

INDUSTRIA, CULTURA POPULAR Y ESTÉTICAS DE LA INOCENCIA. DISNEY, LLADRÓ Y LAS FALLAS DE VALENCIA

INDUSTRY, POPULAR CULTURE AND THE AESTHETICS OF INNOCENCE. DISNEY, LLADRÓ AND LAS FALLAS OF VALENCIA

RICARD RAMON CAMPS
Universitat de València

RESUMEN

El artículo presenta un análisis de las relaciones, conexiones, vínculos e influencias, que se establecen entre tres manifestaciones de la industria cultural, todas ellas también insertas en el ámbito de la llamada cultura popular, en un sentido amplio. Se estudia especialmente, la relación de la corporación multinacional Disney, y las narrativas visuales que proyecta, con la marca valenciana de fabricación de porcelana figurativa, Lladró. Por último, se pone en relación y se sistematiza el fenómeno, de la influencia de Lladró hacia la estética de las Fallas de la ciudad de Valencia, una fiesta popular, que también junto a Lladró, suponen dos de los productores de cultura visual más conocidos a nivel mundial del ámbito valenciano. Todo ello, con la finalidad de investigar, partiendo de casos concretos, las interrelaciones que las construcciones visuales generan en la cultura popular contemporánea, y las lecturas y significados simbólicos e ideológicos que ayudan a construir determinadas manifestaciones estéticas, que deben ser sometidas a examen crítico.

Palabras clave: Disney, Lladró, Fallas, inocencia, estética.

ABSTRACT

This essay analyses the relationships, links and influences among three manifestations of the culture industry, all of which are enshrined in popular culture. The relationship between Disney's visual narratives and the Valencian ceramic manufacturing brand Lladró is studied in depth. Finally, the paper examines and contextualises Lladró's influence on the aesthetics of the popular festival Las Fallas in Valencia. Lladró and the festival are two of the best known Valencian producers of visual culture. The study aims to use specific cases to research the relationships forged by visual constructions in contemporary popular culture, in addition to critically reviewing the symbolic and ideological interpretations and meanings which foster certain styles.

Keywords: Disney, Lladró, Fallas, innocence, aesthetic.

1. EXPLORANDO INTERSECCIONES ENTRE NARRATIVAS Y PRODUCTOS VISUALES

Una de las vías de estudio más enriquecedoras para un investigador de la historia del arte y de la cultura visual es la búsqueda de espacios de intersección, de relación, en el que confluyen manifestaciones culturales de ámbitos y espacios diferentes, convergiendo en problemáticas y reflexiones de amplio espectro y de enorme interés para la teoría artística en su conjunto.

Fruto de esta búsqueda de intersecciones, y siempre atraído por los espacios limítrofes del arte y la cultura, surge un trabajo de investigación como el presente artículo, que enfrenta y confronta en relación dialéctica, partiendo del análisis estético y visual, manifestaciones y productos de la llamada "cultura popular" de nuestro tiempo, basándonos en la propuesta y la terminología de las investigaciones en este ámbito de John Storey.¹

En este caso, se trata de dos fenómenos profundamente imbricados en la propia cultura popular, tradicional e identitaria de los va-

lencianos, y la factoría de entretenimiento visual quizá más importante del planeta. Estamos hablando de dos poderosas marcas comerciales, Disney y Lladró, productoras de cultura visual, de narrativas visuales por tanto, cuya influencia se extiende, prácticamente por toda la geografía mundial.

Además, vamos a poner en relación todo ello, con otro fenómeno masivo y de enorme reconocimiento internacional, como es una manifestación de la cultura popular y festiva, las Fallas de la ciudad de Valencia y su entorno metropolitano. Hay que tener presente que las Fallas son una fiesta en las que el componente estético, como demuestran especialmente los estudios de Vicent Borrego² al respecto, y la construcción de narrativas visuales, constituyen la esencia entorno a la cual se estructura toda la celebración.

Esta clase de relaciones, entre diferentes fenómenos culturales, ha sido relativamente muy poco estudiado, y es muy importante, si queremos establecer los caminos que recorren las narrativas visuales y ciertos modelos estéticos, en su viaje de incorporación a distintos ámbitos de la cultura, para acabar finalmente constituyendo una unidad

1 STOREY, J. (2002): *Teoría Cultural y Cultura Popular*. Barcelona: Octaedro.

2 BORREGO, V. (1993): "La estética de las fallas". En Ariño, A. (Dir.), *Aproximación a la historia del gremio artesano de artistas falleros de Valencia*. Valencia: Diputación de Valencia y Borrego, V. (1996): "El vessant estètic". En ARIÑO, A (Dir.), *La festa de les falles*. València: Consell Valencià de Cultura.

con sus propios rasgos claramente identificables.

En definitiva, a la hora de abordar una investigación sobre la cultura visual, que nos rodea y sigue viva, tal y como proponen los textos de investigadores notables de la materia como Kerry Freedman³, Nicholas Mirzoeff⁴ o John Walker y Sara Chaplin,⁵ resulta muy adecuado el uso de estos modelos de interrelación dialéctica entre imágenes y productos culturales, que estudiados aisladamente, generan una comprensión mucho más limitada de los problemas y la realidad de nuestra propia cultura visual y estética.

Se trata, en gran parte, de aplicar el método de reflexión del ironista, que proponía Rorty,⁶ y que Imanol Agirre hace suyo en su propuesta de investigación artística, y a la que nosotros nos adherimos, siempre con las matizaciones propias de la deuda personal de pasado y presente que todo investigador posee y de las que no puede ni debe librarse.

La acción de interpretar no debe-

ría fijar su objetivo en tratar de “el verdadero significado de las obras”, sino de situar las imágenes en el contexto de otras imágenes, enfrentando sus narrativas a otras narrativas alternativas o emparentando sus recursos formales. El método de reflexión del ironista, afirma Rorty, es la reflexión dialéctica, es decir la técnica de someter los hechos a *tours de force* propiciados por el uso de nuevas metáforas, que produzcan cambios sorprendidos en su configuración y que propicien la generación de nuevas maneras de ver el mundo. Su método no es la inferencia lógica, sino la redescipción, que crea un nuevo discurso y una nueva forma de referirse al objeto con un nuevo léxico.⁷

De esta forma y con un gran rigor en las fuentes y los análisis descriptivos, nos aproximamos en este artículo, al estudio de los productos visuales presentados y sus relaciones. Sin pretender, en este análisis, desvelar verdades ocultas en el objeto o la imagen objeto de nuestra investigación, cuestionando desde una perspectiva posmoderna que existan esos grandes relatos, y

3 FREEDMAN, K. (2002): “Cultura visual e identidad.” *Cuadernos de Pedagogía*, 312, pp, 59-61, y FREEDMAN, K. (2006): *Enseñar la cultura visual. Currículum, estética y la vida social del arte*. Barcelona: Octaedro.

4 MIRZOEFF, N. (2003): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

5 WALKER, J. A., & Chaplin, S. (2002): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Octaedro.

6 RORTY, R. (1991): *Contingencia, ironía y solidaridad*. Barcelona: Paidós.

7 AGIRRE, I. (2005): *Teorías y prácticas en educación artística. Ideas para una revisión pragmática de la experiencia estética*. Barcelona: Octaedro, pp. 37-38.

nos centramos en construir nuestros propios microrelatos, bajo el paraguas de una aproximación crítica a las imágenes, que nos ayuden al desarrollo de una crítica concebida como investigación del pensamiento, y que se enfrenta a una tradición basada en certezas incuestionables.

2. LA CONSOLIDACIÓN DE LA ESTÉTICA DE LA INOCENCIA. LLADRÓ Y DISNEY

Comenzaremos por estudiar la relación que se establece entre Lladró y la poderosa corporación norteamericana Disney, que representa una faceta esencial para la comprensión de los lazos culturales que se establecen en las propias producciones visuales y estéticas de la cultura de masas e industrial, y la forma en la que confluyen en un mismo modelo estético.

Los inicios empresariales de Disney, y por tanto el éxito de su iconografía y su pedagogía de raíz conservadora, son unos cuantos años anteriores a la propia creación de Lladró, por lo que es fácil deducir que serán los modos y las estéticas de Disney las que influirán en Lladró, o mejor dicho, en una

parte de la esencia Lladró. Aunque como es evidente, su influencia va mucho más allá, llegando incluso a la propia imaginaria de algunos de los movimientos artísticos de la modernidad, como el pop art.

Disney es sin duda alguna, una de las generadoras de imágenes icónicas del siglo xx más importantes del mundo, sino la más importante, y creará algunos de los símbolos icónicos definidores de este siglo, generándose, como todo un símbolo de, sobre todo, la segunda mitad del siglo xx.

Artistas como Andy Warhol entre muchos otros, recurrirán a este icono visual por excelencia de la sociedad de masas contemporánea. Sin duda alguna, Disney define y genera una determinada imagen del mundo y los valores sociales de ese triunfante mundo capitalista, unos valores que recibirán fuertes críticas por parte de la investigación, especialmente de algunos de los autores de la pedagogía crítica como Henry Giroux⁸, el clásico estudio de Ariel Dorfman y André Mattelart⁹ o textos de autores más recientes como el de Jordi Costa.¹⁰

8 GIROUX, H. A. (1994): *Placeres inquietantes. Aprendiendo la cultura popular*. Barcelona: Paidós y Giroux, H. A. (2001): *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

9 DORFMAN, A., & MATTELART, A. (1976): *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. México: Siglo XXI.

10 COSTA, J. (2007): "Disney como enfermedad venérea: Ficciones usurpatorias en el subsuelo de una utopía kitsch." En DOMÍNGUEZ V. (Ed.), *Pantallas depredadoras: el cine ante la cultura visual digital, ensayos de cine, filosofía y literatura*. Oviedo: Universidad de Oviedo, pp. 5-18.

Una narrativas visuales, que se ven perfectamente reflejadas en toda la figuración estética producida por la factoría Disney. Lladró, también se constituirá, como un símbolo icónico de la segunda mitad del siglo XX, aunque de un alcance mediático algo menor, respecto a los valores que priorizará una gran parte de la sociedad burguesa occidental de clase media.

Ambas son industrias culturales, producidas y engendradas en la cultura de masas, dedicadas a la creación de imágenes y de una estética propia adecuada al gusto mayoritario o popular. Sus imágenes confluyen en mundos estéticos similares, en apariencia idealizados e inocentes, pero susceptibles de lecturas críticas mucho menos inocentes.

Sus postulados ideológicos y su visión del mundo son también en gran parte coincidentes, y todo ello a pesar de surgir en dos espacios geográficos e históricos muy diferentes, en dos ambientes culturales completamente alejados. Disney, en la todopoderosa Estados Unidos, adalid del capitalismo liberal y creador y máximo exponente de la cultura de masas. Lladró, en un país gobernado por una de las últimas dictaduras de corte fascista de Europa, superviviente de una situa-

ción de tensión máxima, en medio de un ambiente rural y provinciano, aislado de los nuevos movimientos culturales y anulada cualquier posibilidad de crítica a través de la católica y militarizada ideología reaccionaria, dominante en el régimen franquista. Los propios hermanos Lladró, compaginando sus inicios empresariales en el pequeño taller de cerámica, con el duro trabajo del campo, heredado de sus orígenes y situación familiar¹¹. Disney en el país que se autoproclamaba garante y defensor de los principios democráticos y las libertades.

Y a pesar de todas esas diferencias de origen histórico y social, Lladró y Disney acaban confluyendo en unos valores estéticos que contradictoria y paradójicamente se convierten en símbolos de la globalizada cultura popular del siglo XX. Supuestamente alejados de todo atisbo de modernidad, en referencia a lo que se ha entendido tradicionalmente como moderno, recurriendo a la idealización del pasado como referente estético, pero siendo en realidad posible su existencia a través de los medios que ese mundo moderno ha generado. La industria y los medios de comunicación de masas, la reproducción y la comercialización masiva.

11 Tal y como aparece reflejado en las distintas autobiografías y otros textos históricos de los propios hermanos Lladró: LLADRÓ, J. (2002): *Pasajero de la vida: recuerdos y opiniones de un emprendedor*. Barcelona: Editorial Planeta; LLADRÓ, J. (2006): *El legado de Lladró*. Madrid: LID; LLADRÓ, V. (2010): *Así lo viví y así lo cuento. Memorias*. Valencia.

Cierto es, que algunas de las características comunes de ambos mundos visuales, provienen de tradiciones narrativas mucho más antiguas, sobre todo la referencia a la personificación de animales, dotados de características propia y específicamente humanas, provenientes de la tradición de las fábulas de Esopo, pasando por toda una ingente imaginaria literaria que ha llegado a nuestros días.

En cualquier caso, Disney transforma esas imágenes ofreciendo una determinada y tan poderosa visión, que la imagen de los propios cuentos infantiles o fábulas tradicionales, se identifica ahora, casi exclusivamente, con la propia imagen creada por Disney de esa misma tradición literaria.

Un aspecto que se percibe todavía más si observamos las piezas de Lladró que recrean también algunos de estos cuentos y fábulas, cuya imagen y modo de representación, tiende a los modelos impuestos por Disney, incluso en las piezas que no pretenden tener una relación directa con éstos.

La primera relación que pode-

mos establecer que es aparentemente la más clara pero en absoluto la más sólida, la encontramos en las figuras de Lladró que recurren directamente a temas nacidos de la factoría Disney. Una serie de trece figuras con el propio nombre de Disney, que consisten en siete figuras de los siete enanitos del cuento de Blancanieves, la propia Blancanieves, el pozo del cuento de Blancanieves, el personaje de Peter Pan y Campanilla, la Cenicienta y su Madrastra y la Bella Durmiente bailando con el príncipe.¹²

Dentro del catálogo histórico de porcelanas Lladró encontramos que la figura de Blancanieves es un tema recurrente, aparece representada en tres ocasiones distintas, pero sólo una de estas piezas hará referencia a la imagen de la Blancanieves de Disney,¹³ la más antigua de estas representaciones, junto a las piezas: Blancanieves y la manzana,¹⁴ de 1980 obra de Juan Huerta y Blancanieves y Príncipe¹⁵ de 1993 de José Puche.

La primera de las figuras nos muestra una imagen de Blancanie-

12 Todas las referencias a las obras de Lladró citadas en este texto, se pueden encontrar en su catálogo histórico, que se puede consultar completo en VV. AA. (2003): *The Lladró Authorized Reference Guide*. Moonachie (USA): Lladró Comercial; o en su web comercial: http://www.lladro.com/colecciones/historico-CATALOGO_HISTORICO/

13 Referencia a la pieza en la web: <http://www.lladro.com/figuras/01007555-BLANCANIEVES/>

14 Referencia a la pieza en la web: http://www.lladro.com/figuras/01005067-BLANCANIEVES_Y_LA_MANZANA/

15 Referencia a la pieza en la web: http://www.lladro.com/figuras/01005991-BLANCANIEVES_Y_PRINCIPE/

ves, muy alejada del prototipo comercializado y popularizado por Disney. Nos presenta a una Blanca-nieves muy niña, muy diferente de la joven mujer inocente que la narrativa de Disney genera. En este caso, la inocencia, tema esencial y recurrente en ambos mundos estéticos, no es una inocencia mantenida a través de los años y que revaloriza más el tipo de inocencia, producto de la conciencia y de la propia interioridad, de una joven a la que ya podemos considerar adulta. La niña que nos presenta Lladró, en cambio, posee una inocencia más pura si se quiere, pero es una inocencia desvalorizada por este mismo aspecto, se presupone inocentes a todos los niños, una inocencia infantil que se va perdiendo con el paso del tiempo y que solo las personas de supuesta "pureza de espíritu," –hablamos obviamente dentro de unos parámetros narrativos–, mantienen a costa de mucho esfuerzo.

En esta pieza, Lladró contrapone dos imágenes o modelos antagónicos, lo que podríamos calificar como un cierto prototipo moral que asocia lo estético con lo ético. Una práctica que sigue utilizándose masivamente en medios como el cine, la televisión y la publicidad, y que nos remite a modelos teóricos estéticos anteriores al siglo XVIII, donde solo la teoría del arte, no así las prácticas y realidades comunes, parecía empezar a

renunciar al modelo de asociación de lo estético y lo moral. Así, podemos encontrar textos como el de Mendelssohn, publicado en 1761, cuando afirmaba que:

La literatura, la pintura y la escultura, siempre y cuando no sean impropriadamente utilizadas por el artista para fines innobles, nos enseñan las reglas de la ética en ejemplos poetizados y embellecidos por el arte.¹⁶

Se trata por tanto, de una actitud de pedagogía moralizante, en la que se asocia la belleza con la bondad y la verdad, con la inocencia; y la fealdad con la maldad y la mentira despreciable. Una actitud que obviamente no es exclusiva de Lladró o de Disney en sus imágenes, ni mucho menos, pero que acoge como elemento caracterizador de muchas de sus porcelanas y de gran parte de su construcción estética.

Éste es un modelo que proviene de toda una tradición literaria, la bruja presentada como fea, con rostro deformado y repugnante, vestida de color negro, y representando en su fealdad una forma visual de su propia maldad. La niña, con rostro perfectamente blanco, un aspecto muy presente en la pedagogía Disney, como nos recuerda Giroux cuando hace referencia al racismo latente en sus imágenes:

Éstas películas están cargadas de representaciones y códigos a través

16 Citado por BOZAL, V. (Ed.). (2000): *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*. Madrid: Visor, pp. 81-82.

de los cuales a los niños se les enseña que los personajes que no llevan la impronta de la etnicidad blanca y de clase media son culturalmente inferiores, desviados, no inteligentes y constituyen una amenaza.¹⁷

La mirada ingenua e inocente de la niña frente a la manzana y su rostro cargado de valores asociados a lo bueno, como la juventud y la belleza, se contraponen de manera antagónica a las pérfidas intenciones, que se suponen de una mujer fea y vestida de negro, que genera una amenaza frente a la moralidad establecida.

Esta asociación entre bondad y belleza, y maldad y fealdad, tiene hondas raíces en la propia tradición literaria y cultural occidental, que se traslada a la propia cultura visual y se convierte en toda una proclama, en la personificación de toda una estética, que culmina en las propias creaciones Lladro y su internacionalización. En este caso, no ya destinado a adolescentes o jóvenes tal y como se alude en el texto citado a continuación, sino a un público adulto, que exhibe en los salones y recibidores de sus casas, unos prototipos estáticos, permanentes y legitimados, por proceder de una elección propia y consciente de los propietarios adultos, y los valo-

res que ellos ostentan. Es por tanto un refuerzo de esos valores, que aleatoriamente y con interferencias, transmiten la propia literatura, pero muy especialmente, los reflejos de esa literatura en el cine y la televisión, y no solo a través de Disney:

Nada inocentes resultan, por tanto, ni la literatura ni todas esas historias, devoradas por miles de adolescentes donde la más bella, la de muslos más tersos y cintura más fina, es la única y real triunfadora. No se piense que solo esta literatura ancilar o rosa, escrita para que ellas "aprendan" bien el modelo y el papel (tal como confesaba la autora de *La Bella y la Bestia*), participa del mito; también las más sesudas y pretenciosas novelas continúan diseñando heroínas hermosas porque lo feo no puede ser modelo a seguir, no está destinado al triunfo.¹⁸

No podemos tampoco, dejar de mencionar otro tipo de asociaciones e interpretaciones, respecto a algunos de los símbolos presentes en la propia imagen de un personaje como la Blancanieves, incluso las relaciones que se establecen a este nivel para con la propia tradición cultural cristiana, con la alusión a la manzana del pecado original, o el papel esperado dentro de su rol femenino, que le toca interpretar:

17 GIROUX, H. A. (2001): *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, p. 114.

18 ÁLVAREZ, B. (2011): *La verdadera historia de los cuentos populares*. Madrid: Ediciones Morata, p. 40.

Una manzana envenenada logra, en el tercer intento, el propósito de paralizar el futuro de la heroína. El paralelismo con el fruto bíblico es tan obvio que apenas merece otro comentario. La fruta de la tentación deja a nuestra bella convertida en otra hermosa durmiente. De nuevo, a la espera del hombre adecuado que habrá de convertirla en esposa, es decir, cumplir con su destino de mujer y, esta vez, a salvo también de la propia curiosidad de la niña.¹⁹

Este tipo de asociaciones, insistimos, no son responsabilidad de Lladró, pero sí que aparecen entre sus imágenes, derivado más bien de un imaginario cultural establecido en la mentalidad occidental, y que acaba por valorar la imagen, las apariencias, en función de equivocados valores de percepción moral y simplista, con categorías duales entre lo bello y lo feo, lo bueno y lo malo, lo femenino y los masculino, lo socialmente aceptable y lo socialmente rechazable. Se presenta una imagen en porcelana de lo deseable y lo indeseable en términos visuales.

Incluso en los casos en que esta dualidad, toma la forma aparente de la inversión de principios, en el

que lo feo toma las características de lo bueno y lo moral, el final siempre nos acaba demostrando que solamente se trataba de una disposición temporal, y por ello salvable, pero tan indeseable como el primer caso.

Un ejemplo paradigmático de este hecho serían, historias como la de la Bella y la Bestia, o la Bella Durmiente, explotada por Disney y esta última también representada por Lladró.²⁰

En este caso, las conexiones con Lladró van un paso más allá del propio Disney, ya que si hay alguien que precisamente ha convertido ese alegato exacerbado de los valores de la belleza asociada a una determinada imagen de la feminidad, esas son sin duda las porcelanas Lladró, que prefiguran en sí mismas la propia esencia, elevada al máximo escalón, de la representación visual y figurativa, de esa belleza "cuajada de bondad, virtud y sumisión."²¹ Las porcelanas Lladró representan sin duda esos valores convertidos y proyectados en imagen hiperbólica.

Por otra parte, Disney tratará de construir su propia visión de la historia, una historia edulcorada e

19 *Ibidem.* p. 100.

20 Referencia a la pieza en la web: [http://www.lladro.com/figuras/01007560-BAILE_DE_BELLA_DURMIENTE_\(P\)/](http://www.lladro.com/figuras/01007560-BAILE_DE_BELLA_DURMIENTE_(P)/)

21 ÁLVAREZ, B. (2011): *La verdadera historia de los cuentos populares*. Madrid: Ediciones Morata, p. 34.

idealizada a su medida bajo la finalidad de servir a sus propósitos comerciales, y por supuesto, políticos e ideológicos, ya que la ideología jamás está exenta de las actividades humanas, mucho menos de las culturales. No hay duda de que

Disney ha otorgado un nuevo significado a la política de la inocencia en su papel de narrativa encargada de dar forma a la memoria colectiva.²²

Lladró también construye su propia visión de la historia o responde a una determinada imagen histórica. La construcción de la imagen histórica que desarrolla Lladró, parte de una concepción política e ideológica bien definida pero que no responde tanto, a tratar de imponer o consolidar esa visión, aunque contribuya indirectamente a ello, sino que surge de una sincera asunción de esas posiciones y criterios ideológicos y políticos, que se plasman y desarrollan en sus imágenes.

Finalmente, acaba generando también una concreta forma de pedagogía y una constante y coherente narrativa de su visión del mundo, aunque, de menor alcance que la practicada por Disney, a la que hay que añadir la característica de ir destinada a un público infantil, y por tanto, completamente indefenso y carente del sentido crítico y discri-

minador que se le supone a un adulto, consumidor de las porcelanas de Lladró.

No obstante, en ambos mundos estéticos, la infancia tendrá un papel fundamental en la construcción final de sus narrativas. Esa estética de la inocencia no está realmente destinada a los niños en primera instancia, en el caso de Disney, y mucho menos en el de Lladró:

Ante todo, el niño –para estas publicaciones– suele ser un adulto en miniatura. Por medio de estos textos, los mayores proyectan una imagen ideal de la dorada infancia, que en efecto, no es otra cosa que su propia necesidad de fundar un espacio mágico alejado de las asperezas y conflictos diarios. Arquitecturan su propia salvación, presuponiendo una primera etapa vital dentro de cada existencia, al margen de las contradicciones que quisieran borrar por medio de la imaginación evasiva. La literatura infantil, la inmaculada espontaneidad, la bondad natural, la ausencia del sexo y la violencia, la uterina tierra de jauja, garantizan su propia redención adulta: mientras haya niños habrá pretextos y medios para autosatisfacerse con el espectáculo de sus autosueños. En los textos destinados a los hijos, se teatraliza y se repite hasta la saciedad un refugio

22 GIROUX, H. A. (2001): *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, p. 57.

interior supuestamente sin problemas. Al regalarse su propia leyenda, caen en la tautología: se miran a sí mismos en un espejo creyendo que es una ventana. Ese niño que juega ahí abajo en el jardín es el adulto que lo está mirando, que se está purificando.²³

En el mismo sentido, las imágenes de Lladró, evocan esas mismas pretensiones evasivas y puras, carentes de violencia, de sexo y de crítica, presentan ese refugio interior al que se refieren los autores en referencia a Disney. Esas pequeñas y frágiles figuras de Lladró, alejan al hombre contemporáneo de su propio mundo y lo acercan a sus sueños y fantasías infantiles, proyectadas en una utópica infancia deseada en el presente, pero que obviamente también se aleja de la propia infancia real vivida, es esa nostalgia kitsch, que tan bien plantea Celeste Olalquiaga en su ensayo.²⁴

Otro aspecto en el que parecen coincidir plenamente Lladró y Disney, es en el tratamiento y la utilización de los animales como seres antropomorfos, con vida y características plenamente humanas, o mejor dicho, infantilizadas. En el momento en el que surgen los cómics de Disney, la tendencia general era

la del cómic de aventuras repleta de héroes, aventureros y villanos, pero como afirma Gubern:

En los años treinta no todo fueron héroes épicos, como demostró la vivaz fauna antropomorfa dibujada surgida de la factoría de Walt Disney.²⁵

Los autores Dorfman y Mattelart argumentan de esta manera su posición respecto a la utilización de los animales en Disney:

Todos los intentos de Disney se basan en la necesidad de que su mundo sea aceptado como natural, es decir, que combine los rasgos de normalidad, regularidad e infantilismo. La justificación de las figuras de la mujer y del niño es, en efecto, que así son objetivamente estos personajes, aunque; según hemos visto, ha torturado implacablemente la naturaleza de cada ser al cual se acerca. En esto reside el hecho de que su mundo esté poblado de animales. A través de esto la naturaleza invade todo, coloniza el conjunto de las relaciones sociales animalizándolas y pintándolas (manchándolas) de inocencia. El niño tiende, de hecho, a identificarse con la juguetona bestialidad de los animales. A medida que el niño crece va comprendiendo que las características del

23 DORFMAN, A., & MATTELART, A. (1976): *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. México: Siglo xxi.

24 OLALQUIAGA, C. (2007): *El reino artificial. Sobre la experiencia kitsch*. Barcelona: Gustavo Gili.

25 GUBERN, R. (1997): *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16, p. 94.

animal (maduro) corresponden a algunos de sus propios rasgos evolutivos psicosomáticos. El ha sido, de alguna manera, como ese animal, viviendo en cuatro patas, sin habla, etc. Así, el animal es el único ser viviente del universo que es inferior al niño, que el niño ya ha superado, que es el muñeco animado del niño. Constituye además uno de los sitios donde la imaginación infantil puede desenvolverse con mayor libertad creativa; ya no es un secreto para nadie que muchas películas que han utilizado animales, tienen alto valor pedagógico, educando su sensibilidad y sentidos.²⁶

En el caso de Lladró, su propuesta estética plantea actitudes similares, que de una parte podrían derivar directamente de la influencia de la ya desarrollada estética Disney en los planteamientos creativos de los Lladró.

La potente iconografía Disney, intensamente difundida a través de los medios de comunicación, llegarán incluso a la atrasada y aislada España franquista, y la imaginería visual de unos jóvenes labradores, que ahora iniciaban su andadura profesional como empresarios ceramistas. Ningún ejemplo mejor que éste, para constatar la gran fuerza

mediática de las imágenes generadas por las industrias culturales, capaces de llegar a espacios y enclaves geográficos con un escaso desarrollo de esa cultura mediática, lo que genera una posición de poder cultural de carácter etnocéntrico.

Resulta paradigmática de esta actitud y de esta temprana relación entre Disney y Lladró, una pieza modelada por el propio Vicente Lladró en la inicial fecha de 1955, en la que aún trabajaban de manera modesta y como marca casi desconocida, en el pequeño taller de la casa materna de la calle San José del pequeño municipio valenciano de Almàspera.

La pieza, que ya nos presenta algunas de las características que definirán a la obra clásica de los Lladró, lleva por título *Ciervecillo y Conejo*²⁷, y por una parte es el ejemplo más claro de primitiva filiación de Lladró con Disney. La marca valenciana, asume desde sus primeros momentos, la iconografía y el simbolismo de Disney, difundido a través de los incipientes medios de comunicación masivos, ocultando, eso sí, su verdadero nombre. Esta joven y todavía artesanal empresa, no hubiera podido asumir los gastos de un reclamo de derechos de

26 DORFMAN, A., & MATTELART, A. (1976): *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. México: Siglo XXI.

27 Referencia directa a la pieza en la web: http://www.lladro.com/figuras/01000056-CIERVECILLO_Y_CONEJO/

imagen por parte de la ya poderosa corporación Disney. Aun así, la relación es tan absolutamente evidente, que nadie duda en identificar, reforzadas por los gestos, la boca abierta y el cruce de miradas, una conversación entre dos de los personajes más paradigmáticos de Disney y más bien acogidos como tema por Lladró, Tambor y Bambi, presentados en el largometraje *Bambi*, estrenado en 1942.

La imagen del cervatillo y el conejo, ahora como piezas independientes, y supuestamente desligadas de la filiación con Disney, se repetirá de manera constante en toda la producción Lladró, resaltando en todos los casos, los valores inherentes y humanizados, de los susodichos personajes de Disney, aunque ya no se haga referencia explícita a ellos. Lladró asume en este caso, y en general en una gran parte de su producción, imágenes conocidas y reconocidas masivamente en la cultura visual occidental, siendo así más fácilmente asimiladas, en lo que a lecturas se refiere, pero elige aquellas que por su naturaleza y características ligan con sus intenciones y su programa estético.

Hemos estado viendo las coincidencias o los elementos característicos entre estas dos industrias culturales de proyección internacio-

nal. Nuestra intención no es trazar una relación directa de asimilación de aspectos críticos de una a otra, aunque en algunos casos hemos visto posible y necesario hacerlo, es evidente que en otras cuestiones se puede trazar una mayor demarcación, que por comparación, nos permite una mejor comprensión de sus realidades.

Es evidente que Disney posee una gran capacidad de control en "el abanico de significados dentro de la sociedad²⁸" con una clara función pedagógica, dedicada sobre todo a un público infantil y mucho más frágil por tanto, susceptible e indefenso frente a estos mensajes y sus significaciones e implicaciones, como ya se ha indicado.

Lladró, en cambio, no puede aspirar de una manera tan poderosa, a un control e imposición pedagógica de carácter ideológico. Los medios y las formas que Lladró tiene a su disposición y que son inherentes a su propia naturaleza de producto objetual y materialmente concreto, frente a la inconcreción y ambigüedad de los productos Disney que son en sí mismos un propio medio, a través de los cuales se distribuyen sus mensajes simbólicos, no son suficientes para llevar de manera intensiva y constante un efecto pedagógico tan claro y multiplicador como

28 GIROUX, H. A. (2001): *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

el de la factoría Disney y sus todopoderosos medios de distribución y control de su imagen simbólica.

Aun con todas estas diferencias, llamémoslas de poder, no debemos cometer el error de detenernos en valorar únicamente la presencia de Lladró a través de contabilizar la posesión real de alguna de sus piezas. En este trabajo, estamos valorando sobre todo a Lladró en la medida de la proyección de imágenes simbólicas y estéticas que desarrolla y no tanto en su materialidad. Tratándose de una marca, conocida y reconocida en prácticamente todo el mundo, sus imágenes y sus figuraciones, forman parte del imaginario de la cultura popular, independientemente de que se posean o no estas piezas.

Aun no habiendo tenido jamás un contacto directo con una de ellas, estamos hablando de imágenes difundidas y percibidas a través de numerosos medios de comunicación, bien sea mediante la percepción de imágenes o campañas publicitarias de la marca o noticias, referencias y reportajes referentes a la misma, pero también mediante la transmisión de percepciones.

En los últimos años, según informaciones del propio Juan Lladró,²⁹ es la compañía Disney la que pretende que Lladró fabrique para ellos piezas de porcelana de sus personajes más emblemáticos, generando un nuevo tipo de merchandising de un más alto nivel técnico y de acabado, dando la vuelta a esos primeros intentos de escarceo directo con los personajes y el mundo Disney que los Lladró desarrollaron en sus inicios.

3. EL INFLUJO DE LA ESTÉTICA DE LA INOCENCIA EN PORCELANA, EN LA FALLAS DE VALENCIA

Este múltiple camino de consolidación de la estética de la inocencia, que confluye en Disney y en Lladró, acabará también por tener una influencia negativa en una estética con una gran dosis de originalidad esperpéntica, como las esculturas de cartón piedra de las fallas de Valencia. Estas se verán sumidas en un proceso de "dulcificación" de sus modelos estéticos, hacia formas directamente vinculadas con este preciosismo en porcelana, acabando por destruir la original visión satírica y esperpéntica de las fallas³⁰

29 Transcripción de entrevista que se puede consultar en RAMON, R. (2012): *Lladró: Análisis de la creación cultural de una estética. De la tradición industrial de la cerámica valenciana a la recepción social de la marca*. (Tesis Doctoral Inédita), Universitat de València, Valencia.

30 Una visión crítica que tendrá sus altibajos en la historia a través de los mecanismos del poder para controlarla, aspectos muy bien estudiados por los trabajos de ARIÑO, A. (1992): *La ciudad ritual. La fiesta de las fallas*. Barcelona: Anthropos y de Hernández, G.-M. (1996): *Falles i franquisme a València*. Catarroja: Afers.

por la inocente y frágil sensación de las porcelanas, y creando lo que ya viene en llamarse como las Fallas Lladró.

En el caso de las Fallas, partimos de un producto local, que aparentemente comparte mayores nexos sociales, culturales e históricos con Lladró que la Corporación Disney, el producto o la industria cultural valenciana con, probablemente, mayor repercusión mediática e internacional, que genera y ayuda a construir junto a Lladró, una determinada imagen de lo valenciano en el mundo contra la que es difícil competir, la fiesta de las fallas de Valencia.

Ricard Huerta ya percibió con gran clarividencia esta relación entre la propia marca Lladró y el fenómeno cultural de las fallas de Valencia, asumiendo para ambos su consideración como industrias culturales, y la convirtió en objeto de estudio:

Ante la producción cultural basada en bienes de consumo tiene sentido hablar de "industria cultural," aunque no contenga todos los elementos peyorativos que Adorno quiso infundirle a este concepto. Desde una perspectiva autóctona, revisando las peculiaridades del País

Valenciano, podríamos analizar y actualizar esta idea de industria cultural refiriéndonos a dos manifestaciones muy arraigadas en la iconografía vinculada al contexto valenciano. Se trata de dos productos que ostentan el etiquetado "made in Valencia" y que podemos plantear desde la perspectiva de una serie de cualidades y rasgos definitorios que las emparentan.³¹

Así mismo, establecía estas relaciones de parentesco a través de asociaciones grupales, que comentaban por una parte, en el reconocimiento internacional de ambas industrias, aspecto indiscutible y en el que nos mostramos totalmente coincidentes.

Por otra parte, se centra en el análisis de la materia base en que cada una de éstas se desarrolla, el cartón en el caso de las fallas y el barro cocido en Lladró. A continuación, veremos como esa relación de materiales distintos y alejados acababan confluyendo en una apariencia, o simulacro en terminología de Baudrillard,³² sobre todo en referencia al papel de las fallas en su persistente y progresiva aproximación a la materia propia de Lladró.

Posteriormente, el autor continua su clasificación comparativa hacien-

31 HUERTA, R. (2005): "Lindes creativos en educación artística y medios de comunicación". En Marín R. (Ed.), *Investigación en educación artística*. Granada: Universidad de Granada y Universidad de Sevilla. pp. 421-448.

32 BAUDRILLARD, J. (1978): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.

do hincapié en los usos, atribuyendo un uso festivo y localista a las Fallas y una acepción mucho más centrada en lo artístico y la valoración social de prestigio que acompaña al propio valor de la marca Lladró, en referencia a su presentación como objeto de arte. En ambos casos, el estilo o modelo estético presente en ellos es el del kitsch, asumido como un modo de presentación o de representación estética.

En este sentido, la cuestión del kitsch, aplicado a ambos universos estéticos, Lladró y las Fallas, ha de ser entendido, como una coincidencia parcial de ciertos elementos estilísticos, que podemos incluir dentro de lo que hemos convenido en llamar, como el estilo kitsch, pero más allá de eso, nos interesa mucho más como nos relacionamos y percibimos en nuestro entorno cotidiano, con estos fragmentos de cultura visual.

Si la característica esencial del discurso narrativo de Lladró, es precisamente la ausencia de contenido crítico, el tradicional discurso fallero se jacta en ocasiones de ser expresión viva de la feroz crítica popular hacia acontecimientos y personajes públicos, nada más lejos de la realidad.

Esta supuesta crítica fallera, cada vez, obviamente más controlada, estuvo presente en los primeros años de la expresión festiva, pero fue rápidamente neutralizada, convertida en un simulacro de crítica, en una crítica tan simplista, vacía e inocua que se acaba convirtiendo en una

amable caricatura al servicio de la exaltación de un poder, que acaba presumiendo de ello.

Las críticas más feroces, se dirigían siempre hacia aquello que amenazaba los sistemas establecidos, bajo una perspectiva reaccionaria y conservadora, hacía colectivos sociales que ponían en peligro esas estructuras como las mujeres, tratadas en multitud de ocasiones como puro objeto sexual y bajo unos roles muy establecidos y los homosexuales, probablemente el colectivo más vilipendiado por los ninots de fallas. Hay una total ausencia de una crítica rigurosa, seria y real en las fallas, salvo contadas excepciones militantes, que acaba llevando a las mismas al camino del kitsch amable, conformador y estabilizador, primero conceptualmente, y poco a poco confluyendo en un mismo modelo estético y estilístico hacia los modelos impuestos por Lladró.

Se trata de un proceso que llevará a lo que ya se conoce como las fallas Lladró. Una estética que domina actualmente en algunos de los grandes monumentos falleros y en la política de premios de los últimos años del siglo xx hasta el presente, donde el preciosismo porcelanístico de Lladró se ha acabado imponiendo al esperpento expresionista tradicional.

Son muchos los nexos y los aspectos que unen a Lladró con las fallas, y es necesario ponerlos en relación, porque ambos son dos aspectos importantes de la cultura

visual valenciana, incluso yo diría que del imaginario visual colectivo del ámbito local valenciano, íntimamente ligado a una imagen costumbrista o etnográfica, que hunde sus raíces en el arte y la cultura popular decimonónica, pero que se vehicula y estructura a lo largo del siglo xx.

La pintura académica, Sorollista y postsorollista, las fallas y Lladró, contribuyen a forjar a lo largo del siglo xx una determinada imagen mediática de la cultura popular valenciana, atribuyéndose en ocasiones valores de cierto esencialismo localista. Es hasta tal punto evidente esta relación, que incluso el propio José Lladró, en una publicación reciente reconocía la situación, aunque sin entrar a valorar demasiado el asunto, escribía lo siguiente:

Alguien ha señalado también –no hace mucho– una relativa influencia del espíritu fallero, tan propio de nuestra tierra, en el proceso de creación. No estoy seguro de que siquiera fuésemos demasiado conscientes de ello, pero tampoco me siento inclinado a discutirlo, entre otras razones porque es verdad que algunos de nuestros primeros colaboradores en el plano artístico-creativo compaginaban su dedicación con aportaciones relevantes a la efemérides valenciana por excelencia: las Fallas que cada mes de marzo, en tomo a la festividad

religiosa de San José, congregan miles de visitantes en la capital de nuestra Comunidad, atraídos por una muestra sin parangón y de indudable fama mundial. Es probable, pues, que exista esa influencia.³³

Prácticamente todas las fiestas populares, poseen una profunda representación de carácter visual que se desarrolla en los entornos públicos y los espacios cotidianos de la vida urbana o rural, habitualmente en las calles o en espacios e instalaciones de carácter cívico o religioso, abiertas a la comunidad social que desarrolla ese acto festivo.

Esto convierte a las manifestaciones festivas, en todo un referente dentro de la cultura visual de la colectividad social a la que representa, ya que este componente visual es también un componente de identidad propia, de representación e identificación de una historia de vida y una cultura compartida, que se manifiesta públicamente en el cenit de la celebración festiva y en el arte popular producido en el marco de esa fiesta. En ocasiones, el propio arte popular se convierte en el protagonista esencial de la fiesta, así sucede en el caso de las fallas de Valencia.

Las fallas, entendidas ahora únicamente como el objeto material o monumento, poseen en la actualidad una estética determinada muy

33 LLADRÓ, J. (2006): *El legado de Lladró*. Madrid: IID, pp. 23-24.

definida y característica, que ha acabado por imponerse como una losa dogmática, una cierta dictadura estética que impide, salvo muy contadas excepciones, cualquier atisbo de cambio, innovación o reconducción creativa. Quizá por miedo a poner en peligro las estructuras estables de una fiesta, que se ha convertido en una rígida institución, rompiendo por completo con esa primitiva creación espontánea popular de sus orígenes, a la que hacíamos referencia. No hay que olvidar tampoco que es en la actualidad toda una estructura económica y de atracción turística de primer orden, entramado temeroso de que cualquier atisbo de cambio pueda poner en peligro también esta estabilidad económica e industrial y que responde a un determinada aceptación comercial, tal y como sucede con el propio Lladró y que vincula ambos mundos a la industria cultural.

Actualmente, la fiesta fallera, ha alcanzado límites insospechados respecto a su difusión, crecimiento e importancia social y económica, convertida en un potente motor turístico de la ciudad, que como hemos visto lastra cualquier intento de cambio y perpetua unos modos y formas de hacer, que distando mucho de ser completamente negativos, tienen unas posibilidades inmensas de desarrollos culturales, en nuestro caso

artísticos, que son constantemente desaprovechadas.

Este arte popular, a diferencia de otras muchas manifestaciones de estas características, se estructura a través de toda una potente industria cultural que genera un enorme movimiento de capital económico, entorno a la institución conocida como el gremio de artistas falleros³⁴, una asociación de carácter profesional que no hace más que corroborar el proceso por el cual las fallas pasan de ser expresión popular de colectivos de vecinos, a una práctica profesionalizada de carácter industrial. Una industria cultural por tanto, una arte de masas, en este caso no producido por el pueblo, sino para el pueblo.

El caso de Lladró es similar también en estos aspectos, se trata de un producto de la cultura de masas, producido de manera industrial, con la finalidad de la obtención de beneficios económicos, dirigido a la satisfacción de un público mayoritario, tratando de satisfacer esos criterios de gusto popular, para tratar de que sus piezas de cerámica sean adquiridas por el mayor número posible de personas, aumentando su producción y sus ingresos. De la misma manera, el artista fallero obtiene prestigio a través de los premios, lo que le permite aumentar su producción, su trabajo tendrá mayor

34 ARIÑO A. (Dir.). (1993): *Los escultores del fuego. Aproximación a la historia del gremio artesano de artistas falleros de Valencia*. Valencia: Diputación de Valencia.

demanda, por lo que el valor de su trabajo y su producción aumentará.

El tipo de producción y elaboración también posee en ambos casos características comunes y similares respecto a lo que podríamos llamar una industrialización de tipo artesanal, o una industrialización de modelos artesanales. En ambos casos, la imagen, la figura, se construye con un previo modelado en arcilla, después de un proceso de esbozos, estudios y dibujos previos. A partir de este modelo en arcilla, se obtiene el molde que permite obtener varias piezas o figuras en serie, aunque el material y el destino sean diferentes.

En el caso de Lladró, el material se exalta, se muestra como parte esencial de la obra, elevado a elemento de identificación fundamental, de significación, de valor añadido, por su consideración como material anclado en toda una tradición histórica y en su propia nobleza³⁵.

Las fallas, en cambio, tratan de ocultar su aspecto material, la bajeza del mismo, y en su estadio "ideal" pretenden aproximarse lo más vivamente posible a la materia en la que están desarrolladas precisamente, las piezas de Lladró, la porcelana. Simular el preciosismo y la textura material de la porcelana, con el papel y el cartón, es una práctica perseguida y alabada por el público, "semblar una figureta de

Lladró" es una expresión que todavía hoy se puede escuchar vivamente, a poco que uno preste atención, entre los visitantes de los grandes monumentos falleros, –aquellos que suelen llevarse el beneplácito del jurado– durante el mes de marzo, y que no solo hace referencia a la delicadeza y similitud estética, sino sobre todo a la cuestión del material proyectado como imagen de valor.

Esto nos da idea de hasta que punto la porcelana y la imagen Lladró ha calado en el tejido social popular de los valencianos, y hasta que punto la confluencia entre Lladró y las fallas, se produce de manera efectiva en la cultura visual popular de la ciudad, e incluso más allá de las fronteras locales y culturales.

La cuidadosa y delicada técnica final, previa a la aplicación de la pintura, nos da idea de la importancia que ha tenido la obtención de una textura visual lisa, cercana a la fría suavidad de la porcelana, en las fallas.

De cualquier manera, una vez dada la última pasada de cola de conejo, se debe proceder al lijado de la figura. Se trata de un trabajo delicado de pulido que elimina posibles rugosidades y coágulos. Hay que dejar la superficie completamente lisa, "que quede como un cristal", muchos artistas y especialistas en fallas afirman que según la

35 Remito a la obra DIVIS, J. (1989): *El arte de la porcelana en europa*. Madrid: Libsa, para corroborar la importancia simbólica e histórica de la porcelana como materia.

calidad obtenida en esta operación de escatata así será el resultado de la falla.³⁶

Obviamente, esto sólo se consigue como efecto, a través de medios de simulación cada vez más eficaces, a través del uso de nuevos materiales y medios, y la aplicación de pinturas de mayor calidad, que consiguen disimular o hacer desaparecer por un momento la realidad del material del cartón piedra o el tan utilizado en los últimos años, poliuretano, con el que se obtiene un mayor efecto de imitación.

De esta manera se completa un ciclo de retroalimentación entre Lladró y las fallas, si tenemos en cuenta que algunos escultores y colaboradores de Lladró desde sus inicios, como el más importante de sus artistas Fulgencio García, también fueron asiduos colaboradores de los monumentos falleros, con lo que su huella personal aparecerá en ambos mundos por igual. El proceso se ha invertido, y Lladró es ahora el que posee el preciosismo y sobre todo el prestigio a imitar como modelo de una determinada perfección estética, que tiene mucho que ver con una cuestión técnica y de acabados, cuestionable o no pero en cualquier caso elaborada y legítima desde sus planteamientos, y

de una valoración y reconocimiento social internacional.

Son aquellas fallas que cuentan con mayores medios técnicos, con mayor presupuesto y posibilidades, las que acaban conquistando los grandes premios del jurado, precisamente por su capacidad en imitar en cierto modo las formas y el estilo de acabado purista y delicado tan característico y único de las piezas Lladró, con un acabado técnico insuperable e imbatible en porcelana, –esto es incuestionable– en todo el mundo, aunque puedan ponerse en cuestión sus temas y sus propuestas estéticas y por tanto su aportación pedagógica.

Solo contamos con la excepción, en el mundo de las fallas, de los simbólicos premios a la innovación, que parecen más destinados a cubrir un cierto expediente de modernidad que a una asunción real de nuevos medios y modelos estéticos, que tienen muy poca y aceptación por parte del público todavía hoy, lo que podría poner en peligro la propia estructura económica de las fallas. En este aspecto, Lladró y las fallas también son coincidentes, ambas industrias plantean un producto de consumo estético masivo, adaptado al gusto popular. La fallas pretenden atraer un mayor número de

36 ARIÑO, A. (1993): "Los procesos productivos." En ARIÑO, A. (Dir.), *Los escultores del fuego. Aproximación a la historia del gremio artesano de artistas falleros de Valencia*. Valencia: Diputación de Valencia, p. 147.

visitantes, aumentando sus ingresos por entradas, y por publicidad de marcas que quieren estar presentes cerca del monumento, Lladró, a través del aumento de las ventas finales y por tanto de los beneficios económicos obtenidos.

En ambas industrias, el grueso masivo de su producción se orienta a contentar las aspiraciones de disfrute estético esperadas por la gran masa de población o de consumidores estéticos masivos, pero ambas industrias mantienen una pequeña porción de su producción estética, reservada a satisfacer la necesaria etiqueta de modernidad y artísticidad, entendida en los términos de la institución arte, con ciertas concesiones a fallas innovadoras o con la creación, en el caso Lladró, de obras de un "mayor o elevado nivel estético" dentro de lo que se viene en llamar en los círculos de la ceramología como la cerámica de arte.

Pero en ambos casos, se trata de imágenes aisladas, anecdóticas, en el sentido de que no son percibidas como propias y esenciales de la imagen que obtenemos al pensar en Lladró o en las Fallas. Son admitidas como una rareza que sirve para justificar su filiación, y así poder utilizar el apelativo artístico, con un cierto beneplácito de la institución arte.

Como estamos viendo, la relación de Lladró con las fallas se ex-

tiende a muchos ámbitos: económicos, sociales, culturales e incluso en cierto modo, políticos, pero también en los aspectos personales. Ya hemos hecho referencia a la faceta del gran escultor, para algunos, incluido el propio Juan Lladró y algunos de sus primeros colaboradores, responsable parcial del inicial éxito de los Lladró, Fulgencio García, que fue un asiduo colaborador de las fallas trabajando en el taller del gran maestro Vicente Luna.

Otro caso similar es el del artista fallero Juan Huerta, que procede directamente del mundo de las fallas y acabó convirtiéndose en uno de los artistas más destacados de Lladró:

Tras haber hecho historia y escuela convirtiendo el "ninot" en figura, al ser el primero en vestirlos al completo de cartón, el maestro plantó en el Pilar su última falla como artista fallero (las dejó para trabajar en Lladró).³⁷

En tiempos más recientes encontramos artistas más jóvenes que continúan esa tradición de relación entre las dos industrias culturales valencianas, como Miguel Santaualia, autor de algunos de los monumentos falleros más premiados e importantes de los últimos años.

Como vemos, las coincidencias y relaciones no se basan en meras especulaciones, sino que la filiación

37 Texto que se puede consultar completo en: <http://www.falladelpilar.com/artistas.php>

y la relación existe y es muy clara. Resulta paradigmático de esta relación, en el gusto y la estética de ambos mundos y como son percibidos, la circunstancia de que entre las consideradas como diez mejores fallas de la historia por una de las publicaciones de más difusión e importancia del mundo fallero, *El Turista Fallero*,³⁸ aparezcan en la mayoría de ellas, los nombres de algunos de los principales escultores de la firma de porcelanas Lladró.

Monumentos como la Falla de la Plaza del Doctor Collado, del año 1960 obra de Salvador Debón, la Falla Convento Jerusalén del año 1964 obra de Juan Huerta, la Falla de la Plaza de Na Jordana del año 1975, obra de Julián Puche, el padre de José Puche, uno de los escultores de referencia de la marca Lladró, la Falla del propio Ayuntamiento de Valencia del año 1975 obra del taller de Vicente Luna que contaba entre uno de sus máximos colaboradores al escultor quizá más importante en el futuro y los éxitos e inicios de Lladró, Fulgencio García y la Falla Na Jordana de 1997, obra de Miguel Santaaulalia.

Para comprobar más intensamente la relación y los nexos de unión que se establecen entre Lladró y las Fallas, en el pensamiento y el imaginario de una gran parte de la población, podemos rastrear a través de una búsqueda en internet,

teniendo en cuenta que la difusión de los blogs y gracias a la firma con pseudónimos, donde el autor puede disfrutar de un cierto anonimato, permiten valorar muchas opiniones sinceras y críticas respecto a cualquier realidad social, mucho mejor que las opiniones en medios tradicionales, donde siempre existen intereses a los que hay que responder.

El texto de un primer blog de autor anónimo, nos permite vislumbrar mejor como la percepción de ese proceso de cambio y asimilación de nuevos postulados estéticos llega también a los observadores anónimos que están viendo en los últimos años una mayor aproximación y vinculación de las fallas más importantes, al modelo de perfección técnica de Lladró. Escribe el autor o autora en su blog :

Desde hace unos 10 años, las Fallas se caracterizan por la ausencia de "ingeni i gràcia". Perdón, corrijo: las Fallas grandes, las de empaque, las de duros que se llevan todos los premios y continua unas líneas más abajo se han convertido en monumentos. Sin más. Preciosos, grandes, con una factura que para sí la quisieran las figuritas de Lladró pero sin alma³⁹.

En este caso, se llega incluso a afirmar que acaban superando en "factura" a las mismas porcelanas Lladró. Aun así, el autor de la crítica no puede dejar de hacer un gui-

38 *El turista fallero*. (2009): N° 68. Valencia.

39 Se puede consultar en la web: <http://ytodolodemastambien.wordpress.com/2009/03/19/>

ño a favor de estas últimas porque poseen “alma” de la que están carentes las fallas objeto de su ira. El texto continua haciendo hincapié en esta relación:

Desde hace unos 10 años los artistas falleros parece que se postulan como directores artísticos de la línea “élite” de la fábrica de porcelana china sita en Tavernes, desde las líneas estilizadas de sus “ninots” y la ausencia de humor y/o crítica⁴⁰.

Otro comentario similar lo podíamos encontrar en el blog El Analista Fallero:

Llevábamos un tiempo en el que en las fallas infantiles predominaba el preciosismo, el estilo Lladró y la “ñoñería” que tanto calaba entre el público adulto; justo el colectivo hacia donde no debía dirigirse el mensaje.⁴¹

Y para poner un último ejemplo y no extendernos en una lista podría ser mucha más extensa de impresiones estéticas respecto a las fallas de los últimos años acabamos con esta opinión de Toni Fornés, en la web de la Falla Santa María Micaela:

Creo que con estos dos museos solo faltaría darle más bombo al que tiene Lladró en Tabernes y publicitarlo para que, aunque excesas

de brillo, ellos hacen mucho mejor las figuritas de reducido tamaño, bueno parece que les gusta también el mate y las fallas pues últimamente se ven muchas en la exposición del ninot, sección especial infantil.⁴²

4. CONFLUENCIAS ESTÉTICAS Y TRANSFORMACIONES NARRATIVAS

Hemos desarrollado un recorrido por algunas de las confluencias, que van más allá de lo estético y se vinculan a lo cultural y a lo político, entre tres industrias culturales de primer nivel, muy diferentes entre sí, pero constructoras y definidoras de un modelo visual común, que hemos convenido en llamar como la estética de la inocencia.

Un modelo estético, vinculado al kitsch, en el sentido que se le otorga a este de ocultar, o mostrar solo una visión exenta de problemas de la realidad, mediante una idealización extrema y exasperante de determinados valores de belleza narrativa y visual. Lo encontramos, en su máximo exponente, en una gran parte de la producción de la factoría Disney, especialmente en la serie de largometrajes de animación y en la propia postura ideológica de sus parques de atracciones, vendidos

40 *Ibidem*.

41 Se puede consultar en la web: <http://elanalistafallero.blogspot.com.es/2009/03/golpe-encima-de-la-mesa.html>

42 Se puede consultar en la web: <http://www.santamariamicaela.com/blog/2007/02/15/el-museo-de-cera-toni-fornes/>

como espacios de felicidad, pureza e inocencia.

Este modelo encuentra acomodo y articulación, en las frágiles figuras de porcelana de una industria valenciana, que conseguirá generar todo un programa estético de enorme coherencia, entorno a la idea de la inocencia kitsch, ayudado por la propia presencia simbólica de la materia, que en este caso, juega un papel esencial como elemento significativo. Las porcelanas de Lladró, se constituyen en uno de los hitos esenciales de la creación y consolidación de esa estética de la inocencia llevada al extremo, en todo el conjunto de su producción figurativa, y construida como un programa narrativo que se asocia directamente a la propia estética de la marca.

En el artículo hemos desgranado algunas de las implicaciones ideológicas y políticas, y las narrativas visuales y pedagógicas que se esconden detrás de este modelo estético. Especialmente, hemos explorado las intersecciones que se producen entre distintos fenómenos y productos de la cultura visual contemporánea, que acaban por configurar una estética común, y construir también una pedagogía visual común, que se ha sometido a examen crítico por las implicaciones ideológicas que representa, a través de la narrativa visual que plantean todas estas producciones culturales.

Hemos sometido a examen crítico, este modelo estético y especialmente se han estudiado las re-

laciones de transferencia de las propuestas visuales, hacia diferentes formas de representación. Del cine y la industria del entretenimiento, a la porcelana figurativa y decorativa, y de cómo, a partir de esta última, el poder de las imágenes y las propias relaciones laborales y personales entre dos industrias, la cerámica y el gremio de artistas falleros, consigue transformar por completo el desarrollo estético de una fiesta de repercusión también mundial, las Fallas de Valencia, cuya esencia se basaba en la crítica social, y a ello respondía su estética, en una acaramelada imitación de los modelos de la estética de la inocencia, consolidada por las porcelanas de Lladró.

BIBLIOGRAFÍA

AGIRRE, I. (2005): *Teorías y prácticas en educación artística. Ideas para una revisión pragmatista de la experiencia estética*. Barcelona: Octaedro.

ÁLVAREZ, B. (2011): *La verdadera historia de los cuentos populares*. Madrid: Ediciones Morata.

ARIÑO, A. (1992): *La ciudad ritual. La fiesta de las fallas*. Barcelona: Anthropos.

ARIÑO A. (Dir.). (1993): *Los escultores del fuego. Aproximación a la historia del gremio artesano de artistas falleros de Valencia*. Valencia: Diputación de Valencia.

ARIÑO, A. (1993): "Los procesos productivos." En ARIÑO, A (Dir.), *Aproximación a la historia del gremio arte-*

- sano de artistas falleros de Valencia. Valencia: Diputación de Valencia.
- BAUDRILLARD, J. (1978): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- BORREGO, V. (1993): "La estética de las fallas". En ARIÑO, A. (Dir.), *Los escultores del fuego. Aproximación a la historia del gremio artesano de artistas falleros de Valencia*. Valencia: Diputación de Valencia.
- BORREGO, V. (1996): "El vessant estètic." En ARIÑO, A. (Dir.), *La festa de les falles*. València: Consell Valencià de Cultura.
- BOZAL, V. (Ed.). (2000): *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*. Madrid: Visor.
- COSTA, J. (2007): "Disney como enfermedad venérea: Ficciones usurpatorias en el subsuelo de una utopía kitsch." En DOMÍNGUEZ V. (Ed.), *Pantallas depredadoras: el cine ante la cultura visual digital, ensayos de cine, filosofía y literatura*. Oviedo: Universidad de Oviedo, pp. 5-18.
- DIVIS, J. (1989): *El arte de la porcelana en Europa*. Madrid: Libsa.
- DORFMAN, A. & MATTELART, A. (1976): *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. México: Siglo XXI.
- FREEDMAN, K. (2002): "Cultura visual e identidad." *Cuadernos de Pedagogía*, 312, pp. 59-61.
- FREEDMAN, K. (2006): *Enseñar la cultura visual. Currículum, estética y la vida social del arte*. Barcelona: Octaedro.
- GIROUX, H. A. (1994): *Placeres inquietantes. Aprendiendo la cultura popular*. Barcelona: Paidós.
- GIROUX, H. A. (2001): *El ratoncito fe-roz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- GUBERN, R. (1997): *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16.
- HERNÁNDEZ, G.-M. (1996): *Falles i franquisme a València*. Catarroja: Afers
- HUERTA, R. (2005): "Lindes creativos en educación artística y medios de comunicación". En MARÍN R. (Ed.), *Investigación en educación artística*. Granada: Universidad de Granada y Universidad de Sevilla. pp. 421-448.
- LLADRÓ, J. (2006): *El legado de Lladró*. Madrid: LID.
- LLADRÓ, J. (2002): *Pasajero de la vida: recuerdos y opiniones de un emprendedor*. Barcelona: Editorial Planeta.
- LLADRÓ, V. (2010): *Así lo viví y así lo cuento*. Memorias. Valencia.
- MIRZOEFF, N. (2003): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- OLALQUIAGA, C. (2007): *El reino artificial. Sobre la experiencia kitsch*. Barcelona: Gustavo Gili.
- RAMON, R. (2012): *Lladró: Análisis de la creación cultural de una estética. De la tradición industrial de la cerámica valenciana a la recepción social de la marca*. (Tesis Doctoral Inédita), Universitat de València, Valencia.

RORTY, R. (1991): *Contingencia, ironía y solidaridad*. Barcelona: Paidós.

STOREY, J. (2002): *Teoría Cultural y Cultura Popular*. Barcelona: Octaedro.

VV. AA. (2003): *The Lladró Authorized Reference Guide*. Moonachie (USA): Lladró Comercial.

WALKER, J. A., & CHAPLIN, S. (2002): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Octaedro.