belittled them; incapable of responding to the changes in the depths of taste of the time, the crafts were dying out once the transmission “from father to son” or “from master to apprentice”, which characterised their original model, had been definitively broken.

But crafts have also gone astray because this model of transmission of “know-how” has not found an effective way of integration into the Spanish educational system. On the contrary, the educational administrations treated them, in the best of cases, as “rare species in extinction”, as in the case of the Escuela Superior del Vidrio de San Ildefonso-La Granja (Segovia) / San Ildefonso School of Glass, which is part of the former Royal Glass Factory of La Granja, created in 1784 and unique of its kind.

The model of the Royal Factories was the transfer to Spain of the French model of the Royal Manufactures of the Enlightenment despotism as developed throughout the 18th century. The principles of the promotion of education and the rational orientation of the enlightened elites over the non-enlightened people guided that first attempt to generate a system of training “outside the workshop”, outside the actual

practice, outside the Guilds that had been responsible for the transmission of know-how between generations and for the accreditation of the training of new professionals with their rigid hierarchy of apprentice, journeyman and master craftsman.

The list of the Royal Factories¹ and their fates is the confirmation of the demise of the dinosaurs and the danger of extinction that lurks for the few surviving cases:

“Royal Glass Factory La Granja, Royal Factory of Fine Earthenware and Porcelain of Alcora, Buen Retiro Porcelain Factory or the later one of La Moncloa, Royal Tapestry Factory, Royal Watch Factory, Royal Laboratory of Mosaics and Hard Stones of Buen Retiro, Royal Silk Factory of Talavera de la Reina, Guadalajara Royal Cloth Factory - called Sarguetas, i.e. looms: Royal Factory of Sarguetas of San Carlos -, Royal Factory of Piedmontese Silk Spinning Mill, in Murcia, Royal Cloth Factory of San Fernando de Henares, Royal factory of Don Diego López Béjar, Royal Cloth Factory of Brihuega, Royal Cotton Spinning and Weaving Factory of Ávila, to which must be added those dedicated to strategic production, such as arms (the Royal Arms Factory of Toledo, the Royal Artillery Factory of La Cavada - founded earlier, in 1622 -, the Arms Factory of Trubia and the Royal Artillery Factory of Seville), or consumer goods monopolised by the State as royalties: tobacco (the Royal Tobacco Factory of Seville and the Royal Tobacco Factory of Madrid), brandy, playing cards... or others, such as the Royal Cotton Yarn Company of the Principality of Catalonia (1771)”².

The second attempt was the creation, based on the reunion and transformation of the Elementary Drawing classrooms and other enlightened training experiences developed since the end of the 18th century, of a network of Arts and Crafts Schools in 1871, as a result of the Moyano Law of 1857, which regulated for the first time “the Regime of Elementary, Higher, Special Professional and University Public Instruction”. This model functioned under the reformist impulse of the Arts & Crafts movement, which attempted to reposition crafts as applied art,

1- A brief look at Wikipedia provides an overview of the current state of these production and training structures https://es.wikipedia.org/wiki/Manufactura_real

2- <https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/archivo-central/materiales-historia-educacion/formacion-profesional/educacion-profesional.html>

defending their culture, maintaining the value of their know-how, but updating their relationship with mass production and industrial production, while requiring them to modernise their formal references. This solution worked, not without difficulty, until the crisis that confronted tradition and modernity in blood and fire.

Crafts came out of this Cainite crisis badly because Francoism appropriated them, degrading them by converting them, on the one hand, into instruments for the construction of a false tradition without memory, which they called traditionalist, and, on the other hand, by using them as a battering ram against modernity. By freely manipulating the “classical substance”, as José María Pemán, not without irony, christened this operation of distortion and mannerism that characterised the use of crafts by Franco's regime. Unfortunately, victimhood and infatuation worked against them, as they willingly entered into this trap, which was also their grave.

What survived the traps of Franco's regime collided head-on with the arrogance of a self-conceited modernity, fascinated by the cipher and unaware of the heritage value of its past.

With the transition to democracy, the gradual and progressive closure of the workshops that had survived the process of deculturalisation of the long night began. The reasons for these closures were of the type “the enrolment of at least 15 students per course is not guaranteed”, “the resources should be allocated to training courses in greater demand”, and so, with the irresponsibility that comes from acting in accordance with the laws of the market, the training spaces were closed at the same time as the last workshop teachers who had supported them were retiring in: Cabinetmaking, Stained Glass, Forging, Carpets and Tapestries, Bookbinding, Woodwork and a long etcetera, did not get to know the Internet and its time.

The resulting landscape has been desolate for the crafts.

2. In addition to their disappearance from the educational system that emerged in the mid-19th century, there is the deep and long-standing discredit in our country, with regard to their status as a “manual” and “applied” activity, a social discredit from which crafts have never been able to free themselves, and which still marks their social

and cultural destiny today. Anyone who doubts this should look for the word “crafts”, or the term “applied arts”, in the last three education laws: they will find neither the word, nor the syntagm; instead, that is, when the legislation speaks of the teaching of Ceramics or Glass and others, it places them under a syntagm that denotes shame and an inferiority complex because it groups them under the denomination “plastic arts”, diluting their effective identity by including them in a broader and nobler (sic), while serving the ceremony of confusion that comes from minimising the differences and ignoring the uses; the language use that would have delighted Ramón Gómez de la Serna, without doubt.

The phenomena do not tend to act in chained sequences, but rather in a series of interlinked phenomena that result in “catastrophes” that are more devastating than the simple sum of the negative effects of each of the phenomena taken in isolation. In other words, if we add to their poor or non-existent position in the Spanish educational system, to the social discredit of their practice, and to the loss of their capacity to influence contemporary daily life, the situation of their traditional professional organisations, we have this situation of explosive cyclogenesis, of deep depression in which the crafts in Spain are living.

What is the place for guilds today? Torn by quarrels, mistrust, slander and rivalries, they are shipwrecked even now that the wind of the times has begun to blow in their favour. When, more than 40 years ago, I approached this system of self-managed professional organisation, I was struck by the deep mistrust that ran through it, defending itself against any outside approach; also by the bitter aggressiveness that existed among its members: “your success is my failure”, “what you win, I lose”, ... But, above all, the generalised victimhood, that strange mixture of fatality, resignation and hatred which, by placing outside the capacity to repair the damage received, renounces taking responsibility for one's own destiny. Rejected by modernity and progress, used and abandoned by the reinventors of false traditions, letting themselves be dragged, irresponsibly, by the degradation of their practices, this is how mediocrity extended its dominion over the guilds before the internet era.

As in so many other areas of life, where victimhood rules, mediocrity bogs down excellence, rendering it impossible because it is impotent.

3. What do we do with this situation, with this heritage? The answer seems clear: put it to work to generate value, i.e. living culture.

This is what the proposal of the designer Vicent Martínez outright demonstrates, his peculiar way of articulating a tradition on the verge of extinction and the capacity that design has to place itself at the service of ..., the capacity to reread phenomena and try to generate new value from recognising the value of know-how while proposing a possible transformation. It remains to be seen whether it will also succeed in modifying the uses ... it is true that the exhibition, in its orientation, does not aim at such an ambitious programme. On the contrary, on this twilight horizon, the exhibition “Designing the air” appears like a flash of lightning that illuminates, fleetingly, an almost forgotten reality, that of the fan. It illuminates because there is no nostalgia but, on the contrary, respect for the know-how that demands recognition for the value of its legacy, but also, full awareness of the history of this inner exile that has marked the contemporary history of crafts in Spain.

4. I return to the answer I gave at the beginning: their only possible future is necessarily linked to the ability to give them the place that suits them in the framework of higher education. It is not a question of forcing crafts to fit into the current Master’s and Doctorate schemes in the area of “Arts and Humanities” in which the racial supremacy of theory over practice still predominates, in which the formal guarantee still predominates as the only guarantee and the effective material guarantee is not recognised as such, i.e. skill, ability, accredited mastery are not assessable values for these areas of so-called higher education.

In our country, manual work has never had credit or been a sign of nobility, quite the contrary, as we have already said. To live on income, to live without working, was and still is, a social reverie that continues to devour many lives. Manual work requires sustained physical activity over time that tends to ignore timetables, no doubt; but manual work requires, in an even more extreme way, an acceptance of the tense tension between what is wanted and what is obtained, or, in other words, between what is sought and what is found, because it is in this process of development that one of the secrets of all know-how lies hidden, especially in know-how of the “applied art” type.

The craftsman, like the designer, creates objects that accompany life because they are bearers of value,

cultural value, no doubt; objects through which we make ourselves be accompanied, we make ourselves be represented, we make our memory be inscribed, we make our life desirable or, at least, habitable.

The craftsman today is no longer a skilled solitary maker from his singularity based on the reproduction of received models. The training of a craftsman in the era of the Internet of Things and 3D printing should be modelled more on the training of the “surgeon” than that of the “artist”, because the training of the craftsman now requires a high technical qualification, a permanent updating in applicable processes and materials, a great capacity to adapt to variable effective situations and to work necessarily with others, a high sensitivity to understand the era and its oscillations, and a strong commitment to the user, the environment and the tradition in which it is inscribed. It is true that the craftsman and the surgeon do not share the anguish in the face of the responsibility of the act. This difference is undoubtedly radical and fundamental, but in terms of the need for experience, openness, maturity, sensitivity, vocation and the ability to interact with others, their training models are necessarily very close.

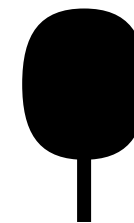


Digital print on wood by Valresa Coatings.

It is not a question, as I said, of making the crafts and trades fit into existing models that do not correspond, either to the logic of their know-how, or to their tradition. It is rather a question of generating new, flexible, plural and dynamic organisational models, at Master’s level, without any doubt, and at Doctoral level, boldly and without arrogance, too.

Generate new models that are adapted to the specificities of the crafts for whose training today it is desirable to have adult learners who already have a broad and solid prior training, who have sufficient maturity and a minimum experience, and who choose to train because they want to and not because it is what they should or what they think they are expected to do or because it is convenient or because it will provide them with wage security. Higher education in the form of Master’s degrees can certainly respond to these needs.

A previous course is necessary to be in a position to be able to apprehend a demanding know-how; whether that course is in fine arts, architecture, applied arts or design is not relevant, what matters is the point of maturity provided by the course taken; also necessary is a love for the know-how that implies recognising oneself in the tradition in which one is inscribed; and, finally, vocation is still necessary, which is a commitment to sustain over time a practice that goes beyond what has been received. These three conditions are necessary, but not sufficient; a structure of transmission and recognition of the training received is also needed that does not distort the practice for which it trains. This is the great challenge; this is the great bet in the face of the melancholic horizon of what has been lost.



LA MANIPULACIÓ EXPRESSI- VA DEL PALMITO A LA CULTU- RA VISUAL MODERNA: DE LES IMATGES DE REPRODUCCIÓ AL DISSENY.

LA MANIPULACIÓN EXPRESI- VA DEL ABANICO EN LA CUL- TURA VISUAL MODERNA: DE LAS IMÁGENES DE REPRO- DUCCIÓN AL DISEÑO.

THE EXPRESSIVE MANIPULA- TION OF THE FAN IN MODERN VISUAL CULTURE: FROM REPRODUCTION IMAGERY TO DESIGN.

Vicente Pla Vivas
Universitat de València

Valencià

Seria històricament cert ubicar el palmito dins de la categoria decorativa dels complements de moda, que van ser, més que la vestimenta en si segons la ja clàssica anàlisi de Gilles Lipovetski, els autèntics motors de la creativitat aplicada a l'aparença personal als inicis de la modernitat.¹ Però una de les característiques que dota el palmito d'un estatus especial com a objecte consisteix que la seva funcionalitat és gairebé sempre determinada pel moviment subministrat per la mateixa persona que rep l'efecte. Aquesta essència reflexiva del palmito estableix sobre ell una important marca diferencial respecte a altres utensilis i màquines basats en la transitivitat productiva, aconseguida quan actuen com a instància de mediació entre els subjectes agents i les matèries pacients. D'altra banda, els efectes del palmito són extremadament fugaços, fins i tot comparats amb els dels cosmètics i la indumentària, ja que el lleuger moviment de l'aire que produeix cessa immediatament quan entra en repòs. Com a objecte intransitiu i de resultats tan efímers, el palmito, en el seu ús més comú, està condemnat a un funcionament presoner d'un doble bucle. El primer implica un rebot a l'espai, ja que és usat per algú des de si i per a si. El segon fa referència a una reiteració en el temps, perquè ha de ser reactivat constantment per produir l'efecte desitjat. Des del punt de vista funcional, el palmito sembla gairebé sempre limitat per la seva escassa eficiència energètica, i tampoc no aconsegueix igualar la durabilitat dels efectes de les eines i la indumentària. No entra plenament ni en una categoria ni en l'altra, encara que participa de totes dues en bona mesura.

D'altra banda, si, com va fer Giorgio Agamben, recuperem per al pensament estètic contemporani les nocions aristotèliques de poiesi la producció d'objectes acabats que funcionen plenament encara que estiguin separats dels qui els han elaborat - i de praxis - que implica l'acció necessària de qui crea i executa perquè es manifeste algun efecte -,

1- "...;caldrà esperar l'aparició dels «mercadors de moda», a la segona meitat del segle XVIII, perquè als oficis relacionats amb la moda se'ls reconegui una certa autonomia creadora, circumscrita, en aquest cas, només als ornaments del vestiment. El talent artístic atribuït als mercaders de moda resideix doncs en el talent decoratiu, en la capacitat per adornar, ennoblir els vestits amb els mitjans de fantasia de moda (barrets, còpies, ornaments, passamaneria, cintes, plomes, guants, palmitos, xals, etc.), no en la invenció de línies originals". LIPOVETSKY, Gilles. *La moda i el seu destí a les societats modernes*. Barcelona: Anagrama, 1996, p. 88-89.

el palmito, també es mou entre les dues categories.² Com a objecte poètic és un producte acabat, resultat d'un procés de disseny i elaboració però totalment independitzat de qui ho ha fet, i està carregat d'implícacions estètiques. Però és quant a objecte pràctic com ha imprès la seva empremta més específica en els imaginaris moderns, ja que s'ha dotat de qualitats expressives a la manipulació requerida per al seu funcionament, sota la suposició que, els qui manipulaven aquest objecte, ho feien amb intenció comunicativa.³ Per això el concepte de manipulació, literalment associat al palmito, s'ha desdoblant en una altra accepció figurada i carregada de connotacions negatives: la de la disposició d'artificis amb la voluntat interessada d'ocultar o distorsionar la veritat.

DE L'OBJECTE AL SUBJECTE: PALMITO I GÈNERE

Una obsessió va travessar l'imaginari de la modernitat sobre el palmito: interpretar les manipulacions literals a què era sotmès com un mitjà expressiu, accessible a través de la descodificació d'un suposat llenguatge de signes, que remetia a les subjectivitats individuals i les insertava dins del marc de gènere assignat a allò femení. El palmito va ser considerat un mitjà de substitució que donava veu als subjectes històricament més limitats quant a les formes d'expressió que se'ls consideraven acceptables i ajustades a les normes: les dones. De vegades ho feia mitjançant un pretès criptollenguatge que acollia, en el sentit figurat, les connotacions negatives de manipular. Altres vegades, l'expressió s'aconseguia per via més directa i la gestualitat del palmito implicava tot el cos, d'una manera més enèrgica i física que no mancava de connotacions sexuals.⁴ Inserint la funció històrica del palmito en aquesta estructura, es podria entendre com la praxi femenina de manipulació sobre el palmito va donar peu a la generació d'interpretacions que connectaven, so-

2- Vegeu sobre aquests conceptes el capítol 7 de AGAMBEN, Giorgio. *El hombre sin contenido*. Barcelona: Àltera, 2005.

3- "Que l'home sigui capaç de pràctica, vol dir que l'home vol la seva acció i, en voler-la, la travessa fins al límit; pràctica és anar a través fins al límit de l'acció, mogut per la voluntat, acció desitjada". AGAMBEN, G. Op. cit., p. 116.

4- "Objectes i estris tradicionals, perquè mobilitzen el cos sencer en l'esforç i en la realització, recullen una mica la inversió libidinal profunda del tracte sexual (com, en un altre pla, les danses i els ritus)". BRAUDILLARD, Jean. *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, 1969, p. 60.

vint fantasmagòricament i sempre d’acord amb les pautes culturals que canalitzaven els desitjos i els imaginaris masculins, les accions aplicades per les dones sobre els palmitos amb l’expressió de les voluntats i els desitjos femenins.⁵

Potser podem assenyalar com a text fundacional de l’imaginari occidental modern sobre el palmito el publicat a *The Spectator* el 1711. El seu autor, un dels promotors i principal contribuent a la publicació, va ser Joseph Addison. Aquest assagista i polític britànic és considerat un dels modernitzadors de la literatura i la crítica en anglès, així com de la teoria de l’art.⁶ En aquest text, Addison va desenvolupar una descripció dels gestos implicats en la manipulació del palmito més habituals entre les dones. En to satíric, Addison va partir de la comparació de les manipulacions del palmito amb el maneig de les armes als exercicis militars per sustentar una estructura d’atribucions d’aquest objecte que tindria una forta transcendència històrica: qualitats expressives específiques de gènere, instrument de poder femení i mitjà de seducció.

“Women are armed with Fans as Men with Swords, and sometimes do more Execution with them. (...) There is an infinite Variety of Motions to be made use of in the Flutter of a Fan. There is the angry Flutter, the modest Flutter, the timorous Flutter, the confused Flutter, the merry

5- Vegeu sobre el tema la tesi doctoral de BIGER, Pierre Henri. *Sens et sujets de l'éventail européen de Louis XIV à Louis-Philippe*. Rennes: Université Rennes 2, 2015. A la seva pàgina 406 resumeix el valor del palmito com a objecte significant essencial per a la construcció de la història de les dones: “C’est pourquoi si l’éventail est présenté parfois – et ce n’est pas faux – comme un «accès-soire du costume», il est pourtant tout sauf accessoire par les enseignements qu’il offre. (...) Et quand il en vient à ne plus guère signifier, c’est sans doute parce qu’il reflète la place de la femme dans la société bourgeoise du XIXe siècle, avant d’entrer avec elle au XXe siècle dans cette société de consommation qu’il avait d’une certaine manière préfigurée avec le talentueux marketing du pseudo-langage de l’éventail. L’éventail est ainsi tout à la fois témoin et acteur de l’histoire des femmes, puisque c’est surtout d’elles qu’il est question; et il apporte sur cette histoire un témoignage que sa futilité et sa naïveté apparentes rendent plus véridique et crédible”.

6- El seu assaig *Pleasures of the Imagination*, que va aparèixer dividit en diversos capítols al llarg de diversos números de juny i juliol de 1712 de la publicació esmentada, és considerat com una de les obres pioneres en el procés de subjectivització analítica del gust artístic i d’abandó de l’estètica clàssica de caràcter preceptiu.

Flutter, and the amorous Flutter. Not to be tedious, there is scarce any Emotion in the Mind which does not produce a suitable Agitation in the Fan; insomuch, that if I only see the Fan of a disciplin’d Lady, I know very well whether she laughs, frowns, or blushes. I have seen a Fan so very angry, that it would have been dangerous for the absent Lover who provoked it to have come within the Wind of it; and at other times so very languishing, that I have been glad for the Lady’s sake the Lover was at a sufficient Distance from it. I need not add, that a Fan is either a Prude or Coquet according to the Nature of the Person who bears it”⁷

Addison va trobar en el tipus de manipulació més dinàmica del palmito, el voleteig (flutter), la clau per a la lectura de les emocions dels qui el movien. El riure, l’enuig o el enrojolament s’expressaven tan clarament a través d’aquest objecte que l’autor es va atrevir a fer un pas més enllà: va recórrer en la seva retòrica a dues prosopopeies per convertir el palmito en subjecte quan va dir haver-ne vist un molt enfadat i quan va qualificar aquest objecte com a mojigat o com a bufó. Més d’un segle després, el 1822, José María Blanco White va escriure i publicar en anglès les seues *Letters from Spain*.⁸ En un dels seus passatges, Blanco, o Leucadio Doblado, com va signar l’obra, va semblar recollir el tema on Addison ho havia deixat per dedicar-se a desxifrar el codi expressiu del palmito de manera sistemàtica:

“An Andalusian woman might as well want her tongue as her fan. The fan, besides, has this advantage over the natural organ of speech – that it conveys thought to a greater distance. A dear friend at the farthest end of the public walk, is greeted and cheered up by a quick, tremulous motion of the fan, accompanied with several significant nods. An object of indifference is dismissed with a slow, formal inclination of the fan, which makes his blood run cold. The fan, now, screens the titter and whisper; now condenses a smile into the dark sparkling eyes, which

7- ADDISON, Joseph en The Spectator 102, 27 de juny de 1711.

8- Avui no hi ha cap dubte que la primera edició d’aquest text no va ser una traducció d’unes cartes escrites en espanyol, sinó que va ser redactat intencionalment en anglès. Vegeu HERRERA FUENTES, Adrián. “Adéu a la llengua materna: L’escriptura en llengua estrangera com un acte de dissidència. El cas de José María Blanco White”. En *Theory Now* 2019, 2.2, pp. 26-41.

take their aim just above it. A gentle tap of the fan commands the attention of the careless; a waving motion calls the distant. A certain twirl between the fingers betrays doubt or anxiety – a quick closing and displaying the folds, indicates eagerness or joy. In perfect combination with the expressive features of my country women, the fan is a magic wand, whose power is more easily felt than described”⁹

A la imatge costumista creada per Blanco White el palmito no només era un mitjà d’expressió, una poderosa “vareta màgica”, sinó que superava el llenguatge verbal perquè permetia comunicar els sentiments a distància mitjançant un variat repertori de manipulacions que s’adaptaven perfectament a les “particularitats expressives” de les dones andaluses que els feien servir. Ens trobem ací, novament, amb la formulació explícita d’una via de coneixement des de la lectura de les manipulacions de l’objecte cap als subjectes que el manipulaven; però, en aquest cas, fins i tot es feia el pas per tipificar aquests subjectes no només pel seu rol de gènere, sinó també per les seves característiques regionals concretes. Aquesta convenció interpretativa duta a terme des de l’objecte cap al subjecte va suposar la compleció de la mirada costumista, que va aspirar a detectar, observar i llegir en els signes i símptomes expressats, o revelats mitjançant una hermenèutica pròpia, els caràcters dels qui els mostraven. En el cas de la interpretació de la gestualitat associada al palmito, va tenir una llarguíssima pervivència, tenint en compte algunes fonts que, a finals del segle XIX, seguien redundant en aquests esquemes:

“Però la importància social del palmito ens toca més a prop. El palmito, fill del sol, és el còmplice més temible de la febre amorosa que decideix del futur d’un home: és el talismà feliç de les fascinacions femenines, ja es replega, ja s’estenga, ja serpentege per l’aire en corbes erràtiques. impredecibles; ja en dolços aletejos deixa primer veure i després amague encants i gràcies seductores; ja en llengua incomprendible faça acompanyament amb un ffrrrrfrrr suavis-sim i gairebé imperceptible a un sí dubitatiu i indecís, que promet un altre sí decidit i resolt a curta data; ja, en tancar-se iradament, enfortisca un NÓ rotund un frrk sobtat i eixordador”¹⁰

9- BLANCO WHITE, José María. *Letters from Spain*. London: Henry Colburn, 1822, pp.55-56.

LA GESTUALITAT DEL PALMITO EN LA CULTURA VISUAL DEL SEGLE XIX

El palmito apareix contínuament i abundant en la tradició pictòrica del retrat occidental des del segle XVI com a element associat a la representació femenina i dotat d’un ampli espectre de significats, que abastava des del simbolisme més hermètic fins a la denotació de classe, el desig de distinció o el mer registre descriptiu de tipus i modes. Però potser van ser les imatges de reproducció, on es van representar explícitament diferents formes de manipulació de palmitos, les que van resultar més eloqüents en la manifestació de les seves implicacions dins del marc històric del rol de gènere.

Alguns gravats del segle XIX poden donar compte de les perspectives plantejades a través dels discursos escrits i de les possibilitats hermenèutiques obertes des de la cultura visual de masses. Unes escenes publicades com a xilografies durant la dècada de 1840 i degudes a dos dels grans mestres de la il·lustració gràfica, J.J. Grandville (Jean Ignace Isidore Gérard Grandville) i George Cruikshank, donen peu a llegir-hi els mecanismes d’atribució del rol de gènere femení desencadenats per la presència i l’ús del palmito. El 1840, Grandville va il·lustrar, mitjançant criatures híbrides entre animals i humans, els relats encarregats a famosos escriptors a *Scènes de la vie privée et publique des animaux*.¹¹ Una de les il·lustracions de Grandville per a un dels relats de l’obra, la *Histoire d’un merle blanc* escrit per Alfred de Musset, posava en escena un dels personatges del relat: “une petite Pie fort bien mouchetée et extrêmement coquette” (una xicoteta garsa molt ben clapejada i extremadament coqueta), com diu el text i el peu d’aquesta imatge a les primeres edicions (fig. 1). Musset no la va descriure portant cap palmito, sinó que tan sols la va fer dirigir-se amb confiança a la merla

10- *Los abanicos. Su lenguaje expresivo. Con detalles de los alfabetos dactilológico y campilológico*. Barcelona: Montaner i Simón, 1887, p. 41.

11- L’obra, publicada inicialment per l’editor parisenc Pierre-Jules Hetzel en lliuraments durant 1840 i 1841, va comptar amb diversos textos de Pierre-Jules (P.-J.) Stahl i altres de prestigioses figures de la literatura de l’època, com George Sand, Honoré de Balzac, Charles Nodier, Jules Janin i Alfred de Musset. Va conèixer un gran èxit, ja que aviat va aparèixer enquadernada en dos volums i va ser reeditada en múltiples ocasions durant les dues dècades següents. Vegeu sobre aquesta obra il·lustrada per Grandville RENONCIAT, Annie. *J.J. Grandville*. Courbevoie (Paris): ACR, 1985, pp. 204-218.

donant-li “un petit coup d’aile, comme qui dirait un coup d’éventail” (“un copet amb la seva ala, com si diguéssim, un cop de palmito”).¹²

És per això que resulta especialment significativa la manera com Grandville va traduir al llenguatge visual aquest objecte, clarament diferent de la lleugera i indirecta referència textual. L’artista va recórrer al palmito per expressar la coqueteria del personatge, mostrant a l’empolainada garsa manipulant-lo i exhibint-lo totalment obert. Per atraure l’atenció sobre aquest element amb un èmfasi intencionat, va dibuixar un altre ocell al país del palmito, creant un subespai de representació, en rima amb el quadre del fons, que al·ludia al llinatge aristocràtic del personatge. En una edició posterior de 1864, dedicada exclusivament als gravats, *Album des bêtes à l’usage des gens d’esprit* (Brussel·les 1864) el peu de pàgina va ser substituït per un altre: “Une femme bien née doit écouter tous les hommes; mais elle ne doit distinguer que celui qui la dédaigne” (Una dona de bon bressol ha d’escoltar a tots els homes; però només ha de distingir al qui la menysprea”).



Fig. 1 GRANDVILLE: *Une petite Pie fort bien mouchetée et extrêmement coquette* (1841)

¹²-En el volum 2 de l’obra, editat en 1842, apareix aquesta expressió en el full 346.

Una altra dels estrelles de la il·lustració i la caricatura del seu temps, George Cruikshank, va realitzar en 1849 *A New Court on QueensBench. AS IT OUGHT TO BE OR THE LADIES TRYING A CONTEMPORARY SCOUNDREL FOR A “BREACH OF PROMISE”* (fig. 2).¹³ En la seua habitual vena satírica, l’artista va escenificar la fantasia d’un judici a un suposat “menyspreable pocavergonya” que havia trencat una promesa de matrimoni. En l’escena creada per Cruikshank, l’acusat apareix com una pobra víctima d’aquest imaginari matriarcat perfectament organitzat i totalment implicat en el cas. A més del públic, apareixen en aquesta inversió de rols de gènere un tribunal presidit per tres jutgesses, un jurat complet amb dotze membres (totes elles dones), un equip d’onze lletrades, dos vigilants de sala (també dones), la perjudicada i una assistenta. Entre totes elles exhibeixen un total de sis palmitos manipulats de diferents formes per a exposar un ampli repertori expressiu. El de la demandant, que fingeix estar desmaiada, reposa languidament sobre els faldons de la seua propietària però encara lleument subjecte a la seua mà esquerra. Uns altres apareixen despleats i simulant estar agitats per les seues tres propietàries, que mostren gestos d’atenta reflexió i de repulsió. Finalment, dos dels palmitos apareixen plegats en mans de les que actuen com a jurat, però reforçant les suggestions d’actiu interès, com en el cas del que és portat als llavis de la seua propietària. En aquesta imatge, el mateix objecte funciona com a element caracteritzador de reaccions diverses, exemptes del contingut d’expressió de coqueteria, però canalitzades totes elles en el sentit del rol de gènere fins a una prefiguració, molt inversemblant en el seu temps, del que hui diríem empoderament femení.

Seguint l’esquema de l’imaginari modern sobre el palmito establert en els segles XVIII i XIX, hi ha altres imatges de mitjans de reproducció de masses on la representació explícita de la manipulació del palmito va ser dotada d’un fort poder significatiu, tant pel que fa a la definició general de rol de gènere com a l’assignació de sentit específic del caràcter de coqueteria. Es tracta de dues vinyetes de dues auques, o al·leluies, espanyoles datades en la dècada del 1860. Una d’aquestes escenes de xicotet format (els marcs de cada vinyeta tenen uns quatre centímetres d’ample) apareix en la

¹³- El gravat apareix com una àmplia escena desplegable a l’inici de la publicació *The Comic Almanack for 1850*. Londres: Chatto and Windus, 1849.

número 29 de l’auca titulada *Vida d’un calavera* (fig. 3).¹⁴ El díptic sota el peu diu: “Hasta el punto se rebaja / de enamorar a una maja”, i la imatge caracteritza al personatge femení activant visiblement el seu desplegat palmito. Tenint en compte la càrrega de sentits que, en aquella època, s’associava al tipus popular de la *maja* madrilenya, el palmito funciona ací com a atribut icònic dotant a la figura amb el significat específic de coqueteria. En una altra de les auques *El Carnestoltes espanyol* trobem una mostra del palmito disposat com a recurs d’assignació de rol de gènere.¹⁵ La vinyeta número 23 (fig. 4), el peu del qual diu “Se conoce por la altura / la masculina hermosura”, representa un dels tradicionals ritus d’inversió de gènere habituals en el Carnestoltes. El personatge més alt i de trets masculins apareix vestit de dona i el més baix i de malucs amples d’home. Mentre la dona transvestida fuma un cigar, ell, disfressat d’ella, porta un palmito que exhibeix desplegat. Com l’època de Carnestoltes no sol ser calorosa a Espanya, entenem immediatament que el palmito és ací visibilitzat i activat com a part de la disfressa, recurs de caracterització, en aquest cas, com en el de Cruikshank, en un to burlesc d’inversió de rols de gènere.

També dins de l’àmbit de la il·lustració gràfica de la segona meitat del segle XIX trobem una interessant imatge d’exhibició d’un palmito entregada a l’expressió de l’elegància femenina i deslliurada de la intenció caricaturesca. En la primera pàgina del número 4 de *La Moda Elegante* de 1882 apareix una xilografia sense signar, de considerable grandària i impressionant qualitat de detalls, titulada *Eixida del ball i teatre* (fig. 5).¹⁶ El peu de la imatge contextualitza els espais de socialització a què estava destinat el vestit i on resultava comú l’ús del pal-

¹⁴- Apareix per primera vegada editada a Madrid en la impremta de José María Marés en 1863 o 1864. Després coneix almenys una reedició de la impremta de la Casa Hernando, també a Madrid. Segons Joan Amades, l’obra, que apareix sense signatura, és deguda a l’il·lustrador i gravador Tomás Padró. Sobre això informa BOTREL, Jean-François. “La série d’al·leluies Marés, Vinuesa, Hernando”. En DÍAZ, Joaquín. (dir.). *Al·leluyas*. Actas del simposio sobre al·leluyas celebrado en julio de 2000 en Medina del Campo. Urueña, Valladolid: Centre Etnogràfic Joaquín Díaz, 2002, pp. 24-43.

¹⁵- També apareix datada entre 1863 i 1864 en l’estudi referit de Botrel. En aquest cas no es dona notícia sobre cap atribució d’autoria, encara que l’estil gràfic és molt similar al de Padró i clarament diferent al d’altres artistes especialitzats en auques com José Noguera o José Pérez.

mito. En aquest cas, el palmito obert es representa amb la mateixa eloquència gràfica i minuciositat descriptiva que el vestit de la dona. El palmito funciona com un cos desdoblat, com un trop metonímic de la portadora, que sembla expressar la seva delicada distinció a través del país primorosament decorat de l’objecte que manipula i desplega. La identificació entre el palmito i l’exhibició d’elegància, a través de la manera com es mostra el palmito, sembla assolir aquí l’expressió plena del subjecte caracteritzat a través de l’objecte.

L’ESTANCAMENT DE L’EXPRESSIÓ DEL PALMITO: DEL SIMBOLISME AL TÒPIC

Durant el segle XX el palmito va continuar tenint una important presència en la cultura visual de masses, però les seves tipologies i el seu poder expressiu van quedar enquistats en els esquemes forjats durant els segles anteriors: un objecte vinculat a la definició quintaessencial del femení i a la manifestació de la coqueteria. D’aquesta manera, les representacions de dones manipulant palmitos van adquirir fortes connotacions de tradició, quan no de folclorisme, quan l’evolució general de la indumentària s’estava inserint en una dinàmica de canvi accelerat.¹⁷ D’aquesta manera, el palmito es va anar associant amb un lloc comú on recórrer per espectacularitzar els tòpics de gènere que les tendències modernitzadores intentaven deixar enrere. El recurs a la representació de la manipulació del palmito com a un estereotip, que ja no aportava nous sentits expressius sinó que redundava en els tradicionals, va aportar a l’imaginari específic desenvolupat sobre aquest objecte una dosi d’anacronisme. Això passa en el cas de la fotografia en què posen artificialment, repetint el mateix gest amb el palmito, les cinc actrius que interpretaven en grup de les “cocottes”, amb l’accepció de “dones

¹⁶- El número es va publicar el 6 de febrer d’aqueix any 1882. Sabem que totes les imatges de *La Moda Elegante* provenien de la revista francesa *La Mode Illustrée*, com reconeixia l’editor de la revista espanyola ja en el número del 29 de desembre de 1861. La informació està presa de ARROYO MARTÍN, Carmen. *La Moda Elegante Il·lustrada en el període de entreguerres 1918-1927*. *Anàlisi documental*. Tesis doctoral presentada en la Universitat Complutense de Madrid: Madrid, 2018, p. 170.

¹⁷- Sobre l’evolució de la moda en la il·lustració gràfica ens informa el capítol “Sota el signe de la moda” en PÉREZ ROJAS, Javier. *La Eva moderna. Il·lustración gràfica española 1914-1935*. Catàleg de l’exposició celebrada en la Fundació Cultural Mapfre Vida de Madrid en 1997.

de moral lleugera”, a la revista musical de Guillermo Perrín, Miguel de Palacios i Rafael Calleja, estrenada el 1912, *Las mujeres de Don Juan* (fig. 6).¹⁸ Els palmits manipulats suggereixen la serialització pròpia de les coristes que sincronitzaven les seues postures i els seus cants en els espectacles musicals. D’això resulta una impressió mecànica que desubjectivitza i aporta, per a la mirada actual, un cert aire forçat i sinistre a una imatge que pretenia ser alegre i desenfadada en la fotografia de Biedma.

En alguns exemples de l’imaginari representacional del segle XX el palmito i la seua manipulació van entrar en la categoria de vestigi. En el seu poema *Canción china en Europa*, Federico García Lorca enuncïava l’anacronisme d’un objecte que, usat com a recurs de seducció tradicional, semblava haver perdut la seua eficàcia: “La señorita / del abanico / y los volantes, / busca marido. / Los caballeros / están casados, / con altas rubias / de idioma blanco”¹⁹ El subjecte del poema, la senyoreta, resulta caracteritzat com a personatge inadaptat al seu context a través de dos objectes propis d’èpoques passades i que suggereixen la idea de moviment: els volants i el palmito. Podríem també vincular la melancolia destil·lada d’aquest objecte i de la seua gestualitat amb un dibuix del poeta signat en 1927, *Dama en el balcón*, on el palmito ostentosament desplegat en un lloc molt visible, obert a l’espai públic, contrasta amb el gest de timidesa i una certa tristesa de la dona que el porta. En tots dos casos, Lorca va emprar conscientment el palmito com a atribut disfuncional dins del sistema d’enunciació dels rols de gènere de la seua època.

Hi ha un altre exemple de com, gràcies a les imatges dels mitjans de reproducció de masses, el palmito va aconseguir en l’imaginari modern el nivell de paradigma d’objecte anacrònic. La insistència a associar-ho als estereotips de feminitat insti-tuïts durant els segles anteriors va fer caure sobre ell la càrrega de la tradició fins a convertir-ho en un dels paradigmes antimoderns, en un tòpic el simbolisme del qual havia sigut desactivat per a convertir-lo en un mer lloc comú, en una pura convenció.²⁰ La lletra de la tonada d’un número musical cinematogràfic va manifestar la super-vivència dels sentits prefixats per a la gestualitat del palmito, presentada en la seua imaginària

funció d’emfatitzar el poder femení. Es tracta de la “Cançó del palmito”, escrita per José Antonio Ochaíta, Xandro Valerio (text) i Juan Solano (música), que es va inserir en la pel·lícula dirigida per Florián Rei en 1953 *La moza del cántaro* (fig. 7). La pel·lícula era una adaptació de l’obra de Lope de Vega, interpretada per Paquita Rico, que apareixia, en aquesta seqüència totalment absent en l’obra original, cantant i ballant acompanyada d’un palmito.²¹ L’objecte es convertia en l’element clau que, manipulat contínuament, acompanyava tota la coreografia de l’escena. A través d’ell l’actriu evidenciava el tòpic de rol de gènere orientat cap al regruix de l’autèntica i seductora feminitat del seu personatge. A més, el director va fer servir els voletejos del palmito com a eixos visuals per a l’organització d’algun dels plans i, mentre la lletra redundava en el protagonisme expressiu de l’objecte que empoderava a la dama com una arma de dona en el sentit més literal i tradicional: “Tus palabritas pintadas / mi abanico las humilla / Que son veinticinco espadas / sus veinticinco varillas”.

20- “La desaparició de tot simbolisme deixa al nu la pura entitat material de la cosa, deslligada de la seua relació profunda, psíquica, semàntica i cultural amb el subjecte. Si ja res està vetlat per l’estratificació de sentit que el subjecte modern sabia, críticament, identificar, llavors tot objecte i tot fenomen pertanyen només a un codi estètic exterior, regit per les lògiques comunicatives i publicitàries que guien i determinen el seu consum”. FRANCALANCI, Ernesto L. *Estética de los objetos*. Madrid: *La balsa de la Medusa*, 2010, p. 281.

21- La pel·lícula, produïda per Atenea Films i Chamartín va ser estrenada en 1954. La protagonista era D^a María de Guzmán i Portocarrero, una jove dama de Ronda que va venjar el greuge patit pel seu pare. L’adaptació, deguda al director Florián Rei i al guionista Antonio Mas Guindal, ha sigut qualificada com “libèrrima”, ja que va introduir abundants trames i aspectes inexistents en l’obra de Lope. Una de les invencions de la pel·lícula respecte al teatre va consistir en la emfatització dels rols de gènere ja que, d’una banda, ella duu a terme la seua venjança cinematogràfica transvestida en home, però, per un altre, s’insisteix en l’estereotipada feminitat del personatge principal. “Enfront de la peça de Lope, en la qual la noble dama es presenta menyspreadora amb els homes, aquesta altra D^a María entona cançó amorosa i es deixa sentir mentre vigila als cavaillers de l’entorn,...”. En UTRERA MACÍAS, Rafael. “Literatura i cinema. Adaptacions. I del teatre al cinema” en *Quadernos de EIHCEROA* 2007, n. 7-8. Sevilla: Universitat de Sevilla, p. 44.



Fig. 2 CRUIKSHANK: *A New Court on Queens Bench. AS IT OUGHT TO BE OR THE LADIES TRYING A CONTEMPTIBLE SCROUNDEL FOR A “BREACH OF PROMISE”* (1849)

DEL SUBJECTE A L’OBJECTE: EL DISSENY I LA RE-DEFINICIÓ CULTURAL DEL PALMITO

Des d’una perspectiva actual, el problema de l’alliberament dels estereotips i sobreentesos automàtics que es van bolcar sobre la gestualitat del palmito es presenta en la mesura en què som conscients de les associacions i connotacions que la gestualitat del palmito va anar adquirint durant els segles XVIII i XIX, i que van sobreviure com a tòpics en el XX. Així les coses, el palmito hui dia pot limitar-se a jugar el paper nostàlgic de l’objecte arcaic que esdevé kitsch o entrar en diàleg amb les condicions contemporànies en les quals s’insereix. En el context actual, la recuperació de l’objecte mitjançant nous dissenys aspiraria a emmarcar-se dins de les ideologies emancipadores i a orientar la gestualitat del palmito, redimida dels sentits de gènere prefixats, cap a la lliure elecció individual.²² La desactivació del simbolisme tradicional apuntaria, d’aquesta manera, a una redefinició cultural de l’objecte a través d’una revitalització del seu disseny. Pot semblar paradoxal, però el procés de buidatge simbòlic de la gestualitat del palmito permet redirigir-la, en la direcció oposada al tòpic, cap a plantejaments nous de les relacions entre forma

22- “...han caigut, sens dubte, en l’esfera de l’elecció amplis camps de conductes que, en les societats tradicionals sorgien d’un ordre col·lectiu que predeterminava els comportaments;...” RENAUT, Alain: *La era del individuo*. Barcelona: Destino, 1993, p. 102.

i funció.²³ En aquest cas, la pèrdua del simbolisme s’abordaria no des de la nostàlgia, sinó des d’un sentiment d’alliberament que obrirea nous horitzons de sentit per a una estructura formal ja coneguda, però dotada ara d’un nou potencial de relacions.²⁴

Les noves relacions entre forma i funció i entre subjecte i objecte, ineludibles en la pràctica experimental de sotmetre al palmito a nous processos de disseny, requereixen considerar la implicació dels sentits acumulats sobre la seua gestualitat. Igualment resulta necessari canalitzar aquest nou potencial a través de tres àmbits, el tècnic, el cultural i l’estètic, que s’entrellacen en els productes aconseguits. A través d’una sintètica aproximació podem

23- “El disseny no és la suma de funció i forma, és la determinació d’una relació entre ambdues. Tota nova peça dissenyada inaugura una nova relació, una nova fórmula. Tot objecte de disseny és sempre una determinada relació entre funció i forma. El disseny no revist una funció ni desvist una forma, és una altra cosa, és la realització d’una relació”. INFANTE del ROSAL, Fernando. *La autonomía del diseño. Diseño como categoría estética*. Valencia: Universitat de València, 2018, p. 136.

24- “No parlem precisament de formes com a resultat final o clausura d’un tema programàtic; sinó d’un potencial de relacions segons els usos, la inserció en context, la correspondència amb altres estructures i amb factors circumstancials”. GIORDANO, Dora i FIGUEROA, Mariana. “Un canvi significatiu en la noció de forma”. En GIORDANO, Dora *Cuestiones de diseño. Equilibrio inestable sobre campos imprecisos*. Madrid: Experimenta libros, 2020, p. 162.

rastrear la presència de la raó manipulativa en el nucli comú dels àmbits tècnic, cultural i estètic en els quals s’han inserit les noves creacions.

En el cas de Gimeno i Taki l'àmbit que sembla actuar com a motor de les seues creacions ha sigut el medi. Gimeno incideix en l’efecte del vent promogut per la seua manipulació amb la referència explícita a la lletra de la cançó de Raimon “Al vent” escrita, amb una tipografia pròpia, visiblement i de manera radial al país del palmito. Gimeno proclama, revela i condueix a l’objecte cap a la seua culminació plena mitjançant la confluència de les seues dimensions tècnica-manipulativa i simbòlica. A més, fa que el palmito expresse líricament el seu moment d’activació, encara que romanga estàtic, inserint el que potser podria ser un complex joc referencial per contrast respecte a una altra obra de Lope, *La dama del abanillo*, en la qual l’element desencadenant de la trama és un missatge escrit ocult entre els plecs de les teles.²⁵ Per part seua, a partir de la iridescència natural del nacre, que usa per a representar la lluentor de les escates d’un peix, Taki juga a transposar l’objecte des del medi aeri, implicat en la seua manipulació real, fins a l’aquàtic, que sorgeix per analogia visual icònica. Bermúdez ofereix un palmito plegable compost per diversos paipais i realitza una altra transposició, aquesta vegada compositiva, en traslladar els elements circulars de nacre des de les zones centrals del palmito, on té habitualment el seu emplaçament, cap al seu rivet, on adquireix una presència reiterada i dominant que remet, de manera fractal, a aquest efecte del palmito desplegat mogut en forma circular.

La iconicitat també adquireix un rol primordial segons la interpretació de d’Arroyo en *Daga*, que converteix les varetes articulades en armes similars a navalles acolorides de roig. Forma i color fan entrar a l’objecte en un règim fortament connotatiu que conjuga l’enunciació directa de la forma amb l’al·lusió cromàtica a la sang. La comparació realitzada per Addison entre els palmitos i les armes en

25- “Espera, / que en las cañas que se doblan / vienen unas líneas hechas/ de papel, y los renglones / escritas por todas ellas, / de suerte, que nadie sabe, / si el abanillo se cierra, / aunque esté abierto, lo que es. / Y aún habrá pocos que vean, / lo que viene escrito en él”. L’obra de Lope és analitzada, i el fragment apareix citat, en VÁZQUEZ, Lydia i IBEAS-ALTAMIRA, Juan Manuel. “L’éventail dans l’imaginaire espagnol du XVIIe siècle: de Lope de Vega à Vélasquez”. *e-Spania* [En línia], 35 | février 2020. Consultat el 21 de març 2022.

to satíric esdevé ací en una proclamació ideològicament actualitzada de l’empoderament femení. Mentrestant, la imatge es dissol i esdevé absolutament inestable, potser inspirada en les pareidolies surrealistes de Yves Tanguy o Max Ernst, en la creació de Blay, gràcies a un altre joc sintàctic entre una rica varietat de nacres. Aquests materials es poden apreciar ben diferenciats quan l’objecte roman estàtic, però promouen centellejos i inesperades mescles, fusions i confusions il·lusionistes en la percepció òptica quan el palmito és agitat.

Del moviment, encara que més minucios, s’alimenten també els dissenys duts a terme pels Arao, Gutiérrez, Tíscar i Marquina. Els primers proposen un híbrid entre la tipologia en forma de pala del paipai, quan es troba obert, i el palmito totalment plegable, mitjançant un sofisticat exercici d’origami. La invitació a l’hàbil manipulació resideix també en la raó de l’objecte degut a Gutiérrez, no exempt d’unes certes al·lusions a l’escultura minimalista contemporània basada en les estructures compositives en escaquer, com les usades per Carl André. En qualsevol cas, totes dues creacions semblen convidar a una relació del subjecte cap a l’objecte basada en el joc de manipulació, que desafia clarament les restriccions a aquesta mena d’ús dels palmitos, vigents en la moral d’èpoques anteriors i aplicades sobre les dones.²⁶ D’aquesta lògica tècnica, en el seu vessant lúdic i lúcid, que busca estendre les possibilitats de manipulació de l’objecte, naix també la proposta de Tíscar. Aquest autor ofereix un palmito basat en els de bandera o girouette (de penell), que solien tindre una forma fixa i estable, però aconseguix un plegat molt eficient que redueix l’espai que ocupa a la mínima expressió i que converteix el seu desplegament en un joc en el qual intervenen accions de desenrotllar, tibar, fixar i girar. La solució de Marquina fa del moviment la causa determinant de la forma final, ja que les seues possibilitats dinàmiques es duen a la pràctica i donen com a resultat un objecte literalment desconstruït seguint la seua raó activa - de plegat/desplegat i articulació - i la seua raó compositiva de la tela i varetes. Resulta evident ací l’analogia amb les escultures mòbils de Alexander Calder.

26- “Si algun pren la paraula, és molt lleig que una jove estigui distreta, enfadada, que es recolze en la cadira, que jugui amb els anells o el palmito...” En BERTRÁN de LIS, Fernando: *Reglas de urbanidad para señoritas*. Valencia: Impremta D. Julián Mariana, 1859, p. 25.

Concomitàncies amb la tradició de les arts decoratives, es fan de notar en les obres de Serrano. Les decoracions de les seues teles remetent als rics patrons ornamentals del passat aplicats sobre tèxtils o papers pintats, entre els temes florals del segle XVIII i les estilitzacions vegetals a la manera de William Morris i Arts & Crafts, que envaïen els interiors de les llars en el seu afany de esteticització de la vida quotidiana.²⁷ Contreras, que rescata i actualitza l’estètica de l’Art Nouveau, també envia l’expressió del palmito no als subjectes, sinó al seu exterior expandit, cap als espais d’habitabilitat on s’usaven històricament, cap als entorns estètics de nivell superior que els englobaven en la cultura visual occidental. Bochietto fa del seu palmito una imatge a petita escala de contextos molt més amplis: el del paisatge urbà de la modernitat, identificat amb l’arquitectura racionalista, mitjançant el *skyline* que suggereix el seu perfil i el de la conjuntura de València WDC 2022, introduint amb alguna variació les figures del disseny d’Ibán Ramón per a la marca de l’esdeveniment en què s’insereix l’origen del palmito dissenyat. Úbeda i Reverter, amb *Madreperla*, duen a terme una interessant experiment de juxtaposició de materials, només perceptible quan el palmito es gira i rescaten també l’univers estètic racionalista derivat de la Bauhaus mitjançant els ritmes impresos a les seues ranures. En la seua creació *Nathalie*, concebuda com un homenatge a la dissenyadora Nathalie Du Pasquier, connecten el palmito amb la moderna concepció del disseny que conflueix amb allò artístic. També expandeixen, a través d’un patró decoratiu inspirat en la famosa dissenyadora, l’àmbit geogràfic dels entorns estètics referits, perquè Du Pasquier va experimentar, al seu torn, una forta influència de les arts aplicades tradicionals de certes cultures africanes.²⁸

En una clara al·lusió a les figures impossibles de Yturralde i al moviment del Op Art, Arnau & Reyna projecten el disseny del palmito cap a l’art contemporani i aconseguixen un objecte de gran impacte visual de mínimes dimensions. Woodgate suggereix la rotunda densitat escultòrica d’Anthony Caro o Barbara Hepworth en la seua composició, així com el paisatge d’un bosc a través de la seua textura, tot això mitjançant la radical i rítmica simplicitat del seu perfil i una dimensió reduïda fins a la seua mínima expressió. En el palmito com a resultat d’un procés de disseny encaminat cap a la síntesi formal, s’instal·len també les obres de Ferrer i Martínez. Ambdues arriben a solucions molt originals respecte a l’estructura funcional de l’objecte i

als suggeriments de mobilitat que susciten. El de Ferrer es vincula estèticament amb el minimalisme mitjançant la coherència del sector de cercle com a única forma geomètrica usada, embolicant exteriorment per totes dues cares amb fusta el material tèxtil d’unió, que ocupa tot l’espai intern i dota a l’objecte de la seua facilitat de manipulació i solidesa real enfront de l’aparent fragilitat. El de Martínez també és extremadament senzill a primera vista, però conté alguns elaborats jocs. El primer consisteix en una hibridació tipològica, atès que cadascuna de les seues peces reproduïx la mateixa forma, la que remet al palmito de pala, però el conjunt d’elles produeix un palmito plegable d’estructura radial. El segon consisteix en el fet que la cinta d’unió ha d’inferir-se visualment, perquè queda quasi totalment oculta i només s’enumcia clarament en la primera peça, que se superposa a totes les altres. El tercer, i potser més espectacular quan es du a la pràctica, consisteix en el fet que l’objecte permet ser considerat com una escultura, apta per a adquirir múltiples configuracions i sustentada per si mateixa quan es col·loca invertit.

Estem davant d’experiències creatives encaminades a verificar si un plantejament estratègic del disseny pot alliberar una categoria objectual del seu estigma com a vestigi, rescatar-la de les associacions enquistades en els rols de gènere tradicionals i actualitzar-la. El camí cap a això passa necessàriament per fer possibles noves i diverses possibilitats de manipular el palmito que vigoritzen la seua dimensió de signe el significat del qual no es reflectisca sobre la persona que ho manipula, sinó que, partint de la seua pròpia essència com a producte de disseny, amplie la seua projecció cap a nous mitjans tècnics, culturals o estètics com resulta habitual en l’art contemporani.²⁹

27- “La ubiqüitat d’aquests teixits i papers pintats reflecteix l’afany de Morris per portar l’art fins als objectes quotidians, posant l’accent en la importància d’imbuir de bellesa l’interior de les llars”. HARRIS, Jennifer. “Més suggeridors que imitatius: teixits i papers pintats del moviment Arts and Crafts”. *William Morris i companyia. El moviment Arts & Crafts en Gran Bretanya*. Barcelona: Fundació Juan March i Museu Nacional d’Art de Catalunya, 2018, p. 183.

28- “Her patterns are..., an ingenious melding of ethnic inspiration and her own sensibility”. GURA, Judith. *Postmodern Design Complete*. London: Thames & Hudson, 2017, p. 202.

29- “...la vitalitat d’elements pictòrics i plàstics, a vegades adormida en el seu mig habitual, es confirma en l’àmbit de llenguatges artístics paral·lels i contemporanis”. DORFLES, Gillo. *Imágenes interpuestas. De las costumbres al arte*. Madrid: Espasa-Calpe, 1989, p. 168.



Castellano

Sería históricamente cierto ubicar al abanico dentro de la categoría decorativa de los complementos de moda, que fueron, más que la vestimenta en sí según el ya clásico análisis de Gilles Lipovetski, los auténticos motores de la creatividad aplicada a la apariencia personal en los inicios de la modernidad.¹ Pero una de las características que dota al abanico de un estatus especial como objeto consiste en que su funcionalidad viene casi siempre determinada por el movimiento suministrado por la misma persona que recibe el efecto. Esta esencia reflexiva del abanico establece sobre él una importante marca diferencial respecto a otros utensilios y máquinas basados en la transitividad productiva, lograda cuando actúan como instancia de mediación entre los sujetos agentes y las materias pacientes. Por otra parte, los efectos del abanico son extremadamente fugaces, incluso comparados con los de los cosméticos y la indumentaria, pues el ligero movimiento del aire que produce cesa inmediatamente cuando entra en reposo. Como objeto intransitivo y de resultados tan efímeros, el abanico, en su uso más común, está condenado a un funcionamiento prisionero de un doble bucle. El primero implica un rebote en el espacio, puesto que es usado por alguien desde sí y para sí. El segundo hace referencia a una reiteración en el tiempo, porque debe ser constantemente reactivado para producir el efecto deseado. Desde el punto de vista

1- “...; habrá que esperar a la aparición de los «mercaderes de moda», en la segunda mitad del siglo XVIII, para que a los oficios relacionados con la moda se les reconozca una cierta autonomía creadora, circunscrita, en ese caso, solamente a los ornamentos del atavío. El talento artístico atribuido a los mercaderes de moda reside pues en el talento decorativo, en la capacidad para adornar, ennoblecer los trajes con los medios de fantasía de moda (sombros, cofias, perifollos, pasamanería, cintas, plumas, guantes, abanicos, chales, etc.), no en la invención de líneas originales”. LIPOVETSKY, Gilles. *La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1996, p. 88-89.

funcional, el abanico parece casi siempre limitado por su escasa eficiencia energética, y tampoco consigue igualar la durabilidad de los efectos de las herramientas y la indumentaria. No entra plenamente ni en una categoría ni en la otra, aunque participa de ambas en buena medida.

Por otra parte, si, como hizo Giorgio Agamben, recuperamos para el pensamiento estético contemporáneo las nociones aristotélicas de poiesis - la producción de objetos acabados que funcionan plenamente aunque estén separados de quienes los han elaborado - y de praxis - que implica la acción necesaria de quien crea y ejecuta para que se manifieste algún efecto -, el abanico, también se mueve entre ambas categorías.² Como objeto poietico es un producto acabado, resultado de un proceso de diseño y de elaboración pero totalmente independizado de quien lo ha hecho, y está cargado de implicaciones estéticas. Pero es en cuanto a objeto práctico como ha impreso su huella más específica en los imaginarios modernos, pues se ha dotado de cualidades expresivas a la manipulación requerida para su funcionamiento, bajo la suposición de que, quienes manipulaban este objeto, lo hacían con intención comunicativa.³ De ahí que el concepto de manipulación, literalmente asociado al abanico, se haya desdoblado en otra acepción figurada y cargada de connotaciones negativas: la de la disposición de artimañas con la voluntad interesada de ocultar o distorsionar la verdad.

DEL OBJETO AL SUJETO: ABANICO Y GÉNERO

Una obsesión atravesó el imaginario de la modernidad sobre el abanico: la de interpretar las manipulaciones literales a que era sometido como un medio expresivo, accesible a través de la decodificación de un supuesto lenguaje de signos, que remitía a las subjetividades individuales y las insertaba dentro del marco de género asignado a lo femenino. El abanico fue considerado como un medio de sustitución que daba voz a los sujetos históricamente más limitados en cuanto a las formas de expresión que se les consideraban

2- Véase sobre estos conceptos el capítulo 7 de AGAMBEN, Giorgio. *El hombre sin contenido*. Barcelona: Áltera, 2005.

3- “Que el hombre sea capaz de práctica, significa que el hombre quiere su acción y, al quererla, la atraviesa hasta el límite; práctica es el ir a través hasta el límite de la acción, movido por la voluntad, acción deseada”. AGAMBEN, G. Op. cit., p. 116.

aceptables y ajustadas a las normas: las mujeres. A veces lo hacía mediante un pretendido cripto-lenguaje que acogía, en su sentido figurado, las connotaciones negativas de manipular. Otras veces, la expresión se alcanzaba por vía más directa y la gestualidad del abanico implicaba todo el cuerpo, de una manera más enérgica y física que no carecía de connotaciones sexuales.⁴ Insertando la función histórica del abanico en esta estructura, se podría entender cómo la praxis femenina de manipulación sobre el abanico dio pie a la generación de interpretaciones que conectaban, a menudo fantasmagóricamente y siempre de acuerdo a las pautas culturales que canalizaban los deseos e imaginarios masculinos, las acciones aplicadas por las mujeres sobre los abanicos con la expresión de las voluntades y deseos femeninos.⁵

Quizá podamos señalar como texto fundacional del imaginario occidental moderno sobre el abanico el publicado en *The Spectator* en 1711. Su autor, uno de los promotores y principal contribuyente a la publicación, fue Joseph Addison. Este ensayista y político británico es considerado como uno de los modernizadores de la literatura y la crítica

4- “Objetos y útiles tradicionales, porque movilizan al cuerpo entero en el esfuerzo y en la realización, recogen algo de la inversión libidinal profunda del trato sexual (como, en otro plano, las danzas y los ritos)”. BRAUDILLARD, Jean. *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, 1969, p. 60.

5- Véase sobre el tema la tesis doctoral de BIGER, Pierre Henri. *Sens et sujets de l'éventail européen de Louis XIV à Louis-Philippe*. Rennes: Université Rennes 2, 2015. En su página 406 resume el valor del abanico como objeto signifiante esencial para la construcción de la historia de las mujeres: “C’est pourquoi si l’éventail est présenté parfois - et ce n’est pas faux - comme un «accessoire du costume», il est pourtant tout sauf accessoire par les enseignements qu’il offre. (...) Et quand il en vient à ne plus guère signifier, c’est sans doute parce qu’il reflète la place de la femme dans la société bourgeoise du XIXe siècle, avant d’entrer avec elle au XXe siècle dans cette société de consommation qu’il avait d’une certaine manière préfigurée avec le talentueux marketing du pseudo-langage de l’éventail. L’éventail est ainsi tout à la fois témoin et acteur de l’histoire des femmes, puisque c’est surtout d’elles qu’il est question; et il apporte sur cette histoire un témoignage que sa futilité et sa naïveté apparentes rendent plus véridique et crédible”.

6- Su ensayo *Pleasures of the Imagination*, que apareció dividido en diversos capítulos a lo largo de varios números de junio y julio de 1712 de la citada publicación, es considerado como una de las obras pioneras en el proceso de subjetivización analítica del gusto artístico y de abandono de la estética clásica de carácter preceptivo.

en inglés, así como de la teoría del arte.⁶ En este texto, Addison desarrolló una descripción de los gestos implicados en la manipulación del abanico más habituales entre las mujeres. En tono satírico, Addison partió de la comparación de las manipulaciones del abanico con el manejo de las armas en los ejercicios militares para sustentar una estructura de atribuciones de este objeto que tendría una fuerte trascendencia histórica: cualidades expresivas específicas de género, instrumento de poder femenino y medio de seducción.

“Women are armed with Fans as Men with Swords, and sometimes do more Execution with them. (...) There is an infinite Variety of Motions to be made use of in the Flutter of a Fan. There is the angry Flutter, the modest Flutter, the timorous Flutter, the confused Flutter, the merry Flutter, and the amorous Flutter. Not to be tedious, there is scarce any Emotion in the Mind which does not produce a suitable Agitation in the Fan; insomuch, that if I only see the Fan of a disciplin’d Lady, I know very well whether she laughs, frowns, or blushes. I have seen a Fan so very angry, that it would have been dangerous for the absent Lover who provoked it to have come within the Wind of it; and at other times so very languishing, that I have been glad for the Lady’s sake the Lover was at a sufficient Distance from it. I need not add, that a Fan is either a Prude or Coquet according to the Nature of the Person who bears it”⁷

Addison encontró en el tipo de manipulación más dinámica del abanico, el revoloteo (flutter), la clave para la lectura de las emociones de quienes lo movían. La risa, el enojo o el sonrojo se expresaban tan claramente a través de este objeto que el autor se atrevió a dar un paso más allá: recurrió en su retórica a dos prosopopeyas para convertir al abanico en sujeto cuando dijo haber visto uno muy enojado y cuando calificó a este objeto como moji-gato o como coqueto. Más de un siglo después, en 1822, José María Blanco White escribió y publicó en inglés sus *Letters from Spain*.⁸ En uno de sus

7- ADDISON, Joseph en *The Spectator* 102, 27 de junio de 1711.

8- Hoy no queda ninguna duda de que la primera edición de este texto no fue una traducción de unas Cartas escritas en español, sino que fue intencionalmente redactado en inglés. Véase HERREIRA FUENTES, Adrián. “Adiós a la lengua materna: La escritura en lengua extranjera como acto de disidencia. El caso de José María Blanco White”. En *Theory Now* 2019, 2.2, pp. 26-41.

pasajes, Blanco, o Leucadio Doblado, como firmó la obra, pareció recoger el tema donde Addison lo había dejado para dedicarse a descifrar el código expresivo del abanico de manera sistemática:

“An Andalusian woman might as well want her tongue as her fan. The fan, besides, has this advantage over the natural organ of speech - that it conveys thought to a greater distance. A dear friend at the farthest end of the public walk, is greeted and cheered up by a quick, tremulous motion of the fan, accompanied with several significant nods. An object of indifference is dismissed with a slow, formal inclination of the fan, which makes his blood run cold. The fan, now, screens the titter and whisper; now condenses a smile into the dark sparkling eyes, which take their aim just above it. A gentle tap of the fan commands the attention of the careless; a waving motion calls the distant. A certain twirl between the fingers betrays doubt or anxiety - a quick closing and displaying the folds, indicates eagerness or joy. In perfect combination with the expressive features of my country women, the fan is a magic wand, whose power is more easily felt than described”.⁹

En la imagen costumbrista creada por Blanco White el abanico no solo era un medio de expresión, una poderosa “varita mágica”, sino que superaba el lenguaje verbal porque permitía comunicar los sentimientos a distancia mediante un variado repertorio de manipulaciones que se adaptaban perfectamente a las “particularidades expresivas” de las mujeres andaluzas que los usaban. Nos encontramos aquí, de nuevo, con la formulación explícita de una vía de conocimiento desde la lectura de las manipulaciones del objeto hacia los sujetos que lo manipulaban; pero, en este caso, incluso se daba el paso para tipificar a tales sujetos no solo por su rol de género, sino también por sus características regionales concretas. Esta convención interpretativa llevada a cabo desde el objeto hacia el sujeto supuso la compleción de la mirada costumbrista, que aspiró a detectar, observar y leer en los signos y síntomas expresados, o revelados mediante una hermenéutica propia, los caracteres de quienes los mostraban. En el caso de la interpretación de la gestualidad asociada al abanico, tuvo una larguísima pervivencia, a juzgar por

9- BLANCO WHITE, José María. *Letters from Spain*. London: Henry Colburn, 1822, pp.55-56.

algunas fuentes que, a fines del siglo XIX, seguían redundando en estos esquemas:

“Pero la importancia social del abanico nos toca más de cerca. El abanico, hijo del sol, es el cómplice más temible de la calentura amorosa que decide del porvenir de un hombre: es el talismán feliz de las fascinaciones femeninas, ya se repliegue, ya se extienda, ya serpentea por el aire en curvas erráticas é impredecibles; ya en dulces aleteos deje primero ver y luego oculte encantos y gracias seductoras; ya en lengua incomprensible haga acompañamiento con un fffrrrrfrr suavísimo y casi imperceptible á un sí dubitativo é indeciso, que promete otro sí decidido y resuelto á corta fecha; ya, al cerrarse airadamente, robustezca un NÓ rotundo un *frrk* repentino y atronador”.¹⁰

LA GESTUALIDAD DEL ABANICO EN LA CULTURA VISUAL DEL SIGLO XIX

El abanico aparece continua y abundantemente en la tradición pictórica del retrato occidental desde el siglo XVI como elemento asociado a la representación femenina y dotado de un amplio espectro de significados, que abarcaba desde el simbolismo más hermético hasta la denotación de clase, el deseo de distinción o el mero registro descriptivo de tipos y modas. Pero fueron quizá las imágenes de reproducción, donde se representaron explícitamente diferentes formas de manipulación de abanicos, las que resultaron más elocuentes en la manifestación de sus implicaciones dentro del marco histórico del rol de género.

Algunos grabados del siglo XIX pueden dar cuenta de las perspectivas planteadas a través de los discursos escritos y de las posibilidades hermenéuticas abiertas desde la cultura visual de masas. Unas escenas publicadas como xilografías durante la década de 1840 y debidas a dos de los grandes

10- *Los abanicos. Su lenguaje expresivo. Con detalles de los alfabetos dactilológico y campilológico*. Barcelona: Montaner y Simón, 1887, p. 41.
11- La obra, publicada inicialmente por el editor parisino Pierre-Jules Hetzel en entregas durante 1840 y 1841, contó con varios textos de Pierre-Jules (P.-J.) Stahl y otros de prestigiosas figuras de la literatura de la época, como George Sand, Honoré de Balzac, Charles Nodier, Jules Janin y Alfred de Musset. Conoció un gran éxito, pues pronto apareció encuadrada en dos volúmenes y fue reeditada en múltiples ocasiones durante las dos décadas siguientes. Véase sobre esta obra ilustrada por Grandville RENONCIAT, Annie. *J.J. Grandville*. Courbevoie (Paris): ACR, 1985, pp. 204-218.

maestros de la ilustración gráfica, J.J. Grandville (Jean Ignace Isidore Gérard Grandville) y George Cruikshank, dan pie a leer en ellas los mecanismos de atribución del rol de género femenino desencadenados por la presencia y el uso del abanico. En 1840, Grandville ilustró, mediante criaturas híbridas entre animales y humanos, los relatos encargados a famosos escritores en *Scènes de la vie privée et publique des animaux*.¹¹ Una de las ilustraciones de Grandville para uno de los relatos de la obra, la *Histoire d'un merle blanc* escrito por Alfred de Musset, ponía en escena a uno de los personajes del relato: “une petite Pie fort bien mouchetée et extrêmement coquette” (una pequeña urraca muy bien moteada y extremadamente coqueta), como dice el texto y el pie de esta imagen en las primeras ediciones (fig. 1). Musset no la describió portando ningún abanico, sino que tan solo la hizo dirigirse con confianza al mirlo dándole “un petit coup d’aile, comme qui dirait un coup d’éventail” (“un golpecito con su ala, como si dijéramos, un golpe de abanico”).¹² Es por ello que resulta especialmente significativa la forma en que Grandville tradujo al lenguaje visual este objeto, claramente distinta de la ligera e indirecta referencia textual. El artista recurrió al abanico para expresar la coquetería del personaje, mostrando a la acicalada urraca manipulándolo y exhibiéndolo totalmente abierto. Para atraer la atención sobre este elemento con un énfasis intencionado, dibujó en el país del abanico otro pájaro,



Fig. 3 *Vida de un calavera* (1863-64)

creando un subespacio de representación, en rima con el cuadro del fondo, que aludía al linaje aristocrático del personaje. En una edición posterior de 1864, dedicada exclusivamente a los grabados, *Album des bêtes à l'usage des gents d'esprit* (Bruselas 1864) el pie fue sustituido por otro: “Une femme bien née doit écouter tous les hommes; mais elle ne doit distinguer que celui qui la dédaigne” (Una mujer de buena cuna debe escuchar a todos los hombres; pero solo debe distinguir al que la desdeña”).

Otra de les estrellas de la ilustración y la caricatura de su tiempo, George Cruikshank, realizó en 1849 *A New Court on QueensBench. AS IT OUGHT TO BE OR THE LADIES TRYING A CONTEMPTIBLE SCROUNDEL FOR A “BREACH OF PROMISE”* (fig. 2).¹³ En su habitual vena satírica, el artista escenificó la fantasía de un juicio a un supuesto “despreciable sinvergüenza” que había roto una promesa de matrimonio. En la escena creada por Cruikshank, el acusado aparece como una pobre víctima de este imaginario matriarcado perfectamente organizado y totalmente implicado en el caso. Además del público, aparecen en esta inversión de roles de género un tribunal presidido por tres juezas, un jurado completo con doce miembros (todas ellas mujeres), un equipo de once letradas, dos vigilantes de sala (también mujeres), la perjudicada y una asistente. Entre todas ellas exhiben un total de seis abanicos manipulados de diferentes formas para exponer un amplio repertorio expresivo. El de la demandante, que finge estar desmayada, reposa lánguidamente sobre los faldones de su dueña pero todavía levemente sujeto a su mano izquierda. Otros aparecen desplegados y simulando estar agitados por sus tres propietarias, que muestran gestos de atenta reflexión y de repulsión. Finalmente, dos de los abanicos aparecen plegados en manos de quienes actúan como jurado, pero reforzando las sugerencias de activo interés, como en el caso del que es llevado a los labios de su dueña. En esta imagen, el mismo objeto funciona como elemento caracterizador de reacciones diversas, exentas del contenido de expresión de coquetería, pero canalizadas todas ellas en el sentido del rol de género hasta una prefiguración, muy inverosímil en su tiempo, de lo que hoy llamaríamos empoderamiento femenino.

12-En el volúmen 2 de la obra, editado en 1842, aparece esta expresión en la página 346.

13- El grabado aparece como una amplia escena desplegable al inicio de la publicación *The Comic Almanack for 1850*. Londres: Chatto and Windus, 1849.

Siguiendo el esquema del imaginario moderno sobre el abanico establecido en los siglos XVIII y XIX, hay otras imágenes de medios de reproducción de masas donde la representación explícita de la manipulación del abanico fue dotada de un fuerte poder significativo, tanto por lo que respecta a la definición general de rol de género como a la asignación de sentido específico del carácter de coquetería. Se trata de dos viñetas de dos aucas, o aleluyas, españolas datadas en la década de 1860. Una de estas escenas de pequeño formato (los marcos de cada viñeta tienen unos cuatro centímetros de ancho) aparece en la número 29 del auca titulada *Vida de un calavera* (fig. 3).¹⁴ El dístico bajo el pie dice: “Hasta el punto se rebaja / de enamorar á una maja”, y la imagen caracteriza al personaje femenino activando visiblemente su desplegado abanico. Teniendo en cuenta la carga de sentidos que, en aquella época, se asociaba al tipo popular de la maja madrileña, el abanico funciona aquí como atributo icónico dotando a la figura con el significado específico de coquetería. En otra de las aucas, *El Carnaval español* encontramos una muestra del abanico dispuesto como recurso de asignación de rol de género. La viñeta número 23 (fig. 4),¹⁵ cuyo pie dice “Se conoce por la altura / la masculina hermosura”, representa uno de los tradicionales ritos de inversión de género habituales en el Carnaval. El personaje más alto y de rasgos masculinos aparece vestido de mujer y el más bajo y de caderas anchas de hombre. Mientras la mujer travestida fuma un cigarro, él, disfrazado de ella, porta un abanico que exhibe desplegado. Como la época de Carnaval no suele ser calurosa en España, entendemos inmediatamente que el abanico está aquí visibilizado y activado como parte del disfraz, recurso de caracterización,

14- Aparece por primera vez editada en Madrid en la imprenta de José María Marés en 1863 o 1864. Después conoce al menos una reedición de la imprenta de la Casa Hernando, también en Madrid. Según Joan Amades, la obra, que aparece sin firma, es debida al ilustrador y grabador Tomás Padró. Sobre ello informa BOTREL, Jean-François. “La serie de aleluyas Marés, Vinuesa, Hernando”. En DÍAZ, Joaquín. (dir.). *Aleluyas*. Actas del simposio sobre aleluyas celebrado en julio de 2000 en Medina del Campo. Urueña, Valladolid: Centro Etnográfico Joaquín Díaz, 2002, pp. 24-43.

15- También aparece datada entre 1863 y 1864 en el estudio referido de Botrel. En este caso no se da noticia sobre ninguna atribución de autoría, aunque el estilo gráfico es muy similar al de Padró y claramente diferente al de otros artistas especializados en aucas como José Noguera o José Pérez.

en este caso, como en el de Cruikshank, en un tono burlesco de inversión de roles de género.

También dentro del ámbito de la ilustración gráfica de la segunda mitad del siglo XIX encontramos una interesante imagen de exhibición de un abanico entregada a la expresión de la elegancia femenina y librada de la intención caricaturesca. En la primera página del número 4 de La Moda Elegante de 1882 aparece una xilografía sin firmar, de considerable tamaño e impresionante calidad de detalles, titulada *Salida del baile y teatro* (fig. 5).¹⁶ El pie de la imagen contextualiza los espacios de socialización a los cuales estaba destinado el vestido y donde resultaba común el uso del abanico. En este caso, el abanico abierto se representa con la misma elocuencia gráfica y minuciosidad descriptiva que el vestido de la mujer. El abanico funciona como un cuerpo desdoblado, como un tropo metonímico de su portadora, que parece expresar su delicada distinción a través del país primorosamente decorado del objeto que manipula y despliega. La identificación entre el abanico y la exhibición de elegancia, a través de la forma en que el abanico se muestra, parece alcanzar aquí la expresión plena del sujeto caracterizado a través del objeto.

EL ESTANCAMIENTO DE LA EXPRESIÓN DEL ABANICO: DEL SIMBOLISMO AL TÓPICO

Durante el siglo XX el abanico continuó teniendo una importante presencia en la cultura visual de masas, pero sus tipologías y su poder expresivo quedaron enquistados en los esquemas forjados durante los siglos anteriores: un objeto vinculado a la definición quintaesencial de lo femenino y a la manifestación de la coquetería. De esta forma, las representaciones de mujeres manipulando abanicos adquirieron fuertes connotaciones de tradición, cuando no de folclorismo, cuando la evolución general de la indumentaria se estaba insertando en una dinámica de cambio acelerado.¹⁷ De este modo, el abanico se fue asociando con un lugar común al que recurrir para especta-

16- El número se publicó el 6 de febrero de ese año 1882. Sabemos que todas las imágenes de *La Moda Elegante* provenían de la revista francesa *La Mode Illustrée*, como reconocía el editor de la revista española ya en el número del 29 de diciembre de 1861. La información está tomada de ARROYO MARTÍN, Carmen. *La Moda Elegante Ilustrada en el período de entreguerras 1918-1927*. *Análisis documental*. Tesis doctoral presentada en la Universidad Complutense de Madrid: Madrid, 2018, p. 170.

cularizar los tópicos de género que las tendencias modernizadoras intentaban dejar atrás. El recurso a la representación de la manipulación del abanico como un estereotipo, que ya no aportaba nuevos sentidos expresivos sino que redundaba en los tradicionales, aportó al imaginario específico desarrollado sobre este objeto una dosis de anacronismo. Eso sucede en el caso de la fotografía en la que posan artificialmente, repitiendo el mismo gesto con el abanico, las cinco actrices que interpretaban en grupo de las “cocottes”, con la acepción de “mujeres de moral ligera”, en la revista musical de Guillermo Perrín, Miguel de Palacios y Rafael Calleja, estrenada en 1912, *Las mujeres de Don Juan* (fig. 6).¹⁸ Los abanicos manipulados sugieren la serialización propia de las coristas que sincronizaban sus posturas y sus cantos en los espectáculos musicales. De ello resulta una impresión mecánica que desubjetiviza y aporta, para la mirada actual, un cierto aire forzado y siniestro a una imagen que pretendía ser alegre y desenfadada en la fotografía de Biedma.

En algunos ejemplos del imaginario representacional del siglo XX el abanico y su manipulación entraron en la categoría de vestigio. En su poema *Canción china en Europa*, Federico García Lorca enunciaba el anacronismo de un objeto que, usado como recurso de seducción tradicional, parecía haber perdido su eficacia: “La señorita / del abanico / y los volantes, / busca marido. / Los caballeros / están casados, / con altas rubias / de idioma blanco”.¹⁹ El sujeto del poema, la señorita, resulta caracterizado como personaje inadaptado a su contexto a través de dos objetos propios de épocas pasadas y que sugieren la idea de movimiento: los volantes y el abanico. Podríamos también vincular la melancolía destilada de este objeto y de su gestualidad con un dibujo del poeta firmado en 1927, *Dama en el balcón*, donde el abanico ostentosamente desplegado en un lugar muy visible, abierto al espacio público, contrasta con el gesto de timidez y cierta tristeza de la mujer que lo porta. En ambos casos, Lorca empleó conscien-

17- Sobre la evolución de la moda en la ilustración gráfica nos informa el capítulo “Bajo el signo de la moda” en PÉREZ ROJAS, Javier. *La Eva moderna. Ilustración gráfica española 1914-1935*. Catálogo de la exposición celebrada en la Fundación Cultural Mapfre Vida de Madrid en 1997.

18- La fotografía se publicó en el semanario *Mundo Gráfico* el 19 de junio de 1912.

19- Aparece en el poemario *Canciones infantiles*, datado en 1928.

temente el abanico como atributo disfuncional dentro del sistema de enunciación de los roles de género de su época. Hay otro ejemplo de cómo, gracias a las imágenes de los medios de reproducción de masas, el abanico alcanzó en el imaginario moderno el nivel de paradigma de objeto anacrónico. La insistencia en asociarlo a los estereotipos de feminidad instituidos durante los siglos anteriores hizo caer sobre él la carga de la tradición hasta convertirlo en uno de los paradigmas antimodernos, en un tópico cuyo simbolismo había sido desactivado para convertirlo en un mero lugar común, en una pura convención.²⁰ La letra de la tonadilla de un número musical cinematográfico manifestó la supervivencia de los sentidos prefijados para la gestualidad del abanico, presentada en su imaginaria función de enfatizar el poder femenino. Se trata de la “Canción del abanico”, escrita por José Antonio Ochaíta, Xandro Valerio (texto) y Juan Solano (música), que se insertó en la película dirigida por Florián Rey en 1953 *La moza del cántaro* (fig. 7). La película era una adaptación de la obra de Lope de Vega, interpretada por Paquita Rico, que aparecía, en esta secuencia totalmente ausente en la obra original, cantando y bailando acompañada de un abanico.²¹ El objeto se convertía en el elemento clave que,

20- “La desaparición de todo simbolismo deja al desnudo la pura entidad material de la cosa, desligada de su relación profunda, psíquica, semántica y cultural con el sujeto. Si ya nada está velado por la estratificación de sentido que el sujeto moderno sabía, críticamente, identificar, entonces todo objeto y todo fenómeno pertenecen sólo a un código estético exterior, regido por las lógicas comunicativas y publicitarias que guían y determinan su consumo”. FRANCALANCI, Ernesto L. *Estética de los objetos*. Madrid: La balsa de la Medusa, 2010, p. 281.

21- La película, producida por Atenea Films y Chamartín fue estrenada en 1954. La protagonista era D^a María de Guzmán y Portocarrero, una joven dama de Ronda que vengó el agravio sufrido por su padre. La adaptación, debida al director Florián Rey y al guionista Antonio Mas Guindal, ha sido calificada como “libérrima”, ya que introdujo abundantes tramas y aspectos inexistentes en la obra de Lope. Una de las invenciones de la película respecto al teatro consistió en la enfatización de los roles de género ya que, por un lado, ella lleva a cabo su venganza cinematográfica travestida en hombre, pero, por otro, se insiste en la estereotipada feminidad del personaje principal. “Frente a la pieza de Lope, en la que la noble dama se presenta despreciativa con los hombres, esta otra D^a María entona canción amorosa y se deja oír mientras vigila a los caballeros del entorno,..”. En UTRERA MACÍAS, Rafael. “Literatura y cine. Adaptaciones. I del teatro al cine” en *Cuadernos de EIHCEROA* 2007, n. 7-8. Sevilla: Universidad de Sevilla, p. 44.

manipulado continuamente, acompañaba toda la coreografía de la escena. A través de él la actriz evidenciaba el tópico de rol de género orientado hacia el resalte de la auténtica y seductora femi- nidad de su personaje. Además, el director usó los revoloteos del abanico como ejes visuales para la organización de alguno de los planos y, por su parte, la letra redundaba en el protagonismo expresivo del objeto que empoderaba a la dama como un arma de mujer en el sentido más literal y tradicional: “Tus palabritas pintadas / mi abanico las humilla / Que son veinticinco espadas / sus veinticinco varillas”.

DEL SUJETO AL OBJETO: EL DISEÑO Y LA REDEFI- NICIÓN CULTURAL DEL ABANICO

Desde una perspectiva actual, el problema de la liberación de los estereotipos y sobreentendidos automáticos que se volcaron sobre la gestualidad del abanico se presenta en la medida en que somos conscientes de las asociaciones y connotaciones que la gestualidad del abanico fue adquiriendo durante los siglos XVIII y XIX, y que sobrevivieron como tópicos en el XX. Así las cosas, el abanico hoy en día puede limitarse a jugar el papel nostálgico del objeto arcaico que deviene kitsch o entrar en diálogo con las condiciones contemporáneas en las cuales se inserta. En el contexto actual, la recupe- ración del objeto mediante nuevos diseños aspiraría a enmarcarse dentro de las ideologías emancipado- ras y a orientar la gestualidad del abanico, redimida de los sentidos de género prefijados, hacia la libre elección individual.²² La desactivación del simbo- lismo tradicional apuntaría, de este modo, a una redefinición cultural del objeto a través de una re- vitalización de su diseño. Puede parecer paradójico, pero el proceso de vaciado simbólico de la gestua- lidad del abanico permite redirigirla, en la dirección opuesta al tópico, hacia planteamientos novedosos

22- “... han caído, sin duda, en la esfera de la elección amplios campos de conductas que, en las sociedades tradicionales surgían de un orden colectivo que predeterminaba los comportamientos;...” RENAUT, Alain: *La era del individuo*. Barcelona: Destino, 1993, p. 102.
23- “El diseño no es la suma de función y forma, es la determi- nación de una relación entre ambas. Toda nueva pieza diseñada inaugura una nueva relación, una nueva fórmula. Todo objeto de diseño es siempre una determinada relación entre función y forma. El diseño no reviste una función ni desviste una forma, es otra cosa, es la realización de una relación”. INFANTE del ROSAL, Fernando. *La autonomía del diseño. Diseño como categoría estéti- ca*. Valencia: Universitat de València, 2018, p. 136.



Fig. 4. *El Carnaval español* (1863-64)



Fig. 5. *Salida del baile y teatro* (1882)

de las relaciones entre forma y función.²³ En este caso, la pérdida del simbolismo se abordaría no desde la nostalgia, sino desde un sentimiento de liberación que abriría nuevos horizontes de sentido para una estructura formal ya conocida, pero dota- da ahora de un nuevo potencial de relaciones.²⁴ Las nuevas relaciones entre forma y función y entre sujeto y objeto, ineludibles en la práctica ex- perimental de someter al abanico a nuevos proce- sos de diseño, requieren considerar la implicación de los sentidos acumulados sobre su gestualidad. Igualmente resulta necesario canalizar este nue- vo potencial a través de tres ámbitos, el técnico, el cultural y el estético, que se entrelazan en los productos conseguidos. A través de una sintética aproximación podemos rastrear la presencia de la razón manipulativa en el núcleo común de los ámbitos técnico, cultural y estético en los cuales se han insertado las nuevas creaciones.

En el caso de Gimeno y Taki el ámbito que pare- ce actuar como motor de sus creaciones ha sido el medio. Gimeno incide en el efecto del viento promovido por su manipulación con la referen- cia explícita a la letra de la canción de Raimon “Al vent” escrita, con una tipografía propia, visible- mente y manera radial en el país del abanico. Gi- meno proclama, desvela y conduce al objeto hacia su culminación plena mediante la confluencia de sus dimensiones técnica-manipulativa y simbólica. Además, hace que el abanico exprese líricamente su momento de activación, aunque permanezca estático, insertando lo que quizá podría ser un complejo juego referencial por contraste respec- to a otra obra de Lope, *La dama del abanillo*, en

24- “No hablamos precisamente de formas como resultado final o clausura de un tema programático; sino de un potencial de relaciones según los usos, la inserción en contexto, la corres- pondencia con otras estructuras y con factores circunstanciales”. GIORDANO, Dora y FIGUEROA, Mariana. “Un cambio significativo en la noción de forma”. En GIORDANO, Dora *Cuestiones de diseño. Equilibrio inestable sobre campos imprecisos*. Madrid: Experimenta libros, 2020, p. 162.
25- “Espera, / que en las cañas que se doblan / vienen unas líneas hechas / de papel, y los renglones / escritas por todas ellas, / de suerte, que nadie sabe, / si el abanillo se cierra, / aunque esté abierto, lo que es. / Y aun habrá pocos que vean, / lo que viene escrito en él”. La obra de Lope es analizada, y el fragmen- to aparece citado, en VÁZQUEZ, Lydia e IBEAS-ALTAMIRA, Juan Manuel. “L'éventail dans l'imaginaire espagnol du XVIIe siècle : de Lope de Vega à Vélasquez”. e-*Spania* [En línea], 35 | février 2020. Consultado el 21 de marzo 2022.

la que el elemento desencadenante de la trama es un mensaje escrito oculto entre los pliegues del país.²⁵ Por su parte, a partir de la iridiscencia natural del nácar, que usa para representar el brillo de las escamas de un pez, Taki juega a trasponer el objeto desde el medio aéreo, implicado en su manipulación real, hasta el acuático, que surge por analogía visual icónica. Bermúdez ofrece un abanico plegable compuesto por diversos paipáis y realiza otra trasposición, esta vez compositiva, al trasladar los elementos circulares de nácar des- de las zonas centrales del abanico, donde tiene habitualmente su emplazamiento, hacia su ribete, donde adquiere una presencia reiterada y domi- nante que remite, de manera fractal, al efecto del abanico desplegado movido en forma circular.

La iconicidad también adquiere un rol primordial según la interpretación de Arroyo en *Daga*, que convierte las varillas articuladas en armas simi- lares a navajas coloreadas de rojo. Forma y color hacen entrar al objeto en un régimen fuertemente connotativo que conjuga la enunciación directa de la forma con la alusión cromática a la sangre. La comparación realizada por Addison entre los aba- nicos y las armas en tono satírico deviene aquí en una proclamación ideológicamente actualizada del empoderamiento femenino. Mientras, la imagen se disuelve y deviene absolutamente inestable, quizá inspirada en las pareidolías surrealistas de Yves Tanguy o Max Ernst, en la creación de Blay, gra- cias a otro juego sintáctico entre una rica variedad de nácares. Estos materiales se pueden apreciar bien diferenciados cuando el objeto permanece estático, pero promueven destellos e inesperadas mezclas, fusiones y confusiones ilusionistas en la percepción óptica cuando el abanico es agitado.

Del movimiento, aunque más minucioso, se ali- mentan también los diseños llevados a cabo por los Arao, Gutiérrez, Tíscar y Marquina. Los primeros proponen un híbrido entre la tipología en forma de pala del paipay, cuando se encuentra abierto, y el abanico totalmente plegable, mediante un sofis- ticado ejercicio de origami. La invitación a la hábil manipulación reside también en la razón del objeto debido a Gutiérrez, no exento de ciertas alusiones a la escultura minimalista contemporánea basada en las estructuras compositivas en damero, como las usadas por Carl André. En cualquier caso, am- bas creaciones parecen invitar a una relación del sujeto hacia el objeto basada en el juego de mani- pulación, que desafía claramente las restricciones a este tipo de uso de los abanicos, vigentes en la

moral de épocas anteriores y aplicadas sobre las mujeres.²⁶ De esta lógica técnica, en su vertiente lúdica y lúcida, que busca extender las posibilidades de manipulación del objeto, nace también la propuesta de Tíscar. Este autor ofrece un abanico basado en los de bandera o girouette (de veleta), que solían tener una forma fija y estable, pero consigue un plegado muy eficiente que reduce el espacio que ocupa a la mínima expresión y que convierte su despliegue en un juego en el que intervienen acciones de desenrollar, tensar, fijar y rotar. La solución de Marquina hace del movimiento la causa determinante de la forma final, ya que sus posibilidades dinámicas se llevan a la práctica y dan como resultado un objeto literalmente de-construido siguiendo su razón activa - de pliegue/despliegue y articulación - y su razón compositiva de país y varillas. Resulta evidente aquí la analogía con las esculturas móviles de Alexander Calder.

Concomitancias con la tradición de las artes decorativas, se hacen de notar en las obras de Serrano. Las decoraciones de sus países remiten a los ricos patrones ornamentales del pasado aplicados sobre textiles o papeles pintados, entre los temas florales dieciochescos y las estilizaciones vegetales al modo de William Morris y Arts & Crafts, que invadían los interiores de los hogares en su afán de estetización de la vida cotidiana.²⁷ Contreras, que rescata y actualiza la estética del Art Nouveau, también envía la expresión del abanico no a los sujetos, sino a su exterior expandido, hacia los espacios de habitabilidad donde se usaban históricamente, hacia los entornos estéticos de nivel superior que los englobaban en la cultura visual occidental. Bochetto hace de su abanico una imagen a pequeña escala de contextos mucho más amplios: el del paisaje urbano de la modernidad, identificado con la arquitectura racionalista, mediante el *skyline* que sugiere su perfil, y el de la coyuntura de Valencia WDC 2022, introduciendo

con alguna variación las figuras del diseño de Ibán Ramón para la marca del evento en que se inserta el origen del abanico diseñado. Úbeda y Reverter, con *Madreperla*, llevan a cabo una interesante experimento de yuxtaposición de materiales, solo perceptible cuando el abanico se gira, y rescatan también el universo estético racionalista derivado de la Bauhaus mediante los ritmos impresos a sus ranuras. En su creación *Nathalie*, concebida como un homenaje a la diseñadora Nathalie Du Pasquier, conectan el abanico con la moderna concepción del diseño que confluye con lo artístico. También expanden, a través de un patrón decorativo inspirado en la famosa diseñadora, el ámbito geográfico de los entornos estéticos referidos, pues Du Pasquier experimentó, a su vez, una fuerte influencia de las artes aplicadas tradicionales de ciertas culturas africanas.²⁸

En una clara alusión a las figuras imposibles de Yturalde y al movimiento del Op Art, Arnau & Reyna proyectan el diseño del abanico hacia el arte contemporáneo y consiguen un objeto de gran impacto visual de mínimas dimensiones. Woodgate sugiere la rotunda densidad escultórica de Anthony Caro o Barbara Hepworth en su composición, así como el paisaje de un bosque a través de su textura, todo ello mediante la radical y rítmica simplicidad de su perfil y una dimensión reducida hasta su mínima expresión. En el abanico como resultado de un proceso de diseño encaminado hacia la síntesis formal, se instalan también las obras de Ferrer y Martínez. Ambas llegan a soluciones muy originales respecto a la estructura funcional del objeto y a las sugerencias de movilidad que suscitan. El de Ferrer se vincula estéticamente con el minimalismo mediante la coherencia del sector de círculo como única forma geométrica usada, envolviendo exteriormente por ambas caras con madera el material textil de unión, que ocupa todo el espacio interno y dota al objeto de su facilidad de manipulación y solidez real frente a la aparente fragilidad. El de Martínez también es extremadamente sencillo a primera vista, pero contiene

algunos elaborados juegos. El primero consiste en una hibridación tipológica, dado que cada una de sus piezas reproduce la misma forma, la que remite al abanico de pala, pero el conjunto de ellas produce un abanico plegable de estructura radial. El segundo consiste en que la cinta de unión debe inferirse visualmente, pues queda casi totalmente oculta y solo se enuncia claramente en la primera pieza, que se superpone a todas las demás. El tercero, y quizá más espectacular cuando se lleva a la práctica, consiste en que el el objeto permite ser considerado como una escultura, apta para adquirir múltiples configuraciones y sustentada por sí misma cuando se coloca invertido.

Estamos ante experiencias creativas encaminadas a verificar si un planteamiento estratégico del diseño puede liberar a una categoría objetual de su estigma como vestigio, rescatarla de las asociaciones enquistadas en los roles de género tradicionales y actualizarla. El camino hacia ello pasa necesariamente por hacer posibles nuevas y diversas posibilidades de manipular el abanico que vigoricen su dimensión de signo cuyo significado no se refleje sobre la persona que lo manipula, sino que, partiendo de su propia esencia como producto de diseño, amplíe su proyección hacia nuevos medios técnicos, culturales o estéticos como resulta habitual en el arte contemporáneo.²⁹



It would be historically true to place the fan in the decorative category of fashion accessories, which, according to Gilles Lipovetski's now classic analysis, were the real driving force behind creativity applied to personal appearance at the dawn of modernity,¹ rather than clothing per se. But one of the characteristics that gives the fan a special status as an object is that its functionality is almost always determined by the movement provided by the person receiving the effect. This reflexive essence of the fan establishes on it an important differential mark to other tools and machines based on productive transitivity, achieved when they act as an instance of mediation between the agent subjects and patient materials. On the other hand, the effects of the fan are extremely fleeting, even compared to those of cosmetics and clothing, as the slight movement of the air it produces ceases immediately when it comes to rest. As an intransitive object with such ephemeral results, the fan, in its most common use, is condemned to a functioning imprisoned in a double loop. The first implies a rebound in space, since it is used by someone from herself and for herself. The second refers to a reiteration in time, because it must be constantly reactivated to produce the desired effect. From a functional point of view, the fan seems almost always limited by its low energy efficiency, and also fails to match the durability of the effects of tools and clothing. It falls neither fully into one category nor the other, although it participates in both to a large extent.

On the other hand, if, as Giorgio Agamben did, we recover for contemporary aesthetic thought the Aristotelian notions of poiesis - the production of finished objects that function fully even though they are separate from those who have made them - and of praxis - which implies the necessary action of the one who creates and executes so that some effect is manifested -, the fan also

26- “Si alguno toma la palabra, es muy feo que una joven esté distraída, enfadada, que se recueste en la silla, que juegue con las sortijas ó el abanico...” En BERTRÁN de LIS, Fernando: Reglas de urbanidad para señoritas. Valencia: Imprenta D. Julián Mariana, 1859, p. 25.

27- “La ubicuidad de estos tejidos y papeles pintados refleja el afán de Morris por llevar el arte hasta los objetos cotidianos, haciendo hincapié en la importancia de imbuir de belleza el interior de los hogares”. HARRIS, Jennifer. “Más sugerentes que imitativos: tejidos y papeles pintados del movimiento Arts and Crafts”. William Morris y compañía. El movimiento Arts & Crafts en Gran Bretaña. Barcelona: Fundación Juan March y Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2018, p. 183.

28- “Her patterns are..., an ingenious melding of ethnic inspiration and her own sensibility”. GURA, Judith. *Postmodern Desing Complete*. London: Thames & Hudson, 2017, p. 202.

29- “... la vitalidad de elementos pictóricos y plásticos, a veces adormecida en su medio habitual, se confirma en el ámbito de lenguajes artísticos paralelos y contemporáneos”. DORFLES, Gillo. *Imágenes interpuestas. De las costumbres al arte*. Madrid: Espasa-Calpe, 1989, p. 168.

moves between these two categories.² As a poietic object, it is a finished product, the result of a process of design and elaboration but totally independent of the person who made it, and it is charged with aesthetic implications. But it is as a practical object that it has left its most specific imprint on modern imaginaries, as the manipulation required for its functioning has been endowed with expressive qualities, under the assumption that those who manipulated this object did so with communicative intent.³ Hence, the concept of manipulation, literally associated with the fan, has been split into another figurative meaning, loaded with negative connotations: that of the arrangement of trickery with the self-interested intention of hiding or distorting the truth.

FROM OBJECT TO SUBJECT: FAN AND GENDER

An obsession ran through modernity’s imaginary of the fan: that of interpreting the literal manipulations to which it was subjected as an expressive medium, accessible through the decoding of a supposed language of signs, which referred to individual subjectivities and inserted them within the gender framework assigned to the feminine. The fan was seen as a means of substitution that gave voice to the historically most limited subjects in terms of the forms of expression considered acceptable and conforming to norms: women. Sometimes it did so through an intended crypto-language that figuratively took on the negative connotations of manipulating. At other times, the expression was achieved by a more direct route and the gesture of the fan involved the whole body, in a more energetic and physical manner that was not devoid of sexual connotations.⁴ By inserting the historical function of the fan into this structure, one could understand how the female praxis of fan manipulation gave rise to the generation of interpretations that connected, often phantasmagorically and always according to the cultural guidelines that channelled male desires and imaginaries, the actions applied by women on fans with the expression of female wills and desires.⁵

2- See chapter 7 of AGAMBEN, Giorgio. *El hombre sin contenido*. Barcelona: Áltera, 2005.

3- “Que el hombre sea capaz de práctica, significa que el hombre quiere su acción y, al quererla, la atraviesa hasta el límite; práctica es el ir a través hasta el límite de la acción, movido por la voluntad, acción deseada”. AGAMBEN, G. Op. cit., p. 116.

Perhaps we can point to the text published in *The Spectator* in 1711, as the founding text of the modern Western imaginary of the fan. Its author, one of the promoters and main contributors to the publication, was Joseph Addison. This British essayist and politician is considered one of the modernisers of English literature and criticism, as well as of art theory.⁶ In this text, Addison developed a description of the gestures involved in fan manipulation most common among women. In a satirical tone, Addison used the comparison of fan manipulations with the handling of weapons in military exercises to support a structure of attributions of this object that would have a strong historical significance: gender-specific expressive qualities, an instrument of female power and a means of seduction.

“Women are armed with Fans as Men with Swords, and sometimes do more Execution with them. (...) There is an infinite Variety of Motions to be made use of in the Flutter of a Fan. There is the angry Flutter, the modest Flutter, the timorous Flutter, the confused Flutter, the merry Flutter, and the amorous Flutter. Not to be te-

4- “Objetos y útiles tradicionales, porque movilizan al cuerpo entero en el esfuerzo y en la realización, recogen algo de la inversión libidinal profunda del trato sexual (como, en otro plano, las danzas y los ritos)”. BRAUDILLARD, Jean. *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI, 1969, p. 60.

5- See the PhD Thesis of BIGER, Pierre Henri. *Sens et sujets de l'éventail européen de Louis XIV à Louis-Philippe*. Rennes: Université Rennes 2, 2015. The author summarises on page 406 the value of the fan as a pivotal significant object in order to build the history of women: “C’est pourquoi si l’éventail est présenté parfois – et ce n’est pas faux – comme un «accessoire du costume», il est pourtant tout sauf accessoire par les enseignements qu’il offre. (...) Et quand il en vient à ne plus guère signifier, c’est sans doute parce qu’il reflète la place de la femme dans la société bourgeoise du XIXe siècle, avant d’entrer avec elle au XXe siècle dans cette société de consommation qu’il avait d’une certaine manière préfigurée avec le talentueux marketing du pseudo-langage de l’éventail. L’éventail est ainsi tout à la fois témoin et acteur de l’histoire des femmes, puisque c’est surtout d’elles qu’il est question; et il apporte sur cette histoire un témoignage que sa futilité et sa naïveté apparentes rendent plus véridique et crédible”.

6- His essay *Pleasures of the Imagination*, which appeared divided into several chapters throughout some issues of June and July 1712 of the aforementioned publication, is considered one of the pioneering works for the institution of analytical subjectivisation of the artistic taste whereas classical preceptive aesthetics were left behind.

dious, there is scarce any Emotion in the Mind which does not produce a suitable Agitation in the Fan; insomuch, that if I only see the Fan of a disciplin’d Lady, I know very well whether she laughs, frowns, or blushes. I have seen a Fan so very angry, that it would have been dangerous for the absent Lover who provoked it to have come within the Wind of it; and at other times so very languishing, that I have been glad for the Lady’s sake the Lover was at a sufficient Distance from it. I need not add, that a Fan is either a Prude or Coquet according to the Nature of the Person who bears it”⁷

Addison found in the most dynamic type of manipulation of the fan, the flutter, the key to reading the emotions of those who moved it. Laughter, anger or blushing were so clearly expressed through this object that the author dared to go a step further: he resorted in his rhetoric to two prosopopoeias to turn the fan into a subject when he said he had seen a very angry one and when he described this object as prudish or flirtatious. More than a century later, in 1822, José María Blanco White wrote and published in English his *Letters from Spain*.⁸ In one of his passages, Blanco, or Leucadio Doblado, as he signed the work, seemed to pick up where Addison had left off and set about systematically deciphering the expressive code of the fan:

“An Andalusian woman might as well want her tongue as her fan. The fan, besides, has this advantage over the natural organ of speech – that it conveys thought to a greater distance. A dear friend at the farthest end of the public walk, is greeted and cheered up by a quick, tremulous motion of the fan, accompanied with several significant nods. An object of indifference is dismissed with a slow, formal inclination of the fan, which makes his blood run cold. The fan, now, screens the titter and whisper; now condenses a smile into the dark sparkling eyes, which take their aim just above it. A gentle tap of the fan commands the attention of the

7- ADDISON, Joseph *The Spectator* no. 102, June 27th 1711.
8- It is beyond any doubt that the first edition of this work did not consist of a translation from some allegedly written in Spanish “Cartas”. On the contrary, it was intentionally written in English. See HERRERA FUENTES, Adrián. “Adiós a la lengua materna: La escritura en lengua extranjera como acto de disidencia. El caso de José María Blanco White”. *Theory Now* 2019, 2.2, pp. 26-41.

careless; a waving motion calls the distant. A certain twirl between the fingers betrays doubt or anxiety – a quick closing and displaying the folds, indicates eagerness or joy. In perfect combination with the expressive features of my country women, the fan is a magic wand, whose power is more easily felt than described”⁹

In the customary image created by Blanco White, the fan was not only a means of expression, a powerful “magic wand”, but also surpassed verbal language because it allowed feelings to be communicated from a distance by means of a varied repertoire of manipulations that were perfectly adapted to the “expressive particularities” of the Andalusian women who used them. Here again, we find ourselves with the explicit formulation of a path of knowledge from the reading of the manipulations of the object to the subjects who manipulated it; but, in this case, the step was even taken to typify such subjects not only by their gender role, but also by their specific regional characteristics. This interpretative convention carried out from the object to the subject meant the completion of the customary gaze, which aspired to detect, observe and read in the signs and symptoms expressed, or revealed by means of its own hermeneutics, the characters of those who showed them. In the case of the interpretation of the gestures associated with the fan, it had a very long survival, judging by some sources which, at the end of the 19th century, continued to follow these patterns:

“But the social importance of the fan touches us more closely. The fan, the child of the sun, is the most fearsome accomplice of the amorous fever that decides a man’s future: it is the happy talisman of feminine fascinations, whether it withdraws, whether it spreads out, whether it winds through the air in erratic and unpredictable curves; whether in sweet flutterings it first lets us see and then conceals charms and seductive graces; whether in an incomprehensible tongue it accompanies with a very soft and almost imperceptible frrrrrfr to a hesitant and undecided yes, which promises another decided and resolute yes at a short date; or, when it closes angrily, a sudden and thunderous frrk strengthens a resounding NO”¹⁰

9- BLANCO WHITE, José María. *Letters from Spain*. London: Henry Colburn, 1822, pp.55-56.

THE GESTURALITY OF THE FAN IN 19TH CENTURY VISUAL CULTURE

The fan appears continuously and abundantly in the pictorial tradition of Western portraiture since the 16th century as an element associated with female representation and endowed with a wide spectrum of meanings, ranging from the most hermetic symbolism to the denotation of class, the desire for distinction or the mere descriptive recording of types and fashions. But it was perhaps the images of reproduction, where different forms of fan manipulation were explicitly depicted, that were most eloquent in manifesting their implications within the historical framework of gender role.

Some 19th century engravings can give an account of the perspectives raised by written discourses and the hermeneutic possibilities opened up by mass visual culture. Scenes published as woodcuts in the 1840s by two of the great masters of graphic illustration, J.J. Grandville (Jean Ignace Isidore Gérard Grandville) and George Cruikshank, allow us to read

10- Los abanicos. Su lenguaje expresivo. Con detalles de los alfabetos dactilológico y campilológico. Barcelona: Montaner i Simón, 1887, p. 41.

11- The work was initially serialised by the Parisian publisher Pierre-Jules Hetzel during 1840 and 1841. It featured various texts by Pierre-Jules (P.-J.) Stahl and others by prestigious literary figures of the time, such as George Sand, Honoré de Balzac, Charles Nodier, Jules Janin and Alfred de Musset. It was received with great success, then released in two volumes and later reissued several times over the next two decades. See RENONCIAT, Annie. *J.J. Grandville*. Courbevoie (Paris): ACR, 1985, pp. 204-218.



Fig. 6. BIEDMA: “cocottes” *Las mujeres de Don Juan* (1912)

in them the mechanisms of attribution of the female gender role triggered by the presence and use of the fan. In 1840, Grandville illustrated the stories commissioned from famous writers in *Scènes de la vie privée et publique des animaux*,¹¹ using creatures that were hybrids of animals and humans. One of Grandville’s illustrations for one of the stories in the work, the *Histoire d’un merle blanc* written by Alfred de Musset, depicted one of the characters in the story: “une petite Pie fort bien mouchetée et extrêmement coquette” (a little magpie very well mottled and extremely coquettish), as the text and caption of this image in the first editions state (fig. 1). Musset did not depict it carrying a fan, but only had it confidently address the blackbird by giving it “un petit coup d’aile, comme qui dirait un coup d’éventail” (“a little tap with its wing, as it were, a blow of the fan”).¹² The way in which Grandville translated this object into visual language is therefore particularly significant, as it is clearly different from the slight and indirect textual reference. The artist used the fan to express the character’s coquetry, showing the preening magpie manipulating it and displaying it fully open. To draw attention to this element with deliberate emphasis, he drew another bird in the membrane of the fan, creating a representational subspace, in rhyme with the background painting that alluded to the character’s aristocratic lineage. In a later edition of 1864, devoted exclusively to engravings, *Album des bêtes à l’usage des gens d’esprit* (Brussels 1864), the caption was replaced by another: “Une femme bien née doit écouter tous les hommes; mais elle ne doit distinguer que celui

12-The expression appeared on page 346 of volume 2 of the 1842 edition.



Fig. 7. “Canción del abanico”. *La moza del cántaro* (Florián Rey, 1953)

qui la dédaigne” (A well-born woman must listen to all men; but she must only distinguish the one who disdains her).

Another of the stars of illustration and caricature of his time, George Cruikshank, produced in 1849 *A New Court on Queens Bench. AS IT OUGHT TO BE OR THE LADIES TRYING A CONTEMPTIBLE SCROUNDEL FOR A “BREACH OF PROMISE”* (fig. 2).¹³ In his usual satirical vein, the artist staged the fantasy of a trial of a supposed “contemptible scoundrel” who had broken a promise of marriage. In the scene created by Cruikshank, the accused appears as a poor victim of this imaginary patriarchy, perfectly organised and fully involved in the case. In addition to the audience, this gender role reversal features a court presided over by three female judges, a full jury with twelve members (all of them women), a team of eleven female lawyers, two court wardens (also women), the injured party and an assistant. Between them they display a total of six fans manipulated in different ways to display a wide expressive repertoire. The plaintiff’s fan, which pretends to be fainting, rests languidly on its owner’s lap but is still lightly held in her left hand. Others are spread out and pretending to be shaken by their three owners, who show gestures of thoughtful reflection and repulsion. Finally, two of the fans appear folded in the hands of those who act as jurors, but reinforcing the suggestions of active interest, as in the case of the one held to its owner’s lips. In this image, the same object functions as a characterising element of diverse reactions, devoid of the content of expression of coquetry, but all of them channelled in the sense of gender role to a prefiguration, very unlikely at the time, of what today we would call female empowerment.

Following the outline of the modern imaginary of the fan established in the 18th and 19th centuries, there are other images from mass media where the explicit representation of the manipulation of the fan was endowed with a strong significant power, both in terms of the general definition of gender role and the assignment of specific meaning to the character of coquetry. These are two vignettes of two Spanish aucas (comics), or aleluyas (a series of prints), dating from the 1860s. One of these small-format scenes (the frames of each

13- The scene was printed on a wide foldable sheet at the opening page of *The Comic Almanack for 1850*. Londres: Chatto and Windus, 1849.

vignette are about four centimetres wide) appears in number 29 of the auca entitled *Vida de un calavera/ Life of a Man of poor judgement* (fig. 3).¹⁴ The couplet under the caption reads: “Hasta el punto se rebaja / de enamorar á una maja” (“To the point he stoops / of making a *maja* fall in love”), and the image characterises the female figure visibly activating her unfurled fan. Bearing in mind the load of meaning associated at the time with the popular type of the *maja* (pretty lady from Madrid), the fan functions here as an iconic attribute endowing the figure with the specific meaning of flirtatiousness. In another of the aucas, *El Carnaval español (The Spanish Carnival)*, we find an example of the fan used as a resource for assigning gender roles.¹⁵ Vignette number 23 (fig. 4), whose caption reads “Se conoce por la altura / la masculina hermosura”, represents one of the traditional rites of gender inversion common in a Carnival. The taller, masculine figure is dressed as a woman and the shorter, wide-hipped one as a man. While the cross-dressed woman smokes a cigarette, he, disguised as her, carries a fan, which he displays unfurled. As the Carnival season is not usually warm in Spain, we immediately understand that the fan is here made visible and activated as part of the costume, a means of characterisation, in this case, as in Cruikshank’s, in a burlesque tone of gender role reversal.

Also in the field of graphic illustration in the second half of the 19th century, we find an interesting image of a fan exhibition devoted to the expression of feminine elegance and free of caricatured intentions. On the first page of issue 4 of *La Moda Elegante* of 1882 we can find an unsigned woodcut, of considerable size and impressive quality of detail, entitled *Salida del baile y teatro*

14- First released in Madrid by the printer José María Marés in 1863 or 1864. It had at least one further reissue by the Casa Hernando printing press, also placed in Madrid. According to Joan Amades, the unsigned work is due to the illustrator and engraver Tomás Padró. See BOTREL, Jean-François. “La serie de aleluyas Marés, Vinuesa, Hernando”. DÍAZ, Joaquín. (dir.). *Aleluyas*. Actas del simposio sobre aleluyas celebrado en julio de 2000 en Medina del Campo. Urueña, Valladolid: Centro Etnográfico Joaquín Díaz, 2002, pp. 24-43.

15- Also dated in 1863 or 1864 in the aforementioned essay of Botrel. No news is given about any attribution of authorship, although the graphic style is very similar to that of Padró and clearly different from other specialised in aucas artists such as José Noguera or José Pérez.

(“Departure from the dance and theatre”) (fig. 5).¹⁶ The bottom of the image contextualises the spaces of socialisation for which the dress was intended and where the use of the fan was common.

In this case, the open fan is depicted with the same graphic eloquence and descriptive thoroughness as the woman’s dress. The fan functions as an unfolded body, as a metonymic trope of its bearer, who seems to express her delicate distinction through the elaborately decorated fabric of the object she manipulates and displays. The identification between the fan and the display of elegance, through the way in which the fan is shown, seems to achieve here the full expression of the subject characterised through the object.

THE STAGNATION OF THE EXPRESSION OF THE FAN: FROM SYMBOLISM TO CLICHÉ

During the twentieth century the fan continued to have an important presence in mass visual culture, but its typologies and expressive power remained entrenched in the patterns forged during the previous centuries: an object linked to the quintessential definition of the feminine and the manifestation of coquetry. Thus, representations of women handling fans acquired strong connotations of tradition, if not folklore, at a time when the general evolution of costume was becoming part of a dynamic of accelerated change.¹⁷ In this way, the fan became associated with a commonplace that could be used to spectacularise the gender clichés that modernising trends were trying to leave behind. The recourse to the representation of the manipulation of the fan as a stereotype, which no longer contributed new expressive meanings but rather redounded to the traditional ones, contributed a dose of anachronism to the specific imaginary developed around

this object. This is the case of the photograph in which the five actresses who played the role of the “cocottes”, meaning “women of light morals”, in the musical revue by Guillermo Perrín, Miguel de Palacios and Rafael Calleja, premiered in 1912, pose artificially, repeating the same gesture with the fan, *Las mujeres de Don Juan (Don Juan’s women)* (fig. 6).¹⁸ The manipulated fans suggest the serialisation of the chorus girls who synchronised their postures and singing in musical performances. The result is a mechanical impression that de-subjectivises and lends a certain forced, sinister air to an image that was intended to be cheerful and carefree in Biedma’s photograph.

In some examples of 20th century representational imagery, the fan and its manipulation entered the category of vestige. In his poem *Canción china en Europa / Chinese song in Europe*, Federico García Lorca enunciated the anachronism of an object which, used as a traditional seduction resource, seemed to have lost its effectiveness: “La señorita / del abanico / y los volantes, / busca marido / Los caballeros / están casados, / con altas rubias / de idioma blanco”.¹⁹ The subject of the poem, the young lady, is characterised as a character ill-adapted to her context through two objects typical of bygone times and which suggest the idea of movement: the ruffles and the fan. We could also link the melancholy distilled from this object and its gestures with a drawing by the poet signed in 1927, *Dama en el balcón (Lady on the Balcony)*, in which the fan ostentatiously displayed in a highly visible place, open to the public space, contrasts with the gesture of shyness and a certain sadness of the woman who carries it. In both cases, Lorca consciously employed the fan as a dysfunctional attribute within the system of enunciation of the gender roles of his time.

There is another example of how, thanks to the images of the mass media, the fan reached the level of an anachronistic object paradigm in the modern imagination. The insistence on associating it with the stereotypes of femininity instituted during the previous centuries brought down on it the burden of tradition until it became one of the anti-modern paradigms, a cliché whose symbolism had been deactivated to turn it into a mere commonplace, a pure convention.²⁰ The lyrics of the tune of a

18- The photograph was published in the weekly journal *Mundo Gráfico* on June 19th 1912

19- In the poems’ collection *Canciones Infantiles* dated in 1928.

cinematographic musical number manifested the survival of the prefixed meanings for the gesturality of the fan, presented in its imaginary function of emphasising feminine power. This is the “Canción del abanico / Song of the fan”, written by José Antonio Ochaíta, Xandro Valerio (text) and Juan Solano (music), which was inserted in the film directed by Florián Rey in 1953 *La moza del cántaro / The young woman with the pitcher* (fig. 7). The film was an adaptation of Lope de Vega’s play, performed by Paquita Rico, who appeared, in this sequence totally absent in the original work, singing and dancing accompanied by a fan.²¹ The object became the key element that, continuously manipulated, accompanied the entire choreography of the scene.

Through it, the actress evidenced the cliché of the gender role oriented towards highlighting the authentic and seductive femininity of her character. In addition, the director used the fluttering of the fan as a visual axis for the organisation of some of the shots and, for its part, the lyrics redundant to the expressive protagonism of the object that empowered the lady as a woman’s weapon in the most literal and traditional sense: “Tus palabritas pintadas / mi abanico las humilla / Que son veinticinco espadas / sus veinticinco varillas”.

20- “La desaparición de todo simbolismo deja al desnudo la pura entidad material de la cosa, desligada de su relación profunda, psíquica, semántica y cultural con el sujeto. Si ya nada está velado por la estratificación de sentido que el sujeto moderno sabía, críticamente, identificar, entonces todo objeto y todo fenómeno pertenecen sólo a un código estético exterior, regido por las lógicas comunicativas y publicitarias que guían y determinan su consumo”. FRANCALANCI, Ernesto L. *Estética de los objetos*. Madrid: La balsa de la Medusa, 2010, p. 281.

21- The film, produced by Atenea Films and Chamartín, was premiered in 1954. The protagonist was D^a María de Guzmán y Portocarrero, a young lady from Ronda who avenged her affronted father. The adaptation, due to the director Florián Rey and the screenwriter Antonio Mas Guindal, has been described as “extremely free”, since it lavishly added plots and non-existent aspects in Lopes’ work. One of the film’s inventions regarding the theater’s original play consisted of emphasising gender roles since, on the one hand, the protagonist carries out her revenge in the movie transvestite into a man but, on the other hand, the film insists on the stereotyped femininity of the main character. “Frente a la pieza de Lope, en la que la noble dama se presenta despreciativa con los hombres, esta otra D^a María entona canción amorosa y se deja oír mientras vigila a los caballeros del entorno,..”. UTRERA MACÍAS, Rafael. “Literatura y cine. Adaptaciones. I del teatro al cine” en *Cuadernos de EIH CEROA* 2007, no. 7-8. Sevilla: Universidad de Sevilla, p. 44.

FROM THE SUBJECT TO THE OBJECT: DESIGN AND THE CULTURAL REDEFINITION OF THE FAN

From today’s perspective, the problem of liberation from the stereotypes and automatic over-unders-tandings that have been dumped on the gesturality of the fan presents itself to the extent that we are aware of the associations and connotations that the gesturality of the fan acquired during the 18th and 19th centuries, and which survived as clichés in the 20th century. In this way, the fan today can limit itself to playing the nostalgic role of the archaic object that becomes kitsch, or it can enter into dialogue with the contemporary conditions in which it is inserted. In the current context, the recovery of the object through new designs would aspire to be framed within emancipatory ideologies and to orient the gesturality of the fan, redeemed from prefixed gender meanings, towards free individual choice.²² The deactivation of traditional symbolism would thus point to a cultural redefinition of the object through a revitalisation of its design. It may seem paradoxical, but the process of symbolic emptying of the gesturality of the fan allows it to be redirected, in the opposite direction to the cliché, towards new approaches to the relationship between form and function.²³ In this case, the loss of symbolism would be approached not from the point of view of nostalgia, but from a feeling of liberation that would open up new horizons of meaning for a formal structure already known, but now endowed with a new potential for relationships.²⁴

22- “... han caído, sin duda, en la esfera de la elección amplios campos de conductas que, en las sociedades tradicionales surgían de un orden colectivo que predeterminaba los comportamientos;...” RENAUT, Alain: *La era del individuo*. Barcelona: Destino, 1993, p. 102.

23- “El diseño no es la suma de función y forma, es la determinación de una relación entre ambas. Toda nueva pieza diseñada inaugura una nueva relación, una nueva fórmula. Todo objeto de diseño es siempre una determinada relación entre función y forma. El diseño no reviste una función ni desviste una forma, es otra cosa, es la realización de una relación”. INFANTE del ROSAL, Fernando. *La autonomía del diseño. Diseño como categoría estética*. Valencia: Universitat de València, 2018, p. 136.

24- “No hablamos precisamente de formas como resultado final o clausura de un tema programático; sino de un potencial de relaciones según los usos, la inserción en contexto, la correspondencia con otras estructuras y con factores circunstanciales”. GIORDANO, Dora y FIGUEROA, Mariana. “Un cambio significativo en la noción de forma”. GIORDANO, Dora *Cuestiones de diseño. Equilibrio inestable sobre campos imprecisos*. Madrid: Experimenta libros, 2020, p. 162.

The new relationships between form and function and between subject and object, unavoidable in the experimental practice of subjecting the fan to new design processes, require consideration of the involvement of the accumulated senses in its gesturality. It is also necessary to channel this new potential through three spheres, the technical, the cultural and the aesthetic, which are intertwined in the products obtained. Through a synthetic approach, we can trace the presence of the manipulative reason in the common core of the technical, cultural and aesthetic spheres in which the new creations have been inserted.

In the case of Gimeno and Taki, the sphere that seems to act as the driving force behind their creations has been the medium. Gimeno has a bearing on the effect of the wind promoted by its manipulation with the explicit reference to the lyrics of Raimon’s song “Al vent” written, with its own typography, visibly and radially in the membrane of the fan. Gimeno proclaims, unveils and leads the object towards its full culmination through the confluence of its technical-manipulative and symbolic dimensions. Moreover, he makes the fan lyrically express its moment of activation, although it remains static, inserting what could perhaps be a complex referential game by contrast with another work by Lope, *La dama del abanillo / The lady with the fan*, in which the triggering element of the plot is a written message hidden in the membrane’s folds.²⁵ For his part, based on the natural iridescence of mother-of-pearl, which he uses to represent the shine of a fish’s scales, Taki plays at transposing the object from the aerial medium, implied in its real manipulation, to the aquatic, which emerges through iconic visual analogy. Bermúdez offers a folding fan made up of various *paipáis* and carries out another transposition, this time compositional, by moving the circular mother-of-pearl elements from the central areas of the fan, where they are usually located, to its border, where they acquire a reiterated and dominant presence that refers, in a fractal manner, to the effect of the unfolded fan moved in a circular form.

25- “Espera, / que en las cañas que se doblan / vienen unas líneas hechas / de papel, y los renglones / escritas por todas ellas, / de suerte, que nadie sabe, / si el abanillo se cierra, / aunque esté abierto, lo que es. / Y aun habrá pocos que vean, / lo que viene escrito en él”. The fragment appears quoted in the analysis of Lope’s work due to VÁZQUEZ, Lydia e IBEAS-ALTAMIRA, Juan Manuel. “L’éventail dans l’imaginaire espagnol du XVIIe siècle : de Lope de Vega à Vélasquez”. e-*Spania* [En línea], 35 | février 2020. Access on March 21st 2022.

The iconicity also acquires a primordial role according to Arroyo’s interpretation in *Daga /Dagger*, which turns the articulated rods into weapons similar to red coloured knives. Form and colour bring the object into a strongly connotative regime that combines the direct enunciation of form with the chromatic allusion to blood. Addison’s satirical comparison between fans and weapons becomes here an ideologically updated proclamation of female empowerment. Meanwhile, the image dissolves and becomes absolutely unstable, perhaps inspired by the surrealist pareidolias of Yves Tanguy or Max Ernst, in Blay’s creation, thanks to another syntactic play between a rich variety of mother-of-pearls. These materials can be clearly differentiated when the object remains static, but promote flashes and unexpected mixtures, fusions and illusionist confusions in the optical perception when the fan is shaken.

The movement, although more meticulous, is also the basis for the designs carried out by Arao, Gutiérrez, Tíscar and Marquina. The former propose a hybrid between the shovel-shaped typology of the paipái, when open, and the totally folding fan, by means of a sophisticated origami exercise. The invitation to a skilful manipulation also resides in the reason for the object due to Gutiérrez, not exempt from certain allusions to contemporary minimalist sculpture based on checkerboard compositional structures, such as those used by Carl André. In any case, both creations seem to invite a relationship between the subject and the object based on the game of manipulation, which clearly defies the restrictions on this type of use of fans, in force in the morals of previous periods and applied to women.²⁶ Tíscar’s proposal also stems from this technical logic, in its playful and lucid aspect, which seeks to extend the possibilities of manipulation of the object. This artist offers a fan based on the flag or girouette (weathervane) fans, which used to have a fixed and stable shape, but achieves a very efficient folding that reduces the space it occupies to the minimum expression and turns its unfolding into a game in which actions of unrolling, tightening, fixing and rotating intervene. Marquina’s solution makes movement the determining cause of the final form, as its dynamic possibilities are put into practice and result in a literally deconstructed object

26- “Si alguno toma la palabra, es muy feo que una jóven esté distraída, enfadada, que se recueste en la silla, que juegue con las sortijas ó el abanico...” BERTRÁN de LIS, Fernando: *Reglas de urbanidad para señoritas*. Valencia: Imprenta D. Julián Mariana, 1859, p. 25.

following its active reason – of folding/unfolding and articulation – and its compositional reason of membranes and rods. The analogy with Alexander Calder’s mobile sculptures is evident here.

Concomitances with the tradition of decorative arts are evident in Serrano’s works. The decorations of his membranes refer to the rich ornamental patterns of the past applied on textiles or painted paper, between the floral themes of the eighteenth century and the stylised plants in the style of William Morris and Arts & Crafts, which invaded the interiors of homes in their desire to aestheticise everyday life.²⁷ Contreras, who rescues and updates the aesthetics of Art Nouveau, also sends the expression of the fan not to the subjects, but to their expanded exterior, to the spaces of habitation where they were historically used, to the higher-level aesthetic environments that encompassed them in Western visual culture. Bochetto makes his fan a small-scale image of much broader contexts: that of the urban landscape of modernity, identified with rationalist architecture, through the skyline suggested by its profile, and that of the Valencia WDC 2022, introducing with some variation the figures of Ibán Ramón’s design for the brand of the event in which the origin of the designed fan is inserted. Úbeda and Reverter, with *Madreperla*, carry out an interesting experiment in the juxtaposition of materials, only perceptible when the fan is turned, and also rescue the rationalist aesthetic universe derived from the Bauhaus through the rhythms printed on its grooves. In its creation *Nathalie*, conceived as a tribute to the designer Nathalie Du Pasquier, they connect the fan with the modern conception of design that converges with the artistic. They also expand, through a decorative pattern inspired by the famous designer, the geographical

27- “La ubicuidad de estos tejidos y papeles pintados refleja el afán de Morris por llevar el arte hasta los objetos cotidianos, haciendo hincapié en la importancia de imbuir de belleza el interior de los hogares”. HARRIS, Jennifer. “Más sugerentes que imitativos: tejidos y papeles pintados del movimiento Arts and Crafts”. *William Morris y compañía. El movimiento Arts & Crafts en Gran Bretaña*. Barcelona: Fundación Juan March y Museu Nacional d’Art de Catalunya, 2018, p. 183.
28- “Her patterns are..., an ingenious melding of ethnic inspiration and her own sensibility”. GURA, Judith. *Postmodern Desing Complete*. London: Thames & Hudson, 2017, p. 202.
29- “... la vitalidad de elementos pictóricos y plásticos, a veces adormecida en su medio habitual, se confirma en el ámbito de lenguajes artísticos paralelos y contemporáneos”. DORFLES, Gillo. *Imágenes interpuestas. De las costumbres al arte*. Madrid: Espasa-Calpe, 1989, p. 168.

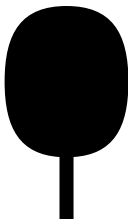
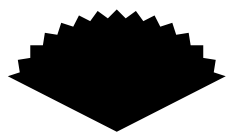
scope of the aesthetic environments referred to, as Du Pasquier herself was strongly influenced by the traditional applied arts of certain African cultures.²⁸

In a clear allusion to Yturralde’s impossible figures and the Op Art movement, Arnau & Reyna project the design of the fan towards contemporary art and achieve an object of great visual impact with minimal dimensions. Woodgate suggests the emphatic sculptural density of Anthony Caro or Barbara Hepworth in its composition, as well as the landscape of a forest through its texture, all through the radical and rhythmic simplicity of its profile and a dimension reduced to its minimum expression.

In the fan, as a result of a design process aimed at formal synthesis, the works of Ferrer and Martínez are also installed. Both come up with highly original solutions with regard to the functional structure of the object and the suggestions of mobility that they give rise to. Ferrer’s fan is aesthetically linked to minimalism through the coherence of the circle sector as the only geometric form used, wrapping the textile joining material on both sides with wood, which occupies all the internal space and gives the object its ease of handling and real solidity as opposed to its apparent fragility. Martínez’s fan is also extremely simple at first glance, but contains some elaborate games. The first consists of a typological hybridisation, given that each of his pieces reproduces the same shape, the one that refers to the paddle fan, but together they produce a folding fan with a radial structure. The second is that the connecting ribbon must be inferred visually, as it is almost completely hidden and is only clearly stated in the first piece, which is superimposed on all the others. The third, and perhaps most spectacular when put into practice, is that the object can be considered as a sculpture, capable of acquiring multiple configurations and self-supporting when inverted.

We are dealing with creative experiences aimed at verifying whether a strategic approach to design can free an object category from its stigma as a vestige, rescue it from the associations entrenched in traditional gender roles and bring it up to date. The path towards this necessarily involves making possible many new and diverse possibilities of manipulating the fan that invigorate its dimension as a sign whose meaning is not reflected on the person who manipulates it, but which, starting from its own essence as a design product, expands its projection towards new technical, cultural or aesthetic media as is usual in contemporary art.²⁹

AUTORS
AUTORES
AUTHORS



ÀNGEL BLAY

Mestre artesà palmiter d'Aldaia (València). Pertany a la tercera generació d'una saga d'artesans que elaboren ventalls de col·lecció, en os, fustes nobles i nacre (únic a Europa). Té treballs en diversos museus d'Europa i ha realitzat audiovisuals didàctics per a la TV francesa, així com els que s'exhibeixen en el Museu de Merú (PaMerú (Paris) per a iniciar a joves artesans.

Maestro artesano abaniquero de Aldaia (València). Pertenece a la tercera generación de una saga de artesanos que elaboran abanicos de colección, en hueso, maderas nobles y nácar (único en Europa). Tiene trabajos en diversos museos de Europa y ha realizado audiovisuales didácticos para la TV francesa, así como los que se exhiben en el Museo de Merú PaMerú (París) parainiciar a jóvenes artesanos.

He is a master craftsman from Aldaia (Valencia). He belongs to the third generation of a saga of craftsmen who make collector's fans, in bone, noble woods and mother-of-pearl (unique in Europe). He has made didactic audiovisuals for the French TV and his works are exhibited in several museums in Europe, as well as those in the Meru Museum (Musée de la Nacre et de la Tabletterie, Paris) to introduce young artisans.



NEW YORK

ANTONIO SERRANO

Dissenyador, editor i fundador de l'empresa Mad Lab. Creador d'objectes amb històries. Valedor i impulsor del maridatge de disseny, artesanía i tecnologia. La seua editora i el seu estudi estan a Madrid. Espanya.

Diseñador, editor y fundador de la empresa Mad Lab. Creador de objetos con historias. Valedor e impulsor del maridaje de diseño, artesanía y tecnología. Su editora y su estudio están en Madrid. España.

Designer, editor and founder of the company Mad Lab. Creator of objects with stories. Supporter and promoter of the combination of design, craftsmanship and technology. Madrid. Spain



RITA & GRETA

ARNAU REYNA

Ramón Arnau i *Mariola Reyna. Dissenyadors i arquitectes. Disseny industrial. Consultoria estratègica. *Branding. Direcció creativa i direcció d'art. Interiors i arquitectura efímera. Premie Or *ADCV en 2017. Han exposat en la secció dels Novíssims de l'exposició Disseny Valencià IVAM Alcoi en 2021. El seu estudi està a València.

Ramón Arnau y Mariola Reyna. Diseñadores y arquitectos. Diseño industrial. Consultoría estratégica. Branding. Dirección creativa y dirección de arte. Interiores y arquitectura efímera. Premio Oro ADCV en 2017. Han expuesto en la sección de Los Novísimos de la exposición Disseny Valencià IVAM Alcoi en 2021. Su estudio se encuentra en Valencia, España.

Ramón Arnau and Mariola Reyna. Designers and architects. Industrial design. Strategic consultancy. Branding. Creative direction and art direction. Interiors and ephemeral architecture. ADCV Gold Award in 2017. They have exhibited in the Los Novísimos section of the Disseny Valencià exposition, IVAM, Alcoi in 2021. Their office is in Valencia, Spain.



ZYLS

CARLOS TISCAR

Dissenyador de producte i mobiliari. Estudi a València i Milà. Membre fundador dels grups Factoria i Gest Design Management. Va ser docent en diferents escoles. Reconegut amb premis, com el Good Design Award, el German Design Award i el iF Design Award. President de ADCV 2010-14. Va fundar el seu estudi en 1993. València. Espanya

Diseñador de producto y mobiliario. Estudió en València y Milán. Miembro fundador de los grupos Factoría y Gesto Design Management. Fue docente en diferentes escuelas. Reconocido con premios, como el Good Design Award, el German Design Award y el iF Design Award. Presidente de ADCV 2010 a 2014. Fundó su estudio en 1993. València, España.

Product and furniture designer. He studied in València and Milan. He was a founding member of the Factoría and Gesto Design Management groups. He was a teacher in different schools. He was recognised with awards such as the Good Design Award, the German Design Award, and the iF Design Award. President of ADCV 2010-14. He founded his studio in 1993. València. Spain.



DEA

ELI GUTIÉRREZ

Dissenyadora de Producte. Mobiliari, Interiors. Instal·lacions i creació de conceptes. Després de cursar els seus estudis a València realitza un Màster de Product Design en el Royal College of Art. Treballa a Milà amb Patricia Urquiola i en París amb Philippe Starck i l'Índia Mahdavi. Funda el seu estudi en 2016 entre París i València.

Diseñadora de Producto. Mobiliario, Interiores. Instalaciones y creación de conceptos. Después de cursar sus estudios en València realiza un Master de Product Design en el Royal College of Art. Trabajó en Milán con Patricia Urquiola y en París con Philippe Starck e India Mahdavi. Funda su estudio en 2016 entre París y València.

Product Designer. Furniture. Interiors. Facilities and concept creation. After completing her studies in València, she finished her Master in Product Design at the Royal College of Art. She worked in Milan with Patricia Urquiola and in Paris with Philippe Starck and India Mahdavi. She founded her studio in 2016 between Paris and Valencia.



CHESS

INMA BERMÚDEZ

Inma Bermúdez funda l'estudi en 2007 als voltants de València, dos anys més tard s'incorpora l'arquitecte alemany Moritz Krefter. Col·labora amb Gan Rugs, Marset, IKEA o Zaozuo. Compromesos amb la sostenibilitat i el medi ambient. Respecten els processos, materials i l'ús dels productes.

Inma Bermúdez funda el estudio en 2007 en los alrededores de València, dos años más tarde se incorpora el arquitecto alemán Moritz Krefter. Colabora con Gan Rugs, Marset, IKEA o Zaozuo. Comprometidos con la sostenibilidad y el medio ambiente. Respetan los procesos, materiales y el uso de los productos.

Inma Bermúdez founded the studio in 2007 in the surroundings of València, two years later the German architect Moritz Krefter joined. They collaborate with Gan Rugs, Marset, IKEA or Zaozuo. They are committed to sustainability and the environment. They respect the processes, materials and the correct product use.



NÁCAR

LUISA BOCCHIETTO



Arquitecta i dissenyadora. Disseny Estratègic. Projectes de rehabilitació, Arquitectura efímera, Mobiliari i complements. Docent a Lausana, Torí, Venècia i Milà. Ha sigut presidenta de la WDO i del ADI. El seu estudi està en Biella. Itàlia.

Arquitecta y diseñadora. Diseño Estratégico. Proyectos de rehabilitación, Arquitectura efímera, Mobiliario y complementos. Docente en Lausana, Turín, Venecia y Milán. Ha sido presidenta de la WDO y del ADI. Su estudio está en Biella, Italia.

Architect and designer. Strategic Design. Refurbishment projects, ephemeral architecture, furniture and accessories. Lecturer in Lausanne, Turin, Venice and Milan. Former president of the WDO and ADI. She has her studio in Biella. Italy.



¡VALÈNCIA!

MARÍA ARROYO



Dissenyadora de moda i investigadora. Màster Disseny de Moda Dona en el Royal College of Art a Londres. Assistant en Alexander McQueen, Londres. Des del 2019 Manager d'Innovació en Albini next, Cottonificio Albini Itàlia. Docent convidada en la University for the Creative Arts, Rochester, UK. Viu a Milà. Itàlia.

Diseñadora de moda e investigadora. Master Diseño de Moda Mujer en el Royal College of Art en Londres. Asistente en Alexander McQueen, Londres. Desde el 2019 Manager de Innovación en Albini_next, Cottonificio Albini Italia. Docente invitada en la University for the Creative Arts, Rochester, UK. Vive en Milán, Italia.

Fashion designer and researcher. Master in Female Fashion Design at the Royal College of Art in London. Assistant at Alexander McQueen, London. Since 2019 Innovation Manager at Albini next, Cottonificio Albini Italy. Visiting professor at the University for the Creative Arts, Rochester, UK. Lives in Milan. Italy.



DAGA

NANI MARQUINA

Dissenyadora, editora i fundadora de l'empresa Nani Marquina. Des del disseny ha obert nous camins a les practiques artesanals. Amb innumbrables premis i reconeixements. Premi Nacional de Disseny d'Espanya 2005. Ha sigut presidenta del FAD. Funda la seua empresa en 1987. Barcelona. Espanya.

Diseñadora, editora y fundadora de la empresa Nani Marquina. Desde el diseño ha abierto nuevos caminos a las practicas artesanales. Con innumerables premios y reconocimientos. Premio Nacional de Diseño de España 2005. Ha sido presidenta del FAD. Funda su empresa en 1987. Barcelona, España.

She is a designer, editor and founder of the company Nani Marquina. From design, she has opened new paths to artisanal practices. She has countless awards and recognitions. Spanish National Design Award 2005. She has been president of the FAD. Founded her company in 1987. Barcelona. Spain.



DECONSTRUCCIÓN

NIEVES CONTRERAS

Dissenyadora. Crea i desenvolupa projectes de disseny en el camp del mobiliari, il·luminació, consultoria, direcció artística i disseny gràfic. El seu treball s'ha realitzat tant en Paris com a València. Dissenyadora i Directora Creativa en Lladró. València. Espanya.

Diseñadora. Crea y desarrolla proyectos de diseño en el campo del mobiliario, iluminación, consultoría, dirección artística y diseño gráfico. Su trabajo se ha realizado tanto en Paris como en València. Diseñadora y Directora Creativa en Lladró. València, España.

Designer. She creates and develops design projects in the field of furniture, lighting, consulting, artistic direction and graphic design. Her work has been carried out both in Paris and in València. Designer and Creative Director at Lladró. Valencia. Spain.



PAO

PEPE GIMENO

Dissenyador gràfic i tipogràfic. Creador de diferents icones de la cultura visual. Amb innumbrables premis i reconeixements, Premi Nacional de Disseny d'Espanya 2021. Funda el seu estudi en 1986. Godella. València. Espanya.

Diseñador gráfico y tipográfico. Creador de diferentes iconos de la cultura visual. Con innumerables premios y reconocimientos, Premio Nacional de Diseño de España 2021. Funda su estudio en 1986. Godella, València. España.

Graphic and typographic designer. Creator of different icons of visual culture. With countless awards and recognitions, he was awarded the Spanish National Design Award 2021. He founded his studio in 1986. Godella, València. Spain



AL VENT

RAMÓN ÚBEDA & PEPA REVERTER

Ramón és periodista, grafista, dissenyador, director artístic, consultor i comissari d'exposicions, alhora que escriptor. Pepa Reverter des de les Belles arts posa els components artístics a productes, publicacions, exposicions, comunicació i audiovisuals. Com ells diuen, treballen junts i a vegades regirats. Van fundar el seu estudi en 1999. Barcelona. Espanya.

Ramón es periodista, grafista, diseñador, director artístico, consultor y comisario de exposiciones, a la vez que escritor. Pepa Reverter desde las Bellas Artes pone los componentes artísticos a productos, publicaciones, exposiciones, comunicación y audiovisuales. Como ellos dicen, trabajan juntos y a veces revueltos. Fundaron su estudio en 1999. Barcelona, España.

Ramón is a journalist, graphic artist, designer, artistic director, consultant and exhibition commissioner, as well as a writer. Pepa Reverter from the Fine Arts puts the artistic components to products, publications, exhibitions, communication and audio-visuals. As they say, they work together and sometimes they are mixed up. They founded their studio in 1999. Barcelona. Spain.



MADREPERLA, NATHALIE & SUNSET

RICARD FERRER

Dissenyador industrial. Format en *Escola *Llotja i *Elisava de BCN. Dissenya mobiliari, il·luminació, equipament de bany, col·lectivitats i parament. Arquitectura efímera. Col·labora amb Cosmic, Roca Nani Marquina o Bra, Director del Màster en Disseny de Mobiliari en la Escola Elisava. Funda el seu estudi en 1994. Barcelona. Espanya.

Diseñador industrial. Formado en Escola Llotja y Elisava de BCN. Diseña mobiliario, iluminación, equipamiento de baño, colectividades y menaje. Arquitectura efímera. Colabora con Cosmic, Roca Nani Marquina o Bra, Director del Master en Diseño de Mobiliario en la Escola Elisava. Funda su estudio en 1994. Barcelona, España.

Industrial Design. He was trained at Escola Llotja and Elisava de BCN. He designs furniture, lighting, bathroom equipment, community furniture and kitchenware. Ephemeral architecture. He collaborates with Cosmic, Roca Nani Marquina or Bra, Director of the Master in Furniture Design at the Elisava School. He founded his studio in 1994. Barcelona. Spain.



NUEVOS AIRES

SOHEI ARAO & SUMIKO ARAO



Dissenyadors d'interiors, arquitectura, mobiliari, il·luminació i objectes. Exploradors de l'espai essencial des de múltiples perspectives. Reconeguts amb el American Architecture Prize Bronze Award en 2016. Funden l'estudi Size Core en 2005 Osaka. Japó.

Diseñadores de interiores, arquitectura, mobiliario, iluminación y objetos. Exploradores del espacio esencial desde múltiples perspectivas. Reconocidos con el American Architecture Prize Bronze Award en 2016. Fundan el estudio Size Core en 2005. Osaka, Japón.

Husband–wife team of designers of interiors, architecture, furniture, lighting and objects. Explorers of essential space from multiple perspectives. Recognised with awards such as the American Architecture Prize Bronze Award in 2016. They founded the Sides Core studio in 2005. Osaka. Japan.



TSURU

TERENCE WOODGATE

Dissenyador industrial especialitzat en mobiliari, il·luminació i objectes. Reconegut com Royal Designer for Industry (RDI) en 2003. Ha rebut diversos premis de disseny, com el Xarxa Dot i el IF Ecology. Va fundar el Studio Woodgate. Gran Bretanya.

Diseñador industrial especializado en mobiliario, iluminación y objetos. Reconocido como Royal Designer for Industry (RDI) en 2003. Ha recibido varios premios de diseño, como el Red Dot y el IF Ecology. Fundó el Studio Woodgate. Gran Bretaña.

Industrial designer specialising in furniture, lighting and objects. Recognised as Royal Designer for Industry (RDI) in 2003. He is the recipient of several awards including Red Dot Best of the Best IF Ecology Award. He founded the Studio Woodgate. Great Britain.



POCKET FAN

VICENT MARTÍNEZ

Dissenyador, emprenedor i editor de mobles. En 1980 va cofundar l'empresa Punt Mobles, reconeguda amb el Premi Nacional de Disseny d'Espanya 1997. Implicat en institucions, professor i dinamitzador en la divulgació i promoció del disseny. Funda el seu estudi de disseny en 2012 a València. Espanya.

Diseñador, emprendedor y editor de muebles. En 1980 cofundó la empresa Punt Mobles, reconocida con el Premio Nacional de Diseño de España 1997. Implicado en instituciones, profesor y dinamizador en la divulgación y promoción del diseño. Funda su estudio de diseño en 2012 en València, España.

Designer, entrepreneur and furniture editor. In 1980 he co-founded the company Punt Mobles, recognised with the Spanish National Design Award 1997. He got involved in various institutions, teacher and promoter of the dissemination and promotion of design. He founded his design studio in 2012. València, Spain.



SENZU

YUKARI TAKI

Dissenyadora gràfica. Formada en Musashino Art University.Tòquio. Identitat corporativa, branding, disseny web, disseny editorial, embalatge i serveis. És una creativa multidisciplinària que destil·la l'essència dels conceptes, aconseguint dissenys evocadors i senzills des de la seua cultura japonesa. Des de 1998 treballa a València.

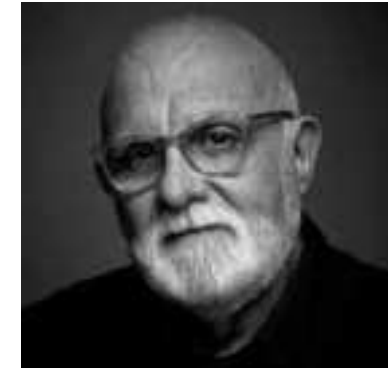
Diseñadora gráfica. Formada en Musashino Art University. Tokio. Identidad corporativa, branding, diseño web, diseño editorial, packaging y servicios. Es una creativa multidisciplinar que destila la esencia de los conceptos, logrando diseños evocadores y sencillos desde su cultura japonesa. Desde 1998 trabaja en València.

Graphic designer. She was trained at Musashino Art University, Tokyo. Corporate identity, branding, web design, editorial design, packaging and services. She is a multidisciplinary creative artist that distils the essence of concepts, achieving evocative and simple designs originating from her Japanese culture. Since 1998 she works in València.



SAKANA

JUAN MARTÍNEZ LAHIGUERA



Dissenyador gràfic, director d'art i fotògraf. Soci i director d'art a les agències MCM i CCA. En l'any 1993 funda el seu propi estudi, Martínez Branding, en L'Eliana, València. Compagina el disseny amb la seua altra gran passió: la fotografia. En col·laboració amb la revista 'Gràffica' retrata dissenyadors com Mario Eskenazi, Stephan Sagmeister o Erik Spiekerman. Des del 2019 la fotografia de retrat es converteix en la seva principal activitat.

Diseñador gráfico, director de arte y fotógrafo. Socio y director de arte en las agencias MCM y CCA. En 1993 funda su propio estudio, Martínez Branding, en L'Eliana, Valencia. Compagina el diseño con su otra gran pasión: la fotografía. En colaboración con la revista 'Gràffica' retrata diseñadores como Mario Eskenazi, Stephan Sagmeister o Erik Spiekerman. Desde 2019 la fotografía de retrato se convierte en su principal actividad.

He is a graphic designer, art director and photographer, partner and art director at the MCM and CCA agencies. In 1993 he founded his own studio, Martínez Branding, in L'Eliana, Valencia. He combines design with his other great passion: photography. In collaboration with the magazine 'Gràffica' he portraits designers, such as Mario Eskenazi, Stephan Sagmeister or Erik Spiekerman. Since 2019 portrait photography has become his main activity.

EPILEG EPÍLOGO EPILOGUE

Valencià

La influència de la màgia estava aquí. Coincideixo en el que escriu en aquest catàleg Javier Pérez Rojas, “el ventall té una cosa màgica que atrau les mirades. Amb assiduïtat veiem com els mags i prestidigitadors ho despleguen i pleguen a les seves actuacions per suggerir canvis o transformacions inesperades”.

Àngel Blay a més de mestre artesà, és mag i prestidigitador, compagina les dues habilitats. Els dissenyadors dels palmitos, de l'espai expositiu i la seva gràfica, el creador de les imatges fotogràfiques i els autors dels articles que enriqueixen aquest catàleg, també han utilitzat la màgia sorprenent-nos pels seus coneixements i saber dir i fer. Entre totes i tots, s'ha fet la màgia de “Dissenyar l'aire” comptant amb el suport de la València Capital Mundial del Disseny 2022 i les persones dels seus equips, juntament amb les Institucions i empreses que ho han patrocinat.

Vicent Martínez.

Comisari, editor i dissenyador.
Comisario, editor y diseñador.
Curator, editor and designer.

Castellano

La influencia de la magia estaba aquí. Coincido en lo que escribe en este catálogo Javier Pérez Rojas, “el abanico tiene algo de objeto mágico que atrae las miradas. Con asiduidad vemos como los magos y prestidigitadores lo despliegan y pliegan en sus actuaciones para sugerir cambios o transformaciones inesperadas”.

Àngel Blay además de maestro artesano, es mago y prestidigitador, compagina ambas habilidades. Los diseñadores de los abanicos, del espacio expositivo y su gráfica, el creador de las imágenes fotográficas y los autores de los artículos que enriquecen este catálogo, también han utilizado la magia sorprendiéndonos por sus conocimientos y su saber decir y hacer. Entre todas y todos, se ha hecho la magia de “Diseñar el aire” contando con el apoyo de la Valencia Capital Mundial del Diseño 2022 y las personas de sus equipos, junto a las Instituciones y empresas que lo han patrocinado.

English

The influence of magic was here. I agree with what Javier Pérez Rojas writes in this catalogue, “the fan has something of a magical object that attracts the eye. We often see how magicians and conjurers unfold and fold it in their performances to suggest unexpected changes or transformations”.

Àngel Blay is not only a master craftsman, but also a magician and conjurer, combining both skills. The designers of the fans, the exhibition space and its graphics, the creator of the photographic images and the authors of the articles that enrich this catalogue have also used magic, surprising us with their knowledge and their know-how. The magic of “Designing the air” has been made by all of us, with the support of Valencia World Design Capital 2022 and the people in their teams, together with the institutions and companies that have sponsored it.

Comissari - Editor
Comisario - Editor
Curator - Editor

Vicent Martinez

Artesà / Artesano / Artisan

Ángel Blay

Dissenyadors / Diseñadores / Designers

Ángel Blay Villa
Antonio Serrano
Arnau Reyna
Carlos Tíscar
Eli Gutiérrez
Estudio Inma Bermúdez
Luisa Bocchietto
María Arroyo
Nani Marquina
Nieves Contreras
Pepe Gimeno
Ramón Úbeda y Pepa Reverter
Ricard Ferrer
Sohei Arao & Sumiko Arao
Terence Woodgate
Vicent Martínez
Yukari Taki

Disseny gràfic i expositiu
Diseño gráfico y expositivo
Graphic and exhibition design

Arnau Reyna

Fotografia i direcció d'art
Fotografía y dirección de arte
Photography and art direction

Juan Martínez Lahiguera

Model / Modelo/ Model

Adela Mira Lozano

Producció dels palmitos
Producción de los abanicos
Production of fans

Corte láser: Archicercle
Encuadernación: La seiscuatro
Ebanistería: Jaime Fabra
Impresión digital tela: Graficas Simar
Impresión digital tablero: Valresa Coatings
Impresión papel: Paco Mora
Impresión ultravioleta: Abitec Tecnología
Barnizado: Punt
Imanes: Supermagnete
Maderas y chapas: Blanquer
Maquetas: Vicent Martinez / Ángel Blay
Nácar: Ángel Blay
Papeles impresión: Fedrigoni
Varillajes: Ángel Blay

Producció espai expositiu
Producción espacio expositivo
Exhibition space production

Confección textil: Villalartex Interiorisme
Impresión paneles: Plotearte
Mecanización tableros: Talpher
Metalistería: Ferromobel
Metacrilato: Archicercle
Metacrilato expositores: Extrumol
Textil: Equipo DRT
Montaje y transporte: Mudanzas San Antonio

Préstecs d'obra / Préstamos de obra / Loans

Archivo Vicent Martínez Esteve
Archivo Vicent Martínez Sancho

Agraïments / Agradecimientos / Acknowledgements

Paco Pons Alfonso
Francesc Martínez
Ángel Blay
Ana Hernández
Museo Nacional de Cerámica y Artes
Suntuarias González Martí

Textes / Textos / Texts

Antoni Francesc Gaspar Ramos
Guillermo Luján Valero
Marisa Gallén
Vicent Martínez
Ramón Arnau
Mariola Reyna
Jaume Coll Conesa
C. Rafael Martínez-Martínez
Fco. Javier Pérez Rojas
Xavier Giner
Vicente Pla Vivas

Traduccions / Traducciones / Translation

Valencià: Aeginian Traducciones S.L.
English: Aeginian Traducciones S.L.

Fotografia espai expositiu
Fotografía espacio expositivo
Exhibition space photography

Fivestudio - Pablo Navarro
Nerea Coll

Disseny i maquetació
Diseño y maquetación
Design and layout

Arnau Reyna

Tipografia / Tipografía / Typography

Cosi Azure - Nikolastype
Work Sans - Wei Huang

Impressió / Impresión / Printingw

La Imprenta CG

Paper / Papel / Paper

Fedrigoni Constellation Snow E50 Arpa 350g
Fedrigoni Arena White Smooth 140g

