



**Lladró: análisis de la creación
cultural de una estética. De la
tradición industrial de la cerámica
valenciana a la recepción social de
una marca.**

Autor: Ricard Ramon Camps

Director: Dr. Ricard Huerta Ramon

Tesis Doctoral. 2012.

Programa Arte y Filosofía.

Àrea d'Estètica i Teoria de l'Art.

Facultat de Filosofia de la Universitat de València

Agradecimientos.

En el apartado de agradecimientos, tengo que hacer referencia en primer lugar al profesor Doctor Ricard Huerta, que ha dirigido la tesis con una especial atención durante todos estos años, interesándose por el tema y el proceso desde el principio, corrigiendo errores y omisiones, enfoques, planteamientos y puntos de vista metodológicos, dedicando mañanas enteras de su tiempo a escuchar con atención mis formulaciones y conclusiones y aportar una salida frente a los habituales encuentros de bifurcación y caminos cerrados en los que uno se va encontrando en el proceso de una investigación. Muchas gracias sinceras, ya desde la amistad fraguada a través del compromiso común con la investigación del arte, sin ese encuentro personal, su dedicación y su profundo interés hacia mi trabajo, esta tesis no hubiera sido posible.

Agradecer también a todos los miembros del grupo de investigación CREATIVA, Arte, Educación y Filosofía, de la Universidad de Valencia, con los que comparto intereses intelectuales y personales, esfuerzos y direcciones comunes, sus múltiples aportaciones, que directa o indirectamente han ido abriendo caminos en la labor y el desarrollo de mis investigaciones, y que muchas veces han sido compartidas, sobre todo entre los que luchaban también por la consecución de sus proyectos de tesis doctorales en realidades tangibles y conclusas. Especialmente, de nuevo a Ricard Huerta, a Loli Soto, Marc Ribera, Paloma Rueda, Marce Maza y Nuria Jimeno.

No puedo olvidar tampoco el papel de personas que forman parte de esta investigación casi como objeto de estudio, como el propio Juan Lladró, que me concedió amablemente una entrevista y me facilitó mis labores dentro de la empresa, a Vicente Lladró por facilitar también el camino de mis investigaciones en la empresa, a Daniel Sánchez, que además de compartir mi amistad me brindó ayuda inestimable y me facilitó textos y contactos dentro de Lladró, a Pilar García y Ma-

ría Ángeles Ferrer, de Lladró, por colaborar a mis llamamientos de información, y sin ninguna duda, y muy especialmente a Carmen Tarín Directora del Museo Lladró, que ha sido en todo momento, un puente de unión entre los intereses académicos y de investigación estética y cultural y los propios intereses de la empresa privada, y que se han conciliado e hilado a la perfección. Desde un primer momento Carmen escuchó y se interesó con una atención exquisita, por mi proyecto, abriendo todas las puertas necesarias y favoreciendo muy positivamente el desarrollo de la presente tesis.

Tampoco puedo olvidar a personas como José Ramón Montañana, por ser un mediador imprescindible en las entrevistas personales, de nuevo a Juan Lladró, Vicenta Montañana y Manuel Hurtado por ceder parte de su tiempo para mis entrevistas y ofrecer perspectivas diferentes y desde dentro del propio Lladró, como personas que en su día jugaron un papel importante en la empresa, y abrir las puertas de sus inmensas colecciones personales de piezas Lladró.

En esta historia de encuentros múltiples, que toda investigación supone, afortunadamente sin ningún desencuentro, un último y definitivo encuentro, con el contundente y exquisito marco del Museo Lladró como escenario, supuso el empujón necesario y definitivo para el abordaje final y la conclusión de la presente tesis doctoral. Nunca olvidaré la conversación, tanto por el ánimo y el empuje que me dieron en ese momento y que obviamente necesitaba, y especialmente por la confianza y el valor mostrados hacia mi trabajo, que Ricard Huerta, director de la presente tesis, Germán Navarro, profesor de historia medieval de la Universidad de Zaragoza, y la propia historiadora del arte y directora del Museo Lladró, Carmen Tarín, me ofrecieron ese día, muchas gracias sinceras y profundas.

Y ya en el ámbito más estrictamente personal, como no, un agradecimiento y dedicatoria muy especial a mi mujer. Cualquiera que se haya dedicado de una manera profunda y seria, yo diría incluso que en mi caso, como en casi todos los casos sucede, de manera vocacional y pasional, hacia la investigación seria y

rigurosa, sabe los esfuerzos y sacrificios que a un nivel personal y familiar supone la consecución de un trabajo de estas características. Son incontables las horas y el espacio de tiempo material que uno sacrifica de su tiempo personal. Son incontables las horas dedicadas a compartir deseos, esfuerzos, frustraciones y éxitos con la persona que comparte tu vida en el desarrollo de una investigación profunda. Se trata por tanto casi de un caso de justicia necesaria y obligada, hacer público este agradecimiento profundo y esta dedicatoria, hacia esa persona con la que he compartido momentos de vida y momentos también de gran dureza personal, durante el proceso de investigación y redacción de esta tesis. A Lupe y a mi adorado hijo Adrià está especialmente dedicada esta tesis.

Índice general

1. Introducción.	3
2. Metodología.	11
3. Precedentes históricos.	28
4. La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.	34
5. Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.	44
6. El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.	65
6.1. La presencia en los museos.	70
6.2. El museo y colección Lladró.	80
7. Industria Cultural.	83
7.1. Lladró como objeto estético y elemento de valor social.	86
7.2. La reproductibilidad industrial y el aura.	95
8. Entre la belleza y el kitsch.	107
8.1. La búsqueda de la belleza ideal y moral.	107
8.2. Respecto a la consideración del kitsch.	111
8.3. El contenido crítico.	115
8.4. El buen y el mal gusto y lo cursi.	117
8.5. Arte, cultura popular y arte de masas.	122
8.6. El caso Jeff Koons, Lladro y la estética camp.	134

Índice general

8.7. Cuestionando los valores del kitsch.	141
9. Recepción en torno al gran arte.	150
9.1. Lladró y la internacionalización del costumbrismo valenciano.	150
9.2. La colección pictórica Lladró y su relación con la cerámica propia.	165
9.3. El gran arte como referencia legitimadora.	178
10. La imagen percibida de Lladró.	205
10.1. La materia estructurada como imagen.	205
10.2. La historia como referente.	213
10.3. Género y clase. Imágenes de la masculinidad, la feminidad y la distinción social en Lladró.	231
10.4. Lo exótico y lo otro, etnocentrismo y estereotipos proyectados.	271
11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.	284
11.1. Lladró y Disney, los universos de la inocencia.	284
11.2. Lladró y las fallas de Valencia.	299
12. Conclusiones.	319
A. Apéndice de Entrevistas.	339
A.1. Entrevista con Juan Lladró Dolz.	341
A.2. Entrevista con Manuel Hurtado.	349
A.3. Entrevista con Vicenta Montañana.	357

1. Introducción.

Esta tesis doctoral, surge tras todo un proceso de evolución personal y formativa, que con los años me ha llevado a una línea centrada en el interés en mis investigaciones y en mi consideración del arte y la cultura, muy cercana a la concepción de aquello que denominamos y entendemos como cultura visual.

Tras una primera formación universitaria como historiador del arte, y algunas investigaciones centradas en aspectos y metodología propias de esta disciplina, *Almàssera espacios de arte y arquitectura* (2003) y *Antonio Cortina y Farinós* (2003), mis intereses se van centrando cada vez más en cuestiones enmarcadas en lo que tradicionalmente viene en llamarse como arte o cultura popular, quizá influenciado o mediatizado por mi experiencia como becario de investigación durante aproximadamente unos tres años y de manera sucesiva, en dos museos que se alejan bastante del tradicional concepto del arte y de lo artístico y que resultan, cuanto menos curiosos, el Museo Taurino de la Ciudad de Valencia y el Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí.

De mi paso por estos museos, además de la experiencia en gestión museográfica y de creación de exposiciones, aprendí que existen otros mundos y otras realidades culturales y sobre todo, que existen otras aproximaciones estéticas que se alejaban de aquella cultura mucho más vinculada a determinadas clases sociales o grupos de elite que se enseñaba en las aulas de historia del arte. Independientemente de que esas culturas y estéticas diferentes respondan o no positivamente

1. Introducción.

a nuestros criterios de valor y a nuestra personal forma simbólica de construir el mundo. En mi caso, el mundo taurino por ejemplo, se aleja y mucho, de mis posiciones éticas y políticas, aunque no por ello deje de resultar poco atrayente para el desarrollo de una investigación que seguro nos aportaría comprensión sobre esta cultura o subcultura, nunca entendido este término en sentido peyorativo, –se puede y se debe ser crítico pero nunca peyorativo– y los agentes que intervienen en ella.

El investigador no puede obviar estas realidades culturales, en función de sus apetencias o de una mayor aceptación social de su trabajo en ciertos círculos intelectuales, si el objetivo y finalidad de los estudios culturales consiste en ayudar a comprender mejor el mundo y sus parcelas de representación simbólicas, culturales y estéticas, y en esa última labor, trata de mostrarse y centrarse mi trabajo.

Dentro del mundo de la historia del arte, anclado tradicionalmente en temas de investigación volcados en perpetuar un determinado status social del arte, aunque ciertamente en los últimos años esta perspectiva ya se ha abierto a nuevos horizontes de investigación muy diferentes, será Ramírez (1996) quien empezará a alzar las primeras voces críticas en España frente a esta situación, coincidiendo plenamente con algunos de mis planteamientos, que acaban conformando y vislumbrándose en la presente tesis:

Al historiador del arte parece repugnarle que los tamicos intelectuales empleados para las obras de degustación aristocrática sean utilizados para los execrables productos estéticos del consumo popular. Pero no debemos abandonar este territorio a nuestros vecinos intelectuales, los antropólogos y los sociólogos, pues aunque ellos pueden prestarnos algunos hábitos mentales y utillaje metodológico, el examen como tal de todo tipo de creaciones estéticas constituye el nudo central de nuestro oficio.

1. Introducción.

Y continuará en esta misma línea, escribiendo en otra ocasión (Ramírez, 1997, p.285):

La ampliación de la noción de arte hasta la inclusión de los productos de «baja calidad» o de los «antiartísticos», permitirá que «la verdadera historia del arte moderno –como quería Francastel– no [nazca] de la enunciación sumaria y puramente subjetiva de algunas ideas generales, sino de un estudio profundo de las técnicas y de una amplia descripción de la variedad de los grupos humanos, extraordinariamente fragmentados y siempre en vía de disolverse y recomponerse, que participan en la producción e interpretación de todos los objetos estéticos, incluidos aquéllos de carácter utilitario». Ampliar hasta estos extremos la noción de arte supondría, en buena lógica, su no utilización con fines antidemocráticos, la destrucción de su actual sentido aristocratizante. Finalmente, el contexto mismo se vería de tal modo transformado, que se podría hablar de una auténtica revolución copernicana acaecida en su mismo seno.

Influido por lecturas constantes y por una decidida apuesta personal hacia la investigación y el mundo del arte, que se vería completada posteriormente con una segunda licenciatura en Bellas Artes, me fui decantando hacia los aspectos que rozan en cualquier caso, los límites de aquello que entendemos y consideramos como arte y cultura. Continué investigando por esa vía y desarrollé algunos trabajos centrados en cuestiones estéticas relativas a la cultura visual y a las manifestaciones festivas bajo la perspectiva del estudio estético, que se reflejaron en la investigación *Art i Festa a Picanya*, publicado fragmentariamente en forma de artículos en diversas revistas especializadas, (*Revista d'Estudis Fallers*, *Pensat i Fet*, *Caramella*) y más recientemente *Cultura Visual al Puig*, premiado con una beca de investigación, y publicado en 2010, bajo el título *Cultura Visual al Puig. Patrimoni i Art Popular*.

1. *Introducción.*

Entre mis otros trabajos previos a esta tesis, y que han ido definiendo mi orientación y mi vocación investigadora, se cuentan algunas comunicaciones a congresos de investigación comarcal (Horta Sud, La Ribera, Horta Nord), o congresos internacionales del ámbito de la educación artística y la cultura visual (Barcelona, Granada, Málaga, Valencia), con temas como el estudio de las imágenes de etiquetas industriales, las fallas, la didáctica del patrimonio, el kitsch, el museo como instrumento eficaz en la educación artística y el propio Lladró.

Que nadie espere encontrar en esta tesis un texto de historia de la cerámica o de técnicas de cerámica y de porcelana. No se ha planteado la historia de la propia industria Lladró, ya que no soy ceramólogo y dicha historia ya ha sido escrita por los propios protagonistas, probablemente de manera parcial, pero ya no somos tan ingenuos como para pensar que existe alguna historia imparcial.

En cualquier caso, mi papel en esta tesis, por lo que respecta a la historia de la marca Lladró, consiste en revisar esas historias escritas, y ofrecer mi percepción crítica sobre estas mismas historias y aquellos que las escriben, la propia firma Lladró, y adecuar y enlazar esas historias con la realidad social, cultural y estética de la marca, para tratar de comprender mejor el fenómeno Lladró y las influencias recíprocas que se establecen entre ésta y la cultura visual de su tiempo, entendiendo que la labor de la crítica y la investigación de aspectos de la cultura visual, no puede eludir nuestra responsabilidad social como muy bien afirman los autores Walker y Chaplin (2002, p. 232).

Puede que un crítico no haya respetado o valorado personalmente el trabajo de Jeff Koons, o Euro-Disney o las películas ultraviolentas de Arnold Schwarzenegger, pero millones de personas lo han hecho; en consecuencia, los teóricos culturales se sintieron obligados a intentar explicar su atractivo, y a analizar los placeres que proporcionaban. Sin embargo, críticos y estudiosos no están fuera de la sociedad; también tienen responsabilidades sociales, y entre éstas se incluye un compro-

1. Introducción.

miso para mejorar -a través de la crítica constructiva- la calidad del arte, del diseño y de los medios.

Mi proyecto, por tanto, ahonda y profundiza en las relaciones que una empresa, marca de carácter y repercusión internacional como la fábrica de porcelanas Lladró, pero profundamente anclada en la propia cultura local valenciana, establece respecto a conceptos tan controvertidos como su papel a medio camino entre un objeto industrial entendido éste como modelo de producción en serie, artesano y artístico, las complejas relaciones que establece respecto a su valor como arte o su vinculación al mundo del kitsch, y de que forma este concepto puede ser revisado, a través precisamente, de las propias producciones estéticas de Lladró.

También, de qué modo se articula todo ello en el marco de nuestra propia cultura visual, mediante el análisis y la conceptualización de las principales narrativas que emanan de las imágenes generadas por las porcelanas figurativas de la marca, y que relaciones y significados se establecen con nuestro ámbito cultural y con otros productos de la propia cultura visual.

La tesis se estructura en dos partes bien delimitadas y diferenciadas, más allá de las preceptivas cuestiones previas referidas a la metodología y el apartado final de conclusiones.

En el desarrollo de la primera parte, abordamos nuestro análisis y aproximación de la industria cultural de porcelanas Lladró, vinculándola a los procesos de relación que esta establece con conceptualizaciones de tipo teórico y estético. Analizamos pues, su papel como producto industrial, las relaciones de posicionamiento social que Lladró establece respecto a la categoría artística y de qué manera estas relaciones fundamentan su esencia estética. Vinculado con ello, que marcos establece hacia otro tipo de conceptos como la artesanía, y de que forma Lladró se sitúa en una encrucijada de relaciones que analizamos entre el arte, la artesanía y la industria, llegando incluso a valorar sus relaciones respecto a la propia cultura de masas desarrollada a finales del siglo XX.

1. Introducción.

Dentro de ese marco de relaciones conceptuales, nos ha parecido también muy relevante, el estudio del papel que el museo como institución jugará en la estrategia de posicionamiento y de reafirmación de sus propios valores estéticos, que a nuestro juicio, y tal y como argumentamos y demostramos, ha constituido un eje importante en esa relación.

También abordamos en nuestro análisis, aportando argumentaciones y múltiples ejemplos, las estrategias de posicionamiento de su producto para impregnarlo de valores sociales, que vinculamos al concepto de aura y a la vinculación de ésta con la consideración y la propia valoración como artefactos con valor artístico, y de qué forma todo esto se va vinculando claramente con la construcción de una estética propia y determinada.

En función de ello y en clara relación de continuidad, hemos considerado fundamental abordar algunas cuestiones que creemos firmemente relacionadas con la visión global y final, que de la marca y de sus producciones estéticas tenemos. Cuestiones que tienen que ver con determinadas categorías estéticas asociadas y vinculadas de una manera u otra o las porcelanas Lladró, y que condicionan nuestra mirada, nuestras condiciones de recepción y nuestra consideración final de este producto de la cultura visual que nos ofrece la industria valenciana.

En este sentido, hemos considerado fundamental aproximarnos al análisis de la categoría estética del kitsch, y las relaciones y vinculaciones que dicho análisis establece en referencia directa a las porcelanas Lladró, y en qué sentido o sentidos es aplicable o no el concepto a la hora de dibujar y construir las claves perceptivas y las principales características de la estética de las porcelanas Lladró.

En la segunda parte de nuestra tesis, centramos nuestro desarrollo analítico en una mirada profunda hacia el conjunto de la producción cerámica de Lladró, producción de porcelana figurativa, no en forma de catalogación sistemática, sino a través de la delimitación de las principales narrativas visuales y constructos sociales y culturales que nos presenta Lladró en sus piezas a nivel global y de qué

1. Introducción.

forma estas van construyendo un discurso unificado y una estética propia, reconocida ya internacionalmente, y perfectamente establecida en la cultura visual de su tiempo, que es también el nuestro.

Así, hemos ido desgranando la vinculación estética y narrativa de Lladró respecto al llamado arte institucional o gran arte, centrándonos por una parte, y dado nuestro interés y el del propio Lladró, por cuestiones de identidad cultural y en cómo Lladró construye y presenta características de esa identidad y la relación de Lladró con la imagen identitaria de la cultura valenciana, a través de su discurso estético y visual. Una construcción identitaria que como demostramos, viene vinculada a la tradición pictórica del costumbrismo valenciano.

También hemos valorado la relación de la estética Lladró, en referencia a su propia colección pictórica y qué relación mantiene, no solo desde un punto de vista figurativo o temático narrativo, sino además conceptual y estratégico vinculado al papel del museo en su posicionamiento de marca y en su ansiada búsqueda del valor artístico y del propio peso de la legitimación histórica.

Lo hemos vinculado así, a muchos de los aspectos tratados en la primera parte, sobre todo en referencia a su posición respecto al arte como categoría conceptual, o su relación con el museo, hilando nuestro discurso entre lo tratado desde una posición más teórica o conceptual, y su propio reflejo real y visual, claramente presente en sus porcelanas y profundamente configurador de su propia construcción estética.

Posteriormente, hemos ido analizando como Lladró se proyecta como imagen y es capaz de proyectar el propio material, la porcelana, como imagen cargada de valores sociales, culturales y artísticos y entroncarla de nuevo con toda una tradición histórica.

Precisamente el valor de la historia, o el papel que la mirada hacia el pasado que Lladró nos devuelve y proyecta con nuevas significaciones, a través de sus

1. Introducción.

constructos narrativos en porcelana, también ocupará una parte importante de nuestro análisis.

Otro de los nudos centrales de nuestro discurso analítico de las imágenes producidas por Lladró, se centrará en estudiar la forma de presentar y abordar las narrativas de género y clase social, hasta qué punto Lladró asume un cierto discurso moralizante y pedagógico de raíz conservadora, proyectando determinadas imágenes de la mujer, la infancia, la familia y otras cuestiones de posicionamiento social.

También ocupará una parte de nuestra tesis doctoral, la visión etnocéntrica, estereotípica, idealizada y mediatizada que Lladró expone en sus porcelanas respecto a la identidad de otros pueblos y culturas. Así mismo qué relaciones establece con la propia identidad eurocéntrica occidental cristiana que Lladró representa y presenta en su estética, anclada en un determinado concepto de modernidad.

Como último capítulo del desarrollo de nuestro discurso, hemos abordado de qué forma Lladró se relaciona y se vincula a través de aspectos diversos, que van de cuestiones de filiación estética y figurativa a otro tipo de cuestiones más complejas en función de determinadas relaciones socioculturales, con otras dos industrias culturales, también de importancia y reconocimiento internacional como son las fallas de Valencia y la mediática factoría Disney.

2. Metodología.

La investigación que presentamos se plantea metodológicamente como un análisis crítico de las imágenes figurativas producidas por las porcelanas Lladró, para desvelar las claves principales de sus narrativas visuales e interpretar dichas claves. Al tiempo se analiza e interpreta también Lladró como fenómeno cultural, constructor de una determinada estética que aquí clarificamos en relación a una serie de conceptos estéticos y socioculturales que son imprescindibles para la correcta comprensión interpretativa de esa estética. Es por tanto una tesis vinculada a los estudios culturales y más específicamente a los estudios de cultura visual y a la metodología analítica y crítica propia de este marco de investigación. Un ámbito de investigación que necesita por tanto de una mirada interdisciplinar.

Nuestra principal fuente primaria de referencia la constituyen las propias piezas de porcelana figurativa elaboradas por la factoría Lladró, recurriendo y remitiéndonos al propio catálogo oficial de la marca, como marco delimitador de nuestro objeto de investigación. Otra de nuestras fuentes de referencia fundamental serán las propias publicaciones tanto personales y publicadas en forma de libros de los propios hermanos Lladró, los catálogos y textos publicados por la propia marca y en última instancia la entrevista directa con personas vinculadas a la firma, entre ellos el propio Juan Lladró.

La necesidad de valorar e interpretar múltiples perspectivas que resultan necesarias para la correcta comprensión de un fenómeno propio de la industria cul-

2. Metodología.

tural, como el que estudiamos en esta investigación, requería de un utillaje metodológico ampliado, aunque sin olvidar ni perder de vista el marco referencial de la disciplina de la historia del arte, bajo una visión contextual centrada en la cultura visual, y una orientación crítica anclada en el análisis estético.

En el desarrollo de una investigación como la presente tesis doctoral el investigador ha de trabajar prioritariamente en una vía de aproximación de carácter interpretativa hacia el objeto de estudio. Para ello, se hace necesario partir en primer lugar de la demarcación o concreción hacia la que va dirigida su investigación, es decir, delimitar el propio objeto de estudio, para poder partir y dirigir nuestra mirada y análisis crítico hacia esa realidad y todas sus complejidades y relaciones, en función de nuestros enfoques e intereses. En este sentido, coincidimos plenamente con los autores Walker y Chaplin (2002, p. 18) en la acepción del término crítica aplicada a los estudios de cultura visual:

Nuestro uso del término «crítica» implica un proceso de evaluación y juicio. Según la visión de muchos comentaristas, gran parte de la cultura visual es políticamente reaccionaria y antisocial, por lo tanto, su estudio y análisis asociados con la educación se consideran como una de las maneras de contrarrestar sus efectos negativos. El objetivo de la comprensión crítica se alcanza en parte mediante la aplicación de diversos modos de análisis [...]

En nuestro caso, la cita es más pertinente todavía si cabe, ya que a nuestro objeto de estudio (la industria cerámica Lladró) que indudablemente forma parte de la cultura visual de nuestro tiempo, se le achacan habitualmente críticas similares respecto a su posición políticamente reaccionaria, o si se quiere conservadora, que se percibe en el estudio de sus producciones visuales. Nosotros ofrecemos un análisis más profundo y centrado en el desarrollo crítico de estas cuestiones para dilucidar si son pertinentes y ver en qué marco de intereses se mueven.

2. Metodología.

Consideramos que toda investigación humanística debe ser afrontada desde una perspectiva investigadora crítica e interpretativa, y mucho más cuando se enmarca, como es nuestro caso, en lo que conocemos como estudios culturales, o más concretamente estudios de cultura visual. Orientar nuestro trabajo en una línea basada en la interpretación comprensiva de la cultura visual, interpretar bajo una perspectiva crítica nuestros fenómenos visuales y artísticos, no sólo los plenamente reconocidos y prestigiados por el sistema de las artes, nos permite enriquecer y profundizar ampliamente en el conocimiento sobre los demás y sobre nosotros mismos.

Como nos recuerda Hernández (1997, p. 53) «Prestar atención a la comprensión de la cultura visual supone acercarse a todas las imágenes y estudiar la capacidad de todas las culturas para producirlas en el pasado y en el presente con la finalidad de conocer sus significados, y cómo afectan a nuestras “visiones” sobre nosotros mismos y el universo visual en el que estamos inmersos». El siguiente paso inmediato, una vez desarrollada esta aproximación crítica, nos lleva directamente al proceso educativo, investigar para comprender y comprender para educar.

En este sentido, y definiendo el marco de nuestra investigación, es importante destacar desde el principio que nuestro objeto de estudio no es el objeto visto y percibido en su propia materialidad física, es decir, las figuras de porcelana creadas por la marca Lladró, aunque se parte, obviamente de esa realidad como fenómeno cultural enclavado en la cultura visual de su tiempo, estableciéndose las necesarias relaciones para con ésta, sino su proyección como imagen y narrativa visual.

Como nos recuerda el propio Panofsky (2004, p. 29) «Pues es bien claro que el historiador de la filosofía y el historiador de la escultura se ocupan de los libros y de las estatuas no en cuanto que estos existen materialmente, sino en la medida en que tienen un significado», y Wollheim (1972, p. 10) en un famoso texto filo-

2. Metodología.

sófico afirmaba en un línea parecida «Se puede objetar que la obra de arte tiene propiedades que son incompatibles con ciertas propiedades del objeto físico; y, alternativamente, se puede objetar que la obra de arte tiene propiedades que ningún objeto físico podría tener: en ninguno de estos casos podría la obra de arte ser objeto físico», o el propio Barthes (2005, p. pp. 255-256) cuando escribía también «El mecánico, el ingeniero, el usuario mismo, hablan del objeto; el mitólogo en cambio está condenado al metalenguaje. (...) El vino es objetivamente bueno y, al mismo tiempo, la bondad del vino es un mito: en esto radica la aporía. El mitólogo sale de ella como puede: se ocupará de la bondad del vino, no del vino mismo».

Nuestro objetivo, por tanto, es tratar de comprender las principales claves de ese fenómeno cultural y analizar e interpretar los objetos generados por esta industria como imágenes, ya que tal y como nos recuerda Hernández (1997, p. 157) «La denominada cultura visual presta atención a la imagen incorpórea y cuestiona la dimensión material de los objetos culturales. Dimensión que ha estado asociada al valor y al placer del objeto y que ha favorecido un tipo de fetichismo promovido por la historia del arte y vinculado a las fuerzas del mercado, la política del canon (que se refleja en los libros de texto donde siempre aparecen las mismas reproducciones) y la creación de estructuras sociales de dominación y de exclusión».

Tratamos de trascender pues, su propia materialidad objetual o física, y lo valoramos en su dimensión visual y como productos que son recibidos y percibidos bajo unas premisas y unas determinadas significaciones culturales y sociales, en ocasiones bastante complejas y desapercibidas, y por supuesto, en algunos casos, abiertas a interpretaciones.

Estudiamos, por tanto, imágenes y no objetos de cerámica o figuras de porcelana, entendiendo el propio material y la propia realidad objetual como proyec-

2. Metodología.

nes de imágenes, que en función de eso, significan de una determinada manera, pero amparadas bajo múltiples posibilidades de recepción.

En un sentido más estricto, entenderíamos como imagen, dentro de la tradición clásica de la iconología, y tal y como nos recuerda García Mahiques (2009, p. 344): «representación figurada de temas o asuntos y conceptos –teniendo en cuenta lo que en este ámbito se entiende como tema, asunto y concepto–».

Los autores (Walker y Chaplin, 2002, p. 16) definían la cultura visual en estos términos: «aquellos objetos materiales, edificios e imágenes, más los medios basados en el tiempo y actuaciones, producidos por el trabajo y la imaginación humana, que sirven para fines estéticos, simbólicos, rituales o ideológico-políticos, y/o para funciones prácticas, y que apelan al sentido de la vista de manera significativa».

En un sentido similar, Mirzoeff (2003, p. 19) nos ofrece una aproximación definida de lo que entendemos por cultura visual, sus ámbitos de estudio y su implicación efectiva en el desarrollo de la vida cotidiana. Este último aspecto, de enorme interés para nosotros, entronca perfectamente con el uso y destino y con la propia experiencia de relación que sus propietarios establecen para con las porcelanas Lladró, asociadas incluso simbólicamente a muchos aspectos y momentos simbólicamente importantes de la vida cotidiana de sus poseedores:

La distancia entre la riqueza de la experiencia visual en la cultura posmoderna y la habilidad para analizar esta observación crea la oportunidad y la necesidad de convertir la cultura visual en un campo de estudio. Aunque, normalmente, los diferentes medios visuales de comunicación se han estudiado de forma independiente, ahora surge la necesidad de interpretar la globalización posmoderna de lo visual como parte de la vida cotidiana. Los críticos en disciplinas tan diferentes como la historia del arte, el cine, el periodismo y la sociología han comenzado a describir este campo emergente como cultura visual. La

2. Metodología.

cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual. Entiendo por tecnología visual cualquier forma de aparato diseñado ya sea para ser observado o para aumentar la visión natural, desde la pintura al óleo hasta la televisión e Internet.

Los estudios visuales o la aproximación a la cultura visual necesitan por tanto de una mirada más plural y enriquecedora, que tenga en cuenta aspectos pasados por alto por enfoques metodológicos más ortodoxos o asentados fuertemente en las distintas disciplinas que confluyen en ellos, pero sin desdeñar en absoluto las aportaciones que podemos obtener de métodos más tradicionales, como en nuestro caso la iconografía-iconología, que son perfectamente compatibles y complementarios, permitiendo una comprensión más clarificadora de hechos que en definitiva son elementos de la cultura.

Los estudios de cultura visual, parten así de presupuestos derivados de múltiples disciplinas para poner en relación el propio objeto de estudio con el sujeto observador, no desdeñando por tanto las condiciones de recepción y los usos e implicaciones sociales y pedagógicas de esas imágenes. Walker y Chaplin (2002) nos presentan todo un listado de disciplinas que confluyen y generan en los estudios de cultura visual, y que definen el marco metodológico en el que nos encontramos en esta tesis doctoral.

Entre algunas más, que no proceden tanto en nuestro caso, encontramos algunas disciplinas de las que nos vamos a nutrir en mayor o menor medida en este trabajo, en unos casos de manera más liminar, en otros de manera más implícita. Conectamos disciplinas como la historia del arte y la estética, de las que partimos fundamentalmente, implicando también a la crítica de arte, los estudios culturales, la teoría crítica, la lingüística, la percepción y la recepción, la semiótica, la historia social o la sociología.

2. Metodología.

No obstante, en ningún caso, como ya hemos afirmado, nos dejamos arrastrar sin más bajo la tormenta metodológica de los llamados estudios culturales sumiendo o diluyendo la propia existencia del arte bajo el paraguas de la cultura visual, creemos firmemente en la necesaria existencia del arte aunque somos perfectamente conscientes de su estatuto cambiante, arbitrario y profundamente histórico, como afirma Pérez (2003, p. 19): «Lo que llamamos obra de arte se configura, por tanto, como un producto –y un concepto– que va variando a lo largo del tiempo y que de una manera constante, está, por ello, modificando su propio estatuto». Precisamente consideramos que los estudios sobre la cultura visual, nos permiten profundizar mucho más en nuestras reflexiones en torno al mundo del arte y sus posibles delimitaciones, si es que acaso existen.

Aunque sí que nos nutrimos en gran parte de las múltiples aportaciones que han desarrollado esos estudios culturales, pero entendidos en un sentido amplio y sobre todo y específicamente en lo que han aportado en referencia al estudio de las imágenes, tal y como afirma Banks (2010, p. 61):

Aunque los estudios culturales son una disciplina distinta por derecho propio, uso el término más ampliamente aquí para englobar los enfoques dentro de las ciencias sociales y de las humanidades que recurren a la teoría post-estructuralista (expresión ella misma extensa que engloba una amplia variedad de movimientos teóricos no positivistas que van desde los estudios de género hasta la fenomenología o el post-colonialismo) para hacer afirmaciones sobre el papel que las imágenes desempeñan en el mantenimiento o la subversión de formas establecidas de práctica social.

La llamada interdisciplinariedad no implica a nuestro juicio una falta de orientación disciplinaria, no se trata en absoluto de acabar con la historia del arte, como en algún caso se ha llegado a proponer, y coincidimos con Rampley (2005, p. 48) cuando afirma que «Los Estudios visuales, entendidos como algo que tiene que

2. Metodología.

ver con las imágenes, se sitúan en adición a la Historia del arte, no en lugar de ella».

Se trata pues de abrir nuestra disciplina a nuevos trabajos, reflexiones e investigaciones sobre el papel del arte y las imágenes en la creación de mundos y culturas y en los procesos de intercambio cultural que éstas generan. Analizar e interpretar algunos de esos mundos, sobre todo en referencia a comprobar y centrar nuestro discurso interpretativo en –y remitiéndonos de nuevo a las palabras de Banks (2010, p. 61)– «el papel que las imágenes desempeñan en el mantenimiento o la subversión de formas establecidas de práctica social», nos permite y facilita el entendimiento y la comprensión del mismo, a la vez que generamos una nueva creación de mundo y de conocimiento, que a su vez podrá ser analizado, interpretado y referido (Goodman, 1990, pp. 42-43):

El conocimiento apunta en gran parte a un objetivo distinto de la creencia verdadera o de cualquier creencia. Cuando encontramos en un cuadro que representa un bosque un rostro de cuya presencia sabíamos, cuando aprendemos a distinguir las diferencias estilísticas entre diversas obras ya previamente clasificadas por pintores, compositores o escritores, o cuando estudiamos un cuadro, un concierto o un tratado hasta que podemos ver, oír o comprender rasgos y estructuras que antes no podíamos discernir, más que un cambio de creencias, se produce un incremento de la agudeza de nuestra intuición y de nuestra capacidad de discernimiento, un aumento de la amplitud de nuestra comprensión. Así, ese crecimiento de nuestro conocer no se produce tanto por la formación o la fijación de una creencia, cuanto por el avance de nuestro entendimiento. Aun más, si, como hemos visto, los mundos se hacen en igual medida que se encuentran, el conocimiento podrá entenderse también como un rehacer y no solo como un refe-

2. Metodología.

rir. Todos los procesos de creación de mundos que hemos señalado forman parte del conocimiento.

Nuestra investigación se centra por tanto en la generación de conocimiento a través del estudio y la reflexión de las imágenes, en nuestro caso de todo el extenso y a la vez limitadísimo mundo visual de las porcelanas Lladró así como las relaciones que con el mundo social establece. Nos identificamos de nuevo con las palabras de Banks (2010, p.64) en referencia a los estudios culturales visuales, en el que se incluye la presente tesis, cuando afirma: «todas estas perspectivas sobre los estudios culturales visuales comparten varias preocupaciones, la primordial de las cuales quizá sea el poder. Como la antropología y la sociología, los estudios culturales se ocupan, no solo de quien mira (echa un vistazo, controla la circulación de imágenes o lo que sea), sino también de a quien otorga la sociedad el poder de mirar y de ser mirado, y de cómo el acto de mirar produce conocimiento que, a su vez, constituye la sociedad».

Nuestro estudio, por tanto, permanece y pertenece al marco disciplinario de la historia del arte y de la propia educación artística, y las múltiples reflexiones y conclusiones a las que nos conduce el estudio de un fenómeno cultural tan fuertemente denostado por la crítica, como Lladró, giran siempre en torno al propio hecho artístico, la propia posición de Lladró dentro del marco conceptual y social del arte, y el lugar que ocupan sus porcelanas en el universo de las imágenes y la cultura visual y social de su tiempo, con la finalidad de comprender y generar nuevos mundos (Goodman, 1990) de conocimiento.

El trabajo presenta por tanto un texto de historia del arte, cargado de reflexión crítica, cosa muy propia también de esta disciplina, pero que necesita de la referencia a un marco más amplio de reflexión en investigación en el que se sitúa la propia cultura visual y mucho más tratándose de objetos constantemente cuestionados en referencia a su estatuto artístico, bajo un espacio conceptualmente fronterizo.

2. Metodología.

Estamos hablando de objetos que se reclaman como artísticos y que tradicionalmente han estado incluidos en el campo de estudio de la historia del arte –la cerámica, la porcelana– y que estudiamos y admiramos ávidamente cuando existe una distancia histórica sin que sus supuestas intencionalidades políticamente conservadoras y al servicio del poder, supongan un grave problema para reconocer sus valores estéticos y artísticos. Y si la distancia histórica supone un cambio de perspectiva, que ciertamente la supone, hacemos una clara concesión compartida a la influencia de las distintas condiciones de recepción de esa obra que la ubican en su valor interpretativo y en el espacio que ocupa en la cultura y la sociedad de su tiempo.

Tampoco hay que desdeñar en nuestra perspectiva metodológica y teórica los valores más propiamente pedagógicos inscritos en la narrativa discursiva que emana del conjunto de imágenes creadas por Lladró y su íntima conexión con estructuras de relación social y posiciones políticas e ideológicas que se transfieren del uso de esas imágenes. Introducimos también por tanto en nuestra tesis, reflexiones pertinentes para con los procesos propios de la educación artística, y de la crítica social con fines de aproximación pedagógica, con una cierta influencia de las posiciones de la pedagogía crítica. Muchas de nuestras referencias bibliográficas, citas y orientaciones discursivas, giran en torno al hecho educativo, aspecto que nos interesa aun más si cabe dada nuestra dedicación profesional plena a la educación artística.

Esta aproximación estética y crítica que proponemos nos llevará o derivará hacia una reflexión sobre los procesos socioculturales que se mueven en torno a estas imágenes entendidas como hecho cultural y enmarcadas en un complejo de relaciones que nos permiten cuestionar las poéticas y las políticas del gusto, las relaciones entre grupos sociales derivadas de su interacción y respuesta a este tipo de objetos estéticos, la propia consideración del arte y el papel de la estética enmarcada en la acción social y política.

2. Metodología.

Ofrecemos una detallada aproximación a una multiplicidad de construcciones temáticas en imágenes, mediante el análisis de una selección de piezas de entre la ingente producción de porcelanas y cerámicas que Lladró ha generado y sigue generando a lo largo de sus más de cincuenta años de historia, medidas en ocasiones, en referencia a otras imágenes con narrativas coincidentes, extraídas del universo de la cultura visual europea occidental, entendida en su acepción amplia. Pondremos en relación las convergencias y divergencias de diferentes discursos estéticos en torno a un mismo tema, partiendo del universo estético Lladró e iniciando una reflexión crítica y comprensiva de estos artefactos visuales, obteniendo así el doble objetivo fijado, la comprensión analítica del universo estético Lladró, y sus relaciones con el entorno cultural de su tiempo.

Hemos elaborado una selección de piezas y de temáticas narrativas suficientemente amplia, variada y enriquecedora en su análisis, para ofrecer una perspectiva del desarrollo de las imágenes y los significados inherentes al universo visual de Lladró, otro intento más ambicioso y profundo supondría el trabajo de toda una vida, y no modificaría significativamente las claves perceptivas que aquí narramos.

Se trata, en gran parte, de aplicar el método de reflexión del ironista, que proponía Rorty, y que Agirre (2005) 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. Así, afirma Agirre (2005, p. 37-38):

...la acción de interpretar no debería 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

2. Metodología.

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.

Haciendo síntesis, no abordamos una aproximación de tipo formal o formalista o de tipo objetual. Lo formal nos interesa si está vinculado a la comprensión de las relaciones que se establecen entre el objeto o la imagen Lladró, y los significados culturales de esa construcción formal que son los que determinan la interacción final con los productos visuales.

No perdemos de vista en ningún caso que el discurso idealizado y figurativo de Lladró se nos presenta como un cierto de gusto y formas de representación y de construcción de mundos e identidades, que responde a ciertas estructuras ideológicas y políticas muy presentes y ancladas en una gran parte de la sociedad.

Finalmente en nuestros objetivos acabamos confluyendo con las propuestas más recientes de aproximación al desarrollo de la educación artística entendida en el contexto amplio de la cultura visual. En este sentido, las palabras de Hernández (2007, p. 88) aplicadas al trabajo en las aulas, pero también en los procesos de investigación universitaria, son plenamente coincidentes con los principales planteamientos de investigación desarrollados en esta tesis:

- Partir de que en las manifestaciones de la cultura visual –en la que se incluyen las obras artísticas– hay más de lo que vemos, pues son mediadoras de discursos y de posiciones de sujeto.
- Explorar como las manifestaciones de la cultura visual median en los discursos a través de la construcción de narrativas contribuyendo a producir representaciones del mundo y los sujetos.

2. Metodología.

- Hacer explícitas las estrategias persuasivas mediadas por esos discursos, para desarrollar posiciones críticas y performativas respecto a ellas.
- Tomar en serio las manifestaciones de la cultura visual, explorando sus efectos sobre la vida de los sujetos, las políticas de placer, las experiencias de visualidad y las prácticas sociales.
- Aprender a pensar en términos de significados, prácticas sociales y relaciones de poder en relación a las manifestaciones de la cultura visual y las experiencias de mirar y ser mirados.
- Explorar como las manifestaciones de la cultura visual representan temas vinculados a situaciones de poder (racismo, clase social, género, sexo, conocimiento y visualidad) y como influyen en nuestras visiones sobre esas situaciones.
- Producir narrativas visuales alternativas (mediante la utilización de diferentes medios, en especial las tecnologías virtuales) como estrategia para dialogar y responder a las manifestaciones de la cultura visual.
- Explorar el papel que los artefactos de la visión tienen en la construcción de miradas y sentidos sobre quien mira y la realidad que es mirada.
- Explorar y distinguir el papel de las diferencias culturales y sociales a la hora de construir maneras de ver y de elaborar interpretaciones sobre las representaciones de la cultura visual.
- Tener presente la perspectiva de los alfabetismos múltiples de manera que en los proyectos de indagación que se realicen se transite por los diferentes tipos de representaciones (escritas, visuales, aurales, corporales, virtuales...)

Los estudios de cultura visual o la reflexión en torno a la propia dimensión de la cultura visual, se nos presentan por consiguiente, como los instrumentos

2. Metodología.

más eficaces en nuestro quehacer investigador, por la flexibilidad disciplinaria y de enfoques que nos permiten para abordar nuestro trabajo, considerando que nuestro objeto de estudio precisa de todo este utillaje o reflexión multidisciplinaria.

En nuestro trabajo las cuestiones referidas a las condiciones de producción las tratamos para comprobar de que manera afectan a nivel social y de percepción final de las obras de Lladró, más que en sus propias dinámicas de origen. Los procesos de producción y fabricación cerámicos e industriales, nos interesan en la forma en la que esos procesos son determinantes en la consideración social y cultural que se tiene de las imágenes generadas por Lladró. En definitiva, se trata en el fondo de lo mismo que nos propone el antropólogo Geertz (1994) cuando escribe que: «[...] estudiar una forma de arte significa explorar una sensibilidad, que una sensibilidad semejante es esencialmente una formación colectiva y que los fundamentos de esa formación son tan amplios y profundos como la existencia social».

Finalmente, todo este proceso de interpretación crítica desemboca en definitiva en la propuesta de Roland Barthes expuesta en su tan predicado libro *Mitologías* (Barthes, 2005), que a nuestro juicio tiene grandes paralelismos y nexos con la propuesta de Panofsky. Desde las posiciones liminares e interdisciplinares en las que nos movemos el objetivo planteado por Barthes y complementado por el instrumental metodológico de la propia iconografía y sobre todo de la iconología, junto a la propia reflexión crítica derivada de los procesos de recepción de la obra, se nos presentan como el camino más adecuado en el proceso de comprensión analítica de las imágenes y la imagen Lladró, así como de sus narrativas enclavadas en la comprensión de la cultura visual de su tiempo, desde la parcela que las porcelanas Lladró y sus propias significaciones ocupan.

Tratándose de un fenómeno cultural enclavado en el desarrollo de la burguesía, todavía es más pertinente recurrir al proceso de desvelamiento de esas mitologías

2. Metodología.

que responden a modelos de mitos burgueses. En este sentido Barthes (2005, p. 253) nos propone:

...que la mitología participa de una manera de hacer el mundo. Al aceptar como auténtico que el hombre de la sociedad burguesa se sumerge a cada instante en una falsa naturaleza, la mitología, intenta encontrar, bajo las formas inocentes de la vida de relación más ingenua, la profunda alienación que esas formas inocentes tratan de hacer pasar inadvertida. El develamiento que produce la mitología es, por lo tanto, un acto político; en una idea responsable del lenguaje, la mitología postula la libertad del mismo. Sin duda que en este sentido la mitología es un acuerdo con el mundo, pero no con el mundo tal como es, sino tal como quiere hacerse.

Durante todo el desarrollo de la tesis se ha optado por ofrecer una perspectiva de relación mucho más amplia, enmarcada en la propia realidad de la cultura visual. Postular un análisis aislado de las imágenes producidas por Lladró a modo de catalogación sistemática, alejaría nuestra propuesta crítica de generación de conocimiento comprensivo de fenómenos o mitologías propias de la cultura visual, que es en definitiva nuestro objetivo prioritario en el desarrollo de esta investigación.

Proponemos una puesta en relación, o si se quiere una confrontación dialéctica discursiva de imágenes obtenidas de la cultura visual occidental contemporánea, desarrollando una analítica crítica de tipo pragmatista en torno a construcciones visuales diferentes pero coincidentes conceptual o temáticamente.

Si hay algo que destaca después de un conocimiento profundo de las producciones Lladró, es que esta industria creadora de imágenes, constructora por tanto de concepciones visuales, de mundos y personajes imaginarios pero profundamente anclados en posiciones políticas e ideológicas, en estructuras sociocultu-

2. Metodología.

rales, es que ha construido toda una compleja narrativa visual coherente, convirtiendo o creando miles de imágenes que interpretan su propia visión, en porcelana, de múltiples relatos socioculturales y mitologías de nuestra propia cultura, que, a juzgar por su implacable éxito y aceptación comercial, es compartido y celebrado por una enorme masa social en todo el mundo que, en muchas ocasiones le han reservado un papel y un espacio privilegiado en el entorno más personal e íntimo que existe, su propia hogar, acompañando o incluso presidiendo sus avatares biográficos y sus relaciones sociales y familiares en el seno de ese mismo hogar.

Intentar averiguar la hipotética influencia de la presencia de estas imágenes en las vidas de las personas no deja de ser algo profundamente arriesgado. En cambio, inferir un análisis en torno a significaciones y planteamientos comunes sobre dichas imágenes y los objetos que representan, plantea un relato estético basado en momentos importantes de sus vidas. Ciertamente, los objetos producidos por Lladró han servido como regalos en acontecimientos importantes de las vidas de las personas. Este análisis crítico nos permite en realidad conocernos un poco mejor, conocer cómo nos relacionamos, interpretamos o reconocemos en esos mundos visuales construidos y cómo los reconstruimos en busca de nuestras propias identidades.

Utilizamos criterios diversos en el desarrollo y creación de nuestro entorno estético inmediato que van desde factores socioeconómicos a postulados más íntimos, cuando vamos decidiendo, desde el color de las paredes de nuestra casa hasta cada uno de los elementos, a nuestro juicio mal llamados «decorativos», que van a ir conformando la presencia visual de nuestro hogar con una finalidad muy clara, sentirnos a gusto con ese entorno, generar una construcción de experiencia identitaria. Lo mismo que hacemos cuando tratamos de «personalizar» un aséptico despacho entregado como lugar de trabajo mediante representaciones visuales propias o adquiridas con una mirada personal, o lo mismo que hacen los jóvenes

2. Metodología.

con los estandarizados automóviles a través de esa moda del «tunnig» o incluso los más jóvenes con las agendas escolares, que suponen toda una reafirmación identitaria en toda regla, de sus problemáticas y vivencias.

Por último, dejar claro que no pretendemos 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 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. En palabras de Dewey (2008, p. 339) «Un juicio como acto de investigación controlada, exige un trasfondo rico y una visión disciplinada. Es más fácil “decir” a la gente lo que debe creer, que discriminar y unificar. Y a un público habituado a que se le diga tal cosa más bien que a ser educado en la investigación del pensamiento, le gusta efectivamente que se le diga con claridad a que atenerse».

3. Precedentes históricos.

La producción de cerámica y porcelana tanto desde una perspectiva artesanal o decididamente industrial, es un fenómeno que tiene precedentes históricos importantes, que se anticipan en siglos a lo que es y constituye Lladró en el siglo XX, como la industria internacional más importante en el campo de la producción de cerámica decorativa.

Lladró siempre se ha proclamado como heredero de esa milenaria tradición cerámica, probablemente como una buena estrategia de valoración de marca recurriendo al prestigio del pasado. Pero como veremos a lo largo de esta tesis, Lladró es esencialmente un producto del siglo XX, un producto enclavado en la industrialización y en la cultura comercial y capitalista de masas, que solamente posee una cierta filiación formal y material, respecto al uso de la cerámica y la porcelana, muy bien explotado, pero que evoluciona hacia modos y estrategias propias de la cultura visual y estética contemporánea, perfectamente anclada en el propio concepto de modernidad.

No obstante, esa referencia constante al pasado existe y vamos a ver en relación a que criterios se establece, de manera muy breve, ya que no es este nuestro objetivo final.

Cuando se hace referencia, aunque sea sucintamente, a la historia de la porcelana, no se puede pasar por alto uno de los máximos referentes en esta materia, y

3. Precedentes históricos.

que se constituye como uno de los principales referentes históricos de las porcelanas Lladró.

Se trata de la producción de porcelanas elaboradas y comercializadas en Europa, a través de la elaboración de piezas bajo la técnica de la llamada porcelana dura, dejando de lado los anteriores intentos italianos de producirla, que sólo llevaron a un tipo de porcelana blanda. Será en la ciudad de Meissen donde se comenzará a desarrollar la fabricación de la porcelana dura, al modo de la porcelana china, que contaba ya con un enorme prestigio.

Lladró, pondrá su primera mirada en la tradición histórica proveniente de Europa, sobre todo en las producciones de Meissen (Adams, 2001); (Röntgen, 1996) y Sèvres (AA.DD, 1992), obviando en sus orígenes la mirada hacia la porcelana oriental, dirección que tomarán sus porcelanas en los últimos años en algunas de sus piezas, como consecuencia de la apertura de nuevos mercados en oriente. Generando así un extraño círculo de retroalimentación que pasaría por el propio origen de la porcelana en China, su mitificación y valoración occidental, la aparición de la porcelana europea y la vuelta de la porcelana a China a través de las producciones Lladró, valoradas intensamente en oriente por su gran calidad y el valor conseguido con su imagen de marca, que a su vez genera una identificación con la propia imagen de la cultura española (Carrascosa Morales, 2003); (Cerviño y Rivera, 2007).

Si detenemos nuestra mirada en la inmensa producción de las porcelanas de Meissen, encontramos un aspecto que será esencial en la producción de porcelana escultórica desde sus orígenes y alcanzando plenamente las obras de Lladró; se trata de la representación de imágenes costumbristas de tipos populares de las calles de Europa, imágenes arquetípicas y exóticas de pueblos y culturas no occidentales, representaciones de hombres y mujeres desempeñando tareas y oficios, complicadas escenas alegóricas y mitológicas, escenas infantiles e imágenes de niños, arlequines, payasos y otras figuras de la comedia.

3. Precedentes históricos.



Figura 3.1.: Ejemplo de figura de porcelana de Meissen.

De este modo, a nivel temático se establece una clara filiación, y de no ser por la distancia temporal y el gran desarrollo técnico y estilístico que alcanzará Lladró con los años, podríamos estar hablando del catálogo de piezas del mismo Lladró. Establecemos, por tanto, una continuación en la tradición de la porcelana escultórica europea, que contaba ya con el poderoso reclamo del prestigio y que Lladró acabará por proyectar en pleno siglo XX.

Junto a Meissen, serán las porcelanas francesas de Sèvres, las que también aportarán en sus inicios una enorme influencia en la producción Lladró. Según algunos autores, el propio origen de aquello que llamamos kitsch, y que tanto se ha vinculado al propio Lladró, y al que nosotros sometemos a profunda crítica y revisión a lo largo de esta tesis, estaría precisamente en la utilización de estas porcelanas procedentes de las grandes factorías europeas y orientales. Dice así Moles (1971, p. 157): «A partir del objeto-mueble, se constituye, el interior kitsch, imbuido de Gemütlichkeit en el que las porcelanas de Meissen, Limoges, Sèvres o Pekín se amontonan sin utilización alguna, objetos hechos para ser mirados, bibelots que llenan el salón, lugar privilegiado de la expansión burguesa, ...».

3. Precedentes históricos.



Figura 3.2.: Dos ejemplos de la típica porcelana de Sèvres.

Las porcelanas de Sèvres ejercerán una notable influencia en el panorama cerámico de Europa, caracterizadas sobre todo por el desarrollo de ánforas, copas y jarrones, con un recargado aire decorativo de raíz rococó, muy del gusto de la aristocracia. Solían estar siempre acompañadas de una representación pictórica central, de estilo rococó y muy influenciadas por las escenas galantes y cortesanas de la pintura de Fragonard, Gainsborough, Boucher, por citar algunos de los principales artistas del período.



Figura 3.3.: Dos piezas con la firma de Peyró, conservadas en el Museu del Taulell Manolo Safont d'Onda.

Decoraciones vegetales, florales y dorados, se extienden y multiplican por la superficie de estas piezas de cerámica constituyendo toda una antología del extenuante estilo rococó. La influencia de este gusto aristocrático tardobarroco se ex-

3. Precedentes históricos.

tenderá hasta la propia cerámica valenciana del siglo XX, llegando hasta la obra de uno de nuestros principales ceramistas Antoni Peyró, precedente directo de la obra de los Lladró.

La influencia tanto de Meissen como de Sèvres en la cerámica de Peyró es más que evidente, aunque algo más sobria y menos recargada y pretenciosa, como puede apreciarse en las imágenes procedentes del Museu del Taulell Manolo Safont d'Onda. En el siguiente punto, comprobaremos con algunos ejemplos las influencias directas de estas cerámicas europeas en los primeros trabajos producidos por Lladró.

Y dejando a un lado las vinculaciones más estrictamente estéticas, estilísticas y temáticas, no se pueden obviar tampoco otro tipo de relaciones, si se quiere más conceptuales o históricas respecto a la propia tradición industrial, comercial y cerámica vigente desde hace siglos en tierras valencianas. Una industria de la que el propio Lladró se acaba reclamando heredera, aunque su vinculación real está, insistimos, relacionada con su propia funcionalidad de marca de distinción social en el caso de la industria de la seda (Navarro, 1999). Nos referimos a la tradición industrial vigente en Valencia casi desde la propia creación del Reino de Valencia, con el desarrollo de las industrias de la ya mencionada seda, y de la industria de cerámica de Paterna y Manises (Vila y Padilla, 1999), esta última como producción algo más lujosa que la primera destinada a un uso más popular y funcional, y la posterior creación de la Real Fábrica de Alcora (AA.DD, 1996); (Grangel Nebot, 2004) y el gran desarrollo industrial cerámico que ésta supuso, esta vez ya más vinculada con la propia producción cerámica de Lladró, por ejemplo en algunos de los procesos productivos que tal y como los describe (Grangel Nebot, 2004, p. 8) eran así:

La confección de esculturas requiere un proceso muy determinado que, en la Real Fábrica, comienza con la intervención del escultor, que es quien realiza los bocetos sobre papel y luego los pasa a tres dimen-

3. *Precedentes históricos.*

siones, después son los oficiales de moldes y de talla los encargados de la manipulación de las figura modelada por el escultor, estudiarla, dividirla, seccionarla, crear los moldes primeros, obtener originales en escayola y confeccionar los moldes para poderla reproducir tantas veces como se desee.

En el caso de la cerámica de la Alcora, los temas predominantes en las esculturas serán como es lógico y respondiendo a su propio tiempo, figuras alegóricas y mitológicas que no tienen una gran repercusión en el global de la producción Lladró, aunque sí que hay aspectos muy coincidentes, como la representación de damas y escenas galantes, escenas de músicos y de prototipos de oficios, iconografía religiosa y temas costumbristas. Pero se trata únicamente de relaciones temáticas ya que a un nivel técnico y por tanto bajo una recepción estética, es una porcelana más tosca y de mayor dureza visual que la imagen de extremada delicadeza y perfección que proyecta Lladró. En cualquier caso las coincidencias hay que buscarlas en la propia mirada histórica hacia el pasado más propio y próximo que Lladró construye para legitimar toda una proyección estética anclada en ese pasado mitificado y glorificado a caballo entre la artesanía y la industria y proyectado hacia un sentido de modernidad y exaltación de los valores y «certezas» de la sociedad occidental, entre las que se encuentra su identificación con ese pasado que refuerza la fe en un progreso que sienta sus bases en valores tradicionales y etnocéntricos, un aspecto que iremos desarrollando a lo largo de la tesis.

4. La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.

Con la llegada del proceso histórico que se conoce como revolución industrial en sus sucesivas oleadas, el mundo se ha ido transformando y cambiando y las relaciones estructurales de poder y sociales, y sobre todo la vida cotidiana han sufrido una radical metamorfosis. Serán muchas las voces y los escritos de teóricos y críticos que tomarán posición a favor y en contra de la nueva situación creada respecto al mundo del arte, la producción estética y de las nuevas formas culturales generadas por ésta, provocando dos discursos críticos abiertamente enfrentados entre los llamados apocalípticos y los integrados (Eco, 1984), que tuvo un enorme impacto en su día y supuso un revulsivo en el panorama de la crítica y la historia del arte.

Inmerso en este proceso de cambio y desarrollo industrial surge en Valencia una industria cultural que poco a poco conseguirá un éxito sostenido a nivel internacional, generando todo un peculiar mundo de imágenes producidas por medios industriales y lanzadas al mercado con finalidad comercial y deseos de máxima expansión y multiplicación, adaptándose y respondiendo a la demanda de un creciente y consolidado grupo social burgués que acabará constituyendo la futura clase media, protagonista de la nueva cultura de masas surgida durante el siglo XX.

4. *La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.*

La industria de cerámica y porcelanas Lladró fue creada a mediados del siglo XX, concretamente recurrimos a la fecha de 1951, año en que se inaugura el primer taller de cerámica Lladró, situado en la calle de San José de la localidad de Almàssera, edificio que actualmente constituye la Casa Museo Natalicia de los Lladró. Este primer taller, abierto en la casa familiar y contando con un reducido grupo de trabajadores y pocos recursos y medios, fue floreciendo poco a poco y acabando de imponerse a la competencia, llegando con los años a asumir prácticamente el 90% de la producción española de figuras de porcelana y convirtiéndose en la empresa con mayor proyección internacional de toda Valencia, generando por tanto en torno a ella y por las características culturales de su producción, una imagen percibida de lo valenciano y su cultura cargada de estereotipos y de posiciones ideológicas concretas e idealizadas.

Todo este proceso de industrialización cerámica y de porcelana se inscribe en un momento histórico de consolidación del régimen autoritario del general Franco y a partir de la imposición de «la política económica autárquica» forzada por la presión internacional «que impide las importaciones de porcelana –tan apreciada por la burguesía- y por el incentivo de las buenas perspectivas que se presentaban para los que iniciaron su producción, al no existir apenas competencia» (Pérez Camps, 2001, p. 41). No obstante, este primer posible incentivo de desarrollo industrial, no explica en absoluto la extraordinaria difusión y consolidación de la estética de figuras de porcelana generada por Lladró, y mucho menos por supuesto, el rico abanico de significados y narrativas emanadas de ellas.

Este inicial pequeño taller fue fundado por tres hermanos, Juan, José y Vicente Lladró, nacidos en un municipio del área metropolitana de la ciudad de Valencia, distante a unos cinco kilómetros. A inicios y mediados del siglo XX, el municipio de Almàssera constituía un pequeño núcleo rural que fue consolidando una actividad centrada en el trabajo agrícola. Debido a la proximidad y comunicaciones con la ciudad, Almàssera consiguió generar también una serie de zonas y

4. *La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.*

espacios industriales. Entre las industrias presentes en el municipio aparecen la empresa Lladró, Cunyat y Cía, no se trata todavía de los Lladró objeto de nuestro estudio, «que instaló un taller de material móvil de tranvías, (...). Cercana a ella se ubicaba la fábrica de porcelanas de Ramón Canals, fundada en 1898, que a partir de 1905 se especializó en material eléctrico y ladrillos refractarios.» (Algarra y Berrocal, 1995, pp. 63-64). Todo este contexto histórico industrial es muy importante en referencia a la comprensión del origen y fundación de Lladró, sobre todo en lo referente a la actividad de estas industrias centrada en la fabricación de porcelana.

Precisamente, porque tras la fábrica de Ramón Canals se fundó la empresa de Porcelana y Refractarios Nalda dedicada principalmente a la producción de materiales aisladores de conducciones eléctricas de porcelana, pero que dedicó también una parte de su actividad a la fabricación de figuras de porcelana decorativa (Pérez Camps, 2001, p. 42):

Industria cuyos orígenes se remontan a 1898, año en que es fundada por Ramon Canals en Almàssera (Valencia) para fabricar vajillas y porcelana eléctrica. En 1913 pasa a manos de Bernardo de Nalda y Pla, el cual moderniza sus estructuras técnico-productivas y se especializa definitivamente en la producción de porcelana eléctrica, convirtiendo a su empresa en una de las principales productoras de España. Entre 1947 y 1970, ya bajo la gerencia de Víctor de Nalda, también se fabricaron figuras de porcelana que alcanzaron un alto grado de perfección.

Estas figuras «solas o en grupo, representando escenas entresacadas de una idealizada vida cotidiana, personajes con trajes regionales, grupos de niños, etcétera; todo ello hecho con una preocupación acusada por el detalle y por el perfecto acabado a ejemplo de las mejores manufacturas centroeuropeas del siglo XVIII» (Pérez Camps, 1992, p. 207), establecen una relación paternal de continuidad muy directa con las futuras producciones Lladró que no puede ser pasada por alto en

4. *La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.*

ningún caso si queremos establecer una genealogía de la estética y el desarrollo cultural de Lladró.

Para hacernos mayor idea de la importancia adquirida por esta industria, hemos de mencionar a algunas importantes figuras que prestaron sus servicios en ella como el escultor Vicente Beltrán Grimal autor ampliamente estudiado (Carbonell Tatay y Blasco Carrascosa, 1996); (Carbonell Tatay, 1998), que trabajó en la empresa Nalda entre los años 1950-1960. Vicente Beltrán nacerá en la localidad valenciana de Sueca el 12 de marzo de 1896 y cursará estudios en la Academia de Bellas Artes de San Carlos, recibiendo la formación academicista propia del momento histórico que se vivía en el ambiente valenciano y español. Durante su trayectoria, ganará varios premios y reconocimientos a su trabajo confiriéndole prestigio suficiente en la época como para destacar el hecho de su relación con una empresa de desarrollo industrial. También fue pensionado por la Academia en Roma entre los años 1922 y 1927. «Allí tuvo acceso a unos ambientes artísticos que influirían en toda su obra posterior, estudiando desde sus raíces el clasicismo en el que se había iniciado y que formaba la base de la corriente estilística con la que él simpatizaba, la renovación clasicista» (Carbonell Tatay, 1998, p. 24).

Parece muy claro el hecho de que él será el responsable del contenido estético de las figuras producidas por Nalda durante esos años, en los que ocupó el cargo de dirección artística, y por lo que se hace necesario reivindicar su figura respecto a la posterior influencia en las iniciales producciones de los hermanos Lladró. Quizá esta cita nos ayude a dejar un poco más clara esta cuestión: «Vicente Beltrán ama sobre todo a la vida humana, es ésta la que absorbe en él toda su atención hasta el punto de que él considera de secundaria importancia todo lo que no lleve señales de vida y con más motivo el movimiento de los seres animados.» (Carbonell Tatay, 1998, p. 26) Como veremos con más detalle en el desarrollo de la tesis, esta también es una característica muy clara del mundo estético Lladró, esa cap-

4. *La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.*

tación del instante en movimiento, de los seres vivos, humanos, antropomorfos o fantaseados, pero siempre vivos, nunca pasivos y estáticos.

La relación de la empresa de porcelanas Nalda, con los Lladró y con Vicente Beltrán es absolutamente clara, aunque resulta más difícil contrastar en qué medida se establecen estas influencias a nivel estético, es muy probable que sin la existencia y la experiencia previa de los Lladró en esta empresa, su futura dedicación profesional como ceramistas y empresarios se hubiera desarrollado, como mínimo, de otra manera.

En total, los hermanos Lladró, trabajaron para Nalda durante unos cuatro años, curiosamente en sus publicaciones oficiales hablan de una «fábrica de aisladores de porcelana» evitando utilizar extrañamente su nombre, sí que reivindican en cambio a la figura de Vicente Beltrán, aunque matizando bastante su influencia, en palabras atribuidas a Juan Lladró (AA.DD, 1998, p. 26):

En España habían desaparecido las fábricas de porcelana, de modo que esta era la única. Nosotros participamos decisivamente en la evolución de su corta trayectoria como fabricantes de figuras. Su director artístico, don Vicente Beltrán, nos dirigió y nos enseñó a superarnos a nosotros mismos. Era un hombre inteligente, exigente consigo mismo y con los demás. Nosotros teníamos los conocimientos sobre decoración que a él le faltaban, y a su lado fuimos haciendo cosas cada vez más interesantes.

Concluye esta declaración de su paso por Nalda, con la problemática que les impulsó a iniciar su propio camino como empresarios, cuando se les reclamó una mayor compensación económica que les fue negada empujando la decisión de crear su propia marca de cerámicas. Resulta curioso cómo se trata de minimizar la influencia de Beltrán en su trabajo, y sí en cambio se destaca la aportación que ellos hicieron frente a una «limitación» del escultor, la incidencia en el aspecto decorativo. En una tesis reciente se define la estética de Vicente Beltrán como

4. *La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.*

«impregnada de un original decorativismo renovador, conjungando la parte sustancial del clasicismo académico, como es el gusto por la corrección de la forma, pero sin excederse en los límites» (Morant Mayor, 2011, p. 62). Una investigación que entra en contradicción con las propias palabras de Juan Lladró. En cualquier caso no podemos pasar por alto que ésta relación de influencias existió, y que la estética y la realidad histórica de Lladró hubieran sido otras sin ese encuentro.

Lo cierto, es que la filiación entre las imágenes producidas por Nalda durante esos años y las primeras y posteriores piezas de Lladró es casi absoluta, resultando muy difícil, o prácticamente imposible, distinguir los productos de ambas marcas tanto desde el punto de vista material, formal, estético y temático, sin girar la pieza y comprobar el sello de marca en su base, experiencia que hemos vivido personalmente durante el desarrollo de la investigación.

El otro artista de referencia fundamental que trabajó para la empresa Nalda, y del que resulta más complejo valorar influencias, es el ceramista Alfonso Blat. Se trata probablemente del ceramista valenciano más importante del siglo XX y un gran conocedor de las técnicas cerámicas y de la porcelana. Blat mantuvo relaciones constantes con las incipientes empresas de cerámica del momento, entre ellas, la situada en el vecino municipio muy cercano a la residencia de los Lladró, Meliana, la fábrica de mosaicos Nolla. Parece ser que la relación con esta empresa se basaba en labores de asesoramiento técnico en referencia a materiales como el caolín, esencial para la producción de la porcelana (Pérez Camps, 2001).

Establecer los nexos de influencia entre Alfons Blat y la cerámica de Lladró, resulta bastante más difícil, si recurrimos directamente a valorar la producción de uno y de otros, hay todo un abismo estético aparente entre ambos mundos. Pero profundizando un poco en el completo y complejo catálogo de la industria Lladró, vemos que tal suposición es errónea.

En primer lugar, el propio Alfonso Blat fue profesor de los hermanos Lladró en la Escuela de Artes y Oficios según indica Pérez Camps (2001, p. 39), y reco-

4. *La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.*

nocen los propios Lladró, concretamente llegó a mantener una estrecha relación de amistad con Juan Lladró, el mayor de los hermanos, y que como veremos acabó fraguando, a nuestro juicio, también en una influencia estética decisiva en otro de los hermanos, quizá el más vinculado a la plástica moderna y a una cierta experimentación estética que acabó por no desarrollarse dentro del programa desarrollado finalmente por la marca por motivaciones comerciales. Se trata de José Lladró, que durante un tiempo generó una serie de piezas que poseen una filiación directa con la obra de Alfonso Blat. Una relación confirmada incluso por nuestras propias entrevistas adjuntas en el anexo de esta misma tesis.

Estamos hablando en concreto de un conjunto de siete piezas, jarrones, realizadas por José Lladró a finales de los años 50 del siglo XX, y que fueron comercializadas durante un tiempo por la empresa desde 1958 hasta 1980, en el que fueron retiradas del mercado. Resulta incluso curioso y hasta cierto punto asombroso, para los no conocedores de la totalidad de la producción de los Lladró, la coexistencia de estas piezas, que nos atrevemos a calificar como las más acertadamente modernas de toda su producción, desde el punto de vista estético y de contenido, junto a las figuras que residen en la cultura visual de una gran parte de la población occidental y que constituyen su verdadera imagen final, abrumadoramente figurativas, ética y estéticamente conservadoras, y probablemente, como demuestra su incontestable éxito comercial internacional, mucho más del gusto y de las necesidades sociales de la próspera clase media, hija de la sociedad de masas.

Más allá de establecer nexos y filiaciones estilísticas y personales con otros artistas en los inicios de la marca Lladró, nos toca también hacer un recorrido por el propio ambiente y desarrollo de los trabajos de porcelana en los primeros momentos de la empresa, necesarios para situar la propia evolución de sus porcelanas, que ya desde un inicio, presentan las características esenciales y definidoras de la propia estética Lladró.

4. La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.



Figura 4.1.: Jarrones elaborados por José Lladró muy en la línea de la modernidad cerámica impulsada en Valencia por Alfonso Blat.

Parece bastante claro que en estos primeros momentos iniciales en la pequeña factoría de la Calle de San José de Almàssera, el trabajo se desarrollaba de manera artesanal, y en un ambiente casi familiar, según los testimonios recogidos de algunos de esos primeros trabajadores y colaboradores de los Lladró, los propios Lladró se sentaban junto a los empleados a pintar y decorar las piezas, controlando el proceso, el propio José Lladró (AA.DD, 1988, p. 27) describe así aquellos días:

Solíamos trabajar muchas horas, de noche y de día, y completábamos nuestras jornadas estudiando y cultivando el campo. Trabajábamos mucho, sí. Hacíamos copias de figuras contemporáneas y clásicas, cornucopias, candelabros, gacelas muy graciosas, flores de loza... Aquellas flores para adornar lámparas se pusieron rápidamente de moda, comenzaron a venderse bastante bien, y nosotros necesitábamos vender alguna de nuestras creaciones para seguir adelante. –Aparte de aquellas cerámicas –cuenta José–, empezábamos ya con ensayos de porcelana. Era un trabajo muy minucioso, muy delicado, que luego vendíamos a precios irrisorios. Había piezas que nos llevaban varios días de trabajo a los tres, más la ayuda de nuestro padre, y apenas nos proporcionaban dinero para pagarnos los gastos. Teníamos buena

4. *La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.*

preparación artística y práctica en todos los órdenes, pero nos faltaba la demanda... A veces añoro aquellas horas pasadas pintando delicadamente, uno a uno, los dedos de una bailarina que Vicente había modelado sin descanso... Y después venían horas interminables probando con los materiales, con la temperatura del horno que nos habían prestado en un principio y alquilado después, intentando avanzar, descubrir, mejorar. Sin embargo, el éxito comercial era difícil y pasamos muchos meses malos. Únicamente se vendían las flores de loza y unas bailarinas vestidas de tul que se apoyaban en la punta de un pie e iban envueltas en celofán, quizás también algunas jirafas de patitas tan delgadas que parecían volar. No escatimábamos horas y eso era un aprendizaje importantísimo. Por otro lado, aquellas obras primitivas eran auténticos Lladró.

Según muchos de los testimonios consultados, lo que en principio podría parecer una visión idealizada e idílica con connotaciones mitificadoras publicadas por los propios Lladró, que encontramos en muchas de estas publicaciones, parece ser que se aproxima bastante a la situación real vivida en el momento, en lo que se refiere a la participación directa de los Lladró en los procesos creativos, así como sus primeras piezas decorativas que se vendieron con éxito y que estaban destinadas a decorar lámparas elaboradas por la empresa de mobiliario Mariner.

No nos vamos a detener mucho más en cuestiones y anécdotas personales de carácter histórico que escapan al verdadero objetivo de esta tesis, pero en este punto es de rigor introducir el nombre de uno de los primeros escultores que trabajaron para los Lladró. Se trata de los trabajos del escultor Fulgencio García. La figura de este escultor está íntimamente relacionada a los Lladró desde sus inicios, hasta el punto que incluso en nuestras propias entrevistas y indagaciones, se nos llegó a indicar que gran parte del éxito de los Lladró, estriba en las manos de este escultor ceramista. No hay más que comprobar la inmensa producción

4. La industria cerámica Lladró, orígenes e inicios estéticos.

de piezas desde sus primeros días, catalogadas bajo su firma. En cualquier caso vamos a comenzar por desgranar las estéticas y las relaciones socioculturales que Lladró establece e iremos vinculando estos procesos a su propio desarrollo histórico.

5. Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.

¿Lladró se perfila cómo un producto artesanal, un arte industrial? ¿Podemos hablar de qué se trata de arte? Todas ellas son preguntas que nos puede suscitar una primera aproximación a la obra de Lladró. Algunas no son tan relevantes para nosotros como a priori pudiera parecerlo, otras nos interrogan más sobre la conformación de una determinada cultura que tiene en cuenta estas consideraciones como algo prioritario en su proceso de valoración social de un objeto y en qué sentido Lladró trata de responder a este reto.

Es de justicia recordar que será la propia historia del arte como disciplina, la que asume una gran parte de responsabilidad en estas cuestiones. «La función de la historia del arte ha sido clasificar, otorgar un pedigrí a la cultura visual» (Hernández, 1997, p. 157), construyendo toda una clasificación jerárquica en base a denominaciones más o menos prestigiadas y valoradas.

Cuando estudiamos la cerámica y la porcelana, nos vemos obligados a entrar en la discusión y el debate terminológicos, dentro de una tradición historiográfica y una política educativa centrada en generar una división entre los conceptos del arte y la artesanía. «En Europa, esta ampliación del modelo del artista versus artesano fue especialmente notable en la creación paralela, por una parte, de escuelas separadas y de museos dedicados a las artes aplicadas o decorativas y, por la otra, la de las academias y los museos de bellas artes» (Shinner, 2004, p. 287).

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

La confusión y la multiplicidad de términos utilizados para designar estos productos que no se ajustaban al nuevo sistema de las artes impuesto en el siglo XVIII en Europa, van de la calificación de estos objetos como artes inferiores, menores, serviles, utilitarias, aplicadas, industriales, hasta la, parece ser, comúnmente aceptada en la actualidad de artes decorativas (Borrás Gualis, 1996, p. 115):

Sin embargo, en esta cuestión terminológica no subyace tanto un debate conceptual de definición, puesto que en la actualidad existe una relativa conformidad acerca de lo que entendemos por artes decorativas, cuanto un problema de tradición cultural de algunos términos y de su mayor o menor correspondencia con el concepto actual (es decir, del grado de precisión definatoria a partir de la tradición cultural del término adoptado).

La cuestión dentro de la historiografía artística, parece haberse resuelto de manera más o menos consensuada entre el colectivo de historiadores del arte por medio de una aparente disolución de la pareja subordinadora arte versus artesanía, asumido como una absorción del segundo término por el primero (Borrás Gualis, 1996, p. 118):

En definitiva no existe un término que se haya consolidado de forma rotunda ni que pueda presentarse como el más apropiado. Por ello, aunque el uso del término no sea indiferente, como se ha visto, en todo caso, como recuerda la profesora María Isabel Álvaro, «cualquiera que sea el término empleado debe quedar bien patente que estamos hablando de arte».

Quizá sería más fácil llamarle simplemente arte, pero parece ser que todavía existen reticencias en este sentido, se trata de arte pero bajo otro término y evidentemente bajo otra consideración. Esta absorción no resuelve, a nuestro juicio y como se ve, la cuestión, porque como muy bien afirma Shinner (2004, p. 376):

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

Pero incluso si todas las piezas de la artesanía artística fueran aceptadas con entusiasmo y consideradas como arte, e incluso si todos los museos de artesanías y artes aplicadas del mundo sustituyeran sus nombres por algo así como «Museo de bellas artes en medios antes identificados con la artesanía», no se superaría el dualismo de bellas artes versus artesanía u oficios. Como sabemos, las polaridades de arte/artesanía, cuerpo/mente, hombre/mujer, blanco/negro, han estado históricamente interrelacionadas en la forma de una subordinación del segundo término al primero. No es posible trascender tales polaridades asimilando unas pocas cosas representativas valiosas y subsumiéndolas bajo el término subordinado mientras se mantiene el nivel «superior» inamovible en este caso por mera absorción de algunas obras artesanales [...]

Dentro de una discusión conceptual similar y muy vinculada al correcto análisis de nuestro objeto de investigación desde el ámbito de la cultura visual, encontramos las reflexiones de las profesoras Roser Calaf y Olaya Fontal en sus múltiples trabajos (Calaf y Fontal, 2007b), referidas en este caso al concepto más amplio de patrimonio tal y como escriben en otra ocasión (Calaf y Fontal, 2007a, p. 67):

Algunos conceptos, especialmente cuando su naturaleza es inmaterial, se vuelven difíciles de interpretar; esto sucede con el ámbito del patrimonio, porque existe una extraordinaria proliferación de interpretaciones y de variables que asumir. El propio término «patrimonio» aparece asociado a adjetivos tan dispares como industrial, medioambiental, geográfico, etnográfico, artístico, colectivo, local... Y todo ello es patrimonio, todos son patrimonios específicos (en plural); diferentes pero patrimonios.

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

Un concepto que no por ello está exento a su vez de clasificaciones y delimitaciones de finalidad, considerada en algunos casos como jerárquica y que ellas por el contrario vinculan especialmente a la educación artística o patrimonial mucho más allá de estas distinciones que consideran deben ser únicamente matizaciones clarificadoras y en ningún caso contradictorias o enfrentadas. Tal y como también defendemos nosotros respecto a la posición que se debe establecer sobre Lladró y sus producciones estéticas y cualquier clasificación categórica que podemos adherirle como industrial, kitsch, etc, que siempre deben ser entendidas en términos de matización y no de jerarquía cultural o de significación despectiva.

La cuestión en parte sigue abierta aunque para nosotros fue resuelta por John Dewey hace ya algunos años cuando puso en cuestión, calificándolas como absurdas, las distinciones de esta clase y refiriéndose a que sólo existe arte bueno o arte malo (Dewey, 1948). Nosotros, como él, hablamos simplemente de arte, de cultura visual, o si prefiere y de manera más coherente en referencia a una mayor ampliación del campo de estudio tal y como propone Agirre (2005) de estética ¹. Probablemente, y como el propio Agirre (2005, p. 337) indica, el problema resida en que «si necesitamos recurrir a términos que buscan recoger mejor el carácter interdisciplinar que impregna en la actualidad lo artístico es porque estamos manejando una noción muy poco actualizada de “arte”».

Podemos recurrir mil veces, y con mil ejemplos a la propia historia del arte, y no nos referimos a la disciplina sino a la realidad histórica, para contrarrestar la nociva distinción jerárquica entre las artes y las artesanías y tal y como nos recuerda uno de los nombres más grandes y respetados de la propia historia del arte, esta vez sí que aludimos a la disciplina, «los patronos de la época no hacían distinción entre lo que hemos acabado por llamar Bellas Artes y Artes Aplicadas. Los orfebres eran ciertamente gentes tan respetadas como los iluministas o los

¹En su caso referido sobre todo al ámbito educativo, aunque para nosotros sea aplicable a cualquier ámbito del estudio del arte

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

pintores al fresco, cuando no más. Después de todo, era a aquéllos a quienes se confiaba los metales más preciados» (Gombrich, 2003, p. 88).

En cualquier caso, Lladró es un objeto estético producido a través de medios industriales y que aprovecha la nueva situación de consumo masivo creado por la sociedad de masas y resultaría demasiado fácil y simplista, solo por este hecho, como nos recuerdan Walker y Chaplin (2002, p. 244) «llegar a la conclusión de que todos los bienes de producción masiva hechos para la venta y el beneficio deben ser totalmente faltos de valor artístico», o que priorizan el consumo masivo e indiscriminado de productos en aras de la calidad y el contenido artístico.

Como los mismos autores nos recuerdan, los libros consumidos por los intelectuales, y en ocasiones ávidamente coleccionados, también son productos de la industria cultural de masas y se venden y comercializan bajo estrategias comerciales y de marketing. Precisamente, Lladró cuida mucho sus procesos de calidad y los objetos que ofrece al mercado no están destinados a ese masivo consumo irreflexivo sino a una decisión o una asunción de voluntad expresa, incluso de un esfuerzo económico, en ocasiones considerable, que genera que sean percibidos como un bien con valores añadidos y rodeado de un aura. Un aura que en su caso se niega a desaparecer, sobre todo, gracias al trabajo de piezas seriadas, tal y como se venía haciendo desde siempre desde la práctica del grabado y la estampación, de las que no se cuestiona su estatuto artístico.

La comparación y asunción de categorías que poseen objetos de consumo más barato y sobre todo conceptualmente fácilmente sustituibles, no es del todo aplicable a Lladró. A pesar de su filiación industrial, las piezas Lladró no se sustituyen por otro ejemplar exactamente igual porque son recibidas como piezas mucho más irremplazables que una nueva copia de una película en DVD de nuestra colección que hemos roto o perdido, y que una vez reemplazada, anula la sensación de pérdida de la anterior.

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

Las piezas Lladró se reparan. De hecho, la propia empresa facilita en muchos casos el acceso a un servicio de reparación y restauración de sus porcelanas como uno de los principales ejes de relación con sus clientes. Del mismo modo como los retablos góticos, las esculturas románicas o los óleos flamencos del XVIII son tratados, reparados, restaurados pero nunca sustituidos, las porcelanas Lladró no se reemplazan por otra pieza igual, aunque exista y esté disponible en el mercado y podamos permitirnos el desembolso de nuevo. Las piezas Lladró, se llevan a reparar por sus ávidos coleccionistas y propietarios o en otro caso, se sustituirán por otra pieza Lladró, distinta de la anterior, porque una nueva copia de la misma pieza sería percibida como falsa. Bajo estas premisas, aquellos teóricos del pasado que planteaban definiciones del arte priorizando el aspecto único e insustituible de las obras, no pondrían demasiados reparos en aceptar a Lladró en el universo de la cultura artística establecida. Esa sería una buena y pertinente pregunta a formular.

La industria cerámica y de porcelana es un tipo de desarrollo industrial que desde sus orígenes está a medio camino entre la producción en serie o de fabricación industrial y la labor artesanal. En los procesos de producción en serie la labor del diseñador y el operario están bien delimitadas y separadas a través del propio proceso de creación. Dorfles lo definió claramente en términos clasificadores y diferenciadores estableciéndolo como diseño industrial por una parte, y artesanía por otra (Dorfles, 1967, p. 217):

El concepto de «producción en serie» se refiere, en efecto, más bien al método productivo, que a la cantidad de objetos producidos, o sea al hecho de que tales objetos estén siempre ideados basándose en su posible iteración. «Serie», efectivamente, significa posibilidad de reproducción idéntica de un determinado modelo arquetípico, y es precisamente ésta la diferencia substancial que distingue al objeto industrial

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

del artesano, cuya iterabilidad está siempre sujeta a una, por ligera que sea, desviación de la «norma».

Y continua Dorfles (1967, p. 219) más adelante:

Otro equívoco, hoy despreciado, al menos en parte, es el de creer que sea posible una absoluta identificación, desde el punto de vista estético, entre obra de artesanía, artística y producida industrialmente. Actualmente sabemos que cada una de estas categorías debe seguir sus «leyes» que, sólo en parte, pueden yuxtaponerse.

Aunque aceptamos de buen grado por criterios prácticos y útiles en el desarrollo del conocimiento la distinción propuesta por Dorfles (1967) en referencia a sus modos de producción, entre artesanía y diseño industrial, nuestras argumentaciones no remiten a leyes diferenciadoras entre el arte la artesanía y la industria o diseño industrial ya que entendemos estos dos últimos como modos de producción, que pueden generar o no obras de arte. Del mismo modo que una obra pictórica haya sido realizada al óleo sobre el más fino lino montado en un bastidor no garantiza su calidad artística o el hecho de que una película, elaborada y distribuida en serie por medios mecánicos y expuesta a múltiples modos de recepción por la poderosa industria del cine, puede producir una verdadera experiencia estética a través de una magnífica obra de arte cinematográfica.

Todo se centra en la experiencia aportada en el proceso de creación de esa obra por sus artífices y en la experiencia de recepción, que siempre será diferente del sujeto receptor y que ha de estar dispuesto a entrar en el juego del que habla Gadamer (1991, p. 72-73) en el sentido de que la obra nos reclama un desafío que ha de ser completado y correspondido, de este modo «exige una respuesta que solo puede dar quien haya aceptado el desafío. Y esta respuesta tiene que ser la suya propia, la que él mismo produce activamente. El cojugador forma parte del juego».

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

Es de hecho, este sentido de experiencia conjugada entre la producción y la recepción la que encontramos en esta cita de Dewey (2008, p. 55) referida precisamente a la artesanía:

La artesanía, para ser artística, en su sentido final, debe ser «amorosa»; debe interesarse profundamente por el asunto sobre el cual se ejercita la habilidad. Me viene a la mente un escultor cuyos bustos son maravillosamente exactos. Sería difícil decir, en presencia de la fotografía de uno de ellos y una fotografía del original, cuál es la persona misma. En virtuosidad son notables, pero, uno duda de si el escultor tuvo una experiencia propia y estaba interesado en que participaran de ella los que miran sus productos. Para ser verdaderamente artística, una obra debe ser estética, es decir, hecha para ser gozada en la percepción receptiva. La observación constante es, naturalmente, necesaria para el artista, mientras está produciendo, pero si su percepción no es también de naturaleza estética, se trata de un reconocimiento incoloro y frío de lo que ha hecho, que usa como estímulo para el siguiente paso en un proceso esencialmente mecánico.

Vamos a explicar como se desarrolla el proceso del trabajo industrial en una fábrica de cerámica o de porcelana, destacando algunos aspectos particulares de la propia Lladró, para vislumbrar en que sentido, según las definiciones propuestas, entendidas siempre como clasificadoras de modos de producción, podemos adscribir a Lladró entre el arte la artesanía y la industria.

Prácticamente, desde finales del siglo XVIII, el proceso de fabricación de una factoría de creación de cerámica y más específicamente de porcelanas, no ha variado sustancialmente con respecto al desarrollado en la actualidad (Morley-Fletcher, 1985, p. 20):

Una visita a una fábrica de hoy, 200 años después, no sería muy diferente. Sin embargo, la electricidad ha eliminado la necesidad de mu-

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

chas tareas manuales, como el amasado o el manejo de palancas. La industria ha experimentado muchos cambios, introduciendo técnicas de producción en masa y maquinaria especial. Afortunadamente aún no se ha alcanzado el estado de automatización total, como ha sucedido en las fábricas de automóviles, pero quizá no esté muy lejano el día.

El proceso de creación de una pieza de porcelana de Lladró, se inicia con la fase del diseño y el dibujo preparatorio a través del lápiz, el papel y el carboncillo, los escultores que diseñan sus piezas para Lladró, desarrollan los primeros bocetos a la manera tradicional, a través de la relación con el dibujo.

El material prioritariamente empleado en el proceso de fabricación de Lladró es la llamada porcelana dura o auténtica, «un material cerámico formado de una pasta de grano finísimo y compacto, impermeable, blanca y translúcida, tan dura que no se puede rayar ni con una punta de acero», compuesta básicamente por caolín, cuarzo y feldespatos (Fuga, 2004, p. 225). El gres, será también el elegido para algunas de las series de cerámica de Lladró y que se presenta como una alternativa estética, derivada de la propia visualidad y textura que genera este material, diferente de la blancura y fragilidad etérea de la porcelana, está compuesto de arcilla no calcárea, agua y cloruro de sodio que genera una «pasta compacta, dura y fuerte» (Fuga, 2004, p. 220).

Una vez decidido el diseño y el aspecto que va a poseer la pieza, se procede a materializar los dibujos a través del modelado de la escultura en barro. Simplemente este aspecto del proceso aleja y descarta a Lladró del concepto de diseño industrial propuesto por Dorfles (1968), que afirmaba que a diferencia del objeto de artesanía el primero debía estar constituido por una serie, elaborado con medios y técnicas completamente mecánicas y en la inexistencia de diferencia alguna entre el objeto diseñado y el producto final. La traslación de un dibujo al espacio tridimensional mediante el modelado, supone sin duda no una, sino mu-

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

chas diferencias, que como veremos se irán acentuando durante el proceso, por lo que siempre existirá una mínima y a veces casi imperceptible diferencia en cada una de las piezas de porcelana salidas de los hornos de la Ciudad de la Porcelana de Tavernes Blanques.

Todavía persiste a un nivel general, la equivocada idea de que la calidad del arte depende de los medios y los modos de producción en que haya sido desarrollado y que en función de estos el apelativo artístico le es más o menos próximo. En este sentido, encontramos afirmaciones, ya de algunos años, en las que después de hacer un breve recorrido cronológico por la historia de la cerámica y de la porcelana y detener su discurso en las Reales Fábricas europeas del siglo XVIII, se juzga sin ningún fundamento que «posteriormente, la aplicación de procedimientos mecánicos y la industria han disminuido la calidad artística» (Martín Ansón, 1997).

Puede, que como se afirma, haya disminuido la calidad artística respecto a algunas manifestaciones del pasado cerámico, o de manera más probable, puede que nuestra mirada se dirija hacia ellas bajo la emanación del encanto que supone el objeto histórico, la referencia al pasado y su mitificación simbólica y la carga de aura que le atribuimos al arte del pasado y que rechazamos de la mecanización del producto elaborado por medios industriales, como bien dice Olalquiaga (2007, p. 66): «la modernidad glorifica todo lo que ha ido dejando atrás, al percibir en ello una dimensión metafísica ahora perdida. El pasado preindustrial, reflejado en la noción de aura, es concebido como una especie de edad de oro».

En ningún caso y bajo ningún precepto, la utilización de una u otra técnica o modo de producción aumenta o disminuye el valor artístico de una obra, ni se constituye en causa o fundamento del mismo por sí misma. El análisis desprejuiciado y liberado de nuestros propios juicios y valores de gusto, siempre condicionados –aspecto este complejo y problemático– en nuestras aproximaciones a imágenes y productos artísticos como los generados por las porcelanas Lladró,

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

de igual manera a como nos aproximamos a la pintura de Matisse o a la escultura de Jaume Plensa, nos permitirán comprender la naturaleza de la experiencia de creación y fruición del arte en toda su complejidad.

Admitimos que una gran parte de la producción industrial, como afirma Dewey (2008, p. 31) no goza de una experiencia artística y que en parte es derivado de su propia génesis productiva, pero ello no implica que existan muchos productos industriales que se constituyen incluso como magníficas obras de arte, tal y como nos recuerda Dorfles (2004, p. 55) «la eficacia semántica e icónica de algunos objetos de consumo, de algunos “juegos de las masas”, es más fuerte y más genuina que la de muchas obras de arte de élite, extremadamente refinadas, pero extremadamente exhaustas».

Quizá sea precisamente aquí donde radica uno de los problemas de Lladró, en la generación de un doble juego de intencionalidades de fruición estética, al no presentarse directamente como un objeto de consumo adecuado al gusto popular, sino establecer a la vez un intento de vinculación con el llamado arte de elite, creyendo equivocadamente a nuestro juicio, que este era el único camino para su legitimación como arte.

Como hemos visto, no es necesario emprender ese camino incierto, porque la artísticidad no depende del gusto o los comportamientos y legitimaciones estéticas de una determinada elite cultural, aunque probablemente se haya visto obligado a ello, teniendo en cuenta las relaciones de poder que con ello se establecen y que a pesar de todos los esfuerzos de muchos intelectuales, teóricos e incluso artistas de la propia elite cultural, parece seguir vigente y gozar de buena salud. Veamos como desarrolla Lladró este camino de legitimación artística.

Como vemos, por tanto, una de las cuestiones que quizá pueda suscitar más polémicas y debates enfrentados respecto a los productos generados por la industria Lladró, tiene que ver con la propia definición del concepto de arte y la posible utilización de este apelativo a estos productos u objetos industriales.

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

Se trata pues, de un problema complejo, que parte de una situación que cientos de filósofos y teóricos a lo largo de la historia han tratado de dilucidar sin llegar a un acuerdo plenamente satisfactorio. Más allá del debate conceptual y teórico profundo, por lo que al tema de esta tesis doctoral se refiere, la cuestión estriba en si las producciones y diseños generados por los artistas, artesanos o diseñadores de Lladró, se pueden considerar verdaderas obras de arte o no.

Más adelante veremos que para nosotros, esto no supone un problema a la hora de desarrollar nuestras investigaciones, en cambio, no es baladí tratar aquí la cuestión, ya que precisamente y valorando nuestro interés por las cuestiones de posición social que promueve esta marca, es más importante para nosotros conocer el interés constante de Lladró por asociar su valor de marca al concepto de arte, el porqué de ese interés y la relación que esto tiene con la recepción y percepción final de sus objetos, más que tratar de demostrar o de negar su pertenencia a la categoría artística, para nosotros es suficiente con que pertenezca a la cultura visual de su tiempo, y este hecho es completamente innegable.

No obstante, vamos a tratar al menos, si no de dar una respuesta contundente y unidireccional sobre el sí o el no de su pertenencia a la categoría de arte como ya hemos afirmado, aproximarnos a argumentaciones que trataran de dar un poco más de luz a esta cuestión en referencia a las intencionalidades de la propia marca y a la comprensión de este proceso, totalmente trasladable a otros miles, millones de producciones, preferimos la terminología de objetos esencialmente estéticos, que poseen características similares a las piezas de Lladró.

Es necesario conocer sucintamente, a un nivel general y global, las distintas reacciones y posiciones respecto a la conceptualización del arte para poder poner en verdadero valor las acciones y posiciones de la marca, objeto de nuestro estudio, en su camino de afianzamiento de su imagen como arte. Un proceso no exento, sin embargo, de aparentes contradicciones, con una casi obsesión por

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

afianzarse como arte pero sin olvidarse de reivindicar su faceta industrializadora y su tradición artesanal.

Si hay un aspecto en el que la mayoría de los teóricos parecen estar de acuerdo en referencia a aquello que podemos definir como arte es en la necesidad de la existencia del aspecto estético o del criterio o la idea estética: «Lo propio y específico de la obra de arte es la transmisión, en y desde esa intrínseca ubicación en el universo de las formas sensibles, de una idea estética sin la cual no hay posible salto al universo propiamente artístico». (Trías, 2001, p. 28).

También para nosotros se trata de una condición estrictamente necesaria para la definición del arte y no se trata de una estética de lo bello únicamente de la que estamos hablando, sino que incluya todas las categorías estéticas existentes.

Pero si bien esta es una condición necesaria para la definición de un objeto como artístico, no es obviamente la única, ya que no es necesario recordar aquí las miles de formas de experiencia estética que podemos percibir de objetos que jamás incluiríamos en el apelativo de artísticos.

Si no fuera así, si no existieran otros criterios de valoración no tendríamos ninguna duda en afirmar categóricamente que las porcelanas y cerámicas de Lladró son obras de arte y los constantes esfuerzos de la marca por autoafirmarse en este sentido serían baladíes e innecesarios. ¿Cuáles son esos otros criterios por los que la balanza que mide la «autenticidad o esencialidad artística» se inclina hacia ese lado mitificado de lo que calificamos como arte? Si recurrimos a uno de los trabajos de compilación y explicación de esos criterios de valoración más lucidos, conocidos y clarificadores que existen (Tatarkiewicz, 2004), vemos como todo se reduce a un proceso histórico y a una serie de cambios de valor sociales. Hay incluso opiniones más contundentes al respecto:

El arte, entendido de manera general, es una invención europea que apenas tiene doscientos años de edad. Con anterioridad a ella tenía-

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

mos un sistema del arte más utilitario, que duró unos dos mil años y, cuando esta invención desaparezca, con toda seguridad le seguirá un tercer sistema de las artes (Shinner, 2004, p. 21).

El autor Shinner (2004) se refiere en este caso más que al arte en sí mismo, al moderno concepto de arte que ha llegado a nuestros días y que sigue siendo el socialmente vigente y que difiere por completo del concepto de arte en la antigüedad o en la Edad Media, incluso en el Renacimiento. Tatarkiewicz (2004, p. 81) no deja lugar a dudas también de este aspecto, corroborando la posición de que se trata de una cuestión histórica y de carácter social:

Las artesanías y las ciencias no fueron excluidas en la época griega clásica del reino de las artes. Tampoco lo estuvieron en el período Helenístico, la Edad Media o el Renacimiento, la primera, la idea clásica del arte, predominó durante más de dos mil años. La idea que nosotros tenemos del arte es una invención relativamente moderna.

Vamos confirmando poco a poco como el concepto de arte existente en la actualidad difiere en muchos aspectos de otras definiciones y conceptos precedentes, con las que sinceramente nos sentimos más cómodos que con la actual categorización y donde este debate aquí planteado carecería de sentido y cualquier manifestación artesanal, popular o industrial estaría incluida en la categoría artística y valorada bajo criterios que lo integran en una manifestación de la experiencia vitalmente enriquecedora para cada uno de nosotros.

Ramírez (1997, p. 263) hace una descripción de la sociedad y las causas que han acabado generando el sistema cerrado y elitista de las artes, curiosamente ese mismo sistema elitista y «culto» que ha negado sistemáticamente la entrada de objetos y manifestaciones como las producidas por Lladró y otros, a las que intentan adscribirse una y otra vez, con tal de alcanzar ese mitificado espacio sacralizado. El problema no es tanto la pertenencia o no de Lladró y otros objetos

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

similares al mundo del arte, el problema es la propia estructura del moderno sistema de las artes.

Una civilización basada en los objetos (que los fabrica, los vende, obtiene beneficios que permiten aumentar el ritmo de producción, etc.) se ve en la necesidad de enmascarar su naturaleza mitificando un pequeño número de ellos (objetos artísticos) y negando valor creador o lúdico a los restantes. El museo es resultado de la mala conciencia de la sociedad productiva, y el precio desmesurado que se paga a ciertas obras de arte sólo acentúa la burla a quienes deben soportar la explotación y el olvido consiguiente de los objetos que la testimonian.

Podríamos seguir desarrollando citas y ejemplificaciones de teóricos respecto a la cuestión y definición del arte, lo que probablemente nos acabaría llevando a un callejón sin salida, aunque filosófica y estéticamente muy interesante. Pero en lo que no podemos albergar demasiadas dudas, al menos así lo creemos firmemente, es que el arte es una configuración de carácter histórico y social, cambiante y variable, no sólo diacrónicamente sino también sincrónicamente, coincidiendo plenamente con las palabras de Geertz (1994, p. 120) cuando afirma que «el arte no significa una misma cosa en la China clásica que en el Islam clásico, entre los indios pueblo del suroeste de estados Unidos que en las tierras altas de Nueva Guinea».

Centrándonos por tanto en la materia central de nuestra investigación, aplicaremos siempre que hablamos de arte en este capítulo, la conceptualización propia de la educación y la cultura occidentales posteriores al siglo XVIII y que sigue contando con gran vigencia, ya que es hacia este concepto de arte al que dirige su atención y su mirada Lladró, independientemente de que, como hemos visto, sea o no el concepto de arte, cultural y socialmente variable que nosotros aceptamos como más adecuado y propio a los planteamientos de las investigaciones referidas a los estudios culturales y a la cultura visual global.

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

La propia consideración y valoración de un tipo de arte u otro y lo que es más importante, la toma de conciencia de la propia categoría artística como elemento de distinción social, nos dice mucho más de una cultura y de sus recursos y su forma de funcionamiento simbolizador, que cualquier exhaustivo estudio formalista.

Por supuesto, también nos ayuda a explicar mejor esa misma cultura, el análisis de la posición que unas producciones visuales como las porcelanas de Lladró ocupan en esa misma cultura y en función de que criterios lo hacen. Porque esa misma estatuilla de cerámica posee una gran riqueza interpretativa en relación a las experiencias múltiples que puede llevar asociada en su relación contingente con el mundo, un buen ejemplo de ello y de estas múltiples y complejas relaciones, partiendo precisamente de una pequeña estatuilla de cerámica, nos la ofrece Darras (2008, p. 123-124):

La estatuilla será decorativa y artesanal si se coloca a modo de bibelot sobre una estantería entre una colección de muñecas. Será artística, si se la trata como obra de arte. En este caso deberá disfrutar de un espacio privilegiado que articule una proximidad con otros objetos de arte y un mundo propio (Umwelt) garantizado por un parérgon –un accesorio– de tipo artístico que incluya una peana y una iluminación específicas. Como ocurre con todos los demás objetos no corrientes, esta escenografía debe imponer su presencia a la mirada y al paso de las personas. Sin embargo, la relación entre su exposición y su exhibición debe ser comedida y generar un nivel de ostentación compatible con la ecología doméstica sociable, sin pretender alardear de formar parte de una colección privada.

Vamos a ver, en este mismo sentido, las relaciones que Lladró establece respecto a la categoría artística y el interés por posicionarse o aproximarse dentro de la órbita del mundo o el sistema de las artes dominante en nuestra cultura, también

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

llamado en ocasiones arte institucional (Dickie, 1974) u oficial, alejándose de cualquier otra valoración o vinculación con las artesanías, artes menores, decorativas o industriales, entrando en aparentes contradicciones.

Esto será una constante muy perseguida desde sus inicios por la marca Lladró y en ella han puesto gran empeño los propios fundadores, los hermanos Lladró, ya desde los primeros momentos de su historia, hasta las sucesivas campañas de marketing publicitario donde se trata de asociar y afianzar la marca a su valor como arte, en función del poder simbolizador, culturalmente hablando, que posee este concepto en la cultura europea occidental dominante de mediados y finales del siglo XX.

Este empeño en afianzarse como valor artístico se hace muy evidente en las propias publicaciones oficiales generadas por la empresa, con títulos tan significativos como *El arte de la Porcelana*, (AA.DD, 1979) o *Art i tecnica de ceramica valenciana* (Lladró Dolz, 1997); en este último texto, se trata del discurso de ingreso en la Real Academia de Cultura Valenciana de Juan Lladró, el mayor de los hermanos Lladró y el más activo y posicionado publica y políticamente ², se trata de vincular la cerámica y la porcelana Lladró con una amplia tradición histórica de la cerámica valenciana, ciertamente muy importante en el panorama internacional como lo fueron las cerámicas de Manises, Paterna y Alcora a nivel artesanal o industrial, pero va un poco más lejos en su intención de relacionar su marca con las producciones artísticas de artistas y escultores de reconocido prestigio como «Vicent Beltrán; Pablo Serrano; Gabino; etc.» (Lladró Dolz, 1997, p. 40) aludiendo incluso al mismo Pablo Picasso y su amplia obra cerámica.

Tampoco se olvida de nombrar a grandes ceramistas valencianos, como Antoni Peiró, Alfons Blat, del que los hermanos Lladró recibirán una gran influencia

²La propia institución que le acoge como Académico tiene unas claras vinculaciones políticas e ideológicas, incluso el ingreso de Lladró en la Academia se puede entender dentro de todo un proceso político del momento histórico local.

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

en sus tempranas obras como ya hemos comprobado, o Enric Mestre, escultor ceramista y reconocido artista que expone y vende en los circuitos artísticos institucionales de museos, salas y galerías de arte y máximo representante actual de la cerámica contemporánea valenciana.

Únicamente recurriendo a tres publicaciones, muy dilatadas en el tiempo, pero con una finalidad y continuidad muy claras –tratar de ofrecer una panorámica global del universo Lladró, con la finalidad de prestigiar la marca y sus productos y elevarlas al templo del arte– se puede rastrear este empeño.

La más antigua de estas publicaciones lleva por título *Lladró, el arte de la porcelana. Cómo la porcelana española se hizo universal*, data del 1979 y fue publicada por la editorial Salvat. El propio título ya hace referencia directa a la palabra arte. En la publicación, insistimos, dedicada a ensalzar y difundir las virtudes de la empresa, la marca y sus productos, colaboran distintos autores con una tabla de contenidos en donde ya encontramos este intento de prestigio en relación al arte. El tercer apartado titulado «Génesis de una obra de arte en la porcelana Lladró» está construido con el fin de justificar, a través de la explicación del propio proceso de creación, con una parte inicial de trabajo profundamente vinculada al más clásico de los procesos artísticos, como ya hemos ido enunciando, ensalzando la presencia del dibujo y el modelado en barro en todo el proceso previo. Todo ello acompañado de una gran profusión de imágenes en color, cuya presencia se impone muy por encima del texto que las acompaña y que en cualquier caso no deja de parecernos profundamente edulcorado, pero cumpliendo la función de ensalzamiento publicitario de la marca. Así rezan algunas de sus páginas que no necesitan de mayor comentario al respecto (AA.DD, 1979, p. 39):

El arte es un milagro, debe parecer un milagro, y hay que contemplarlo siempre con ojos de amor. Penetremos, pues, en el taller del artesano con cierto respeto, porque las piezas de porcelana no admiten el psicoanálisis brutal y pueden romperse de pronto, como vidas maltra-

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

tadas. Vamos a verlas, indiscretamente, en el instante de su gestación; vamos a sorprenderlas desnudas y tristes, melancólicas y sin maquillar; quizás aprendamos a conocerlas mejor, pero al final volveremos a amarlas por su misterio y su leyenda, como si fueran hijas de un milagro fascinante e ingenuo.

Estas publicaciones, que constituyen el máximo referente escrito de la marca, son textos de carácter divulgativo y publicitario, editados en libros de gran formato, incluso cierto lujo, con una preponderancia clara de imágenes frente a un texto destinado a reforzar sus propios valores y sin ningún atisbo crítico, pero son en cambio, presentados como textos con un cierto valor de experto y con la legítima función de recreación de los valores de la marca.

A este primer libro, le seguirán otros en la misma línea de conducir la imagen Lladró hacia el mundo del arte, reforzando argumentos similares. El publicado también por Salvat unos años más tarde bajo el subtítulo de *El mundo mágico de la porcelana*, y por último y editado por la propia firma Lladró Comercial: *La voluntad creadora*, donde palabras como arte, creación, belleza, inspiración, etc... se repiten de manera constante siempre al servicio de la vinculación Lladró-Arte. La presente tesis doctoral, supone por tanto, el primer acercamiento analítico profundo y riguroso hacia el fenómeno estético de las porcelanas Lladró.

Hemos argumentado y comprobado la situación y el proceso generado por Lladró para tratar de afianzarse en el consagrado estatus de privilegio del moderno sistema del arte, un intento que creemos que ha resultado infructuoso, por múltiples causas que vamos a enumerar.

Y entre esas causas que podemos percibir respecto al fracaso parcial de este intento legítimo por afianzarse en el papel de la «oficialidad» artística, encontramos como principal escollo la fuerte y consolidada estructura del sistema de las artes, casi concebida como una institución en sí misma y con los mecanismos del propio mercado del arte oficial.

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

También la propia posición de aparente contradicción de Lladró, mantenida a través del éxito comercial masivo y de carácter industrial, quedando así al margen del sistema, en lo que podemos calificar como de una actitud tibia de acercamiento al arte, pero justificada obviamente en el prioritario interés empresarial y comercial, que está, como es más que evidente, muy por encima de las aspiraciones de la gran mayoría de artistas, en lo que a aceptación comercial se refiere.

Por último, la propia consolidación de un lenguaje, una terminología específica y muy concreta que envuelve al mundo del arte como institución y complica todavía más, como ya hemos comprobado, la ubicación dentro de este sistema, de unas producciones artísticas como las elaboradas por la empresa Lladró.

Para finalizar este apartado, nos quedamos con una cita que resume perfectamente nuestras intenciones respecto a lo que hemos de entender como arte independientemente de las estrategias de posicionamiento de imagen que unos y otros, industrias culturales y sistema institucional artístico, utilizan para ganar prestigio y parcela de poder social, sirviendo perfectamente a los intereses de determinados grupos sociales y de poder.

El arte no puede ni debe ser patrimonio de unos pocos, no puede ni debe estar al servicio de nadie, únicamente debe servir para la construcción de mundo, de mundos y experiencias sensibles y vitales, independientemente de sus modos de producción y de su forma y lugar de experimentarlos.

Es cierto que es posible que el arte deje de pintarse con óleos en lienzos y enmarcarse su resultado con un marco dorado. Pero el arte puede persistir en otras formas. Además, el arte existe no sólo allí donde se encuentra su nombre, donde se ha desarrollado su concepto y donde ya existe una teoría establecida. Estas formas no estaban presentes en las cuevas de Lascaux; sin embargo, allí se crearon obras de arte. Incluso allí donde el concepto y la institución del arte tengan que morir obedeciendo a ciertos preceptos vanguardistas podemos suponer

5. *Lladró, entre el arte la artesanía y la industria.*

aún que la gente seguirá cantando e imaginándose figuras en madera, imitando lo que ven, construyendo formas y dando una expresión simbólica a sus sentimientos (Tatarkiewicz, 2004, p. 78).

Concluyendo este punto y dentro también de nuestra propia forma de entender el arte y la cultura en un sentido mucho más amplio y contemplando un mayor abanico de escenarios y posibilidades, coincidimos plenamente con las propuestas de la profesora Olaya Fontal (Fontal, 2008, p. 38) que entiende el problema en términos de patrimonio cultural y justifica con unas palabras a las que nos adherimos plenamente la necesidad de la investigación en campos muy amplios de la cultura visual y patrimonial y la total legitimación para que un producto de la cultura visual, como las porcelanas Lladró, sea tenido en cuenta a un mismo nivel que otros productos, ya que todos ellos forman parte de igual manera de un rico patrimonio cultural heredado, para bien o para mal, e independientemente de que compartamos o no esos valores:

Y puede ser patrimonial porque es, justamente, el interés –los valores– que para un determinado individuo o grupo tiene lo que realmente lo convierte en patrimonial. Esto no significa, en absoluto, que deba ser compartido por grandes colectivos ni que tenga interés histórico o social; significa, solamente, que tiene un interés identitario y, por lo tanto, educativo.

6. El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.

Continuando en parte la argumentación del punto anterior, vamos a ver como el acercamiento hacia lo artístico se desarrolla en Lladró por diversas vías, y una de las que se prestará a un mayor desarrollo y esfuerzo por parte de la empresa será la de relacionar sus objetos y a ser posible, convertirlos en objetos musealizables o dignos de suficiente consideración, –de nuevo la palabra– artística, como para estar presentes en los nuevos templos laicos de la modernidad que son los museos.

Si hay alguna institución moderna que se convierta en la consagrada por excelencia respecto a lo que se puede nombrar arte sin muchos tapujos frente a aquello otro que sigue presentando dudas sobre su categorización, sin duda esta institución es el museo ¹. El museo responde a la estructura de nuestro actual sistema cultural de división y dualidad de los objetos producidos por el ser humano

¹Aunque este aspecto de sacralización y valoración de lo que es y no es arte que se acaba convirtiendo en una función indirecta del museo, está cambiando poco a poco hacia funciones más centradas en labores educativas y sociales, en las que me siento personalmente más a gusto, sigue vigente su aspecto institucionalizador de las obras para el imaginario colectivo. Sirva como ejemplo de este cambio la publicación de *Espacios estimulantes. Museos y educación artística* de Huerta y de la Calle (2007)

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

en una jerarquía de valoración que bajo «un criterio axiológico de tipo impositivo pretende dividirlos en artísticos y no artísticos, consagrando dos actitudes humanas ante ellos: la adoración y el desprecio; y también dos espacios: el museo y el vertedero.» (Ramírez, 1997, p. 261).

El museo en sí mismo es capaz de transformar significados de manera radical y profunda. De la misma manera que sacraliza las obras en la nueva religión del arte en mayúsculas, es capaz justo de todo lo contrario. Precisamente por ello, esta sacralización artística, ciertamente artificiosa y alejada de las verdaderas significaciones de la propia experiencia estética vital, puede convertir en un mero objeto vacío de contenido espiritual, vivencial y cotidiano una obra asociada a las vivencias, prácticas y creencias de una cultura determinada que el museo acaba por desnaturalizar, convertido en un gran cementerio de obras.

En este último caso encarnan, para quienes creen en ellas, el espíritu de los dioses mismas. Entre quienes les rinden culto, las estatuas son dioses, por así decir. Al trasladarlas a un museo, en cambio, se vuelven objeto de atención para eruditos o entendidos y su contenido pasa a ser materia de investigación para la historia del arte (Danto, 2005, p. 107).

El argumento nos sirve para demostrar la fuerza resignificadora de la institución museográfica en un sentido concreto, que la sociedad creadora del moderno sistema de las artes, preconiza. Así pues, la presencia en el museo será muy perseguida y ampliamente publicitada por Lladró con el fin de afianzar y acercarse cada vez más a la ansiada posición del arte en mayúsculas. Esta estrategia de posicionamiento se articula a través de dos vías diferentes y complementarias. Por un lado obtener la presencia de las piezas Lladró en museos de reconocido prestigio y por otro la configuración y establecimiento de un museo propio, en el que las obras de Lladró convivan y cohabiten en un mismo espacio sacraliza-

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

dor, con obras pictóricas claramente reconocidas y etiquetadas bajo la categoría de artísticas.

Todavía se entiende más el intento de posicionarse en el interior de la institución museo por parte de Lladró, si como vemos, el museo se alimenta y autorepresenta especialmente en el sistema de producción capitalista, del que Lladró se formula como hijo predilecto (Dewey, 2008, p. 9):

El crecimiento del capitalismo ha sido una poderosa influencia en el desarrollo del museo como el albergue propio de las obras de arte, y en el progreso de la idea de que son cosa aparte de la vida común. Los *nouveaux riches*, que son un importante producto del capitalismo, se han sentido especialmente impelidos a rodearse de obras de arte, que siendo raras, son por ello costosas. Hablando en general, el coleccionista típico es el típico capitalista. Para evidenciar su buena posición en el mundo de la alta cultura, amontona pinturas, estatuas, joyas artísticas, así como su caudal y sus bonos acreditan su situación en el mundo económico.

De este modo Lladró entra en otras de sus contradicciones irresolubles, es hija de la sociedad de masas y del consumo masivo de la gran clase media, lo que le provoca el desprecio de determinada elite capitalista e intelectual que dirige su mirada hacia las obras dignas de yacer en un museo, como estrategia de distinción social. Por una parte encontramos que la compra masiva de sus productos por la clase media, encumbra a Lladró al gran capitalismo y a través del poder que ejerce este, Lladró genera una estrategia de acercamiento a esta institución y una labor coleccionista hasta generar su propio museo, convirtiéndose así él mismo, la marca Lladró, en poseedor de esa distinción. Distinción otorgada a Lladró por las clases más populares y es precisamente a ellas, a quien va dirigidas la estrategia de acercamiento al museo, acercando y dotando así la marca y sus objetos, las porcelanas Lladró a la posición de la «alta cultura» mencionada por Dewey (2008)

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

y generando en sus consumidores la sensación de poseer un objeto digno de estar en los museos, a imagen y semejanza de aquellos objetos ansiados por los nuevos ricos, los *nouveaux riches* en palabras de Dewey, para acercarse virtualmente a su posición, al igual que ellos pretendían acercarse a los modos aristocráticos.

No debemos perder de vista que el coleccionismo de objetos de porcelana, constituiría durante mucho tiempo una práctica exclusiva de esta privilegiada clase social y que Lladró, con su popularización de la porcelana de calidad mediante el consumo masivo y la aplicación de nuevas técnicas, destruiría definitivamente. Generándose de alguna manera una situación de enmienda parcial de esta nueva situación creada, para evitar que sus productos cayeran en la consideración de esos simples objetos de consumo masivo, identificados como objetos kitsch y recuperar solo simuladamente, ese antiguo esplendor perdido que identificaba la porcelana con el poder. Todo ello sin perder de vista que su objetivo y dirección son prioritariamente, las clases medias populares, a las que insistimos, pretende dirigir este mensaje. En ello, el museo jugará un papel fundamental y curiosamente y de manera mayoritaria, este sector social acepta y admite sin ningún problema la consideración de Lladró como pieza con valor artístico.

Esta capacidad de institucionalizar el arte y el objetivo de Lladró por afianzarse como tal se reflejan perfectamente en la siguiente cita extraída de una publicación oficial de la propia marca destinada a historiar, prestigiar y publicitar sus creaciones (AA.DD, 1998, p. 257):

Lladró es, por derecho propio, la heredera de una tradición centenaria que ha producido objetos de arte decorativo de extraordinaria belleza, destinados en algún tiempo a ocupar un lugar preferente en los hogares de la aristocracia. Lladró, a la vez que perfeccionaba la complicada técnica porcelanística y elevaba hasta las más altas cotas el componente artístico de sus piezas, las ha puesto al alcance del gran público y ha hecho posible que este pudiera gozar de la belleza imperecedera

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

de la auténtica porcelana, una forma de arte que, hasta no hace mucho, era privativa de unos pocos. Su importancia remite, pues, más al ámbito artístico que al empresarial, y así lo han reconocido entidades tan importantes como el Hermitage de San Petersburgo, el Museo Internacional de Cerámica de Faenza, el Museo Nacional de Cerámica González Martí de Valencia o el Museo del Cincuentenario de Bruselas, entre otros, que han acogido creaciones Lladró en los fondos de sus colecciones permanentes.

La vinculación y relación con los museos y con el mundo del arte es autoproclamada de manera insistente por los propios hermanos Lladró, en escritos y comunicaciones, recurriendo y vinculando esta cuestión a su propia formación artística, un aspecto en el que también se insiste mucho. Uno de los ejemplos más recientes lo encontramos en este texto, presentación al catálogo de su colección de pinturas razonado por Pérez Sánchez (2004, p. 5), en el que se explica el origen de su faceta coleccionista, a la que nos referimos en otro apartado y que comportará la aparición posterior del Museo Lladró:

Fue precisamente nuestro temprano interés por las Bellas Artes lo que orientó de manera decisiva nuestra vida personal y profesional. Y fueron los artistas valencianos los primeros y los que más fuertemente impresionaron nuestras jóvenes pupilas ávidas de emociones estéticas. En nuestras frecuentes visitas al Museo de Bellas Artes de Valencia ² solíamos detenernos con especial fruición frente a las obras de Muñoz Degrain, Pinazo, los hermanos Benlliure, Sorolla... Era natural que nos sintiéramos fuertemente identificados con aquellos pintores y escultores capaces de crear obras maestras utilizando la misma materia prima que abundaba a nuestro alrededor: la luz del Medite-

²Es destacable la insistencia en las numerosas visitas al museo, como garantía de su inefable interés y relación con el arte.

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

rráneo, el restallante colorido de la Huerta de Valencia, sus paisajes y sus gentes. Naturalmente, nuestros intereses artísticos eran más amplios y fueron ensanchándose con el tiempo, pero nuestra vinculación estética y emotiva con los artistas de nuestra tierra era ya perdurable.

6.1. La presencia en los museos.

La errancia representa pues una interrogación política de la ciudad. Es escritura en marcha, y crítica de lo urbano considerado como la matriz de los guiones en que nos movemos. Fundamenta una estética del desplazamiento. El término aparece por cierto gastado, un siglo después del ready-made de Duchamp, que fue el gesto de desplazamiento de un objeto usual hacia el dispositivo de legitimación que representa el sistema del arte. Pero si Duchamp utilizó el museo como una herramienta óptica, que nos permite mirar diferentemente un portabotellas, forzoso es comprobar que el museo ya no es un aparato predominante, puesto que se encuentra ahogado en una masa de procesos de captación y legitimación que no existían en su tiempo. Hemos visto que Walter Benjamin vincula la pérdida del aura con la aparición de dispositivos mecánicos de captación de las imágenes, o sea con el cinematógrafo como modelo de control. Al objeto de serie puesto ante el dispositivo de registro del museo (Duchamp) responde hoy el cuerpo del errante urbano, y las formas que transporta con él, moviéndose en el espacio telegénico generalizado de la Urbe del siglo XXI. (Bourriaud, 2009, p. 115-116)

Si bien es cierto que parte del papel de legitimación del museo se ha matizado, tal y como nos recuerda el texto de Bourriaud de la cita anterior, no creemos en absoluto que haya desaparecido de sus funciones este papel, puede que se pre-

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

sente en convivencia con esas otras y nuevas estructuras de legitimación emergentes, que en absoluto consiguen anular al museo en su función de significación legitimadora.

Además, no podemos perder de vista que los procesos que estamos analizando en referencia a Lladró, se remontan en sus orígenes a finales del siglo XX, aunque en absoluto han perdido vigencia ni prioridad, como demuestra la muy reciente consideración oficial de reconocimiento como museo a la institución Museo Lladró, y el papel cada vez más importante de este museo en la recepción de visitas y en la propia estrategia comercial de la empresa, sabiendo conjugar positivamente los intereses propios de un museo con los de la propia empresa privada que lo ha generado y que es propietaria del mismo.

Este proceso de legitimación a través de la institución museo tiene dos vertientes, que pasan no solo por generar una colección pictórica de primer nivel, que analizamos con más detalle en otro apartado de la tesis, y asociarla a la propia producción cerámica de Lladró, sino sobre todo por situar las propias producciones Lladró en el ámbito del museo.

Como ya hemos afirmado, Lladró tratará por tanto, de asociar sus piezas y su imagen a los museos dentro de ese proceso de relación y de institucionalización de su marca dentro del mundo del arte. Y no hay mejor camino en este sentido que asegurar la presencia de sus porcelanas y cerámicas en los propios museos consagrados. Como nos recuerdan muchos estudiosos de nuestra realidad cultural, la función de los museos al servicio de las elites del poder no debe ser desdeñada y el empeño de Lladró por tratar de integrarse en ellos, está mas justificada dentro de este sistema contingente de las artes.

En este sentido, la acción de conservar y exponer los mejores semióforos de las élites tiene como vocación ayudarlas a percibir características propias y cualidades de su comunidad semiótica y, por tanto,

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

a perennizar, reforzar y perpetuar su identidad simbólica de clase y grupo. El despliegue de estas dotaciones culturales específicas facilita y favorece el aprendizaje interno de este grupo social y, por extensión, el de sus aspirantes o servidores. En este sentido, los museos, y muy en especial los museos de arte, solo son frecuentados por las élites de la economía simbólica y material y por quienes aspiran a formar parte de ellas, como no han dejado de confirmarlo numerosos estudios referentes a la cultura material y visual. Lo cual no debería sorprender a nadie, pues es a ellos a quienes están destinadas y hasta consagradas esas dotaciones culturales Darras (2008, p. 123-124).

El Museo donde la presencia de Lladró en los fondos propios es más importante y extensa, es lógicamente el Museo Nacional de Cerámica González Martí, situado en la ciudad de Valencia. No hay que olvidar que los hermanos Lladró nacieron en una localidad situada en el área metropolitana de la ciudad de Valencia, Almàssera, a tan sólo cinco kilómetros de distancia y por tanto, completamente vinculada a esta.

Es más, dentro también de lo que hemos venido en llamar como estrategia de acercamiento al museo, Lladró sitúa, no por casualidad, su primera y más emblemática tienda precisamente a tan sólo unos pocos metros de este museo, en la misma calle, y casi enfrente, tratando de asociar y conectar su contenido con el del propio museo.

En el inventario del Museo González Martí figuran 31 piezas de cerámica y porcelana de Lladró, muchas de ellas donación directa de algunos de los hermanos Lladró y otras de particulares. Este es el listado completo tal y como figura en dicho inventario:

Obras de Lladró presentes en el Museo de Cerámica González Martí:

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

- Placa de porcelana de P. Lladró representando escena con niños sobre fondo del año 1900 rodeado de ramas con flores y pájaros, molde de M. Benlliure.
- Cabecita de niño de pañales, hecha en la fábrica de Lladró en "biscuit" de porcelana, sobre un molde de M. Benlliure.
- Figura de porcelana representando a D. Quijote sentado en un sillón fraileiro, con un libro y espada en sus manos. Lladró.
- Figura de porcelana representando dos pájaros posados sobre una rama florida. Lladró.
- Virgen de Fátima de porcelana. Lladró.
- Figura de porcelana policroma. Niño carnicero empujando carretilla llena de flores. Lladró.
- Figura de porcelana. Niña con traje popular valenciano. Lladró.
- Perro, de porcelana gris. Lladró. Colección de Perros.
- Perro sentado, de porcelana, blanco a manchas marrones. Lladró. Colección de Perros.
- Molde en porcelana de Lladró, representando un hombre tras un escritorio y al otro lado una mujer. ¿Consulta a un abogado?
- Figura de porcelana: "Arlequín sentado con mandolina". S. XX. Marca incisa en la base: Lladró.
- Figura de porcelana: "Madre con niño y cántaro". S. XX. Marca incisa en la base: Lladró.
- Figura de porcelana: "Japonesa". S. XX. Marca incisa en la base: Lladró.
- Escultura de porcelana: "Dos monjas". S. XX. Marca incisa en la base: Lladró.

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

- Escultura de porcelana: "Dos mujeres llevando sendos cántaros sobre la cabeza". S. XX. Marca incisa en la base: Lladró.
- Figura de porcelana: "Fallera infantil con ramo de flores en las manos". S. XX. Sello de la fábrica: Lladró, 1982.
- Figura de porcelana: "Fallera infantil sedente con ramo de flores en las manos". S. XX. Sello de la fábrica: Lladró, 1982.
- Figura de porcelana: "Virgen de los Desamparados". S. XX. En la peana sello de la fábrica: Lladró, 1982. Escultor : Catalá; Decorador: Ruiz. Nº 688.
- Figura de porcelana: "Fallera infantil sentada con ramo de flores sobre el vestido y pierna izquierda levantada". S. XX. Sello de la fábrica: Lladró.
- Figura de porcelana: "Fallera infantil sentada y recostada sobre un cesto de flores". S. XX. Sello de la fábrica: Lladró 1982.
- Figura de porcelana: "Çervatillo". S. XX. Inciso: Lladró, Spain.
- Grupo escultórico de porcelana: "Automóvil berlina de época y viajeros (conductor, pareja y niños)". Sello a tinta: Lladró. S. XX.
- Figurita de porcelana: "Bailarina de ballet". Sello al dorso, en dorado: Lladró. S. XX.
- Figurita de porcelana representando un caballo encabritado o asustado por la presencia de una ardilla. Sello al dorso, a tinta: Lladró. S. XX.
- Búcaro cerámico de forma estilizada y largo cuello, decorado en jaspes. Lladró. S. XX.
- Placa de porcelana con el busto de Cervantes. Lladró.
- Medallón de porcelana, cabeza masculina, barbada, mirando a la derecha. Lladró.

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

- Medallón de porcelana. En el centro dos cabezas masculinas sobrepuestas y de perfil. Exterior y recortado. Corona de laurel. Lladró.
- Medallón de porcelana, cabeza masculina, barbada y con sombrero, mirando a la derecha. Lladró
- Placa de porcelana de Lladró con dos medallas.
- Figura escultórica en bulto redondo que reproduce el cuadro de Velazquez del príncipe Baltasar Carlos a caballo, en porcelana esmaltada y sobre peana rectangular. Fábrica de Nalda (Victor), realizado por Juan Lladró como decorador. Año 1965. El modelo era de Fundación Generalísimo.

Pero el museo de cerámica no es el único museo, aunque sí el más contundente en número de piezas, en el que las obras de Lladró tienen presencia. El museo Hermitage de San Petersburgo acogió en el año 1991 una exposición dedicada a la firma valenciana e inaugurada por el propio Juan Lladró y el alcalde de la ciudad Anatoly Sobchack, exposición que ha sido ampliamente difundida y publicitada como un momento crucial en la relación y búsqueda de Lladró de su afirmación como obra artística. Una exposición que hubiera resultado seguramente impensable en el panorama de las políticas culturales de nuestro propio país, sin entrar en más juicios de valor al respecto.

Estamos hablando de un evento absolutamente esencial, emblemático e irrepetible en esa búsqueda propia, ya que exponer un conjunto de 121 piezas en un espacio referencial en Europa, tanto desde el punto de vista histórico, arquitectónico, simbólico y artístico, suponía para Lladró estar al lado y tratar de equipararse al resto de las obras presentes en ese museo. «Sacralizar» sus piezas e impregnarlas del «aura» de una lista interminable de artistas que no presentan absolutamente ninguna duda respecto a su potencial y categorización artística: Giorgione, Botticelli, Fra Angelico, Tiziano, Robert Camping, Roger van de Weyden, Hugo van de Goes, Caravaggio, Miguel Ángel, El Greco, Velázquez, Ribera,

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*



Figura 6.1.: Don Quijote. Obra presente en Museo de San Petersburgo.

Zurbarán, Murillo, Goya, Poussin, Watteau, Chardin, Rembrandt, Matisse, Van Gogh, Gauguin, y así hasta cientos.

Fruto de esta exposición, dos de las piezas más emblemáticas de Lladró, pasarán a formar parte de la colección permanente del Museo. Se trata del Don Quijote y la Carroza del s. XVIII. Piezas emblemáticas y casi referentes de la propia marca, sobre todo la figura del Quijote cuyo análisis detallado abordamos en este mismo trabajo, más adelante.

Otro de los museos en los que Lladró tiene presencia es el Museo del Cincuentenario en la ciudad de Bruselas, Bélgica, con una pieza que en origen fue una donación al Museo de Belleuve en 1987 (Ciervos perseguidos) y que con posterioridad acabará siendo trasladada al citado museo del Cincuentenario. El proceso de donación es descrito así desde la perspectiva de la propia empresa: «Este acto suponía un destacado reconocimiento de la posición de Lladró como máximo representante de la porcelana artística contemporánea, y su entrada en una prestigiosa institución que reúne una de las mejores colecciones de la historia de las artes decorativas» (AA.DD, 1998, p. 266).

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

De nuevo encontramos esa intencional terminología tan propia de Lladró, donde se repiten constantemente términos como prestigio, un valor hondamente perseguido y asociado a la marca y donde se autoproclama máximo representante de la «porcelana artística contemporánea». De nuevo la constante insistencia en su valor artístico y reclamando su papel en la modernidad o contemporaneidad, y al tiempo que reclama ese lugar junto a las obras de elite, de prestigio, utiliza otro término aparentemente contradictorio y tradicionalmente contrapuesto al concepto de arte elevado, «las artes decorativas». Un término creado y utilizado de manera despectiva o depreciativa respecto al valor que se le presupone al propio apelativo de artístico y con una clara finalidad de diferenciación en el propio origen del mismo, una separación conceptual muy bien descrita por Morris (1975, p. 44):

El arte intelectual está separado del arte decorativo por rígidas líneas de demarcación, que se refieren no sólo a la clase de trabajo que cada uno produce, sino incluso a la posición social de quienes lo producen; los que se ocupan del arte intelectual, son todos profesionales o caballeros por virtud de su vocación, mientras que los que ocupan de las artes decorativas son trabajadores de paga semanal, es decir, no son señores.

Obviamente, una afirmación enmarcada en un contexto determinado y no exenta de problemas y argumentos rebatibles, pero que nos remite y nos sirve en nuestro caso, y más tratándose de una figura intelectual tan relevante, para vislumbrar la permanente dicotomía entre el arte «intelectual» y el arte decorativo, los dos mundos entre los que se mueve de manera ambivalente Lladró, por todas las razones que vamos desgranando en esta tesis.

Nos encontramos de nuevo con ese mundo de contradicciones aparentes y fronteras o espacios liminares tan inherentes en el estudio de un fenómeno complejo, contradictorio y no exento de prejuicios como Lladró.

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

Contradicciones propias que por una parte pretenden asociar su marca al valor de arte y por otra reclaman su pertenencia a las llamadas artes decorativas. Y la pregunta sería, ¿por qué no? El espacio aparentemente contradictorio liminar y de frontera nos atrae en nuestras investigaciones, coincidimos perfectamente con Huerta (2008, p. 119) cuando afirma «La ventaja del pensamiento en clave liminar es que puede abrir oportunidades en todas direcciones. La frontera no es un sitio fijo ni un enclave concreto. Es el lugar en el que cambian las definiciones y las supuestas certezas».

Y si hay precisamente alguna industria cultural que se sitúe en ese espacio liminar y de frontera, esa es Lladró, pretende estar en los museos, pero su objetivo es vender miles de objetos y asegurar su presencia en hogares de todo el mundo, nada hay más alejado conceptualmente de un museo que el salón o el recibidor de cualquier hogar actual, aunque coincidimos con Berger (2007) en pensar que quizá es ahí donde deberíamos buscar el verdadero museo, o en la calle, los paisajes y en la cultura de lo cotidiano.

Pretende venderse como objeto cuasi único y de prestigio, pero se reproduce por medios y técnicas industriales, al tiempo que también reclama su proceso de carácter artesanal y todo ello sin haber empezado todavía a analizar las significaciones y construcciones iconográficas, sus mitologías y posiciones sociales, que desarrollaremos más adelante.

Continuando con los museos internacionales en los que existe presencia de Lladró, encontramos en el Museo Internacional de Cerámica de Faenza, en Italia, otra pieza que reclama su espacio en un museo repleto de «obras maestras contemporáneas de artistas como Picasso, Léger, Dalí, Chagall, Miró, Matisse y Melandri». Como encontramos escrito literalmente en una de las publicaciones Lladró (AA.DD, 1998, p. 270), tratando de nuevo de asociar su nombre y su imagen, en este caso junto a la presencia de artistas de las primeras vanguardias. Ese tipo de artistas que responden al modelo o prototipo de artista individual, solita-

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*



Figura 6.2.: *Violencia*. 1983. Julio Fernández. Obra presente en el Museo de Cerámica de Faenza. Italia.

rio y creativo, a una «moderna idea del artista solitario y autónomo que trabaja en una obra de arte original y establecida...» (Shinner, 2004, p. 85) creada o inventada por el moderno sistema de las artes o por la imagen que en muchos casos se tiene de ese sistema.

En esta ocasión, con una pieza que esta concebida en su origen como obra de autor, obra de creación más propiamente «artística», en el sentido institucional del término, en serie limitada a 50 piezas y dejando una mayor libertad de acción al creador, que en los diseños más clásicos y comerciales de Lladró, y que viene incluso firmada por el propio escultor Julio Fernández. En esta serie de piezas, el intento de confirmación de la presencia y el valor artístico de Lladró, se percibe con contundencia y su reclamación del espacio del museo, como su propio espacio natural, trata de no presentarse como incompatible con la propia esencia comercial e industrial del producto y la marca que representa y le da cobertura.

En Santo Domingo también están presentes las obras de Lladró. En el Museo de Arte Moderno a partir del año 1994 tras la celebración de una exposición titulada

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

Lladró de cerca, una de estas piezas, de nuevo Ciervos perseguidos, acabará formando parte de la colección de esta exposición. Ese mismo año, otra pieza, Luz de América se incorporará a otro de los museos de la isla situado en el emblemático edificio Faro a Colón, el Museo del V Centenario.



Figura 6.3.: Luz de América. Enrique Sanisidro. 1993. Obra presente en el Museo del V Centenario de Santo Domingo.

6.2. El museo y colección Lladró.

Dentro de ese mismo interés en asociar su imagen de marca al mundo del arte institucional, Lladró pondrá un empeño y esfuerzo considerables en uno de sus proyectos más emblemáticos y simbólicos en este sentido, la creación de su propio espacio museográfico.

La creación de un museo propio es una labor que venía gestándose desde hacía mucho tiempo dentro de la empresa, barajándose la posibilidad incluso de crear un edificio ex profeso y de encargo a algún arquitecto prestigioso. Estas primeras pretensiones se fueron finalmente congelando con la llegada de los malos tiem-

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

pos económicos y el progresivo descenso de las ventas que ha hecho entrar a la empresa en un período de crisis frente a tiempos de máxima expansión.

Finalmente se optó por utilizar uno de los edificios existentes dentro del propio recinto de la llamada Ciudad de la Porcelana, el complejo en el que se sitúan todas las unidades de fabricación y producción así como las oficinas y almacenes de Lladró, en la localidad de Tavernes Blanques. Se propuso a la historiadora del arte Carmen Tarín, para dirigir el nuevo Centro Cultural y Museo Lladró que tenía como uno de los objetivos fundamentales, la muestra y exhibición de la importante colección pictórica que había sido adquirida a través de los años por los hermanos Lladró.

Una parte de esta colección se presentó al público en el año 2005 con una gran repercusión en la prensa³. La mayor parte de estas obras están fichadas en un catálogo con casi cien pinturas, propiedad de la firma y los hermanos Lladró, con textos del historiador del arte Alfonso E. Pérez Sánchez (Pérez Sánchez, 2004). Este catálogo, junto al posterior publicado en el año 2006 (Obras maestras de la Colección pictórica Lladró. La esencia del color), así como el conocimiento directo de las obras en nuestras constantes visitas al Museo Lladró y la inestimable colaboración prestada en todo momento por la propia directora del museo Carmen Tarín, nos sirven de referencia para nuestros análisis.

El objetivo de la colección, de su exhibición pública a través de la creación de este museo, no es otro que el de la adquisición de un valor social de prestigio, prestigio de imagen, hacia los propietarios de las obras y la propia empresa, que demuestran públicamente que su pasión, amor e interés por el arte no se queda únicamente en el estudio práctico y su elaboración, los tres fundadores de

³El Museo Lladró exhibe 60 cuadros, artículo firmado por M.R.V y publicado en Levante-El Mercantil Valenciano y Lladró exhibe en su museo obras de pintores como Ribera, Sorolla o Ribalta, publicado en El País.

6. *El museo como estrategia de acercamiento a la categoría artística.*

la marca insisten constantemente en su formación artística, sus clases de dibujo, escultura, etc.

Pero este intento de prestigiarse, aunque esté fundamentado en origen en un sincero interés por el arte por parte de los hermanos Lladró, desemboca finalmente en toda una estrategia posterior que se vincula con esa faceta de prestigio de la propia marca y del valor asociado a esa marca, en este caso, el valor de la marca como elaboración artística. Al menos a un nivel igual o similar al representado por sus obras pictóricas, ese valor tan pretendido y perseguido desde sus orígenes por la marca Lladró, presentarse como obra artística de prestigio.

Y esa forma y valor de prestigio a través de la creación de un museo artístico de obras consagradas, tiene otra vertiente, no menos importante que tiene que ver con el valor del pasado, de la historia como forma de garantía y de refuerzo incontestable de ese prestigio buscado. Eso explica, entre otros aspectos que veremos en un punto diferente del trabajo (La colección pictórica Lladró y su relación con la cerámica propia.), la concreta elección de obras circunscritas a un determinado período histórico, asociado a valores que se pretenden reflejar también en las propias porcelanas de Lladró y que hacen referencia a valores derivados de la propia cultura occidental de raíz cristiana.

Ese período histórico elegido se inicia en el siglo XV, origen de la actual cultura cristiana occidental hispánica y finaliza en una posición estética o estilística concreta de principios del siglo XX, renunciando a cualquier asociación con la modernidad artística, o en palabras de Danto (2005), con la vanguardia intratable. Remitimos al punto referenciado para el análisis más detallado de este aspecto.

7. Industria Cultural.

Existe toda una tradición, dentro del pensamiento filosófico de raíz estética y sociológica que plantea reparos a la relación del arte, o aquello que podemos llamar arte, con su producción industrial y comercial con fines de beneficio económico.

Hemos de recurrir a autores y textos ya históricos y clásicos como Adorno y Horkheimer (1994, p. 166) que hicieron explícita su posición al respecto, (el texto original en alemán data de 1944), con textos como este: «Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado solo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social.» Su crítica contra la industria cultural es dura y un tanto apocalíptica, en terminología de Eco (1984), y considera que la única ideología de esta industria es el negocio. No obstante, es importante hacer constar que su idea de sistema de industria cultural se basa sobre todo en medios como el cine, la radio y las revistas ilustradas, lo que ha venido finalmente en llamarse como los *mass media*, que se perfilan en ese momento, como el origen de nuestra actual cultura de masas.

Nuestro objeto de estudio, la industria cerámica Lladró, es sin duda una industria que podemos calificar como industria cultural, su producto es un producto artístico o artesanal, que entra dentro de la órbita de los productos de cultura material, pero posee características que lo diferencian notablemente del sistema

7. Industria Cultural.

de industria cultural planteado por Adorno y otros autores, aunque su estrategia de posicionamiento de marca le lleve a interactuar, utilizar y nutrirse en muchas ocasiones de este sistema cultural, como hemos analizado en otros apartados de la investigación.

Como producto industrial y comercial que es, busca obviamente la obtención de beneficios económicos, pero haciendo un poco de memoria histórica, eso no constituye en absoluto ninguna novedad en la historia del arte. Los negocios y la finalidad comercial del objeto artístico siempre han estado presentes en el mundo del arte, ya que este se ha constituido tradicionalmente como objeto de valor, en todos los sentidos, muy codiciado. También en motor económico en multitud de ocasiones y siempre o casi siempre muy vinculado a las clases económicamente más poderosas, que además acababan dictando las modas y el gusto artístico del momento.

La integración del arte con respecto a las estructuras económicas y sociales de su época y entorno, es una realidad en todo caso incuestionable, al menos en lo que respecta a la historia del arte occidental que es la que conocemos en mayor profundidad. Lo que cambia y se transforma es la propia estructura económica y con ella el arte se readapta de una manera u otra a este nuevo sistema o trata de resistirse al sistema para acabar siendo engullido, que mejor ejemplo que el celeberrimo urinario de Duchamp.

El mundo contemporáneo es todavía más proclive a ello, el poderoso mercado del arte, las millonarias cifras alcanzadas por piezas artísticas y el carácter cada vez más mediático de los artistas convertidos en ocasiones en grandes estrellas de los medios de comunicación, convierten al arte en un objeto de valor comercial inmerso en toda una estructura institucional y comercial sin precedentes en la historia.

7. *Industria Cultural.*

La extensa cita que reproduzco a continuación explica y presenta de manera contundente el panorama social actual respecto a la relación del arte con la industria y los medios de comunicación de masas:

Las instituciones que presentan y transmiten a la gente las obras y productos de los artistas: museos, grandes exposiciones, galerías, ferias..., forman parte de un tejido global configurado a través de las estructuras comunicativas y mercantiles de la cultura de masas. Es un proceso que se consolida en torno a los años sesenta y supone la aparición de toda una serie de canales mediáticos específicos del mundo artístico. Las galerías, revistas o publicaciones especializadas, y ferias forman un entramado donde se produce la contextualización comunicativa y mercantil de las obras, que en última instancia será definitivamente legitimada por las grandes exposiciones y los museos. En definitiva, a través de sus distintos espacios institucionales, en los que el museo desempeña el papel de último referente, el arte está integrado, reproduce la estructura de los espacios públicos de entretenimiento de la cultura de masas. Lo peor que puede hoy decirse de una propuesta artística es que «no es divertida» o «espectacular». Y es que el parque público de diversión se ha convertido en el modelo de «la mercancía artística», Disneylandia, los dinosaurios o la exposición Velázquez (no la pintura de Velázquez) constituyen un universo unitario. El crecimiento ambiental del «mal gusto», del kitsch, no proviene ya sólo del vacío de valores, del que habló Hermann Broch como uno de los aspectos centrales que explicarían el paso del arte del diecinueve a las vanguardias. De ese vacío ideológico y cultural producido por la quiebra de nuestras esperanzas y proyectos históricos, sino también de la uniformización del consumo estético. De la integración del arte en la esfera del espectáculo de masas. Desde un punto de vista cultural, el resultado es la intensificación del narcisismo. Donde quiera que «mi-

7. *Industria Cultural.*

remos» contemplamos la misma y redundante imagen. Un yo uniforme, empobrecido, que es a la vez un fuerte elemento de identificación e integración, El arte no muere, no desaparece. Pero queda digerido en ese inmenso aparato digestivo de la cultura de masas (Jiménez, 2001, pp. 46-47).

7.1. Lladró como objeto estético y elemento de valor social.

Abraham Moles (Moles, 1975, p. 12) nos define el objeto como «mediador universal, exponente de la sociedad en la desnaturalización progresiva de ésta, creador del entorno cotidiano; sistema de comunicación social, más cargado que nunca de valores a pesar del anonimato que implica la fabricación industrial».

Cita además una serie de valores personales y sociales que se adhieren al propio objeto empezando por el propio valor funcional y de uso del objeto, la propia presencia del valor estético, fundamental en nuestro objeto de estudio, el valor mercantil y el del propio material de fabricación, sin duda también importante en nuestro caso y al que dedicamos un apartado de la tesis a analizar la relevancia del material, la porcelana como proyección de imagen en sí misma, el valor del trabajo, muy afianzado en nuestro caso en referencia al meticuloso proceso de fabricación de Lladró, el valor de antigüedad e historicidad, que en el caso de Lladró no se consigue tanto por la propia datación real del objeto sino por su referencia conceptual a un esplendoroso pasado en referencia tanto al propio material porcelánico, como a las narrativas que estas piezas presentan.

Nuestro objeto de estudio, es por tanto un objeto, un producto que se constituye esencialmente como objeto estético, su función primaria es en apariencia, la de constituirse en objeto bello, en objeto dispuesto a ser disfrutado por la vía del

7. *Industria Cultural.*

placer visual. Pese a ser un objeto industrial, es radicalmente contrario a la máxima que puede definir a otros objetos de origen industrial, como los puramente utilitarios o con un fin práctico, aunque esto último es hasta cierto punto discutible como veremos de manera inmediata, o como aquellos a los que les atribuimos el calificativo de objetos de diseño industrial.

En estos últimos siempre existe también el imperativo de la utilidad práctica, cosa a la que escapa aparentemente una obra de Lladró. Dufrenne (1982, pp. 133-134) en un texto ya clásico, expone la diferencia entre un objeto de uso, aunque tenga contenido estético (diseño industrial), de un objeto esencialmente estético:

Ciertamente el objeto usual, como cualquier otro objeto, puede ser percibido estéticamente y ser juzgado como bello. Será tal si manifiesta la plenitud del ser que le ha correspondido, si responde al uso para el que se le ha destinado y si expresa por su apariencia que efectivamente responde a ello: como la reja de un arado, una locomotora o un hórreo. Pero tales objetos no son esencialmente estéticos, solo lo son por añadidura, sin solicitar la mirada que los estetice.

Una frase todavía más contundente de (Dufrenne, 1982, p. 133) nos permite identificar claramente a las obras de Lladró como verdaderos objetos esencialmente estéticos: «(...) el objeto estético no puede identificarse con el objeto de uso corriente. No apela al gesto que lo utiliza sino a la percepción que lo contempla». También nos habla Dufrenne en sus textos de que únicamente las obras de arte, frente a otra clase de objetos, pueden ser consideradas como objetos esencialmente estéticos, creados para dicho fin, el de su contemplación.

Independientemente de la consideración o apreciación que tengamos hacia las teorías fenomenológicas condensadas aquí por Dufrenne y hablando en todo momento de los objetos elaborados por Lladró, no podemos dejar de considerar a primera vista estos objetos como generados, en la línea afirmada por Dufrenne,

7. *Industria Cultural.*

bajo un único objetivo y función primordial esencial, el de erigirse como un objeto cuyo fin es el de la contemplación estética, sin otra aparente función práctica aunque sí con muchas funciones de significación social adheridas, como iremos viendo a lo largo de la tesis.

En la misma línea de considerar el reclamo estético o la apreciación estética como el referente fundamental en la relación y la definición de una obra como artística, encontramos al propio Erwin Panofsky (Panofsky, 2004, p. 26) que afirma: «Pero una obra de arte siempre tiene una significación estética (que no debe confundirse con el valor estético): ya obedezca o no a una finalidad práctica, ya sea buena o mala, reclama ser estéticamente experimentada».

Panofsky introduce aquí una o varias diferencias suficientemente importantes, respecto a la categórica afirmación de Dufrenne, para continuar nuestra argumentación por otras vías de reflexión que se ajustan más a nuestra forma de comprender y entender el arte, menos compartimentadas, dice: «ya obedezca o no a una finalidad práctica, ya sea buena o mala, reclama ser estéticamente experimentada».

Se diluye por tanto, de una manera, a nuestro juicio más clara, la diferencia entre un objeto creado para ser estéticamente contemplado sin más finalidad, de otro con un fin práctico. La diferencia, no estriba por tanto en la existencia o no de un fin práctico o utilitario en la obra sino en la existencia de una significación estética y que esa puede estar presente en la obra u objeto. Una referencia aproximativa al arte y a la cultura visual que nosotros vinculamos sin duda a la postulada por Dewey y resumida de tal forma con brillantez y contundencia por el profesor Román De La Calle (De la Calle, 2001, p. 39):

El carácter de paradigma axiológico que posee la filosofía estética de Dewey –el valor de modelo que asigna a la experiencia estética– viene a subrayar realmente no tanto el arte como actividad profesional sino,

7. *Industria Cultural.*

más bien, ese potencial estético –como dimensión humana– que posee todo individuo y, consecuentemente, la posibilidad de que cada sujeto viva la propia existencia cotidiana sobre la base de ese modelo global, orgánico, de la experiencia.

El trabajo del investigador del mundo del arte y de la estética consiste precisamente en tratar de vislumbrar, de aproximarse a esas significaciones, que están íntimamente ligadas a experiencias vitales e históricas, tanto de carácter individual como colectivas o sociales, indagar en esas relaciones profundas entre forma, significado y vida.

Podríamos argumentar infinitos ejemplos al respecto, voy a exponer alguno de ellos. Empecemos con uno íntimamente relacionado con nuestro objeto de estudio. Si escogemos cualquiera de los platos o fuentes de loza estampada de una de las fábricas de cerámica «utilitaria» más importantes de España y de Europa a nivel histórico como Pickman y Cía. - La Cartuja de Sevilla y aplicáramos las rígidas clasificaciones de objeto de uso práctico y objeto puramente estético, de manera obvia e inevitable estas extraordinarias piezas de cerámica acabarían atrapadas en esa categoría de objetos prácticos y utilitarios sin otra finalidad que la de servir comida o sopa en ellas.

Afortunadamente contamos con el lúcido y ya histórico ensayo de Dewey (2008, p. 295): *El arte como experiencia*, que nos ayudará en la argumentación de este ejemplo.

Se afirma que «los utensilios sólo mediante un esfuerzo ceremonial, o cuando son traídos de un tiempo o de un país lejanos, se hacen la fuente de una elevada conciencia porque nos deslizamos suavemente del utensilio a la acción a que está destinada.» Por lo que respecta al productor de utensilios, el hecho de que muchos artesanos en todos los tiempos y lugares hayan tenido un momento para hacer sus productos estéticamente agradables me parece una respuesta suficiente. No

7. *Industria Cultural.*

comprendo cómo podría haber mejor prueba de que las condiciones sociales existentes, bajo las cuales marcha la industria, son los factores que determinan la cualidad artística o no artística de los utensilios, más que algo inherente a la naturaleza de las cosas. En lo que respecta a quien usa el utensilio, no comprendo por qué al beber té de una taza se nos deniegue la posibilidad a gozar de su forma y de la delicadeza de su material. No todos engullen su alimento y bebida en el menor tiempo posible para obedecer a una ley psicológica necesaria.

Además de coincidir en casi todos los planteamientos y la argumentación teórica apuntadas por Dewey, este ejemplo sirve para reafirmar nuestra posición sobre la independencia del criterio estético respecto de la finalidad o utilidad primaria del objeto.

Remitimos de nuevo al concepto de experiencia del propio Dewey o al concepto de arte y vida del movimiento Fluxus, para entender que comer sopa en un hermoso plato de loza de Pickman, puede suponer toda una experiencia asociada con placeres de carácter estético y vital más allá de la obediencia a la «ley psicológica necesaria» y que además, este hecho, comer la sopa en el, no le elimina ni un ápice de su original presencia estética, quizá incluso acaba por reforzarla e integrarla en una experiencia de vida.

El propio Román de la Calle (De la Calle, 2001, p. 28), en su estudio sobre la propia estética derivada de Dewey y sus implicaciones, nos los clarifica muy acertadamente en estos términos:

Entre ambas dimensiones –la fase estética originaria y la artística– no existirían rupturas y contradicciones sino complementariedad, como resultado de la continuidad y profundización, por parte del arte, de las experiencias que la vida cotidiana ofrece en su espontáneo discurrir. De ahí la intrínseca equivalencia que Dewey propone entre lo estético

7. *Industria Cultural.*

co y lo vital, y, teniendo en cuenta su prolongación, también entre lo artístico y la existencia unificada convertida en objetivo y finalidad.

A ello hemos de añadir las significaciones derivadas presentes en el propio objeto y muchas veces asociadas a acontecimientos vitales de primera magnitud, quizá más presentes todavía en las piezas Lladró que en las de Pickman, cuando a estos objetos asociamos y vinculamos profundos elementos vivenciales y simbolizadores, o mitológicos, entendido en la terminología conceptual de Roland Barthes (Barthes, 2005).

En este sentido, el objeto y su contenido estético siempre poseen una fuerte carga social simbolizadora y en el caso que nos ocupa, esa carga y valor social está reforzada e íntimamente ligada a la propia iconografía de Lladró, que reclama una estructura y un comportamiento social determinados y como no, profundamente anclados en unos determinados valores asumidos por propios, en función de colectivos o grupos sociales y sus practicas culturales que rigen su propia vida cotidiana.

(...) los objetos, su sintaxis y su retórica remiten a objetivos sociales y a una lógica social. Más que del usuario y de las prácticas técnicas nos hablan sobre todo de pretensión social y de resignación, de movilidad social y de inercia, de aculturación y de enculturación, de estratificación y de clasificación social. A través de los objetos, cada individuo, cada grupo busca su lugar en un orden, tratando, al mismo tiempo, de trastornar ese orden según su trayectoria personal. A través de los objetos, lo que habla es una sociedad estratificada y sí, como el resto de los mass media, los objetos parecen hablar a todos (ya no existen de derecho, objetos de casta), lo hacen realidad para dar a cada cual el lugar que le corresponde. En una palabra, bajo el signo de los objetos, bajo el sello de la propiedad privada, lo que se desarrolla es siempre un proceso social continuo del valor y los objetos son, ellos también,

7. *Industria Cultural.*

siempre y en todos los casos, además de utensilios, los términos y el reconocimiento de ese proceso social del valor (Moles, 1971, p. 47).

Es esta función de valor social, a nuestro juicio, uno de los aspectos más importantes de las piezas Lladró, entendidas como objetos asociados e inscritos en toda una tradición de carácter universal, que tiene que ver con la pasión por el lujo y todas las implicaciones que este conlleva. No cabe duda que estas piezas de porcelana pueden y deben considerarse como objetos de lujo, no tanto por el elevado precio que puedan llegar a alcanzar, como por el propio contenido que estas expresan y significan y por el propio uso y estatuto de privilegio que reciben en los hogares y viviendas que las albergan.

Como muy bien nos recuerda Gombrich (2003) magistralmente, como siempre, no es tan cierto que las imágenes representadas en las obras artísticas acaben reflejando el espíritu idílico de una época, más bien su contenido es reflejo de aspiraciones sociales, no solo en referencia a la temática, sino al desarrollo estilístico de esa temática. Es también mucho más cierto que los usos y funciones a los que son sometidos esos mismos objetos artísticos, nos ofrezcan más luz sobre la verdadera naturaleza del entorno cultural y el marco de relaciones que se establecen en torno a dichas obras.

El propio Gombrich, en referencia a la importancia de un estilo o forma representativa como consideración de objeto de lujo y de gran demanda social en ese sentido, nos ilustra con numerosos ejemplos extraídos de la Edad Media europea, con obras del llamado estilo gótico internacional. Un estilo muy apreciado en sí mismo como objeto de lujo, cumpliendo por tanto una clara y evidente función social. Es fácil y muy tentador iniciar así una relación de este proceso cultural, convertido en internacional, con otro fenómeno cultural de similares características, salvando las evidentes distancias temporales y de contexto, que es el que nos compete a nosotros, las porcelanas Lladró, tanto por su funcionalidad social como por las propias características esenciales de algunos de ambos rasgos estilísticos.

7. *Industria Cultural.*

En las imágenes que nos ofrece el estilo internacional medieval, nos encontramos con un amplio conjunto de escenas maravillosas, repletas de situaciones y mundos idílicos «en el que las damas disfrutaban de su excursión en una balsámica primavera precedidas por heraldos con clarines y caballeros ataviados con trajes de fiesta, todos ellos adornados y engalanados con hojas reverdecidas» (Gombrich, 2003, p. 82).

Otras imágenes extraídas del mismo *Libro de Horas del Duque de Berry*, representan a hermosas doncellas recogiendo flores, imágenes muy similares también a las del ciclo de las estaciones conservado en la Torre de l'Aquila en Trento que presentan «un gusto similar por los placeres de la vida despreocupada, por alabar la juventud, la belleza y el amor, no solo en el jovial mes de mayo, en que las damas coronan de flores a sus fieles mozos (...)» (Gombrich, 2003, p. 84).

Nos resulta muy procedente establecer paralelismos, salvando las ya nombradas distancias, entre las imágenes descritas por Gombrich con el espíritu también «jovial y despreocupado» del que están impregnadas una gran parte de las imágenes producidas por Lladró.

Y siguiendo con otros ejemplos que nos continúan remontando a la Edad Media para vislumbrar el origen de este tipo de comportamientos sociales respecto a determinados objetos y productos industriales y además estrechamente vinculado al ámbito valenciano, encontramos las investigaciones del profesor Germán Navarro, dedicadas a una de las primeras industrias de, si se nos permite de expresión, la distinción social y que de alguna manera se acaba vinculando en parte con la propia significación social de las porcelanas Lladró, en nuestro caso relativa a la sociedad de mediados del siglo XX, la industria de la seda valenciana (Navarro, 2004, p. 27):

Esto ocurrió en el seno de una sociedad donde las viejas estructuras jerárquicas ya comenzaban a ser lo bastante flexibles para consentir

7. *Industria Cultural.*

la imitación del comportamiento propio de las clases dominantes, esto es, el estilo de vida y vestimenta de los grupos dirigentes de finales del Seiscientos. Así, frente al ascenso social de los imitadores, las clases dominantes respondieron con otras pautas de moda, reproduciéndose también nuevos esfuerzos por copiar. Un mecanismo económico con el cual el nivel de vida de las personas se medía por el grado de retraso con que vestían respecto a los modelos copiados, síntoma ambiguo de transición desde esa sociedad basada en los órdenes hacia otra fundamentada cada vez más en el capital comercial y en un uso más intenso del dinero.

Es evidente que ambas industrias, tanto la seda como la porcelana acaban configurándose a nivel histórico como objetos de lujo, de distinción social y que este efecto genera en las clases inmediatamente inferiores, un modelo de imitación y de referencia hacia posiciones sociales más elevadas. Esta situación se plantea también en el caso de Lladró, referida a esa vinculación con el propio pasado aristocrático del material y los gustos de las clases dominantes, aunque en nuestro caso diacrónicamente desfasadas, pero socialmente coincidentes y con derivaciones un poco más complejas y que vamos abordando a lo largo de los distintos capítulos que forman parte de la presente tesis doctoral.

En cualquier caso una gran parte de nuestras preocupaciones en la presente tesis derivan hacia ese interés por los aspectos y conexiones que Lladró y sus producciones tienen respecto a determinadas actitudes y relaciones de poder de carácter social, ya que no hemos de olvidar nunca que tal y como nos recuerda Freedman (2006, p. 28): «El arte es una forma de producción social y la creación de una obra de arte es sólo parte del producto; el espectador es quien completa la obra, y lo que se produce es una relación social».

7.2. **La reproductibilidad industrial y el aura.**

Otra cuestión que no pasa desapercibida a la hora del análisis de una industria cultural basada en la producción seriada de obras de porcelana, es la de la reproducción. Una cuestión que incita a la reflexión en torno al problema de la autenticidad de las obras de arte. Benjamin (1982) planteó la cuestión en torno a la primera mitad del siglo XX, origen de nuestros actuales modos de vida y consumo cultural. Para este autor (Benjamin, 1982, p. 18) «La obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción».

Pero Benjamin distingue entre una reproducción manual o artesanal y una reproducción debida a técnicas industriales. La industria cerámica Lladró se mueve entre estos dos ámbitos y resulta difícil desligarla de ambos, ya que a pesar de su producción en serie y bajo algunos de los procedimientos que definen a un producto industrial, sus obras poseen un elevado cariz de obras artesanales, trabajadas y elaboradas directamente con las manos, por un colectivo de operarios artesanos, al menos en una parte de su proceso productivo. Sus famosas flores y detalles decorativos, y su pintura se aplican a mano, y las piezas se unen por hábiles manos antes de pasar al horno.

Tampoco se puede considerar a sus productos como generados e inmersos en ese sistema cultural de los filósofos de Frankfurt, ya aludido, y dominado por el universo de los mass media, aunque su relación y utilización de los mismos acaben por integrarlo de alguna manera. Lladró pertenece, al fin y al cabo, a toda una amplia tradición de industria cerámica artesanal de fines decorativos, con un pasado milenario, adaptada a su momento histórico y que tiene importantes precedentes en nuestro ámbito territorial.

Pero pese a todo, hemos constatado que su producción se basa en la serialidad o reproducción de las obras, en crear series limitadas de una misma pieza. Aquí

7. *Industria Cultural.*

surge pues el problema del original y la copia que desemboca en la existencia o no existencia del concepto de aura.

En este sentido, se podría llegar a hacer un paralelismo entre las obras de Lladró y la fotografía. Según el propio Benjamin nos recuerda, en la fotografía no existe un original o en todo caso este sería el negativo de la película. Cualquier copia, por tanto, obtenida de ese negativo sería propiamente un original, con lo cual el concepto de original y copia se diluye y emborrona, mucho más si cabe en la fotografía digital.

Al igual que en la fotografía, en la producción de figuras cerámicas de Lladró no existe propiamente un original, o en todo caso, este lo constituye el molde utilizado, producto del diseño previo. El molde es, ni más ni menos, el negativo de las obras de Lladró. Exactamente lo mismo que ocurre, con los grabados, las serigrafías y otras artes de tiradas limitadas.

El arte tiene toda una amplia tradición de modelos de obras e imágenes reproducibles, como constató generosamente Juan Antonio Ramírez en su ensayo *Medios de masas e historia del arte 1997*, iniciándose con la aparición del grabado y la imprenta desarrollados ampliamente en la cultura occidental europea desde el siglo XV hasta el siglo XVIII y revolucionando los propios cimientos del arte, con la aparición de la fotografía en plena sociedad industrial y de desarrollo burgués hasta llegar a la aparición en el siglo XX del sistema cultural de masas, donde los medios, las técnicas y las posibilidades de reproducción se multiplican y siguen haciéndolo con las nuevas tecnologías informáticas y digitales.

Pero, ¿elimina esta condición la existencia del aura?. El aura, que Benjamin (1982, p. 22) define como «la manifestación irrepetible de una lejanía (por cercana que pueda estar.)», está sin duda presente en estas las obras de Lladró, es más, se podría decir que forma parte esencial de esas obras, alimentada sin duda por una eficaz política de marketing empresarial. Pero se trata eso sí, de un aura modificada, adaptada a los nuevos tiempos, unos tiempos en los que el mensaje, el

7. *Industria Cultural.*

contenido significativo ya no contiene el aura, ha sido trasladada al propio objeto (Berger, 2007, p. 28):

Este nuevo status de la obra original es una consecuencia perfectamente racional de los nuevos medios de reproducción. Pero, llegados a este punto, entra en juego de nuevo un proceso de mistificación: La significación de la obra original ya no está en la unicidad de lo que dice sino en la unicidad de lo que es. ¿Cómo se evalúa y define su existencia única en nuestra actual cultura? Se define como un objeto cuyo valor depende de su rareza. El precio que alcanza en el mercado es el que afirma y calibra este valor. Pero, como es pese a todo una «obra de arte» – y se considera que el arte es más grandioso que el comercio– se dice que su precio en el mercado es un reflejo de su valor espiritual. Pero el valor espiritual de un objeto, como algo distinto de su mensaje o su ejemplo, sólo puede explicarse en términos de magia o de religión. Y como ni una ni otra es una fuerza viva en la sociedad moderna, el objeto artístico, la «obra de arte» queda envuelta en una atmósfera de religiosidad enteramente falsa. Las obras de arte son presentadas y discutidas como si fueran sagradas reliquias, reliquias que son la primera y mejor prueba de su propia supervivencia. Se estudia el pasado que las engendró para demostrar su autenticidad. Se las declara «arte» siempre que pueda certificarse su árbol genealógico.

Las obras de Lladró, a pesar de su serialidad, tienen para sus poseedores, un sentido exclusivo, único e irrepetible, e incitan además al ejercicio del coleccionismo. No olvidemos que son los coleccionistas los que al fin y al cabo permiten la existencia del mercado del arte, de los artistas en definitiva, aunque las motivaciones y las causas del fenómeno coleccionista entronquen, en su mayor parte, en aspectos de relación y poder social, entre muchos otros factores muy complejos de definir (Gil Salinas, 1994, p. 29):

7. *Industria Cultural.*

La posesión de obras de arte, la acumulación de cualquier tipo de elemento o la recopilación de variedades de un mismo objeto es un hecho que se remonta a los primeros tiempos de la historia. Mas significativo en el pasado que hoy en día es la idea de que aquéllos que ocuparon cierta posición tuvieron interés por coleccionar e incluir arte contemporáneo en sus colecciones. Todavía fue más común, cuando las condiciones políticas y económicas favorecieron el surgimiento de una clase de nuevos ricos, que coleccionaron como una forma de obtener prestigio social. El coleccionismo se convertía de esta forma en un signo del gusto y la ostentación. Atendiendo a la posesión de obras de arte como símbolo del estatus, inteligencia y dinero, señala Maurice Rheims, que el coleccionista espera adquirir más prestigio que el propio artista original, en este ámbito destaca que ser coleccionista significa avanzar un gran paso en la escala social.

La práctica del coleccionismo será alentada de manera intensa por la propia marca Lladró, obviamente, se trata de una forma de incitación a la compra y de garantía de venta, además de fortalecer la relación social entre proveedor y cliente, a través de la creación en el año 1985 de la *Sociedad de Coleccionistas Lladró*.

Cada una de estas obras se constituye en pieza original, tal como lo hacen una serie de estampas de grabados de Goya. Existe un aura en torno a estas obras que las convierte en objetos de un apreciadísimo valor, y no solo económico, apoyados por el prestigio de la marca.

La marca no es otra cosa que el equivalente de la firma de un artista famoso que se antepone en muchísimos casos a la calidad artística a la hora de la elección del cliente o comprador. Supone una garantía, pero sobre todo posee una característica de prestigio social. Poseer un grabado de Miró o una figura de Lladró es asimilado por ciertos colectivos y grupos sociales de una misma manera, aunque los separe un abismo estético, todo gira en torno a la posesión del objeto aprecia-

7. *Industria Cultural.*

do y valorado a la manera de cierto fetiche representativo de valores laicos, que tienen que ver obviamente con cuestiones económicas y de prestigio social dentro de un entorno concreto.

Lladró y Miró, por poner un ejemplo, se sitúan en la misma escala y consideración social, y son poseedores de la misma aura, para aquellos con posibilidades de obtenerlos, o al menos esa es la función buscada y ansiada por la marca en su búsqueda de posicionamiento social. Son exhibidos a manera de trofeos y se ponen en ocasiones a la misma altura porque no importa la autenticidad artística, no importa la fruición y la experiencia estética, no importa la reflexión crítica y la búsqueda de valores universales y profundos, se trata únicamente de trofeos de posesión y de marca social, para una gran parte de sus consumidores estéticos. Unos, los de mayor capacidad adquisitiva con las grandes piezas de lujo y limitadas que Lladró propone, los otros, la mayoría, por imitación y reflejo social de unos valores adheridos a la marca e inherentes a su propia estética.

¿Están por tanto en las antípodas del sistema de industria cultural de Adorno? Esto nos lleva a plantearnos otra pregunta, ¿es Lladró un producto de consumo masivo y popular o está destinado a un público selecto y minoritario, es arte popular, o es objeto de lujo elitista?

La propia empresa ha mantenido siempre una posición bastante contradictoria al respecto, es evidente que como imagen mediática se engloba en la cultura popular y de masas con proyección internacional, sus piezas están destinadas a un consumo masivo, pero a pesar de ser producidas en gran número, la empresa trata de fomentar el apelativo de exclusividad, de su valor como pieza única, de la limitación de sus series, etc.

Busca por tanto una asociación de clase, como pone en evidencia la situación emblemática de su tienda en Valencia, junto a marcas de precios prohibitivos para la mayoría de los mortales, pero mantiene de hecho la mayor parte de su producción, asequible y destinada a un público popular de clase media.

7. Industria Cultural.

Esta contradicción que en realidad está muy bien articulada, se hace por ejemplo muy evidente en textos como este, publicado en un artículo dedicado al décimo aniversario de la Sociedad de Coleccionistas Lladró, en la revista *Expressions Magazine* (Anónimo, 1995, p. 14), órgano oficial de dicha sociedad: «podemos estar orgullosos de saber que formamos parte de una elite internacional que valora el arte y la elocuencia de unas hermosas figuras. Juntos contribuimos a la fascinante historia de la evolución de la porcelana, este noble material que antes pertenecía al dominio particular de los aristócratas.»

No es ni la primera ni la única vez que Lladró hace gala de poner al alcance de todo el mundo el delicado lujo aristocrático de la porcelana, al tiempo que sus coleccionistas se enorgullecen de formar parte de una elite de la apreciación estética de la cerámica.

Lladró necesita dejar claro que sus productos provienen de un delicado gusto de clase, asociando su producto al poder, es necesario que funcione esta ecuación previa en la que se pone en relación su cerámica con el alto gusto aristocrático para que la estructura funcione. Las clases populares se dejan así seducir por algo que parece fuera de su alcance y que sin embargo está destinado a ellos.

Este proceso de subversión social que se da en las porcelanas de Lladró refuerza su sentido aurático, que más que una característica propia del objeto, está presente en la apreciación del sujeto hacia ese objeto y en las subjetivas valoraciones mitificadores que se vierten sobre él, «independientemente de cuán ordinario sea un objeto, siempre puede ser rescatado de su aparente trivialidad al ser investido de un significado personal, ese inefable *valor sentimental* que puede hacerlo superior en estima a los objetos más valiosos» (Olalquiaga, 2007, p. 17).

Junto a ello, de nuevo se destacan dos aspectos esenciales en la construcción de la identidad de Lladró, la insistencia en reclamarse dentro del ámbito del arte, del coleccionismo de arte por tanto, y la nobleza del material, la porcelana como valor inherente y primigenio de sus piezas.

7. *Industria Cultural.*

Esta actitud contradictoria se asemeja mucho a nuestro juicio con la de ciertos grupos y colectivos de vanguardia que parecían asimilar la nueva cultura de los medios de masas, que simulaban en algunos aspectos una cierta actitud de integración para con el sistema pero que finalmente acaban alimentando el sistema institucional del mercado del arte elitista y «culto».

Cuando el «pop» y otras tendencias figurativas o no (minimal, nueva abstracción, etc.) han realizado «series» por procedimientos artesanales no han tratado de utilizar ninguna de las premisas de la moderna sociedad de masas (abaratamiento del producto por la multiplicación indefinida, amplitud en los canales de distribución y comercialización, tendencia a la eliminación del carácter de excepcionalidad de la obra, etc.) y sí de manipular una falsa noción de difusión que es, de hecho, muy restringida, con el fin de ampliar el volumen de negocios frente a una clase social en trance de ascensión y que necesita o puede necesitar símbolos evidentes de prestigio cultural (ciertos ejecutivos, nuevas «clases medias», etc.) (Ramírez, 1997, p. 255).

En este mismo sentido Walker y Chaplin (2002, p. 242) nos recordaban que todos estos procesos democratizadores por parte de algunos artistas y movimientos «normalmente fracasan porque contradicen la naturaleza restringida de producción asociada con la institución social del arte tal como existe actualmente». Partían de un intento que contradice la propia estructura del sistema artístico. Esa misma estructura, que impide ferozmente el acceso al sistema por parte de artefactos culturales como los producidos por Lladró y otros similares, negándoles sistemáticamente el apelativo de arte, pero que Lladró ha sabido en cierto modo franquear de alguna forma con fines comerciales.

Pretenden mantener por tanto el aura, para crear símbolos de significación social, objetos de distinción que dejen bien a las claras que ellos no pertenecen a la vulgar masa social anónima. Lladró participa también de este juego de significa-

7. *Industria Cultural.*

ciones y sus objetos se ofrecen como modelo de distinción para decorar estantes, vitrinas y mesas de los salones y recibidores del grupo social dominante, asociado además al grupo social históricamente dominante que fue la aristocracia europea. Y como reflejo de ello, se convierte en objeto deseado por las clases menos pudientes que tratan así de alcanzar un pedazo de ese estatus que algún día sueñan con obtener, adquiriendo un frágil fragmento de belleza y felicidad alto burguesas que a modo de emulación colocan en sus modestos hogares.

Todo ello, sin comprender en ocasiones que esa virtual costumbre estética que les aproxima a los poderosos, es tan solo un reflejo social de carácter nostálgico, la aristocracia que pretenden emular se agotó hace tiempo, ellos tan solo son consumidores en un nuevo modelo social que les abruma y que permite que la nueva burguesía industrial asuma el viejo poder aristocrático.

A ello hemos de sumar, que sin la noción de unicidad, de exclusividad, sería muy complicado para Lladró poder presentar sus piezas como obras artísticas y esto supone uno de los pilares más importantes de su estrategia de posicionamiento comercial, como estamos comprobando a lo largo de esta tesis doctoral.

Esto es explicable porque aun existe en el imaginario colectivo esta noción aplicada al mundo del arte y supone un condicionamiento cultural del que es difícil deshacerse. Ramírez (1997, pp. 252-253) expone algunos de los aspectos condicionantes que explican esta situación histórica al tiempo que argumenta lo absurdo de mantener tal situación, que responde a intereses concretos de determinados grupos sociales que salen muy beneficiados en su estrategia de posicionamiento social:

- a) Muchas obras «artísticas» del pasado no se realizaban industrialmente porque no existía la posibilidad técnica ni tampoco la sociológica (¿cuántos compradores iba a haber de productos que sólo interesaban, o podían pagar un grupo o una persona concreta?).
- b) Algunos

7. *Industria Cultural.*

modos comunicativos eventualmente socializados del arte del pasado hacían innecesario el planteamiento multiplicador (gran lienzo, pintura mural). Cuando era preciso no se dudaba en industrializar la producción para satisfacer la demanda amplia para un producto concreto (retratos standard o muchas obras religiosas, casi idénticas, salidas de un mismo taller). c) La conversión de la obra de arte en mercancía de privilegio que favorecía, tanto al poseedor de ciertas obras, como al realizador de las mismas, exigía también la limitación del número de productos para evitar su desvalorización. Esto contribuyó a que al llegar los medios masivos se les negase la «artisticidad» otorgada a otros procedimientos tradicionales (pintura de caballete, escultura.. .). d) El deseo de aniquilar la incidencia positiva del arte en la praxis social, fomentó el mito del arte como plasmación única de un momento irrepetible de autoexpresión por parte del artista-genio, sin vinculaciones con la realidad productiva o la lucha de clases. El olvido o la relegación de las prácticas pasadas que no supusieran la aceptación implícita de la mayoría de las premisas anteriores: Artes «menores» como el grabado, la cerámica, las producciones pictóricas de talleres «provincianos», etc. Para fechas más recientes, negación sistemática de los logros expresivos alcanzados por los medios icónicos.

Actualmente, el concepto de Benjamin ha sido constantemente revisado, no únicamente por otros textos de teóricos, sino por la propia práctica del arte y el desarrollo social, llegando a un punto en que, como señala muy recientemente Ramírez (2009, p. 189) «ya casi nadie cree en la ecuación que asimila la pérdida del aura con la multiplicación de las obras de arte.»

La cuestión del aura, como hemos comprobado, es muy importante si queremos aspirar a una mayor comprensión de las implicaciones de la porcelana de Lladró en el ámbito de la cultura visual ya que ha sido tradicionalmente la atri-

7. *Industria Cultural.*

bución de este aura a un objeto, la que le permitía mantener o poseer la categoría artística, que venía siendo sistemáticamente negada a los objetos reproducidos masivamente o con procedimientos industriales. Y todo ello a pesar de que actualmente empiece a predominar en el pensamiento teórico la idea de que «si aplicáramos consecuentemente las ideas de Benjamin, deberíamos decir que cada ejemplar de la misma obra, cada aparición, nace o surge con su aura. Reformularemos, pues, la expresión del filósofo y hablaremos de otra cosa, de *la obra de arte en la época del original multiplicado*. (Ramírez, 2009, p. 190).»

Muy lejos de estas posiciones en las que vivimos actualmente hemos visto como Lladró luchará por reforzar, mantener o crear su propia aura de modos diversos, enfrentándose en su época de máximo esplendor a las furibundas críticas, no directas, de los grades teóricos post Benjamin que cerraban la puerta de acceso al arte a cualquier manifestación cultural creada por medios industriales, posiciones que a pesar de todo continúan existiendo tímidamente. No es nuestra intención aquí hacer justo lo contrario y encumbrar a Lladró a las alturas del arte, nuestro cometido en esta tesis es mucho más concreto y complejo a la vez, se trata de comprender, explicar y contextualizar estos procesos en función del gran calado y aceptación social que las imágenes de Lladró provocaron, o han provocado, en la cultura visual –si se quiere popular– contemporánea.

En un mundo dominado y controlado por la obsolescencia de los objetos industriales que van marcando los mercados y la sociedad de consumo neoliberal y capitalista, tal y como nos recuerda en su brillante ensayo Bourriaud (2009, p. 90):

(...) la vida útil de los objetos resulta cada vez más corta, su rotación comercial se acelera incesantemente, su obsolescencia se planifica cuidadosamente. La vida social misma parece más frágil que nunca y los vínculos que la componen, deleznable. Los contratos que rigen el mercado laboral reflejan dicha precariedad general, calcada sobre

7. *Industria Cultural.*

la de las mercancías cuyo vencimiento rápido ha impregnado nuestra percepción del mundo.

El aura, dentro de esta dinámica de los objetos con una vida y un tiempo planificados y programados, comienza a perder mucho sentido y prima sobre ella el sentido utilitario y práctico al que la industria y la sociedad parecen estar desenfrenadamente abocadas. En este sentido, el culto al objeto industrial se percibe como una anomalía, si se define en términos de aura al objeto concreto y esta se acaba por sustituir por un aura del concepto o del diseño. Se pasa por tanto de un ente concreto impregnado de unicidad e irrepetible, aquel viejo sentido del original es ahora sustituido por un concepto abstracto, el aura deja de residir y de impregnar al objeto y pasa a residir en el concepto, en la labor del diseño o la idea que crea y configura ese objeto.

Y el diseño o la idea no es ni más ni menos que pura estética, es por tanto la estética, la imagen de ese objeto, en un sentido más bien abstracto y conceptual, la que se prefigura con fuerza como sustituto de la vieja aura, a la que Lladró sigue tratando de aferrarse. El profesor italiano de historia del arte Francalanci (2010, p.72) escribe en una línea muy similar a nuestras propias reflexiones:

Podemos no creer en el producto, pero no podemos evitar ser atraídos por su imagen; es decir, por su estética, la cual desempeña una función reafirmante, materna y euforizante, precisamente en cuanto no requiere ser interpretada, sino deseada y disfrutada. Una estética, por tanto, que aleja la realidad de las cosas-productos, sustituyéndola por la inmaterialidad de su apariencia seductora y simbólica.

Lladró se enfrenta, una vez más, a un conflicto interno de difícil resolución, que podría incluso servir de explicación parcial respecto a su actual situación de crisis, más allá de la propia coyuntura económica de los tiempos, en la que no voy a entrar, ya que nos movemos en un discurso de conceptos teóricos sobre arte,

7. *Industria Cultural.*

estética y cultura visual, en ningún caso sobre economía. Sus productos estéticos (industriales), rompen profundamente con el concepto de la obsolescencia, con la práctica capitalista del usar y tirar, ya que se trata de objetos casi de culto, durables y perdurables, asociados a la memoria personal y a los recuerdos. Objetos industriales y seriados pero que sin embargo aspiran a la unicidad que otorga el aura y el arte, ocupando un espacio conceptualmente complejo sobre el que estamos reflexionando y investigando a lo largo de esta tesis.

No obstante Lladró aun tendrá que hacer frente a la categórica dualidad planteada en la que aquellos objetos industriales que aspiraban a convertirse en arte, eran automáticamente clasificados justamente en la otra cara de la moneda (Olalquiaga, 2007, p. 17-18):

Este carácter aureático residual resulta fundamental para comprender el cambio ocurrido con la industrialización y también sus limitaciones, así como la razón por la cual los productos en masa, en su paradójica resistencia y glorificación de una noción total de autenticidad, son despreciados críticamente como su versión degradada, es decir, kitsch.

Hablemos ahora de esos «escombros del aura» (Olalquiaga, 2007), del kitsch y del papel que Lladró ha tenido que jugar en este nuevo orden estético surgido con la industrialización.

8. Entre la belleza y el kitsch.

8.1. La búsqueda de la belleza ideal y moral.

Si hay algo que caracterice esa búsqueda de Lladró por presentarse y constituirse como obra artística es la referencia a la categoría estética de la belleza. Lladró trata de imponer como su valor de marca esencial, el ofrecimiento de un fragmento de belleza pura, casi inmaculada. Huye en todo caso de cualquier atisbo de belleza sexual/sensual o de belleza intelectual o formal, para recrearse en una especie de belleza moral, cargada de ciertas connotaciones de pedagogía moralizante.

Este recurso al valor moralizante y pedagógico atribuido y presente en las obras Lladró, a través de un determinado prototipo de belleza entendida tanto en su vertiente formal como moral, es asumido desde el principio por la marca como valor propio y hasta cierto punto esencial y definidor de la propia estética Lladró (AA.DD, 1998, pp. 39-40):

–Nos dicen que trabajamos por un mundo mejor, y es cierto –asegura Vicente–. Cada porcelana es también manifestación del espíritu de quien la posee, porque cada figura es un canto a lo bello, a lo bueno, en una palabra, al amor. Ese es el sentido final del trabajo de todos nosotros. (...) –No se trata de embellecer la realidad –afirma Juan–, sino

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

de alejar de la realidad todo lo que enturbia su alma misma, la visión de su misma alma.

Una belleza, quizá en exceso remilgada, que en ocasiones genera un discurso próximo a lo cursi, o a lo kitsch con matices, si es que todavía procede el uso de estos términos, que como veremos acabamos cuestionando, al menos en el uso que se le ha dado tradicionalmente.

La estética de Lladró responde a criterios miméticos o un concepto de belleza basado en la mimesis, pero una mimesis no entendida como la reproducción de lo real o lo natural en su completa fidelidad. El arte, como sabemos, es siempre representación abstracta como nos recuerda Langer (1967, p. 53) «todas las formas en arte son formas abstraídas, su contenido es solo apariencia (...) En este sentido elemental, todo arte es abstracto.» Una mimesis que representa, simboliza aspectos vitales que se asocian a la belleza como placer simple, lejos de entramados complejos críticos o intelectuales de los que habitualmente acompañan al arte contemporáneo.

Belleza primaria si se quiere, pero que resulta finalmente innegable en su reconocimiento, basada en esos mismos valores primarios del ser humano que reconoce instintivamente la belleza de un recién nacido, de la mirada de una joven nostálgica, de la belleza placentera de un trabajo bien hecho, o en el reconocimiento de un amor correspondido. En la belleza Lladró solo cabe una realidad, el mundo que desearíamos ser. El mundo que somos es demasiado duro y el llamado «gran arte» nos lo muestra sublimado, esplendoroso y crudo, por eso asusta y provoca el rechazo de mucha gente y por eso mismo Lladró obtiene el beneficio de tanta, a fin de cuentas, resulta que la aparente belleza mimética de Lladró esconde un mundo de falsa fantasía y que la verdadera mimesis o representación del mundo real se acaba encontrando en el llamado «gran arte».

El propio José Lladró, uno de sus creadores, corrobora en una reciente publicación los términos de nuestra interpretación y la buscada presencia moralizante

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

de sus piezas, aunque bajo una lógica posición idealizada y falta de una mayor reflexión crítica, que tampoco es exigible en su caso ya que es esta nuestra labor. Lladró (2006, p. 21-22) describe así este proceso de valor moralizante respecto a sus porcelanas:

Son muchos los que han percibido que, más allá de los méritos artísticos, expresaban un código de valores presidido por el amor, la sensibilidad, la delicadeza y la bondad, y se han sentido impelidos a rodearse de ellas, a refugiarse en su contemplación, acaso como modo de escapar de las miserias cotidianas que sacuden un mundo a veces tan difícil de aceptar. Las creaciones Lladró, la propia marca, son para esas personas el mundo imaginado y probablemente deseado, el reflejo de la vida tal y como desearían que fuese y creen que debería ser y algo particularmente curioso es que no se encierran en solitario con ellas, sino que tienden a convertirse en una suerte de embajadores de las porcelanas, quieren compartirlas, y la afición por coleccionarlas genera una unión con otras personas que participan de su misma perspectiva humanista.

La belleza de Lladró representa el mundo establecido, jerárquico y ordenado y por ello mismo, absolutamente alejado de la realidad. Se trata de un orden deseado, ficticio, basado en la nostalgia kitsch de la que nos habla Celeste Olalquiaga (Olalquiaga, 2007), de un mundo que nunca fue pero que quiso ser en nuestra imaginación y fantasía, un mundo ilusoriamente ordenado que la vanguardia y los dadaístas trataron de destruir consiguiendo finalmente reforzar la actualidad del mensaje nostálgico, del mensaje de nuestra ideal fantasía y no del mundo real, triste y duro que metafórica y simbólicamente pretendía mostrar la vanguardia crítica.

No gusta que nos cuenten la verdad, nos gusta aislarnos en una fantasía melódica y placentera y para ello, nada mejor que sumergirnos en la galería de imá-

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

genes que nos ofrece Lladró. Lladró nos permite comprar a precio asequible, un fragmento de huida hacia un dulce placer imaginario lleno de bienestar, esa es la clave de la belleza buscada por sus porcelanas.

Pero no es un placer tan inocente, es un placer que nos lleva a asumir un papel de superioridad moral, a vernos imbuidos de sana virtud y dejar para los demás las culpas de que ese idílico mundo no se vea cumplido y reflejado. Los otros siempre impiden que el mundo se parezca a una escena de porcelana de Lladró y poseer estas piezas impregnadas de valor moralizante nos hace sentir mejor, hasta el punto de que el propio (Lladró, 2006, p. 101) llega a afirmar por escrito que sus clientes y coleccionistas «tenían que ser, obligadamente de una gran calidad humana».

En cualquier caso, una belleza estética moralizante lleva a una paralización de la propia acción moralizante, que es asumida por la propia porcelana liberando de culpa las acciones o falta de acciones verdaderamente morales y sirviendo de catarsis liberadora, al modo de la vieja caridad occidental europea limpiadora de conciencias, pero escasamente efectiva. El problema es que para poder mejorar el mundo, hay que conocer la realidad problemática de ese mundo, ocultarla tras un paraíso idílico de porcelana está muy bien, es legítimo y permite el disfrute y el placer estético a un nivel primario, pero a pesar de su interés, no sirve obviamente como fin didáctico progresista o escuela de virtuosismo.

Su belleza estética moralizante, puede llevar, contrariamente, a construir una narrativa y una pedagogía que imbuyen a pensar justo lo contrario, el mundo es fantástico y maravilloso, lo bello y lo bueno es lo que tiene que ser y como tiene que ser, por tanto no hay muchas cosas que cambiar, hay que perpetuar el sistema de valores pero solo un determinado sistema de valores, el europeo occidental cristiano. Insistimos, creemos seriamente que los hermanos Lladró actuaban movidos por sus propios valores humanos y en su propia visión del mundo conservadora si se quiere más allá, en principio, de un simple oportunismo

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

comercial, y obviamente no son capaces de percibir su trabajo bajo una mirada crítica e interpretativa ni por supuesto tampoco les compete. Somos nosotros los que no debemos desdeñar el desarrollo de esta mirada crítica, solamente con la finalidad de comprender y enriquecer el conjunto de significados culturales que todo este «mundo mágico» de porcelana genera.

8.2. Respeto a la consideración del kitsch.

La marca y las producciones Lladró siempre se han asociado a una determinada categoría estética, que como toda categorización filosófica, no está exenta de problemas, se trata, como ya hemos venido anunciando, de la llamada categoría estética del kitsch.

Comencemos por hacer una aproximación a la definición. La edición de 2001 del Diccionario de la Real Academia define el término kitsch de la siguiente manera: Dicho de un objeto artístico: Pretencioso, pasado de moda y considerado de mal gusto.

Obviamente, poca cosa aporta esta definición que no sea absolutamente cuestionable en todos sus términos y que deriva de las aportaciones de algunos de los teóricos que han tratado de dar un poco más de luz al asunto, pero como toda definición de diccionario es simplista e incompleta, tratándose de un término de carácter filosófico.

En una tesis doctoral dedicada al análisis de las significaciones estéticas de la marca Lladró, no puede faltar una aproximación que aporte un poco más de luz al asunto, respecto a la categorización de Lladró como arte o estética kitsch o no, ya que como hemos mencionado, se asocia habitualmente esta marca al mundo del kitsch. Realmente no existe ninguna argumentación elaborada que nos permita desarrollar con facilidad una posición clara al respecto. Es necesario abrir

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

esta reflexión, que debe y puede aplicarse a manifestaciones similares y que nos permitirá vislumbrar con más detalle las significaciones últimas de la marca y su posición estética.

Lo primero es recurrir de nuevo a los teóricos clásicos del kitsch, a sus argumentaciones y fundamentos, pero también a las visiones críticas con estas conceptualizaciones y con todo ello iremos desgranando las características de Lladró en relación a todos ellos, para así tener una base teórica sobre la que desarrollar una conclusión.

El problema o la cuestión del kitsch es fundamental para el desarrollo de nuestra tesis, punto final de esta parte dedicada a vislumbrar aspectos de teorización que completa nuestra aproximación a la naturaleza conceptual de la imagería y los objetos producidos por Lladró.

Parece ser que los orígenes del término hemos de buscarlos en la Alemania de finales del siglo XIX, en los círculos artísticos de la ciudad de Munich. Término que fue utilizado en principio para «designar material artístico barato» (Calinescu, 1991, p. 229). No vamos a entrar en cuestiones etimológicas que no nos interesan demasiado, pero sí en el significado o múltiples significados que se le atribuyen al término kitsch. Como afirma Calinescu (1991, p. 230):

Cualquiera que sea su origen, kitsch fue y es todavía una palabra fuertemente derogatoria, y como tal se presta a un amplio rango de usos subjetivos. Llamar a algo kitsch es, en la mayoría de los casos, una forma de rechazo directo como carente de gusto, repugnante, o incluso nauseabundo. No obstante, kitsch no puede aplicarse a objetos o situaciones que sean totalmente ajenos al producto o la recepción estéticas. Generalmente, kitsch descarta las aspiraciones o pretensiones de calidad de cualquier cosa que intente ser «artística» sin serlo realmente.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Es por tanto totalmente procedente hablar sobre la consideración del kitsch en este capítulo, ya que tildar con el apelativo kitsch a un objeto estético (es un término que solo se puede aplicar a objetos estéticos), implica en primer término su negación como objeto artístico, y ya hemos visto las intenciones constantes de Lladró de configurarse como arte. Si finalmente aplicamos esta última categorización desmontaríamos todos sus esfuerzos de posicionamiento de marca, aunque también el reclamarse como arte auténtico parece ser una característica propia del género kitsch. Todavía necesitamos profundizar mucho más al respecto.

Vamos a ir analizando algunas de las características que los teóricos le atribuyen al kitsch tratando de comprobar con argumentaciones si responden a la estética de Lladró y en que medida lo hacen. Es importante y necesario hacerlo, incluso aprovechar para proyectar una revisión y reflexión en torno al término y sus significados, que son en ocasiones varios y equívocos y decidir finalmente si podemos continuar contando con este apelativo o término para referirnos al objeto de nuestra tesis, o en que medida lo aplicamos o lo derivamos hacia otros términos que argumentaremos como más adecuados, teniendo en cuenta que en muchas ocasiones se utilizan demasiado alegremente los términos como el de kitsch, sin ser mínimamente cuestionados, previamente reflexionados y mucho menos contextualizados en referencia al objeto de estudio y su situación.

Uno de los críticos más radicales frente a las manifestaciones de lo kitsch es sin duda Broch (1970), que llega incluso a tildar de representación genuina del mal ético a todas las manifestaciones que responden a estas características, un apelativo que consideramos un tanto excesivo e inapropiado pero que se ha de entender en su contexto y espacio histórico, aunque como ya hemos visto sus concepciones siguen presentes incluso en el propio diccionario. Este autor considera que el kitsch trata de buscar una estética efectista, falseadora e idealizadora de lo real.

La esencia del kitsch consiste en la substitución de la categoría ética con la categoría estética; impone al artista la obligación de realizar, no

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

un «buen trabajo» sino un trabajo «agradable»: lo que más importa es el efecto a pesar de que con frecuencia adopta actitudes naturalistas, o sea, a pesar del uso abundante de vocablos de la realidad, la novela kitsch ilustra el mundo, no como es en realidad, si no «como lo desea o lo teme», y la misma tendencia se encuentra en el kitsch de las artes figurativas (Broch, 1970, p. 9).

Otros muchos autores recurren a esta característica de priorizar la creación de efectos, como el propio Eco (1984, p. 84) cuando afirma en una línea similar a la anterior, que el kitsch «articulándose pues como una comunicación artística en la que el proyecto fundamental no es el involucrar al lector en una aventura de descubrimiento activo sino simplemente obligarlo con fuerza a advertir un determinado efecto, creyendo que en dicha emoción radica la fruición estética». Se trata por tanto de crear una llamémosle, falsa aproximación o falsa experiencia estética que sustituye la verdadera experiencia estética artística a través de un efecto fácil de simulación estética.

Respecto a la búsqueda de efectos o de simulación estética aplicada a las producciones Lladró, resulta difícil obtener conclusiones contundentes y tendremos que esperar a la segunda parte de esta tesis para poder comprometernos en un mayor grado, cuando analicemos la producción de imágenes que Lladró genera. No obstante podemos aventurarnos a tratar someramente la cuestión aunque se traten de conclusiones provisionales.

Tras observar una y otra vez el conjunto de imágenes generadas por la marca Lladró, ciertamente se percibe que una gran parte de su objetivo es resultar efectista y fácilmente atractiva en una primera observación, huye de formulaciones complejas y de contenidos altamente intelectualizados, su posición se basa en la sencillez y en el compromiso estético de mostrar verdades aparentes que, obviamente y tras un análisis profundo, no son tales.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

También hay una evidente búsqueda de apariencia naturalista, huyendo de cualquier referencia abstracta en las producciones Lladró, generando un lenguaje verosímil pero no real, de fácil asimilación visual, ampliando al máximo el espectro del posible público objetivo, que en este caso se convierte en posibles clientes potenciales.

La proyección de un mundo ideal, de una imagen amable, idealizada perfecta e inocente, es otra de las características que se le atribuye al kitsch. En la última parte de esta tesis, demostraremos con análisis y ejemplos concretos, que esta es una de las características esenciales y definidoras de la estética Lladró. Lladró reconstruye en imágenes una especie de arcadia feliz, construyendo toda una verdadera estética de lo amable, donde cualquier atisbo de problemáticas vitales y sociales se resuelven a través de una acaramelada posición vital que oculta deliberadamente cualquier referencia real que puede suscitar en el observador un pensamiento reflexivo con respecto a la situación del mundo o respecto a su propia situación en el mundo.

En todos estos aspectos, efectismo estético, apariencia naturalista, mostración de un mundo idealizado y deseado, Lladró presenta características que coinciden plenamente con las descritas generalmente para describir la posición estética del kitsch. No obstante, no consideramos que sean tan concluyentes ya que cualquiera de ellas se podría aplicar a una gran parte del llamado arte «culto» o de elite, así que hemos de seguir profundizando en la cuestión para valorar en su justa medida la posición que establecemos entre Lladró y el kitsch.

8.3. El contenido crítico.

Otra de las características que se le atribuye al kitsch es la búsqueda de una posición acomodaticia, adaptada cómodamente a las estrategias y posicionamientos

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

ideológicos del poder establecido. Es más, favorecen a su conservación y perpetuación y se sitúan en una ideología reaccionaria (Broch, 1970). Hay en el kitsch una total ausencia de sentido crítico, al menos es así como la entienden los principales teóricos del fenómeno, muy pocos teóricos o historiadores del arte entre ellos y muchos sociólogos.

Asumimos provisionalmente como propio del kitsch este aspecto siguiendo la posición de estos autores pero vamos a discrepar en algunos puntos respecto a la asunción inmediata de otra serie de valoraciones, que a nuestro juicio no son más que simples juicios de valor con los que discrepamos profundamente.

La cuestión de la existencia de un contenido crítico en las obras de arte es tremendamente importante para nosotros ya que al contrario de muchas de las aproximaciones teóricas al respecto de la división de las artes, nuestra posición diferenciadora se basará precisamente a efectos de situar a Lladró en unas coordenadas de comprensión cultural más globales, en esta característica.

Siguiendo el hilo de nuestra argumentación respecto a la carencia o presencia de crítica como aspecto clasificatorio, Lladró presenta un estilo o modo de representación figurativa que renuncia, incluso se enfrenta abiertamente a cualquier atisbo de eso que llamamos modernidad o mejor dicho arte contemporáneo de vanguardia ya que la modernidad entendida en un sentido de valor de una determinada cultura dominante sí que forma parte del discurso del propio Lladró. Precisamente la principal esencia de ese arte de vanguardia es cuestionar con un fuerte espíritu crítico los valores que rigen su propia sociedad y que contradictoriamente, esa misma sociedad acaba por engullir, asimilar e institucionalizar, incluso aquello que pretende minar sus bases. Una tremenda aplicación práctica de aquella famosa frase de estrategia combativa: «si no puedes con tu enemigo, únete a él».

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Y aquí radica justamente la estrategia visual de Lladró, tan sencilla como inteligente, al menos tremendamente sincera, expresando justamente todo lo contrario que la pretensión crítica del arte en mayúsculas.

En primer lugar no oculta, se enorgullece de constituirse como producto industrial, productora de imágenes, aunque se concreten en objetos materiales, son esencialmente imágenes de consumo masivo y destinadas a un mercado global. Imágenes que se muestran cómodas, como pez en el agua, en esa sociedad de consumo.

En segundo lugar, renuncia abierta y orgullosamente a cualquier tipo de crítica, justamente se dedica a todo lo contrario, a la exaltación completa hasta límites casi místicos de todos los valores idealmente positivos que la sociedad burguesa occidental proyecta hacia sí misma.

Construye todo un gran escaparate amable, un enorme espejo deformante, que a diferencia de los espejos de feria o de las pinturas de Grosz, reconstruye la imagen idílica de aquello que la sociedad querría ser. Es por tanto el arte de la ocultación no disimulada, en este sentido de falta de crítica, que como hemos visto no es exclusivo a nuestro juicio de aquello que se cataloga tradicionalmente como kitsch, ya que también aparece en obras del «gran arte». Sí que podríamos por tanto utilizar la categorización del kitsch en este caso siempre que la asociemos directamente a la falta de sentido crítico, aunque nosotros apostamos por utilizar otras terminologías que dejen más clara su situación y que hablemos en términos de arte u objetos estéticos carentes de crítica.

8.4. El buen y el mal gusto y lo cursi.

Existe toda una tradición teórica, cuestionada muy acertadamente en sus bases y en su búsqueda de una justificación histórica por trabajos recientes (Shinner,

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

2004), que trata de crear una clasificación categórica basada en jerarquías de valores, a veces excesivamente simplistas, buen gusto frente a mal gusto, culto frente a popular, arte «auténtico» frente a arte kitsch, elegante frente a cursi, etc.

A nuestro juicio, algunas de estas jerarquías son absolutamente injustificables, cargadas de intencionalidades de perpetuación de una situación ventajosa de poder, quizá la más demoledora o perniciosa de todas ellas es la que se refiere a algo que se califica como «buen gusto» y algo que se califica como «mal gusto», cuando en realidad debería referirse en términos como «gusto de los grupos dominantes o con pretensiones dominadoras» y «gusto de los grupos dominados culturalmente».

Bozal (2008, p. 22) entiende por gusto «un sistema de preferencias individual o colectivo. Es inmediato y tiene pretensión de universalidad en sus juicios». Y es precisamente en esta pretensión de universalidad donde radica el problema y al final se acaba convirtiendo en imposición cultural desde los grupos dominadores a los dominados y finalmente desde las culturas dominadoras a las dominadas.

Si hay alguna terminología y categoría estética, si se quiere, que haga también una clara alusión a conceptos de buen y mal gusto, y que junto al término kitsch, está muy vinculada a la obra de los hermanos Lladró, es la referencia a lo cursi, ya que muchos observadores utilizan este apelativo para referirse a las porcelanas Lladró.

Lo cursi, a diferencia de lo kitsch, está mucho más vinculado a la propia cultura e idiosincrasia hispánica, y se desarrolla, más que en el ámbito exclusivamente artístico, en el de las relaciones comportamientos y luchas de poder social, y como afirmaba en su día Ortega y Gasset citado de Baselga (2004, p. 7), está muy vinculado a la propia historia de España:

Con razón señaló Ortega y Gasset en la entrega séptima de *El Espectador* que, «si se analizase, lupa en mano, el significado de cursi, se

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

vería en él concentrada toda la historia española de 1850 a 1900. La cursilería como endemia sólo puede producirse en un pueblo anormalmente pobre que se ve obligado a vivir en la atmósfera del siglo XIX europeo, en plena democracia y capitalismo. La cursilería es una misma cosa con la carencia de una fuerte burguesía, fuerte moral y económicamente. Ahora bien, esa ausencia es el factor decisivo de la historia de España en la última centuria.»

La referencia fundamental para aproximarse a lo cursi, mucho más vinculado a las letras y los estudios literarios que a las artes visuales, sigue siendo el ensayo de principios del siglo XX de Mariano Baselga, *Concepto estético de lo cursi*, que presenta una visión del comportamiento social de la España del momento y algunos otros trabajos recientes de mayor erudición como el de Valis (2002).

Lladró, ha sido y continúa siéndolo, acusada de este «pecado estético» de lo cursi, hasta el punto de que incluso el propio José Lladró (Lladró, 2006) ha llegado a escribir varias referencias en su defensa al respecto: «Me hace gracia cuando alguien dice despectivamente que las porcelanas Lladró son cursis. Tendrían que ver y conocer a las personas que las compran. No se les puede descalificar con esa expresión despectiva. No sólo es injusto, tampoco es cierto» (Lladró, 2006, p. 93).

Vamos a ver hasta que punto resulta justo y coherente, o se trata de una visión mediatizada o interesada, dejando claro desde el principio nuestro poco aprecio hacia este tipo de terminologías despectivas y que no generan aportación alguna para la comprensión crítica de los procesos culturales, más allá de identificar la posición que pretende establecer el que los usa.

Hasta cierto punto y como sabemos, lo cursi se asocia a un determinado comportamiento social y posee connotaciones claramente despectivas y de burla y risa repleta de afán y pretensiones de superioridad, no es extraño por tanto el

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

enfado del propio José Lladró al respecto. Las narrativas Lladró se centran precisamente en el desarrollo de comportamientos y situaciones sociales, y son esas situaciones que reflejan las que han sido tildadas de cursis.

Finalmente, las cuestiones respecto al buen o mal gusto, respecto a lo que es considerado elegante o cursi, kitsch o arte, pasa inevitablemente por complejas estructuras de relación y jerarquía social, generando un estado de contradicciones, paradojas y luchas irresolubles en medio de las cuales la narrativa estética Lladró, ocupa un lugar destacado respecto a la argumentación y comprensión del proceso. En cualquier caso, como nos recuerda Hernández (2007), citando a Fiske, respecto a las condiciones que rigen en torno a la cultura visual hay que «Considerar las “políticas del placer y la satisfacción” asociadas a la imagen y vinculadas al arte y la cultura popular. Según Fiske (1989) la cultura popular -y la cultura visual- es conflictiva por naturaleza, porque celebra los significados y las creencias de grupos subordinados que se oponen a las creencias y valores del grupo dominante».

En el caso Lladró, la situación se hace todavía más compleja, ya que la sociedad en sí es tremendamente compleja, puesto que Lladró sí representa algunos o muchos de esos valores dominantes, pero que se encuentran en constante revisión y puesta en valor por nuevos grupos de dominación emergentes, sobre todo respecto al mundo de las artes y la alta cultura, que en este caso se enfrenta a valores de dominación tradicionales como los representados por Lladró, que continúan muy presentes en otros grupos sociales que no dominan actualmente las estructuras del sistema de las artes, desde un punto de vista intelectual.

Se trata de una situación en la cual, la llamada alta cultura o cultura de elite genera, o más bien generó en su día, toda una estructura de distinción social muy claramente establecida por Bordieu (1988), que bajo un doble discurso de crítica feroz, con un claro fin de establecer distancia jerárquica, trata de ridiculizar y debilitar las prácticas culturales que no pertenecen a su grupo social. Precisamente

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

porque esas prácticas, intentan aproximarse en sus modos y apariencias, al modelo establecido de alta cultura, identificada a veces con el apelativo de «cultura distinguida», lo que ya dice mucho de sus verdaderas intenciones.

La actitud kitsch o cursi se establece como una formulación de reflejo o imitación, que trata de vincularse al llamado buen gusto, con el fin de obtener ese reconocimiento social y cultural que acaba siéndoles vetado una y otra vez por «inauténtico», por «falso». El poder cultural, establece así un sistema que acaba coartando la libertad de un verdadero desarrollo cultural propio y diferente al establecido desde el elevado nivel jerárquico.

Concluimos esta breve disquisición respecto a las calificaciones de buen y mal gusto con un cita de Eco (1984) que corrobora nuestra posición respecto a la utilización de terminologías poco adecuadas y que no ofrecen más que valoraciones subjetivas y escaso conocimiento de los fenómenos en su complejidad.

La aproximación a estas problemáticas no pasa por simplificaciones de enfrentamiento grupal y la crítica debe basarse en aproximaciones que permitan el conocimiento desde múltiples perspectivas tratando de evitar el relativismo unilateral. Los juicios, incluso radicales, han de estar necesariamente presentes pero han de lograr mostrar múltiples perspectivas y sobre todo abrir nuevos interrogantes (Eco, 1984, p. 101):

Abandonada a los humores individuales, al paladar particular, a la valoración de las costumbres, la crítica del gusto se convierte en un juego estéril, capaz de procurarnos emociones agradables, pero de decimos muy poco sobre los fenómenos culturales de una sociedad en su conjunto. Buen gusto y mal gusto se hacen categorías extraordinariamente frágiles, que pueden no ser útiles para definir el funcionalismo de un mensaje que probablemente asume muchas otras funciones dentro del contexto de un grupo o de la sociedad entera. La sociedad de masas es tan rica en determinaciones y posibilidades, que se establece en

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

ella un juego de mediaciones y rebotes, entre cultura de descubrimientos, cultura de estricto consumo y cultura de divulgación y mediación, difícilmente reducible a las definiciones de lo bello y lo Kitsch.

8.5. Arte, cultura popular y arte de masas.

Otra de las distinciones de referencia obligada y muy vinculada al concepto del kitsch y en nuestro caso muy procedente en el estudio de la construcción cultural de la propia estética Lladró, es la diferenciación entre arte popular y arte culto, que responde en muchas ocasiones a posiciones de poder de carácter social.

Actualmente el concepto de arte popular ha sufrido importantes modificaciones, tras el proceso de industrialización y se aleja cada vez más de las concepciones tradicionales que lo vinculan al folklore y las tradiciones emanadas desde la base social de un pueblo tal y como se entendía hasta ahora y se acerca o se entiende como los productos de consumo y disfrute estético, impuestos por la recién creada sociedad de masas.

Siendo así el Pato Donald, la hamburguesa, o las figuras de Lladró pueden caber perfectamente en esa nueva definición de cultura o arte popular. Un nuevo arte popular que se vuelve de nuevo a vincular al mundo del kitsch y como un producto generado y emanado de este «monstruo» de múltiples apariencias que parece inundarlo todo pervirtiendo grandes valores individuales. «La clase de gusto que satisface las formas inferiores del kitsch no deben confundirse con el gusto popular (aunque el epíteto “popular” ha sufrido un cambio importante de significado durante la última década, y la “cultura popular” de hoy es a menudo puro kitsch (Calinescu, 1991, p. 238)».

Vamos a ver esas aproximaciones al concepto de arte y cultura popular que nos ayudarán un poco a discernir respecto a la categorización de Lladró como parte

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

de ese organismo conocido como arte popular y en que medida de nuevo se trata de un juicio de valoración positiva o negativa y desde que perspectivas se genera.

Vamos a iniciar un breve recorrido necesario, en la búsqueda del concepto y del término cultura popular, para tratar de vislumbrar las implicaciones que tiene en referencia al mundo estético Lladró.

Si iniciamos un recorrido en torno a las teorías que definen o estudian el término, nos encontramos frente a un panorama confuso y muy a menudo divergente, donde el investigador se ve obligado a tomar partido por alguna de las posiciones teóricas enfrentadas o aproximarse mediante una adecuada adaptación personal a los contextos más adecuados de su investigación y posiciones teóricas e incluso ideológicas.

En sus textos Storey (2002) hace un elocuente resumen de las diversas vías de definición de la cultura popular que marcarán el camino de nuestra posición respecto a Lladró. La primera definición que propone se basa en el aspecto cuantitativo, una definición que nos conduce irremisiblemente a la relación directa con la cultura de masas donde se valora lo popular en términos de multiplicación cuantitativa.

Así pues, lo popular sería aquello que más éxito y aceptación comporta entre la multitud. Valorando las cifras de ventas, el número de tiendas y la presencia internacional de Lladró, no cabe duda que en este sentido de aplicación del término estamos tratando de un fenómeno propio de la cultura popular, en estos términos.

Esta definición entendida como contraposición frente a lo culto, no se sostiene si atendemos a las cifras de visitantes de museos, exposiciones y eventos relacionadas con el arte «culto» o de «elite». Deberíamos pasar pues de una definición de realidades enfrentadas a realidades y fenómenos complementarios y retroalimentados y utilizar este término para la mejor comprensión de características

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

de índole sociocultural y olvidarnos de los significados asociados a valoraciones despectivas o encumbradoras de prestigio social.

En segundo lugar, plantea una diferenciación histórica dentro de los estudios precedentes basados, en los cuestionados por nosotros, criterios de juicios de valor entre el concepto de la alta cultura y la cultura popular:

Tales distinciones se ven respaldadas por afirmaciones de que la cultura popular es la cultura comercial, producida en masa, mientras que la alta cultura es el resultado de un acto individual de creación. Por ello, esta última merece una respuesta moral y estética, mientras que la primera sólo precisa una ligera inspección sociológica para desvelar lo poco que puede ofrecer (Storey, 2002).

Asumimos nuestra discrepancia frente a esta afirmación en algunos de sus sentidos o aplicada a otros contextos, ya que son abundantes los casos de productos procedentes de la industria cultural y comercial, obras originadas con un objetivo que no es otro que la asunción de beneficios económicos, al menos en origen, si no por los propios creadores sí por los editores o promotores de la obra que se han convertido en grandes obras artísticas de la contemporaneidad.

La tercera definición sería aquella que considera la cultura popular como una cultura de masas, relacionada con la proposición anterior, pero que en este caso de trataría de una cultura precisamente controlada por los medios de la ideología dominante.

Dentro del desarrollo de las teorías sobre el arte de masas, nos encontramos con los trabajos de Noël Carroll 2002, partidario de la utilización de este último concepto como clasificador de un tipo determinado de arte, que forma parte sin duda, del arte popular, pero que posee una diferencia sustancial respecto a este (Carroll, 2002, p. 176):

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

El concepto de arte de masas se alcanza al establecer el contraste con el arte popular en sentido amplio. Al identificar el arte de masas por el sistema de distribución en masa, señalamos una diferencia con la noción genérica de arte popular. El arte de masas es arte popular, pero se trata de una subespecie que se distingue por su confianza en los sistemas de distribución capaces de alcanzar simultáneamente lugares de recepción no coincidentes.

Y escribe en otra ocasión (Carroll, 2002, p. 168) «En resumen, todo el arte de masas puede pertenecer a la amplia clase ahistórica del arte popular, no todo el arte popular es arte de masas.» Así mismo Carroll (2002) sostiene que el rasgo característico que nos permite diferenciar al arte de masas de otros tipos de arte no es el consumo de determinados grupos sociales, rechazando las posiciones de Bordieu (1988) y otros autores clásicos, aspecto en el que estamos parcialmente de acuerdo, siempre que hablemos de una teoría clasificadora ya que nos resistimos a no desarrollar una crítica respecto a los usos y valores sociales del arte, para una comprensión más global del fenómeno.

También incide en la distinción entre el arte de vanguardia y el arte de masas afirmando que (Carroll, 2002, p. 179) «El arte de vanguardia puede ser producido y distribuido con un medio de masas, pero intenta, por lo general, frustrar o dificultar el consumo en masa, mientras que las auténticas obras de arte de masas son aquellas cuya concepción garantiza la accesibilidad de los espectadores que, sin un bagaje especializado, pueden comprenderlas y apreciarlas al primer contacto sin gran esfuerzo.» Lo que a nuestro juicio no queda demasiado claro en su teoría, es que criterios se utilizan para distinguir al arte popular, en el que está incluido el arte de masas, del arte de vanguardia.

En este punto, estamos en disposición de valorar por tanto, en qué medida cumple Lladró con las disposiciones propuestas por Carroll (2002) para poder

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

clasificarlo como arte de masas o arte popular, exponemos en otra ocasión en este texto nuestra posición al respecto y tratamos de corroborarla de nuevo aquí.

Resulta bastante obvio que las porcelanas Lladró no requieren de ningún bagaje especializado para ser comprendidas y poder ser estéticamente apreciadas sin demasiado esfuerzo, lo que las sitúa en teoría, en el ámbito del arte popular, pero, ¿se trata de obras destinadas al consumo en masa? Carroll (2002, p. 17) no parece incluir este tipo de producciones artísticas en su definición del arte de masas, que sí incluye a «la televisión, las películas, los bestsellers y otros tipos de literatura de quiosco, la música popular (tanto grabada como transmitida), los libros de cómic, los dibujos animados, la fotografía y cosas por el estilo», dejando la clasificación abierta bajo ese epíteto de «cosas por el estilo».

En referencia a los libros de cómics, no puedo dejar de mencionar que este tipo de generalizaciones acaban siendo excesivamente simplificadoras ya que no dudo que ciertos tipos de cómic requieren de un cierto bagaje especializado. Las teorías clasificadoras basadas en los modos de producción o de distribución, nos sirven para clasificaciones exclusivas de estos ámbitos, pero en ningún caso para valoraciones cualitativas, como insistimos una y otra vez en el desarrollo de nuestra tesis.

Es evidente la no pertenencia de Lladró al arte de vanguardia, por los motivos que exponemos en el apartado referido al contenido crítico y que no es necesario repetir, creemos incluso que se podría llegar a un consenso generalizado respecto a considerarlo como arte popular, y no creemos que existan motivos de peso o una gran dificultad para incluir a Lladró en el arte de masas. De hecho, consideramos que Lladró reproduce un modelo artístico propio del siglo XVIII y lo convierte en un arte destinado a la distribución en masa y por supuesto es capaz de alcanzar «simultáneamente lugares de recepción no coincidentes», probablemente sea ese su gran logro, la proyección y expansión de un modelo barroco y elitista hacia la nueva cultura popular de masas.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Una cuarta definición tiene que ver con una idea muy romántica que entronca con el concepto de folklore y tradición, entendido de una manera poco clara como la cultura que practica «la gente», término ambiguo y difícil de asumir y definición repleta de problemas y contradicciones si se plantea nuevamente desde una dualidad de popular y no popular.

La quinta definición sería la bautizada como enfoque neogramsciano, planteada por Antonio Gramsci, «Gramsci utiliza el término “hegemonía” para referirse al modo como los grupos dominantes de la sociedad, a través de un proceso de liderazgo intelectual y moral, intentan ganarse el consentimiento de los grupos subordinados de la sociedad (Storey, 2002, p. 21)».

Para los neo-gramscianos, a diferencia de su padre ideológico, se trata de un terreno de intercambio y negociación entre las dos posiciones. Hall, uno de estos autores, considera que cuando hablamos de «pueblo» no nos estamos refiriendo a todo el conjunto de nuestra colectividad ni a un grupo determinado de la sociedad, «sino a una variedad de grupos sociales que (...) se distinguen de los grupos económica, política y culturalmente poderosos dentro de la sociedad.»

La sexta definición responde ya a criterios de la teoría posmoderna:

La cultura posmoderna es una cultura que ya no reconoce la distinción entre alta cultura y cultura popular. Como veremos, para algunos esta es una razón para celebrar el final de un elitismo construido sobre distinciones arbitrarias de cultura; para otros es una razón para desesperarse por la victoria final del comercio sobre la cultura (Storey, 2002, p. 30).

Esta multiplicidad teórica, de la que hemos ofrecido una rápida y superficial ojeada, llega hasta nuestros días, pero de manera pragmática se acaba condensando en dos o tres posiciones o conceptos más generales (Sandoval, 1992):

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Con todo lo que se ha dicho y escrito en los últimos años sobre ella, sigue siendo difícil definir qué es la cultura popular. Ya hemos dicho que para los partidarios de la alienación absoluta de las masas, la cultura popular en la práctica no existiría y solo habría remedos de la cultura culta, manipulados por los medios de comunicación de masas para la consecución de sus fines. En el otro extremo, las visiones más folclorizantes de la cultura interpretan las culturas populares como una suerte de reducto que conservaría intacto el espíritu de la Nación, especialmente en países que, como el nuestro, sufren una constante invasión de mensajes foráneos.

Este texto, escrito desde de la perspectiva latino americana, nos introduce en estas tres (o dos más una) grandes direcciones teóricas, que Blanco (2000) esquematiza de manera muy clara:

- La cultura magna o alta cultura, tradición cultural privilegio de unos pocos.
- La baja cultura, despreciada de manera jerárquica y practicada por la mayor parte de la sociedad.
- La cultura de masas, producto de la sociedad industrial y vinculada a la categoría de baja cultura.

Este mismo autor propone que estos tres momentos se han producido dentro de los estudios de la cultura popular a través de una evolución histórica:

- Un primer momento pre-capitalista de auge de la cultura popular.
- Un segundo momento durante el inicio del capitalismo. La cultura popular pasa a asumir la función de constructora de identidades nacionales.
- Un tercer momento de capitalismo avanzado, donde surge la cultura de masas y un proceso final de hibridación y mezcla de estos tres elementos cultura popular, cultura de masas y cultura de elite.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Y es en este último estadio histórico de hibridación de estos tres grandes conceptos tradicionales donde nos encontramos. El proceso que se establece es el de una lucha dialéctica entre una cultura de elite, una cultura popular de base tradicional y una emergente cultura de masas acusada de uniformizar, absorber y disolver a la vez la cultura popular tradicional y la propia identidad como pueblo.

Se trata de asumir esta nueva realidad social, sin renunciar obviamente a las pedagogías y narrativas que ofrece. No podemos obviar que de la misma manera que la arquitectura barroca hispánica adoptó una forma particular y una nueva fisonomía absolutamente extraordinaria en América, la extensión de la cultura de masas, acaba también de alguna manera integrándose en una realidad y diversidad territorial y cultural específica y se transforma en cada espacio identitario y cultural diferente.

Aún así, como investigadores culturales nuestra obligación y aportación ha de consistir en el análisis crítico de nuestras realidades para generar nuevas aproximaciones pedagógicas que permitan una manera más lúcida y enriquecedora de relacionarnos con nuestras experiencias artísticas y culturales, enriqueciendo en definitiva nuestra existencia como seres humanos, sin que esto sirva para encumbrar o justificar diferenciaciones sociales y culturales de carácter jerárquico, trabajando en pro de una verdadera democratización cultural.

Cualquier objeto o producto generado por la cultura de masas, es susceptible y de hecho sucede así, de ser interpretado de múltiples formas y realidades y respondiendo a múltiples intereses y tratar de demostrar que existe un único modo correcto de ver las cosas, o una única forma correcta de hacer arte, se convierte finalmente en una crítica al servicio de determinadas situaciones de poder social. Hablar de multiplicidad y multidimensionalidad no implica hablar de que cualquier interpretación es susceptible de validez, siempre hay unos elementos

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

constantes asociados a la experiencia y el conocimiento humanos que no pueden desligarse del significado final de esa imagen.

Lo que sabemos o lo que creemos afecta al modo en que vemos las cosas. En la Edad Media, cuando los hombres creían en la existencia física del Infierno, la vista del fuego significaba seguramente algo muy distinto de lo que significa hoy. No obstante, su idea del Infierno debía mucho a la visión del fuego que consume y las cenizas que permanecen, así como a su experiencia de las dolorosas quemaduras (Berger, 2007, p. 14).

Desde el punto de vista que nos interesa, dentro de una investigación del universo estético de Lladró, analizamos estas imágenes observando sus interacciones e interrelaciones tanto con la nueva cultura popular emergente, estamos hablando de la llamada cultura de masas, con la cultura tradicional «folklorizante» y con la llamada cultura de elite o cultura oficial para comprender en toda su complejidad un fenómeno que tiende a simplificarse en exceso, basándonos en el estudio de sus imágenes.

Curiosamente, Lladró se encuentra en una encrucijada de conceptos que tiende a escaparse de esa excesiva simplificación, casi como cualquier realidad cultural que tienda a ser compleja y multidimensional.

Estamos viendo de que insistente manera Lladró trata de integrar su discurso narrativo en el camino del arte entendido como elemento o complejo cultural de elite. Al tiempo, reclama para sí el hecho de hacer llegar a todo el mundo un arte, una técnica y un material antes de acceso exclusivo de la alta aristocracia, lo que lo conecta por tanto con el arte popular, pero para lo cual, utiliza medios industriales y elementos reproducibles para obtener la máxima distribución mundial de sus productos, aspecto que lo asocia a la cultura industrial de la sociedad de masas. Y es a ésta a la que finalmente debe su éxito y expansión comercial de mag-

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

nitudes gigantescas. Queda pues bastante claro que no caben simplificaciones en este sentido.

¿Podemos adscribir por tanto a Lladró en el ámbito de la cultura popular? Anteriormente hemos recurrido al criterio diferenciador de la trascendencia crítica de las obras como argumento sustitutivo del anterior arte de elite, que fija la categorización en una cuestión social, aunque nada escapa obviamente a los aspectos de carácter social, y mucho menos el arte o las manifestaciones estéticas. De esta manera, hemos renunciado a integrar a Lladró, de acuerdo con sus características, a esta clase de arte, tradicionalmente llamado culto o de elite, precisamente por su ausencia de crítica y su posición en pro de la estabilización y mantenimiento de los poderes establecidos, posición por tanto conservadora. ¿Se trata entonces definitivamente de arte popular, o hemos de apartarlo simplemente de la propia categoría artística?

Si ya resulta bastante complejo definir el propio concepto de arte, teniendo en cuenta que actualmente se identifican como arte objetos y actos de naturaleza muy diferente, la cuestión del arte popular no escapa de esta complejidad. Hemos tomado la siguiente definición como referente.

La noción de «arte popular», si significa algo, implica una distinción: evidentemente la distinción entre aquello que es o se considera «popular» y aquello que no lo es o no aparece como tal y, sin embargo, es (o se juzga como) «culto», «aristocrático», «elevado» o como se le quiera llamar. De este modo nace el concepto, durante la primera época romántica, en el campo de la literatura y más específicamente de la poesía, donde precisamente se contraponen aquella que es «popular» a aquella que es «artística». Y cuando, más tarde, la aplicación del adjetivo y del concepto se transfirió de la poesía a los productos figurativos, el carácter y el valor, digamos, de oposición o diferenciador de esta noción permaneció sustancialmente inalterado. Hoy, aun desde tan-

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

ta distancia temporal, todas las dificultades que implica la noción y todos los frutos que esta puede producir, a mi parecer se encuentran directamente ligadas precisamente a esta distinción, o incluso contraposición, entre «popular» y «culto» (Cirese, 2004, p. 3).

Esta definición, bastante reciente, aunque refleja una situación real, se aleja de nuestras posiciones ideológicas y teóricas al respecto, reduciendo de nuevo lo popular como contraposición respecto a lo culto.

Nuestra propuesta para situar a Lladró conceptualmente en este ámbito se basa en una definición de arte popular, adaptada a las realidades de los países industrializados que hiciera referencia al concepto proveniente del substrato de la cultura popular centenaria o folklorizante, asociada al antiguo concepto de cultura popular. Con la democratización de la cultura y el acceso a los estudios de una mayor parte de la población, producto directo de la nueva sociedad industrial y pequeño burguesa, los campos se diluyen y aparecen nuevos escenarios en los que la cultura popular ejerce nuevos papeles que es difícil situar en los antiguos compartimentos estancos en los que se solía diseccionar la cultura.

En este sentido, resulta muy convincente y clarificadora la cita del profesor Agirre (2005, pp. 327-328), que describe ese nuevo escenario social y conceptual en el que actualmente se mueven las artes y lo estético:

Sin embargo, el debate entre arte popular y bellas artes, resulta totalmente estéril, o sobre todo desde una visión pragmatista. Si aceptamos, con Dewey, que la obra de arte no es tal cosa hasta que no se funde en la experiencia con su «usuario», si la experiencia estética no depende del producto en último extremo, sino de su enlazarse con el sujeto, parece lógico colegir que para este menester son igualmente validos y eficaces los productos de la denominada cultura popular, como aquellos calificados como «alta cultura». La relación entre el tipo

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

de arte y el poder político o social es un fenómeno de gran complejidad, que no se puede reducir a una mera clasificación entre artes canónicas y artes marginadas. Usuarios –artistas y diletantes– de las más sofisticadas y refinadas formas de arte convencional, son a menudo simultáneamente usuarios de géneros musicales, pictóricos o gastronómicos de la «cultura popular». Del mismo modo que, hoy más que nunca, las formas tradicionalmente más elevadas de arte se ofrecen al consumo masivo y son más «populares» que aquellas más marginales, procedentes del mismo seno de las clases sociales más desfavorecidas.

Es en este escenario en el que debemos situar a las producciones Lladró, producciones de cultura popular, de arte popular en el sentido moderno, pero que no renuncia sin embargo a su poder de conquista de territorios del antiguo arte popular tradicional o folklorizante, al que le debe mucho, ni cesa en su empeño de hacer guiños constantes e interesados al llamado arte «culto» o privilegiado. Insistimos una vez más en que se trata por tanto de un espacio liminar y de fronteras que resulta especialmente atrayente para la generación de preguntas enriquecedoras del conocimiento humano que pretendemos poner de relieve en esta tesis doctoral.

Por último, debemos reseñar la propia estructura contingente que posee este tipo de conceptos y en la que hemos insistido en todo este punto, y que nos permiten derribarlos y entenderlos como posiciones de estructuración política y de la propia contingencia histórica, tal y como nos recuerda Marquard (2000, p. 143) «... la realidad del ser humano es predominantemente lo contingente. Contingente es lo que podría ser de otra manera». Es decir, la propia distinción entre arte y cultura elevada y cultura popular es una construcción contingente y intencionalmente política:

Cualquier mirada atenta revela que la distinción entre la denominada «alta cultura» y la «baja cultura» está mediada por criterios «cultu-

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

ralmente» adquiridos y por ello contingentes. La calidad o la belleza, lejos de ser cualidades universales, constituyen una cuestión estrictamente cultural y sujeta a la contingencia histórica . (...) Más allá de la dificultad de objetivar criterios de orden estético, lo cierto es que las nociones de belleza y calidad o de rigor histórico han sido y son mecanismos muy eficientes para la segregación cultural, para el mantenimiento de la hegemonía de unos modos de cultura sobre otros, para el control ideológico e, incluso, para el encubrimiento de acciones políticas o económicas de largo alcance Agirre (2008, p. 96).

No se trata de llevar el arte a un relativismo radical, sino de comprender esos procesos de experiencia y relación para con los objetos artísticos, es en este sentido donde el estudio de las porcelanas Lladró, se ajusta como un guante a nuestros propósitos, encontrando en ellas algunas de las principales problemáticas en torno al arte y la cultura de nuestro tiempo, que podemos ejemplificar con estas piezas a medio camino entre todos estos conceptos contingentes, arte, artesanía, popular, culto, etc, que vamos dilucidando y argumentando.

8.6. El caso Jeff Koons, Lladro y la estética camp.

Una aproximación a la referencia del mundo del kitsch inmersa en el estudio de las producciones de la marca Lladró, no podía dejar de pasar por alto a la figura del artista contemporáneo que de manera más abierta y claramente provocadora utilizará el kitsch como categoría estética en la elaboración de su obra, aunque sea de manera breve y sucinta.

«La enfática afirmación de que el “barato” kitsch no tiene nada que ver con el “caro” arte, nos parece excesivamente pobre (Giesz, 1973)». Esta frase nos sirve de referencia para introducir a la figura del artista internacional Jeff Koons, y

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

establecer, en el caso de que existan, las posibles relaciones con las porcelanas de Lladró, en referencia al problema que suscitamos respecto a la artísticidad de una producción industrializada sin ningún aparente fin práctico o utilitario, más allá de su valor como objeto estético.

Ya hemos hecho referencia en este trabajo a la cuestión en torno al contenido estético, valorando que no es esta característica suficientemente válida en solitario, para categorizar a un objeto, aspecto o elemento como obra artística, aunque sí lo reclamamos como imprescindible, tal vez, como afirma Danto (2002, p. 170) «la valoración estética de las obras de arte tiene una estructura diferente de la valoración estética de las meras cosas, sin importar su belleza y sin tener en cuenta si el sentido de la belleza es innato».

La obra de autores como Koons, puesta en valor y relación con elementos estéticos del carácter de Lladró, genera nuevas reflexiones respecto a nuestra aproximación hacia los objetos y hacia la propia dinámica de la experiencia estética. Entre esas reflexiones, es justo valorar la cuestión de la transfiguración artística, tal y como fue planteada por Danto (2002).

El autor hacía referencia como ejemplos paradigmáticos de los procesos de transfiguración artística, a la obra de autores como Andy Warhol y sus cajas brillo, o la siempre recurrente Fuente de Duchamp.

Aunque ambos casos difieren en sus prácticas, uno es la reproducción de un objeto, el otro es el propio objeto en sí mismo, los dos son objetos con una aparente finalidad primordial diferente a la de constituirse en reclamos de una experiencia estética sin más, aunque sabemos que ese proceso va acompañado de factores interpretativos múltiples y de la predisposición y condiciones de recepción; no así las obras de Lladró que sí que poseen como función prioritaria su condición estética y son presentados y comercializados como objetos estéticos.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Al igual que Koons, Warhol fue uno de los pioneros en el desarrollo del arte institucionalmente legitimado, pero hábilmente situado en el espacio de los productos industriales y comerciales, tal y como nos lo describe Walker y Chaplin (2002, p. 240):

La larga carrera profesional de Warhol demostró su habilidad para diversificar entre una amplia gama de medios, para explotar la publicidad y vender sus productos de un modo que muchos hombres de negocios deberían envidiar. Los críticos de izquierdas atacaron a Warhol porque su trabajo parecía rendirse a las fuerzas del consumismo, la industrialización, la estandarización, el estereotipismo. Había una gran parte de verdad en esos cargos, pero al menos su arte hizo patente estas cuestiones. Jeff Koons es el principal sucesor estadounidense de Warhol. Con sus autoanuncios, el arte kitsch y porno, Koons ha llevado la filosofía de Andy Warhol del negocio del arte y de la propia promoción a extremos extraordinarios.

En este sentido, los trabajos de Koons sí que son directamente presentados bajo una aspiración y apariencia puramente estética, llegando a generar una gran similitud de formas, no tanto de contenido, con las porcelanas Lladró como ya hemos visto, presentando la mayor diferencia en que en las obras de Koons existe una clara voluntad por generar un discurso estético kitsch, bajo una mirada crítico reflexiva o directa y contrariamente oportunista, no importa en este caso, pero funcionan porque genera un cierto proceso de transfiguración conceptual de un objeto presentado descarnadamente como kitsch y precisamente por ello es aceptado como arte, cuando curiosamente se entendía este como el estado antagónico del mismo.

Un proceso que Koons culmina, no a través de una transposición literal como en las cajas Brillo de Warhol, sino a través de la propia configuración del concepto trabajado, la propia categoría estética kitsch, desarrollando un proceso de

8. Entre la belleza y el kitsch.

«autenticación» y vinculación elitista. Lo que Koons nos muestra no es la banalidad convertida en arte, es todo un proceso de resignificación cultural que parte del propio proceso de recepción de la obras.

Es significativo valorar como en el caso de Lladró, sucede justamente lo contrario, culminando el proceso de un objeto seria y pretendidamente artístico, que asume su propia categoría estética como su estado natural y no intencional, dentro de una especie de orden natural de las cosas y de como debe ser entendida la estética y la belleza. Precisamente su propia y profunda seriedad intencional es servida como el ingrediente perfecto para su vinculación al no arte, al kitsch, al espacio de la marginalidad masificada y mayoritaria, porque el espacio del arte, no lo olvidemos, se vanagloria de estar acotado y controlado como parte de su esencia delimitadora.

Como nos recuerda Pérez (2003, p.19-20) «podemos deducir que ninguna obra posee *per se* una serie de cualidades inherentes que permitan definirla de un modo estable como artística o artesanal», se trata, continua el autor, de un aspecto que «solo puede darse desde el interior de un ámbito temporal, es decir, desde una perspectiva estrictamente institucional e ideológica».

La transfiguración permite romper con esa frontera del arte institucionalizado de una forma sutil, pero que no deja de continuar sirviendo al propio sistema, ya que crea una distancia conceptual en el propio proceso de recepción de la obra, hasta el punto de permitir, mediante la presentación adecuadamente mediatizada, intencional e institucionalizada de una pieza de porcelana de Lladró, objeto esencialmente estético. Ésta puede entrar en el propio sistema de legitimación si se desvincula de su función original, ser un objeto estético con una de raíz industrial y destinada a un consumo comercial masivo, para pasar a ser de nuevo un objeto estético pero visto por otros ojos, otro público potencial con otra mirada y lectura diferentes, por ejemplo irónica, si se quiere crítica, incluso puede que perversa por la depreciación, incluso la burla que podría suponer de los gus-

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

tos y hábitos culturales de determinados grupos, colectivos y personas, que son desdeñadas con el gesto.

Como vemos, las características particulares que Lladró presenta dentro del mundo del sistema general de las artes, nos sirven para ir desarrollando un proceso de comprensión de algunos de los aspectos que dirigen la cultura visual de nuestro tiempo.

Finalmente, la pregunta que nos plantea la comparación de las obras de estos autores, considerados por la crítica, la historia y el sistema como artistas y sus obras como obras de arte frente a la escasa o nula consideración en este sentido que se tiene para con obras como las presentadas por Lladró, calificadas históricamente de kitsch, podría ser del tipo: ¿lo kitsch deja de ser kitsch cuando su intención es generar una posición estética kitsch, con una finalidad de provocación, de respuesta crítica o de simple oportunismo? ¿Es ésto acaso lo que consideramos como estética camp?

En este sentido, entroncamos de nuevo con una cuestión que nos lleva a la propia estética de la recepción o de las condiciones en que es asumida la recepción de una obra de arte. Hace ya algunas décadas que lo camp fue definido como una valor, o quizá más bien como una actitud estética hacia determinados objetos o productos de la cultura de masas, por parte de Susan Sontag 2007 en sus célebres y infinitamente citadas *Notas sobre lo camp*.

La reflexiones de Sontag nos serán útiles en nuestro propósito de comprensión de los modos en que es recibido e interpretado un producto de la cultura de masas como Lladró, en una sociedad tan compleja como la contemporánea y donde ya no caben simplificaciones duales como bueno/malo, arte/kitsch, culto/popular, etc. que se convierten en categorías fluctuantes derivadas de los múltiples comportamientos culturales a los que puede ser sometido un objeto estético. Sontag (2007, p. 368) escribe en un momento de su ensayo:

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

El *connaisseur* de lo *camp* ha encontrado placeres más ingeniosos. No en la poesía latina, ni en los vinos raros, ni en las chaquetas de terciopelo, sino en los placeres más vulgares y comunes, en las artes de masas. El mero uso no deshonra los objetos de su placer, puesto que él aprende a poseerlos de un modo raro. Lo *camp* –el dandismo de la época de la cultura de masas– no hace distinciones entre el objeto único y el objeto de la producción masiva. El gusto *camp* trasciende la náusea de la réplica.

y continua en este mismo sentido (Sontag, 2007, p. 371):

Las experiencias de lo *camp* están basadas en el gran descubrimiento de que la sensibilidad de la alta cultura no tiene el monopolio del refinamiento. El *camp* afirma que el buen gusto no es simplemente buen gusto; que existe, en realidad, un buen gusto del mal gusto.

Hemos de entender por mal gusto aquel definido como tal por los que marcan las directrices del gusto elevado, de esta manera el *camp* se nos presenta, en cierto sentido como ese proceso de transfiguración estética y social de la que escribíamos en referencia a Jeff Koons, aunque planteados bajo un prisma y proyección diferentes ya que Koons eleva lo kitsch al más puro arte elevado y con un sentido claramente intencional de entrada en ese espacio, en cambio lo *camp*, se regodea en su sentido de elevada marginalidad que constituye su esencia y su efecto diferenciador, que lo hace entrar en la propia jerarquía social de los modelos culturales y situarlo en una elevada posición.

Veamos ahora hasta qué punto lo *camp* entra a formar parte de las posibles posiciones estéticas que pueden asumir las porcelanas Lladró. Sontag definía lo *camp* tanto como una actitud receptiva derivada de las condiciones del contemplador como una cualidad, en cierto modo objetiva o fenomenológica del propio objeto, en nuestro caso, las figuras de porcelana de Lladró.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Ya hemos hecho amplia y constante referencia a la atribución kitsch a la que es sometido Lladró y lo kitsch entronca de alguna manera con lo camp, en un sentido que supone una cierta dignificación social del objeto y de su categoría estética. «Muchos ejemplos de camp los constituyen cosas que, desde un punto de vista “serio”, son mal arte o kitsch. No todo sin embargo. No solo lo camp no es necesariamente mal arte, sino que cierto arte que puede ser considerado camp (...) merecen nuestra más profunda admiración y estudio» (Sontag, 2007, p. 355).

Lo camp se presenta como un modo de apropiación de aspectos del arte de ambos mundos, popular y culto y precisamente Lladró juega a estar en ambos mundos a la vez y es susceptible de ser acogido como camp, porque prioriza una fuerte sensibilidad estética que deriva en una obsesión por la estilización. Es un arte repleto de «ingenuidad bucólica», posee una relación con el pasado extremadamente sentimental, su pretensión es profundamente seria, en ningún caso pretende ser intencionalmente kitsch o camp, se aleja de la tragedia, y la última de las premisas de Sontag (2007, p. 372), que dejó en su aplicación al juicio de cada lector, «es bueno porque es horrible», todas ellas son algunas de las características que definen la estética camp, en palabras de Susan Sontag.

Vemos pues, que a un nivel fenomenológico, el objeto Lladró, posee las características para ser derivado en objeto propio de la estética camp, bajo nuevas orientaciones receptoras que lo resuciten intelectualmente de las garras del kitsch, dignificando su posición estética en la jerarquía social y demostrando de nuevo la importancia del proceso de recepción y de los condicionantes históricos en la asunción de valores estéticos hacia determinados objetos artísticos. Al menos nos sirve como referente necesario en una aproximación de crítica pedagógica en torno a los valores negativos y positivos que atribuimos a los productos de las industrias culturales.

8.7. Cuestionando los valores del kitsch.

Hasta ahora hemos estado desarrollando una valoración de los textos y posiciones de los principales teóricos que han tratado la cuestión del kitsch, desde la perspectiva sociológica, antropológica y estética, un desarrollo teórico que coincide con el máximo desarrollo de los medios y sistemas de la llamada cultura de masas, producto de la brutal expansión del capitalismo comercial.

Ya hemos visto que en todas estas proposiciones hay diferentes posturas, matices y revisiones respecto al concepto del kitsch, tratándose de un concepto que es fruto de una realidad social y como tal, una realidad que cambia y transcurre junto a los procesos históricos. Es de rigor que revisemos también nosotros la cuestión y ver definitivamente si podemos aplicar el concepto de kitsch y todo lo que conlleva a las producciones Lladró y de qué manera deberíamos hacerlo o interpretarlo.

Si hay alguien en el ámbito intelectual de nuestro país, que haya puesto en valor y en tela de juicio las cuestiones referentes a la cultura generada por la sociedad de masas, especialmente en lo que respecta a manifestaciones artísticas, revisando la forma de aproximación a las realidades socioculturales que nos rodean desde la perspectiva de la historia del arte, ese es el profesor Juan Antonio Ramírez.

En su trabajo, *Medios de masas e historia del arte*, Ramírez (1997) se muestra contundente con las posiciones críticas de carácter apocalíptico, en la tan recurrida terminología de Eco (1984), posición que compartimos en todos sus términos y que nos ha permitido hacer una aproximación desprejuiciada respecto a la imagen de Lladró.

Pero de otro lado, entre los supuestos negativos, muchos reconocían que los medios difunden una cultura homogénea para todo el mundo, que provocan emociones vivas (aunque sean prefabricadas, pero provoca «algo» al menos) y que hacen menos costosa la adquisición de

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

conceptos y productos de cultura ¿Por qué considerar esto negativo? Los temores proceden aquí de cierta ideología de «elite», con mayores o menores tendencias autoritarias, que ven en los medios de masas un bastión contra el celoso mantenimiento de una cultura exclusiva de las clases oligárquicas.

El concepto del kitsch entraría por tanto, dentro de un proceso constante y permanente de lucha y diferenciación social, necesariamente cambiante que tiene en el arte uno de los principales bastiones de este proceso. Y es que «de todos los objetos que se ofrecen a la elección de los consumidores, no existen ningunos más enclasantes que las obras de arte legítimas» (Bourdieu, 1988, p. 13), y ellas son las protagonistas de estas luchas:

Las luchas en las que lo que se encuentra en juego es todo lo que, en el mundo social, es del orden de la creencia, del crédito o del descrédito, de la percepción y de la apreciación, del conocimiento y del reconocimiento, nombre, renombre, prestigio, honor, gloria, autoridad, todo lo que constituye el poder simbólico como poder reconocido, no conciernen nunca más que a los poseedores «distinguidos» y a los pretendientes «pretenciosos». Reconocimiento de la distinción que se afirma en el esfuerzo para apropiársela, aunque sea bajo las especies ilusorias del bluff o de la imitación, y para desmarcarse con respecto a quienes están desprovistos de ella, la pretensión inspira la adquisición, que trivializa de por sí, las propiedades hasta entonces más distintivas, y contribuye con ello a sostener continuamente la tensión del mercado de bienes simbólicos, obligando a los poseedores de las propiedades distintivas amenazadas de divulgación y vulgarización a buscar indefinidamente en unas nuevas propiedades la afirmación de su singularidades. La demanda que en esta dialéctica se engendra continuamente es, por definición, inagotable, puesto que las necesidades

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

dominadas que la constituyen deben redefinirse de manera indefinida con respecto a una distinción que siempre se define negativamente con respecto a aquellas (Bourdieu, 1988, pp. 248-249).

A nuestro juicio, hemos finalmente de decantarnos por entender el término o el apelativo kitsch como una atribución por parte de la cultura dominante sobre manifestaciones estéticas de una cultura dominada, dentro de un juego de culturas y subculturas que la actual sociedad de consumo posmoderna ha generado, como variedades internas y subyacentes, –pero con influencias y mestizajes de otras culturas y subculturas en una relación de mutuas influencias– de la cultura europea occidental dominante en el planeta.

Un ejemplo reciente de este tipo de subculturas internas, sobre la que probablemente acabe desarrollando alguna de mis investigaciones futuras, es el de la cultura *friki*. A diferencia del universo kitsch, que como hemos visto está repleto de estudios y ensayos, la subcultura *friki*, que es eminentemente estética y visual, no conoce todavía de un corpus de estudios y desarrollos serios, quizá porque ella misma posee un gran contenido irónico en sus propias bases, y en este caso es internet la fuente de información y documentación más abundante sobre esta postura estética y cultural de la contemporaneidad, y que es además, la fuente en la que se retroalimenta.

Como hemos visto, lo kitsch afecta sobre todo a los objetos materiales, y que son la fuente de su propia consideración estética, en cambio lo *friki* se aproxima más a una actitud estética de vida, ligada íntimamente a la industria cultural, los medios de comunicación de masas como el cine, el cómic o la televisión, aunque también bebe de la literatura, y por supuesto de la tecnología informática.

Seguramente, el lector se puede cuestionar la referencia a la subcultura *friki* en una tesis sobre las porcelanas Lladró, pero viene a colación en referencia al kitsch, su percepción y su comprensión y que está íntimamente relacionado con la recepción que se tiene de las obras Lladró, en distintos ámbitos culturales y sociales.

8. Entre la belleza y el kitsch.

Lladró, como sabemos, es y ha sido tildado de kitsch, sobre todo desde los círculos intelectuales cercanos al mundo del arte o del sistema del arte, casi siempre sumido en un, a veces furibundo ataque, al igual que el resto de objetos asignados a esta categoría. Como afirma Giesz (1973, pp. 24-25) respecto a la actitud de artistas e intelectuales frente al kitsch:

Pero no resulta menos sospechoso el énfasis contrario del Arte que en la mayoría de los casos es cómico porque el autor, furibundo contra el kitsch, cae en un halago cursi del Arte. [...] Esta es también la actitud del intelectual cuando el kitsch le invade. Parece tan fuerte la necesidad de kitsch que incluso se complace al condenar el kitsch y alabar el arte.

No sucede lo mismo, con el caso del fenómeno *friki*, a nuestro juicio, porque éste por su propio carácter, no pone en peligro las estructuras de privilegios establecidas por el propio sistema de las artes. A pesar de que el término, en origen también tenía una carga despectiva y sigue teniéndola para algunos sectores, que fue asumida como nomenclatura de referencia orgullosa, casos similares a los que supuso en su día el apelativo de impresionistas, o *fauves* a movimientos pictóricos rechazados, ahora encumbrados y asimilados por el sistema. El kitsch, no ha conseguido todavía librarse de su carga despectiva.

En cambio, lo «peligroso» del kitsch para el sistema, –y mucho más en el caso de Lladró– estriba en su faceta de presentarse como un sustituto del «arte auténtico», de tratar de ascender a la categoría de objetos artísticos, y eso sí que pone seriamente en peligro las jerarquías de poder social establecidas en torno al sistema de las artes, de ahí el rechazo general hacia los productos de la industria valenciana de porcelanas, precisamente por su pretensión de erigirse en obra de arte.

No se trata de desarrollar una defensa de los objetos y productos del kitsch, sus carencias, sus miradas parciales y mediatizadas, sus intereses muchas veces

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

reaccionarios y acomodaticios, no pueden ni deben ser olvidados ni obviados. De hecho, éste es uno de los objetivos de la presente tesis para con los objetos Lladró, pero deben ser vistos desde una relación comprensiva para corroborar que las respuestas no son tan tajantes y que los términos y los conceptos determinan las posiciones y las acciones, como el empeño de Lladró en su posicionamiento artístico.

Teniendo en cuenta además que nuestros modos de pensamiento y de formas de relacionarnos con el mundo se han ido transformando, y que como afirma Escaño (2003, p. 147) «(...)partimos de la base que el objeto artístico es, por lo tanto, producido y aprehendido de otra manera», nos encontramos que bajo los parámetros de pensamiento y estructuración actuales, más que sobre un objeto en sí mismo o su modo de producción, el kitsch, ha de ser aplicado al proceso de recepción, a las capacidades que ofrece ese objeto en su contexto y su modo de percibirlo, e interpretarlo en múltiples claves. Se trata de una actitud de relaciones complejas de difícil resolución, esa actitud del hombre kitsch, o mejor aun, el superficial pensamiento kitsch del que nos habla Escaño (2003), que interpretamos como la posición respecto a un objeto o manifestación cultural.

Todos desarrollamos simplistas aproximaciones kitsch a objetos diversos, carentes de crítica y superficiales y la calidad del objeto o de la obra no garantiza una aproximación menos simplista. Si no se es capaz de interpretar más allá de los códigos superficiales, se puede sin duda disfrutar de las galerías del Museo Thyssen bajo una simple mirada kitsch, o se puede extraer placer más profundo y complejo mediante una langosta hinchable pasada por el tamiz de Jeff Koons y por una predispuesta actitud perceptiva, una vez entendemos el juego y lo aceptamos. Vamos a valorar de qué manera los objetos Lladró predisponen hacia una u otra actitud receptiva y si es posible una mirada más profunda a sus códigos significativos

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

En cualquier caso, solo aceptaremos en nuestro discurso el término kitsch, en el sentido descrito, como término de apreciación de una determinada cultura o subcultura sobre otra, o bien como término usado de manera pragmática, por su amplia utilización y aceptación en otros discursos teóricos, como elemento descriptivo de una determinada categoría estética, eliminando eso sí cualquier consideración despectiva, negativa o prejuiciosa con las que el término suele estar cargado, y con un simple afán de entendimiento clasificador, al que inevitablemente hemos de recurrir en la organización de nuestros discursos teóricos.

El kitsch, por tanto, si hemos de redefinirlo de alguna manera y de aceptar su valor nominativo y su presencia en las producciones de Lladró, lo haremos sin preservar esa antagónica dualidad de sus históricos críticos, que contraponía ambos términos, kitsch y arte, como contrarios e irremisiblemente enemistados, fruto de un criterio de valoración jerárquico, de separación vinculante entre lo bueno y lo malo, surgido de una crítica intelectual empeñada en erigirse en tribunal de las fronteras de lo artístico.

Aunque nosotros aceptemos como estrategia discursiva la utilización del término, desligada de cualquier propósito de valoración como tal, otros autores que se han enfrentado a este concepto muestran su absoluto rechazo del término y de todo lo que conlleva. Es el caso de Noël Carroll que construye toda una teoría completamente demoledora para con las propuestas de los «padres» de la distinción entre vanguardia y kitsch.

Este autor destruye una por una todas las argumentaciones presentadas por Greenberg, MacDonald, Adorno, Horkheimer y otros y no duda en ningún momento de calificar como arte los productos de la cultura de masas y de la cultura popular alegando que «en la medida en que las obras de arte de masas descienden de las formas de arte tradicionales, tienen un derecho prioritario al status de arte; en otras palabras, en la medida en que muchos géneros y formas de arte de masas son extensiones de géneros y formas del arte que se considera auténtico,

8. Entre la belleza y el kitsch.

no parece haber razón, en principio, para negar que sea arte» (Carroll, 2002, p. 175), posición con la que nos mostramos de acuerdo y que nos permite incluir a nuestro objeto de estudio, las porcelanas Lladró, en la categoría de arte.

El kitsch, es y puede ser, tan arte y tan artístico como cualquier otro objeto elaborado y desarrollado por el ser humano con esa finalidad, bajo esa necesidad de simbolización cultural tan propia del arte y de la esencia del ser humano, como afirma Langer (1958, p. 54) «La función de crear símbolos es una de las actividades primarias del hombre, al igual que comer, mirar o moverse».

Aun así, entendido como elemento simbolizador susceptible de ser considerado como artístico, el kitsch por tradición teórica y como fenómeno cultural, posee unas condiciones propias que lo identifican y lo convierten en una especie de estilo, generando una estética propia y una forma de simbolización peculiar que se basa en el alejamiento del discurso crítico, en el alejamiento de todo atisbo de realidad generando una especie de hiperrealidad magnificada en varias direcciones, una fantasía vulgarizada y retorcida, pero también una utópica visión de nuestros deseos moralizados, de nuestro mundo ideal y perfecto, tanto socialmente como individualmente, como bien nos recuerda Olalquiaga (2007, p. 77) «Kitsch es el mundo no como es, sino como quisiéramos que fuese, es capturar en un objeto concreto los sentimientos más inefables y las más tiernas emociones». Pero también presenta nuestro alejamiento hacia lados más oscuros, más perversos y retorcidos, presentados de manera tan evidentemente falsa que hacen las veces de tragicomedia, cuando no de esperpento.

Como vemos, el kitsch ha ido evolucionando, cambiando y adaptándose hacia una nueva generación de discursos estéticos, que en algunos casos porque no decirlo, han supuesto todo un revulsivo cultural para el cual, los apocalípticos narradores críticos de la primera era de los *mass media*, se presentan ya como caducos.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

El kitsch no es la anticultura, es una nueva forma de desarrollo cultural surgida con la industrialización, tan legítima como cualquier otra, insistimos, independientemente de que genere obras buenas o malas, discursos positivos o negativos, de que su contenido sea banal, simplista, mediatizado o interesado, de que su nivel de «intelectualidad» sea mayor o menor, es una realidad cultural que genera sus propias narrativas y tiene un puesto ganado en el universo de la cultura visual contemporánea y que a pesar de todo, sigue gozando de extraordinaria salud.

El kitsch y el arte no son incompatibles, se nutren de la misma realidad cultural y ambos llenan un espacio de necesidad vital en los espíritus complejos y contradictorios del ser humano creado por la revolución industrial. Lo contradictorio es esencialmente humano y como tal forma parte de nuestra cultura.

Lladró ha optado por el camino del kitsch amable, ese que nos muestra las opciones de una vida socialmente perfecta bajo determinados criterios de moralidad conservadora. Un ser humano perfectamente adaptado a una vida social utópica, fragmentaria y etnocéntrica, un espíritu de vida ideal, dulce y acaramelada. El kitsch de Lladró nos aleja de la terrible situación que es la vida en sí misma y nos presenta una vida congelada de manera impoluta en cerámica, –una congelación inversa si se quiere, teniendo en cuenta que se desarrolla en un horno a altas temperaturas– sus porcelanas cumplen perfectamente su función, su perfecta inmovilidad solo puede ser perturbada por la propia vida real, por el polvo, enemigo predilecto del objeto y sin embargo enaltecedor del aura cuando no está presente sobre éste sino a su alrededor Olalquiaga (2007, p. 74):

El polvo que cae sobre las cosas modernas no es más que la decadencia del aura, la descomposición de una era anterior que, como las toneladas de conchas y otros residuos que se hunden continuamente en el fondo del océano, va creando un nuevo estrato de sedimento.

8. *Entre la belleza y el kitsch.*

Nos quedamos finalmente con la argumentación de la autora, que a nuestro juicio, a revisado de manera más profunda la tradicional concepción del kitsch desde una nueva posición situándolo en una órbita de consideración mucho más adecuada, al menos al tipo de planteamientos propuestos en esta tesis, con respecto a las porcelanas Lladró Olalquiaga (2007, p. 23):

(...)el kitsch no es más que una memoria suspendida cuya fugacidad se intensifica por su extrema iconicidad. A pesar de las apariencias, el kitsch no es un bien de consumo activo, imbuido ingenuamente en el anhelo de una imagen de deseo, sino más bien una mercancía fallida que habla de todo lo que dejó de ser, una imagen virtual que existe gracias a su imposibilidad de existir plenamente. El kitsch es una cápsula del tiempo con un billete de ida y vuelta para el dominio mítico: el mundo de los sueños colectivos o individuales. En él, durante un segundo o acaso unos cuantos minutos, reina una ilusión de plenitud, un universo carente de pasado y futuro, un instante cuya aguda intensidad está en gran parte predicada por su misma inexistencia.

9. Recepción en torno al gran arte.

9.1. Lladró y la internacionalización del costumbrismo valenciano.

Si hay un aspecto en el que Lladró influirá enormemente, por lo que a cultura visual se refiere, es en la imagen proyectada de la propia cultura valenciana, juntamente con las fallas, a nivel internacional, entendida desde un punto de vista exclusivamente costumbrista y repleto de felices estereotipos de aquello que se entiende como esencialmente valenciano.

Para valorar todo este proceso y entender mejor nuestra aproximación es necesario recordar de nuevo que los hermanos Lladró, se criaron en una familia huertana, en un pueblo de economía principalmente agraria y que ellos mismos trabajaron la tierra y fueron perfectamente conscientes de la dureza y la realidad cotidiana que el día a día del trabajo con este medio aportaba. Pero, quizá precisamente por ello, o quizá imbuidos de toda una tradición visual y representativa muy bien considerada en ese momento, a la que ahora nos referiremos, la imagen que Lladró proyecta, es una imagen idealizada de la vida en el campo, en la huerta valenciana, que tan próxima les resultaba.

Puede que como resultado de un proceso simbolizador y mitificador, con ciertas características de nostalgia personal, la imagen que Lladró decide construir

9. Recepción en torno al gran arte.

de lo que ellos identifican como valenciano, nos puede satisfacer más o menos desde un punto de vista de la crítica intelectual, pero es su imagen perfecta de aquello que quieren o prefieren recordar de la referencia a sus raíces territoriales y culturales.

Tampoco hay que destacar en exceso esta circunstancia, ya que no solo usaran tipologías populares, o mejor dicho, estereotípicas, relacionadas con su propio origen. Los estereotipos preconcebidos y decididamente idealizados, de muy distintas culturas están presentes en toda la producción Lladró, como estudiamos en otro apartado de la tesis (ver sección 10.4).



Figura 9.1.: Grupa de Alboraya. 1985. Obra de Juan Huerta.

Insistimos, en ningún caso se puede responsabilizar a Lladró de la creación o aparición de un modelo o visión de lo valenciano en el mundo, o dirigida al mundo, que se remonta más atrás en el tiempo, atribuido en origen al propio Joaquín Sorolla (Castañer, 1998) y (Castañer, 1982), y al impacto y el éxito que las pinturas sobre España desplegadas en la Hispanic Society de Nueva York, tendrán.

9. Recepción en torno al gran arte.

Estas pinturas, así como toda la obra de Sorolla, y sobre todo la estela e influencia que estas dejarán en la tradición pictórica valenciana, que la irá llevando finalmente a una progresiva evolución hacia estéticas más próximas al modernismo, pero manteniendo características del costumbrismo (Blasco Carrascosa, 1996), serán los mayores responsables de la creación de toda una identidad visual específica o de toda una construcción cultural visual, a la que se le atribuyen diversos orígenes y explicaciones, mejor dicho, serán responsables de su difusión, porque el origen hay que buscarlo un poco más allá.

Parece ser que el origen de la iconografía costumbrista valenciana de aire rural que llegará a su máxima difusión internacional a través de las porcelanas Lladró, ya en plena modernidad y expandiéndose hasta el siglo XXI, hay que buscarla en un cierto proceso de autoafirmación colectiva de los valencianos, iniciado a finales del siglo XIX, que tendrá su reflejo y su referente visual en la obra de los pintores Bernardo Ferrándiz y Francisco Domingo. Ferrándiz, a través de una magnífica pintura *El tribunal de las aguas, 1800* (1864), logró consolidar la iconografía del nacionalismo valenciano, y además se le atribuye (Gracia, 1998, p. 417) que en esta pintura el autor:

[...]pone las bases del tema rural que llegaría a convertirse en central durante la segunda mitad del siglo. La vida y el entorno del campesino se convierten en el eje sobre el cual los pintores tienden a reflexionar y tomar partido en relación con los cambios sociales y urbanos que empezaba a provocar la industrialización.

Esta obra, que se entiende como «una reivindicación de la propia cultura frente a la uniformidad centralista» (Gracia, 1998, p. 418), inaugura de alguna manera, toda una tradición iconográfica y en cierto modo toda una postura estética que se acabará convirtiendo en símbolo de la propia identidad valenciana.

Este modelo estético pictórico llegará a calar profundamente en la cultura visual de los valencianos, y nuestras casas y calles están repletas de centenares de

9. Recepción en torno al gran arte.

ejemplos que beben directamente de estos modelos estéticos. Como afirman (Bonet, Ortiz, y Piqueras, 1998, p. 408) «Veremos cómo lo que se inicia en la pintura y la literatura valenciana decimonónica se consolidará hasta el punto que cualquier medio de expresión que hable de Valencia, recogerá fatalmente la misma imagen». Sirva como ejemplo propio de esta afirmación, eso sí, sin juzgar apresuradamente sobre su supuesta fatalidad o acierto, una serie de paneles cerámicos ya estudiados en otra ocasión (Ramon Camps, 2010), situados en la Plaza del País Valenciano de la emblemática ciudad del Puig.



Figura 9.2.: Panel de azulejos de la Plaza del País Valenciano de la localidad del Puig.

En estos paneles (Ver Figura 9.2), hay todo un despliegue de imágenes figurativas, como representación alegórica de las tres provincias valencianas, Alicante, Castellón y Valencia, mediante idealizadas escenas costumbristas de labradores desarrollando felizmente diversos trabajos del campo. Un grupo de labradores segando el arroz en la albufera para representar a la provincia de Valencia, una pareja de labradores recogiendo naranjas y otra pareja trabajando un huerto de hortalizas, en referencia a Castellón y Alicante respectivamente. Un ejemplo que nos sirve de correlación entre la difusión y asentamiento de estos modelos estéti-

9. *Recepción en torno al gran arte.*

cos costumbristas en el uso de las imágenes en la propia cultura popular valenciana a diversos ámbitos, con un origen ya muy claro y que pasará a través de las porcelanas Lladró, a convertirse de imagen de representación local, a imagen de difusión internacional, contribuyendo a generar y a difundir una determinada visión de lo valenciano.

Esta imagen costumbrista, difundida prioritariamente a través de la pintura, no es exclusivamente valenciana y se enmarca en un proceso general del arte español de finales del XIX y principios del XX, donde se irá imponiendo la temática de la huerta y del trabajo en el campo, eso sí, de una manera idealizada, como ya hemos mencionado y alejada de la dura realidad del campo. Como argumentan (Bonet, Ortiz, y Piqueras, 1998, pp. 408-409)

Esta representación idílica no encaja con la realidad, pero la realidad no interesa, no es grata para ser disfrutada en las casas urbanas de los terratenientes. Es una sociedad en constante cambio, en la que surgen nuevos grupos sociales, como asalariados y pequeños comerciantes, lo que provoca una cierta incompreensión entre este nuevo mundo urbano y el rural tradicional. Se produce una reacción que refleja un grado de desconfianza por parte de aquellos cuya fuente de riqueza es la tierra, frente a los que la obtienen en otros sectores.

Será precisamente en las porcelanas Lladró, a la que estas mismas autoras (Bonet, Ortiz, y Piqueras, 1998, p. 412) le atribuyen el papel de «colaborador inestimable en la consolidación e internacionalización de la estampa kitsch de Valencia», donde esta visión idílica alcanza su esplendor máximo. Lladró es sin duda especialista en la creación de mundos idealizados y nos atrevemos a afirmar que mitificados. A través de la transmutación de la materia convierte las imágenes en mitos idílicos y perfectos, mediante los potentes hornos de su factoría, las imágenes mitificadas son congeladas, detenidas. Ese momento mitificador, detenido y convertido en la fragilidad de una pieza de cerámica, podría ser el equivalente del

9. Recepción en torno al gran arte.

«moment pregnant» del que habla Balló (2000, p. 133) al referirse a la lluvia como elemento visual cinematográfico y que describe como «un instrument formal que transmet necessàriament intensitat, atenció, “moment pregnant”, segurament alguna imatge inoblidable».

Vamos a ver ahora cuales son esas imágenes costumbristas en sus líneas principales que Lladró proyecta al mundo como toda una mitología popular valenciana, que a día de hoy, aun sigue en parte profundamente vigente, aunque cada vez más diluida entre nuevas proyecciones visuales de lo valenciano. Nuevas imágenes que siguen siendo aun muy tímidas y débiles como para poder constituir un corpus visual e identitario tan poderoso y permanente como el del costumbrismo valenciano postsorollista, y poder constituirse en una alternativa, no menos arquetípica ni mitológica –todas las imágenes colectivas lo son– que imponga una nueva visión identitaria de aquello que se entiende como valenciano.

No hay que llevarse a engaño en este sentido y creer que una visión diferente de lo valenciano, generaría una aproximación mayor a nuestra realidad cultural. Cualquier visión generalista, es por sí misma simplista, mostradora de sólo una ínfima parte de una realidad cultural, que cada día que pasa, se hace cada vez más compleja y diversa. Todas las imágenes identitarias, insistimos, necesitan de generalizaciones simplistas que pretenden representar el todo a través de una parte que consideran y presentan como esencial, descriptiva y diferenciadora frente a los otros.

Una visión «moderna» de Valencia, como se parece insinuar como modelo «correcto» y alternativo a la visión costumbrista, no dejaría de ser un nuevo mito idealizado, una imagen igual de falsa e interesada que la anterior. No es nuestro papel proponer alternativas de imágenes arquetípicas, sino tratar de comprenderlas en su contexto sociocultural, deteniéndonos en una comprensión y reflexión crítica de esas imágenes, para una mayor comprensión del sistema cultural al que pertenecen.

9. Recepción en torno al gran arte.

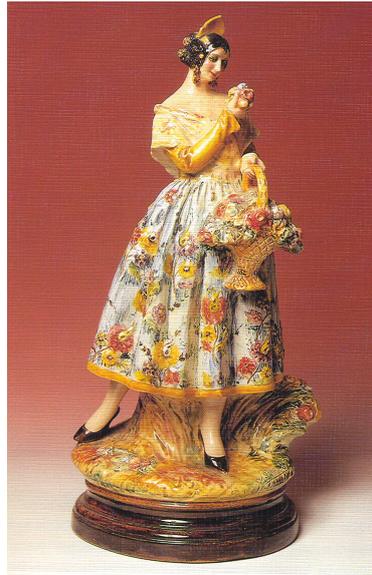


Figura 9.3.: Figura de cerámica costumbrista representando a una mujer valenciana, obra de Antonio Peyró. Museo Nacional de Cerámica Gonzalez Martí de Valencia.

Lladró, como ya hemos comprobado, no fue ni el creador de esta determinada imagen, ni siquiera fueron ellos los primeros ceramistas en reproducir este tipo de visión costumbrista de lo valenciano. En el Museo de Cerámica de Manises, encontramos algunas piezas (Ver Figura 9.4), muy alejadas de la impecable factura técnica de las porcelanas Lladró, llegando incluso a una imagen ciertamente grotesca, en el que se reflejan estos rasgos costumbristas de la pintura valenciana, en decoraciones de botijos de cerámica, comercializados como objetos con carácter de souvenir, datados en los años 30 del siglo XX. De fecha muy próxima, también son los ejemplos de porcelanas del ceramista Antonio Peyró, que tuvieron un notable éxito en su momento histórico y que en su faceta escultórica, utilizará «figuras de estilo naturalista –dentro del concepto de bibelot decorativo– que representan principalmente tipos regionales, con un destacado predominio de la mujer como protagonista» (Pérez Camps, 1992, p. 252).

Una de las imágenes, y también de las figuras Lladró más intensamente representativas de todo este universo costumbrista valenciano, es el tema de la grupa

9. Recepción en torno al gran arte.



Figura 9.4.: Botijo de fantasía con tema costumbrista. Museo de Cerámica de Manises.

(Ver Figuras 9.59.1). Un tema, que como imagen fue popularizado por Joaquín Sorolla en su obra con el mismo nombre que representaba un retrato al modo costumbrista de sus dos hijas y que se acaba constituyendo como toda una mitología alegórica de la esencia identitaria valenciana, reivindicada incluso, como símbolo de carácter político por ciertos grupos reaccionarios de ideología esencialista y regionalista.

Se trataría del equivalente imaginario valenciano del tema de la pareja de andaluces montados a caballo y que también está presente entre las representaciones de las porcelanas Lladró, formando prácticamente un conjunto y creada a la vez por el mismo escultor, Fulgencio García, utilizando el mismo modelo de caballo como base y casi la misma pose en las figuras que en la representación de la grupa valenciana (Ver Figura 9.5).

Un mismo modelo de representación identitaria, que en ambos casos sigue vigente en su función, aunque quizá en el caso andaluz, con más fuerza todavía, y que se asocian a culturas y sociedades que deben gran parte de su ascenso y

9. Recepción en torno al gran arte.

florecimiento económico al desarrollo de la actividad agrícola y ganadera en el campo. Sociedades de base y raíz agraria que tratan de adaptarse a los nuevos parámetros impuestos por la sociedad industrial y de consumo.

Una temática que se consolidó en el momento dentro de la pintura costumbrista, tanto en Valencia como en el resto de España, como bien describen (Bonet, Ortiz, y Piqueras, 1998, pp.408-409), en consonancia con una determinada configuración sociocultural y socioeconómica propia del momento histórico, consolidada como imagen simbólica, hasta entrado el siglo XXI y que permanece viva.

Como en el resto de España, en Valencia esta temática se impuso en las preferencias del público, y dada la importancia económica y social de la huerta, este fue el asunto pictórico por antonomasia. Se trata de una producción sostenida, fundamentalmente, por un grupo social cuyo poder económico proviene de la propiedad agraria. El universo de la huerta experimenta una idealización que lo convierte en un mundo reconfortante, cuyos habitantes son felices y su actividad laboral no es mostrada.

En el año 1986, Lladró volvería a lanzar una nueva versión del tema de la grupa valenciana, esta vez teniendo a una pareja de niños ataviados con la indumentaria típica valenciana como protagonistas, en una pieza del escultor Francisco Catalá. Si bien la obra de Fulgencio García (Figura 9.5) es un poco más sobria en este sentido que las dos versiones más recientes (Figura 9.1) del tema de la grupa, la decoración será un aspecto determinante y destacado de estas piezas.

Se trata de un aspecto que ya viene ampliamente sugerido por la propia temática, con la costumbre de engalanar con vistosos tejidos ornamentales y coloridos a los animales que se utilizaban para el trabajo de la labranza en el campo y que eran en gran parte artífices y responsables del mayor éxito en estas labores, por lo que se los exhibía en días de fiestas y ocasiones especiales ataviados con sus

9. Recepción en torno al gran arte.

mejores galas, como protagonistas esenciales del trabajo agrícola. Se trata de alguna manera, de una costumbre que se extiende a todos los espacios y momentos de celebración festiva y que va desde la propia indumentaria típica de estas celebraciones al proceso que ya en el siglo XIX se calificaba como de un «agradable teatro» (Mariano Ortiz, 1865), de adornar calles y viviendas, con sábanas, tejidos, flores, pinturas, etc. con la finalidad de romper con el entorno visual de la cotidianidad, aspecto que se remonta y proviene de la tradición barroca festiva y del arte efímero (Mínguez, 1990).



Figura 9.5.: Imágenes del tema de la grupa valenciana. Pintura de Joaquín Sorolla y versión de porcelana de Lladró. Obra de Fulgencio García. 1970.

Este tema como modelo identitario o icono representativo de la cultura valenciana, sobre todo la referida a la ciudad de Valencia y su área metropolitana, es decir, el entorno de la huerta, permanece presente hasta tiempos muy recientes, sirva como paradigmático ejemplo el diseño del cartel de la conmemoración del centenario de la Exposición Regional de 1909, elaborado por el artista contemporáneo Manolo Valdés, en el que se recoge una nueva interpretación de la propia obra de Sorolla, con el tema de la grupa, manteniendo esencialmente el mismo esquema de imagen, pero representado bajo estéticas y técnicas más contemporáneas, dentro de la línea de trabajo que desarrolla habitualmente este artista.

El aspecto ornamental y decorativo, tiene una honda expresión en estas figuras a través de una detallada y minuciosa descripción visual de los tejidos que adornan

9. *Recepción en torno al gran arte.*

nan al caballo y las formaciones florales, característica común de los vestidos de gala de las labradoras valencianas, que se adecuan perfectamente al mundo estético presentado por Lladró, donde el tema floral posee un gran protagonismo.

En este sentido, se podrían incluso establecer relaciones de filiación e influencia entre las propias costumbres populares y la indumentaria valenciana, con su decoración detallada, colorista, exquisita y en ocasiones recargada y pretenciosa, con una parte de las obras de Lladró, de espíritu más decorativista. Es cierto que esta influencia existe, nadie es inmune a las influencias de su propio entorno y mucho menos cuando se trabaja con imágenes, pero también es cierto que al pasar por el tamiz de la factoría de porcelanas, esta mirada popular, que en ocasiones resulta excesiva y desmedida en los desarrollos festivos y tradicionales, se vuelve idílica, pausada, ennobleciendo y casi aristocratizando las poses, los gestos, las actitudes, de aquellos que se suponen gentes sencillas y populares, disfrutando de la excitación y exhibición propia de un acto festivo.

Lladró no representa con su mirada o su visión una realidad cultural propia, toma prestados los elementos que le interesan y construye su propia identidad mitificada de lo valenciano, sin salirse en este punto del resto de su línea de trabajo, y genera, probablemente sin ser conscientes de ello, un espejo de nuestra propia realidad cultural a la manera del espejo mágico del cuento de la Bella Durmiente, que solo responde a lo más hermoso de esa realidad, generando una hipertrofia positiva y tan tentadora de la que resulta difícil escapar, a quien no le gustaría poseer un espejo así, que solo muestre lo mejor de nuestra propia identidad.

El problema es que el resultado no deja de ser simplificador y parcial, por no decir extremadamente falso, pero ¿acaso Lladró ha pretendido alguna vez mostrar la realidad?, justamente todo lo contrario, han reconocido insistentemente que su objetivo era precisamente ese, apartarse de la realidad para generar una estética cargada de valores determinados.

9. *Recepción en torno al gran arte.*

Valores, eso sí, que deben ser analizados críticamente, ya que al estar presentes en nuestra propia cultura visual nos pertenecen y nos afectan de alguna manera a todos, dado sobre todo el gran poder comunicativo que la empresa ha desarrollado en todo el mundo. Su desarrollo es perfectamente legítimo, pero hemos de estar atentos a la comprensión de sus claves y significados para al menos poseer una mirada consciente que nos permita gozar o repudiar estéticamente estas piezas en función de nuestras apetencias y preferencias visuales y artísticas y obviamente en función de nuestra propia formación y educación artística, este trabajo es también una forma concreta y determinada de miradas hacia la estética Lladró.

Y las miradas en forma de imágenes que Lladró nos devuelve tratan de temas que nos competen a todos, como nuestra propia identidad cultural, el peligro reside en cualquier caso en que una mirada poco prevenida, vaya un paso más allá y acabe desarrollando una identificación entre la realidad de la que Lladró se nutre y su congelación idílica en porcelana. Sabemos que no hay imágenes neutrales y que tampoco «hay ninguna mirada inocente» (Walker y Chaplin, 2002), en la imagen que Lladró proyecta de lo valenciano dicen mucho más en ocasiones las ausencias que las presencias contundentes.

Lladró construye esta imagen parcial de lo valenciano a partir de una única presencia puramente anecdótica, en la que permanecen ausentes cualquier atisbo identitario que haga referencia a la lengua y la cultura propia con referentes tan fundamentales como Joanot Martorell y su novela *Tirant lo Blanc*, el poeta Ausiàs March o incluso figuras como el humanista Luis Vives no forman parte del imaginario de personajes representados por sus porcelanas, en cambio, llama poderosamente la atención la insistencia repetitiva y extenuante en la figura del Quijote y de Miguel de Cervantes.

Puede que debamos atribuir este fenómeno a una cierta complacencia hacia un símbolo del modelo cultural dominante en España, el castellano, subordinando la propia cultura identitaria valenciana, o puede que sea la asunción de una imagen

9. Recepción en torno al gran arte.

tremendamente popular y popularizada, y por tanto más fácilmente aceptada comercialmente, a parte de las vinculaciones de prestigio de las que escribimos en otro apartado de esta tesis. Somos perfectamente conscientes de la amplia difusión de las imágenes o imagen del Quijote y de Cervantes. Nosotros apostamos decididamente por una confluencia de ambos factores en el caso de Lladró.

Si hacemos un recorrido por el catálogo histórico Lladró, buscando referencias que nos permitan construir esa hipotética mirada hacia la identidad popular valenciana, el tema y la forma de aproximación hacia esa realidad es absolutamente monofocal, anecdótica y poco profunda, centrada únicamente en la visión idílica costumbrista ya analizada con figuras populares única y exclusivamente representadas como jóvenes esbeltos, la gran mayoría mujeres jóvenes y niños y niñas, también estas últimas son mayoría.

Entre las figuras centradas en la temática costumbrista valenciana encontramos *Grupo Valencia*, de Juan Huerta (1985) (Figura 9.6) que representa a tres personajes ataviados con la típica indumentaria valenciana, una pareja de jóvenes junto a una niña. Si observamos las imágenes veremos la clara filiación establecida entre esta pieza y la pintura costumbrista valenciana aludida. La pieza de Juan Huerta, se nutre de los modelos iconográficos representados por Ignacio Pinazo en *Floreal* donde la exaltación de la mitificada imagen rural valenciana alcanza su esplendor máximo, y ha llegado a ser descrita en los siguientes términos (Bonet, Ortiz, y Piqueras, 1998, p. 412): «Esta imposible alegoría de Valencia, con sus figuras de afectados gestos, colorido agrio, composición artificial y relamida ejecución, se convierte en un monumento del kitsch y en el más acabado compendio de lo hemos venido describiendo hasta ahora».

Esta relación se percibe empezando por la presencia de la niña que porta en sus manos un cesto de flores y que en el cuadro de Pinazo aparece de perfil, mientras que en la figura de Lladró adquiere mucho más protagonismo, –insistimos más adelante en la importancia que adquiere lo infantil en la estética Lladró–

9. *Recepción en torno al gran arte.*

La figura del personaje masculino, portador de la guirnalda de flores y naranjas también remite directamente a la figura del personaje central del cuadro de Pinazo, portador del mismo elemento decorativo repleto de cítricos. El último de los tres personajes de la pieza Lladró, también está directamente relacionado con esta pintura de Pinazo, la joven portadora del cántaro de barro, que en la pintura interpela directamente con su mirada al espectador.

Pese a la crítica de las autoras Bonet, Ortiz, y Piqueras (1998) antes descrita, la pintura de Pinazo se presenta como la clara fuente iconográfica de esta pieza de porcelana diseñada por Juan Huerta, como hemos demostrado, pero posee características menos idealizadoras de las que se le atribuyen, sobre todo si la comparamos con la versión en porcelana que presenta Lladró y que a pesar de esa filiación, mantiene características peculiares y diferenciadoras.

La representación de los rostros y los personajes en la obra de Pinazo posee características mucho más realistas o verosímiles, si se quiere, en los rostros, poses y actitudes que en su versión de porcelana. La figura masculina de la pieza Lladró, tanto por su afectada pose, su mirada perdida al infinito, la configuración juvenil de su rostro y su estudiado peinado, nos recuerde más a un príncipe azul aristocrático entresacado del más clásico de los largometrajes Disney, que a un joven dedicado a la dura labor del trabajo agrícola.

Grandes diferencias también, encontramos en la joven portadora del cántaro, a la que se ha dulcificado y rejuvenecido en extremo, tanto en su rostro y anatomía como en la pose adoptada por su cuerpo, en el que el cántaro parece estar dotado de una sensación de ingravidez y es apenas sujetado sin ningún esfuerzo por la delicada mano de la joven de porcelana, aspecto, que de manera intencional o no, enfatiza el sentido, doble de fragilidad, cerámica simulada en una pieza de cerámica que desafía a duras penas la ley de la gravedad.

La mujer del cántaro en su fuente original pictórica, en cambio, mantiene una pose ladeada, mucho mas forzada por la presión y el peso ejercidos por el mismo,

9. Recepción en torno al gran arte.

al tiempo que en la otra mano agarra con fuerza por sus patas a un enorme gallo, que puede pasar desapercibido en una primera mirada y que constituye uno de los elementos más discordantes de la propia pintura. Toda referencia al gallo, ha sido eliminada en la pieza de Lladró, quizá la única referencia más directa y visceral para con la realidad de toda la composición, no tenía cabida en la cuidada estética Lladró, y el oscuro gallo retorciéndose o ya cadáver es sustituido por una mayor exhibición del ornamento de flores del vestido de la joven.



Figura 9.6.: Grupo Valencia. Juan Huerta. 1985, junto a la pintura de Ignacio Pinazo, Floreal.

Curiosamente, el tema de la joven valenciana ataviada con la indumentaria típica y portando un cántaro, se repite de manera constante en varias figuras más, dentro del conjunto bastante amplio de piezas que Lladró dedica a la representación de la identidad valenciana. Esta imagen aparece en fechas tan tempranas como el año 1957, en una pieza llamada precisamente *Valenciana con cántaro*, obra de Fulgencio García, que se enmarca en ese primer estilo Lladró proveniente de las influencias de la porcelana centro europea, mucho menos delicada y perfeccionada técnicamente que sus posteriores creaciones. El resto de piezas de Lladró dedicadas a la iconografía costumbrista valenciana, sigue el mismo desarrollo y características de las imágenes analizadas y no aportan ya nada nuevo a nuestro discurso.



Figura 9.7.: Valenciana con cántaro y Valenciana, Fulgencio García 1957, 1963.

9.2. La colección pictórica Lladró y su relación con la cerámica propia.

Ya hemos hecho referencia a la importancia de la labor coleccionista de obras pictóricas de los Lladró, que finalmente acaban generando un espacio musealizado con una finalidad de asociación y afirmación artística de su propia obra que concurre en este museo junto a piezas pictóricas de artistas de «garantía».

Ahora toca centrarnos en comprobar a través de un concienzudo análisis las relaciones que se establecen entre estas obras pictóricas, que no han sido en ningún caso adquiridas al azar, que poseen una clara delimitación geográfica, histórica y estilística, y de que manera visual, temática y significativamente se adecuan a la producción cerámica de Lladró.

Como venimos diciendo, la primera conclusión que podemos obtener de un primer acercamiento hacia esta colección pictórica es que se trata en la totalidad de las obras de pintura figurativa, no hay ningún tipo de concesión o referencia hacia la modernidad artística, ni por supuesto hacia el arte abstracto, cosa que

9. *Recepción en torno al gran arte.*

responde perfecta y lógicamente al propio universo estético Lladró, totalmente figurativo en el grueso de su producción principal, dejando de lado algunas piezas de excepción como jarrones de carácter decorativo con gran atisbo de modernidad cerámica y que ya han sido en parte analizados, pero que no responden en absoluto a la imagen que Lladró proyecta en el mundo, y que por lo tanto son aspectos liminares de la argumentación central de nuestra tesis doctoral.

Como consecuencia lógica de esta asunción premeditada y nada casual de la voluntad de adquirir obra exclusivamente figurativa, la colección renunciará a una gran parte del arte del siglo XX de raíz abstracta. Pero no únicamente se tratará de huir de la abstracción en la configuración de la colección, siendo así podríamos haber encontrado gran cantidad de obras contemporáneas de raíz figurativa, incluso de un carácter tan realista que raya la exacerbación. Obviamente el objetivo, o los objetivos de la colección son otros, no simplemente crear un fondo de obras de arte de apreciado valor estético y figurativo.

Por una parte, encontramos la estricta delimitación cronológica de las obras que abarcan desde comienzos del siglo XV y llega hasta finales del siglo XIX, principios del siglo XX, lo que implica esa asunción del valor de la historia y lo histórico que se acaba justificando por sí mismo por el propio peso conceptual que supone, y que además es asociado a un valor de prestigio. Un sentido de lo histórico de raíz occidental y cristiana, es decir, de exaltación y justificación de esos valores, pero emanado desde una visión propia de la modernidad ilustrada. En nuestras conclusiones hablaremos de ese sentido de modernidad de Lladró asociado al concepto ilustrado que puede parecer contradictorio con su propia estética y sobre todo con la colección pictórica que atesora, pero que no lo es en absoluto, como más tarde argumentaremos.

En segundo lugar, además de servir como argumentación y justificación de una labor conservadora y recuperadora del patrimonio por parte de la marca, se ajusta mucho más, tanto a nivel temático, iconográfico y estético a la totalidad de la

9. *Recepción en torno al gran arte.*

producción de imágenes que Lladró genera, tejiendo así una asociación visual y temática importante en el sentido de anclar su propia estética en las raíces de la historia del arte, de nuevo la obsesión por estrechar los lazos con el arte institucionalizado y no cuestionado. El llamado arte moderno o el posmoderno, difícilmente podría responder a estas características.

El repertorio visual de Lladró se nutre, en una gran parte, de las imágenes que la propia historia del arte ha generado y curiosamente, utilizará sobre todo las imágenes pictóricas como recurso, mucho más que las referencias escultóricas, como pudiera parecer más lógico, lo que nos lleva a reafirmarnos todavía más en nuestra posición respecto a que el verdadero valor de Lladró como imagen sienta sus bases sobre aspectos mucho más pictóricos, o si se quiere, prioriza mucho más la imagen llamémosla pictórica de sus obras, que los valores escultóricos tridimensionales y espaciales. No es casualidad que los hermanos Lladró, excepto Vicente, dieran prioridad en su etapa formativa al aprendizaje y el perfeccionamiento de la pintura sobre la escultura.

La inmensa mayoría de los fondos de la colección pictórica Lladró, posee una temática de filiación religiosa, un hecho, que evidentemente no sorprende en absoluto, dada la propia cronología de los autores elegidos, épocas donde las posibilidades en la elección de tema no daban muchas opciones a los autores y en donde la pintura era más concebida como un recurso adoctrinador y pedagógico, constructor de narrativa y cultura visual, que como un elemento propiamente estético en su finalidad principal.

Tampoco se debe desdeñar o entender simplemente este hecho como una mera contingencia, dado que es un aspecto incuestionable la gran devoción religiosa hacia la fe católica por parte de los hermanos Lladró, proclamada en infinidad de ocasiones y que está también muy presente en sus porcelanas. No es de extrañar por tanto, que su interés se centre sobre todo en dos aspectos muy importantes de su producción: su faceta religiosa y la búsqueda de pintura costumbrista valen-

9. Recepción en torno al gran arte.

ciana. Son estas dos vías temáticas principalmente, las que llenarán las paredes de las salas de su particular colección pictórica y como no, de una gran parte de sus piezas de porcelana.

Precisamente una de las joyas de la colección pictórica, en palabras del propio Juan Lladró, es una pintura de Joaquín Sorolla, uno de los grandes pintores de tema costumbrista valenciano, pero en esta ocasión se trata precisamente de una obra de temática religiosa. Una pieza pictórica de grandes dimensiones (4,14 x 5,32) que preside el hall de entrada del edificio que actualmente alberga la sala de visitas y el Museo Lladró, dentro del complejo industrial que la empresa posee en Tavernes Blanques.



Figura 9.8.: Jesús en el Tiberíades de Salvador Furió. 1984 y Yo soy el pan de la vida, pintura de Joaquín Sorolla. 1897.

Yo soy el pan de la vida un cuadro firmado por Sorolla en 1897, un cuadro de factura más realista que propiamente mística o profundamente religiosa, pero precisamente de un realismo amable, reposado, incluso un tanto edulcorado, aspectos derivados de la propia temática y que casa a la perfección con la estética de Lladró.

Justamente, en 1984 Lladró creará su propia versión en porcelana de este mismo relato religioso, recogiendo el mismo instante en su pieza *Jesús en el Tiberíades* de la mano de Salvador Furió. Aunque existen evidentes diferencias entre ambas

9. Recepción en torno al gran arte.

piezas y la relación en este caso no es tan directa, ningún observador atento dejaría de ver la clara vinculación entre ambas imágenes. Para empezar, entre la barca y el tipo de velamen, la disposición y las características de algunos personajes, por ejemplo, la figura del propio Jesucristo de pie, justo en el centro de la barca frente al mástil. Las vestiduras rojas del Jesús de Sorolla, muy adecuadas para focalizar la atención a través del color, no olvidemos que Sorolla era un maestro en ese aspecto, desaparecen en la pieza de Lladró y provoca que cueste encontrar el centro visual ya que el rojo intenso se sustituye por un blanco que se confunde con la propia tela y con parte de la indumentaria del resto de personajes de la escena.

A la izquierda de Jesús se elimina uno de los tres personajes que aparecían en el cuadro del pintor valenciano, pero los otros dos mantienen una posición y fisonomías muy similares, aunque cambien los vestidos y algún gesto y postura de los brazos. El anciano sentado y agarrado al timón y el personaje más joven y de cabello largo, de pie a su lado. Lladró añade otro personaje en la popa de la embarcación, más joven que el resto y imberbe, al que parece haberle prestado la indumentaria de la niña que en el cuadro de Sorolla intenta subir con esfuerzo al barco y que le otorga un carácter más inocente a la propia pintura.

En este caso, tenemos un claro ejemplo de relación entre la propia colección pictórica de Lladró y la creación de sus piezas en porcelana, pero hay numerosos ejemplos similares. En cualquier caso, tampoco es ni mucho menos el primer caso en que el una obra de Sorolla sirve de referente visual y iconográfico, incluso estilístico y estético a una de las porcelana de la factoría Lladró, véase sino el caso de la Figura 9.5.

El grueso, o casi la totalidad de la colección pictórica Lladró, al menos las obras más importantes y relevantes, se pueden rastrear a través de varias publicaciones que recogen y catalogan la colección, *La colección Lladró 2004, Obras maestras de la colección pictórica Lladró. La esencia del color 2006* y *La figura humana en la colección Lladró 2007*, a los que habría que añadir, las obras particulares de los miembros

9. *Recepción en torno al gran arte.*

de la familia Lladró, que no forman parte de la colección y que entran dentro del ámbito privado, residiendo en sus propias viviendas particulares y que no pertenecen a la empresa.

Aunque por mis propias indagaciones he podido constatar personalmente in situ, que en la mayoría de los casos se trata de obras que van en una línea muy similar a las presentes en la colección de la empresa, obras de autores valencianos como Sorolla, Pinazo o Antonio Cortina, no vamos a incluir estas últimas en nuestro análisis, ya que no se exponen públicamente, por lo que la relación de intencionalidad respecto a la producción de Lladró, resulta a pesar de todo, mucho más cuestionable.

No vamos, en ningún caso en este punto a generar una catalogación o listado de las obras que componen la Colección Lladró, cosa que consideramos innecesaria e impropio en nuestro análisis, que vamos a centrar en una valoración global de los conceptos que presiden la colección, ejemplificándolos con algunas obras concretas de referencia que refuercen nuestro discurso. En cualquier caso remitimos, tanto a la colección abierta al público de forma permanente en el propio museo Lladró, como a las publicaciones referidas para cualquier persona interesada en ahondar más o corroborar nuestras afirmaciones.

Como ya hemos afirmado, no consideramos algo casual el hecho de que el grueso de la colección pictórica Lladró se centre en los estilos artísticos que van del renacimiento, pasando por el barroco y sus derivaciones, al academicismo, llegando tímidamente y como concesión «moderna» a un cierto estilo postimpresionista que nosotros definimos más adecuadamente como postsorollista, ya que las obras presentes en la colección de estas características se asocian claramente a la escuela o influencia de Sorolla, a la escuela valenciana por tanto, más propiamente que a la del impresionismo francés.

Todos ellos son estilos pictóricos que en mayor o menor medida servirán de referente visual y estético a las obras de porcelana y cerámica de Lladró, que

9. Recepción en torno al gran arte.

insistimos de nuevo, poseen una gran carga pictórica a pesar de su tridimensionalidad escultórica. Mención aparte merece el gótico, o más concretamente en el caso de las obras que nos ocupan, la llamada pintura hispanoflamenca (Company, 1990), con autores relevantes de esta corriente como Joan Reixac, presentes en la colección Lladró.

La excesiva rigidez y espiritualidad mística del gótico, y no digamos ya del románico, ausente por completo de la colección, dejando a un lado la mayor o menor dificultad en encontrar piezas en el mercado del arte, no responde bien a la propia estética discursiva de Lladró, que no olvidemos que es muy anterior al inicio de esta colección pictórica, lo que refuerza la idea de que la colección se ha ido formando a tenor de las influencias estéticas de sus porcelanas, aunque también se recorrerá el camino inverso de manera consciente o inconsciente. La espiritualidad del románico y el gótico más puro y temprano es demasiado abstracta y conceptual y iconográficamente resulta poco verosímil, o si se quiere poco naturalista para responder de manera adecuada a la estética Lladró.

Serán precisamente las obras de este singular estilo etiquetado como hispanoflamenco, y de autores como el ya mencionado Joan Reixac, el Mestre d'Artés o el Mestre de la Porciúncula, las que predominen de entre las elegidas de época gótica o medieval, para formar parte de la colección Lladró, ya que frente a la mayor abstracción del gótico más puro, incluso del más puro renacimiento italiano, este tipo de pintura destaca por su gran sencillez naturalista, adecuándose mucho mejor a la propia estética general de Lladró. Así nos describe esta característica, uno de los principales estudiosos de este estilo pictórico (Company, 1990):

Assolí quotes de realisme gairebé exasperants, pero no tant per la via de l'especulació teòrica dels italians, quant mitjançant els recursos de la mimesi empírica i quotidiana. Els italians són sumament científics; els flamencs, en canvi, parteixen de l'observació vivencial de les coses, tot calcant-les de la forma més ordinària i fidedigna possible. Els

9. Recepció en torno al gran arte.

italians ho calculen tot previament sobre un paper Els flamencs solen experimentar la realitat de forma més directa; copien els objectes tal com són i tal com se'ls apareixen als ulls.

Sin duda alguna, el gusto y la propia estética emanada de Lladró se siente mucho más cómoda e identificada con este naturalismo verosímil y de fácil asimilación, que obras con una mayor envergadura conceptual o abstracta y se sentirá especialmente cómodo, con la pintura académica y el costumbrismo naturalista de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Dedicamos un apartado específico a estudiar esta relación de Lladró, especialmente con el costumbrismo valenciano. Sobre todo es este tipo de pintura, la que más se ajusta tanto a los propios valores personales que los hermanos Lladró manifiestan de manera habitual públicamente, como a gran parte de su producción cerámica.

Una de las piezas sin duda más buscadas por los hacedores de la Colección Lladró, se trataría del lienzo de *Santiago el menor* atribuida como obra del taller del Greco. Que una obra del Greco estuviera presente en la colección pictórica de los Lladró, resultaba fundamental para asentar más profundamente la relación entre la colección pictórica y las piezas y la propia estética de Lladró, pero no resulta fácil encontrar en el mercado, y mucho menos a un precio suficientemente razonable una pieza original de este pintor, por lo que en este caso se tuvo que recurrir a una obra menor, de taller, en la que la participación del pintor es mucho más que dudosa, como afirma Pérez Sánchez (2004, p. 60):

La evidente diferencia de calidad con los originales hacen muy dudosa la participación del maestro en el ejemplar que comentamos. Especialmente la cabeza del santo carece de la intensidad de sus modelos y la evidente dureza de los pliegues del manto azul traducen apenas la vibrante vitalidad del original del Museo del Greco.

No obstante, Lladró no duda en situar y plantear esta pieza como una de sus obras maestras, y así la incluyó en la exhibición con ese mismo título. No es des-

9. Recepción en torno al gran arte.

deñable este hecho ya que la relación que Lladró, o el estilo que hizo popular una determinada estética Lladró, debe y bebe de las fuentes estéticas del Greco, como así lo reconoció el propio Juan Lladró en la entrevista que yo mismo le realicé y que adjunto como anexo al final de esta misma tesis:

La gente, tenía de Valencia una idea distinta de la nuestra, porque la gente decía, parece mentira que eso se haga en Valencia. Porque en Valencia somos más falleros, más folclóricos, pero la idea que tienen del pueblo valenciano no respondía a nuestros colores grises, nuestras piezas estilizadas, derivadas de Toledo y del Greco.

Dejando a un lado la primera parte de la afirmación, a todas luces cuestionable, como discernimos en otros apartados de la tesis, Lladró siempre ha reivindicado la referencia al Greco, como inspirador de sus modelos estilizados y de canon exageradamente alargado, una «voluntaria deformación, con el propósito de acentuar los rasgos más personales», (AA.DD, 1979, p. 140), se afirmará en una ocasión, o en una línea similar y en una cita más extensa en torno a esta estilización estética de las figuras de Lladró y su relación con las pinturas del Greco, se escribía lo siguiente (AA.DD, 1988, p. 136-138):

El universo de personajes estilizados hace honor a una de las características más notable de las porcelanas Lladró: la ya citada de la estilización. Ese alargamiento que presentan las figuras, que al punto nos recuerda el de aquellas otras que en su tiempo pintara el Greco, fue un rasgo consustancial a estas porcelanas casi desde el instante mismo de su nacimiento. Un rasgo que las elegantiza y las espiritualiza, lo que a su vez las aleja de cualquier atisbo de vulgaridad que pudiera tener el tema y les da esa categoría de obras de arte, que se eleva incluso por encima de lo que la figura representa.

9. Recepción en torno al gran arte.

Resulta interesante analizar algunas de las palabras que su autor, Rosendo Raimundo Verdader escribe en este texto en el que asocia de manera directa el estilo de Lladró con la influencia de las pinturas del Greco, pero sobre todo llama la atención como a través de que argumentos convierte las porcelanas de la factoría en «obras de arte» y es precisamente esta característica de «estilización» la que les otorga el privilegio de formar parte del arte, ya ni siquiera el aura, de la que tanto hemos discutido en esta tesis, la estilización es el argumento definitivo según este autor.

Lo cierto es que dejando de nuevo a un lado lo más o menos adecuado de la «teoría», no olvidemos que se trata de un libro de autopromoción de Lladró, aunque editado por Salvat, es de sumo interés para nosotros. En primer lugar por la confirmación de esa relación entre Lladró y El Greco y el porque de la importancia de esta pieza pictórica, aunque sea una obra segundona y de escuela, en los catálogos de Lladró aparece catalogada primero como obra de El Greco y al lado el apelativo de «escuela,» esto puede parecer una nimiedad, pero no lo es en absoluto, ya que no es lo mismo escribir que una obra es de la Escuela del Greco, a escribir: El Greco, escuela, donde se interpreta la indudable mano del pintor en la pieza, cosa que precisamente pone en cuestión la primera forma de escribirlo, que sería sin duda la más correcta y veraz en este caso. Esto denota de nuevo el gran interés por la figura del Greco por parte de Lladró, como justificación y filiación de parte de su estética.

Pero sobre todo demuestra una vez más el gran interés por relacionar, o mejor dicho, por convertir un objeto seriado e industrial, aunque claramente estético, en una obra de arte a un nivel igual o similar al del mismísimo Greco.

No existe una prueba más clara y contundente de la veracidad de nuestras afirmaciones, respecto al objetivo de la colección pictórica Lladró, en el sentido de buscar una reafirmación de la propia marca y producciones de Lladró dentro del ámbito del arte institucional, y por tanto el reconocimiento, si no es posible de

9. Recepción en torno al gran arte.

manera explícita y consensuada, que parece ser que no, al menos sí de manera implícita o indirecta, que la exposición llevada a cabo en las propias salas de exposiciones de la Universitat de València, en la calle La Nau.

Mucho más importante relevante y significativa que otras muestras más recientes como la celebrada entre los meses de marzo y junio de 2011 en el Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí, bajo el título *Forma, textura y color, jarrones exclusivos de porcelana*, con obras procedentes directamente del propio museo Lladró. En este caso se trataba exclusivamente de piezas de cerámica, se hacía especial hincapié en el aspecto decorativo mucho más que en el propiamente artístico, incluso con la existencia de un taller paralelo a la exposición de decoración de jarrones. Nos atrevemos incluso a afirmar que esta última muestra supone un paso atrás en la tan perseguida artisticidad de la cerámica Lladró y una reafirmación en los valores más puramente decorativos o artesanos, que no artísticos, justamente lo contrario de lo perseguido en la exposición celebrada en la Universitat cuatro años antes. Tampoco podemos argüir hasta que punto el cambio en la presidencia de Lladró de Rosa María Lladró, que presidía la empresa en 2007 a la vuelta de Juan Lladró a la presidencia de la empresa, puedan tener alguna relación con este cambio estratégico.

Por una parte, el propio emplazamiento de la exposición, el Museo de Cerámica y Artes Suntuarias, un concepto en sí mismo cuestionable ya que separa, segrega la propia cerámica de los museos de Bellas Artes y por tanto de alguna manera refuerza la decimonónica distinción entre artesanía y arte, o entre artes decorativas y Bellas Artes, situando a Lladró por tanto en las primeras y relegando los esfuerzos de la marca por situarse en la segundas.

Y será por contra, precisamente este, el objetivo de la exposición celebrada en la Universitat en 2007. A pesar de que en otro apartado de la tesis, (Ver 6), ya trabajamos con más profundidad la relación entre Lladró y los museos, hemos preferido tratar esta exposición en este punto, primero por tratarse de un evento

9. Recepción en torno al gran arte.

temporal, pero sobre todo por ser una exposición que pone en relación las obras pictóricas de la Colección Lladró con algunas de sus piezas de cerámica, y explorar esa relación es precisamente el objetivo de este apartado, aunque lleguemos evidentemente a argumentaciones similares.

La exposición, *La figura humana en la colección Lladró*, prefigura y pone de relieve muchos de los aspectos que estamos tratando aquí de manera que se convierte en un hito fundamental para tratar de explicar las complejas relaciones entre Lladró y por ende lo que éste representa en el sentido conceptual de artesanía, de arte decorativo, de un arte depreciado y menor o directamente de un no arte o kitsch, frente al arte reconocido institucionalmente, el que no alberga lugar a dudas, el arte por excelencia, las escuelas pictóricas que están representadas en la propia colección propiedad de Lladró. Poner en relación ambos mundos de manera directa es una proposición atrevida, o quizá no tanto como ahora veremos, de cara a catapultar definitivamente a Lladró en el mundo del arte, espacio tantas y tantas veces negado.

La exposición, producida y organizada por el entonces Vicerrector de Cultura y profesor de Historia del Arte, Rafael Gil Salinas, con Rosa María Lladró como presidenta de la empresa y comisariada por la directora del Museo Lladró, la también historiadora del arte, Carmen Tarín, implicaba contar con un respaldo claro de varios historiadores y estudiosos del arte, como Nuria Blaya o Norberto Piqueras, además de los ya mencionados, convertía a Lladró, aunque de manera indirecta y un tanto forzada, en objeto de interés por parte de algunos de aquellos que construyen y definen el arte institucional y esto no había sido hasta ahora un hecho muy habitual en la práctica de los investigadores del arte.

La estrategia de años de compras y de acumular una de las colecciones privadas de pintura más importantes del país valenciano empezaba a dar sus frutos con esta exposición, ya que será la pintura histórica, la puerta de acceso, si se quiere una puerta trasera, al mundo del arte institucional. La mismísima sede

9. Recepción en torno al gran arte.

central de la Universitat de València, le abría las puertas a la cerámica de Lladró, pero eso sí, supeditada en todo momento a su labor de complemento y acompañamiento de la colección pictórica. Estas pinturas serán por tanto la llave que permite a Lladró entrar a los espacios del arte en mayúsculas. Toda una estrategia de la que formaba parte la creación de un gran Museo Lladró dirigido por Carmen Tarín, que se verá truncada por la crisis económica que apartará el proyecto, por cuestiones de carácter estrictamente económico y no por un deseado cambio estratégico.

Carmen Tarín, con una gran habilidad e inteligencia en este sentido, construye un discurso basado en el estudio de la figura humana, esencial obviamente en la propia porcelana Lladró, para, a través y con el reclamo de la colección pictórica, que no olvidemos que es una colección de gran valor estético y histórico, introducir y poner en paralelo en su discurso una selección de piezas cerámicas de Lladró. No obstante, no se trata en ningún caso de las piezas más comerciales o conocidas o las que de manera más clara caracterizan la llamada estética Lladró. Se trata de una selección de piezas que Lladró ha ido realizando, en su mayoría en gres y que ellos mismos dotan de manera especial del apelativo de artísticas.



Figura 9.9.: Temor. Pieza de José Puche presente en la exposición de la Universitat. Serie limitada a 125 piezas.

Se trata, en la mayoría de los casos, de piezas que trascienden la tradicional estética de Lladró, piezas concebidas, aun más si cabe, para reforzar el sentido de

9. Recepción en torno al gran arte.

aura, de unicidad, aunque no se trate en realidad de piezas únicas, recoge la tradición de la escultura o del grabado en la que se permite un número limitado de piezas, todas ellas consideradas como «originales» y conceptualmente por tanto sin pérdida de aura y artísticas.

Una serie de piezas elaboradas ya casi desde los primeros tiempos de Lladró, con el objetivo de ahondar más profundamente en ese sentido de autenticidad, de artísticidad de los productos de la marca. Incluso en este tipo de piezas se juega a fomentar la firma de autor, complementaria a la propia firma de marca, es decir, la existencia de un artista y no de un equipo anónimo de diseño o de una marca industrial, reforzando el sentido de arte más tradicional.

Es realmente una puerta trasera para acceder al arte institucional que no produce grandes beneficios económicos, pero sí de posición estratégica dentro del mundo del arte, y como demuestra esta exposición, acaba funcionando. Hubiera sido mucho más complicado situar las figuras más clásicas y comerciales de Lladró, aquellas que aportan más rentabilidad económica y precisamente aquellas en las que todo el mundo reconoce la marca, en esta sala expuestas junto a estas obras pictóricas, precisamente por la carga y el peso de las múltiples teorías del kitsch en la percepción general, que hemos analizado previamente.

9.3. El gran arte como referencia legitimadora.

Ya hemos analizado el proceso y la importancia que tiene para Lladró su relación con la categorización del arte, entendido éste en su acepción «clásica» e incluyendo, no solo las artes plásticas y visuales, sino sobre todo y con gran fuerza, el referente literario. En cualquier caso, los referentes artísticos elegidos por Lladró para su traslación a la porcelana, tienen una característica común, más allá del intento de proceso de legitimación que como veremos deriva en la actitud verdaderamente más kitsch de toda la producción Lladró, porque es precisamente en

9. *Recepción en torno al gran arte.*

estas piezas, donde Lladró hace un ejercicio de excesiva evidencia en su intento de prestigio y remembranza, pero que acaba resultando ciertamente problemática en muchos casos.

Lladró se nutre en la mayor parte de su producción, de las tradiciones de la cultura visual occidental, incorporando a su catálogo iconografías y mitos fuertemente asentados y reconocidos, dentro del imaginario de la cultura visual. Su objetivo evidente es reducir el esfuerzo intelectual de lectura y reconocimiento, generando versiones de imágenes fuertemente legitimadas en su establecimiento de estatuto «universal», bajo una concepción etnocéntrica de lo universal entendido bajo la mirada de lo occidental universalizado.

No recurre por tanto a imágenes, personajes, mitos o tipos cuestionados, excesivamente localistas, ni por supuesto, mínimamente rompedores o críticos. La distancia temporal se convierte así en una aliada de la apropiación neutra de imágenes, figuras y artistas, bajo una posición segura. Nadie se atreve a poner en cuestión la «grandeza» pictórica de Velázquez o la narrativa de Miguel de Cervantes.

Lladró, acoge por tanto al gran arte, como modelo icónico de referencia previamente establecida, por lo que se ahorra el intentar posicionar nuevas imágenes, al tiempo que aprovecha la ventaja de presentar narrativas establecidas, o mejor dicho, narrativas dominantes, contribuyendo a perpetuar dichas narrativas en el poder, y permitiéndole a su vez obtener mayor cuota de poder económico y mediático. Al tiempo, los referentes «cultos», ayudan a legitimar y perpetuar su discurso con imágenes culturales tan fuertemente establecidas que parece que siempre hayan existido y nunca se ponen en cuestión.

La propia empresa reconoce esta influencia de los modelos establecidos por la cultura visual del occidente cristiano, que legitima por una parte su propia narrativa como continuidad de esa tradición cultural generada por la propia historia

9. Recepción en torno al gran arte.

del arte y los grandes artistas, estableciendo una relación directa entre el propio cristianismo y el fomento y el desarrollo de las artes (AA.DD, 1998, p. 226):

Durante siglos, la Iglesia ha sido una de las principales impulsoras de las artes, de modo que la mayor parte de los grandes creadores, desde Miguel Ángel a Rodin, desde Velazquez a Matisse, nos ha legado destacadas obras de temática religiosa. Algunos de ellos, como Giotto, Zurbarán o El Greco, están totalmente identificados con unas creencias que inspiraron su tarea artística. Los escultores de Lladró, que se sienten herederos y continuadores de esta tradición, han creado muchas piezas que conectan con la temática religiosa que tan importantes frutos ha dado en el arte español.

El texto nos sirve, por una parte, para corroborar de manera directa nuestra tesis, y la afirmación «los escultores de Lladró, que se sienten herederos y continuadores de esta tradición», no deja lugar a dudas sobre la asunción por parte de la marca de los valores del arte institucional, del que ellos son ni más ni menos que «continuadores», es decir, se autoafirman y posicionan claramente dentro del ámbito del gran arte, y sitúan el nombre de Lladró al lado de Giotto, Zurbarán, El Greco, Velazquez, Matisse, Miguel Ángel o Rodin. Curiosamente a este último autor, lo calificaba uno de los primeros críticos y teóricos de la estética kitsch (Vollmann, 1973, p. 245) como «el ejemplo más estrepitoso de pornokitsch (sic)». Sin entrar a valorar lo adecuado o cuestionable de la frase, no creemos que a los Lladró les gustara demasiado ese tipo de asociaciones.

Por otra parte, vincula el propio arte a la iglesia y a la religión, sin entrar en otro tipo de valoraciones, como cuando afirma que «ha legado» grandes obras de arte, sin tener en cuenta el contexto histórico que no permitía prácticamente a nadie más tener la posibilidad y disposición de hacerlo, ya que era la iglesia la que ostentaba el poder político y económico necesarios para ello.

9. Recepción en torno al gran arte.

Pero sobre todo, entra de nuevo en la gran y continua contradicción de situarse junto a los grandes maestros de la historia del arte, sin renunciar al valor de marca, de industria en definitiva. De nuevo se percibe el ansia de ser y convertirse en arte, para poder seguir siendo una industria rentable y prestigiada. Y para que no haya lugar a dudas respecto a su vinculación al arte, y de manera directa a la obra de determinados artistas, prosigue el texto anteriormente citado de la siguiente manera (AA.DD, 1998, p. 226):

Así, en «Inmaculada Concepción»¹ encontramos el espíritu de Murillo, el primer barroco creador de Vírgenes de expresión dulcísima; «San Miguel» o «Mater Dolorosa» son figuras entroncadas en la imaginaria, que dio nombres tan importantes como Salzillo; mientras que «El Santo Entierro» evoca la espiritualidad y la fuerza expresiva de El Greco.

Continuemos analizando sus referencias al llamado «arte culto» legitimado por los museos y la institución del arte, es decir, las referencias a las artes plásticas o visuales. Hemos hecho referencia constante durante esta tesis a las relaciones que Lladró establece con el mundo del arte, los museos y la cultura establecida, y en que medida trabaja en perpetuarla, en este sentido, Lladró recurrirá siempre a imágenes artísticas perpetuadas por el prestigio y muy claramente identificadas.

Entre estas imágenes, encontraremos referencias directas a obras artísticas pero también en muchas ocasiones, modelos indirectos de imágenes de las que se puede rastrear su origen iconográfico en representaciones artísticas, eminentemente pictóricas, o señales de un estilo pictórico determinado.

El ejemplo paradigmático de todo ello se resume en la figura de grupo que representa algunos de los personajes de la pintura de Diego Velázquez, *Las meninas*, que en su versión en porcelana adopta el título de *Damas en Corte*. Esta

¹Se refiere al título de una de las piezas de Lladró

9. *Recepción en torno al gran arte.*

pieza, una serie limitada a 1000 copias y que extrae de la obra de Velazquez el fragmento central del cuadro y obviamente el más popular, imitado y repetido hasta la saciedad y convertidas en un icono de la cultura visual occidental, las figuras de la infanta Margarita y las meninas María Agustina Sarmiento e Isabel de Velasco. Lladró decide también hacer partícipe de su composición a la figura del perro.

En esta pieza vemos de nuevo las características que van definiendo la personalidad estilística de las porcelanas Lladró, a través de la comparación con su referente directo, el cuadro de Velazquez. Precisamente, teniendo en cuenta que ésta es una de las piezas que más responde a su propio referente visual de origen respecto a la composición, la forma y los elementos iconográficos, Lladró no puede permitirse el lujo del realismo exacerbado de Velazquez en sus retratos y no puede evitar la tentación de convertir el rostro de la infanta de mirada altanera y presuntuosa y rostro rechoncho, en una joven mucho más estilizada, modesta y tímida, con la mirada baja y absorta en pensamientos propios, pretendiendo ofrecer una imagen de mucha mayor intelectualidad, que en absoluto nos llega al contemplar la obra de Velazquez, mucho más descarnada.

Junto a la infanta, será también la figura del perro, que en Velazquez posee un realismo inusitado, la que goce de un mayor proceso de idealización de todo el conjunto. El perro fuerte, enérgico y duro, pero en calma y tranquilo de Velazquez, se convierte casi en cachorro inocente poco dispuesto a defender, si fuere preciso, a sus amos. Por contra, las dos figuras de las meninas, responden más fielmente al modelo velazquiano y han sufrido poco el proceso idealizador de Lladró, sus rostros, facciones y poses se mantienen bastante fieles a su origen iconográfico, generando de alguna manera una cierta jerarquía en el proceso idealizador, para tratar de reforzar aun más una imagen positiva de la infanta, que ha de aparecer como más bella, serena e inteligente que sus acompañantes.

9. Recepción en torno al gran arte.



Figura 9.10.: Grupo de porcelana basado en la obra de Velázquez, *Damas en corte* S. XVII. José Puche. 1989.

Junto a ésta, existen otras tres figuras, obra también de José Puche, que representan versiones libres inspiradas en las imágenes pictóricas elaboradas por Velázquez. En este caso, Lladró convierte de manera independiente a estas tres imágenes en tres piezas de porcelana idealizadas en extremo, al más puro estilo Lladró, desafiando el realismo característico de Lladró y «depurando» la propia obra de Velázquez, adaptándola al espíritu matérico y fragilizado de la porcelana valenciana, frente a las poco agraciadas físicamente, realistas y algo rechonchas jóvenes Velazquianas.

Lladró presenta a tres damas de rostro estilizado y suavizados y hermosos perfiles, muy lejos de los rostros pictóricos mucho más realistas o verosímiles de Velázquez. Una de ellas es representada con un pequeño perrito en sus brazos, otra, junto a un recurso típicamente característico de la factoría de porcelanas, una cesta repleta de flores, y la tercera con un abanico abierto.

Utilizar la referencia a los grandes maestros del arte, Velázquez es uno de los más populares e incuestionados, pudiera parecer el camino más lógico hacia la

9. *Recepción en torno al gran arte.*

identificación de los trabajos de Lladró con el mundo del arte, se genera sin embargo una obviedad difusa con una referencia excesivamente explícita, en realidad casi una copia del referente, sin otro sentido que el de recurrir al propio referente, y no de dotarlo o de generar nuevos significados, narrativas o interpretaciones, como han hecho muchos artistas a lo largo de la historia del arte.

Otro de los aspectos relativos al gran arte y que mostrarán una notable influencia en las imágenes Lladró, será sin duda, el arte aristocrático por excelencia, el rococó. Son muchas las ocasiones en que Lladró se reclamará como heredero de este arte tan propio del gusto aristocrático de la porcelana, al tiempo que argumenta su intención de popularizarlo. El estilo propio de la nobleza y las clases elevadas de finales del siglo XVIII y por extensión, una gran parte de la época y la imaginería barroca, serán una fuente inagotable de recursos icónicos y formales que serán modelados y horneados por la factoría Lladró.

De este modo, Lladró, no únicamente populariza el uso de la porcelana decorativa y figurativa como objeto estético, sino que también acerca a la burguesía y las clases populares del siglo XX, el frívolo y éticamente cuestionable modo de vida de la alta aristocracia del siglo XVIII, de la que, precisamente, la nueva burguesía emergente, dará buena cuenta con el advenimiento de la Revolución Francesa.

Estas referencias hacia el barroco tardío y el rococó, se dan ya desde las primeras piezas salidas de las manos de los hermanos Lladró, con la influencia ya comentada, de las porcelanas de Sèvres, y de la propia pintura aristocrática del momento, que aparece representada en escenas centrales que decoran estas primeras piezas de los Lladró, en forma de jarrones, copas y ánforas.

No obstante, y como ya hemos visto, este estilo incipiente y sin personalidad propia será prontamente abandonado, y substituido por una clara asunción mucho más figurativa, narrativa o si se quiere pictórica. Curiosamente es en estas primeras piezas donde la presencia de la pintura era real, esta se supeditaba a la

9. Recepción en torno al gran arte.

función y la esencia mucho más decorativa de todos los elementos ornamentales y la propia forma de estos jarrones, quedando la presencia pictórica relegada a un segundo plano.

Será en cambio, en las figuras propiamente tridimensionales, donde la afirmación y la referencia pictórica irá aumentando cada vez más, sobre todo en aquellas piezas constituidas como grupos narrativos donde ya no aparece en solitario la figura exenta, sino acompañada de otros elementos, llegando en ocasiones a constituir extensiones considerables de un valor pictórico narrativo.

Un ejemplo, con una filiación directa hacia el gran arte, lo encontramos en esta pieza de Salvador Debón (Figura 9.11), *Columpiándose*, que no es otra cosa que una versión adaptada de la obra del pintor francés del siglo XVIII Jean-Honoré Fragonard, *El Columpio*, una de sus obras más representativas y conocidas, y que condensa las principales características de esa pintura aristocrática y frívola englobada dentro del llamado estilo rococó.

Las semejanzas son tan evidentes que apenas merecen comentario, el columpio amarrado sobre el tronco de un árbol, el vestido rosa, el sombrero al que se le ha añadido en la versión de Lladró un tocado de plumas. Pero más que en las semejanzas, resulta mucho más interesante centrarse en las diferencias, ya que estas nos permiten indagar mucho más profundamente en las directrices estéticas en las que se mueve la porcelana de Lladró.

Fragonard, el último y más joven de los creadores de esta pintura aristocrática, siguiendo la estela de Watteau y Boucher, «pronto se orientó a la pintura galante de velado contenido erótico» (Berchez y Gómez-Ferrer, 1998, p. 186). El contenido erótico del Columpio, es sutil pero muy evidente, y no solo eso, sino que representa un tipo de doble moralidad a la que las clases altas tenían acceso, y contaban con un cierto beneplácito no escrito de los altos poderes sociales, mientras la rígida moralidad católica castigaba y perseguía como grandes pecadores

9. Recepción en torno al gran arte.



Figura 9.11.: Imágenes de la pieza Columpiándose. Salvador Debón. 1974 y la obra de Fragonard, El columpio, 1767.

a los más desfavorecidos, la inmensa mayoría de la sociedad, por la práctica del adulterio, casi una costumbre entre las clases altas.

Es de sobras conocido que el óleo de Fragonard, representa a una joven, sobre la que recae toda la atención lumínica y el foco de atracción visual, que es columpiada por su marido de edad avanzada, fruto probable de un matrimonio de conveniencia tan habitual en la época entre las clases altas, que permanece relegado a un segundo plano en la pintura, oscurecido y casi invisible, mientras la joven esposa dirige su mirada, su atención y sus poses provocadoras hacia un joven que permanece agazapado en los arbustos y que trata de obtener una mirada cómplice de la joven. Como testigos mudos de la escena, incluso pidiendo silencio desde su pedestal, para que todo quede en un secreto consentido, las esculturas de unos discretos amorcillos alados.

Si nos centramos ahora en analizar la versión que presenta Lladró, las diferencias saltan inmediatamente a la vista. A pesar de las preferencias estéticas de Lladró por el siglo XVIII y el arte cortesano, inspirador de una gran parte de su producción, la sensualidad y frivolidad cortesana no casan bien con la rígida moral católica de los industriales valencianos, ni con su programa estético y iconográfico, basado en una inocente candidez moral, casi infantil, que rige todas sus porcelanas. Lladró adopta la obra de Fragonard y digamos que la «purifica»,

9. *Recepción en torno al gran arte.*

si se nos permite el uso del término, o hace una nueva lectura más adecuada a sus intereses estéticos.

En primer lugar, cualquier referencia a escena galante o erótica desaparece eliminando a todos los personajes de la escena, el marido, el joven pretendiente, las esculturas, y centrándose en la figura de la joven columpiándose. El frondoso árbol del cuadro, se reduce a un pequeño tronco arqueado justo lo suficiente para permitir la función de un columpio, acompañado de escasa vegetación y donde dos palomas se posan tranquilamente como observadoras de la escena. A los pies de la joven, un pequeño perro que trata de jugar atraído por el balanceo de la mujer, sustituye al joven galán.

Como explicación de este cambio de elementos iconográficos y narrativos, más allá del propio deseo de no desarrollar una simple copia del cuadro en porcelana, cosa que nunca ha preocupado en exceso a los escultores de Lladró, estriba en un cambio radical de significado de la pieza, mucho más acorde con la ideología estética de Lladró.

Desaparecen las referencias mitológicas y paganas de las esculturas, y en su lugar aparecen dos palomas, cuya presencia se presiente como absolutamente forzada y fuera de lugar, pero no podemos obviar la gran fuerza ideológica de este símbolo cristiano por excelencia, símbolo de la pureza, del espíritu santo y por ende del episodio de la mitología cristiana de la inmaculada concepción de María.

Encontramos así el primer antagonismo narrativo respecto a la imagen creada por Fragonard, pero no será el único ni mucho menos. El perrito que sustituye al joven, es un muy conocido símbolo de la fidelidad, solo hay que recurrir a la referencia al Matrimonio Arnolfini de Van Eyck, para recordarlo, justo todo lo contrario de lo que pudiera representar el joven de Fragonard, símbolo justamente de la infidelidad matrimonial.

9. *Recepción en torno al gran arte.*

Respecto a la joven, el cambio también es sustancial. Si la de Fragonard es una joven alegre y desvergonzada, que dirige sin discreción alguna su mirada al joven mientras levanta alegremente su falda, la joven de Lladró se nos presenta tímida, nostálgica y reservada, con la cabeza ladeada y la mirada cabizbaja y dirigida al suelo, algo muy característico de las representaciones femeninas de Lladró.

Su posición es además, mucho más pasiva, casi podemos intuir un leve balanceo del columpio, lo suficiente para extender el pie y las faldas con las que juega el perro, una pausada actitud muy diferente de la obra de Fragonard, donde la joven es enérgicamente balanceada, fruto de ello su zapato sale volando. Lladró convierte a la mujer de la imagen de Fragonard, enérgica, segura, decidida, frívola, en una joven sumisa, que permanece a la espera, seguramente de algún acontecimiento amoroso, y que en ningún caso muestra imagen de firmeza o seguridad, reduciendo de nuevo el papel de la mujer a una situación de pasividad y sumisión.

El arte clásico por excelencia, el Renacimiento, será también una gran fuente de inspiración para las figuras e imágenes de Lladró, no solo a través de referencias directas a los grandes maestros, sino a través también de la asunción general de los modelos estéticos del mismo. La creencia en el ser humano, en sus valores y capacidades de progreso, junto a la compatibilidad de estos pensamientos con los valores conservadores de raíz cristiana, casan a la perfección con el modelo de pensamiento de los propios Lladró y del que emana de su propia concepción empresarial y de su estética.

Además, y obviamente, de que se trata de una referencia al arte en mayúsculas, como ninguna otra. Si sigue existiendo un consenso absoluto y pleno, una valoración, en ocasiones incluso exacerbada hacia lo que es el arte en esencia en el ámbito de la percepción general y de la cultura visual, éste está sin duda en el renacimiento, y sobre todo en el mito del artista genio que representan la famo-

9. Recepción en torno al gran arte.

sa tríada de Miguel Ángel, Leonardo y Rafael. Se trata de nuevo de una apuesta segura y ampliamente conocida.

Miguel Ángel será uno de los autores elegidos para volver de nuevo a la ¿copia?, a la referencia directa a la historia del arte por parte de Lladró, en este caso con una pieza a nuestro juicio profundamente desafortunada, y estéticamente muy cuestionable. Se trata de una versión de Francisco Català, que trata de reproducir, o inspirarse en la celeberrima y magnífica escultura de Miguel Ángel *El Moisés*, utiliza incluso el mismo nombre, aunque evita en el título la alusión al artista del renacimiento, la filiación es tan evidente que llega a un intento de burda copia, o si se quiere a una estilización a lo Lladró, que desvirtúa por completo la pieza, de un fragmento de la escultura de Miguel Ángel.

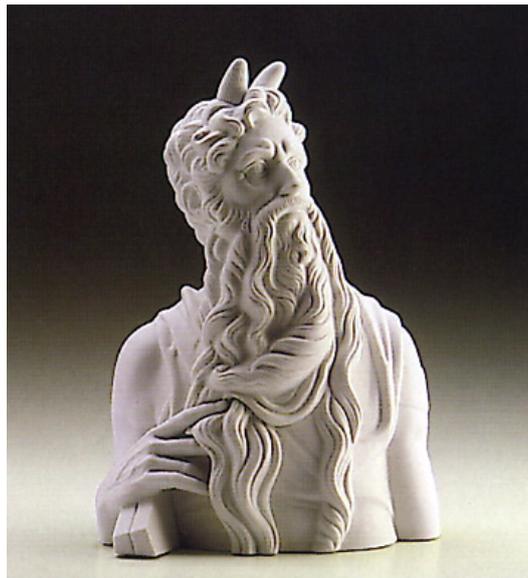


Figura 9.12.: Busto de Moisés. Francisco Català. 1986.

La versión de Lladró, presenta solamente el busto del Moisés, de medio cuerpo hacia arriba, con el cuerpo cortado, lo que ya es un elemento en si mismo bastante distorsionador, mucho más si cabe, que en otros casos ya que de todos es conocido que tanto esta escultura como el resto de obra de Miguel ángel están creadas de una sola pieza y compuestas con un sentido de conjunto, que cualquier fragmentación implica en realidad una rotura difícil de superar.

9. *Recepción en torno al gran arte.*

Tratar de llevar a Miguel Ángel a la estética delicada y lánguida de Lladró, comporta intentos bastante infructuosos como este. Frente a la energía vital y la fuerza que emanan de la escultura de Miguel Ángel, encontramos un Moisés debilitado, tanto física como enérgicamente, su cuerpo ha sufrido una metamorfosis de delgadez, y sus músculos casi han desaparecido por completo, con unos hombros caídos y una ropa ceñida al cuerpo que nos ofrecen la sensación de que se trate de una pieza de otro cuerpo a la que se le haya añadido la cabeza y la mano visible, mostrando una desconexión absoluta entre estas tres partes del cuerpo generando una percepción extraña.

Se generan nuevas contradicciones estéticas, difíciles de salvar en el intento de mostrar un ceño fruncido, en un rostro dulcificado en exceso, sin vida y sin expresión, y no cabe desdeñar aquí la importancia del material. Sin duda la porcelana no resulta adecuada en este caso para generar el gesto altivo y furioso de Moisés, tal y como la piedra tallada de Miguel Ángel, perpetua con insuperable maestría. Ni siquiera los potentes y estructurados rizos de la tupida barba que en Miguel Ángel, se convierten en profundas hendiduras de vibración de luces y sombras, de contrastes, se nos transforman por obra y gracia de la factoría Lladró, en simples tirabuzones que serpentean en suaves ondas y que pierden por completo su valor expresivo.

El intento de transmutar una obra tan grande a la estética de la porcelana Lladró, que en otros casos parece encontrar más adecuación y éxito, resulta en esta ocasión un profundo fracaso de los que alejan a Lladró del camino del arte y lo llevan irremisiblemente hacia el kitsch más pobre y vacío. De nuevo, la referencia al gran arte, acaba llevando a Lladró por el camino contrario.

La implacable severidad expresiva y dramática de Salzillo, el escultor de imaginería barroca por excelencia, también pasará por los hornos de la factoría de Tavernes Blanques y saldrá con una estética dulcificada, aunque en este caso, el proceso no será tan exagerado y la identificación con el referente visual original

9. Recepción en torno al gran arte.

permanece mucho más clara. Las Inmaculadas, en ascensión celestial y rodeadas de ángeles bajo la formula de Bartolomé Esteban Murillo, también nos devuelve de nuevo la mirada a modelos y artistas de la propia historia del arte hispánico.



Figura 9.13.: El Santo Entierro. Antonio Ramos. 1997

Sin duda alguna, y como ya hemos comentado en alguna que otra ocasión a lo largo de esta tesis, si durante mucho tiempo hubo un aspecto que definió y distinguió claramente a la estética Lladró, confirmado incluso por los propios testimonios entrevistados, fue la referencia o asociación con los modelos de estilización de canon alargado del pintor de ascendencia griega, pero vinculado a la historia del arte hispánico, Doménikos Theotokópoulos, más conocido como «El Greco». Aunque se pueden buscar ciertas filiaciones iconográficas de algunas de las piezas Lladró como «El Santo Entierro», respecto a la propia obra del Greco, no es precisamente este tipo de relación la que Lladró establece con la obra de este pintor, sino que es algo mucho más profundo y en cierto modo complejo, que impregna a casi toda su producción figurativa y que podría resumirse en las palabras de una de nuestras entrevistadas, Vicenta Montañana, adjunta al final de nuestra investigación, y una de sus primeras trabajadoras en estos términos: «todas las figuras tenían una cierta mística, casi como si fueran del Greco».

9. Recepción en torno al gran arte.

Ciertamente la vinculación con El Greco va mucho más allá de una referencia histórica o de relación con el «gran arte», y se debe entender a nuestro juicio, dentro de ese proceso casi de mistificación al que Lladró ha ido dotando a sus figuras, comenzando por la propia mística asociada al material de la porcelana, su extrema idealización y sus narrativas de ensoñación y divinización de unos modelos culturales, encontraron en esa mística religiosa y en ese sentido de ascensión divina atemporal de El Greco, un punto de coincidencia con los propios fines perseguidos por su cerámica.

No se trata tanto a nuestro juicio de una inspiración o asunción de los modelos del Greco, sino de una confluencia, a la que ese llamado «estilo Greco» se adecua a la perfección a todos los valores emanados de la propia estética Lladró, que ya existían en la propia porcelana, en sus temáticas, en su forma de presentar y ver el mundo en un sentido de eternidad mística de la vida cotidiana, tan presente en Lladró, idealizado y falso ciertamente si se quiere, pero también profundamente mistificador y mitificador. Todos nuestros deseos y anhelos imposibles concentrados en una figura de porcelana, en una estética propia y única, industrial y aurática a la vez.



Figura 9.14.: Triste Arlequín. Fulgencio García. 1970

9. *Recepción en torno al gran arte.*

La pieza que mejor resume y representa, y que de hecho inaugura estilísticamente, este mundo estético, entre espiritualizado y místico que Lladró llegó a alcanzar, es de nuevo una pieza del escultor de referencia y más importante de toda la trayectoria de la marca, Fulgencio García. Se trata del «Triste Arlequín», que el propio Juan Lladró llega a mencionar en nuestra entrevista como paradigmática y representativa de ese estilo propio y definitorio, de alguna manera vinculado al Greco, al que estamos haciendo referencia.

Pero nosotros llevamos un poco más lejos las vinculaciones estéticas y estilísticas de este modelo Lladró por excelencia, que no solo anclan sus raíces en el sentido espiritual del Greco, sino que también se percibe la estela y la impronta de otros grandes maestros de la propia historia del arte, no únicamente en un sentido iconográfico, insistimos en ello, sino en la confluencia hacia la construcción de una determinada estética. Estamos hablando en este caso de uno de los creadores del llamado arte moderno, si se quiere, de Pablo Picasso.

No podemos obviar esta relación, insistimos, no únicamente iconográfica y temática, cabe recordar que la figura del arlequín es casi un icono temático y muy representativo de la pintura del artista malagueño, pero la relación va mucho más allá y se ancla en la construcción de la propia y peculiar estética Lladró, y que hasta ahora en la tesis solo se había relacionado con el canon de estilización propio del Greco. En el caso de la pieza que nos ocupa, y que insistimos se presenta como paradigma de esa estilización y casi como icono de la propia marca Lladró, hasta el punto de convertirse en la imagen que preside la cabecera del catálogo histórico de Lladró en la web oficial de la marca.

Su relevancia es tal que el propio José Lladró, que también reconoce esa filiación no solo hacia El Greco, sino hacia el propio Picasso, la elige como la pieza más importante de su producción y la describe de la siguiente forma, haciendo hincapié en la importancia de la misma respecto a lo que es y significa en la es-

9. Recepción en torno al gran arte.

tética Lladró y de como se nutre de nuevo del «gran arte» en sus creaciones de porcelana (AA.DD, 1998, p. 128)

El resultado nos encandiló a todos por su gran sensibilidad, por la espiritualidad que desprendía su figura esbelta, propia de un cuadro del Greco o de Picasso. Después tuvimos que buscarle un colorido apropiado, y por suerte acertamos de nuevo; los apagados tonos grises y marrones que elegimos se convertirían pronto en distintivo de nuestra obra. «Triste Arlequín» fue el prototipo de un estilo que en la década de los sesenta² trasladamos a otras muchas creaciones, un estilo que quedaría vinculado para siempre al nombre de Lladró. Habíamos logrado imprimir un nuevo carácter a nuestras obras, y la gente comenzó a reconocerlas en los escaparates.



Figura 9.15.: Pinturas de Pablo Picasso con el tema del arlequín de principios del siglo XX.

Y es que esa filiación con Picasso, de la que también se nutre Lladró, resulta evidente en cuanto nos detenemos a estudiar algunas de las pinturas del artista de principios del siglo XX. Insistimos, tanto por su propia temática, como especialmente por ese aire atemporal, casi fantasmal de figuras de alargados miembros, de rostros vacíos de sentimientos mundanos y miradas perdidas e inexpressivas

²Entendemos que quiere decir década de los 70, ya que la pieza data del 1969 y sale al mercado el 1970

9. Recepción en torno al gran arte.

y por ese sentimiento de extrañamiento, de estar en un lugar que no es ningún lugar, o si se quiere un lugar que reside en nuestros deseos casi mitológicos que Lladró nos presenta en porcelana.

En los últimos años, Lladró está tratando de modernizar su estética, haciendo verdaderos equilibrios por no perder su esencia que es en definitiva la que le identifica como marca, en un intento por responder a nuevos mercados, dentro de una situación económica muy crítica y que a ha estado a punto de llevar a la empresa a una situación complicada, respecto a la fabricación de porcelana decorativa. Dentro de esta «nueva línea» seguimos encontrando referencias al gran arte, aunque ni de lejos se atreve con la vanguardias históricas que no olvidemos que a estas alturas también son ya arte clásico de alguna manera.

Recurrirá, dentro de esa estrategia de «modernización» a la estética del llamado modernismo, un estilo que «se sitúa cronológicamente entre el historicismo y el arte moderno y, en su conjunto, es tan occidental como aquéllos» (Schmutzler, 1980, p. 9).

No es la primera vez que Lladró recurre a la estética modernista, ya lo había hecho con anterioridad en sus producciones no figurativas, que no forman específicamente parte del objeto de estudio de nuestra tesis, a través de jarrones o lámparas, con diseños claramente inspirados en los modelos modernistas.

En este tipo de producciones el modernismo se ajusta a la perfección a la realidad de una factoría industrial como Lladró, ya que no podemos olvidar que fue el primero de los estilos artísticos que tuvo una fuerte presencia en el propio diseño industrial y en la emergente sociedad burguesa y capitalista del momento, y se trata además de un estilo ampliamente aceptado por la burguesía conservadora y las clases populares, que incluso en territorio valenciano cuenta con su propia versión derivada en el llamado modernismo popular. A todo ello, hemos de añadir que «el modernismo es un estilo que se preocupa fundamentalmente de lo

9. Recepción en torno al gran arte.

ornamental y decorativo» (Schmutzler, 1980, p. 19) por lo que se adapta como un guante a la propia esencia de una industria como Lladró.

A pesar de ello, la presencia del modernismo en el grueso de su producción figurativa o narrativa, era prácticamente anecdótica, centrándose sobre todo en esa «marca estética» de la «estilización espiritual» vía El Greco, que tantos éxitos le reportó en el pasado, y que sigue siendo aun hoy su referente. El proceso de renovación y modernización estilística para Lladró pasa por mirar al arte de hace más de un siglo, no obstante no podía ser de otra manera, ya que de lo contrario dejaría de ser Lladró y se convertiría en otra cosa que sus clientes reales y potenciales no conseguirían entender.

En este caso elegiré a uno de los grandes pintores de la llamada secesión vienesa, una vertiente del modernismo que de hecho tendrá mucha repercusión en tierras valencianas, especialmente en la arquitectura, se trata de Gustav Klimt y de la que sin duda es su obra más popular, en el sentido de que es una imagen insertada a través de la publicidad y otros diseños y sucedáneos en la cultura visual popular contemporánea, aunque muy poca gente conozca ni siquiera su procedencia o autoría, *El beso*. En este caso, Lladró tampoco hace referencia ni mención alguna al autor de la obra en el título, aunque sea directamente una copia tridimensional y fragmentaria de la pintura de Klimt.

Se trata de una pintura que reúne las condiciones idóneas para formar parte del espíritu de la obra Lladró, por su sentido profundamente decorativo, y de una estética quizá un tanto hiperbólica, y puede que una de las pinturas más amables del pintor austríaco, muy diferente en su concepción temática de otras obras del autor como *Vida y muerte*.

En esta obra de Klimt, se percibe incluso mucho más que en otras el aspecto bidimensional, plano, en parte abstracto, y profundamente lineal y dibujístico cosa que hace más compleja la labor de paso a la tridimensionalidad de la escultura

9. Recepción en torno al gran arte.



Figura 9.16.: La pintura de Gustav Klimt y la versión en porcelana de Lladró, obra de Antonio Ramos, 2007.

en porcelana. En este caso el proceso funciona con mucha mayor soltura que en otros ejemplos que hemos analizado, y la pieza en su conjunto funciona un poco mejor estética y plásticamente aunque no deja de ser al final una copia kitsch de una gran obra pictórica en la que la intención de hacer «arte en porcelana» en palabras del propio Juan Lladró, se queda en una intención mayúscula.

La profunda sensación de inmaterialidad, de reconstrucción de un espacio vacío o abismal, así como la impresión de desaparición de los propios cuerpos tras los mantos dorados y abstractos, geométricos y ortogonales en el caso del hombre y orgánicos y circulares en la mujer, desaparece por la profunda volumetría y corporeidad de los cuerpos de porcelana, de hecho mucho más presentes y menos estilizados que en la mayoría de piezas Lladró. La exagerada y prominente presencia del manto masculino que se convierte en el verdadero protagonista de la pieza desdice por completo la espiritualidad casi gótica y mística de la pintura.

Pero no solo las artes plásticas o visuales sirven de referente al mundo estético de Lladró, la literatura también constituye una importante fuente de creación figurativa para los diseñadores de Lladró. El prestigio y el gran simbolismo cultural alcanzado por algunas obras literarias, dentro de cuestiones que van mucho más allá de lo puramente literario y se entroncan en perfiles de ideología política y de la construcción de la propia identidad nacional o cultural europea.

9. *Recepción en torno al gran arte.*

La importancia, a un nivel simbólico que juegan las figuras de Cervantes y El Quijote, en el caso español, bajo un modelo imperativamente castellano, o la obra de Shakespeare en el caso inglés, y en este último también europeo, respecto a la construcción de las propias identidades nacionales, no debe ser en absoluto desdeñado. La imagen, la construcción de una cultura visual propia, ha sido siempre una prioridad en las políticas y las prácticas identitarias. Serán, justamente ambos casos los que mantengan una mayor presencia en las porcelanas de Lladró, priorizando su propio valor simbólico y político, y desdeñando las profundas y verdaderas innovaciones literarias y culturales que presentan estos autores y sus obras.

El caso del Quijote, es un ejemplo paradigmático de esta situación, el texto y su autor se han reivindicando y se continua haciéndolo, como una especie de enseña de la identidad nacional de España, entendida esta desde una única vertiente que es aquella que identifica la cultura castellana con la cultura española ignorando por completo las múltiples y complejas realidades que alberga el ahora políticamente concebido como Estado Español.

La imagen del Quijote se repite hasta la saciedad, convertido en un componente esencial de la propia cultura, que no deja de ser parcelada y fragmentaria, y muy representativa de los equilibrios de poder cultural dentro de las propias culturas hispánicas, donde la castellana se acaba imponiendo al resto, por una serie de hechos y circunstancias históricas que ahora no es necesario relatar. Ni que decir tiene que estamos siempre hablando de la imagen o representaciones de esta obra literaria y su autor, nunca de la obra y su contenido que pasan a un segundo plano, y que son mayoritariamente desconocidos, o lo son únicamente a través de imágenes fragmentarias y parciales.

Sería interesante, aunque probablemente imposible, desarrollar un exhaustivo catálogo de las formas y modos en que esta figura literaria ha sido desarrollada en imágenes y de que modo se hecho a lo largo del tiempo, siempre pareja a una

9. Recepción en torno al gran arte.

evolución política y sociocultural, que nunca ha renunciado a su utilización como símbolo nacional.

Miguel de Cervantes continua siendo el protagonista de las monedas de 50 céntimos de Euro, con toda la simbología política y cultural que conlleva estar en el dorso de una moneda representativa de un determinado territorio. En cualquier caso, se trata de una utilización de la imagen, de una narrativa visual que adhiere e impregna a una determinada cultura con un carácter simbólico muy cargado, y que trasciende por completo la propia realidad de la obra literaria, y se convierte en parte de una estética propia que deviene en definitiva en una política propia.

Miles y miles de imágenes y formas de representación de la figura y la obra de Cervantes, obras pictóricas, diseños publicitarios, marcas, logotipos, nombres de empresas y restaurantes, esculturas, recuerdos y souvenirs de todo tipo y sobre todo, y curiosamente, cerámica, mucha cerámica dedicada a perpetuar la imagen y el simbolismo patriótico y de dominación cultural que ella implica.



Figura 9.17.: Imagen del Quijote en una de las obras de juventud del propio José Lladró. 1949

9. Recepción en torno al gran arte.

Un buen ejemplo de este protagonismo cerámico quijotesco, nos lo dio la exposición dedicada precisamente a las representaciones de la figura del Quijote en cerámica en el año 2005, *La cerámica española y Don Quijote*, en Talavera de la Reina (AA.DD, 2005). Como demostró esta exposición, el tema del personaje literario de Don Quijote se constituye en una de las iconografías más desarrolladas y repetidas en toda la producción cerámica española, popularizando la figura del personaje literario, o mejor dicho, la imagen mitificada del personaje literario, hasta límites exacerbados. Encontramos imágenes del Quijote en la cerámica de Talavera, en las producciones de la Real Fábrica del Buen Retiro, en la obra del ceramista Peyró, recordemos, precedente de la porcelana Lladró, en las producciones de Manises, de Onda, de Sargadelos, en la Fábrica de la Cartuja-Pickman y en muchos otros ceramistas hasta llegar al mismo Picasso.

En el caso de Lladró, el tema quijotesco, constituye casi una obsesión convirtiéndose en un tema constantemente tratado y repetido en sus porcelanas. Son más de treinta las piezas dedicadas a temas quijotescos, desde representaciones del propio Miguel de Cervantes, a múltiples versiones y situaciones en las que se ve envuelto el propio personaje de El Quijote, representado habitualmente en solitario o acompañado de su fiel escudero Sancho Panza, que también se gana el privilegio de ser protagonista único de algunas piezas, eso sí, menores.

De nuevo resulta difícil de cuantificar este empeño por el tema quijotesco, por parte de Lladró, como hemos dicho, casi una obsesión, precisamente, cuando de manera reiterada y pública, incluso con explícitas participaciones políticas, muy especialmente en el caso de Juan Lladró, declara una y otra vez su orgullo identitario valenciano: «de l'home valencià que soc» (Lladró Dolz, 1997, p. 5).

Se trata, sin duda alguna, de una concepción «valencianista» y de lo valenciano muy particular, vinculada a un modelo político concreto y que ha monopolizado la política y la sociedad valenciana hasta límites extremos, como muy bien explica en un reciente trabajo el sociólogo Flor (2011, p. 22).

9. Recepción en torno al gran arte.

Aunque la tendencia política de raíz conservadora de los Lladró es muy anterior a la existencia del blaverismo, este se adaptará a la perfección a su propia idiosincrasia, y lo adoptarán de manera personal y política, y lo que es más importante para nuestro trabajo, esto se verá finalmente reflejado en sus posturas estéticas y en sus producciones cerámicas, y son precisamente este tipo de relaciones las que estamos esclareciendo en esta investigación.

Esta circunstancia sería meramente anecdótica o superficial si Lladró fabricara objetos de uso práctico, incluso aun en este caso, se podrían relacionar los diseños con determinados principios políticos, pero como se dedican a generar narraciones visuales, la carga política y social es siempre inevitable y completa.

Así vemos que una de las decenas de piezas dedicadas al tema del Quijote, este sostiene en su mano un ejemplar del libro de Joanot Martorell, el Tirant lo Blanc, cuyo simbolismo es muy evidente. Hace clara referencia al texto de Cervantes en el que se alude a esta obra, como una gran obra de la literatura universal citando:

–¡Válame Dios! –dijo el cura, dando una gran voz–. ¡Que aquí esté Tirante el Blanco! Dádmele acá, compadre; que hago cuenta que he hallado en él un tesoro de contento y una mina de pasatiempos. Aquí está don Quirieleisón de Montalbán, valeroso caballero, y su hermano Tomás de Montalbán, y el caballero Fonseca, con la batalla que el valiente de Tirante hizo con el alano, y las agudezas de la doncella Placerdemivida, con los amores y embustes de la viuda Reposada, y la señora Emperatriz, enamorada de Hipólito, su escudero. Dígoos verdad, señor compadre, que, por su estilo, es éste el mejor libro del mundo: aquí comen los caballeros, y duermen, y mueren en sus camas, y hacen testamento antes de su muerte, con estas cosas de que todos los demás libros de este género carecen. Con todo eso, os digo que merecía el que le compuso, pues no hizo tantas necedades de industria,

9. *Recepción en torno al gran arte.*

que le echaran a galeras por todos los días de su vida. Llevadle a casa y leedle, y veréis que es verdad cuanto dél os he dicho

De esta forma, supeditar la importancia del escritor valenciano a la referencia de Cervantes, es como decir que esta obra es importante solo porque alguien tan importante como Cervantes la nombra, que es tanto como decir que la cultura valenciana es importante en tanto que es reconocida por la «superior» cultura castellana. Una visión muy propia de una determinada época en el que las clases altas y la burguesía acomodada valenciana asume la cultura castellana, en un proceso de substitución cultural y rechazo hacia la propia cultura de origen, quedando esta relegada a un uso popular e inculto, una visión que Lladró todavía no ha superado, como demuestra la totalidad de su producción cerámica.

El desconocimiento y la escasa referencia hacia la propia historia y la propia cultura valenciana, es fruto de un proceso generalizado que afecta a la sociedad valenciana, que se ha acomodado en una cultura ajena y ha supeditado la propia a un nivel inferior y puramente anecdótico. Las imágenes que Lladró genera en este sentido son el reflejo de esta situación social altamente conflictiva, cargada de tintes e interesadas manipulaciones políticas ya de sobras conocidas y estudiadas y profundamente negativa para la cultura valenciana.

Siguiendo con nuestra explicación en referencia a por qué Lladró hará una incidencia especial en temáticas tan claramente identificadas con un discurso proclive a la exaltación de la cultura castellana, entendida como cultura española, en este caso con la obsesión quijotesca. Pero no será el único icono de la cultura castellana, ni mucho menos que Lladró producirá, nos remitimos a las propias palabras de Juan Lladró, en su discurso de toma de posesión como Académico de la Real Academia de Cultura Valenciana. Cita las palabras de otro académico ya fallecido Badía Marín, con las que se siente plenamente identificado, y que nos ayudan a explicar sin lugar a dudas la elección temática de gran parte de las piezas Lladró, en particular algunas de las que estamos tratando en este punto

9. Recepción en torno al gran arte.

(Lladró Dolz, 1997, p. 6): «Valencia es, desde los Reyes Católicos, con Castellón de la Plana y Alicante, una de las trece regiones que configuran la nacionalidad española.»

Dejando a un lado otro tipo de valoraciones sobre la cita, lo que queda clara es la posición de Lladró, respecto a su propia cultura valenciana, y de la que apenas existen ejemplos en la propia producción Lladró, en lo que alta cultura valenciana se refiere, más allá de la exaltación de lo puramente folclórico y anecdótico.

Como vemos, Lladró no dedica ni una sola de sus piezas a la propia cultura literaria, ignora por completo las figuras de literatos de igual nivel al de Cervantes como el propio Joanot Martorell y su obra el *Tirant lo Blanch*, que solo aparece supeditado a la figura del Quijote, lo que corrobora aun más nuestra afirmación de esta jerarquía cultural que Lladró propicia y que sitúa a la cultura castellana por encima de la cultura propia, valenciana. Ignora también al poeta Ausias March, que tanto su propia figura como su obra, podrían haber sido una gran fuente de inspiración para trabajos en porcelana, y hubiera servido para dar a conocer aspectos tan importantes de nuestra propia cultura alrededor del mundo, pero Lladró prefirió repetir hasta la saciedad el tema quijotesco y cervantino. Obviamente, una posición legítima, pero que debe ser explicada en el conjunto de relaciones que Lladró establece para con la cultura visual, y la cultura en general.

Don Quijote furioso, Don Quijote alerta, Don Quijote y el molino, Valeroso Don Quijote, Retorno de Don Quijote, Don Quijote y Dulcinea, Don Quijote arrodillado, Quijote Sentado, Don Quijote ensoñador, La lectura del hidalgo, Mural Don Quijote, Jarrón oval Don quijote, Quijote erguido, Don Quijote declamando, Hidalgo de La Mancha, Triste y Maltrecho, Dulcinea del Toboso, Primera aventura son algunos de los títulos de piezas dedicadas al tema entre el catálogo de la producción Lladró. A los que habría que añadir las propias figuras de Don Quijote en solitario, en busto o acompañado de Sancho Panza y algunas del propio Sancho en solitario, sin olvidar las dedicadas a la figura de su autor Miguel de Cervantes un busto de glorificación y una figu-

9. Recepción en torno al gran arte.

ra completa de porcelana. Sin duda alguna, una preponderancia abrumadora y ciertamente significativa.

10. La imagen percibida de Lladró.

10.1. La materia estructurada como imagen.

La técnica que marca claramente la personalidad de las producciones de Lladró, es, sin ninguna duda, la utilización de la porcelana, a pesar de que en los últimos años han incorporado también el gres como material de una parte importante de su producción, sigue siendo la porcelana la materia que más se ajusta y mejor describe a la estética Lladró y que constituye la esencia identitaria de la misma.

La porcelana es un material cerámico que se caracteriza técnicamente por ser «una pasta cerámica de alta temperatura, de color blanco, no porosa, homogénea, vitrificada y translúcida si su grosor es menor de 3 mm» (Coll, 1995), su componente principal es el caolín. «Para conseguir la porcelana, se añaden al caolín una escasa cantidad de arcilla muy plástica, cuarzo y feldespato, el cual facilita durante la cocción su transformación en una masa vítrea. Suele cocerse entre 1250° y 1450° C».

Es muy conocido el origen histórico de la porcelana que nos sitúa en la antigua China donde disfrutaba de una elevada consideración como arte y apreciadísimo objeto de valor y tampoco es nuestra intención hacer un recorrido histórico por este material artístico, aunque sí que nos interesa destacar algunos aspectos que nos permitan corroborar su importancia como material de muy apreciado valor

10. *La imagen percibida de Lladró.*

y con connotaciones significativas muy fuertes, llegando a alterar o modificar la consideración iconológica y simbólica de las imágenes elaboradas con esta materia frente a otras.

Desde nuestra perspectiva, vamos a argumentar en este apartado de la tesis, de que manera el propio material, la porcelana, se constituye en esencia como un referente de imagen, por lo que vamos a analizar la importancia de este material considerándolo en su proyección como imagen y en la significativa carga de valores sociales, que se adhieren por tanto al significado último percibido junto a la propia carga iconográfica, del aspecto o escena temática representada en cada una de ellas.

Durante la Edad Media la presencia de la porcelana china en Europa es escasa y testimonial, aunque se conocía de su existencia como corrobora la presencia de algunas piezas de la época en nuestros museos. Posteriormente, hemos de recurrir a la obra de Marco Polo, *El Libro de las Maravillas*, para encontrar nuevas referencias, esta vez, escritas con una breve descripción del proceso de fabricación y elaboración de las mismas.

Pero no será hasta la creación de las nuevas rutas comerciales con la India, abiertas a partir del descubrimiento de América, cuando se consolide un fructífero y lucrativo negocio de importación de porcelana, entre muchos otros productos conocidos. La porcelana se irá convirtiendo en un producto muy valorado económicamente lo que contribuirá a ir reforzando desde estos primeros tiempos de comercialización, su posición en la jerarquía de objetos de apreciación y valor mercantil y, asociado a ello, de valor social.

Poseer, exhibir y utilizar productos de porcelana empezará a suponer un claro signo de distinción social, asociada a determinadas clases sociales. «Al final de la guerra de los Treinta Años, con la paz recobrada, la porcelana estuvo al alcance de la burguesía pero su precio elevado la mantuvo entre las mercancías de lujo, reservadas a algunos privilegiados. Los que no podían comprar porcelana se

10. *La imagen percibida de Lladró.*

conformaban con loza, mucho menos cara» (Divis, 1989). Esta situación comienza a crear una cierta imagen determinada del propio material, independientemente del contenido formal, temático e iconográfico así como del posible uso al que estuvieran destinados estos productos, ya fueran platos, tazas u objetos destinados a la decoración o la fruición estética, situándola en una elevada posición.

La situación durante los siglos XVII y XVIII no varió en absoluto, al contrario, acabó por acentuar todavía más la posición de la materia, la porcelana, en un elevado estatus de consideración social, proceso histórico muy bien descrito por Divis (1989):

Al final del siglo XVII, los soberanos y las grandes familias de la nobleza debían tener un «Gabinete de porcelana» para exponer las piezas que poseían. Constituían una fórmula renovada de los gabinetes de curiosidades del Renacimiento. En efecto, los objetos de porcelana, valiosos y escasos parecían merecer una presentación especial. En el siglo XVIII, no se podía concebir un palacio sin un gabinete de porcelana. (...) Estos gabinetes, las primeras colecciones de porcelanas en Europa, no tienen nada que ver con la idea moderna de una colección. La posesión de numerosas piezas de porcelana de Europa o Asia daba prestigio a los soberanos o a los nobles adinerados.

En aquella época no intervenía ninguna consideración artística, al mismo tiempo, una de las principales motivaciones que mueven a una parte de los coleccionistas y colecciones modernas es ganar o aumentar su prestigio y valoración social, o directamente como estrategia de marketing comercial como el caso de las grandes corporaciones comerciales y sus colecciones, el propio Lladró, la Colección de Telefónica, etc. (...) La moda de las porcelanas chinas y sobre todo, los beneficios que daba su comercio fueron la causa de los múltiples esfuerzos europeos para descubrir los secretos de la porcelana.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

No hay que perder tampoco de vista y como bien ha demostrado Larry Shiner (Shinner, 2004), que el emergente sistema de las Bellas Artes refinadas se empezará a utilizar como signo de distinción social, igualando en significaciones y finalidad a los gabinetes de porcelana, que responden al mismo sistema de necesidades y lucha de poder social.

Con esta cita sobre el desarrollo histórico de la porcelana en Europa referimos a la enorme y creciente importancia del propio material, muy por encima de la utilización al que esté destinado, relacionado con su rareza, escasez y cierto exotismo, que atraía a las clases sociales con pretensiones de demostrar públicamente su poder mediante su posesión y exhibición. Se trataba por tanto de objetos escasos y destinados a una clientela muy limitada.

Este hecho explica por sí mismo los numerosos intentos de empresarios y comerciantes europeos para tratar de obtener la tan preciada y absolutamente mítica fórmula de la porcelana, ya que podía constituir un rentable negocio. Además, la porcelana comenzará ya en esta época a impregnarse de valores aheridos como elemento de lujo y otros un tanto más peculiares, que servirán para consolidar esta imagen de un material con características especiales: «Europa entera había sido conquistada por la blancura, la ligereza, la transparencia, la perfección de la porcelana. No es de extrañar que se hayan atribuido las propiedades más excepcionales, como la de reaccionar ante la presencia de un veneno (Divis, 1989)».

Si a ello le añadimos que el material, que ya de por sí mismo está cargado de valor, se convierte mediante el trabajo de diseño del artesano o el artista en figuras de formas escultóricas, sumado a finas decoraciones pictóricas y temas asumidos de la tradición histórica y artística de occidente, o por extensión, y con ello se percibe también un mayor aumento de su valor social, de carácter exótico, oriental o directamente portadas del mismo oriente, el valor de la porcelana, hablamos siempre de valor social, aumenta de manera exponencial y su conside-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

ración como material de apreciado valor se suma al propio valor atribuido a cada pieza.

Esta valoración será, en cada caso, distinta, en función de la forma, la temática de la pieza, el autor y la estética y la asunción de esa estética, o la repercusión y aceptación social de su autor, en el momento y espacio histórico concreto en el que se presente y desarrolle.

En la actualidad el valor de la porcelana como rareza, como elemento exótico, ha disminuido aunque aun mantiene un cierto aspecto de recuerdo oriental y orientalizante en las culturas occidentales, y sobre todo, frente a una lluvia de nuevos materiales mucho más funcionales, producto de la revolución industrial, que la propia vanguardia artística asumirá como recursos plásticos, la porcelana mantiene un cierto halo de ese pasado mitificado, como material de esplendor artesanal, aunque se desarrolle y se ofrezca a través de medios industriales, generando una cierta paradoja de las que más que ninguna otra, está repleta esta época.

Lladró acoge muy bien esa carencia que la nueva sociedad industrial genera, inundando el mercado de productos que no esconden ni disimulan su origen industrial mediante esos nuevos materiales que se certifican como útiles, prácticos y económicos, por lo que pierden cualquier valor elevado adherido a sí mismos, e incluso esos valores tienden a ser percibidos como negativos, en relación a la posibilidad de la belleza. La porcelana en cambio, presenta ese valor de tradición artesana y de belleza artística, tan bien explotado por la marca valenciana, que empezará a ser demandado por una sociedad burguesa amenazada en sus raíces tradicionales por la creciente industrialización alienante.

La porcelana no deja de asociarse con el uso refinado de carácter social, como ya se ha mencionado, de la antigua aristocracia y los valores de poder que esta ejerció durante el antiguo régimen, y que persistirá durante mucho tiempo en la época moderna, a pesar de los cambios impulsados por la revolución francesa.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

Esta asunción de valores aristocráticos, en referencia al propio material de la porcelana presentado como imagen de proyección social, permanece todavía en el trasfondo de las porcelanas Lladró, que alcanzarán su desarrollo y esplendor internacional en la segunda mitad del siglo XX, una época que vivirá el triunfo del capitalismo liberal burgués descendiente de las ideas revolucionarias francesas y de la revolución industrial, imponiéndose sobre cualquier otro sistema político y de construcción social alternativo.

Este nuevo sistema capitalista burgués, empezará a generar expectativas de riqueza y asunción de poder, por parte de las clases más bajas y populares, que vivirán el espejismo, provocado por una situación real de mayor bienestar y calidad de vida, de poder alcanzar o soñar con alcanzar, al menos una parte de aquella forma de vida aristocrática, que todavía seguía siendo el modelo de referencia de la exhibición del poder que se mantenía en el imaginario colectivo.

El nuevo poder burgués no resultaba especialmente atractivo, para una gran parte de la población, sino iba acompañado de una cierta exhibición de los antiguos modos y estéticas de la aristocracia, que continuaba presentando una imagen más «noble» y «respetable» que los valores del capitalismo burgués, movidos únicamente por valores económicos, a pesar de los siglos pasados desde la desaparición del antiguo régimen.

La porcelana presentada por Lladró, responderá como anillo al dedo, empezando por el propio material, mucho más «aristocrático» que cualquier otra clase de cerámica, a esta demanda simbólica de una gran parte de la sociedad que acaba asumiendo como propios los antiguos usos y valores de poder, de manera mimética y acostumbrados a asociar una determinada estética con lo que se consideraba elevado o poderoso. Adaptados y desposeídos de muchos de sus usos obviamente, pero que respondían mucho mejor a ese nuevo y reciente esplendor del que disfrutaban, tras siglos de supeditación a la nobleza aristocrática, que los propios materiales generados por las nuevas industrias, que como ya hemos

10. *La imagen percibida de Lladró.*

dicho, resultaban y aparecían como menos «nobles» y carentes de cualquier sello de distinción, por lo que resultaban poco apropiados para la función de presencia estética social que la propia porcelana como material mantenía asociada a ella.

Otro aspecto y característica esencial de la propia materia, la porcelana, aplicable a la cerámica en general, se debe a su carácter de fragilidad extrema. A pesar de la propia dureza del material, la porcelana no deja de ser un material frágil en extremo, y no es necesario argumentar demasiado para saber que pasaría si dejamos caer al suelo una de las piezas de Lladró, se despedazaría y se fragmentaría irremediablemente.

Lladró, añade además un doble valor de fragilidad a este material, ya de por sí delicado, mediante la propia iconografía de sus piezas, creando un universo de seres eminentemente frágiles y delicados, niños y jóvenes, mujeres jóvenes a las que se las ha acentuado este matiz de debilidad y fragilidad, como atributo y elemento esencial e intencionalmente femenino, como veremos en (Ver 10.3) o la máxima exaltación de la belleza frágil representada en las flores, uno de los elementos naturales más vulnerables y delicados que existen y que ocupan un lugar preferente en la producción de Lladró.

En este sentido, Lladró juega con esta vulnerabilidad asociada a sus temas y personajes, a la vez que pretende inspirar un cierto sentimiento de piedad compasiva similar al que sentimos de manera instintiva por un recién nacido. Asociamos doblemente a la pieza nuestro sentimiento de protección hacia la imagen que representa y proyecta pero también irremediablemente hacia la propia materia esencial, tan frágil en realidad como el propio ser humano, que garantiza la existencia de esa imagen y que es imagen en sí misma.

Nuestro sentimiento de protección se traslada, o identifica como una misma cosa la frágil materia corporal y la frágil «realidad» representada, el efecto conseguido finalmente, es acabar de aumentar el valor aurático de la pieza, que en

10. *La imagen percibida de Lladró.*

muy numerosas ocasiones acaba siendo exhibido tras la protección de un vidrio o cristal en forma de vitrina, que como nos recuerda Olalquiaga (2007, p. 44-45) potencia todavía más su valor simbólico y aurático:

Las reliquias sagradas, que podían ser vistas pero no tocadas, se beneficiaban del prestigio añadido de la distancia física, lo cual, junto con la transparencia y la fragilidad del vidrio, creaba un aura etérea tan fuerte que la preservación en vidrio se convirtió en una parte esencial de su presentación. En consecuencia, los recipientes de vidrio utilizados en la época victoriana como acuarios o para proteger del polvo a los objetos de las colecciones, los elevaron al rango de reliquias, incrementando aún más su valor (...)

De esta forma, los efectos de necesidad de protección y de simbolismo aurático se multiplican en función de ese doble efecto bajo el que se exhiben habitualmente las porcelanas Lladró. La propia materia, por tanto, se estructura como una imagen de valor, a la que se le van asociando y sumando todos los aspectos que hemos ido tratando en este punto.

No es baladí, tampoco, hacer referencia establecida en clara relación a la propia materia, al color blanco como otro elemento esencial de lectura que contribuye a construir y reforzar la imagen de la porcelana, íntimamente asociada a la pureza de este color y todas sus connotaciones.

Vemos así, que aunque el aspecto estético es muy importante respecto a la consideración de estos objetos, hemos de ir un poco más allá, para tratar de comprender otro tipo de valores tan fundamentales o más que el propiamente estético, tal y como nos recuerda Freedberg (1992, p. 13) «Yo me alegraría realmente si pudiéramos acabar con la prolongada distinción entre objetos que producen determinadas respuestas debido a supuestos poderes “religiosos” o “mágicos” y objetos que supuestamente tienen funciones puramente “estéticas”. No creo que tal distinción sea viable».

10. *La imagen percibida de Lladró.*

Aunque en nuestro caso no hablemos de aspectos o poderes mágico religiosos, es innegable los atributos de valor extraestético que vinculamos a piezas de porcelana como las de Lladró, incluyendo connotaciones y visiones de reacción tanto positivas como las abiertamente negativas, hasta llegar en algunos casos a una cierta sacralización del objeto en función de atributos de valor y experiencias de carácter personal atribuidas al mismo, imposibles de sistematizar y generalizar, pero no por ello inexistentes, o posiciones de odio y reacciones de repulsión hacia estas piezas, reflejadas incluso en discursos intelectuales, y que llevan contrariamente a demonizar estas piezas y todo lo que ellas representan.

Ambas posturas responden al mismo fenómeno, que generan que la materia sea percibida como imagen y que la conjunción materia y forma que genera esa imagen provoca una serie de respuestas que van mucho más allá del componente estético, y que tienen mucho más que ver con posiciones ideológicas, políticas y de relación y posicionamiento social.

10.2. La historia como referente.

En la valoración general de las significaciones y las narrativas que emanan de las porcelanas Lladró, la historia, entendida como valor, como referente de prestigio, cuenta con una situación de privilegio y también como una lectura de posicionamiento político, que vamos a indagar y exponer en este apartado.

Aquello que llamamos o entendemos como el valor de la historia, hace referencia a un criterio asociado a connotaciones positivas de legitimación, que un determinado pasado otorga a una comunidad, pueblo o institución, también a una empresa.

Curiosamente, el pasado, la historia, lo antiguo, está completamente imbricado en el concepto y el desarrollo de la modernidad, y solo será desafiado y cuestio-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

nado con el advenimiento de la posmodernidad. La modernidad entendida como ese discurso de fe en el progreso, un progreso que se va asentando en los logros y hechos del pasado para avanzar supuestamente en el camino de la racionalidad burguesa ilustrada. Este concepto de modernidad, no renuncia en absoluto a la historia, sino que se sirve de ella para legitimar su avance y sus logros, acotando el relativismo o el escepticismo y exaltando los logros de la sociedad burguesa europea occidental, entendidos y asimilados como los logros colectivos de la humanidad.

Es en este sentido de fortaleza y legitimación moral, donde encontramos el valor de la narrativa histórica generada por las imágenes Lladró, casando a la perfección con su discurso completo de exaltación de los valores emanados de esa sociedad «moderna».

El valor de la historia y del pasado como instrumento de legitimación, lo encontramos en Lladró en varias vertientes. Por una parte, y sin entrar todavía en análisis temáticos, la propia materia de sus producciones, que en el punto anterior (Ver 10.1) analizamos en relación a su proyección como imagen, se presenta también bajo un prisma de legitimación histórica. La cerámica en sí misma, es una de las técnicas artísticas de más profundas raíces históricas, con varios siglos de pasado a sus espaldas y millones de obras estudiadas, catalogadas, musealizadas y resignificadas, lo que ofrece un punto de partida de institucionalización histórica muy consolidado.

Hilando más fino, la porcelana va un paso más allá, y viene cargada de asociaciones mitológicas y casi mágicas, asociadas al oriente, a la conquista de ese oriente y todos sus bienes y logros por occidente, y finalmente al propio perfeccionamiento y superación de la técnica original, –orgullo en el progreso moderno del hombre ilustrado– aspecto del que la firma valenciana se jacta notablemente.

Otra vertiente asociada al proceso de legitimación histórica de las porcelanas Lladró, viene del propio valor otorgado en el pasado a este tipo de material, como

10. *La imagen percibida de Lladró.*

ya hemos visto, sobre todo por parte de una clase social históricamente privilegiada como la aristocracia. Anclar sus productos en un supuesto gusto exquisito y privilegiado, de las clases más poderosas del pasado, es un claro referente histórico de legitimación, al que también Lladró hace alusión de manera constante en su discurso.

El hecho de que productos muy similares, incluso inferiores técnicamente – según el propio testimonio de Lladró–, fueran tan apreciados por un supuesto gusto elevado de los hombres más ilustres del pasado, supone una inducción directa a tratar de compartir ese gusto por imitación, que viene ya legitimado culturalmente. Por ello resulta de más fácil asimilación.

El otro aspecto, en referencia a la historia, es la propia narrativa y discurso de legitimación histórica, de unas determinadas mitologías y hechos históricos, y presentados bajo un prisma siempre positivo, que Lladró construye a través del tratamiento de temáticas y personajes del pasado, tamizados en el horno de su factoría y presentados en porcelana. En este caso, como en otros que también hemos estudiado, las ausencias nos dicen tantas cosas como las presencias.

Y entre las presencias más llamativas destacan sobre todo algunas figuras o protagonistas de la historia mitificados por los propios discursos culturales más populares de occidente y presentados bajo una idealizada visión romántica dedicada a ensalzar de la manera más positiva posible hechos y personajes históricos que cuentan con aspectos y aportaciones totalmente negativas y que obviamente son pasadas por alto en el discurso de narrativa glorificadora de occidente de Lladró.

La elección de los personajes históricos, resulta toda una declaración de intenciones al respecto. Se priorizan aquellos personajes más representativos de los valores de la cultura occidental de raíz cristiana y sobre todo aquellos que más han trabajado en la expansión y la difusión de ese mensaje, a la fuerza en algunos casos, respecto a cuestiones y hechos históricos.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

Una más que interesante reflexión respecto a las influencias de la cultura visual en las percepciones y miradas que tenemos hacia la propia historia y a determinados momentos y épocas históricas, y que especialmente tienen personas poco formadas en ese ámbito, nos la ofrece con sus investigaciones el profesor Germán Navarro cuando afirma de que manera (Navarro, 2011, p. 154) «la influencia de determinadas imágenes sobre épocas históricas concretas como la Edad Media ha sido muy grande a la hora de cimentar falsos tópicos o versiones manipuladas de acontecimientos y personajes relevantes». Coincidimos plenamente con sus planteamientos y reflexiones desarrolladas más ampliamente en otro de sus textos (Corral, García, y Navarro, 2006), que nosotros extrapolamos a la propia imagen histórica que Lladró contribuye a forjar y construir a través de sus porcelanas y de las narrativas históricas determinadas que nos presenta. En ese sentido se debe entender nuestra aproximación a las narrativas históricas de Lladró, ya que como no nos cansamos de repetir a lo largo de la tesis, las imágenes nunca son inocentes, mucho menos lo son las visiones de la historia que se ofrecen, más mediatizadas si cabe que cualquier otra imagen de la cultura visual.

De esta forma vemos, no por casualidad, sino vinculado incluso al propio concepto que los Lladró tienen del mundo y de la cultura hispánica, como el personaje histórico predominante y que más versiones posee en las piezas de porcelanas Lladró es la figura del marino genovés Cristóbal Colón, descubridor del continente americano que iniciaría el proceso de conquista y sustitución de las culturas nativas americanas por la cultura cristiana europea occidental.

Es por tanto una figura clave en ese proceso de expansión cultural de la que podemos encontrar hasta siete versiones diferentes de representación directa de la figura de Cristóbal Colón, y muchas otras piezas, a las que nos referiremos a continuación, que relatan o ensalzan el proceso histórico del descubrimiento de América.

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.1.: Figura de Cristobal Colón a su llegada a América. Salvador Furió. 1986.

La pieza más destacada de todas ellas es la figura de Salvador Furió (Figura 10.1), que describe el mitificado momento en el que Colón pisa por primera vez tierra americana y toma posesión en nombre de la corona de Castilla y de la reina Isabel de aquellas tierras, inaugurando el proceso de cristianización y aculturación de los territorios americanos.

Esta visión idílica del personaje que posa su rodilla en tierra, mientras empuña una espada en su mano, símbolo de conquista y fuerza militar, y porque no, de violencia, y en la otra la enseña de la reina de Castilla rematada con una cruz. Se trata de toda una declaración de principios de lo que iba a suponer aquel hecho, la imposición y la sustitución cultural de una cultura sobre otra.

El resto de las figuras dedicadas al personaje histórico de Cristobal Colón, hasta seis más, tratan de ofrecer una imagen mucho menos directa en ese sentido y lo muestran con claras pretensiones de dignificación de su figura. En todas ellas, excepto en una figura de 1992 de Salvador Furió, aparece acompañado de sus mapas de navegación, reforzando y ensalzando así su imagen de marino, por

10. *La imagen percibida de Lladró.*

encima de la de conquistador y representante de la Castilla cristiana y por extensión de toda la cristiandad europea, de la primera de las figuras analizadas. Sentado, consultando el mapa en sus rodillas, junto al globo terráqueo, apoyado en un taburete o simplemente con las cartas y mapas de navegación en sus manos, el tratamiento excepcional que Lladró dedica, por número de versiones y piezas, es casi únicamente superada por su obsesión con la figura del Quijote y de Cervantes.

Por si queda alguna duda respecto al fuerte contenido ideológico –no nos cansaremos de repetir que las imágenes nunca son inocentes–, con el que Lladró impregna a ésta y otras piezas, y como toda una declaración de sus intenciones, proponemos la lectura de este texto citado en una de sus publicaciones más destacadas en referencia a la presencia de otra de sus piezas de temática «colombina» (Figura 10.2) presente en el edificio del Faro a Colón, actual Museo de las Américas y Tumba Mausoleo del Almirante (AA.DD, 1998, p. 274):

«Pongan cruces en todos los caminos y senderos, para que Dios los bendiga; esta tierra pertenece a los cristianos; el recuerdo de esto debe conservarse a través de los tiempos». Con estas palabras se expresaba Cristóbal Colón a su llegada al nuevo mundo.

Independientemente de que estas palabras sean ciertas o no, muy probablemente no, responden simplemente al modo de entender el mundo de una época determinada. Pero usar estas palabras a día de hoy, como refuerzo de una serie de imágenes que ignoran por completo toda una realidad cultural nativa americana, que tratan de ensalzar y mitificar un hecho cuya principal finalidad fue el poder, el enriquecimiento, la explotación, la sustitución cultural y religiosa desde una posición tremendamente etnocéntrica, es algo que no está exento de problemas desde un estricto análisis de las imágenes derivado de una racionalidad crítica.

En ningún caso se alude al encuentro o intercambio positivo entre dos culturas para su mutuo enriquecimiento y tratar de vislumbrar aquellos aspectos positi-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

vos que a día de hoy podamos entresacar de aquel hecho, que es lo único que nos queda por hacer. No se trata de juzgar un acontecimiento que insisto, responde a las condiciones de su momento histórico, pero ensalzar unilateralmente a una de las partes y valorar como positiva la expansión del cristianismo es cuestionable y debe ser analizado. Un postulado que está anclado en las propias creencias personales de los Lladró y en su construcción ideal del mundo occidental cristiano en porcelana y proyectado en la modernidad histórica y la construcción cultural de su propia y peculiar estética, principal objetivo analítico de nuestra tesis. Por ello debemos observar con espíritu crítico y analítico todas esas imágenes, que debe ser el fin principal de cualquier investigador de la cultura visual, hacia una comprensión más global del fenómeno.

Pero la referencia al tema de la conquista de América no acaba ni mucho menos con las representaciones de la figura de Cristóbal Colón, este hecho histórico es ensalzado de varias maneras en múltiples piezas de porcelana. Un buen ejemplo de ello lo encontramos en la pieza titulada *El viaje de Colón*, de Francisco Polope del año 1992, en la que un grupo de tres niños se apoyan y observan un enorme globo terráqueo donde están representados los tres barcos dirigidos por el almirante en su ruta hacia el nuevo y todavía desconocido para los europeos, continente americano.

Todos ellos muestran una especie de admiración o devoción enorme hacia este hecho, mientras la niña que permanece recostada en el suelo, sujeta un libro abierto que hace referencia directa a la narración histórica del acontecimiento. La utilización de los niños trata de ofrecer y reforzar una imagen de inocencia que se intenta asociar al propio hecho del descubrimiento y posterior conquista al tiempo que se glorifica de manera heroica, como algo que debe ser transmitido y narrado épicamente a todas las nuevas generaciones venideras, representadas por los niños.

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.2.: El viaje de Colón de Francisco Polope. 1992 y Luz de América de Enrique Sanisidro. 1993.

No acaban aquí los relatos sobre el hecho americano, una de las piezas más emblemáticas de Lladró al respecto, se constituye como toda una alegoría épica de aire romántico, que pretende alejarse intencionalmente del mensaje narrativo de la primera de las piezas analizadas en este punto (Figura 10.1) con una visión bastante más positiva pero no por ello menos etnocéntrica. De esta manera describen el significado de esta pieza los propios textos de Lladró (AA.DD, 1998, p. 276):

La figura fue realizada con motivo del V Centenario del Descubrimiento, y representa el intercambio cultural y comercial que se inicia con este hito histórico. En la cima de la pieza –la composición se eleva hacia el cielo– se sitúa una nave con tres mástiles, uno por cada una de las carabelas que partieron rumbo a lo desconocido. Las velas se hinchan por la fuerza del viento de la esperanza. Cinco ninfas sustentan la composición; no son soldados, ni siquiera forman parte del grupo de descubridores. La obra huye del concepto de descubrimiento como conquista. Las cinco mujeres representan a la multitud que llegó detrás, a las gentes que vieron en las nuevas tierras la oportunidad de un futuro fértil y próspero. Entre ellas, se pueden contemplar varios símbolos: la paloma, como alegoría de la paz, el timón, que alude al

10. *La imagen percibida de Lladró.*

nuevo rumbo que va a seguir la historia a partir del Descubrimiento, y el ancla, representación del asentamiento de la cultura del Viejo en el Nuevo Continente.

Dejando a un lado la literatura de la propia descripción de la pieza que hace esta publicación editada por Lladró, la obra posee fugazmente, pero a nuestro juicio de manera muy presente, sobre todo a través de ciertas poses, del sentido de ascensión, de la imagen de las olas embravecidas y la vela hinchada por el viento, y de su espíritu ciertamente romántico, una filiación con *La Balsa de la Medusa* de Gericault. El sentido ondulante y retorcido de los cuerpos y de los supervivientes que se arremolinan hacia el horizonte con la esperanza de la salvación, la tragedia romántica y terrible de Gericault impregna una parte del espíritu de esta pieza que convierte la tragedia en desmesurado optimismo, las figuras de las ninfas con sus vestidos ondulantes y retorcidos, asimilados al movimiento del viento y de las olas del mar, han sustituido así a esos hombres y su canto de desesperación y supervivencia.

A pesar de que la narrativa que presenta la pieza, pretende construir un discurso positivo «la unión de las dos culturas», todo el discurso hace referencia únicamente a una cultura que llega, justamente a hombros de ninfas que no son precisamente producto de las culturas nativas americanas. No hay ni una sola referencia a la cultura nativa americana en una escultura que pretende simbolizar la unión de dos culturas, todo el mensaje visual que transmite la imagen, toda su narrativa, nos habla de los que llegan, y no precisamente de forma modesta y humilde, sino con vigorosa energía, como transmite el sentido de elevación vertical, el movimiento y la velocidad, con fuerza y violencia, a tomar como propias tierras de otros. Además, el resto de elementos iconográficos y la propia descripción de sus significados que los propios creadores ofrecen, genera nuevas contradicciones todavía más difíciles de salvar respecto a la supuesta neutralidad de la pieza cerámica.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

Las mujeres únicamente representan a los que llegaron, los nativos americanos son invisibles, no existen, únicamente se tiene en cuenta «a las gentes que vieron en las nuevas tierras la oportunidad de un fértil y próspero futuro» a costa de la eliminación del futuro de los que allí ya vivían. Aunque pretenda huir, como afirma el texto de la referencia al descubrimiento como conquista, en realidad se muestra todavía muchas más etnocéntrica que si lo hiciera, al menos respondería más acertadamente a una visión más certera de la historia. La excesiva mitificación del proceso resulta finalmente sangrante, exaltando elementos como la paz, que jamás existieron en un proceso de choque de culturas y cuyas oportunidades solo se abren a la esperanza de los que llegan.

La presencia de la paloma de la paz en una obra que conmemora el inicio de una cadena de sangrientas conquistas, resulta cuanto menos paradójica. Ciertamente, la historia es la que es y no debemos culpabilizarnos de los actos de nuestros antepasados, pero mucho menos ocultarnos bajo una falsa e idílica visión unilateral del mundo, construyendo imágenes con pretendido afán de unir culturas pero cuyo verdadero objetivo es el ensalzamiento de los éxitos expansivos de la cultura europea cristiana occidental sobre el resto del mundo. Exactamente a esta misma narrativa responde todo el universo estético Lladró.

El extenso tratamiento que Lladró dedica a esta temática se debe relacionar con una determinada visión del mundo en la que el hecho del descubrimiento posee implicaciones simbólicas respecto a la grandeza y la expansión de la cultura cristiana europea sobre el resto del mundo, al tiempo que implica el ensalzamiento de la expansión de la cultura y la lengua castellana y una cierta nostalgia de pasados tiempos imperiales y de grandeza.

Este hecho vuelve a demostrar la asunción y asimilación profunda de los postulados de la cultura castellana sobre la propia cultura valenciana por parte de los Lladró, es de sobras conocido que la participación de la corona de Aragón en el proceso de descubrimiento y conquista de América fue muy escasa.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

Ejemplos de como Lladró posee una visión puramente superficial y anecdótica o folclórica de su propia cultura y tierra de origen frente a la exaltación desmedida de todo aquello más representativo de la cultura castellana, supeditando y subordinando la propia cultura valenciana a ésta, como en el caso de la figura del Quijote ya estudiado.

Un ejemplo más de ese acercamiento de Lladró a la cultura y la historia castellana, ignorando cuando menos la propia y rica historia del Reino de Valencia o la Corona de Aragón o minusvalorando su presencia en número y posición jerárquica y que podemos también enlazar con el tema recién analizado del descubrimiento de América, lo encontramos en la presencia de la figura de la reina de Castilla.

Isabel la Católica, principal promotora y gestora del proceso histórico del descubrimiento, además de protagonista del proceso de reconquista de la península ibérica y por ende de cristianización cultural tanto de la península como del nuevo continente, posee una presencia jerárquica importante, a través sobre todo de la existencia de una serie de piezas con pequeñas variaciones, en series de edición limitada de gran valor y una figura de corte más clásico que representa a la reina sentada en su trono en actitud regia, rígida, serena y devocional, con la cruz de Cristo rematando el trono.

Curiosamente, esta figura fue concebida en origen como pareja de otra pieza representativa de su marido y rey de la Corona de Aragón, Catalunya, el Reino de Valencia y Mallorca, Fernando de Aragón. La actitud del rey Fernando en esta pieza es mucho menos rígida, estática y tensa que la de la reina Isabel. Su rostro aun manteniendo la dignidad regia, se muestra mucho más relajado y su cuerpo, por contraste con el de su esposa, con los brazos apoyados en el trono y ladeado y recostado sobre uno de sus brazos y las piernas cruzadas. El contraste es evidente y tremendo entre la representación de ambos monarcas.

10. La imagen percibida de Lladró.

No menos curioso resulta, que en el catálogo oficial de piezas de Lladró, edición 2003-2004, la figura del rey Fernando desaparezca de la serie de figuras dedicadas a la historia y la literatura, no así en cambio la figura de Isabel, sobre todo teniendo en cuenta que fueron concebidos como pareja por los propios diseñadores de Lladró, y que la propia historia así los identifica. ¿Se trata de un nuevo caso de jerarquización cultural el hecho de destacar muy por encima la figura de Isabel de Castilla sobre la del heredero del Reino de Valencia?



Figura 10.3.: Isabel la católica, Dept. Diseño y Decoración, 1986 y Isabel de Castilla de Salvador Furió, 1974.

No podemos pasar por alto el especial tratamiento que recibe la figura de la reina Isabel la Católica, representada en una escultura de alto valor, así considerada y publicitada por la propia empresa, elaborada por el propio Departamento de Diseño y Decoración en forma y estilo alejadas de la tradición clásica de Lladró. Incluidas en una serie de esculturas de «autor», y lanzadas en 4 series de producción limitada, para aumentar el valor de mercado. Este tipo de piezas suponen un intento de Lladró de abrir nuevos mercados dentro de un espectro de arte de consideración más «elevada» y con un supuesto componente artístico superior.

Este serie de piezas se caracterizan sobre todo por un acusado componente expresionista y muy alejado de la estética tradicional de Lladró, hasta el punto que cuesta identificar o asociar estas cerámicas a la propia marca si no tenemos conocimiento de la autoría u origen de las mismas. Formas fuertemente aristadas,

10. *La imagen percibida de Lladró.*

muy lejos de los contornos suaves y delicados de la porcelana tradicional de Lladró, colores oscuros y negros, muy lejos igualmente de los suaves tonos pastel y policromías blanquecinas del resto de figuras y un acercamiento hacia formas más abstractas y alejadas del componente académico o naturalista.

Estas piezas, tratan incluso de ocultar en cierto modo, el propio componente material de la figura de cerámica, quizá en un intento de aproximarse a la imitación de fundidos escultóricos en bronce, con el objetivo antes reseñado de acercamiento a un tipo de escultura socialmente considerada como artística de manera más ampliamente consensuada que las pequeñas piezas de porcelana. Ya hemos estudiado en apartados anteriores de esta tesis, los intentos de vencer las reticencias en ciertos sectores institucionales y culturales respecto a su consideración como arte por parte de Lladró. Esta tibieza y doble juego imitativo acaba generando una falsa narrativa mucho menos auténtica que las tradicionales piezas Lladró, y provocando si cabe un discurso mucho más kitsch en el sentido de que resulta mucho menos sincero.

Un nuevo ejemplo de la interminable contradicción interna que se cierne sobre la marca y sus obras, en esa lucha constante entre el arte y el simple objeto de decoración industrial. El hecho de generar series de piezas como esta, dentro de la propia producción de la marca, que tratan de acentuar el «valor artístico» de las mismas, es un ejemplo más que confirma la trayectoria de Lladró por hacerse un hueco en el espacio «sacro» de los objetos reconocidos como artísticos.

Por otra parte, pone en cuestión el propio valor artístico del resto de su producción que queda de esta manera minusvalorada por la propia empresa estableciendo un doble juego de difícil resolución pero con una clara finalidad comercial. No hemos de perder en ningún momento la perspectiva de que se trata de una empresa, y como tal, su principal objetivo es la comercialización de sus productos y el beneficio económico, y que estas propuestas estéticas diferentes se circunscri-

10. La imagen percibida de Lladró.

ben prioritariamente a la obtención de nuevos nichos de mercado y al proceso de legitimación artística ya ampliamente analizado en nuestro texto.

En el caso de la pieza concreta que nos ocupa, representa una imagen en esa misma línea de trazo expresionista y colores oscuros, con pliegues de marcadas aristas, líneas rectas y un sentido profundamente geométrico del conjunto, así como la abstracción de los brazos que a pesar de su delgadez, sujetan con inusitada firmeza la cruz, símbolo del cristianismo, y un rostro que se aleja por completo de la propia estética amable, blanda y dulzona de Lladró, generando en conjunto una pieza profundamente extraña dentro del imaginario visual de Lladró.



Figura 10.4.: Agustina de Aragón. Vicente Martínez. 1977, y Grabado de Francisco de Goya: Que Valor.

Continuando con la temática de exaltación de los valores casi mitológicos de la cultura y de la historia de España, aparece uno de los grandes mitos de la hispanidad heroica, —parangonable incluso al falso mito de Viriato, que en realidad poco o nada tiene que ver con la cultura hispánica—, se trata de la figura de Agustina de Aragón.

Un figura histórica mitificada por la imaginiería patriótica española, presentada como heroína y símbolo de resistencia de los valores y la «patria hispana», en contra del invasor francés y immortalizada para la cultura visual por el mismo Francisco de Goya en uno de sus grabados titulado *Que valor* y que forma parte de

10. *La imagen percibida de Lladró.*

la serie de *Los desastres*. Se refleja el momento en que la famosa heroína, enciende uno de los cañones que defendían la ciudad de Zaragoza en 1808 del ataque de las tropas francesas, cogiendo la mecha de un soldado moribundo, y cuando las defensas de la ciudad habían estado enormemente diezmadas por los franceses. La acción de Agustina hizo retroceder a los atacantes, lo que la convirtió en un mito histórico. El reconocimiento de Goya a través de su grabado multiplicó aun más los efectos y generó una iconografía visual permanente de esta mujer. Es precisamente esta iconografía, la que recoge la pieza de Lladró.

Si bien es cierto que Lladró prescinde por completo de la tensión y el dramatismo inherentes al grabado de Goya y al propio momento real, que no olvidemos que no deja de ser un episodio de violencia extrema, con pilas de cadáveres de soldados muertos sobre los que Agustina se posa para activar la mortífera máquina de matar llamada cañón. Ella aparece de espaldas y su cabeza y hombros ensombrecidos por la propia tragedia del momento en un relato mucho menos heroico y mucho más humano que el que nos narra Lladró.

La visión histórica que Lladró nos propone, vuelve de nuevo a la idealización excesiva y heroica, mucho más en la línea que en 1950 el director Juan de Orduña proponía con su película del mismo nombre, en plena España franquista ocupada en construir mitos sobre una identidad nacional que el propio régimen necesitaba para tratar de legitimarse, que en el grabado de Goya.

Pero sobre todo, la pieza de Lladró, pondrá su mirada en la pintura de un autor del siglo XIX Marcos Hiráldez de Acosta que en 1871 hará su propia versión de la heroína en un óleo sobre lienzo propiedad de la Diputación Provincial de Zaragoza.

En este caso, Lladró o en su caso el escultor de la pieza, Vicente Martínez, elimina de la escena todos los elementos cargados de mayores connotaciones negativas, como los muertos hacinados sobre el cañón, que el autor de la pintura si que

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.5.: Dos versiones del cartel de la película de Juan de Orduña sobre Agustina de Aragón. El primero es del propio Josep Renau.

recogía de Goya y elimina el dramatismo de la escena. Su gesto enérgico y tenso se convierte en la versión de Lladró, en un gesto pausado y blando, reforzado por la propia flexión del brazo que en la pintura aparece en cambio completamente estirado haciendo un llamamiento a la lucha y la defensa de la ciudad. La posición del cuerpo con la pierna flexionada, el tronco y la cabeza girados y una mano en la mecha y la otra levantada, coinciden plenamente con el cuadro. El cañón representado es casi una copia del aparecido en la pintura, muy diferente de la imponente y brutal presencia del cañón de Goya, la propia vestimenta, incluso los cabellos, también nos refieren a la pintura de Marcos Hiráldez.

Donde también encontramos mayor diferencia, y volvemos de nuevo a remitirnos a la estilización o conversión a la estética de Lladró, es en el propio cuerpo de la mujer. La pintura nos presenta a una mujer corpulenta y robusta, de compleción fuerte, en cambio Lladró tamiza este hecho, por otra parte aparentemente más adecuado al supuesto carácter de alguien capaz de un acto semejante, y nos presenta a una Agustina delgada y estilizada, y convierte el enérgico incluso violento gesto de llamamiento a la lucha en una ridícula y débil flexión de brazo, que semeja más un tibio saludo a un amigo que una desesperada llamada a la lucha, por lo que la propia imagen acaba perdiendo efectividad y sentido.

10. La imagen percibida de Lladró.

Más allá de los aspectos plásticos y competitivos de la imagen, resulta interesante comprobar como se van trasladando las construcciones y las narrativas visuales a través del tiempo, configurando una determinada estructura iconográfica que se va perpetuando y acaba generando una mitología visual, una cultura visual común y histórica, pero que no es en absoluto ni arbitraria ni inocente.



Figura 10.6.: Imagen de la pintura de Agustina de Aragón de Marcos Hiráldez de Acosta, 1871.

El hecho de que se elijan y desarrollen más unos mitos que otros por parte de aquellos productores de cultura visual, como el caso de Lladró, que son los que se encargan de transmitir y perpetuar a través de las imágenes una determinada serie de valores, hace que la estética y las políticas vayan, en nuestro caso todavía más, unidas de la mano.

Comenzando por la cuestionable exaltación del mito de la hispanidad ya comentado, acabando por el hecho de que para encontrar a una mujer con un papel significativo en la historia, hemos de recurrir a que precisamente es significativo su papel porque acaba actuando movida por los valores que definen a lo masculino. Incluso en este sentido su papel es secundario, ya que acaba actuando solo cuando ya los hombres (soldados) están muertos, y no le queda más remedio que actuar como un hombre y encender la mecha de una máquina de matar, concebida por hombres, para dominar a otros hombres, y que constituye todo un símbolo fálico del poder masculino.

10. La imagen percibida de Lladró.

En relación con este hecho bélico, pero con un tratamiento muy diferente, encontramos otro de los personajes elegidos por Lladró, para formar parte de su galería de referentes históricos, se trata de Napoleón Bonaparte, otro personaje, en sí mismo mitificado por la propia historia y sobre todo por la cultura popular y por encima de todo ello, un personaje con una gran carga de narrativa visual ya construida y reconocible.



Figura 10.7.: Dos representaciones diferentes de Napoleón, ambas de Salvador Furió y de 1985.

Este aspecto es muy importante, en el sentido que permite a Lladró partir de un referente visual poderoso de reconocimiento de un personaje histórico, cosa que no pasaría por ejemplo, con figuras significativamente mucho más relevantes en el proceso revolucionario francés, como el mismísimo Maximilian Robespierre.

A ello también ha contribuido el hecho de que el propio Napoleón, consciente de la importancia de la cultura visual o si se quiere de la construcción visual de su propia mitología, se encargó de gestar esa imagen con la inestimable ayuda del que acabaría convertido en pintor oficial Jacques-Louis David. Sin duda alguna, las pinturas de David marcarán en parte la construcción mental, terriblemente idealizada, que nos hacemos de este personaje histórico, mitificado de nuevo con la ayuda de la imagen. Y sin duda también, Salvador Furió, el escultor de Lladró que hizo estas piezas lo estaba, ya que en su búsqueda de referentes visuales se encontró inevitablemente con la obra de David y de otros cientos de imágenes

10. La imagen percibida de Lladró.

pictóricas, grabados, incluso documentales, series de televisión y la mitificadora mano del cine.

Todo un lastre excesivo, pero para Lladró perfectamente necesario, para continuar reforzando las mitologías narrativas visuales ya construidas, tratando de evitar por todos los medios la necesidad de posibles interpretaciones por parte de sus consumidores visuales, que tiene que pasar del reconocimiento visual simple y directo a la admiración del material y la alquimia transformadora de los artesanos Lladró, que han convertido una imagen reconocible, en una «joya» de porcelana.

En definitiva, hemos visto como Lladró acaba asumiendo el papel de la historia y vinculándolo a sus propias narrativas visuales en porcelana, desde diferentes puntos de vista, insistimos, desde la propia asunción del valor histórico de la materia, la porcelana, desde la propia huida a un pasado mítico y mitificado presente en prácticamente todo el grueso de su producción y finalmente desde la mirada a una historia y sus protagonistas, o una muy concreta y escasa selección de ellos, parcial y mediatizada.

10.3. Género y clase. Imágenes de la masculinidad, la feminidad y la distinción social en Lladró.

Narrativas de género.

El universo y la imagen de lo femenino impone su presencia en la propia imagen de marca y posición de Lladró. Una parte muy importante y abundante de la producción Lladró tiene como referente a la mujer y a lo femenino, imágenes y

10. *La imagen percibida de Lladró.*

representaciones de mujeres dirigidas a cautivar la supuesta sensibilidad de una clientela predominantemente femenina.

Curiosamente, se trata de una imagen de la mujer y de lo femenino, elaborada y mostrada desde una visión masculina, en una empresa dirigida por tres hombres y cuyos escultores son casi en su totalidad varones, reservando a la gran masa de mujeres trabajadoras de la empresa las labores de decoración o pintura, por lo que el proceso de diseño y la elección de temas, iconografías y significados está en manos casi exclusivamente masculinas.

Este hecho condiciona la visión y la imagen que se construye de los posicionamientos sociales de hombres y mujeres, no hay que olvidar que Lladró, a través de sus porcelanas, relata una narrativa de espejos deformados sociales ideales, elabora todo un catálogo de posiciones y presencias de carácter social bajo una moralidad conservadora y etnocéntrica y donde la cuestión de género aparece claramente posicionada dentro de un orden social y moral establecido. Valores de posicionamiento social que se asumen sin ningún tipo de cuestionamiento, justo todo lo contrario, creando una exaltación ideal de ese estatus y asumiéndolo como una especie de utopía perfecta. Vamos a ir desgranando que tipo de narrativas de género plantea Lladró en sus pequeñas imágenes de porcelana.

Las narrativas de género que proyectan las imágenes Lladró, responden de manera preclara a las proyecciones sociales predominantes en la sociedad y la cultura occidentales, y por ende en la propia cultura visual. Lladró nos sirve pues de ejemplo paradigmático de exploración crítica de estos temas, y muy especialmente la perpetuación a través de la cultura visual de la divisoria de géneros (Aliaga, 2007, p. 19).

Una divisoria tradicional apuntalada en la idea de que hombre y mujer son dos pilares opuestos e inamovibles, que responden a actitudes, comportamientos y naturalezas diferentes. Y que estos mantienen el

10. La imagen percibida de Lladró.

orden social , de lo que se extraería que las reglas que emanan del hombre y del padre son distintas de las que se deducirían de la mujer y de la madre. Lo que es más, del hombre se desprendería el aprendizaje de la fuerza, la autoridad y el riesgo mientras que de la mujer la conservación de la vida y los sentimientos.

Las imágenes de Lladró, nos ofrecerán toda una amalgama de ejemplos de estas características, que nos servirán para iniciar una reflexión crítica al respecto desde la vertiente del estudio de la cultura visual.

Para iniciar nuestro análisis en referencia al papel que asume la mujer, o el tipo de mujer reflejado en las imágenes Lladró, respecto a su posición o valoración social, vamos a recurrir de nuevo a la comparación con otras imágenes surgidas en la misma época y contexto histórico que nos ayudará mucho a relacionar esa realidad social con los productos finales reflejados en esas imágenes.



Figura 10.8.: Portada del catálogo completo de la colección Lladró, e imagen de etiquetas de la marca de chocolates Madam.

Vamos a utilizar en esta ocasión la imagen de las etiquetas de una marca de chocolates: Madam (Ver figura 10.8) (Ramon Camps, 2007), producida también en Valencia en la misma época en que Lladró empezaba a dar sus primeros pasos como empresa. Una imagen repleta de expresivos valores sociales que comunican, a través de medios industriales y destinados a la sociedad de consumo, lo

10. La imagen percibida de Lladró.

socialmente positivo que suponía el tomar una taza de chocolate, con la imagen de una elegante, joven, hermosa, refinada, se supone que educada mujer en el sentido de mantenerse en el lugar social que el hombre le permite y reserva, ejerciendo todo un verdadero acto social y teniendo como telón de fondo otra imagen cargada de profundos valores de la sociedad del momento, la imagen de las tierras, «paraísos» exóticos, geográficamente indeterminados, en los que se produce «idílicamente» el apreciado líquido.

Este mismo discurso amable, «ideal», positivo y casi perfecto, una imagen obviamente distorsionada de la propia sociedad burguesa, le sirve a esa misma sociedad para recrearse en aquello que cree ser o querría ser, o terriblemente es. Curiosamente, una imagen muy similar y de idéntico reflejo social, ilustra la portada del *The Lladró authorized reference guide*, el catálogo completo de obras de Lladró destinado a los coleccionistas norteamericanos y editado y publicado en ese mismo país, en su edición de 2003-2004. Se ha seleccionado para esta portada, que es toda una referencia, un detalle de una de sus piezas en la que se muestra a una hermosa y delicada joven sirviéndose una taza de lo que perfectamente podría ser chocolate, café o té, con el mismo simbolismo social de la imagen anterior, marcando muy claramente hacia quien va preferentemente destinado este producto (Ramon Camps, 2008).

Ambas imágenes, coinciden en sus referencias y planteamientos y en sus propósitos narrativo pedagógicos, respecto a que es lo que se espera, cultural y socialmente, del comportamiento y la posición de una mujer burguesa de elevada posición o que aspira a esa elevada posición social, y de esta forma es mostrada y observada, y porque no decirlo, en cierto modo, vigilada en cada uno de sus poses, gestos, miradas y actitudes, que en cualquier caso, no pueden ni deben jamás desafiar la posición de superioridad dominante de la esfera masculina, que tiene a bien permitirles este tipo de prácticas sociales para su entretenimiento.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

No podemos obviar en este punto toda una tradición cultural hegemónica y persistente, solo cuestionada en los últimos años por sectores de la intelectualidad y por determinados grupos sociales, que han conseguido generar algunos cambios positivos, que «dentro de la estructura ideológica de la cultura occidental, patriarcal y heterosexista, la masculinidad ha sido tradicionalmente estructurada como el género normativo» (García Cortés, 2006, p. 124), lo que conlleva que estas influencias se patentizan de manera muy clara en toda la producción figurativa de Lladró, donde las distinciones de género se asocian y construyen a estéticas determinadas y claramente diferenciadas en torno a las estructuras de lo masculino y lo femenino.

Estructuras, que en definitiva no dejan de ser construcciones culturales y sociales y que poco tienen que ver con la clase de órganos sexuales que cada uno de los seres humanos posee. Así nos lo explica de manera contundente y detallada el profesor García Cortés (2006, p. 125): «Podemos afirmar que no existe la masculinidad ni la feminidad, se va adquiriendo en un proceso de aprendizaje, a veces muy duro, en el cual una es producto de la otra, ya que ambas se construyen y se definen una en relación (negación) a la otra.» Y continua reflexionando sobre estas relaciones, que acaban convertidas en relaciones de imposición y poder (García Cortés, 2006, p. 127):

El principio masculino hegemónico se instituye como el parámetro a través del cual se mide todo lo demás: relaciones sociales, comportamientos afectivos y sexuales, utilización del espacio, actitudes físicas, formas corporales... Se ha conseguido imponer una forma de ser particular como la única posible y natural, y se ha impuesto su estructura, sin que lo parezca, a esos otros sectores (fundamentalmente mujeres y gays) para que la tomen como propia y, si no lo consiguen, que se sientan culpables, minusvalorados e inferiores por no estar a la altura del ideal necesario para ser considerado un ser (hombre) normal.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

Esta pedagogía de la sumisión, que en las imágenes anteriores requería de un análisis crítico un poco más profundo, resulta incluso más evidente, en la serie de porcelanas que analizamos a continuación, que bajo una apariencia de presunta posición de igualdad, ya que por primera vez se presenta por «igual» una serie de desnudos masculinos y femeninos entre toda la producción Lladró, –se trata de una serie muy reciente– esconde claras referencias de posición respecto a las miradas, lo que el observador espera, o se presupone que espera, de recorrer con sus ojos un cuerpo masculino y un cuerpo femenino, y significados que se derivan de como son mostrados y observados.

Como elemento y ejemplo representativo, y curiosamente significativo del modo, o de los diferentes modos de representación desde los que se aborda la imagen de lo masculino y lo femenino en las porcelanas Lladró, nos encontramos con esta mencionada serie de seis piezas de desnudos de porcelana sobre peana, que sirve de asiento y apoyo de los modelos, que muestran tres figuras femeninas y tres masculinas en poses de academia de dibujo del natural, supuestamente aleatorias e inocentes, pero que reflejan muy bien el modelo social de imposición dominante masculina.

En apariencia, todos, hombres y mujeres aparecen completamente desnudos, y no se perciben grandes distancias respecto a la forma de exhibición de su cuerpo, aunque sí algunas pequeñas diferencias sutiles. En el caso de las tres imágenes que representan cuerpos masculinos, el modelo interpone siempre una o varias de sus extremidades un brazo, una pierna levantada o flexionada a media altura, o ambas cosas, asumiendo, sobre todo los brazos, una gran importancia en la composición formal y representativa de esos cuerpos, siendo un aspecto que se pretende destacar de entre las características representativas de un cuerpo masculino, y vinculándose esta presencia a una característica de identificación de género y de las funciones y roles sociales asociados al uso de unos brazos de fuerte presencia. Las extremidades masculinas se asocian a la fuerza, y esta a la virili-

10. La imagen percibida de Lladró.

dad, a aquello que se supone o se espera debe ser una cualidad inherente para con la esencia del genero masculino.



Figura 10.9.: Imagen de las figuras masculinas y femeninas de Lladró.

Si analizamos ahora la posición en la que muestran su cuerpo las tres mujeres, podemos empezar a extraer conclusiones al respecto. Dos de las tres figuras de mujeres muestran sus brazos echados hacia atrás y retirados de su cuerpo en situación de ofrecimiento pasivo a la contemplación de su cuerpo, que queda así bien visible y en estado de fácil sometimiento. Incluso la tercera mujer, que apoya sus brazos en su rodilla flexionada, retira su cuerpo hacia atrás a diferencia de la figura masculina de postura similar que dirige su cuerpo hacia adelante, apretado sobre su rodilla.

Pero sin duda, la diferencia más importante y más concluyente respecto a las distintas posiciones de género representadas y elaboradas por la factoría Lladró para construir su visión idílica del mundo en porcelana, es de nuevo la mirada y la posición de la cabeza. Todas las imágenes de las tres figuras masculinas tienen la cabeza levantada y sostienen una firme, incluso desafiante mirada al frente. En cambio todas las imágenes femeninas dirigen la mirada al suelo y se presentan cabizbajas, no hay mayor ni mejor forma visual de representar la sumisión y el

10. *La imagen percibida de Lladró.*

sometimiento que una cabeza agachada y una mirada dirigida al suelo ni mayor ni mejor forma visual de representar la dominación que una cabeza y una mirada altivas.

La mujer ha de exhibir su cuerpo hacia la mirada del hombre, incluso ha de ofrecerlo, pero a su vez se le exige en estas imágenes, que lo haga semiavergonzada, sometida y mostrándose poco orgullosa de su propio cuerpo y de su sexualidad. Es el relato en imagen cerámica de una narrativa masculina dominante repleta de doble moral.

Hemos de ser justos, y evitar caer en el fácil error de creer que Lladró asume de manera premeditada e intencionada estas narrativas de dominación masculina, a nuestro juicio, esta posición responde de una manera más o menos inconsciente, aunque claramente contrastada, a un reflejo de posiciones sociales muy profundamente asentado en la cultura occidental, respecto al papel asumido por el hombre y la mujer que afecta no solo al arte sino a todas las facetas de la vida, y que es constantemente repetido y asentado en miles de imágenes producidas por la cultura visual y la cultura popular y industrial: novelas, relatos, telenovelas, cine, publicidad, tratan de perpetuar estas posiciones, y Lladró supone un ejemplo más entre todo el universo de imágenes de la cultura visual contemporánea que plantean posiciones que deben ser sometidas a revisión por la crítica cultural y servir como motivo de comprensión y reflexión de nuestra propia realidad cultural.

La exhibición de la sexualidad femenina, o mejor dicho la forma en como se aborda el cuerpo desnudo de la mujer y en como se aborda, o simplemente no se aborda, el cuerpo desnudo del hombre, debe ser también motivo de análisis en referencia a como se construyen las narrativas de género en nuestra cultura.

La sexualidad y la sensualidad será un aspecto intensamente explotado en muchas de las obras de Lladró, pero abordada casi exclusivamente desde la mirada

10. *La imagen percibida de Lladró.*

masculina hacia el cuerpo femenino. La mayor parte de las figuras desnudas del catálogo Lladró, son imágenes de mujeres, y sobre todo imágenes de mujeres creadas por hombres y destinadas a ser observadas por hombres, al tiempo que perpetua o muestra como normal una situación en la cual, la belleza femenina, el cuerpo y la sensualidad de la mujer parece estar destinada a este hecho, como afirma muy acertadamente Berger (2007, p. 62-63):

Ser un desnudo equivale a ser visto en estado de desnudez por otros, Y sin embargo, no ser reconocido por uno mismo. Para que un cuerpo desnudo se convierta en un desnudo es preciso que se le vea como un objeto, (y el verlo como un objeto estimula el usarlo como un objeto). La desnudez se revela a sí misma. El desnudo se exhibe. Estar desnudo es estar sin disfraces. Exhibirse desnudo es convertir en un disfraz la superficie de la propia piel, los cabellos del propio cuerpo. El desnudo está condenado a no alcanzar nunca la desnudez. El desnudo es una forma más de vestido. En general, la pintura al óleo del desnudo europeo nunca presenta al protagonista principal, que es el espectador que hay ante el cuadro, espectador que se supone masculino. Todo va dirigido a él. Todo debe parecer un mero resultado de su presencia allí. Por él asumen las figuras su desnudez. Pero él es, por definición, un extraño que aún conserva sus ropas.

Esta herencia de la tradición pictórica europea, que Lladró hereda en muchos aspectos, se muestra en toda su contundencia en las figuras de desnudos femeninos, que a pesar de todo, acaban siendo presentados dentro de los límites de lo «virtuoso» y «lo correcto» o lo socialmente aceptable y ordenado que envuelve toda la estética Lladró.

Curiosamente, Lladró tiene la habilidad de presentar y enmarcar dentro de su discurso de bondades y virtudes, el desnudo femenino, la exhibición sensual del cuerpo de la mujer, inmerso en el «orden natural de las cosas», tratando de natu-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

ralizar una situación que en la práctica real es profundamente anormal, ya que el tratamiento hacia el cuerpo masculino está por completo ausente entre las representaciones de Lladró, y ni siquiera aparece, –salvo en fechas ya muy recientes, como el caso de las figuras analizadas,– en el catalogo histórico de sus porcelanas.

El cuerpo femenino se asocia a claros contenidos de belleza y sexualidad, construido bajo una evidente mirada masculina y siguiendo los preceptos de la tradición artística occidental, y el cuerpo masculino, en las escasas ocasiones en las que aparece, se presenta asociado a la acción, la fuerza física o la violencia, conceptos todos ellos asociados a la dominación y a posiciones de superioridad en la jerarquía cultural. Una situación, que como veremos en este mismo apartado, se deriva hacia los caracteres profesionales que son socialmente aceptables para cada sexo.

En este sentido, y respecto a la forma de representar el cuerpo de la mujer, si analizamos todas las piezas de Lladró dedicadas a este tipo de representación y construcción de imagen, percibimos un aspecto que Berger (2007, p. 64) ya ponía en relación con la posición de poder masculina respecto a la forma de representar a la mujer en la tradición pictórica occidental: «(...)en general en toda la tradición europea, la convención de no pintar el vello del cuerpo femenino contribuye al mismo objetivo. El vello se asocia con la potencia sexual, con la pasión. Y es preciso minimizar la pasión sexual de la mujer para que el espectador crea tener el monopolio de esa pasión. Las mujeres han de alimentar un apetito, no tener sus propios apetitos». Bajo este prisma de sumisión sexual, presentada de manera «inocente» encontramos a las porcelanas Lladró, dedicadas a la representación del desnudo femenino.

El cuerpo de la mujer, se presenta de nuevo como el único capaz de poseer contenido sexual, un contenido sexual pasivo, que se ofrece al hombre como parte activa, y se vuelve de nuevo a caer en mitificaciones culturales con un profundo sesgo machista como el caso de la versión cristiana del mito de Pandora, la figura

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.10.: Dos sensuales desnudos femeninos de Lladró. Eva de Salvador Debón, 1985, y la bañista del lago de Javier Molina. 2007.

de Eva, otra mujer causante de todos los males del mundo, acusada de ello por su propia condición sexual como mujer.

La versión de Eva que propone Lladró, es la de una joven casi niña, bastante más niña que mujer, desnuda y agachada, coge con una de sus manos la famosa manzana del pecado original, y dirige hacia ella su mirada. Una mirada que denota una mezcla de curiosidad y deseo irreprímible y que convertido en narrativa visual de carácter universalizador, otorga a todo el género femenino ese valor de debilidad, incapaz de vencer el deseo, y no contenta con ello, provocadora de que el hombre acabe también cayendo en el pecado y culpable por ello ni más ni menos que de los males de todo el conjunto de la humanidad. Sin duda un constructo visual derivado de la propia narrativa de creación y justificación social del poder y la hegemonía de los valores masculinos, sobre el valor asociado a la feminidad que Lladró recoge, asume y trata de legitimar.

El otro desnudo de la imagen (Figura 10.10, recupera un tema muy manido por la propia cultura visual y el arte en general, son cientos los casos de pinturas y esculturas, algunas de ellas muy celebres, de mujeres que son «retratadas» en el momento de la intimidad de un baño, a las que podríamos añadir las miles y miles de imágenes publicitarias y fragmentos de películas, con esta misma temática narrativa visual. Son además varias las figuras de bañistas de características

10. *La imagen percibida de Lladró.*

similares que podemos encontrar en la producción de Lladró, y que históricamente siempre resultaron una buena excusa para mostrar un desnudo femenino en plenitud, dentro de toda una tradición social, que tiene su reflejo en la cultura visual, de considerar la belleza como una cualidad esencialmente femenina.

El matrimonio.

Inmerso en el discurso de construcción visual que Lladró desarrolla en referencia a las identidades de género, dentro del idílico y utópico modelo social que plantea, el matrimonio asume un papel esencial en la idealización de ese orden de cosas presentadas como una estética del comportamiento y la asunción social. El matrimonio, constituye en esencia una construcción de imagen, y se establece como un referente esencial en el modo de vida establecido por la sociedad burguesa postindustrial, se establece como un discurso mitológico, en palabras de Barthes (2005, p. 236)

El gran casamiento burgués, seguido de un rito de clase (la presentación y la conjunción de las riquezas) no tiene ninguna relación con la situación económica de la pequeña burguesía; pero para la prensa, los noticieros, la literatura, se vuelve poco a poco la norma misma, si no vivida, al menos soñada, de la pareja pequeñoburguesa. La burguesía absorbe permanentemente en su ideología la humanidad que no posee, sus características profundas y sólo las vive en lo imaginario, es decir, en una fijación, y un empobrecimiento de la conciencia. Al difundir sus representaciones a través de un catálogo de imágenes colectivas para uso pequeñoburgués, la burguesía consagra la indiferenciación ilusoria de las clases sociales: a partir del momento en que una mecanógrafa con un modesto sueldo se reconoce en el gran casamiento burgués, la ex-nominación burguesa alcanza su completo efecto.

10. La imagen percibida de Lladró.

La importancia del componente estético y la construcción de una narrativa del acontecimiento, como un factor esencial en el desarrollo de la vida cotidiana de la nueva sociedad burguesa, fue elocuentemente estudiado en el transcurso de una exposición dedicada a estudiar la importancia de las fotografías como elemento testimonial ¹, de un acto a la vez privado y social, institucional y profundamente estético.



Figura 10.11.: Una promesa de amor. Alfredo Llorens, 2002.

Entre todos los acontecimientos de la vida cotidiana, el matrimonio se configura como el principal. En la mayoría de los casos, la biografía de un individuo se divide en un antes y un después de la boda. Este acto confirma el cambio de vida y, por tanto, se convierte en una de las ceremonias consustanciales del desarrollo familiar. Desde que nace la fotografía, ese acontecimiento privado y público a la vez, es uno de los temas privilegiados del nuevo medio de comunicación" (Ortiz y Bonet, 2000, p. 16).

¹Exposición celebrada en el año 2000 en las salas del Museu de Prehistòria i de les Cultures de València. Fotografías de Boda, testimonio público de una historia íntima.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

El propio Dorfles (1973, p.132) ya mencionaba que «los esposos y el matrimonio son fuente inagotable de Kitsch». De esta manera se avanzaba incluso unas décadas a lo que acabaría generando o degenerando en los espectáculos en los que han acabado convertidas las propias ceremonias de boda, sobre todo las ceremonias religiosas habitualmente mucho más cargadas de contenido estético, aunque algunas bodas civiles no lo desmerecen, y en la mayor parte desacralizadas y desvirtualizadas, se queda en el ámbito de lo adulterado del fetiche (Dorfles, 2010).

El matrimonio, que se vincula al tema familiar en las narrativas Lladró, y que en cualquier caso, está vinculado a Lladró, no únicamente desde el punto de vista iconográfico o de presencia temática en sus propias porcelanas, sino que va mucho más allá, empezando por la vinculación de las piezas Lladró, y el papel de función social que cumplen al ser en muchos casos, aun todavía hoy aunque con menor incidencia, regalos predilectos de boda. Y es que, y tal y como reconocen algunos de nuestros entrevistados, las porcelanas Lladró, han sido adquiridas de manera insistente, como regalos de boda incluso convirtiéndose en casi un icono de presencia obligada en estos acontecimientos sociales, y no faltando en las llamadas listas de boda, como pieza regalo.

Pero nosotros llevamos esta relación un poco más allá, vinculándola e insistiendo en su aspecto social, en los propios significados sociales que conlleva que estas piezas de porcelana se conviertan casi en símbolos del propio matrimonio. Regalos predilectos que sirven en definitiva para cerrar un período e iniciar una nueva etapa vital, entendido siempre bajo las premisas más tradicionales y conservadoras si se quiere, y donde la pieza Lladró está destinada a ocupar un lugar, un espacio contundente y visible en ese nuevo hogar que se forma y consume con el matrimonio.

Lladró ha jugado por tanto un papel en esa preponderancia visual en muchos hogares y familias, vinculado también en muchos casos a esa función significado-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

ra del momento de «oficialización» de ese hogar, pieza a la vez vinculante de esa unión y recuerdo, por tanto aurático, cargado de nuevos significados adheridos. Como sabemos, Lladró se constituye en un objeto destinado precisamente a ocupar un espacio en las vitrinas y estantes de los hogares, y es precisamente a partir del momento del matrimonio y la celebración de la boda, cuando desde un punto de vista tradicional, se constituía oficialmente ese nuevo hogar, al que ya podía ser destinada en lugar de privilegio una pieza Lladró, convertida no solo en recuerdo y regalo, sino también en símbolo de madurez y de responsabilidad familiar.

Obviamente en este espacio de relaciones y modelos sociales en porcelana, solo cabe un modelo de familia, y por tanto un modelo de matrimonio, como el único posible y digno de existir dentro, como no, de esa marcada línea de como debe ser el mundo según Lladró. Solo cabe el matrimonio certificado por la iglesia, solo cabe el matrimonio heterosexual entre un hombre y una mujer, que han de ser además necesariamente jóvenes y necesariamente hermosos, ya sabemos que no hay espacio para la apelación estética de la fealdad en Lladró, y han de ser jóvenes porque solo existe una edad «natural» y aceptada socialmente para el desarrollo de ese momento, y porque solo puede celebrarse legítimamente una vez en la vida en las narrativas visuales de Lladró.

No cabe aquí por tanto el matrimonio entre adultos maduros, que podría ser interpretado como segundas nupcias, y por tanto como narrativas de un anterior fracaso personal, y no hay lugar para el fracaso ni las segundas oportunidades en la perfecta narrativa estética e idílica de las porcelanas Lladró. Solo se representa ese matrimonio como la confirmación de un éxito, a través de una pieza que alude la celebración de las bodas de oro, y curiosamente una de las escasas piezas en las que son representados hombres y mujeres en edad avanzada.

Solo aquí se permite esa concesión a la vejez, insistimos, ausente casi por completo de la bella y joven estética idealizada en porcelana de Lladró, como recono-

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.12.: Bodas de oro, Francisco Catalá, 1976.

cimiento hacia esa consecución «natural» del matrimonio como unión para toda una vida, sin segundas oportunidades. Y curiosamente, esa concesión se hace a través de la distancia, de nuevo diacrónica y sincrónica, a la que tan acostumbrados nos tiene Lladró y para los que el presente y el mundo contemporáneo solo son una confirmación o una nostalgia de tiempos remotos, a la manera de arcadias felices. Así, nos presenta estas bodas de oro, con una pareja ataviada con trajes tradicionales irlandeses, remitiendo a esa huida o bien hacia el pasado, o bien hacia una recreación del mismo pasado, reforzando el valor tradicional y consustancial de la propia institución del matrimonio como hecho histórico.

Oficios y aficiones masculinos y femeninos.

Otro de los aspectos que resulta ciertamente llamativo en el análisis de las imágenes Lladró, y que posee una doble vertiente de distinción social y de género, es el del tratamiento y la presencia de las actividades de carácter deportivo, por una parte y el desempeño de actividades de tipo profesional por otra.

10. La imagen percibida de Lladró.

En el primer grupo, el de las actividades deportivas, es donde existe un mayor criterio de distinción de carácter social, además de un tratamiento muy jerarquizado al respecto de las posiciones de género.

Es el propio Bordieu (1988, p. 206) el que nos recuerda la importancia, en cuanto a posiciones de carácter social, de las actividades deportivas, distinguiendo claramente a sus practicantes como miembros de un determinado grupo social u otro: «al pasado de estas distribuciones: la imagen “aristocrática” de deportes como el tenis o la equitación, por no hablar del golf, puede sobrevivir a la transformación –relativa de las condiciones materiales del acceso a los mismos–, mientras que la petanca debe a sus orígenes a sus raíces populares y meridionales –doble maldición–».

Lladró centrará precisamente en estos deportes de clara vocación y origen aristocrático una gran parte de su producción dedicada a esta temática. Precisamente serán el golf, la equitación y el tenis, casi como si hubieran leído las palabras de Bordieu (1988), las que contarán con una mayor y rotunda presencia entre las porcelanas dedicadas a la recreación de la actividad deportiva, a los que habría que sumar la caza.



Figura 10.13.: Jugador de Golf. 1972 de Vicente Martínez y Saque de tenis. 1982 de Juan Huerta.

Tenistas y golfistas perfectamente ataviados con la indumentaria especial, propia del ritual deportivo-social, que en tiempos de la popularización de estas ac-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

tividades, se reafirman aun más en la indumentaria y el espacio y manera de practicarlos, con tal de no dar lugar a equívocos, y marcar claramente las distancias que los separan de otros grupos sociales, necesariamente situados en niveles jerárquicos inferiores a los suyos.

De este modo, en el caso del tenis, los miembros de clubes privados, que practican desde siempre y son mucho más estrictos que nunca con respecto al vestuario (camisa Lacoste, short -o vestido blanco-, calzado especial) y con todo lo que el mismo representa, se contraponen en todos los aspectos a los nuevos practicantes de los clubes municipales o de los clubes de vacaciones que hacen ver que el ritual en el vestuario no es un atributo superficial de la práctica legítima: el tenis que se practica en bermuda y T-shirt, en chándal o incluso en traje de baño o en meymba es de hecho otro tenis distinto, tanto en la manera de practicarlo como en las satisfacciones que proporciona Bordieu (1988, p. 209).

Este sentido aristocratizante o de clase, se ve todavía más reforzado por la propia esencia de tradición aristocrática, que ya hemos analizado, que posee el propio uso de la porcelana decorativa o artística, generando de nuevo una doble vertiente de significados de la imagen, insistiendo en la propia constitución del material como proyección de imagen.

De hecho, y en esta misma línea, encontramos junto al golf, el tenis y la caza, como prácticas deportivas privilegiadas, otras representaciones de entre las cuales destaca el fútbol. Y la destacamos en nuestro análisis por varias razones.

En primer lugar, y continuando con nuestro argumento anterior, las porcelanas dedicadas a narrar o representar este deporte, resultan hasta cierto punto extrañas y un tanto fuera de lugar, debido por supuesto, a nuestro propio bagaje cultural y visual. Una cultura visual que asocia y entiende a la perfección la relación establecida entre materia aristocrática y deporte aristocrático, celebrando

10. La imagen percibida de Lladró.

incluso como «natural» la fusión que se produce entre ambas concepciones. Las figuras dedicadas al fútbol, poseen en cambio una cierta contradicción inherente entre materia y forma, entre una práctica cultural tremendamente popular y una materia que continuamos asociando a un gusto aristocrático, aunque este hecho, en el caso de Lladró, se sitúe lejos de la práctica real de consumo de la mayor parte de sus piezas.



Figura 10.14.: Futbolistas, de Fulgencio García. 1992.

El contraste se establece en esa doble vertiente de la que hablamos, como se puede apreciar en la imagen, en la manera en que Lladró representa los llamados deportes aristocráticos y los deportes populares. El fútbol, deporte masculino por excelencia, es representado de forma tremendamente dinámica, como en un instante de movimiento congelado, con enorme tensión, fuerza y acción, como el caso de los jugadores detenidos en plena carrera en lucha por el balón, o el caso de la figura catalogada con el número 1266, donde un grupo de futbolistas se elevan buscando el balón en un salto, formando una espiral de movimiento ascendente y cuyo resultado final, nos muestra hasta cierto punto una imagen bastante esperpéntica, muy poco acertada y donde materia y forma parecen desafiarse mutuamente.

Ambas imágenes nos alejan mucho del prototipo o canon establecido por Lladró, y que se ha convertido en una propia definición de marca, más propia de instantes pausados, de movimientos que sugieren más bien poses que muestran

10. La imagen percibida de Lladró.

acción, que si aparecen muy claramente en las imágenes que representan el golf, el cricket, el tenis o la hípica, deportes todos ellos no exentos de acción o movimiento, pero cuya transposición cerámica se adecua perfectamente al contenido de la representación y acaba por definir y conformar la propia estética de Lladró.

Lladró tiene una amplia serie de figuras dedicadas a narrar toda una selección de oficios y profesiones, de cuyo análisis también podemos extraer conclusiones respecto a la imagen colectiva que una parte de la cultura occidental, de la que emanan en última instancia la mayor parte de imágenes del catálogo Lladró, tiene de todas estas cuestiones de ámbito social y cultural.

Lladró reafirma la visión bucólica y absolutamente falsa de ciertos oficios y trabajos cuya dureza extrema y penurias reales son substituidos por una mirada dulce y una visión melancólica y contemplativa, que ciertamente no es exclusiva de Lladró, y que como ya hemos afirmado, entronca con visiones culturales fuertemente arraigadas en nuestra propia cultura visual.



Figura 10.15.: Pastor en descanso. Fulgencio García. 1970

Las imágenes de pastores (Nº de referencia Lladró 4571, 4834, 1252, 342.13, 1104 o 4554) con miradas perdidas en el vacío, absortos en sus pensamientos y diva-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

gaciones, dedicados por entero a la vida contemplativa, nos remiten sin duda a esas leyendas plenamente bucólicas de sabios pastores filósofos que viven entre sus rebaños refugiados y alejados del mundo. Además, la mayor parte de oficios y profesiones nos remiten a referencias del pasado, no solo respecto a profesiones que en sí mismas, y aunque todavía existan como los propios pastores, son consideradas del pasado, obviamente, de un pasado plenamente idealizado, sino también de profesiones de plena actualidad, que son representadas en un alejamiento diacrónico con sus respectivos tipos históricos.

De este modo, encontramos muchas representaciones de médicos, soldados, arquitectos, profesores, jueces, etc. pero convertidos en figuras de porcelana de sus respectivos colegas del s. XVIII o XIX, o alguna concesión a representaciones más modernas de principios del siglo XX, como excepción. El alejamiento histórico, siempre permite una mayor facilidad en la construcción de tipos idealizados.

Respecto a las cuestiones de género hay una clara diferencia entre las profesiones y deportes que son representadas con una figura masculina frente a las que lo son con una figura femenina. Las primeras son abrumadoramente mayoritarias, mostrando además unos roles previamente establecidos entre que tipo de oficios, profesiones o deportes son más «adecuados», para hombres o para mujeres, reforzando de esta manera las imágenes estereotípicas que ya existen en nuestras propias sociedades.

No podemos dejar de recordar, y ya van varias veces, que las imágenes nunca son inocentes, y que mostrar o construir una determinada narrativa supone una elección previa, y mucho más en este tipo industrias dedicada precisamente a la construcción de imágenes sociales en porcelana, y donde nada se deja al azar.

Si existe un símbolo por excelencia del omnipresente e histórico poder masculino sobre el femenino, y que además está profundamente cargado de estética y de cultura visual, es la filiación del poder masculino a la violencia como valor

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.16.: Legionario. salvador Furió. 1972

propio del hombre y como forma de imposición de ese poder, sobre las propias mujeres, pero también sobre otros hombres. Especialmente adherida a la llamada violencia «legitimada institucionalmente» y ejercida a través de las funciones policiales y militares.

Las funciones militares y policiales, vienen, queramos o no, asociadas a un mundo de valores profundamente masculinos, a pesar de que en la actualidad sean muchas las mujeres que ya ejercen y forman parte de este mundo, hasta hace poco vetado a los hombres, pero ante ello cabe preguntarse, como muy bien hace Aliaga (2007, p. 25) en el texto citado a continuación, si en realidad no es una simple asunción por parte de las mujeres de los valores dominantes masculinos, que siguen siendo preponderantes, y hasta qué punto este aspecto acaba siendo verdaderamente positivo.

(...) la ideología militar es siempre y estructuralmente masculina, a pesar de la existencia de un contingente de mujeres en la tropa, en particular en ejércitos contemporáneos (Israel, Estados Unidos, Irán). Estamos sin duda ante un verdadero reto epistemológico y una pregunta parece obligada: ¿las mujeres soldado que han participado en las torturas aplicadas a iraquíes en la cárcel de Abu Ghraib, actúan como «mujeres» o se comportan como «hombres».

10. *La imagen percibida de Lladró.*

Son muchos los ejemplos, dentro de toda la producción Lladró, en las que el hombre aparece representado asumiendo papeles directamente vinculados a la función militar, presentada ésta de manera heroica y ennoblecida, ocultando la verdadera realidad y miserias de la guerra y la violencia y crueldad que encierra. De hecho, el uniforme, el cargo militar no hace más que construir una imagen de poder masculina estéticamente muy bien estructurada.

Solo necesitamos analizar la imagen de la pieza de porcelana del legionario de Lladró para corroborar nuestras apreciaciones. Una representación absoluta y terrible de la superioridad masculina y de las representaciones de la virilidad, el uniforme, el gesto desafiante, la función de la violencia legitimada que supone el cargo militar, y lo más evidente, el sentido fálico del arma empuñada y sujetada con una de sus manos justo entre las piernas. Una imagen, que podríamos relacionar con los dibujos de Sáenz de Tejada como representación de la virilidad y la masculinidad (Aliaga, 2007, p. 188).

Se perpetúan una y otra vez, a través de los medios de la cultura visual contemporánea, Lladró es solo uno de ellos, imágenes que de una manera u otra poseen su función pedagógica, que no por ello positiva, y nos muestran repetidamente como debe ser el mundo, mediante la televisión, la publicidad, o las imágenes industriales que crea Lladró.

Jueces, soldados, artistas, médicos, policías, arquitectos, cocineros, etc., el papel reservado a la mujer en la serie dedicada a relatar profesiones llega a ser presentado como algo anecdótico o altamente excepcional, o bien son representadas desempeñando trabajos considerados más «apropiados» para una mujer.

En el primero de los casos, encontramos algunas piezas que hacen esta concesión extraordinaria con la representación de una mujer ejerciendo las labores profesionales de la física, desarrollando sus quehaceres científicos en un mundo dominado por los hombres. El resto de representaciones de trabajos desarrollados

10. *La imagen percibida de Lladró.*

por mujeres son aquellos que se suponen más vinculados a este género, siendo varias las enfermeras, comadronas o maestras que aparecen, éste último desempeño, compartido con hombres.

Basándonos en el catálogo oficial de Lladró, en la serie dedicada a relatar las profesiones, de un total de ochenta y tres piezas, solo diez mujeres forman parte de ese catálogo de las profesiones del mundo entendido según Lladró, de ellas, tres enfermeras, una comadrona, tres maestras, una anciana vendedora de castañas, una física, y la representación de una periodista con su maletín, un cuaderno y una grabadora.

Otra presencia femenina de esta serie, que aparece en un interesante pieza analíticamente hablando, corrobora aun más esta división del trabajo por géneros. Se trata de una porcelana titulada Alegoría, supuestamente Alegoría al trabajo, en la que aparecen dos hombres levantados, un herrero con su yunque y su martillo al hombro, un labrador, y a sus pies una mujer sentada trabajando en la decoración de una pieza de cerámica sobre un torno. Curiosamente, la mujer lleva un tocado típico de las labradoras valencianas en su peinado. Esta pieza resume perfectamente la visión otorgada por Lladró a la división del trabajo y a sus propias narrativas de género.

Los dos hombres se mantienen de pié, erguidos y en actitud de superioridad por encima de la mujer, que permanece sentada a sus pies, una clara significación de sumisión y jerarquía. Ambos representan, a nuestro juicio, la fuerza bruta y la inteligencia necesaria para dominar la tierra y obtener sus frutos de ella. La mujer queda supeditada a meras labores decorativas, ni siquiera aparece elaborando o trabajando el barro, únicamente decorando la parte final, y el sentido «decorativo» de la propia mujer se ve reforzado por los ornamentos que visten su cabeza de valenciana, que ya hemos mencionado.

En el fondo, y llevando la interpretación de esta pieza un poco más allá, se trata de una alegoría de la propia empresa Lladró, además de representar el concepto

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.17.: Figura Alegoría al trabajo. Julio Fernández. 1965

del mundo que Lladró posee, narra la propia división del trabajo en su factoría, el peinado de valenciana es un guiño claro en este sentido, y la mujer, podría ser en realidad cualquier trabajadora de Lladró en su quehacer diario en la empresa.

Otra clave que nos permite desarrollar esta interpretación, es el diferente tratamiento que se hace del labrador y del herrero. Este último representando claramente la fuerza bruta, con brazos y espalda ancha, fuertemente desarrollada, en cambio, el labrador se nos presenta con una complexión física bastante más débil, con los hombros caídos, delgado y sin dejar vislumbrar su musculatura, como dejando entrever que es más necesaria la inteligencia y la astucia que la fuerza bruta en este trabajo. Las miradas de uno y otro, acaban de reforzar nuestras impresiones, el labrador con una pose mucho más digna y una mirada altiva y desafiante y dirigida hacia el cielo, como preocupado, a la vez que seguro de sí mismo y de su trabajo, frente a las posibles inclemencias del tiempo.

Mientras, la mirada del herrero está dirigida hacia el suelo, en actitud completamente diferente a la del labrador, situándolo, un peldaño más abajo de la dignidad de éste. Todo un homenaje a la figura y el trabajo del campesino y de

10. *La imagen percibida de Lladró.*

la tierra, que nos remite a los propios orígenes de los hermanos Lladró, nacidos en el seno de una familia de labradores, trabajando ellos mismos el campo en sus inicios y sobre todo sirviendo de homenaje a la figura y el trabajo de su padre, al que muestran un respeto y devoción enorme, tanto en sus declaraciones y escritos como en su propio trabajo. Todos estos factores hacen de esta pieza algo bastante excepcional y cargado de valor.

Ciertamente, si hay algo que caracteriza a la obra de estos empresarios valencianos, es que trasladan sus convicciones y valores morales y éticos, independientemente de que estemos de acuerdo o no o los consideremos más o menos adecuados a nuestros propios valores ideológicos, a sus productos, cosa bastante poco habitual entre quienes se dedican al mundo de la empresa, que saben distinguir perfectamente sus ideas y pensamientos de su negocio. Lladró, en cambio, convierte estas convicciones morales y religiosas en la propia base narrativa de sus piezas, persiguiendo incluso una finalidad pedagógica y moralizadora con estas, como estamos comprobando en el desarrollo de la tesis doctoral.

Familias de porcelana y la estética de la inocencia infantil.

Dentro de la construcción de un mundo propio que Lladró desarrolla, dedica a la familia un lugar especial por muchas razones. En primer lugar, Lladró se constituye e inicia como una empresa familiar, sus fundadores son tres hermanos, su primer espacio de trabajo será el propio domicilio familiar, y sus propios hijos asumieron también un papel fundamental en el desarrollo posterior de la empresa, por lo que prácticamente toda la familia Lladró forma parte de una manera u otra de la propia empresa y marca. Por cierto, una marca que no hace más que resaltar el propio apellido familiar.

Por otra parte, Lladró siempre ha asumido una visión muy conservadora del mundo, y también del propio concepto de familia, aspecto que se trasluce clara-

10. La imagen percibida de Lladró.

mente en sus creaciones, respondiendo a ese sentido moralizador que ciertamente toda su producción mantiene. En este caso para reafirmar y legitimar todavía más un modelo de familia determinado muy anclado en ciertos roles asumidos como «naturales», precisamente por la perpetuación de una imagen que deriva hacia una determinada narrativa de familia, que cada vez más es necesario revisar y poner en cuestión, sobre todo en lo referido a los conceptos de maternidad y paternidad.



Figura 10.18.: Maternidad. 1970 de Antonio Ruiz y el mismo tema de Fulgencio García. Imágenes que reflejan el papel de la mujer y la relación íntima establecida con sus hijos.

Partiendo del propio catálogo Lladró (AA.DD, 2003) y del apartado que ellos mismos dedican a la creación de imágenes en torno a la construcción identitaria de lo que sería, según Lladró, una familia, encontramos exactamente 55 piezas. Imágenes en las que se relata una narración que activa relaciones exclusivas entre una madre y su hijo, su hija o ambos sin ninguna presencia ni referencia a la imagen del padre, frente a ello, tan solo 14 piezas se dedican a relatar las relaciones que se establecen entre un padre y sus hijos. Únicamente 3 piezas reflejan a todo el conjunto familiar de la madre, el padre y sus hijos, el resto de piezas relatan relaciones entre los hijos y sus abuelos o simplemente entre estos últimos.

Este hecho en sí mismo, ya nos delata las verdaderas posiciones respecto a la construcción familiar que Lladró representa y valoriza, donde el núcleo del seno

10. La imagen percibida de Lladró.

familiar se establece sobre todo frente a la figura de la madre en relación con sus hijos, relegando al padre a una misión secundaria, más ajena a la propia intimidad familiar y centrada sobre todo en su ausencia debida a sus supuestas obligaciones laborales, según el rol asignado socialmente y reafirmado y reforzado por las imágenes analizadas.

Si profundizamos un poco más en el análisis de estas mismas imágenes llegamos a vislumbrar además, los distintos tipos de relación asignados a cada miembro del núcleo familiar, madre o padre, para con sus hijos. Por una parte, el padre es relegado a asumir un papel activo, en el sentido de actividades y acciones que este comparte con sus hijos y asumiendo la relación un papel más externo y superficial. La narración de cuentos, los juegos de construcción o la práctica de los deportes, son algunos de los papeles que Lladró le reserva a la figura del padre, asumiendo como propia una práctica social bastante extendida y que asocia lo masculino y el papel del padre a aspectos relacionados con la acción, vinculándose al rol de supuesta virilidad masculina.



Figura 10.19.: Casita para la nena. (1982) de Vicente Martínez y Pescando Juntos (1998) de Salvador Furió. Imágenes de relaciones de acción de los padres con sus hijos.

En cambio, las imágenes que nos muestran a la madre y sus hijos, lo hacen estableciendo una relación de comunicación y intimidad máxima entre ambos, con miradas cómplices, actitudes y gestos de interacción y compenetración máxima

10. La imagen percibida de Lladró.

y, lo más importante de todo, sin la necesidad de afirmar esa relación o momento en el espacio compartido de una actividad concreta, que parece estar reservada a la figura del padre.

La presencia dominante de la figura del padre, sobre el resto de los miembros de la unidad familiar, que insistimos, la narrativa de Lladró solo concibe de una determinada manera, profundamente patriarcal, como patriarcas se muestran ellos de su familia y de su propia empresa a lo largo de toda su trayectoria. En casi todas sus publicaciones, así como en la propia página web de Lladró se incide en la importancia del concepto de familia en el propio proceso de creación visual de Lladró, así, podemos leer por ejemplo:

La historia de Lladró es la historia de una familia. Por este motivo, las relaciones familiares ha formado parte, desde el principio, de su obra. Los hermanos Lladró representaron a sus propios padres en algunas de sus primeras piezas. En ellas, se puede encontrar el germen de lo que se ha ido consolidando como una de las fuentes de inspiración más fértiles del universo Lladró.



Figura 10.20.: Armonía familiar. Pieza de Francisco Polope del año 1995.

10. La imagen percibida de Lladró.

Como podemos observar claramente en la pieza de Francisco Polope, *Armonía familiar*, (Figura 10.20) la construcción del núcleo familiar se establece de forma jerarquizada y piramidal, partiendo de la propia construcción visual, cargada de potentes significados entorno a como entiende Lladró, y por ende una parte de la sociedad más conservadora, lo que debe ser una familia.

La figura incontestablemente central, y cuya presencia visual se impone de manera rotunda, es precisamente la del padre, que aparece representado como el protector y garante del todo el conjunto familiar. La figura masculina se impone en una visión profundamente tradicionalista y conservadora del propio concepto de familia, en la cual es el varón, el hombre, el que procura el sustento, mantiene y protege a la débil mujer, cuya función aparece también en la imagen perfectamente tipificada, que es principalmente la del cuidado de los hijos.

La imagen no deja de resultar todo un alegato pedagógico hacia determinadas formas de comportamiento social, que se sobrentienden como las «normales» y «correctas», y su intención es contribuir a fomentar esa visión y actitudes, y todos y cada uno de los elementos que la componen juegan un papel en ese sentido. El padre como cabeza de familia y protector, situado por encima del resto, con los brazos a punto de posarse sobre los hombros de su esposa, en una actitud clara de sentirse capacitado y con la responsabilidad social de protección hacia su familia. La mujer en clara desventaja jerárquica, aparece sentada, ocupándose de una de las dos niñas. La otra hija más mayor, dirige su atención hacia la pequeña, predisponiendo de esta manera al género femenino hacia las labores de maternidad y el cuidado de niños.

Por el contrario, el interés del niño se centra de manera exclusiva en la pelota que tiene a su lado, y se desentiende por completo de cualquier acto de ternura o amor, valores supuestamente más vinculados a lo femenino. Al niño se le reserva la acción, incluso la violencia que muchas veces acompaña al juego, y cualquier gesto de amor o complicidad hacia su hermanita pequeña se sustituye por un

10. *La imagen percibida de Lladró.*

profundo desinterés por la escena, presuponiendo la rudeza o la dureza de carácter como valores de la masculinidad, ya a temprana edad. El padre tampoco participa de la escena que sucede entre la madre y sus dos hijas, o lo hace desde la distancia parcial de la ya citada protección, ya que ni siquiera toca a su mujer con la mano, solo inclina ligeramente la cabeza y la mirada sin perder la altivez, y sumando al componente protector, el componente del sentido de propiedad.

Todo ello no forma parte en absoluto de ninguna estructuración física o «natural» en referencia a los géneros, es un simple producto cultural, que va siendo progresivamente asumido y reconvertido o presentado como la forma natural de las cosas, en gran parte por la propia cultura visual y las narrativas que ésta genera. Lladró es un claro ejemplo generador de narrativas profundamente ancladas en construcciones culturales que han de ponerse en cuestión a través de la crítica, y mucho más cuando se trata de enmarcar todo ello de un halo de pureza e inocencia en su conjunto.

Lladró apostará siempre por la idea de la universalidad de sus narrativas visuales, ofreciendo al mundo una serie de valores como los únicos valores posibles a tener en cuenta, y en lo referido al modelo de construcción familiar que propugna, su propuesta de universalización, no va más allá de ofrecer una versión de similares características a la de la pieza analizada, comercializada el mismo año que la anterior y obra del mismo escultor, pero en este caso, con una familia de raza negra como protagonista.

En todo caso, se trata de una curiosa forma de universalizar, cambiando simplemente el color de la piel, se presenta a una familia de raza negra americana, pero perfectamente adaptada al modo de vida de la sociedad blanca occidental norteamericana. Se perpetúan nuevamente en la imagen los roles establecidos entre hombre y mujer, presuponiendo que estos roles son «universales» y han de ser también adaptados por otras razas, por otras culturas, ya que hay una asimi-

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.21.: Amor familiar, de Francisco Polope. 1995.

lación cultural de los modos occidentales muy clara en la imagen que Lladró nos presenta.

El hombre vuelve a ser el protagonista indiscutible de la escena y vuelve a presentarse como el cabeza de familia, y a pesar de que esta vez aparece sentado, en ningún caso se sitúa en una posición de igual a igual con la mujer, a la que se le ha reservado el suelo, para que no se alberguen dudas de quien está por encima de quien, y yace sentada a los pies del marido. De nuevo ocupada en la labor de cuidar a la más pequeña de la familia, mientras el marido observa desde arriba.

Inútil resulta la concesión que el escultor de Lladró hace esta vez, dejando interactuar un poco más al padre en la escena familiar, agarrando a una de sus hijas con el brazo, que permanece sentada en su pierna encargada de cuidar a su pequeño osito. El gesto, acompañado del otro brazo que se posa sobre el hombro de la mujer, vuelve a reforzar la idea del cabeza, hombre y protector del resto de miembros de la familia, y del que no se desprende en ningún caso un reparto igualitario de responsabilidades.

10. *La imagen percibida de Lladró.*

El otro hombre que aparece en la escena, el hijo varón, muestra una aparente mayor interacción y complicidad con su familia, respecto al niño de la escena anterior de la familia blanca, no obstante su pose profundamente arrogante, apoyando el brazo sobre las caderas de su madre, en un gesto que parece querer asumir parte de la responsabilidad del padre en el cuidado, protección y propiedad de la familia, así como su acción —está concentrado en la lectura y por tanto, alejado mentalmente del entorno familiar— contribuyen a desmentir esa primera y falsa impresión.

En esta ocasión, de nuevo a la pieza le acompaña un texto en la propia página web oficial de Lladró, que nos sirve para corroborar y reforzar algunas de nuestras conclusiones respecto al análisis de la pieza y su relación con el concepto de familia que se propone, dice así literalmente:

Las escenas que, como «Amor familiar», muestran la intimidad del hogar, la intensa relación entre padres e hijos, han estado siempre entre las más apreciadas por el público de Lladró. No es extraño, pues pocos valores hay tan universales, tan capaces de conmover a gentes de todas las religiones y culturas, como el amor paterno.

Curiosamente es esta exaltación familiar desmedida, no solo de un tipo de familia predeterminada y anclada en unos determinados constructos sociales, sino también el excesivo sentimentalismo idealizador, que fragmenta, oculta y distorsiona gran parte de la realidad social, se convierte precisamente por eso en más dañino. Así lo definía Dorfler (1973, p. 129), en contradicción absoluta al texto anterior, en el ya celeberrimo e histórico estudio sobre el kitsch:

Es ya evidente que cualquier exaltación ambigua, no genuina, lacrimosa o retórica de un sentimiento, conduce a esa actitud típicamente Kitsch que puede definirse como “sentimentalismo”. Y por consiguiente, no debe sorprender que uno de los terrenos más apropiados

10. *La imagen percibida de Lladró.*

para albergar actitudes “sentimentalísticas” sea el de la familia. Si los vínculos familiares figuran —o deberían figurar— entre los más fuertes y espontáneos, eso no impide que —precisamente por el hecho de que no siempre es así— la glorificación y la exaltación de tales vínculos pueda, más de una vez, sonar a Kitsch.

Esta estética de la familia y de la exaltación desmedida del sentimentalismo más profundo, nos lleva hacia la propia presencia y utilización de la imagen de los niños y la infancia en toda la estructura narrativa de las porcelanas Lladró.

Y es precisamente este un aspecto importante que no podemos en ningún caso pasar por alto. La presencia de los niños, la infancia y la belleza juvenil como protagonistas de una gran parte de sus porcelanas. Curiosamente, y como una propuesta de diferenciación respecto a la propia historia, Panofsky (2004, p. 93) nos recuerda que precisamente los temas infantiles, o de recién nacidos, es un tema muy poco habitual en las imágenes figurativas de la propia historia del arte en referencia a su papel como protagonistas principales de las grandes obras, lo que ofrece un aspecto aún más destacado, llamativo y personal al recurso a esta temática por parte de Lladró.

Se trata además, de un aspecto diferencial que está presente en Lladró desde algunas de sus creaciones más tempranas, niños pastores, niñas bailarinas o monaguillos, son algunas de las primeras imágenes en las que Lladró utilizará el recurso visual de la infancia, vinculándolas en algunos casos incluso a otra de sus narrativas principales, la propia imaginería religiosa, mediante la relación entre infancia, inocencia y pureza, para tratar de consolidar su personal estética de la inocencia, hablamos de la imagen iconográfica de los ángeles.

La representación de ángeles ha sido una temática tratada amplia y profundamente en la historia del arte occidental, obviamente de raíz cristiana, y que forma una parte importante de esa cultura visual adquirida, partiendo de las miles de

10. *La imagen percibida de Lladró.*



Figura 10.22.: Querubín juguetero, obra de José Puche. 2002

formas de representación y de imágenes que desarrollan las narrativas de ángeles en todas sus variedades y acepciones. Tema recurrente y permanente que alcanza al propio arte contemporáneo e incluso a las obsesiones de algunos coleccionistas privados que han llegado a constituir incluso museos focalizados en esta misma temática. No obstante los ángeles, y mucho más los ángeles niños, han tenido siempre un papel menor, y en ningún caso protagonista.

Un ejemplo paradigmático de ello podría ser la propia obra de uno de los grandes del renacimiento italiano, el propio Rafael y su celeberrima imagen de La Madonna Sixtina, que constituye la referencia más clara y famosa de este tipo de representación de ángeles asociados a la propia inocencia de la infancia, y que ha tenido su parangón y repercusión hasta nuestros días. Convertidos esos pequeños ángeles en una iconografía con voz propia, desligados ya de su referente visual pictórico de acompañamiento a la propia imagen de la Virgen, y presentes, casi como recurso ya estrictamente comercial, en diseños de todo tipo, como demuestra la imagen de referencia, extraída de un rótulo comercial.

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.23.: La Madonna Sixtina de Rafael y su celeberrima representación de niños ángeles, convertidos en iconos contemporáneos.

Por lo que respecta a Lladró, ya hemos hecho múltiples referencias durante el transcurso de esta tesis, a la herencia que Lladró reclama en todo momento respecto a la propia historia del arte occidental, constituida en su base iconográfica, formal y filosófica. En este caso, la temática del ángel entronca a la perfección con los valores estéticos, morales y socioculturales que la marca genera y proyecta, los valores de inocencia y pureza, independientemente de su cuestionamiento, y sobre todo la propia reclamación y autoafirmación de la propia empresa y sus directivos y fundadores los propios hermanos Lladró, respecto a la religión cristiana y católica, que afirman tener como uno de sus puntales ideológicos y morales.

Este aspecto garantiza y justifica la presencia del tema y la imagen religiosa cristiana pero no que tipo de imagen ni de qué forma se elabora y presenta esta imagen, aspecto que tratamos observando una pieza como «Querubín juguetero». No hay duda que tipológicamente, esta pieza nos remite a toda una tradición de representación pictórica y escultórica de raíces italianas, en la representación de los modelos *Putti*, y que hemos visto ejemplificada en la obra de Rafael.

Pero no es menos cierto, que si bien estos modelos nos remitían a un tipo de inocencia vinculada mucho más a su propia función y faceta religiosa y siempre asociados a una imagen jerárquicamente superior, los que nos presenta Lladró van mucho más vinculados a su faceta de consolidación de la propia estética de

10. *La imagen percibida de Lladró.*

la inocencia como valor en sí mismo. Es decir, se supedita claramente el valor religioso, que a pesar de todo sigue presente, sin olvidar tampoco de nuevo la propia referencia al gran arte occidental, y todos los valores culturales y artísticos que lleva asociado un modelo como éste, hacia la propia imagen de la representación de la inocencia que sin duda asociamos directa y conceptualmente a la infancia.

Una inocencia que las pequeñas alas que el niño porta a su espalda, contribuyen sin duda a reforzar en nuestro propio imaginario colectivo, y del que no es difícil rastrear su propia permanencia y su rastro cultural en expresiones lingüísticas de uso cotidiano como las de «parecer un angelito» o directamente «ser un angelito», siempre vinculadas a la propia etapa de la infancia. La ecuación niño y ángel, se repite en una enorme número de piezas de toda la colección Lladró que nosotros hemos condensando con la pieza del «Querubín Juguetón».

Pero si ahondamos un poco más en esa estética de consolidación de la inocencia a través de la imagen de los niños que Lladró nos presenta, podemos llegar a otro tipo de conclusiones que nos remiten más que a un mundo infantil o al reflejo de un mundo de las propias realidades, sueños y anhelos de un mundo infantil, a un mundo de la infantilización de los deseos adultos.

Lladró más bien nos presenta un mundo, como decimos, más que infantil, infantilizado, mucho más conectado a los deseos y las miradas de los propios adultos, no olvidemos que es un producto estético orientado a adultos. Se trata de un mundo de adultos y para adultos que en el fondo no hace más que proyectar esos deseos inalcanzables y vinculado a ese kitsch idílico y melancólico (Olalquiaga, 2007) del que tanto hemos hablado en esta tesis, y que conecta y está ligado íntimamente a toda la narrativa emanada de la propia estética definidora de Lladró.

Los niños que nos presenta Lladró, son niños que asumen y ejemplifican actitudes adultas, y de esta forma son representados como niños cazadores, pastores, músicos, deportistas, incluso soldados, y cuando esos mismos niños realizan acciones o representan un papel más propio de su edad y actitudes, esas mismas

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.24.: Un niño lechero y un niño torero, piezas de Salvador Furió, 1972 y José Roig, 1982

actitudes se vuelven a presentar mediante rostros y miradas artificiosas, poses profundamente serenas y actitudes melancólicas, o cuando menos se nos muestran casi como posando a la manera de pequeños héroes de la tragedia griega.

Así mismo, a las niñas, se las representa bajo un prisma claramente conservador, en una posición social que las vincula a tareas supuestamente consideradas femeninas, y en su abrumadora mayoría, estas representaciones de niñas, aparecen vinculadas a la imagen de las flores, en relación a pequeños animales o en escenas propias de la galantería o la coquetería, siempre en una posición y actitud mucho más pasiva, y casi nunca, tal y como pasa con sus correspondientes varones niños, representando un supuesto oficio o acción de carácter profesional.

En el fondo, todo forma parte de esa estética del deseo proyectado, de los anhelos y recuerdos de una infancia perdida, no solo ésta entendida como una edad o etapa de la vida de cada uno de nosotros, sino como un concepto mucho más amplio y complejo. En referencia casi a esa edad pura, mítica y legendaria, inexistente en definitiva en la que a todos nos gustaría vivir eternamente. Estos niños y

10. La imagen percibida de Lladró.



Figura 10.25.: Dos representaciones de la imagen de la niñas según Lladró. Niña recogiendo flores de Antonio Ramos, 1992 y Mi amiga la mariposa, 1989 de Francisco Polope.

niñas de porcelana, nos remiten sin duda a ese mundo categórico y ficticio en el que nos gustaría situarnos, pero en su propia materialidad y esencia, mediante su propia condición de porcelanas, nos recuerdan a la vez que su lugar es del propio espacio mitificado del arte idealizador e idealizado, y que mejor material que la mítica, mística y frágil porcelana, para constatarlo.

Dentro del enorme repertorio de imágenes figurativas de Lladró, encontramos las que están dedicadas a la representación de animales, y que nosotros vinculamos conceptualmente y asociamos discursivamente con el refuerzo de la propia estética de la inocencia infantilizada.

Curiosamente, el animal representa aquellos valores más alejados del propio espíritu de la modernidad racional ilustrada. El hombre representa la razón, el animal la irracionalidad, el hombre representa la cultura y la civilización, el animal representa un estado salvaje y ahistórico o prehistórico, sobre todo si nos atenemos a animales no domesticados, como el caso que nos ocupa.

10. La imagen percibida de Lladró.

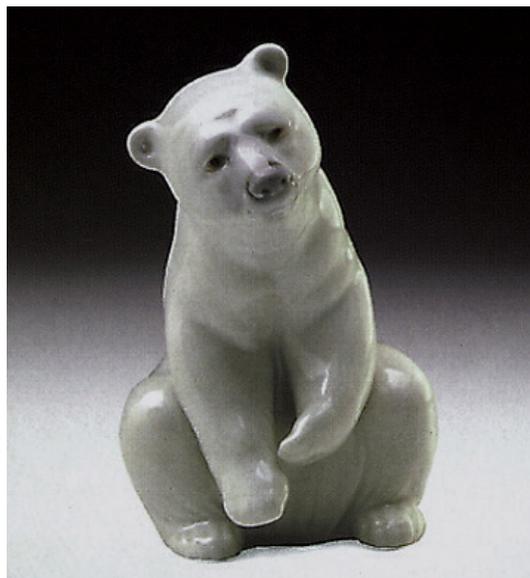


Figura 10.26.: Osito bonachón blanco. Juan Huerta. 1972

Los animales han sido un recurso infinitamente utilizado tanto en el arte como en la literatura, mucho más si cabe en esta última a través de cuentos, leyendas y fábulas, en las que se le otorgan valores y actitudes humanas. Aunque tradicionalmente, en la historia del arte, el animal en sí mismo, nunca ha sido objeto de representación prioritario de los artistas, o mejor dicho, nunca ha sido objeto de una gran valoración desde la perspectiva de la crítica y la cultura de elevado rango, pasando a ser este tipo de obras consideradas de segunda fila o bajo una mirada más decorativista, ya que no habla sobre las grandes narrativas de la historia religión, mito o la propia historia en sí misma.

En este punto es por tanto coincidente con nuestro objeto de estudio, aunque tal y como demuestra una muy reciente tesis doctoral vinculada precisamente al ámbito cultural valenciano en el que nosotros también nos movemos, los valores y espacios estéticos en los que se movía la escultura, si se quiere no industrial o de autor, se alejan, –salvo excepciones muy poco significativas–, de la conceptualización y el discurso general de Lladró, que nosotros asociamos definitivamente a esa narrativa de la infantilización y no, en nuestro caso y como sí se dio en la

10. La imagen percibida de Lladró.

escultura valenciana de los años 1920-1930, a «un universo de experimentación formal y en un territorio de innovación temática» (Morant Mayor, 2011, p. 144).

Nosotros hemos decidido vincular la propia temática relativa a la representación de animales en Lladró, con esa estética infantilizada de la inocencia a la que aludimos, ya que las actitudes y la forma de representación de estos, viene pareja con la propia forma de representar a los niños.

Los animales de Lladró, a diferencia de muchos de los animales de las fábulas tradicionales donde en muchos casos se refuerzan sus características negativas intrínsecas a su propia condición salvaje o directamente asumidas de los propios caracteres negativos del ser humano mediante un proceso de personificación, solo son inocentes, virtuosos y dóciles, caracteres que se perciben claramente de sus poses, gestos y actitudes. Son sin duda animales con almas de niño, eso sí, de un niño Lladró, profundamente virtuoso e inocente hasta la extenuación, incluso en sus propios defectos presentados como virtud.

10.4. Lo exótico y lo otro, etnocentrismo y estereotipos proyectados.

Uno de los aspectos, quizá más succulentos, si se nos permite la expresión, de una investigación crítica que aborda la construcción de imágenes del universo de la cultura visual, es la cuestión que hace referencia al desarrollo de narrativas de identidad colectiva, en torno a las cuales el papel de la estética se convierte en esencial.

En cualquier caso, y tal y como estamos desarrollando a lo largo de toda la tesis, la relación que se establece entre elaboraciones estéticas determinadas y simbologías de identificación colectiva, que acaban derivando en estereotípicas

10. *La imagen percibida de Lladró.*

construcciones culturales, es profunda, permanente y casi de características universales.

Si a lo largo de toda la tesis, la cuestión del estereotipo, permanece vigente como elemento esencial en nuestra aproximación a las imágenes Lladró, todavía es más pertinente, si cabe, en este punto dedicado a las imágenes y a las estéticas de identificación colectiva. Acebal (2010) delimita y define de este modo las imágenes estereotípicas:

Primero: ¿Qué clase de propuestas visuales son las imágenes estereotipadas? En tanto su eficacia pasa menos por la simulación de una percepción visual posible o imaginable, que por la actualización de una forma preconfigurada con poca libertad de variación, diremos que las imágenes estereotipadas constituyen propuestas materiales visuales conceptuales. El primer rasgo específico de este tipo de propuestas y que las diferencia de las demás propuestas conceptuales es que las imágenes estereotipadas no actualizan rasgos asignados para la comunicación de estructuras, procesos conceptuales o hábitos. Las imágenes estereotipadas, a diferencia de las que constituyen un sistema señalético, no pretenden regular ningún tipo de conducta o hábito, al menos eso no constituye lo inherente a su eficacia. Las imágenes estereotipadas pueden comunicar, claro está, valores ideológicos, pero no necesariamente para la regulación de alguna conducta o comportamiento. Segundo: ¿Cómo funciona el proceso mental de reconocimiento de las imágenes estereotipadas que realiza un intérprete? Las imágenes estereotipadas actualizan un atractor simbólico, esto es, una forma canónica que sólo admite mínimas posibilidades de variación para su activación. Tercero: ¿Qué es un estereotipo? Un estereotipo es una imagen mental presente en la memoria del intérprete y que funciona en el proceso de reconocimiento de una propuesta material

10. *La imagen percibida de Lladró.*

visual como un atractor simbólico, como una configuración canónica que limita las posibilidades de variación de las imágenes estereotipadas. La mayor o menor similitud al estereotipo establece los grados de estereotipia de una propuesta visual. De este modo logramos elaborar una primera definición coherente dentro del marco teórico propuesto. El estereotipo no es una propuesta material visual, sino una imagen mental. La relevancia del estereotipo está dada por el hecho de estar disponible en la memoria del intérprete para el reconocimiento de propuestas materiales visuales con grados de estereotipia o, como también son llamadas, estereotipadas.

En este sentido, nos mostramos solo parcialmente de acuerdo, al considerar por una parte a las imágenes estereotípicas como imágenes o elaboraciones mentales, ciertamente lo son, nosotros preferimos llamarlas construcciones culturales y en ocasiones, marcadamente políticas, ya que si bien es cierto que estas imágenes mentales nos permiten identificar estereotipos, no lo es menos que las imágenes mentales se construyen en función de nuestra propia imagen adquirida del mundo, es decir de otras imágenes sobre ese mismo tema o atractor simbólico que hemos ido adquiriendo en nuestra experiencia de vida y en contacto con nuestra cultura, lo que confirma que son posiciones culturales asociadas a nuestro entorno vital, las que van constituyendo nuestras propias imágenes mentales.

Cada una de estas imágenes de modelos representativos van generando, aumentando y perpetuando la presencia mediática del estereotipo, y solo posturas de recreación, de reconstrucción creativa y el planteamiento de nuevas estéticas que recojan la imagen desde una nueva posición, pueden romper con esta perpetuación.

Por nuestra parte vamos a analizar ahora en que sentido las imágenes ligadas a identidades culturales y nacionales, que Lladró presenta, responden a recursos estereotípicos, y sobre todo de que manera representan una imagen de los otros

10. *La imagen percibida de Lladró.*

más próxima a nosotros que a esos otros que se pretende representar, bajo una perspectiva claramente etnocéntrica.

La mirada exótica y los deseos proyectados.

Uno de los aspectos que los padres de la teoría del kitsch (Dorfles, 1973), proponían como esenciales en la identificación de una imagen en este ámbito estético, se centraba precisamente en la característica de la huida hacia paraísos o espacios lejanos o exóticos, que nos permitían construir imágenes falsas de otros mundos tal y como eran proyectados en nuestra imaginación fantasiosa con una clara finalidad de evasión, de una cultura todavía atenazada por la moral católica o cristiana y por una fuerte hipocresía sociocultural que regía el destino de las relaciones sociales y interpersonales.

La posibilidad de pensar en otros espacios creyéndolos reales, pero siendo realmente imaginados, donde la supuesta o impuesta moral cristiana, se diluía en otras formas de comportamiento social desligados de los condicionamientos occidentales, suponía, y ha supuesto siempre, una vía de escape sobre todo para la hegemónica visión y dominio masculino del mundo, por contra, no tanto para la mujer que estaba relegada a asumir un papel pasivo en la construcción de identidades visuales, reflejo de su posición social en la historia.

Este espacio de huida a supuestos paraísos ha tenido siempre en el arte, un desarrollo privilegiado, tanto en la literatura como en las artes plásticas y visuales, o bien a través de una huida diacrónica hacia otros espacios y momentos históricos imaginados como edades doradas, donde el hombre disfrutaba y saboreaba los placeres de la vida, lejos de la dura realidad de su presente; o bien mediante una huida sincrónica sobre la que se proyectaba una imagen de un mundo ideal y perfecto, insisto, sobre todo bajo una mirada masculina, pero contradictoria e hipócritamente entendido como amoral y perverso en la propia sociedad de

10. *La imagen percibida de Lladró.*

origen, permitiendo un doble juego de relaciones, también muy masculino, entre los verdaderos deseos e intenciones reprimidas y la imagen y el comportamiento social proyectados en el propio entorno.

El arte y las imágenes, siempre han sido el refugio perfecto de ambos mundos, el proyectado y el deseado, conviviendo en perfecta armonía estructurada para tal finalidad y construida siempre bajo una perspectiva de dominación masculina, la historia del arte es en realidad la historia de las proyecciones y deseos de los hombres, no conocemos o nos resulta muy difícil reconstruir. La historia de la imagen de la mujer hacia sí misma, hacia los demás o saber más cosas sobre sus propios deseos o imágenes del mundo, a través de la cultura visual, porque se les limitó y coartó la posibilidad de construir sus propios mundos, reales, imaginados o deseados a través de las imágenes.

Sirva como referente de todo ello la convivencia incluso, connivencia entre las imágenes de santos, vírgenes, mártires, y Jesucristos sacrificados junto a las sensuales o directamente sexuales imágenes del placer carnal de Venus y Afroditas o de bacanales, que bajo la excusa de una alta cultura mitológica escondían los deseos y las miradas masculinas, sobre todo hacia la mujer, hacia otros hombres o hacia sí mismos, pero nunca a la inversa.

Una imagen espléndida y metafórica, que recoge y resume este mundo de contradicciones la encontramos en una secuencia de la extraordinaria película de Bernardo Rossellini, *Roma, città aperta*, en la que el sacerdote protagonista del film, entra en la tienda de antigüedades, tapadera de la resistencia antifascista, y se queda observando dos imágenes escultóricas que permanecen una junto a la otra, la imagen de una virgen junto a la imagen descaradamente carnal de una Venus desnuda. La actitud entre comprensiva y benevolente, pero a la vez represora del sacerdote que se limita a girar la imagen de la Virgen y apartarla de la mirada hacia la mujer desnuda, pero permitiendo a la vez que el desnudo pueda seguir

10. *La imagen percibida de Lladró.*

siendo contemplado, resume perfectamente esa doble moral cristiana y masculina de la que estamos hablando.

Este mundo de contradicciones, de proyecciones de deseos encarnados en mundos exóticos o del pasado, al tiempo que reclama una moralidad «pura» como forma de vida «correcta», tiene su correlato perfecto en la construcción de mundos visuales que presenta Lladró.

La permanente contradicción inherente entre el discurso de su pretendida estética moralizante y algunas de sus imágenes construidas como claras proyecciones de deseos y miradas masculinas, barnizadas de una pátina de pureza e inocencia, convierten a la estética Lladró en el perfecto objeto de estudio del tipo de imágenes y proyecciones al que hacemos referencia en este punto.

Si tradicionalmente han existido algunos supuestos paraísos terrenales, insisto, sobre todo para la imaginación o miradas masculinas, sobre los que se construyen imágenes claramente estereotipadas, éstos son los paraísos exóticos por excelencia, Hawai i Thaití, poseen una presencia permanente en las series dedicadas por Lladró a la exhibición y a la vez construcción, de identidades culturales de otros lugares y espacios del mundo.

También en este caso, la omnipresente mirada masculina se cierne sobre estas figuras de porcelana, cuyo objeto, de nuevo, es la imagen de la mujer, y de nuevo, lo que se nos muestra y construye es una determinada imagen de la mujer.

Como representación esencialista e identitaria de los otros se nos muestra una imagen construida desde el nosotros y para el nosotros, donde la mujer mostrada es más bien el fruto de los deseos, normalmente insatisfechos, de una gran masa social burguesa de contradictoria moral, que escuda sus proyecciones en la lejanía, el exotismo y el supuesto valor autenticador y mitificado bajo el paraguas de la «cultura» de los otros, a los que les permitimos ciertas prácticas culturales que definimos como «curiosidades» y que en nuestra cultura aparecen reprimi-

10. La imagen percibida de Lladró.

das, y que al ser atribuidas a otros, podemos legitimar y reservar un espacio en nuestras vitrinas bajo la benevolente mirada de aceptación social que se impone todavía hoy en enormes sectores sociales de determinada moralidad.



Figura 10.27.: Hawaiana de Fulgencio García, 1959 y Hawaiana florista de José Puche. 1985.

Ya entre la temprana actividad de Lladró, encontramos algunas de estas primeras imágenes exóticas, precisamente el tema o el mito de la hawaiana aparecía en el año 1959 de la mano del escultor Fulgencio García, muy lejos todavía de la presentación definitiva que irá tomando esta imagen en posteriores piezas. Hay que recordar que en esa fecha la rígida moral católica impuesta por el terrible régimen franquista, no había relajado todavía suficientemente sus fauces, para que una joven empresa con aspiraciones de reconocimiento social y afán de éxito comercial, arriesgara ni siquiera mínimamente su incipiente posición o éxitos con una imagen que pudiera suscitar posibles rechazos.

Esta imagen nos muestra a una joven, supuesta hawaiana, cuya única identificación simbólica que nos permite hacer dicha asociación identitaria, es la presencia del collar de flores, el resto del cuerpo aparece todavía convenientemente oculto por un vestido. Su piel blanca y el resto de características de la imagen, la alejan de modelos más recientes de Lladró, donde la hawaiana que Lladró construye, se muestra semidesnuda, con una tez morena mucho más naturalis-

10. La imagen percibida de Lladró.

ta, rasgos orientales y un marcado cariz de sensualidad inexistente en la pieza anterior.



Figura 10.28.: Amazona tahitiana. Francisco Catalá. 1986.

Tal y como ya hemos visto en la sección dedicada a investigar la imagen de la mujer en Lladró, si en aquella ocasión la búsqueda de una belleza hipotética, que parece solo existir en el cuerpo de la mujer, obviamente, –y volvemos a insistir– siempre bajo la mirada masculina heterosexual, era la excusa para la representación del desnudo femenino, que de otra manera, difícilmente hubiera tenido cabida en el mundo de imágenes de raíz y moral ideales, bajo el prisma moralista de Lladró.

Es ahora otra huida, la huida hacia el otro, lo exótico, la que permite de nuevo incidir en la temática del desnudo y la abierta sensualidad femenina. Nos presenta en esta ocasión, una serie de piezas, que van desde jóvenes, –muy jóvenes–, hawaianas, hasta polinesias o tahitianas, como modo de representación del cuerpo de la mujer, pero es esa mujer considerada exótica y salvaje y por supuesto convertida en todo un objeto de deseo bajo la propia mirada del occidental, focalizada únicamente en un aspecto, y convertida incluso en toda una mitificación que alcanzará a todo el universo de la cultura visual, comenzando por las

10. *La imagen percibida de Lladró.*

pinturas de Gauguin, y acabando por los más burdos anuncios publicitarios de nuestros días.

Pero esa visión de lo exótico, como decíamos, va mucho más allá de lo sensual, y se vincula a otros valores de deseos que atraen nuestra mirada y que Lladró ha explotado y sigue explotando muy bien. Un exotismo y un conocimiento del otro exclusivamente vinculado a la propia tradición de la cultura visual y literaria y en ningún caso al verdadero conocimiento profundo del otro, ni a ningún interés real por el propio conocimiento de las culturas del otro en su sentido más amplio.

Esterotipo, identidad y modernidad.

Los estereotipos, las identidades culturales y nacionales tal y como están planteadas bajo el prisma estético de Lladró, hunden sus raíces en la propia modernidad, Bourriaud (2009, p. 19) nos recordaba en un texto reciente que «en la lengua corriente, “modernizar” ha adquirido el sentido de una reducción de la realidad cultural y social a partir de los formatos occidentales, y el modernismo se reduce hoy a una forma de complicidad con el colonialismo y el eurocentrismo».

La modernidad, entendida como el dominio colonial cultural del mundo por parte de occidente es exaltada en su máxima plenitud en las imágenes del mundo que nos ofrece Lladró, el otro visto desde el como nosotros queremos y deseamos que sea su mundo, al servicio de nuestros deseos expectativas y frustraciones más íntimas, sin interpelación ni diálogo.

Es finalmente esa imagen del otro, que construimos a través de nuestros universos mediáticos y de nuestra maquinaria de generar estéticas e identidades, la que finalmente venía o viene imponiéndose como verdadera identidad cultural de esos otros que acaban ellos mismos por adoptar el papel que nosotros les hemos asignado mediante la construcción de nuestra imagen de como debe ser su mundo.

10. La imagen percibida de Lladró.

Nos gusta que los indios lleven plumas, las hawaianas collares de flores, las japonesas sean todas gheisas o los mexicanos pobres honrados pero felices en su condición, y así los construye y los presenta Lladró. Si preguntamos a cualquier occidental próximo a nosotros, utilizando la imagen de un indio norteamericano de Lladró, con su atuendo guerrero, sus plumas y su caballo, junto a otra imagen de un indio «real» con atuendo «occidental» vaqueros y camiseta o uniforme de policía, no dudarían en afirmar que es la imagen que presenta Lladró, la que más se aproxima a las esencias culturales «auténticas» de los nativos americanos, sin preguntarnos realmente sobre el verdadero deseo y formas de vida de esas culturas, que nosotros nos encargamos de destruir con una eficacia que todavía hoy causa pavor.



Figura 10.29.: Un par de ejemplos de estereotipos culturales identitarios de Lladró. Piel roja al acecho. de Salvador Furió, 1994 y Samurai de Antonio Ramos, 1995.

La imagen más triste y decadente de toda esta situación es la que el poder de nuestras imágenes acaba imponiéndose como modelo cultural proyectado por ellos mismos, en ocasiones bajo el prisma de una simple y superficial representación puramente estética y creada para satisfacer la búsqueda de esa autenticidad identitaria y exótica de millones de turistas occidentales, la encontramos en las burdas «actuaciones» destinadas a mostrarles a estos lo que esperan encontrar como corolario identitario, bailes rituales ya inexistentes, vestidos en absoluto

10. *La imagen percibida de Lladró.*

habituales en la vida cotidiana incluso en los propios rituales, calman la sed de autenticidad de los otros que en el fondo, no es más que un intento de redención de culpa por haber convertido sus culturas en un espejo roto y deformado de nuestro propio mundo.

La posmodernidad empieza a romper con este mundo de certezas, y las identidades y las culturas, tan claras y tan delimitadas hasta entonces, empiezan también a diluirse en un magma difuso y difícil de definir, que deja a todo el universo estético Lladró en una difícil situación. Donde ya no hay certezas, ni absolutos ni verdades sin parangón, la construcción de ese mundo de bondades identitarias de Lladró, comienza a perfilarse como un esperpento o como un intento desesperado de resistencia al cambio, y la pretendida esencialidad cultural ya solo se nos muestra como un reflejo nostálgico en porcelana de la, en otros tiempos, supremacía cultural etnocéntrica occidental, que disponía con meridiana claridad de «certeras» imágenes del mundo y de los mundos de los otros, elaborados a nuestra justa medida.

Pasamos de un modernismo claramente etnocéntrico a un multiculturalismo posmoderno que no lo era menos, y derivamos a una situación que empieza a escapar a nuestro control, en el que resulta cada vez más complejo creer siquiera en esta clase de imágenes de esencias identitarias que Lladró nos presenta, por una parte y siguiendo el relato de Bourriaud (2009, p. 40-41) «hay que afirmar que el consumo de signos culturales no implica ninguna connotación identitaria duradera. Por definición, uno no es lo que lleva puesto», no obstante «la adhesión a una comunidad identitaria corresponde a esta lógica del pin. Ataviado con signos cuya coherencia queda comprobada por una tradición, con trajes intelectuales y estéticos que componen supuestamente un “cuerpo natural”, el nacionalismo contemporáneo es en realidad una drag queen que no se reconoce como tal».

Y continua Bourriaud (2009, p. 45): «Es en este punto preciso en el que hay que tomarle la palabra a Walter Benjamin, e imaginar que la era que él anuncia

10. *La imagen percibida de Lladró.*

terminó produciendo una nueva figura del sujeto, despojada del “aura” psicológica que representa la sacrosanta identidad». Del esencialismo identitario, tan representativo de estas pequeñas figuras de porcelana, pasamos al pensamiento radicante, que nos propone Bourriaud (2009), en el que las identidades se construyen a través de retales o retazos de un mundo en constante movimiento y donde nada es permanente y estable.

El mundo idílico, estable y petrificado en cerámica que pretende mostrarnos Lladró, casi como un descriptor en porcelana de los mundos, el mundo y las identidades de los otros captadas y filtradas hacia su pura esencia positiva, se nos deviene cada vez más hacia ese kitsch melancólico, al que ya hemos hecho referencia y del que nos habla Olalquiaga (2007), de mundos ahora ya imposibles más allá de la vitrina de nuestro salón en el que quedan reclusos como recuerdo de nuestras antiguas certezas inamovibles, donde y cuando sabíamos que lugar le correspondía a cada uno, y creíamos estar en posesión de la verdad y el progreso, y que mejor representación de todo ello, que esa visión optimista y benevolente del mundo que nos construye Lladró y que nos deriva hacia la exaltación máxima de nuestros incuestionables valores.

Valores que se esfuman bajo nuevos paradigmas de incertezas y donde ya nada es ni se presenta como puro. La identidad siempre ha tenido mucho de estética, pero ahora esa identidad es múltiple y pluridimensional, frente a la mirada unívoca y unidimensional con la que las porcelanas Lladró reflejaban las identidades nacionales y culturales bajo una exaltación del eurocentrismo moderno.

En realidad, el estereotipo en general, y en nuestro caso las imágenes estereotípicas de Lladró, poseen una clara función social de servicio al poder y a los modos y comportamientos sociales establecidos y proclamados desde ese poder. Se convierten sin duda, en un poderoso instrumento de legitimación del poder, de unos grupos sociales respecto a otros en función de la posición que han de ocupar cada uno de ellos en la estructura social, legitimación del poder del hom-

10. *La imagen percibida de Lladró.*

bre hacia la mujer, como ya hemos analizado, sobre todo desde el punto de vista de quién mira y quién es mirado, quién actúa y quién posa pasivamente, quién genera discurso social y quién acata ese discurso, etc.

Y también como no, de unas culturas y pueblos sobre otros, cabe destacar aquí la ausencia, por ello mismo muy significativa del mundo y la cultura islámicas en las representaciones que Lladró nos ofrece del mundo, sobre todo en función de quien tiene el privilegio y el poder de mirar y representar al otro, lo que ya le sitúa en una esfera de superioridad, que se pretende presentar y representar como natural y legítima, como propia de esa supuesta cultura superior que se otorga a sí misma el papel de interpretar como somos o como debemos presentarnos ante el mundo, según sus delimitadas premisas.

Prácticamente toda la producción visual y la globalidad de sus narrativas, tienen como horizonte la persecución de un gran estereotipo visual, que va mucho más allá de las propias imágenes que presentan o representan identidades o grupos sociales y culturales. Todo Lladró es en sí mismo un enorme estereotipo cultural, construido bajo las formas más falsas de representación del mundo que nos podamos encontrar, lo que yo llamo una gran narrativa de la ocultación del mundo real. Es además no únicamente mostradora de estereotipos existentes, o si se quiere de construcciones culturales existentes, sino que genera y da lugar a nuevas imágenes estereotípicas, constituyendo en sí mismo y en el discurso estético que acaba presentando, un estereotipo. Un estereotipo ya presente en nuestra propia cultura y bagaje cultural, y que como afirmamos también en otras partes de la tesis, «parecer una figurita de Lladró», es sinónimo de una determinada imagen estereotípica del mundo, vinculada a la proyección de los mundos visuales de Lladró, y también de los idealizados e imposibles constructos sociales que nos presenta.

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.

11.1. Lladró y Disney, los universos de la inocencia.

En un análisis crítico de los contenidos sociales y las pedagogías y narrativas inherentes a las imágenes producidas por Lladró, se hace esencial poner en relación mediante una aproximación comparativa, dichas imágenes y pedagogías con las generadas por otras industrias culturales productoras de imágenes que constituyen la esfera esencial de la cultura popular de nuestro tiempo.

No se podía, en este caso, pasar por alto una relación tan absoluta y clara como la que se establece entre Lladró y la poderosa corporación norteamericana Disney, que incluso ha llegado a alimentar la propia iconografía de algunas de las piezas Lladró de manera directa.

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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

incluso a influir en la imaginería 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.

Warhol lo vio bien claro y nosotros también. Sin duda alguna, Disney define y genera una determinada imagen del mundo y los valores sociales de ese triunfante mundo capitalista, que se acaba imponiendo como modelo al alternativo sistema comunista. Narrativas visuales que se ven perfectamente reflejadas en toda la figuración estética producida por la factoría Disney. Lladró, a nuestro juicio, también se constituye como un símbolo icónico de la segunda mitad del siglo XX, en referencia 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, superviviente de una situación de tensión máxima en Europa, 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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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 familiar y 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 acababan 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, aspectos que, curiosamente, las llamadas vanguardias modernas no utilizarán, y continuarán manteniendo el concepto y el trabajo del artista bajo criterios y medios con características casi artesanales y recurriendo en contadas ocasiones y de forma fugaz a los instrumentos de difusión que el mundo contemporáneo les ofrecía, y que podía poner en peligro el propio concepto de artista «genio creador», fruto de las estructuras y los cambios culturales y sociales acaecidos a partir del siglo XVIII.



Figura 11.1.: Imagen de Blancanieves de Disney.

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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 imaginería 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 podemos 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 (Figura 11.1), 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.

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, la más antigua de estas representaciones: Blancanieves y la manzana, de 1980 obra de Juan Huerta y Blancanieves y Príncipe de 1993 de José Puche.

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.



Figura 11.2.: Figura de Lladró que rememora a la Blancanieves de Disney. Diseño de Francisco Polope. 1994.

La primera de las figuras nos muestra una imagen de Blancanieves, muy alejada del prototipo comercializado y popularizado por Disney. Nos presenta a una Blancanieves 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 y del que hemos hablado ampliamente en el desarrollo de nuestra investigación, 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 hecho, 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» dentro de unos parámetros narrativos, mantienen a costa de mucho esfuerzo.

En esta pieza (Figura 11.3), Lladró además contrapone dos imágenes o modelos antagónicos, lo que podríamos calificar como un cierto prototipo moral que si nos detenemos a reflexionar sobre ello, asocia lo estético con lo ético. Una prác-

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*



Figura 11.3.: Blancanieves y la manzana. Obra de Juan Huerta. 1980.

tica 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. Continuamos encontrando textos como el de Mendelssohn publicado en 1761, citado en (Bozal, 2000, pp. 81-82), 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».

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 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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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, 2001, p. 114) cuando hace referencia al racismo latente en sus imágenes: «Éstas películas están cargadas de representaciones y códigos a través 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».

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 contrapone 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 y en la personificación de toda una estética que culmina en las propias creaciones Lladró 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 valores 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 (Alvarez, 2011, p. 40):

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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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.

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 (Alvarez, 2011, p. 100):

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.

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.

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.

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 también representada por Lladró.



Figura 11.4.: Baile de la Bella Durmiente. Francisco Polope. 1995.

En este sentido, no hemos encontrado una mejor descripción y aproximación crítica hacia la significación profunda de esta imagen, que además puede ser perfectamente aplicable, en parámetros muy similares, a la casi totalidad, o si se quiere, a la narrativa predominante en las producciones visuales de Lladró, que va mucho más allá de la propia vinculación con el mundo Disney, –que es del que se nutre prioritariamente en sus imágenes, mucho más que de la propia tradición literaria original–, de todas estas construcciones moralizantes, que la que hace Blanca Álvarez (Álvarez, 2011, p. 34) en un muy reciente análisis:

Bella, heroína sin nombre en quien el adjetivo calificativo de su mejor cualidad femenina se convierte en sustantivo, resume en sí misma el paradigma de aquello que ha de ser una mujer para triunfar: bella, dócil y honesta, como se dice textualmente en el cuento; con resignación a prueba de obstáculos y con una infinita paciencia, esa que le dará tener la certeza «contada» de que la bondad se recompensa y que

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

si a esta se añade, como en su caso, la belleza, tal recompensa podrá llegar incluso a suponer la posibilidad de modificar considerablemente su estatus social. Este anuncio y prometido cambio de estrato social vendido en los cuentos, se basa en el criterio incuestionable de que las mujeres deben aspirar a personificar la belleza, una determinada belleza cuajada de bondad, virtud y sumisión, mientras los hombres deben aspirar a poseer a las mujeres que la personifiquen. En tal juego queda borrado cualquier atisbo de libertad por el obsesivo deseo de «ser bella» para otro que desee poseer su belleza.

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 la 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», a la que la autora nos refiere. Las porcelanas Lladró representan sin duda esos valores convertidos y proyectados en imagen hiperbólica.

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» (Giroux, 2001). Disney trata, de esta manera de construir su propia visión de la historia, una historia edulcorada e 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 y mucho menos de las culturales.

Lladró también construye su propia visión de la historia o responde a una determinada imagen histórica (Ver sección 10.2). La construcción de la imagen histórica que desarrolla Lladró, parte de una concepción política e ideológica bien definida pero que no responde tanto, a nuestro juicio, a tratar de imponer o con-

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

solidar 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 discriminador 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. Hemos dedicado un apartado de la tesis a estudiar la imagen de los niños y la infancia en las piezas de Lladró y como sirve para reforzar la estética de la inocencia, de la belleza ideal e idílica tan característica de Lladró. 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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

repite hasta la saciedad un refugio 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 (Dorfman y Mattelart, 1976).

En el mismo sentido, las imágenes de Lladró, evocan esas mismas pretensiones evasivas y puras, carentes de violencia, de sexo y de crítica y 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.

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 (1997, p.94): «En los años treinta no todo fueron héroes épicos, como demostró la vivaz fauna antropomorfa dibujada surgida de la factoría de Walt Disney». Los autores Dorfman y Mattelart (1976) 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 in-

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

vade 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 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.

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 (ver 10.4).

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 de Almàssera.

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.



Figura 11.5.: Imagen de la figura Cervatillo y Conejo, obra de Vicente Lladró. 1955.

La pieza, que ya nos presenta algunas de las características que definirán a la obra clásica de los Lladró, lleva por título *Cervatillo y Conejo*, 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 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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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 ligadas con sus intenciones y su programa estético.

Hemos estado viendo las coincidencias o los elementos característicos entre estas dos industrias culturales de proyección internacional. 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 y finalmente de la realidad Lladró, objetivo de nuestra tesis.

Es evidente y cierto que Disney posee una gran capacidad de control en «el abanico de significados dentro de la sociedad» (Giroux, 2001) 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 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

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.

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 local, independientemente de que se posean o no estas piezas de Lladró y se puedan ver cada día en las mesas, repisas y estantes de los salones de nuestras casas.

Aun no habiendo tenido jamás un contacto directo con una de estas piezas, cosa harto complicada, aunque sea mínimamente una fugaz visión en un escaparate de tienda de objetos de regalo, incluso en este caso de ausencia de contacto «real», estamos hablando de imágenes difundidas y percibidas a través de numerosos medios, a través de los tradicionales 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 populares a través del simple intercambio de impresiones transmitidas en el intercambio cultural entre los propios ciudadanos.

En los últimos años, según informaciones del propio Juan Lladró, 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 y dando la vuelta a esos primeros intentos de escarceo directo con los personajes y el mundo Disney que los Lladró desarrollaron en sus inicios.

11.2. Lladró y las fallas de Valencia.

Ahora que ya hemos analizado las relaciones de Lladró con una industria cultural geográficamente alejada pero ideológica y significativamente muy próxima,

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

toca continuar con nuestro profundo estudio de las significaciones culturales y estéticas de la marca y las producciones de Lladró en el marco de relaciones que establece con la cultura visual, y en ellas no puede faltar una nueva comparación y relación entre dos productos de la industria cultural.

En este caso se trata 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 y 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.

Huerta (2005) 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 (...).

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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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 (1978), 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 haciendo 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, cercana a los tradicionales estilos clasificadores de la propia historia del arte, que nunca se presentan puros, y que solo nos sirven en nuestro afán de poner un orden racional, cercano a las clasificaciones de las ciencias naturales, a los objetos estéticos.

Pero el arte y la cultura visual, ha demostrado que no es proclive a clasificaciones fáciles y ni mucho menos claras. Admitimos por tanto esta coincidencia presentada por Huerta (2005), pero insistimos, siempre bajo la premisa de un simple apelativo clasificador, que en ocasiones se utiliza para tratar de eludir una comprensión más profunda de algunas de nuestras realidades visuales más íntimamente ancladas en nuestra propia cotidianidad.

Independientemente de nuestros criterios y juicios de valoración, lo realmente importante a parte de considerar en sí mismos esos juicios como elemento de estudio asociado a la propia realidad cultural en el que están inmersos, es la importancia de esas imágenes en nuestra experiencia de vida cotidiana. Como afirma Vitta (2003): «No hay un solo momento de la existencia cotidiana en que las imá-

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

genes visuales no se sitúen ante nosotros como mediadoras entre nuestra limitada subjetividad y las infinitas articulaciones del mundo».

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.

Ya hemos desarrollado una amplia referencia al kitsch y a nuestra propia asunción del concepto, en capítulos precedentes, y esa similitud entre Lladró y las fallas, genera en nuestro caso sentimientos encontrados. Ambos mundos estéticos se presentan en origen muy divergentes en lo que se refiere a cuestiones estilísticas, desde lo que Huerta (2005) califica como el romanticismo tierno de Lladró al expresionismo esperpéntico en el que tradicionalmente se configuraban los ninots de las fallas. Dos modelos supuestamente divergentes y finamente unidos, sin embargo, con el tenso hilo generalizador del kitsch.

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, quizá 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.

Curiosamente, las críticas más feroces se dirigían siempre hacia aquello que amenazaba los sistemas establecidos, bajo una perspectiva reaccionaria y con-

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

servadora, 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 los grandes monumentos falleros y en la política de premios de los últimos años, 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, como queda reflejado en la reflexión anterior, 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.

Ya hemos analizado en un apartado precedente esa íntima relación que se establece entre Lladró y una gran parte del arte valenciano de mediados del siglo XIX y principios del XX, que a su vez, también está presente en las fallas. Todos ellos, 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.

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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 (Lladró, 2006, p. 23-24):

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, (...)

Es por tanto muy procedente articular y establecer las relaciones significativas de estos componentes que surgen en un mismo contexto histórico, social y cultural, y que permiten explicarse mejor mutuamente, y que como veremos, van mucho más allá de lo que el propio José Lladró reconocía, y que probablemente a él mismo se le escapen.

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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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.

Vamos a iniciar un breve recorrido por el origen y significado de la fiesta fallera antes de entrar a valorar la relación dialéctica que podemos establecer para con Lladró. Consideramos que es necesario explicar, aunque sea brevemente, que son las fallas, porque a pesar de que se trata de una fiesta conocida internacionalmente, muchos de los lectores de esta investigación doctoral no tienen porque conocerla, aunque vamos a destacar sobre todo los aspectos artísticos, estéticos y significativos, o si se quiere pedagógicos de esta fiesta, que son obviamente los que más interesan en la orientación de nuestras investigaciones para tratar de dar más luz a la cerámica de Lladró en su propio contexto sociocultural y entender mejor algunos de los referentes visuales y creativos que les son comunes y que sirven para proyectar una determinada imagen de Valencia al exterior, una proyección de imagen que comparte con Lladró.

Comencemos por sus orígenes históricos, según parece, a partir de la segunda mitad del siglo XVIII al menos, ya se puede documentar la existencia de fallas. Concretamente hay referencias y documentación desde el año 1740 que lo confirman. En la actualidad existen tres grandes corrientes o interpretaciones historiográficas respecto al origen histórico de la fiesta fallera. Una de ellas sitúa este origen en sus raíces más populares y tradicionales, atribuyendo su creación a una celebración promovida por el Gremi de Fusters, en honor a su patrón San José. Otros investigadores nos hablan de un origen de carácter ritual de anuncio de la primavera y con intenciones de propiciar la fertilidad, y un último grupo de investigadores relaciona esta fiesta con los Carnavales y la Cuaresma (Ariño, 1992).

Más allá de cualquier discusión historiográfica, a nosotros nos interesan las fallas tal y como se celebran en la actualidad, o mejor dicho, en el último tercio

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

del siglo XX, en su vertiente de cultura visual popular con una estética que se proyecta al exterior. Hoy sabemos que esta fiesta fue organizada y promovida en sus inicios por colectivos de vecinos anónimos y no por corporaciones o gremios, como en algún momento se había llegado a plantear (Ariño, 1992):

[...] la víspera de San José era, desde el primer momento, una práctica ritual organizada y celebrada fundamentalmente por las clases populares ("que pierden jornales") de una determinada barriada y a la que algunas manos de las clases medias imprimieron desde mediados del XVIII una fisonomía, un desarrollo y una ejecución más elaborados en los que era fundamental la técnica del especialista, del carpintero.

Este aspecto de sus orígenes es muy importante porque vincula completamente la fiesta a la cultura popular de base y no a ninguna institución ni a ninguna faceta representativa u oficial. En este sentido, aun se pueden encontrar en épocas recientes, como ya hemos estudiado con anterioridad (Huerta, Soto, y Ramon Camps, 2007), orígenes similares de la fiesta, donde la participación espontánea y voluntaria de un grupo de vecinos de un barrio o barriada, da como resultado la creación de la fiesta en localidades cercanas a la ciudad, en su momento de máxima expansión.

También es importante destacar el sentido material de la fiesta, es decir, el centro de la fiesta lo constituye un objeto artístico en torno al cual giran y se desarrollan progresivamente toda una serie de actos y acontecimientos de carácter social y de cultura popular que envuelven el monumento efímero. Como nos señala el profesor Antonio Ariño en la cita anterior, estas primitivas fallas constituían manifestaciones técnicamente toscas y poco desarrolladas, pero eso sí, mantenían cierta estructura espontánea, que con la progresiva participación de los artesanos y especialistas hasta llegar a su actual profesionalización, se fue perdiendo, convirtiéndole así en toda una potente industria de desarrollo de objetos y piezas artísticas.

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

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

Pero, ¿cuál es el proceso histórico que aboca a las fallas hacia el punto en el que se encuentran actualmente? Las fallas actuales derivan de todo un proceso de cambio y evolución desarrollado a lo largo de todo el siglo XX en la ciudad de Valencia, y que se extenderá posteriormente a todo su ámbito de influencia. En este proceso evolutivo se dan diversas etapas. Una primera etapa que va desde 1901 a 1920 y que se caracteriza por la consolidación de la falla como elemento artístico y con un claro contenido estético. Se trata de un momento de crecimiento progresivo y es también el momento en el que se iniciará la dictadura estética marcada por la política de premios. Se implantan los premios desde los organismos oficiales, que en un primer momento favorecen y estimulan el desarrollo de los monumentos, permitiendo también la instauración de toda una industria profesional artesana en torno al mundo de la creación de fallas, pero resultaran absolutamente demolidores para el desarrollo de la creación y la libertad artísticas, imponiendo una determinada concepción estética y que se mantiene vigente hasta hoy mismo.

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

La segunda etapa de desarrollo que abarca los años 20 y 30 del siglo XX, consolida todo el proceso anterior y dibuja una fisonomía de las fallas que ya en poco o nada difieren de las actuales. Se trata de un momento de crecimiento y expansión espectaculares de la fiesta, tanto en la propia ciudad de Valencia como en los pueblos del área metropolitana, incluso mucho más allá. Surge la celebración de la fiesta a lo largo de toda la semana, la jerarquización de los monumentos en categorías y secciones y la relajación de los temas críticos que pasan a convertirse en crítica amable y se alejan de la dureza y el descaro de sus inicios, una de las características más definitorias en esos primeros momentos y que llegó a provocar incluso situaciones de escándalo y censura. Es a partir de este momento cuando la fiesta se desarrolla en su faceta de atractivo turístico amable y donde la estética de raíz kitsch comienza su incuestionado reinado en el mundo fallero.

Esta estética dominará todo el panorama plástico de las fallas con una serie de distintas variantes, influenciadas en algunos casos por la faceta más exterior de algunas corrientes artísticas del momento, como muy bien observó Borrego (1996): «Hom pot detectar-hi un kitsch costumista i regionalista, un kitsch modernista, un kitsch Decó, un kitsch surrealista, un kitsch pop i, per què no?, un kitsch kitsch». Se trata, por tanto, de una propuesta artística de carácter barroco, donde el preciosismo, el ornamento, lo decorativo, lo estrictamente innecesario y superfluo resurgen en todo su esplendor, unidos a la monumentalidad y a la grandiosidad. Esto desemboca en una situación en la que la valoración estética, en términos de reconocimiento oficial, va en relación con el tamaño del monumento y la inversión económica en el mismo.

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

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

ser completamente negativos, tienen unas posibilidades inmensas de desarrollos culturales y 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 falleros, 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 (Borrego, 1993, p. 202):

La falla, esencialmente urbana, es en todo caso un arte popular en el sentido de arte de masas. Con ella el maestro artesano se propone satisfacer crítica y estéticamente a un sector mayoritario de la población y para ello recurre a fórmulas cuyo éxito está comprobado de antemano. A la hora de desarrollar su capacidad creativa, sin dejar de buscar cierta autosatisfacción en su trabajo, se ve obligado a supeditarla a las preferencias formales y argumentales de su principal cliente: tanto al gusto del fallero de base como a la imprevisible sensibilidad del jurado calificador, pues su prestigio depende en buena parte de la concesión de premios.

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 que el artista fallero obtiene prestigio a través de los premios, lo que le permite aumentar su

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

producción, su trabajo tendrá mayor 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, como ya hemos estudiado, 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 nobleza.

Las fallas en cambio, tratan de ocultar su aspecto materico, la bajeza de su material, 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 matérica de la porcelana, con el papel y el cartón, es una práctica perseguida y alabada por el público, «semblar una figurita 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 nuestras fronteras locales y culturales.

11. *Lladró en referencia a otras industrias 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 (Ariño, 1993, p. 147):

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

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 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

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.

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 pueden ponerse en cuestión sus temas y sus propuestas estéticas y por tanto su aportación pedagógica.



Figura 11.6.: Falla innovadora situada en la Calle Corona de la ciudad de Valencia. 2008

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 seamos sinceros aunque satisfagan las necesidades estéticas de algunos de nosotros, tienen muy poca y mala aceptación por parte del público, 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. En este punto podríamos volver a entrar en una interminable discusión teórica sobre quien decide ese gusto popular, si el propio pueblo o las grandes industrias culturales ofreciendo un determinado valor estético a sus objetos y podríamos volver a definir el concepto de pueblo estancándonos en un callejón sin salida

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.

de elucubraciones teóricas insalvables. Vamos a zanjar el asunto con una visión más pragmatista y si se quiere más economicista, no olvidemos que hablamos de industrias en todo momento, con unas palabras que el propio Juan Lladró me dijo en un encuentro con él en su despacho: «Hacíamos aquello que resultaba más vendible».

La frase es suficientemente contundente y clarificadora de las intenciones y los objetivos finales de cualquier industria cultural, vender, comercializar, llegar al mayor número de consumidores posibles. La fallas pretenden atraer un mayor número de 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.



Figura 11.7.: Búho. Una de las piezas más atípicas y extrañas, alejadas de la imagen Lladró.

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

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.

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 extiende 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)¹».

En tiempos más recientes encontramos artistas más jóvenes que continúan esa tradición de relación entre las dos industrias culturales valencianas, como Miguel Santaaulalia, autor de algunos de los monumentos falleros más premiados e importantes de los últimos años. En una entrevista firmada por Yago Pérez en internet respondía de esta manera a la pregunta sobre la relación y posible influencia estética de Lladró para con las Fallas:

¹www.falladelpilar.com/artistas.php

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

¿Va a trasladar actualmente sus experiencias de Lladró en la Falla de este año en Nou Campanar?: No lo sé sinceramente. Más bien te diría que el concepto es al revés. Cuando trabajaba con mi padre desde muy joven y entré en Lladró imprimí mi influencia en las obras que le hacía a la empresa. En Lladró lo que hago es modelar y ya estoy 18 años.

Como vemos las coincidencias y relaciones no se basan en meras especulaciones sino que la filiación 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 el hecho 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* (2009), aparezcan en la mayoría de ellas, los nombres de algunos de los principales escultores de la firma de porcelanas como la Falla de la Plaza del Doctor Collado, del año 1960 obra de Salvador Debón, la Falla Convento Jerusalem 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 «Garcieta» y la Falla Na Jordana de 1997, obra de Miguel Santaaulalia.

Como es evidente, en este caso no se puede hablar de que las casualidades existan, y poco a poco vamos conformando y confirmando la estrecha relación personal, industrial y comercial, estética e incluso ideológica, entre las que son las industrias valencianas de la imagen mediática más importantes de Valencia y de la construcción de la identidad visual valenciana.

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,

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

la veracidad de esta afirmación. Encontramos por ejemplo este comentario en referencia a la exposición del ninot infantil del año 2007 que lleva ya el sugerente título de Exposición del ninot infantil: Lladró llama a su puerta, al que le acompañan multitud de imágenes de esa exposición y el siguiente texto: «La Exposición del Ninot Infantil, como todos los años, nos ha traído muchas figuras del montón pero también pequeñas maravillas del estilo de las figuritas de Lladró», donde hay toda una asunción estética y un criterio de valoración positivo frente a aquellas figuras o ninots falleros que se asemejan o se aproximan más al canon estético y estilístico de las porcelanas Lladró y un desprecio hacia otros modelos estéticos que son caracterizados como «del montón».

Resultaría interesante, como tema de desarrollo de posteriores trabajos, establecer una genealogía y unos criterios de relación lo más exactos posibles, para tratar de establecer de que manera y en que momento, y bajo la influencia de que agentes sociales, se produce esa transformación y asunción de los valores estéticos y estilísticos de Lladró como elemento de referencia positivador en el mundo de las fallas, que ha día de hoy es toda una realidad.

En un sentido parecido, encontramos otra crítica 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. Se trata de un blog de autor anónimo, que 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.

11. Lladró en referencia a otras industrias culturales.

Escribe el autor o autora²: «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 alma».

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 guiño 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 postulen 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 crítica».

Otro comentario similar lo encontramos 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». 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 (2007) 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.

Es en la finalidad de uso o destino último del objeto, donde encontramos más diferencias entre ambas industrias culturales valencianas, nos referimos en pri-

²<http://ytodolodemastambien.wordpress.com/2009/03/19/>

11. *Lladró en referencia a otras industrias culturales.*

mer término al uso o el carácter público de los monumentos y objetos falleros y su carácter esencialmente efímero, frente a la finalidad del disfrute privado y su carácter de permanencia en el caso de Lladró, aunque a pesar de esa cierta privacidad posee un gran componente de socialización. En palabras de Moles (1971, p. 52): «Así, los signos mismos de lo privado funcionan como signos de pertenencia social. A través de tal o cual comportamiento simbólico, lo que habla es una vez más el imperativo cultural de clase (que por supuesto nada tiene que ver con una conciencia política de clase)».

Encontramos también en este caso, como la aparente privacidad a la que están destinadas las producciones Lladró, acaba en realidad formando parte de un complejo juego de relaciones y estructuras sociales (Bourdieu, 1988), en el que las figuras de Lladró son finalmente exhibidas en el espacio interior de la vivienda, pero sobre todo en ese espacio reservado para la vida social y no tanto en el espacio de la vida más íntima. Recibidores, halls y salones, suelen ser el destino más frecuente y preferido de estas figuras, adquiridas prioritariamente para ser mostradas.

12. Conclusiones.

Durante todo el desarrollo de la tesis, hemos abordado una serie de cuestiones de carácter conceptual, íntimamente ligadas a significaciones de tipo cultural, sobre el lugar que ocupan las producciones de una industria cultural valenciana, las porcelanas Lladró, centrando nuestro discurso analítico en su producción figurativa y el marco de relaciones que estas establecen, para con la cultura visual de su propio tiempo y del pasado histórico al que en ocasiones alude y hace referencia directa.

En todo este espacio, hemos tenido que recurrir lógicamente y necesariamente, a argumentaciones y discursos de teóricos, desde los más clásicos a propuestas teóricas más novedosas y recientes sobre los temas tratados. En ocasiones para rebatir sus argumentos y en otras para reforzar los propios.

Desde que empezamos a desarrollar la tesis, casi desde el mismo instante en el cual Lladró se convierte en nuestro objeto de investigación, nuestro centro de gravitación y nuestras preocupaciones derivarán hacia las problemáticas teóricas que la propia existencia de Lladró y su estética generan en el universo intelectual del arte. Entre ellas dilucidar la problemática, siempre presente y conflictiva, entre la consideración de las producciones estéticas Lladró entre el mundo del arte, entendido éste en su esfera más institucional, y el no arte, entendido éste como el kitsch, siempre también atendiendo a los planteamientos más clásicos y por ello más delimitadores del problema.

12. Conclusiones.

En cualquier caso, hemos puesto a revisión esas delimitaciones conceptuales, especialmente las referidas al kitsch, abriendo nuevos planteamientos siempre aplicados a la estética y las producciones figurativas Lladró y revisando los escritos de los teóricos clásicos. Proponiendo a su vez nuevas delimitaciones, también en consonancia con otros teóricos y propuestas más recientes, otorgando un sentido al propio concepto y estética kitsch, que en ningún caso interpretamos como el antiarte o en oposición al propio arte, sino que a través del estudio y los ejemplos de la propia estética Lladró, proponemos como una categoría estilística tan legítima y tan digna de ser portadora y receptora de experiencias estéticas, percibidas de distinta forma y orientadas en otro sentido, tal y como demuestran las propias producciones estéticas de las porcelanas Lladró y tal y como hemos ido desarrollando en nuestra argumentación.

También hemos analizado, mediante los diferentes argumentos expuestos y siempre sin perder nuestro referente de las porcelanas Lladró, y en este caso vinculándolo a su faceta como producto industrial y comercial, el valor de los modos de producción en referencia a la categorización artística. De tal modo que no nos parece congruente en absoluto vincular los modos de producción a la valoración artística de un producto como Lladró, que se sitúa a medio camino entre la industria y la artesanía, en referencia siempre a sus modos de producción. En cualquier caso su consideración como elemento de enorme repercusión internacional y como manifestación de masivo reconocimiento social, sitúan a Lladró en el ámbito del patrimonio cultural y como tal lo hemos valorado, situado y analizado en sus claves estructurales más importantes.

En conjunto, hemos elaborado un trabajo inédito que constituye la primera aproximación en el ámbito universitario y de investigación estética hacia el fenómeno cultural y social de la producción figurativa de las porcelanas Lladró, trascendiendo su propia valoración como objeto, y referenciando su valor como patrimonio cultural, bajo una aproximación y análisis crítico de su universo vi-

12. Conclusiones.

sual, de sus características estéticas y de sus vinculaciones conceptuales con determinadas categorías estéticas y teóricas.

Así pues, uno de nuestros puntos de reflexión, previos al análisis de las narrativas visuales de Lladró, ha sido el de la referencia y situación conceptual de la propia marca en el marco de relaciones que establece su pertenencia a la llamada cultura popular y las vinculaciones que esta cultura popular, de raíz tradicional tiene respecto a la llamada cultura de masas, hija de la revolución industrial, y en que punto de esta encrucijada cultural se sitúa Lladró. Lladró se sitúa en este aspecto, según nuestras conclusiones y las argumentaciones que hemos ido desarrollando a lo largo de la tesis, en un espacio liminar al respecto, y quizá por ello mucho más interesante en el desarrollo de reflexiones culturales que nos permiten y nos ayudan a desdibujar fronteras conceptuales.

Otro de los aspectos que hemos desarrollado en la tesis, es la forma en la cual la propia esencia de las porcelanas Lladró, en concreto de las piezas figurativas, que son en definitiva las más representativas de la estética Lladró, no son, a pesar de su materialidad física y de su tridimensionalidad, tan concebidas en su faceta propiamente escultórica, y que se proyectan esencialmente como imágenes a través de unas narrativas muy configuradas y establecidas.

Nuestro interés se ha centrado por tanto, insistimos, en su consideración como imágenes, como productos visuales o referentes de la cultura visual, y hemos anclado toda nuestra argumentación en ese sentido visual, hasta el punto de considerar y argumentar de forma coherente en nuestra tesis, que el propio material en esencia se proyecta y se configura como imagen, mediante todas las adherencias culturales, simbólicas y significativas que lleva asociado a través de su propio desarrollo y vinculaciones históricas.

Corroboramos por tanto que la porcelana es en sí misma una proyección de imagen cargada de valores, ya analizados y expuestas en el desarrollo de la tesis,

12. Conclusiones.

a la que le añadimos las propias narrativas que Lladró desarrolla, empezando por la propia obsesión e importancia dada en la innovación técnica, para obtener esa porcelana «perfecta» y «única» que refuerza todavía más el propio sentido simbólico de la materia y contribuye a una todavía mayor proyección como imagen de la propia porcelana, remitiendo a la vez a sus valores simbólicos históricos y al propio valor de Lladró, que se presenta en un sentido moderno, como el que ha sido capaz de mejorar un producto que en esencia era un secreto, que en sí mismo era casi perfecto y cargado de mitologías.

Lladró hace suyo ese logro, que presenta casi como una alquimia mágica redondeando su imagen de éxito, al poner al alcance de todo el mundo y bajo una vocación «universal», «democratizando la porcelana» como ellos mismos dicen, técnicamente más perfecta y de mayor calidad incluso que la propia porcelana histórica, y que ahora cualquier miembro de la clase media puede poseer, emulando y desafiando a los antiguos privilegios de la aristocracia, que tenían en ella a un objeto de uso y disfrute exclusivo.

En ese sentido, su vinculación hacia posiciones de valoración social y su forma de tejer una serie de relaciones dobles hacia un pasado mitificado y anclado en su valor aristocrático y en el propio peso de la historia como valor, adheridas a un objeto industrial y comercial que inunda masivamente los mercados internacionales, también supone un punto importante de nuestras reflexiones. A través del análisis hacia este tipo de referencias que le permiten construir un discurso dirigido principalmente a las clases medias y populares, a las que les promete el acceso a un universo estético y conceptual ligado hasta ahora a un mundo vetado a los valores de nobleza que el propio material, su uso, sus imágenes y narrativas y su pretendido valor aurático y artístico poseen o pretenden poseer.

Sin duda, hemos considerado lícito y necesario en nuestra tesis, no circunscribir nuestra investigación sobre Lladró únicamente al análisis de su producción cerámica, sino también a algunas de las acciones y relaciones que Lladró esta-

12. Conclusiones.

blece, obviamente siempre en referencia a su propia producción, en el marco de las relaciones sociales y culturales con su propio entorno. En ellas se encuentran en una situación privilegiada, las relaciones que la marca establece respecto a la institución museo. Hemos dedicado por tanto un extenso apartado a analizar las estructuras de esa relación desde diferentes perspectivas.

Por una parte, los esfuerzos y casi la necesidad que Lladró establece respecto al museo, en relación al papel de legitimación artística que el museo como tal todavía mantiene, y por otra, la propia apuesta de Lladró por la generación de su propio espacio museístico, para lo cual contará con el innegable refuerzo legitimador de la importante colección pictórica adquirida con el tiempo. Esta servirá para ahondar en la continuidad y relación de Lladró con el arte más reconocido y legitimado, presentando el desarrollo histórico de las piezas de porcelana de Lladró a un mismo nivel y formando parte del mismo museo.

También hemos asumido la labor de interpretes de narrativas culturales en gran parte de la tesis, desarrollando una analítica crítica de cuales son sus principales ejes, qué nos cuentan, cómo lo hacen y de qué manera se vinculan a realidades socioculturales y a determinadas proyecciones simbólicas, en referencia a constructos sociales muy delimitados. Y sobre todo, en qué medida estas narrativas visuales que Lladró construye se convierten en su rasgo esencial, claramente vinculadas al propio material como constructor de significado, y que configuran en su conjunto una estética propia y bien delimitada, con características que la hacen única, y que se dilata en toda su producción a lo largo del tiempo.

En cualquier caso, y después de valorar todo el conjunto de su producción figurativa, hemos delimitado nuestro análisis en este aspecto a los que nosotros hemos considerado las líneas definitorias de la estética y las narrativas visuales de las porcelanas Lladró, hubiera sido imposible abordarlo de otra forma. Y entre ellas, hemos hecho especial hincapié en el estudio de la vinculación de la estética Lladró respecto a la tradición de la pintura costumbrista valenciana del siglo XX,

12. Conclusiones.

sus referentes narrativos, visuales y iconográficos, y el tipo de imagen determinada que Lladró contribuye a forjar de la propia cultura valenciana, bajo simplistas, idealizadoras y folclóricas premisas.

Hemos ahondado también en la relación que Lladró establece con el llamado «gran arte», el arte institucional o la historia del arte en sí misma, en función de cómo se nutre de los grandes maestros y estilos, en ocasiones de forma eficaz y en otras de forma más burda a través de la mera imitación formal y temática o a través de relaciones más complejas que acaban sintentizándose en un estilo propio y característico, incluso reconocido como estilo Lladró, y nacido de una fusión en porcelana del espíritu mitificador, idealizador y políticamente conservador de las propias narrativas Lladró con la mística estilística de las pinturas del Greco y de parte de la obra del propio Pablo Picasso. Así mismo, de qué forma esta relación se vincula también con la propia cuestión de la legitimación artística perseguida por Lladró, aunque en este punto no resultará tan eficaz como con la utilización del museo, bajo esas mismas premisas.

De que forma Lladró dirige su mirada hacia la propia historia, y de que forma es narrada esta vinculación con el pasado histórico, también ha ocupado una parte importante de nuestras reflexiones analíticas. Una mirada al pasado que presenta siempre en referencia a modelos que provienen en su mayor parte de la propia cultura visual heredada, y que en cualquier caso, Lladró contribuye a perpetuar o afianzar. La apelación a la historia es constante en el conjunto de toda la producción Lladró, no hay que olvidar que esa huida hacia el pasado configura y sintetiza gran parte de su apuesta estética, basada en la propia mitificación de ese pasado glorificado.

Profundamente enclavadas en el universo estético que nos presenta Lladró, encontramos también un fuerte reflejo de problemáticas sociales, que se hacen muy presentes en la manera de abordar el desarrollo de determinadas imágenes, y construir por tanto unos constructos sociales de premisas fuertemente conserva-

12. Conclusiones.

doras presentadas y amparadas bajo el paraguas de la estética de la inocencia que Lladró construye con sus porcelanas.

Imágenes de la mujer, de lo femenino, que construyen espacios y visiones promovidas únicamente bajo la mirada masculina, y que relegan a cada uno de los géneros hacia el ejercicio de determinadas «funciones sociales» específicas, reservando la pasividad y sumisión al género femenino y la acción y las políticas del dominio al masculino. Lladró plantea unas visiones de género de carácter profundamente político, tal y como hemos ya analizado en el desarrollo de este texto, que no resultan en nada inocentes y contribuye a forjar, perpetuar y representar modelos de dominación social, muy claros y definidos.

Modelos de dominación y de relaciones sociales que van más allá de las cuestiones de género en las narrativas visuales de Lladró, y que profundizan también en las distinciones sociales de clase, en función de que tipo de actividades y relaciones socioculturales establecen los protagonistas cerámicos de las piezas Lladró, al tiempo que en su misma génesis matérica, como ya hemos establecido en el punto dedicado al análisis del propio material, la porcelana se establece conceptualmente vinculada a relaciones y modos de representación de poder social.

Aportamos, para finalizar nuestras conclusiones, un última reflexión analítica vinculada a la propia posición de Lladró en la modernidad, de esa conceptualización de modernidad ilustrada que a Lladró le sirve para afianzar sus valores estéticos y sus narrativas visuales y de qué modo las perspectivas difusas y confusas de los tiempos actuales, que provienen del desarrollo de la posmodernidad, se pueden relacionar con las horas bajas del propio Lladró, tanto a nivel comercial como sociocultural.

La caída de las torres gemelas implicó en su día el fin de un período de certezas, seguridades y certidumbres que asientan su imagen mediática entre otras, en las imágenes generadas por el universo estético de las obras de Lladró. Con la desaparición radical de esas certezas se inicia también el declive de la propia estética

12. Conclusiones.

Lladró, una estética que en el fondo no deja de representar la forma en la que la propia cultura dominante, dominio de occidente sobre el mundo, se representa a sí misma y representa al propio mundo a su modo, imagen y semejanza, como el único modo posible de representación.

Nada se vislumbra en Lladró del nuevo período de incertezas y mezclas difusas que se va imponiendo, esa creolización de la que nos habla Bourriaud, una cultura cada vez más heterogénea diversa y mezclada (Bourriaud, 2009, p. 83).

El migan es un plato créole que, a pesar de la heterogeneidad de los ingredientes que lo componen, posee una verdadera especificidad, por lo que representa el emblema del devenir-menor de los lenguajes globalizados: contra la estandarización obligada, la creolización ramifica infinitamente los discursos culturales y los mezcla en un crisol minoritario, para restituirlos, a veces irreconocibles, bajo la forma de artefactos ya independientes de sus orígenes. La creolización produce objetos que expresan un trayecto y no un territorio, que dependen a la vez de lo familiar y de lo extranjero. Como se puede apreciar en el trabajo de Mike Kelley, las prácticas para-religiosas chinas, el folk art, la cultura popular ya no representan alteridades respecto a la cultura dominante sino meros más-allá, lo mismo que la cultura clásica occidental: son las islas de un archipiélago urbano, que comunican entre sí sin contentarse jamás con formar un territorio único.

En este caso el sentido de Lladró, estriba ahora no tanto en una estética de la exaltación de los propios valores, y se convierte interpretativamente hablando, en una estética de la resistencia de esos propios valores, ya de por sí conservadores, hacia la propia conservación de esencias culturales. Un acto de resistencia de unos valores, que Lladró condensa, muestra y representa en porcelana. Ahora, a diferencia de los primeros tiempos de la segura y optimista modernidad, y cuando era atacado (indirectamente) en su esencia estética y industrial por los

12. Conclusiones.

críticos de la vanguardia, es decir, desde un punto de vista teórico o intelectual, se enfrenta a una realidad mucho más compleja y perversa que es la que empieza a configurar un nuevo mundo de inestabilidades.

En este sentido, Lladró responde a un modelo que acaba pervirtiendo su propia dimensión y realidad como elemento y objeto producto de la industria cultural, una industria cultural empeñada en hacer perecer con rapidez sus productos, que deben ser intercambiables por otros nuevos, esta es una de las grandes contradicciones de Lladró.

Su empeño por el asentamiento de un modelo anacrónico, en una sociedad contemporánea pero estable y que ahora es cambiante, difusa y confusa, le proveerá en un primer momento de notables éxitos, en función de la necesidad social de ese recurso al pasado kitsch nostálgico al que nos remite Olalquiaga (2007), pero que supondrá a su vez el inicio de la decadencia del Lladró clásico, entendido éste, como la esencia de unos valores culturales anclados en la modernidad ilustrada, que hemos ido desgranando en el desarrollo de nuestro análisis durante toda la tesis.

La estabilidad y permanencia necesarias que reclama Lladró, ya no pueden convivir con un mundo de vagabundeos e incertezas, las identidades que pretende asentar Lladró, se desdibujan en un mundo transcultural y criollizado, ausente de verdades absolutas, pero donde un indeformable poder se asienta cada vez más.

Bibliografía

- AA.DD (1979). *Lladró. El arte de la Porcelana*. Barcelona: Salvat Editores.
- AA.DD (1988). *Lladró. El mundo mágico de la porcelana*. Barcelona: Salvat Editores.
- AA.DD (1992). *Sèvres. Une collection de porcelaines. 1740-1992*. Sèvres: Musée National de Céramique.
- AA.DD (1996). *Alcora. Un siglo de arte e industria*. Castelló: Fundació Caixa Castelló.
- AA.DD (1998). *Lladró. La voluntad creadora*. Tavernes Blanques: Lladró Comercial.
- AA.DD (2003). *The Lladró Authorized Reference Guide*. Moonachie (USA): Lladró Comercial.
- AA.DD (2005). *La cerámica española y Don Quijote*. Talavera de la Reina: Empresa Pública Don Quijote de La Mancha.
- AA.DD (2006). *Obras maestras de la colección pictórica Lladró. La esencia del color*. Tavernes Blanques: Lladró Comercial.
- Acebal, M. M. (2010). Los estereotipos visuales y las imágenes estereotipadas. <http://www.archivo-semiotica.com.ar/Acebal.html>.
- Adams, Y. (2001). *Meissen figures, 1730-1775: the Kaendler years*. Atglen, PA: Schiffer Pub.

Bibliografía

- Adorno, T. y M. Horkheimer (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta.
- Agirre, I. (2005). *Teorías y prácticas en educación artística. Ideas para una revisión pragmatista de la experiencia estética*. Barcelona: Octaedro.
- Agirre, I. (2008). Nuevas ideas de arte y cultura para nuevas perspectivas en la difusión del patrimonio. En I. Agirre (Ed.), *El acceso al patrimonio cultural*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.
- Algarra, V. y P. Berrocal (1995). Almàssera. En M. Cerdà (Ed.), *Enciclopedia valenciana de arqueología industrial*. Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.
- Aliaga, J. V. (2007). *Orden fálico. Androcentrismo y violencia de género en las prácticas artísticas del siglo XX*. Madrid: Akal.
- Alvarez, B. (2011). *La verdadera historia de los cuentos populares*. Madrid: Ediciones Morata.
- Anónimo (1995). La sociedad de coleccionistas lladró cumple 10 años. *Expressions Magazine*.
- Ariño, A. (1992). *La ciudad ritual. La fiesta de las fallas*. Barcelona: Anthropos.
- Ariño, A. (1993). Los procesos productivos. En A. Ariño (Ed.), *Aproximación a la historia del gremio artesano de artistas falleros de Valencia*. Valencia: Diputación de Valencia.
- Balló, J. (2000). *Imatges del silenci. Els motius visuals en el cinema*. Barcelona: Empúries.
- Banks, M. (2010). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Barthes, R. (2005). *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI.

Bibliografía

- Baselga, M. (2004). Concepto estético de lo cursi. pp. 7–73. Institucion Fernando el Católico.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Benjamin, W. (1982). *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Taurus.
- Berchez, J. y M. Gómez-Ferrer (1998). *Arte del Barroco*. Madrid: Historia 16.
- Berger, J. (2007). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Blanco, O. (2000). *Cultura popular y cultura de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- Blasco Carrascosa, J. (1996). *Del regionalisme al modernisme en els fons pictòrics del Museu de Belles Arts de València*. Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.
- Blaya, Nuria, T. C. (2007). *La figura humana en la col·lecció Lladró*. València: Universitat de València.
- Bonet, Victoria, E., Ortiz, y M. J. Piqueras (1998). *El levante feliz o el levante falaz. Reflexiones sobre el costumbrismo valenciano*. Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Borrego, V. (1993). La estética de las fallas. En A. Ariño (Ed.), *Aproximación a la historia del gremio artesano de artistas falleros de Valencia*. Valencia: Diputación de Valencia.
- Borrego, V. (1996). El vessant estètic. En A. Ariño (Ed.), *La festa de les falles*. València: Consell Valencià de Cultura.
- Borrás Gualis, G. M. (1996). *Teoría del arte I*. Madrid: Historia 16.
- Bourriaud, N. (2009). *Radicante*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

Bibliografía

- Bozal, V. (Ed.) (2000). *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*. Madrid: Visor.
- Bozal, V. (2008). *El gusto*. Barcelona: Antonio Machado Libros.
- Broch, H. (1970). *Kitsch, Vanguardia y el arte por el arte*. Tusquets.
- Calaf, R. y O. Fontal (2007a). Metáforas para conceptualizar el patrimonio artístico y su enseñanza. En R. Huerta y R. De la Calle (Eds.), *Espacios estimulantes. Museos y educación artística*, pp. 67–89. Valencia: Universitat de València.
- Calaf, R. y O. Fontal (Eds.) (2007b). *Museos de arte y educación. Construir patrimonios desde la diversidad*. Gijón: Trea.
- Calinescu, M. (1991). *Cinco caras de la modernidad. Modernismo, vanguardia, decadencia, kitsch, posmodernismo*. Madrid: Tecnos.
- Carbonell Tatay, A. (1998). *El escultor Vicente Beltran*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Carbonell Tatay, A. y J. A. Blasco Carrascosa (1996). *Vicente Beltrán Grimal en el centenario de su nacimiento*. Valencia: Generalitat Valenciana.
- Carrascosa Morales, A. (2003). La imagen de España en Japón. *Boletín Económico del ICE* (2770).
- Carroll, N. (2002). *Una filosofía del arte de masas*. Madrid: Antonio Machado Libros.
- Castañer, X. (1982). Regionalismo y sorollismo en el país valenciano. *Cimal* (14).
- Castañer, X. (1998). *Algunos aspectos del regionalismo folklórico con un cierto toque kitsch en la pintura valenciana (1900-1950)*. Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.
- Cerviño, J. y J. Rivera (2007). La globalización de las marcas españolas: liderazgo y notoriedad internacional. *Información Comercial Española. Revista de Economía* (839).

Bibliografía

- Cirese, A. (2004). *Arte moderno popular*. Sevilla: Doble J.
- Coll, J. (1995). La porcelana. En M. Cerdà y M. García Bonafé (Eds.), *Enciclopedia valenciana de arqueología industrial*. Valencia: Alfons el Magnànim.
- Company, X. (1990). *La pintura hispanoflamenca*. València: Alfons el Magnànim.
- Corral, J., C. García, y G. Navarro (2006). *Taller de historia. El oficio que amamos*. Barcelona: Edhasa.
- Danto, A. (2002). *La transfiguración del lugar común*. Barcelona: Paidós.
- Danto, A. (2005). *El abuso de la belleza*. Barcelona: Paidós.
- Darras, B. (2008). Del patrimonio artístico a la ecología de las culturas. la cuestión de la cultura elitista en democracia. En *El acceso al patrimonio cultural*. Universidad Pública de Navarra.
- De la Calle, R. (2001). *Jhon Dewey. Experiencia estética experiencia crítica*. Valencia: Alfons el Magnànim.
- Dewey, J. (1948). *La experiencia y la naturaleza*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dewey, J. (2008). *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós.
- Dickie, G. (1974). *Art and the aesthetic: An institutional analysis*. Ithaca (N.Y): Cornell University Press.
- Divis, J. (1989). *El arte de la porcelana en europa*. Madrid: Libsa.
- Dorfles, G. (1967). *Símbolo, comunicación y consumo*. Barcelona: Lumen.
- Dorfles, G. (1968). *El diseño industrial y su estética*. Barcelona: Labor.
- Dorfles, G. (1973). *El kitsch. Antología del mal gusto*. Barcelona: Lumen.

Bibliografía

- Dorfles, G. (2004). Relaciones e interferencias entre el arte popular y el diseño industrial. En *Arte moderno popular*. Doble J.
- Dorfles, G. (2010). *Falsificaciones y fetiches. La adulteración en el arte y la sociedad*. Madrid: Sequitur.
- Dorfman, A. y A. Mattelart (1976). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. México: Siglo XXI.
- Dufrenne, M. (1982). *Fenomenología de la Experiencia Estética*. Valencia: Fernando Torres.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Escaño, C. (2003). Pensamiento debil, pensamiento kitsch. la condición posmoderna como hipotética estructura epistemológica actual en el ser humano frente a la educación artística. En *Actas Congreso INARS : la investigación en las artes plásticas y visuales*. INARS.
- Flor, V. (2011). *Noves glòries a Espanya. Anticatalanisme i identitat valenciana*. Afers.
- Fontal, O. (2008). Hacia una educación artística patrimonial. En *El acceso al patrimonio cultural*. Universidad Pública de Navarra.
- Francalanci, E. L. (2010). *Estética de los objetos*. Madrid: Antonio Machado Libros.
- Freedberg, D. (1992). *El poder de las imágenes*. Madrid: Cátedra.
- Freedman, K. (2006). *Enseñar la cultura visual. Currículum, estética y la vida social del arte*. Barcelona: Octaedro.
- Fuga, A. (2004). *Técnicas y materiales del arte*. Barcelona: Electa.
- Gadamer, H.-G. (1991). *La actualidad de lo bello*. Barcelona: Paidós.
- García Cortés, J. M. (2006). *Políticas del espacio. Arquitectura, género y control social*. Barcelona: Iaac.

Bibliografía

- García Mahiques, R. (2009). *Iconografía e Iconología*. Madrid: Ediciones Encuentro.
- Geertz, C. (1994). El arte como sistema cultural. En *Conocimiento local*. Barcelona: Paidós.
- Giesz, L. (1973). *Fenomenología del Kitsch*. Tusquets.
- Gil Salinas, R. (1994). *Arte y coleccionismo privado en Valencia del siglo XVIII a nuestros días*. Valencia: Alfons el Magnànim.
- Giroux, H. A. (2001). *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Gombrich, E. H. (2003). *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Goodman, N. (1990). *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor.
- Gracia, C. (1998). *Arte valenciano*. Madrid: Cátedra.
- Grangel Nebot, E. (2004). *L'escultura a la Reial Fàbrica del Compte d'Aranda*. Alcora: Ajuntament d'Alcora.
- Gubern, R. (1997). *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16.
- Hernández, F. (1997). *Educación y cultura visual*. Sevilla: Publicaciones M.C.E.P.
- Hernández, F. (2007). *Espigador@s de la cultura visual. Otra narrativa para la educación de las artes visuales*. Barcelona: Octaedro.
- Huerta, R. (2005). Lindes creativos en educación artística y medios de comunicación. *Investigación en Educación Artística*.
- Huerta, R. (2008). *Museo tipográfico urbano. Paseando entre las letras de la ciudad*. Valencia: Universitat de València.

Bibliografía

- Huerta, R. y R. de la Calle (Eds.) (2007). *Espacios estimulantes. Museos y educación artística*. Valencia: Universitat de València.
- Huerta, R., L. Soto, y R. Ramon Camps (2007). *Revisando las actividades falleras en los centros de Secundaria*. Barcelona: Colbacat - Octaedro.
- Jiménez, J. (2001). Presente y futuro del arte. En J. L. Molinuevo (Ed.), *A que llamamos arte*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Langer, S. K. (1958). *Nueva clave de la filosofía*. Buenos Aires: Sur.
- Langer, S. K. (1967). *Sentimiento y forma*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lladró, J. (2006). *El legado de Lladró*. Madrid: LID.
- Lladró, V. (2010). *Así lo viví y así lo cuento. Memorias*. Valencia.
- Lladró Dolz, J. (1997). *Art i Técnica de Ceràmica Valenciana*. Valencia: Real Academia de Cultura Valenciana.
- Mariano Ortiz, J. (1865). *Disertación histórica de la festividad y procesión del Corpus que celebra cada año la muy ilustre ciudad de Valencia*. València: Imp. José Rius (Valencia, Librerías París-Valencia, 1992).
- Marquard, O. (2000). *Apología de lo contingente*. Valencia: Alfons el Magnànim.
- Martín Ansón, M. L. (1997). Artesanía. En *Manual de técnicas artísticas*. Madrid: Historia 16.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Moles, A. (1971). Objeto y comunicación. En *Los objetos*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Moles, A. (1975). *Teoría de los objetos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Bibliografía

- Morant Mayor, V. J. (2011). *La escultura animalista valenciana del siglo XX*. Ph. D. thesis, Universitat Politècnica de València, València.
- Morley-Fletcher, H. (1985). *Técnicas de los grandes maestros de la Alfarería y cerámica*. Madrid: Hermann Blume.
- Morris, W. (1975). *Arte y Sociedad Industrial*. Valencia: Fernando Torres Editor.
- Mínguez, V. (1990). *Art i arquitectura efímera a la València del S. XVIII*. València: València Alfons el Magnànim.
- Navarro, G. (1999). *Los orígenes de la sedería valenciana. Siglos XV-XVI*. Valencia: Ajuntament de València.
- Navarro, G. (2004). El arte de la seda en el mediterráneo medieval. *En la España Medieval*.
- Navarro, G. (2011). Cultura visual y enseñanza de la historia. la percepción de la edad media. *EARI. Educación Artística Revista de Investigación*.
- Olalquiaga, C. (2007). *El reino artificial. Sobre la experiencia kitsch*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ortiz, y E. Bonet, Victoria (2000). *Fotografías de boda, testimonio publico de una historia íntima*. Valencia: Diputación de Valencia.
- Panofsky, E. (2004). *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pérez, D. (2003). *Malas artes. Experiencia estética y legitimación institucional*. Murcia: Cendeac.
- Pérez Camps, J. (1992). La cerámica valenciana en el siglo xx. En M. P. Soler Ferrer y J. Pérez Camps (Eds.), *Historia de la Cerámica Valenciana*. Valencia: Vicent García Editors.

Bibliografía

- Pérez Camps, J. (2001). *Alfonso Blat. El ceramista y su obra*. València Institució Alfons El Magnànim.
- Pérez Sánchez, A. (2004). *La colección Lladró*. Valencia: Lladró Comercial.
- Ramon Camps, R. (2007). La funció estètica i comunicativa de les etiquetes d'un producte industrial. la indústria del xocolate a torrent. *IV Congrés d'Història de l'Horta Sud*.
- Ramon Camps, R. (2008). Industrias locales, imágenes globales. el caso lladró y su relación con los mass media. En *Actas del Segundo Congreso de Investigación en Educación Artística*. Sevilla: Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Bellas Artes de Andalucía.
- Ramon Camps, R. (2010). *Cultura visual al Puig. Patrimoni i art popular*. Girona: Papers On Demand.
- Rampley, M. (2005). La amenaza fantasma: ¿la cultura visual como fin de la historia del arte? En *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Akal.
- Ramírez, J. A. (1996). *La fallas de la historia del arte*. Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.
- Ramírez, J. A. (1997). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.
- Ramírez, J. A. (2009). *El objeto y el aura*. Madrid: Akal.
- Röntgen, R. E. (1996). *The book of Meissen*. Atglen, PA, USA: Schiffer Publishing.
- Sandoval, L. (1992). Radioteatro y cultura popular. <http://www.nombrefalso.com.ar>.
- Schmutzler, R. (1980). *El modernismo*. Madrid: Alianza.
- Shinner, L. (2004). *La invención del arte*. Barcelona: Paidós.

Bibliografía

- Sontag, S. (2007). *Contra la interpretación*. Madrid: De Bolsillo.
- Storey, J. (2002). *Teoría Cultural y Cultura Popular*. Barcelona: Octaedro.
- Tatarkiewicz, W. (2004). *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos.
- Trías, E. (2001). El criterio estético. En J. L. Molinuevo (Ed.), *A que llamamos arte*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Valis, N. (2002). *The culture of cursilería: bad taste, kitsch, and class in modern Spain*. Duke Univ Pr.
- Vila, J. M. y J. I. Padilla (Eds.) (1999). *Ceràmica medieval i posmedieval. Circuits productius i seqüències culturals*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Vitta, M. (2003). *El sistema de las imágenes*. Barcelona: Paidós.
- Volli, U. (1973). Pornografía y pornokitsch. En *El kitsch. Antología del mal gusto*. Madrid: Lumen.
- Walker, J. A. y S. Chaplin (2002). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Octaedro.
- Wollheim, R. (1972). *El arte y sus objetos*. Barcelona: Seix Barral.

A. Apéndice de Entrevistas.

En esta última parte de la tesis, entendida como un anexo al desarrollo argumental central, adjuntamos la transcripción de tres entrevistas realizadas durante el proceso de investigación, todas ellas en el verano del año 2009, a tres personas que indudablemente poseen un importante papel en el desarrollo y en todo el proceso y evolución posterior de la marca valenciana de porcelanas Lladró.

Entre ellos, y en un lugar de privilegiada importancia, contamos con la entrevista a uno de los tres hermanos fundadores de la marca y de las porcelanas Lladró, el mayor de ellos, el propio Juan Lladró Dolz, que en el momento de la entrevista presidía de nuevo la empresa, y cuyas palabras, lógicamente tienen un valor excepcional en una tesis como la presente.

También pudimos entrevistar a Manuel Hurtado, uno de los primeros colaboradores de la marca, ya desde sus inicios, y que ocupó diversos cargos de importancia dentro de la propia empresa y desarrolló toda su carrera profesional en Lladró.

Y por último, con una mujer, que también desde los primeros momentos y posteriormente hasta el final de su carrera profesional, fue colaboradora directa de los Lladró, desde el primer taller fundado en la propia casa natal de los hermanos creadores de la marca de porcelana universal, Vicenta Montañana.

Las entrevistas nos han servido, además de para generar testimonios impagables y opiniones de primera mano de algunos de los protagonistas de este proceso

A. Apéndice de Entrevistas.

de creación de una estética determinada y que ha sido puesta en revisión y juicio a lo largo de toda la tesis, para contrarrestar, incluso corroborar una gran parte de las argumentaciones que hemos estado defendiendo en todo el texto y en las propias conclusiones finales de la tesis.

A.1. Entrevista con Juan Lladró Dolz.

Comencemos por la materia en que desarrollan sus piezas, la Porcelana, ¿qué motivo les impulsó a elegir este material y no la loza u otro tipo de cerámica en sus obras?

Nosotros empezamos a fabricar cerámica en una fábrica de azulejos, estábamos trabajando en la fabricación de vajillas del tipo y el estilo de Alcora. Le decimos loza de Alcora, en esta fábrica la porcelana se hizo poca y regular, pero en cerámica sí se hizo mucho. Y esto venía de profesores y especialistas de Moustiers (Francia) que trabajaban el mismo material que Alcora, loza barnizada. Utilizaban un barniz blanco normal, no el que últimamente hemos visto, sino el antiguo, porque últimamente lo que se hacía era a la pasta blanca ponerle un barniz transparente. Era como hacer un azulejo al que se le añadía barniz blanco encima.

Después de eso, nosotros empezamos a trabajar y nos dijeron, ustedes hacen un trabajo muy bien hecho pero no es porcelana. Su trabajo necesita, para que se valore y se pague adecuadamente, tiene que estar elaborado en porcelana. La loza no pesa, y la porcelana sí. La porcelana tiene más valor y categoría, aunque hay porcelanas muy finas que tampoco pesan, aunque la normal tiene un peso muy superior a la loza. Después pasamos a Nalda que sí que trabajaba la porcelana, porque también ocurrió lo mismo que en otras fábricas como Hispania. En España no había porcelana de calidad a excepción de una pequeña fabrica creo recordar que en Galicia (duda sobre esta afirmación), que ofrecían resultados bastante bastos.

Bidasoa se trajo la técnica de Portugal, de Vista Alegre. Nalda en aquella época hacía platos muy buenos. A través de las experiencias que hicimos en Nalda, y gracias a ellas, pasamos de la loza a la porcelana. Dejamos Nalda por un desacuerdo en los sueldos, pero la verdad es que aprendimos mucho, llevando el proceso de decoración de Nalda.

A. Apéndice de Entrevistas.

Después del paso por Nalda nos pusimos en casa, empezamos trabajando la loza también, pero vimos que no se vendía bien y empezamos con la porcelana y poco a poco la empresa pasó de ser cinco, al año siguiente éramos doce, dieciocho y treinta y tres en años sucesivos. En cuatro años llegamos a ser treinta y tres personas cuando en la fábrica donde estábamos [Nalda] continuaban con doce o catorce.

Después empezamos comprando la pasta de fuera pero la completábamos con aditivos que la hiciera fabricable, porque esa porcelana tal cual no resultaba fácil ni adecuada a la fabricación de figuras, dando muchos problemas en el proceso. Entonces fichamos a un químico conocedor de las materias y que había sido ceramista y empezamos a formular en casa, a experimentar y cada vez la porcelana iba siendo mejor, empezamos a decorar de manera diferente a los demás, empezamos a hacer figuras con estilo, fichamos a un gran escultor que Nalda abandonó, Fulgencio García y el nos ayudó mucho con los trabajos que hacía, pero cuando nosotros nos llevábamos cinco pesetas por el trabajo, el nos cobraba ocho. Todo lo que hizo fue muy bueno, tenía muy buenas manos y era muy ágil y muy creativo y eso junto a nuestro trabajo y saber hacer conseguimos ir progresando rápidamente.

¿Usted cree que existe una influencia de los temas valencianos y la vida en la huerta que representaban la pintura de Sorolla y Benlliure, o por el propio origen familiar de los Lladró?

Nosotros hacíamos cualquier cosa que pensáramos que pudiera ser vendible, indudablemente se hicieron labradoras, huertanas, pero también se hicieron pastoras, prácticamente de todo, lo que pasa es que aquí hay un temperamento creativo, artístico, que en muchos casos, pues, no se perfecciona y hay gente que se dedica a fabricar y no a pensar tanto; nosotros nos dedicamos a pensar mucho antes de fabricar. De esa manera procurábamos que una aprendiz, llenando espacios, pudiera hacer una cosa importante y hay otros que tienen que pintar, un

A. Apéndice de Entrevistas.

especialista, entrando en detalles, pero no consigue los resultados de efecto. Una buena escultura, que ellos no hacían la mayoría de veces, decorada con conocimiento da una sensación de una obra de arte y una buena pintura si la hace un artista se limita a su trabajito, que lo tienen que cobrar carísimo, y en algunos casos ni siquiera gusta a la gente que no valoran su trabajo.

Nosotros pensamos mucho como fabricar barato, entre otras cosas porque venían los extranjeros y al principio decían que esto es caro, les gustaba y no se lo podían llevar, y decidimos buscar fórmulas para abaratar el coste, y en eso hemos influido mucho nosotros, no solo hemos hecho porcelanas si no que hemos aportado a la fabricación de la porcelana, y estamos aportando aun. Nosotros conseguimos unas calidades hoy que los extranjeros no saben como llegamos a ella. La porcelana europea y China se sabe como se hace, la nuestra, en algunos casos, no saben como nosotros llegamos a ella.

De hecho, nosotros conseguimos unas calidades, con las técnicas avanzadas que tenemos que superan a cualquiera, podemos decir que podríamos hacer cualquier pieza de porcelana.

Siempre ha existido una cierta polémica entre Lladró y el arte, usted considera que las obras de Lladró son obras de arte, son artesanía o ¿qué son?

Una buena escultura, de un gran escultor, siempre es buena. A veces vemos por ahí chapuzas y cosas... monumentos que están muy mal hechos, me repele incluso mirarlos, hay mucho modernismo y mucha cosa que yo, ¡caramba esto por donde! Si empiezas a darle vueltas hay cosas que sí. La verdad es que en la vida, esto decía Victor un médico de Almàssera, decía que en todas las épocas ha habido maestros, pero que no todos son maestros, o sea, maestros en el sentido de aquellos que poseen las medallas de honor, que son personas que marcan un estilo una forma de pintar, una calidad, y en Valencia pues estaba Benlliure una maravilla de pintor, estaba Sorolla, estaba Ismael Blat, hermano de Alfonso Blat.

A. Apéndice de Entrevistas.

Alfonso Blat era el ceramista que conocía más técnicas de cerámica, hacía piezas únicas pequeñas y muy valiosas, con técnicas que él, estudio en Checoslovaquia, se trajo esmaltes y otras cosas, la verdad es que sabía mucho, sin embargo, no sabía como pintábamos nosotros, porque cuando estábamos en Nalda no pintábamos así.

En porcelana, de lo mejor que se ha hecho en esculturas se ha hecho en Lladró, no puedo decir que en épocas pasadas se hicieran muy buenas esculturas, como en el Buen Retiro que tenía buenas esculturas, pero la mayoría de las piezas eran defectuosas, hoy no se vendería ninguna por defectos. Sin embargo, en escultura, como eran escultores buenos hacían buenas obras.

Aquí, en Nalda empezó un escultor que tenía primera medalla, y iba a por la medalla de honor, con piezas muy buenas. Nosotros tenemos piezas comerciales, esculturas comerciales, pero también tenemos piezas muy buenas como esculturas. Yo siempre digo que nosotros vendemos arte en porcelana, transformado en porcelana, que no todo el mundo hace eso, pero nosotros hacemos muchas piezas que se puede decir que son obras de arte. Mira esa de ahí, (me señala una pieza de un dragón oriental muy reciente que está junto a nosotros, en su despacho) es una maravilla, este de aquí es de Rodin, (señalando otra pieza basada en el famoso escultor), de un escultor que compró el derecho de poder hacerla.

(Me señala algunas obras más de su despacho incidiendo en su valor como grandes esculturas.) Nosotros hemos hecho arte en porcelana. Hay una gran colección de piezas de porcelana que se ha ido haciendo que son auténtico arte. Mucho mejor que muchas esculturas o monumentos que vemos por ahí, lo que pasa es que son pequeñas, pero es una obra de arte.

Y, respecto a los escultores que han trabajado para Lladró...

Tenemos gente de fuera que los pescábamos de las fallas, pero a gente que hacía lo que quería y no lo que le salía. Hay mucha gente que para conseguir una cosa

A. Apéndice de Entrevistas.

empieza a trabajar y a trabajar, y a lo mejor lo consigue, pero le cuesta mucho. Estas personas dicen que quiero hacer, cualquier cosa, un juez, que tiene cara de juez, un niño, tiene cara de niño, un poeta, tiene cara de poeta, o sea, hacen lo que quieren.

En casa hemos tenido y tenemos personas válidas, muy validas. Estuvo «García» (Fulgencio García), Huertas, Debón, Ballester, Furió.

(Sin ser preguntado muestra su admiración por la obra y las pinturas de Sorolla y de Benlliure)

El que dirigía la fábrica de Nalda era Vicente Beltrán, yo he visto un torso de Vicente Beltrán y me pregunto, a ver quien es capaz de hacer eso tan bien hecho como él. Tenía primera medalla en escultura.

¿Cuando trabajan para Lladró, los escultores tiene libertad a la hora de elegir los temas o se les marcan directrices claras?

Ellos hacen un boceto, pero nosotros les damos la idea. Si hacen un boceto y nos gusta, lo llevamos adelante. Se valoran las pegadas que pueda tener para fabricarla o no, y aportamos lo que nos parece y nada más. Nosotros damos una idea que ellos tratan de desarrollar, una pastorcita, un Quijote, ellos hacen el Quijote, te gusta, no te gusta, rectificas, a mi este boceto no me gusta y el otro sí porque no está en posición natural.

Partimos de que la serenidad es la base de las piezas. Una pieza, cuando esta hecha de manera natural y no está forzada, es mucho más bella, da más relax verla, te sientes más... encuentras algo que no encuentras a otra pieza. A veces, la gente mueve las piernas, y las mueve tanto que parece que están epilépticas, de manera muy forzada.

Fidias, todo lo que hacía, estaba hecho con una serenidad que resultaba una maravilla, por ahí es por donde nosotros hemos trabajado. Espíritu, belleza, familia, romanticismo, siempre buscando la dignidad, el reposo.

A. Apéndice de Entrevistas.

En una ocasión un escultor nos propuso hacer una pareja griega, el escultor empezó a moverla y hacer cosas y le dijimos, «No, haga usted eso, mire como está éste de reposado, de tranquilo, haga usted esa pieza con la misma...» Dejó de sofisticarla y a la primer salió.

Siempre hemos colaborado en eso, ya hemos estudiado Bellas Artes, (rectifica) Artes y Oficios, y conocemos bastante, conocemos la estética, hemos hecho decoración, pintura, y que nos ha servido para después tener una idea de lo que es una estética y nos hemos rodeado de gente capaz.

Cuando empezamos todo tenía que salir de nuestras manos, y al ganar algo empezamos a pagar a gente.

De alguna manera, ¿cree que Lladró es responsable en parte de la imagen que tiene el mundo de Valencia, o ha contribuido en parte a ello?

La gente, tenía de Valencia una idea distinta de la nuestra, porque la gente decía, parece mentira que eso se haga en Valencia. Porque en Valencia somos más falleros, más folclóricos, pero la idea que tienen del pueblo valenciano no respondía a nuestros colores grises, nuestras piezas estilizadas, derivadas de Toledo y del Greco.

¿Cómo definiría la estética de Lladró?

Ultimamente hay más diversidad, antes hacíamos solo figuras estilizadas, y empezamos luego a hacer otras cosas sin dejar de hacer las clásicas, siguiendo una línea que hace que las piezas de Lladró se distinguen, porque están hechas con las mismas técnicas.

¿Por qué cree que han tenido tanto éxito a nivel internacional y han llegado a gustos de todo el mundo?

La verdad es que ahora estamos vendiendo en China, en Japón, Japón hoy es nuestro primer mercado. Temíamos a Japón, (en referencia a oriente) y resulta

A. Apéndice de Entrevistas.

que ahora nosotros estamos vendiendo allí. Allí siempre hay artistas individuales muy buenos que hacen unos platos maravillosos, y sobre todo, tanto en Japón como en China reproducen mucho lo antiguo.

Siempre se ha tildado a Lladró de que es muy clásico, pero yo en el desarrollo de mis investigaciones he llegado a la conclusión de que incluso se podría considerar a Lladró casi como un símbolo del siglo XX.

Hoy, en el mundo, la fábrica más importante y de más prestigio es Lladró. Hoy no hay nadie que puede aportar alguna cosa como nosotros, que aporten algunos artistas o alguna cosa puntual sí, y piezas buenas, que las hay, pero si comparamos nuestras piezas buenas, nos damos cuenta que nosotros si somos capaces de hacer aquello, pero ellos no son capaces de hacerlo, técnicamente.

En ese sentido, Lladró es compatible con el llamado arte moderno o son dos mundos muy diferentes para usted.

Nosotros huimos del camelo, en el arte moderno hay mucho camelo. Hay cosas buenas, pero las cosas buenas perdurarán en el tiempo, y muchos pintores modernos no perdurarán en el tiempo. Quedara una solera, un Picasso, hasta algunos de los famosos de hace treinta años hoy ya no venden. Eran fruto de un espectáculo, una novedad. Lo que con el tiempo se cotiza, porque mucha gente apostó por esas piezas y después no las ha podido vender o vender más baratas, porque han pasado de moda. Lo que es bueno no pasa de moda. Nosotros tenemos piezas buenas que no pasaran de moda, y otras que son producto de una industria, para el consumo y la compra, pero eso lo tienes que hacer con dignidad, y que sea bueno técnicamente y de calidad, pero pensando en el mercado. Otras (piezas) piensan en el arte, en lo que aportas, para ahora y para siempre. Como nuestra pieza del Quijote, que ha sido un hito, o el Triste Arlequín.

Yo también he percibido una relación de Lladró con las obras y las imágenes que proyecta Disney, ¿cómo percibe usted esta relación?

A. Apéndice de Entrevistas.

Estamos haciendo piezas para Disney nosotros. Quieren que nosotros les vendamos piezas porque llegamos a más sitios que ellos.

¿A qué tipo de público cree que va dirigido Lladró?

Bueno, nosotros hemos socializado la porcelana. Antes la porcelana solo era para una clase muy alta, y gracias a nuestras técnicas y nuestra forma de trabajar hemos podido hacer que el pueblo pudiera comprar una porcelana de calidad y bien hecha. Hay de todos los precios. También hay gente que prefiere piezas de las producidas por las Reales Fábricas, de las que quedan pocas, la gente que en cambio no tiene estos prejuicios valora por encima nuestra calidad y perfección. Las nuestras son perfectas de arriba a abajo, gracias a técnicas que aplicamos que existen ahora y que antes no existían.

¿Por qué cree usted que hasta ahora no se haya elaborado ningún trabajo de investigación universitaria sobre Lladró?

De Lladró se ha hablado mucho, (se levanta y me muestra una noticia con unas piezas, de la época de Nalda, pintada por Juan Lladró en el año 1950, pero luego duda sobre la autoría de Fulgencio García.)

(Me enseña algunas otras piezas de Lladró y me asegura que estas se pagan más que cuadros de los pintores más famosos de hoy. En ese momento su secretaria nos interrumpe por un compromiso que tiene que atender Juan Lladró y concluimos la entrevista.)

A.2. Entrevista con Manuel Hurtado.

Hable un poco sobre usted y que labor desarrolló en la empresa Lladró.

Yo entre a trabajar en Lladró en el año 57, 47 años trabajando con ellos, en el antiguo taller de Almàssera. Entré haciendo un poco de todo, porque la cerámica entonces era un poco así, aprendiz de todo y maestro de nada, y poco a poco fui dedicándome y especializándome en el tema de hornos, barnizado y esmaltado principalmente. Junto a Vicente Lladró construimos los primeros hornos, después me encargue yo solo de esa función y después llegué a ser jefe de planta y director de una de las fábricas. Cuando Lladró se consolida como empresa, paso a ser director de decoración de gres y Director de Calidad de Producto y Procesos del Grupo Lladró, hasta mi jubilación.

¿Cómo recuerda esos primeros años de trabajo en Lladró?

Lo recuerdo como algo muy romántico, se es joven y con muchas ganas de progresar, de aprender, la cerámica nos daba un campo impresionante. Yo al menos me enamoré de la cerámica, el fuego y la porcelana. Lo recuerdo muy bien, muy pesado también, trabajamos muchas horas y duramente, pero nos parecía bien con tal de que fuéramos progresando y con una visión de futuro todos, los hermanos Lladró principalmente. Veíamos cerámicas de alto nivel y pensábamos que nosotros teníamos que llegar ahí. Unos inicios de ilusión y de ganas de hacer cosas.

Respecto a las imágenes de las figuras, ¿quién decidía que imágenes se elaboraban?

Los hermanos Lladró eran siempre los que decidían la línea que había que seguir, y todas las piezas tenían que contar con la aprobación de los tres hermanos. Consultaban algunas cosas, a nosotros y a otros, pero generalmente ellos eran los que decidían.

A. Apéndice de Entrevistas.



Figura A.1.: Manuel Hurtado en un momento de la entrevista.

En esos primeros momentos, ¿qué escultores colaboraban con Lladró?

El primer escultor que colaboró con Lladró, si no recuerdo mal, fue Vicente El Ros, de aquí del pueblo (Almàssera), uno de los primeros que trabajaron fue Fulgencio García, sobre todo él, como escultor ya trabajando. Después ya vinieron Furió, Huertas, Martínez, Debón.

¿Percibe usted alguna relación de la estética de Lladró con la estética de las fallas?

En principio, la relación con las fallas yo particularmente no la veo tanto, otros la ven mucha. Yo veo más que han sido las fallas las que han seguido un poco la línea de Lladró. Esa línea romántica, si se quiere un poco «noña», siempre pensando en las cosas estilizadas, cosas bien hechas. Buscando escenas del día a día, buscando la parte buena de las personas. Se ha huido de figuras violentas y desagradables. Si se ha hecho algún desnudo ha sido siempre pensando en un desnudo artístico, nunca en un desnudo erótico. Siempre desde un punto de recreación de las cosas agradables de la vida.

A. Apéndice de Entrevistas.

¿Es esa estética de la idealización el gran y continuado éxito internacional de Lladró?

Precisamente es eso lo que estaba diciendo. A la gente le gusta recordar que por ejemplo venía del campo, aunque viviera en las grandes ciudades, igual me da que se trate de Nueva York, Madrid o Tokyo, las personas tenían un recuerdo de sus antepasados de sus ancestros del campo, la cabrita, la pastorcita, eso les remite a un recuerdo. Bien seas de ascendencia holandesa, de ascendencia francesa, todo el mundo, todo el mundo... estas cosas, el toro, la vaquita, la escena de la pastora ordeñando a la vaca, las flores... En esas ciudades masificadas, la gente en el fondo esa cosa la buscaba... Y eso las nuevas generaciones que ya no tienen ese recuerdo del pasado, del campo, pues hace que Lladró no les diga nada y empiece a buscar otras cosas.

¿Cómo valora que no exista ningún estudio serio, a nivel universitario sobre la estética y el arte de Lladró?

Bueno, no creo que sea tan indispensable, Lladró para formar parte de la historia no es todavía demasiado viejo, y entre otras cosas, es una empresa que ha hecho cosas para un tipo de gente que le gusta eso. La cerámica es importante, a un nivel de técnica, de color, y todas las cosas que hacía Lladró. Pero esto no tiene la resonancia de descubrir un motor atómico o de descubrir una penicilina. Es una cosa muy importante pero impactante para que alguien escriba un libro en relación a ello.

¿A qué tipo de público cree que va dirigido Lladró?

Aquí yo podría entrar en contradicción en muchas cosas y con muchas personas. Particularmente el gran éxito de Lladró fue hacer alta porcelana y de calidad. Lo que en un tiempo estaba reservado a una burguesía muy alta, ponerla un poco al alcance de todo el mundo. Esto creo que ha sido su gran éxito, pero al mismo tiempo si pensamos en Lladró como elite y en relación con las grandes marcas

A. Apéndice de Entrevistas.

como Louis Vuitton y compañía, Lladró no tiene esa categoría entre las grandes esferas, si bien es cierto que ha creado una serie de figuras para esas esferas. Aparece la marca en fragmentos muy distintos, y habría que elegir quizá entre una y otra. Quizás la cerámica, bajo mi punto de vista, si la hace más popular puede abarcar un gran mercado, si tiene que ir a la parte de elite solamente no hay un mercado tan grande para eso. Además que hacer esas piezas es carísimo, y no creo que se hubiera podido dar un boom como el que ha tenido Lladró. Y bajo mi punto de vista, puede que Juan Lladró te digo otra cosa...

En realidad coincidía bastante con sus palabras.

...puede que Lladró haya cometido algún error de ese tipo, de irse por unos sitios y por otros.

Uno de los ejes centrales de mi tesis estriba en el problema de la consideración de Lladró como arte. ¿Qué opina usted en este sentido? ¿Se considera arte, no...?

Es complicado, es complicado... muy complicado porque la cerámica en sí no ha tenido en la historia la consideración de categoría de arte, sino más bien de un arte menor o de una artesanía. En ese salto de considerar la cerámica como arte, aunque se trate de platos elaborados por Dalí, en ese salto siempre se ha quedado un poco abajo. Eso no quiere decir que las esculturas que se han elaborado en cerámica, y sobre todo en Lladró no sean esculturas de primera magnitud como esculturas de arte. Es la contradicción del que piensa en la materia más que en la obra en sí misma. Si piensa en la materia considera que no es arte, si piensa en la escultura, ¿por qué una escultura de Debón o de García o de Puche no puede ser una obra de esa categoría? El mismo Català crea una escultura que es El Cid y ¿por qué las figuras que el mismo ha hecho en porcelana no son esculturas?

La gente cuando piensa en las cosas que se pueden repetir o reproducir, como una porcelana, pues quiere apartarlas del arte y las quiere considerar como arte-

A. Apéndice de Entrevistas.

sanía. Pero si escogen solo el original se puede considerar como una obra de arte y ¿por qué la reproducción no? Si es una obra de arte, se debe considerar por lo bien elaborada que está y no por el material de la que esta hecha.

Hay quien piensa, yo mismo lo he leído, que la porcelana de Lladró es una porcelana «ñoña», sosa, que no tiene gracia. Supongo que hay diferencia entre un ceramista que busca una innovación y quien busca que esa innovación se pueda comercializar.

¿Puede ser Lladró compatible con la modernidad artística, con la vanguardia?

Es compatible. Yo pienso que es compatible. Pero hemos de pensar por ejemplo la diferencia entre el artista individual, que hace pagar su obra muy cara para vivir y porque es única y el artista que esa obra la reproduce muchas veces para que llegue a mucha gente, el significado es distinto.

¿Lladró ha estado influenciado por la pintura valenciana del siglo XX, por maestros como Sorolla, Benlliure, Pinazo...?

Puede que hayan estado influenciados, pero en este tema siempre eran los Lladró los que marcaban las pautas. Vicente (Lladró) era más escultor y Pepe y Juan (Lladró) más pintores, y han trabajado mucho en el tema de la decoración, dibujando, pintando, buscando la línea que ellos querían, y eso es un éxito personal suyo. Influencias, indudablemente tienen que haber sido influenciados por los artistas valencianos, indudablemente.

¿Existe, según usted esa influencia o relación con respecto a Disney y su estética de la inocencia?

Bueno, si yo no recuerdo mal, a Disney de jovencitos no lo conocíamos ni tampoco habíamos viajado, ni nosotros ni ellos (en referencia a los hermanos Lladró), a Estados Unidos. Aunque después indudablemente se han buscado relaciones

A. Apéndice de Entrevistas.

para hacer figuras, hay que tener en cuenta que en una empresa como Lladró con más de dos mil trabajadores, o fabricas o no puedes mantener eso. Y el fabricar es hacer cosas buenas, no perder la línea ni el estilo, pero también hacer cosas que alguien te pida o que alguien sugiera que en cierta parte del mundo eso va a gustar y se va a vender, pero eso no significa hacer las cosas mal. Dentro del mismo estilo, era una cosa más que tu la haces coincidiendo con esa forma de trabajar propia, manteniendo nuestros colores, nuestros materiales, nuestros tonos pastel, etc. Influencias hay, como en todo, pero ahí hay una duda, quien aporta más, el conquistado o el conquistador.

Me gustaría que me hablara un poco de como es el proceso de creación de una figura de Lladró.

El proceso de la creación de una figura, parte de unos escultores, que casi todos han sido seleccionados antes de entrar, y de alguna manera han sido escultores que han sabido acoplarse al estilo que los hermanos Lladró querían, de figura estilizada. A partir de ahí cada escultor aporta lo suyo pero manteniendo la línea que los hermanos querían. Nacen primero a partir de unos dibujos, y unos bocetos. Estos bocetos sufren una primera selección, que antiguamente eran solo los propios hermanos los que veían y decidían sobre eso, después ya interviene otras personas, y sobre esos bocetos decidían cual era la figura que iba a ser modelada. Una vez modelada la figura, sufría varias revisiones más durante el proceso por los propios hermanos, y se iba concretando hasta que la figura se acaba. Una vez acababa la figura pasa a una parte más técnica para su fabricación en serie y pasa a una sección de decoración, y vuelve a pasar otra aprobación de colores. A mi mismo un día me devolvieron un figura que había decorado yo, porque me dijeron que se salía un poco del estilo Lladró, busca una relación más propia con nuestro estilo de colores. Se van buscando esas cosas hasta encontrarlas, incluso cuando ya esta hecha la figura y esta acabándose, a lo mejor al verla, se ve que una mano es demasiado grande y hay que hacer una reducción, porque puede que en

A. Apéndice de Entrevistas.

barro pareciera... pero en porcelana necesito un poco más de sensibilidad. Aunque la desproporciones un poco le das la elegancia y la sensibilidad que requiere, hasta que se aprueba definitivamente y ya pasa a producción. Una creación que es espontánea en principio pero que después se depura mucho.

¿Cree qué hay una gran diferencia entre la percepción hacia una figura de gres y una de porcelana?

Yo creo que hay una gran diferencia. La porcelana, por decirlo de alguna forma, sería... haciendo una comparación, una acuarela sería una porcelana, un Murillo sería una porcelana. Sin embargo, el gres es más impresionista, sería un Sorolla, más impresionista, más fuerte, se presta a otros valores, aunque la motivación sea la misma, una es más personal y la otra es más delicada. Una entra más en el campo del romanticismo y la otra más en el campo del impresionismo, esa es la diferencia que yo veo entre el gres y la porcelana.

¿Cree qué tiene un lugar de futuro la porcelana de Lladró un siglo como este, tan cambiante y complicado?

Pienso que sí. Lo que pasa es que hay que encontrar como llega a esa gente. Yo creo que siempre habrá un lugar para la porcelana y la cerámica, pero habrá que ser capaces de acoplar, sin dejar de ser porcelana, sin dejar de ser esos estilos personales que normalmente posee la cerámica, es enfocarla de tal forma que puede llegar en condiciones donde esa gente la va a consumir. En precio, en calidad y en el lugar destinado a la venta. Un poco complejo, pero yo creo que sí, que la porcelana y la cerámica siempre tendrá cabida en la decoración. Va por modas y temporadas de más y menos, pero si estudias la historia del arte, como tú bien sabes, la cerámica es una necesidad. Desde que el hombre deja de ser nómada y se convierte en sedentario, y necesita la cerámica para poder vivir, y pronto descubre que se decora muy fácil y a partir de ahí empieza una marcha incesante. En nuestros días se descubre que la porcelana o la cerámica de alta temperatura sirve

A. Apéndice de Entrevistas.

incluso para naves espaciales, ejes de motor, etc. Es difícil sentarse en cualquier casa y no ver cerámica a tu alrededor... la cerámica creo que tiene el futuro más que asegurado, pero llevarla al sitio adecuado en el tiempo adecuado es lo difícil en estos tiempos que corren.



Figura A.2.: Manuel Hurtado mostrándome en su estudio algunas de sus piezas de cristalizaciones.

Acabada la entrevista y en una conversación más informal, mientras me enseña algunas de sus producciones cerámicas más personales y me habla de sus investigaciones con los óxidos, metales y sus reacciones, sale a relucir el tema de la cerámica más innovadora incluso la relación de Alfonso Blat con los Lladró.

Alfonso Blat tuvo unas relaciones con Lladró, y ellos aprendieron cosas de Alfonso Blat. Yo mismo te puedo enseñar cosas que Alfonso Blat ya las hacía, y que si vas al Museo de Cerámica (González Martí), veras cosas de Alfonso Blat que yo las tengo aquí y son mías. Y eso yo lo aprendí en Lladró. Yo en Lladró hice muchos experimentos y muchas cosas que no han salido a la venta porque no son comerciales, porque no hay quien vaya a pagar por ello.

A.3. Entrevista con Vicenta Montañana.

Usted fue una de las primeras trabajadoras con la que contó Lladró desde sus mismos inicios, ¿cómo recuerda esos inicios?

Ellos trabajaban en Nalda, pero ya en aquellos momentos iban haciendo cosas en casa, hasta que llegó un momento, que se tuvieron que salir. Se buscaron un representante. Primero comenzaron haciendo florecitas de cerámica para Mariner, un fabricante de muebles, lámparas y cerámica, y nosotros hacíamos las flores y se las llevábamos al camino del cementerio. Después también hicieron muchas esculturas de Disney, Bamby, Tambor, cosas muy pequeñas, unas bailarinas pequeñas.. todo eso fue lo primero en los inicios. Después también hacían algunas figuritas que eran copias de Benlliure, algunas placas, siempre trabajando más en mate que en brillo, el mate costaba mucho porque se tenía que hacer muy perfecto, cualquier defecto le impedía salir, pero siempre desde un principio trabajando en la porcelana. Trabajábamos en su casa, en el comedor, en el corral estaba en horno, y en la misma mesa del comedor se pegaban las figurativas que salían de los moldes, se pintaba en una mesita pequeña de casino, y estábamos en una parte los moldeadores y en la otra las que pintábamos, y ellos (Los hermanos Lladró) sentados con nosotros.

¿Cómo se produce el cambio de ese taller a la fábrica?

El cambio fue cuando empezó a funcionar bien, Pepe ya estaba casado con su esposa y ella tenía un terreno en Tavernes, quisieron comprar terreno aquí en Almàssera, pero no se lo vendieron los labradores, entonces tuvieron que trasladarse a Tavernes y pasamos a la casa de la mujer de Pepe, donde hicieron la fábrica, porque ya no cabíamos. Se empezaron a vender muchas figuritas y empezaron a tener representantes en Francia, primero, Italia no compraba mucho, y después pasaron ya a los americanos.

¿Y cómo se desarrolla ese cambio al mercado internacional?

A. Apéndice de Entrevistas.



Figura A.3.: Vicenta en un momento de la entrevista.

Por mediación de los contactos que ya tenían, un señor llamado Nagle les abrió mercado en América. Un comerciante que conoció la fábrica y les propuso vender allí y empezó el comercio en América y empezaron a ser famosos. Después de eso fue cuando empezaron a hacer la fábrica actual (Ciudad de la Porcelana), que también quisieron hacerla por aquí pero no pudieron.

¿Cuándo empiezan a poner las tiendas?

La tienda de Valencia la pusieron muy pronto, en el Pasaje Rex, cuando aún estábamos trabajando aquí en Almàssera, yo mismo fui la primera dependienta que enviaron allí, junto a Maruja otra mujer de aquí, la inauguramos nosotras.

¿Qué trabajo desarrollaba usted principalmente en Lladró?

Yo comencé en una mesa pintando junto a ellos (Los Lladró), mi oficio era pintar. Después cuando vinieron otras empresas haciendo la competencia abrieron una fábrica en Xirivella y me enviaron allí de Jefe de Decoración. Allí Vicente Lladró me encargó que probáramos con piezas más subidos de tono y color, para experimentar con nuevos tonos, y empezamos a hacer cosas con más color y después ya empezaron también con el gres.

A. Apéndice de Entrevistas.

¿A qué tipo de público cree que va dirigido Lladró?

Yo creo que todas estas figuritas (me señala la inmensa colección que nos rodea y que inunda su casa), pero lo que está haciendo ahora Lladró es para gente con mucho dinero. Es muy bonito, con mucho estilo y esas cosas pues la gente no... pero no son cosas para el poder adquisitivo de un trabajador. Y hoy por hoy yo tampoco, porque todas esas figuras que tienes aquí de la colección especial, yo ya no compro ninguna.

¿Porqué cree usted que gusta tanto Lladró, porqué cree que ha tenido tanto éxito?

Yo creo que eso es cosa de la época. Veníamos de una época de cierta crisis y de poco poder adquisitivo, y esto fue una novedad, el cambio, la gente empezó a tener un poco más a vivir mejor, y entonces comprar una figurita de Lladró era como un lujo, y uno se gastaba 40 o 50 duros y era... incluso ahora también la gente regala mucha figura por ejemplo para una boda, incluso hoy es lujo.



Figura A.4.: La entrevistada con una parte de su colección de piezas Lladró al fondo.

¿Cómo describiría usted las piezas de Lladró?

A. Apéndice de Entrevistas.

Una cosa especial. Muy estilizadas, de color muy suave al principio, la estilización de las figuras era único, no había otro... (se levanta y me enseña una de las piezas de su colección, un payaso jugando a las cartas con una bailarina para incidir en la estilización) ...esta es preciosa una de las más antiguas, con un payaso muy estilizado. Otras piezas como los caballos, que sería en sí misma una definición de Lladró, el Quijote de García, era una cosa única. Nunca han intentado copiar, han querido siempre tener un estilo propio y todas las figuras tenían una cierta mística, casi como si fueran del Greco.

En ese sentido ¿cree que alguien ha influido en el estilo de Lladró?

No, yo creo que ha sido una cosa que les ha nacido a ellos, una decisión propia siempre, ya que ellos eran los que aprobaban siempre los modelos, pero también influía mucho el escultor que tenían. El escultor era un artista fallero, él (Fulgencio García) fue parte de la clave del éxito también, siempre acoplándose a la idea de lo que ellos querían. El escultor hacía la escultura, pero ellos junto al escultor rectificaban y pulían, el tema lo hacía el escultor y ellos decidían o rectificaban, igual que ahora, la diferencia es que antes modelaban directamente la escultura en barro, pero ahora hacen el dibujo y después lo plasman en barro y finalmente pasa al molde.