

Universidad CEU Cardenal Herrera

Departamento de Humanidades



Fallas de Valencia: la riqueza de un fenómeno de comunicación popular y participativa

TESIS DOCTORAL

Presentada por: Enrique
Collado Belda

Dirigida por:

Dr. D. Jesús Catalá i Gorgues
Dra. D^a. Elvira García de Torres

VALENCIA

2017



JESÚS CATALÁ I GORGUES, profesor del Departamento de Humanidades de la Universidad Cardenal Herrera CEU y ELVIRA GARCIA DE TORRES, profesora del Departamento de Comunicación de la Universidad Cardenal Herrera CEU

INFORMAN

Que la Tesis Doctoral titulada **“Fallas de Valencia: la riqueza de un fenómeno de comunicación popular y participativa”**, de la que es autor ENRIQUE FRANCISCO COLLADO BELDA, licenciado en Periodismo, ha sido realizada bajo nuestra dirección, y reúne las condiciones formales necesarias para ser presentada ante el Tribunal correspondiente, a fin de obtener el Grado de Doctor.

Y , para que conste, firmamos el presente , en Moncada, a 23 de Marzo de 2017.

Fdo. JESÚS CATALÁ i GORGUES

Fdo. ELVIRA GARCÍA DE TORRES

Agradecimientos especiales:

A mi familia, mis padres, Enrique y Reme, mis hermanos Cristina, Pitu y Nacho, a mis sobrinos Franco, Alvaro y Javi y mis sobrinas Mireia y Paula. A mi tío Paco y mi sobrino Paco. Y a Franco, Javi y Pilar.

A mis directores Jesús y Elvira.

A David González y la comisión de Dr. Collado.

ÍNDICE

1	Presentación.....	5
2	Introducción, antecedentes, objetivos e hipótesis.....	13
3	Marco teórico.....	19
	3.1 Evolución de las fallas.....	20
	3.1.1 Patronazgo josefino.....	23
	3.1.2 Primeros documentos y primeros ninots.....	25
	3.1.3 Primeras fallas. Falla escenario.....	30
	3.1.4 La pugna con las grandes fiestas.....	35
	3.1.5 Censura y represión de la Cultura Popular (1850-1900).	37
	3.1.6 La falla artística (1901-1920).....	38
	3.1.7 La falla turística (1920-1936).	44
	3.1.8 Las fallas del franquismo (1939-1975).....	52
	3.1.9 Las fallas de la transición.....	60
	3.1.10 Las fallas de la democracia.	64
	3.1.11 La actualidad.....	66
	3.1.12 Los materiales en la construcción de fallas.....	71
	3.2 Elementos sociológicos de las fallas. Introducción.....	75
	3.2.1 Sociabilidad.....	77
	3.2.2 Rasgos sociológicos de una falla.	78
	3.2.3 Otras visiones sobre la sociología de las fallas.....	96

3.3	Fundamentos comunicativos para el estudio de las fallas.....	97
3.3.1	Tipología de la comunicación.....	107
3.3.2	Contextos y paradigmas en la investigación sobre los medios de comunicación de masas.	118
3.3.2.1	Teorías generales de la comunicacion.....	119
3.3.2.2	Modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina.....	150
4	Metodología.....	163
4.1	Estudio de la producción, circulación y consumo de la comunicación popular.....	176
4.1.1	Producción de la comunicación popular.....	184
4.1.2	Circulación en la comunicación popular.....	191
4.1.3	El consumo en la comunicación popular.	203
4.2	Producción, circulación y consumo en la comunicación masiva.	211
5	Resultados.....	219
5.1	Estudio de la comunicación popular.....	219
5.1.1	Proceso de producción de la comunicación popular.....	219
5.1.1.1	Equipo de creación popular.....	219
5.1.1.2	Modos de creación-diseño.....	223
5.1.1.3	Modelos de producción laboral.....	232
5.1.1.4	Modos de producción tecnológica.	238
5.1.1.5	Modos de producción estética.....	250
5.1.1.6	Modos de finalidad o propósito comunicativo.....	262
5.1.1.7	Industrias comunicativas.....	278
5.1.2	Proceso de circulación popular (Difusión-Distribución).	279
5.1.2.1	Actos de las comisiones.	279
5.1.2.2	Llibret.....	298
5.1.2.3	Falla.....	307

5.1.2.4	Mapa de distribución del mensaje.....	312
5.1.2.5	Gestión de comunicación de las comisiones.	313
5.1.3	Proceso de consumo (Recepción) en la comunicación popular.....	317
5.1.3.1	Audiencias.....	317
5.1.3.2	Efectos y Reacciones.....	322
5.2	Proceso de producción, circulación y consumo en medios de comunicación de masas en fallas.....	356
5.2.1	Perfil del cibernauta fallero.....	366
5.2.2	Contenidos generados por el usuario (CGU).....	367
5.2.3	Mapa digital fallero en Valencia.....	368
5.2.4	Fallas en la red mundial.	370
5.3	Una propuesta de modelo para el estudio de la comunicación de las fallas...	373
6	Conclusiones.....	375
7	Bibliografía.....	383

FALLAS DE VALENCIA: LA RIQUEZA DE UN FENOMENO DE COMUNICACIÓN POPULAR Y PARTICIPATIVA

1 PRESENTACIÓN.

En un mundo cada vez más globalizado, resulta sorprendente, no solo la supervivencia de algunas tradiciones, sino la fuerza, vitalidad y desarrollo que algunas, como las fallas, siguen alcanzando.

En el área Mediterránea, desde los ancestros, existe un culto al fuego, como rito agrario, como fuego solsticial, o satírico o de homenaje, entre otros (Ariño, 1990).

Además, el carácter personal de las gentes de esta área geográfica, siempre se caracterizó por la presencia de un espíritu crítico, satírico y burlesco (Ej.: *Carnestoltes*, *Enfarinats*, *Carasses*, etc.)

Por otro lado, la Historia está plagada de infinitos ejemplos en los que el ser humano ha utilizado los más diversos instrumentos, herramientas y recursos para relacionarse. El arte en todas sus vertientes, los sonidos, las señales visuales, los gestos, los bailes, las danzas, los colores, todo son códigos y signos que manifiestan y demuestran la importancia del elemento más importante de la relación humana, la comunicación.

El fuego, el arte, la tradición, el carácter mediterráneo y la intención de comunicar, conforman de esta manera el espíritu crítico mencionado. Así, dentro de esta cultura mediterránea, si existe una tradición que representa perfectamente este conjugado de conceptos y costumbres colectivas y comunicativas, esa es la festividad de las fallas. No tanto por la cantidad de actividades y formatos sociológicos que alcanza, sino, por lo que es más importante, su esencia es la más pura expresión artística del espíritu crítico mencionado. A través de la escultura, de la literatura y de numerosos modos de significarse (rituales, indumentaria, pirotecnia, gastronomía, etc.), el mundo fallero define unas señas de identidad y expresa o recoge cada año, su percepción de las distintas dimensiones del ser humano que conforman este espíritu crítico: opinión pública, sentimientos humanos, valores sociales, códigos morales, etc.

Si, además de todo lo comentado, consideramos que apenas aparecen en la literatura estudios rigurosos sobre la fiesta de las fallas y reconocemos a esta fiesta como un

vehículo de expresión de la cultura popular (lo que es realmente), el estudio y análisis pormenorizado de todos sus elementos nos podría ayudar a entender, a mucho mayor nivel que el habitual, desde la propia esencia de esta tradición, hasta su formato actual en nuestros días.

Resulta interesante destacar, asimismo, el gran impacto mediático, económico y turístico de las fallas. En el último estudio del impacto económico y social de las fallas realizado por la Interagrupación de fallas en el año 2008, se obtuvo una cifra superior a los 753 millones de euros. Este año, 2016, se han batido todos los records turísticos a nivel nacional y ha seguido creciendo también el turismo en la Comunidad Valenciana. Un año en el que las fallas han sido declaradas *Patrimonio Cultural Inmaterial* de la *Humanidad*, por parte de la UNESCO, nombramiento que catalizaría su expansión internacional, ya iniciada recientemente por otras vías (*Burning Man* de Nevada).

Este planteamiento descrito nos puede acercar a multitud de reflexiones. Desde el origen de las fallas, cada vez más difícil de desenmascarar conforme se profundiza más en la investigación, hasta la polémica constante sobre la idoneidad o no de las fallas experimentales contemporáneas, la fiesta de las fallas y su elemento vital ha pasado por numerosas etapas históricas, sociales, de cambio tecnológico, de transformación política, de influencias estéticas o de mutaciones temáticas y eso, precisa de numerosos estudios y análisis para entender lo que hoy se conoce como el mayor evento festivo de esta ciudad, Valencia.

Por otro lado, en las dos últimas décadas, hemos asistido, posiblemente, a una de las mayores transformaciones tecnológicas de la Historia de la Humanidad, con la llegada de internet y del mundo digital, algo que tampoco ha pasado inadvertido para el mundo fallero. A priori, el avance tecnológico suele aportar mayoritariamente ventajas, ahorro económico, inmediatez de ejecución, aumento de calidad, etc., pero no hay que olvidar que la elaboración de la falla, desde sus orígenes, parte de un concepto entendido y asumido como artesanal. Por eso resulta interesante saber, también, qué ventajas o inconvenientes ha traído la nueva era tecnológica a los actores principales de la Fiesta.

La precariedad documental en todos estos campos y lo apasionante del tema es lo que nos llevó al planteamiento de esta tesis, con sus consiguientes hipótesis de partida.

Establecer un significado polisémico de la palabra falla. Es habitual encontrarse en la literatura especializada o divulgativa, distintas acepciones del término *falla*; como arte efímero, como elemento periódico crítico, como residuo del carnaval, como instrumento político, etc. Ya se ha comentado anteriormente, que existen escasos trabajos rigurosos

sobre las fallas, pero sí los suficientes como para demostrar que las fallas pueden tener una visión multidisciplinar. Esto conduce, asimismo, a intentar establecer una definición de falla que se aproxime al máximo a su realidad conceptual e integre todas las visiones posibles.

Como se ha comentado, éste estudio presenta numerosas dificultades, sobre todo, por la escasísima presencia de estudios o investigaciones sobre las fallas que existen en el sector de la comunicación y en el ámbito académico. Eso obligaba a que, prácticamente, casi toda la información obtenida debía de ser a través del trabajo de campo. También por eso, cobra mucho más valor la ayuda recibida para la elaboración de este trabajo, por parte de todos los protagonistas que han intervenido en él, y que paso a describir a continuación.

En primer lugar, como no, es un agradecimiento que requiere un tratamiento aparte. No habría tesis, sin la existencia y el compromiso de quienes voy a nombrar. Agradecer a la Institución Universidad CEU-Cardenal Herrera, la posibilidad concedida de poder realizar una tesis doctoral en esta Universidad, donde realicé mis estudios de Periodismo. A partir de aquí quiero agradecer enormemente el trabajo realizado a mis dos directores de tesis: Jesús Catalá y Elvira García de Torres; o Elvira García de Torres y Jesús Catalá, con los que aprendí de manera infinita en comunicación, en historia de nuestra cultura, y en investigación, además de valorar su comprensión y entendimiento humano en los momentos más difíciles del trabajo, mil gracias Elvira, mil gracias Jesús.

Ahora, también, mi más sincero e incondicional agradecimiento a todas las personas, colectivos e instituciones que han colaborado en las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo y en la aportación de material solicitado; destacando antes, todas las facilidades otorgadas en cuanto a horario, agenda, momento , y demás variables que tienen su gran importancia a la hora de entrevistar, nunca dejaré de estar sorprendido por vuestra solidaridad, todas y todos, os portasteis como grandes y verdaderos amigos.

Artistas entrevistados: Manuel Algarra, Pere Baenas, Joan Blanch, Jose Ramón Espuig, Ximo Esteve, Fet d'Encarrec (Marisa Falcó-Paco Pellicer), Juanjo García, Manolo García, José Latorre, Vicente Lorenzo, Manolo Martín, Manolo Martinez Reig, Julio Monterrubio, David Moreno, Marina Puche, José Puche, Pedro Rodriguez, Ana Ruiz, Miguel Santaaulalia, Pedro Santaaulalia, Armando Serra, Victor Valero.

Bocetistas-Diseñadores entrevistados: Daniel Gomz, Miguel López, Raúl Martinez, Ramón Plá, José Santaaulalia.

Guionistas entrevistados: Manuel Andrés, Hernán Mir, Ortifus, Quino Puig.

Comisiones entrevistadas: Arrancapins (Josep Antoni Collado), Castielfabib-Marqués de San Joan (Nohemí Rodríguez), Corona-Beneficencia (Miguel Angel Pérez), Duque de Gaeta-Puebla de Farnals (Marcos Soriano), Duque de Mandas-Diputada Clara Campoamor (Susana Barres, Josemi Godoy, Juanfer Martínez), Els Generals (Carmen López), Lepanto-Guillem de Castro (Carmen Sabater), Maestro Gozalbo-Conde Altea (Miguel Prim, Jaime Renovell, Lorenzo Pallas), Molinell-Alboraya (Carlos Coscollar), Plaza Na Jordana (Pere Borrego, Julián Pastor, María García), Pere Cabanes (Ramón Estellés), Plaza de Jesús (Amparo Belda, Antonio Monmeneu, Juanjo Medina), Plaza Dr. Collado (David González), Sevilla-Denia (Carles Galiana).

Intelectuales y amigos de la fiesta entrevistados: Jose Fco Carsí, Joan Castelló, Antonio Colomina, Xavier Costa, Félix Crespo, M^a José Escrihuela, Pere Fuset, Gil Manuel Hernández, Antonio Herrero, Francisco Lledó, Francesc Llop, Josep Lluís Marín, Donís Martín, Jose Martinez Tormo, Miguel Sanchez, Ruben Tortosa, y Manolo Sanchís.

Medios digitales entrevistados: Actualidad Fallera (Braulio Torralba), Agrupación Pilar Sant Francesc y Falla Triador-Guillem de Castro (Inma Chuliá), BD Falles (Jose Vte Marco), Cendra Digital (Angel Romero), Ciberfallas (Jose Cuñat), Distrito Fallas (Carles Andreu), Don Falleret (Juan Meneses), El Analista Fallero (Juan Fco Carsí), El Cadafal (Alejandro García), Falla Borrull-Socors (Pepa Gómez y Sebas Marín), Falla Dama de Elche (Martha Bajo), Falla Els Somnis (Leo Ortega), Falla Maestro Bellver-Mariano Rivera (Meli Penella), Falla Na Jordana (María García), Falla Plaza de Jesús (Amparo Belda y Juanjo Medina), Falla Poeta Altet-Benicarló (Núria López), Falla Plaza del Pilar (Olga García), Junta Central Fallera-Fallas.com (Gabriel Aranaz y Aitor Orozco), Federación de Fallas de Primera A, Federación de Fallas con I+G y Falla Ribera-Cto. Santa Clara (Alvaro Romero y Francisco Romero), Fórum Faller Independent (Fernando Morales), Gremio de Artistas (Ximo Esteve), Hablemos de Fallas (Roberto Gómez), Las Provincias (Lola soriano), Levante-EMV (Moisés Domínguez), Malalt de Falles (Xavi Serra), Ni Fu Ni Falles (Sergio Mora y Raquel Úbeda), Nuestras Fallas (Jose Herrero), Protagonistas las Fallas (Montse Catalá), Seguidors de Joan Blanch (Carles Rosaleny), Un Nou Parot (Alejandro Lagarda), y Vive las Fallas (Jose Gonzalez).

A todas las comisiones que, para los estudios de recepción, me abrieron la puerta y facilitaron información importante al servicio de la investigación : Almirante Cadarso-Conde Altea (Vicente Fuster), Cuba-Literato Azorín (Jose Gimenez y Tina),

Exposición-Micer Mascó (Rosendo Sorlí), Plaza de Na Jordana (Pere Borrego, Julián Pastor y María García), L'Antiga de Campanar (Xelo Salavert), Plaza del Pilar (Olga García y Jose López), Reino de Valencia-Duque de Calabria (Vicente Hércules, Rafa Ferraro, Jose Luis Gómez y Jose Luis Albiach), Sueca-Literato Azorín (Juanjo Micó , Yolanda Cuenca y Cristina Sala), y Maestro Gozalbo-Conde Altea (Miguel Prim, Jaime Renovell).

Para los estudios de impacto exterior de las fallas, agradecer especialmente en Junta Central Fallera, a los Delegados de medios de comunicación Gabriel Aranaz y, en esta última etapa, a Aitor Orozco, así como a la vicepresidenta Montse Catalá, por la gran disposición a facilitar la labor de investigación. También en este último periodo, agradecer a Jose Martinez Tormo (Secretario General), y a Pere Fuset (Presidente), su predisposición a la ayuda solicitada en todo momento.

A los artistas y comisiones que me facilitaron sus libros de visitas: Falla Arrancapins; artista Pedro Rodriguez y Falla Vall de Laguar-Padre Ferris; Falla Duque de Mandas-Diputada Clara Campoamor y Falla Lepanto-Guillem de Castro.

En el Museo Fallero, un agradecimiento y reconocimiento muy especial por todo el apoyo y la facilidad encontrada en todas las peticiones, a Gil Manuel Hernández y a Ximo Palomares.

En el Gremio de Artistas Falleros, debo repartir los infinitos agradecimientos entre Pilar Luna, siempre atenta y otorgando facilidades con todo lo que le solicité, como también a Ximo Esteve, por sus sinceras orientaciones y opiniones sobre cualquier consulta. Asimismo, gracias a Alfredo Nadal, del Museo del Gremio por las atenciones prestadas.

Suele ser difícil, poder entrevistar a tres concejales de fiestas de la ciudad de Valencia para conocer su opinión sobre las fallas y la influencia de las mismas en su conducta política. Bueno, pues a Félix Crespo, Paco Lledó y Pere Fuset, mi más sincera y enorme gratitud por hacerlo tan fácil.

En el aspecto del impacto turístico de las fallas, agradecer la atención de Ricardo Millet, de Valencia Turismo, facilitándome la información sugerida y con una eficiencia e inmediatez de un gran profesional.

También correspondiente a la visión exterior y participativa de las fallas, me gustaría destacar la gran e inestimable colaboración de María Gil, estudiante y Fallera Mayor 2014, de la Falla de la Universidad Politécnica de Valencia, mediando con las Erasmus

que participaron en los últimos años, en las fallas de Valencia. Mil gracias María por esa gran labor realizada.

No sabría tampoco cómo darles las gracias a cinco personas que, a pesar de su apretada agenda y su responsabilidad profesional, encontraron un hueco para conformar el riguroso, pero entrañable grupo de discusión que debatió sobre la visión social y humana de los “no falleros”. Mi admiración y más sincera gratitud a Mayte Urchueguía (Otorrinolaringóloga), M^a Jose Escrihuela (Profesora de Psicopedagogía), Enrique Ginés (Periodista), Pablo Royo (Abogado) y Vicente Latorre (Ex futbolista profesional y agente comercial de seguros), fue genial escuchar vuestro debate.

Y, en el capítulo de uso y aplicabilidad de los ninots, quisiera resaltar mi agradecimiento al profesor Mariano Chóliz, del Departamento de Psicología Básica de la *Universitat de Valencia*, por su atención y disposición y, especialmente, a M^a José Escrihuela, Profesora PDI Asociado en la *Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació, de la Universitat de València*, por toda la ayuda y el ánimo recibido. Muchas gracias.

Desde el principio del trabajo (2012), hubo y hay tres artistas a los que consulté y me ayudaron mucho a conocer más lo que pasa en un taller, Manolo Algarra, Jose Latorre y Juanjo García, muchas gracias por vuestra ayuda.

A todo el colectivo de la ADEF, por su ayuda y colaboración en todo momento.

A lo largo del mismo, también he podido disfrutar de la predisposición de dos personas que siempre estuvieron ahí para la consulta, el apoyo y la aportación: gracias a Alejandro Lagarda y Jose Francisco Carsí, por vuestra atención.

En Juntas Locales, tengo que hacer una mención muy especial a Quino Puig (Burriana) y Aitor Sanchez (Torrent), mi reconocimiento y gratitud por todo.

Tres personas a las que les quiero agradecer de forma muy especial la atención durante la elaboración de la tesis. Consultas, datos, efemérides; a cualquier hora y en cualquier momento, gracias especialmente a Javi Mozas, Roberto Gómez, e Iván Esbrí.

Un apartado especial en los estudios de los albores digitales para Jose Cuñat, Carles Andreu y Javi Mozas.

A Iván Esbrí, Ximo Esteve y especialmente Antonio Herrero, por sus consejos y revisiones en el apartado de tendencias estéticas en las fallas.

A Pedro García Pilán, por su atención en las consultas realizadas sobre sociología y sociabilidad.

A Xavier Costa, por sus consejos en general y en el apartado de sociabilidad de las fallas. Mi más sincera gratitud.

A los compañeros de OIMED, especialmente a Silvana y Pau, por la psicoterapia de apoyo en los momentos difíciles.

Dejo para el final, casi con la familia, a una persona y a una falla que le debo especial gratitud. Los avatares de la vida ofrecen un dato curioso, es la falla de la Plaza del Dr. Collado, pero especialmente a un gran amigo, gran fallero y mejor persona. Sin su ayuda, posiblemente ésta tesis no vería la luz. David González, un millón de gracias y el reconocimiento eterno, en los momentos más duros, donde se demuestra la solidaridad de verdad. Eternamente agradecido David (y subsidiariamente a ti también, Carol).

Por último, aunque es un tópico, y, en realidad, debería de serlo mucho más, nada de esto tendría sentido sin una familia detrás, que te apoya, te anima y lo convive contigo, aún y sobre todo, en los momentos de desfallecimiento y de duda (que los hay), porque nunca habrá suficientes palabras para expresar un sentimiento de agradecimiento a la familia; es verdad, pero todo lo que uno puede hacer, básicamente es por ella, de la misma manera que se dice en este trabajo “sin comisión, no hay falla”, también se puede decir, “sin familia, no hay tesis, además de que tampoco hay nada”: ayuda, apoyo, ánimo, entendimiento, colaboración, resistencia, energía, vitalidad... A mis padres, mis hermanos, y mis sobrinos y sobrinas, que cada vez que me veían escribiendo, me preguntaban cuándo iba a acabar, y me dedicaban su mejor sonrisa, y sus mejores palabras de ánimo, dedicatoria total.

No quisiera acabar este apartado sin realizar una matización. Siempre que agradeces ayuda, soporte y colaboración, sobre todo tan cuantiosa, es normal el olvido. Seguramente me habré olvidado de alguien. Por eso, quiero también dar las gracias a los colaboradores que no recuerdo ahora y que me ayudaron.

Muchas gracias a todos ¡!!!

Por último, este trabajo se enmarca en el proyecto CSO2016-80703-R “Oportunidades y retos del Periodismo en los entornos abiertos: estudio de las voces de la sociedad en torno a los medios tradicionales y los sitios participativos de nueva generación” que dirige la profesora Elvira García de Torres, financiado a través del Ministerio de Economía y Competitividad y del que es investigadora principal.

2 INTRODUCCIÓN, ANTECEDENTES, OBJETIVOS E HIPÓTESIS.

Se han desarrollado algunos trabajos de orden artístico, histórico, sociológico y, hasta incluso estético de la fiesta de las fallas, pero, al igual que hemos comentado anteriormente que cuantitativamente son escasos, se aprecia aún más, una carencia absoluta en cuanto a los estudios académicos del fenómeno esencial que da origen al monumento fallero, desde el punto de vista de la comunicación.

Atendiendo a esta última disciplina y a sus primeros postulados básicos, se podría considerar a la falla artística como un producto o medio de comunicación estructurable en los siguientes elementos. El emisor que lanza el mensaje (en principio, el artista), el mensaje (crítico-satírico) que en nuestro caso es la falla y el receptor que es quien recibe el mensaje (el público).

Pero éste sería, como se verá al final del trabajo, un análisis demasiado superficial y demasiado simplificado de la realidad.

Desde la llegada de la falla artística (finales s. XIX y principios del XX) (Ariño, 1990), la gran mayoría de proyectos plantados en la calle, como ocurre en la actualidad, van asociados, aparentemente, a la firma de un constructor o artista fallero, que sería el emisor original del mensaje. Un mensaje, la falla, que, atendiendo a su origen conceptual, en teoría debe representar la participación ciudadana y llevar una carga de enjuiciamiento social, personal o moral de algún personaje o cuestión popular conocida localmente. Y finalmente, un público que, acabará o no, captando ese mensaje y reaccionando, o no, ante el mismo.

Hasta la fecha, se han abordado estudios sobre este tema, desde diferentes perspectivas, las cuales pasamos a exponer.

El primer estudio riguroso de la fiesta fue el artículo *La Festa de les Falles* (Gayano, 1936). Posteriormente, durante la posguerra aparecieron nuevos trabajos que oscilaban entre el costumbrismo folklórico (Galván, 1942; Gayano, 1936; Soler i Godes, 1953) y la etnografía tradicional (de Hoyos Sainz, 1946) (Almela i Vives, 1949), en la que destacó sobremanera la obra de Francesc Almela i Vives titulada *Las Fallas* (1949) que, todavía hoy, sigue siendo un clásico y, posiblemente el primero de los estudios falleros; y, por último, el ensayo erudito *Combustible per a Falles* (Fuster, 1967) en el que el

autor analiza, en tres bloques, la significación de las fallas, los ingredientes de la fiesta y el origen e historia de las mismas.

En la década de los setenta, algunos estudiosos influidos por Fuster alertaron de la necesidad de un estudio futuro sobre las fallas. La primera gran aportación fue la edición especial en marzo de 1974 de la revista *Gorg*, en la que escritores e intelectuales como Fuster, Sanchis Guarner o Alfons Cucó reivindicaban la necesidad de prestar la debida atención intelectual a las fallas como fenómeno social, cultural y económico de primera magnitud. En especial, cabe destacar la aportación de Cucó (1974), conectando las propuestas de Gayano Lluch y la de Fuster y elaborando una propia destinada a servir de programa investigador para el futuro. Asimismo, alertaba sobre el poco trabajo que se había hecho de forma seria sobre las fallas como fuente de conocimiento histórico y la precariedad de materiales y documentación que había al respecto (Hernández i Martí y Catalá, 2010). Unos años más tarde, aparecieron dos obras que intentaban advertir sobre la alerta emitida por Cucó (1974). Por un lado, el libro *Fallas en su tinta: 1939-1975* (Pérez Puche i Vicente Lladró, 1978) con una revisión muy crítica sobre la instrumentalización política de las fallas durante el franquismo, y el ensayo *País perplex* (Marqués, 1979), también con una propuesta reflexiva sobre la estructura social valenciana y la fiesta de las fallas como fenómeno cultural asociado a la misma.

En los ochenta, aparecen los primeros estudios de signo propiamente académico, como la tesis doctoral del cartelista Rafael Contreras (1987), sobre carteles de la fiesta del fuego (la primera sobre un tema específicamente fallero), elaborada en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia. También en esta década, aparece la primera tesis doctoral de naturaleza histórica y elaborada desde las Ciencias Sociales, *Fiesta y Sociedad en la Valencia Contemporánea* (Ariño, 1990), de la que derivó posteriormente uno de los principales libros de su producción: *La ciudad ritual. La fiesta de las fallas* (Ariño, 1992) por el que obtuvo el Premio Nacional Marqués de Lozoya. Ariño leyó su tesis en la Universidad de Valencia y su ingreso en el Departamento de Sociología y Antropología Social de la misma impulsó una línea de investigación sobre la fiesta que todavía perdura. Esta tesis doctoral supuso un punto de inflexión respecto a la indiferencia académica que, hasta entonces, había caracterizado la actitud universitaria frente a la fiesta (Hernández i Martí y Catalá, 2010).

Nos situamos en los noventa, cuando se producen varios hechos significativos desde el punto de vista editorial e investigador. En febrero de 1990, el diario *Levante-EMV*

presenta la obra *La Historia de las Fallas*, dirigida por Antonio Ariño y elaborada por especialistas en el tema. En su presentación, el propio Ariño advierte de que quedaba mucho por hacer y esbozaba un futuro programa de investigación social de la fiesta. Al concluirla, propone al equipo básico de redacción de la obra constituirse en asociación científica especializada en el futuro estudio de las fallas. Así nace el 22 de febrero de 1990 *l'Associació d'Estudis Fallers* (ADEF). Tres años más tarde, en una nueva tesis doctoral, *Las Fiestas de Valencia bajo el franquismo 1936-1975* (Hernández i Martí, 1993), el autor ofrecía una visión crítica de las fallas durante este periodo de la historia de España. Esta tesis sirve de fundamento para su libro *Falles i franquisme a València*, publicado en 1996. Con todo, aún se producen algunos acontecimientos muy importantes en esta década. En 1993, aparece asimismo la obra *Los escultores del fuego. Introducción a la Historia del Gremio Artesano de Artistas Falleros de Valencia*, (Ariño, A. (Dir.), 1993), fruto de la colaboración de Ariño, Vicent Borrego y Hernández i Martí y en la que se analizaban procedimientos asociativos, empresariales, usos de materiales, técnicas constructivas y estilos artísticos. Y en 1994, ADEF publica por primera vez su *Revista d'Estudis Fallers (REF)*, editada como órgano de expresión científica de la asociación y constituyéndose en una vía para la publicación de trabajos de nuevos estudiosos de la fiesta fallera. Para finalizar esta década, significar también la tesis doctoral *El lugar de la tradición en la sociología contemporánea* (Costa, 1996), sobre la importancia de la tradición en la sociología contemporánea, que derivaría posteriormente en sendos libros: *Sociabilidad y esfera pública en la fiesta de las Fallas de Valencia* (2003) y *Las Fallas de Valencia, modelo de autogestión popular* (2006).

Tras ésta época de mayor madurez en la investigación fallera, en la que los métodos de la misma se han depurado, hay una mayor reflexión teórica, con un nivel analítico distinto, como el aportado en los trabajos de Hernández i Martí (2002) sobre los *conceptos K* de la invención de las tradiciones, o los de Costa (2003) sobre los *campos de Bordieu*. Se nota el esfuerzo en el inventariado, la selección documental, la revalorización de fuentes, etc. Observamos en orden cronológico, las tres tesis mencionadas: cómo eran las fallas antes de la Guerra Civil, cómo eran en el franquismo y cómo son ahora. Estas aportaciones teóricas son fundamentales para entender cómo se organiza el tejido asociativo fallero, así como para realizar estudios sectoriales posteriores. De esta manera nos encontramos en la década del 2000, en la que se puede destacar como trabajo de investigación e institucionalización y reconocimiento de los estudios falleros la obra de la ADEF, *L'indult del foc. Catàleg raonat de la col.lecció*

de ninots indultats del museu faller de València (2002,2003,2005), publicada en tres volúmenes y en las que se analiza cada figura indultada en su contexto cultural, social o político del momento en que fue creada. Importante es significar en esta década, la puesta en marcha en 2006, de *Les converses a la Nau*, mesas redondas desarrolladas en la Universitat de València con el objeto de tratar de forma reflexiva y crítica diversos aspectos de la problemática fallera actual, así como también destacar la puesta en marcha, a propuesta de la ADEF, por el Ayuntamiento de Valencia del Centro de Documentación de la fiesta de las fallas (CDF), aunque en la actualidad, la falta de presupuesto del consistorio para estos temas, ha hecho que la inauguración oficial del mismo tenga que esperar.

Asimismo, otras entidades como la *Agència Valenciana de Turisme, el Museu Valencià d'Etnologia, el Centre d'Estudis i Investigació Alfons el Vell*, la Universidad de Earlham (Indiana, EUA), la municipalidad de Nottingham (Gran Bretaña) o la administración regional de la Picardía (Francia), han desarrollado proyectos de difusión, estudios, investigación, docencia o intervención social que basculan sobre la fiesta fallera, considerándola un referente cultural, social y turístico de la Comunidad Valenciana (Hernández i Martí y Catalá, 2010).

La falla es un elemento de expresión popular que, desde sus orígenes, nace del carácter notablemente sociable de la gente mediterránea y demuestra su carácter crítico y satírico, aunque las circunstancias políticas e históricas le pueden imprimir un perfil mucho más plural, evolucionando y transformándose en un instrumento de naturaleza muy diversa (satírico, apologético, pedagógico, etc.).

Por tanto, uno de los principales argumentos de la obra es estudiar el mensaje desde su origen, cómo se vertebra y se articula para emitirlo y elegir distintas propuestas o modelos de elaboración del mismo a lo largo de la historia según el objetivo que persiguen.

Aunque si analizamos con profundidad esta aseveración, observamos que, aunque parece definida y concreta, deja muchos interrogantes: sobre la propia intencionalidad actual de las fallas, o su representatividad respecto a la sociedad valenciana, e incluso en el índice de participación de los ciudadanos en la elaboración del mensaje.

Como ya avanzábamos anteriormente, hoy, las nuevas tecnologías y la aparición masiva de centros de documentación nos presentan y nos ofrecen una visión histórica y contemporánea mucho más amplia, próxima a la realidad y participativa sobre cualquier temática abordada, incluidas las tradiciones valencianas. Por eso, es una gran

oportunidad para profundizar en numerosos aspectos de la fiesta fallera y para generar muchas hipótesis de partida, como después se expone más adelante. Ejemplos de estas cuestiones podrían ser lo que piensan los artistas o constructores sobre la creación y elaboración del mensaje, cómo es su forma de proceder, qué es lo que quieren decir y en qué fuentes se basan, etc. Se podrían realizar muchas preguntas y que podrían incluso ampliarse notablemente y que se pretenden abordar en este trabajo.

Otra cuestión muy importante a plantear, es intentar limitar correctamente el alcance del mismo. Las fallas es una fiesta enormemente plural, amplia y diversa desde todos los puntos de vista (origen y trayectoria histórica, rituales, pirotecnia, indumentaria, etc.), pero, si además, queremos incidir en los aspectos comunicativos de la misma, las posibilidades se multiplican notablemente (gestos, imágenes, intenciones, sonidos, colores), por lo que resulta imprescindible acotar el alcance del trabajo y los puntos fundamentales susceptibles de análisis para no caer en una tesis ni excesivamente monográfica, ni excesivamente panorámica (Eco, 2001). Por tanto, en este trabajo se han estudiado las fallas en el contexto de los objetivos marcados básicamente en la era de las nuevas tecnologías y de la transformación digital, es decir, desde el año 2000 hasta nuestros días, sin perjuicio de que, en determinados apartados o epígrafes del trabajo, por razones obvias de contextualización o de mejor comprensión del análisis, haya que recurrir tanto a actores como a ejemplos ubicados en otros apartados de la historia.

En este marco, los objetivos generales y específicos de este trabajo son los siguientes.

Los objetivos generales:

- 1) Analizar las fallas como expresión de la comunicación popular.
- 2) Profundizar en el concepto de comunicación popular y participativa.
- 3) Proponer un modelo de comunicación que explique el proceso de elaboración del mensaje de la falla.

Los objetivos específicos:

- 1) Identificar todos los elementos que intervienen en el proceso de producción de una falla.
- 2) Determinar modelos de producción de la misma (tecnológicos -materiales y tecnología-, laborales -estructura empresarial-, estéticos y comunicativos -intencionalidad, coherencia, sincronía y tematización).

- 3) Estudiar el perfil del gestor o gestores de la idea (artistas, comisión, diseñadores gráficos, etc.).
- 4) Articular la relación que existe entre los elementos del proceso.
- 5) Elaborar una tipología del mensaje de la falla en función de la finalidad y la estructura del mismo.
- 6) Examinar la estructura comunicativa de los medios especializados. Analizar el alcance y la significación del mensaje, así como la respuesta de los receptores al mismo.

De acuerdo con esta exposición y objetivos, se plantean las siguientes hipótesis:

En la era moderna, la falla es un producto comunicativo multidisciplinar cuya producción, difusión y consumo es susceptible de la participación tanto del colectivo fallero (comisiones), como de diferentes profesionales especializados y, por tanto, representativo de la cultura popular.

La nueva era tecnológica (digital) ha permitido numerosos avances en el proceso de producción de la falla, en todos sus niveles y áreas, transformando el panorama laboral de los profesionales implicados en las mismas, lo que permite establecer nuevos perfiles de estratificación laboral y mediática.

El modelo de Rodrigo Alsina, puede proporcionar un punto de partida para el análisis de la comunicación de las fallas, en el marco de la teoría semiótico-textual.

3 MARCO TEÓRICO.

La palabra falla, procede del latín *fácula* (antorcha) descrito por Casanova, en Ariño (1990). Posteriormente, aparecerá también con los significados de *alimara* y *hoguera*, haciendo referencia finalmente a las hogueras y luminarias encendidas en las vísperas de las fiestas extraordinarias y patronales (Ariño, 1992).

El origen de las fallas ha sido abordado en numerosas ocasiones y por numerosos historiadores y, a día de hoy, se puede decir que todavía sigue sin esclarecerse de forma nítida. Es cierto que existen varias teorías sobre ello, que sigue siendo un tema investigado (en la ADEF existen líneas abiertas en este sentido), pero todavía no se ha pronunciado una tesis sobre el origen definitivo de las mismas.

Nos llega algún dato impreciso del XIX y sí que hay constancia de que en siglos anteriores se hicieran hogueras, pero falta un dato muy importante, y es el momento en que aparece un muñeco quemándose en una hoguera. Por otro lado, existen, además del fuego, dos elementos clave a la hora de analizar el origen de las fallas y que también es importante tener en cuenta: el arte y la arquitectura efímera en la Valencia del barroco y del siglo XVIII; y los primeros documentos encontrados que hablan de fallas y hogueras en la ciudad. Como ya se ha dicho, son escasos los documentos y la bibliografía que hable del origen y evolución de las fallas. Por eso, la revisión historiográfica que se expone a continuación, se plantea, sobre todo, en base a estos tres elementos, perfectamente referenciados en la siguiente bibliografía: *Historia de las Fallas* (Ariño (Dir.), 1990), *La ciudad ritual* (Ariño, 1992); *Arte y Arquitectura efímera en la Valencia del S. XVIII* (Mínguez, 1990), y los primeros documentos y manuscritos citados sobre las fallas (Ariño, 1992) (Solaz, 2008).

Por eso, para entender mejor el proceso de origen y desarrollo de las fallas y, a partir de los estudios del profesor Ariño, conviene definir dos fases o periodos claramente delimitadas cronológicamente.

En primer lugar, la fase o periodo de origen de las fallas, que comprende desde las primeras hogueras hasta la aparición de la falla como ritual, con los primeros *ninots* y los primeros documentos acreditativos de la presencia de fallas en la ciudad. En este caso significamos las primeras hogueras; el patronazgo josefino y los primeros documentos y la falla como ritual, apareciendo los primeros *ninots* que datan del siglo XVIII.

En segundo lugar, la fase o periodo de desarrollo de las fallas: que abarcan desde las primeras fallas acreditadas, hasta nuestros días. Así, la secuencia cronológica es, aproximadamente la siguiente. Las primeras fallas, en el siglo XIX, son una falla escenario de temática crítica, humorística y apologética. Entre 1850 y 1900 se produce una pugna con las grandes fiestas. Posteriormente, hay un periodo de censura a la cultura popular. A partir de 1901 hasta aproximadamente 1920, hace su aparición la falla artística para dar paso a la falla turística, que se prolonga hasta el inicio de la Guerra Civil. En 1939 se inicia un nuevo periodo que se puede denominar las fallas del franquismo y que se prolongan hasta 1975. Los siguientes periodos van de la mano de la situación política del país y se conocen como las fallas de la transición y, por último, las fallas de la democracia.

Conviene resaltar que, si bien todas las etapas citadas tienen una trascendencia histórica importante en el origen y desarrollo de las fallas, dadas las características del presente trabajo y su amplia diversidad de contenidos, se señalan únicamente aquellos pasajes de la historia que se consideran más relevantes para apoyar las reflexiones y conclusiones finales. Por el mismo motivo, se da un mayor protagonismo y contenido cuantitativo especialmente a las etapas de transición de la falla escenario a la falla artística (finales S. XIX) y a los periodos comprendidos entre 1901-1920 como instauración de la falla artística y albores de la estructura social de la fiesta. También al periodo comprendido entre 1291 y 1936 como fase de explosión y expansión de las fallas y consolidación como fiesta mayor de la ciudad, reclamo principal turístico y referente identitario valenciano.

3.1 Evolución de las fallas.

Siguiendo el esquema descrito en el epígrafe anterior, se exponen a continuación, los principales elementos que en hipótesis se barajan como iniciadores de la fiesta valenciana, aunque, con objeto de ilustrar mejor la descripción, se añaden algunas imágenes de hechos y documentos aportados por el historiador Rafael Solaz, o por el profesor Victor Mínguez.

Históricamente, el fuego siempre tuvo gran importancia para el hombre y su colectividad (Perceval, 2015), desde la presencia de los primeros habitantes en el viejo continente europeo, hace 400.000 años. Si avanzamos en el tiempo y nos situamos en nuestra comunidad, el fuego se describe inicialmente por los usos públicos más prosaicos y primarios: hacía posible la vida nocturna, danzas, bailes, comensalidad y, en

definitiva, colaboraba con la construcción de lazos de hermandad y ayudaba a fomentar la cohesión social. Como luz o como energía, el fuego era ya un mero instrumento al servicio del festejo colectivo. Más tarde, en la época foral (1238-1707), el litoral valenciano estaba fortificado mediante castillos y torres viejas que se comunicaban entre sí y con la población mediante las ahumadas, fallas u hogueras (Ariño, 1990). Por ejemplo, esta fue la función de la falla del *Micalet*, hoguera que diariamente se encendía para avisar a los habitantes de Valencia de los posibles peligros que se cernían sobre la población. Pero, además de los eventos señalados, nos encontramos en la literatura numerosos rituales vinculados al fuego y que reproducían en mayor o menor grado todas las versiones posibles del fuego como instrumento vinculado al estado festivo, de las cuales, extraemos las más relevantes.

En las fiestas ígneas, tenían la costumbre de encender hogueras en ciertos días del año, es práctica antigua y de origen anterior al cristianismo. Según Frazer, citado en Ariño (1990), los sínodos cristianos del siglo VIII, fueron suprimiéndolas como ritos paganos y acoplándolas como fiesta religiosa.

Si, analizamos la secuencia ritual de cualquier fiesta, observamos que los actos están ordenados según un ritmo ascendente, que culmina en un acto focalizador y que tiene su preludio y obertura así como su final y cierre. Los fuegos de víspera, se ubican en ese momento preliminar de la festividad que separa dos tiempos y dos modalidades diferentes de la existencia social (vida cotidiana/fiesta, producción/celebración).

Los fuegos solsticiales, de herencia pagana, y de los que en nuestra geografía tenemos ejemplos claros de ambos solsticios, tanto de invierno (*nit de fatxos o nit de aixames* en Onil y Xixona respectivamente), como de verano (*fogueres de Sant Joan*).

En los fuegos de los ritos agrarios este elemento desempeña un protagonismo fundamental en el festejo de los ciclos agrícolas. Un ejemplo claro también de nuestra comunidad es la festividad de San Antonio Abad, con numerosos ceremoniales para bendecir campos, ahuyentar sequías y agradecer las mejores cosechas, y con bendición de animales y de alimentos incluidos. Culminan la víspera del Santo con una gran hoguera, que en algunos pueblos de Castellón, se construye a modo de barraca dramatizando el ritual: San Antonio huye de diablos y demonios y se refugia en la barraca donde las huestes infernales la prenden fuego para acabar con su vida (Ej: Santantonada del Forcall).



Figura 1: Santantonada del Forcall (Castellón). (Fte: Archivo personal)

Una manifestación común en todas las culturas son también los fuegos de homenaje que consisten en disparar armas de fuego como expresión de júbilo. Ejemplos claros de ello son la *Passejà* de Quart de Poblet en honor a *Sant Onofre* o *La Rodà i La Pujà de Sant Roc* en Burjassot.

Existen festejos que expresan la idea de combate entre el hombre y el fuego, como las piromaquias, siendo ejemplo de éstas *El bou embolat* y *La Cordà* (Ariño ,1990).

Otro aspecto interesante es la creencia en los fuegos depuradores, pues no hay que olvidar imágenes que se asocian con la eliminación de lo negativo, a través de la experiencia personal colectiva y que puede generar conexiones con el fuego purificador o limpiador, como ocurrió, por ejemplo, en las grandes epidemias de peste negra que sufrió Valencia en los siglos XVII y XIX, en la que se quemaron colchones, ropas y numerosos enseres de los afectados.

Por último, considerando los fuegos satíricos que tienen su origen en las teorías interpretativas de los festejos ígneos europeos y, según Frazer, en Ariño (1990), la hipótesis purificadora parece la más concordante con la realidad. Según ésta, los rituales ígneos constituirían, en general, una cremación de los espíritus y potencias malignas explícitamente expresada en aquellos rituales en que se produce una cremación de muñecos o personas en efigie. Desde los siglos XV al XIX, con la Inquisición instaurada en España, aparecen grabados antiguos como autos de fe que bien podría sugerir una imagen de la fiesta. De la misma manera, en la Inglaterra del XVII el pintor satírico William Hogarth, también reproduce en sus escenas, el enjuiciamiento popular de personajes políticos a través del linchamiento popular simbólico, mediante muñecos colgados en las calles o bien, mediante la quema de los mismos.



Figura 2: Ninots de *Sant Critòfol* en Alcora (Castellón). (Fte: Archivo personal)

Exponer a la vergüenza pública monigotes o peles que podían acabar destrozados, tiroteados o quemados era una práctica ritual ampliamente difundida por todo el folclore europeo. Judas, carnavales, cuaresmas, *Els Vells o El Vell i la Vella* (Picassent), *Ninots* o *Perots de mitja quaresma* (Castalla o Alcoi), o *Ninots de Sant Cristòfol* (Alcora), se siguen quemando en muchas poblaciones. Estos fuegos satíricos eran verdaderos rituales de ajusticiamiento en los que el vecindario practicaba metafóricamente el ejercicio de la justicia popular. Estos muñecos entroncan directamente con los *ninots* falleros, con ellos se censuraban vicios y comportamientos que la colectividad consideraba intolerables (Ariño, 1990).

3.1.1 Patronazgo josefino

Resulta interesante la revisión histórica sobre San José que realiza Martínez Rondán (1990). La devoción por San José estuvo presente desde los albores de la fe cristiana. Presentado en los evangelios como hijo de Jacob o Elí en la genealogía de Jesús, era un humilde artesano de la construcción, incluida la carpintería, oficio tan querido por la tradición. En todos los relatos sobre el Nazareno era ineludible la presencia de San José. El anciano de los evangelios apócrifos, el padre de Jesús. A finales de la Baja Edad Media (finales del XIV y principios del XV), la devoción a San José experimenta un progreso y expansión creciente desde aquellos círculos locales a otros más extensos. A nivel local, siguiendo los estudios de Hernández Martí y Borrego (1990), no fue hasta 1497 cuando el Gremio de Carpinteros lo aclamó como patrón. La festividad se generalizó a nivel local poco después de 1605. Uno de los mejores y más directos medios de calibrar la devoción que el pueblo profesa a sus santos titulares es el análisis

onomástico. Reproducimos a continuación dos gráficas, tomadas de los mismos autores citados anteriormente, en la que se reproducen cronológicamente (1550-1950), la evolución onomástica en dos zonas diferenciadas de Valencia, una de Valencia centro (Parroquia de San Esteban) y otra de la periferia (Parroquia de Campanar). Para ello se recurrió a las listas municipales de empadronamiento y los libros de registro bautismales, respectivamente. Se puede observar la tendencia ascendente del nombre de José, sobre el resto de nombres correspondientes, también, a patrones valencianos. Asimismo, se hizo patente y mucho más notoria la presencia de San José en la liturgia, patronazgos, devocionarios, dedicación de templos y ermitas, etc. Como describe Ariño (1992):

El día de su festividad, aun cuando no era fiesta de precepto, en Valencia no se trabajaba, sino que, interrumpiendo el rigor cuaresmal y el ritmo cotidiano, se dedicaba la jornada a comer bien y a celebrar convites (esos banquetes de la gula), a divertirse y a bailar (dar paso franco a todo género de pasatiempos). Con toda seguridad, el objeto de los convites era felicitar y agasajar a los innumerables Pepes que había en la ciudad [...] A principios del XVII (1609), el Arzobispo Juan de Ribera, conseguía del Papa la proclamación del día de San José, como fiesta de precepto para Valencia. (p.67-68)

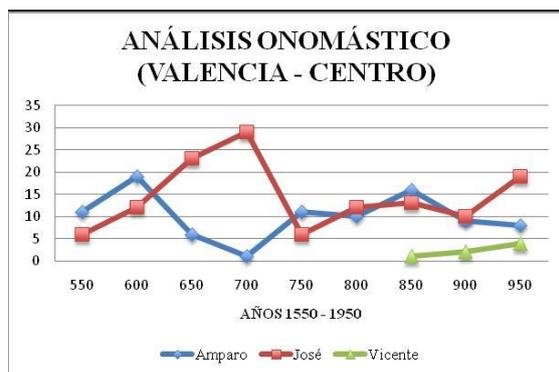


Figura 3: Análisis Onomásticas Valencia Centro . Fte: Reproducción de HERNANDEZ i MARTÍ, G.M; BORREGO, V (1990).

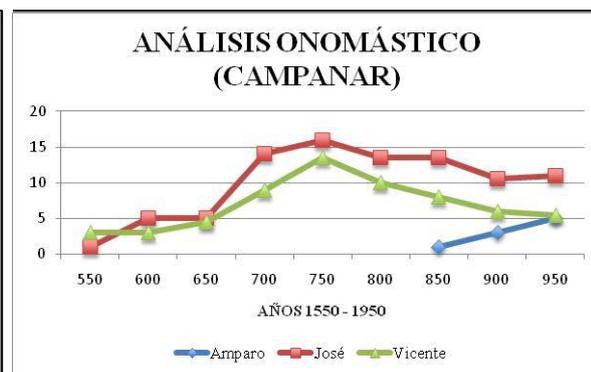


Figura 4: Análisis Onomásticas Campanar. Fte: Reproducción de HERNANDEZ i MARTÍ, G.M; BORREGO, V (1990)

Para finalizar este apartado, se debe insistir en ello, las fallas aparecen desde el primer momento vinculadas a la celebración de la fiesta de San José. Esta celebración queda confirmada y subrayada por dos hechos: la proliferación de la onomástica josefina y la supresión del trabajo al menos durante el día 19 (Ariño, 1990).

3.1.2 Primeros documentos y primeros *ninots*.

Como ya se ha comentado, la cuestión sobre el origen de las fallas sigue en pleno debate. Ahora bien, las únicas fuentes que nos pueden servir de ayuda, de momento, sobre la citada cuestión, son los testimonios documentales que la literatura nos ofrece.

Es importante significar que, algunos de los documentos que se citan a continuación, tienen relación con el reglamento de ordenación urbana y con el riesgo público de quemar una hoguera o una falla, dada la estructura arquitectónica de la Valencia barroca de finales del XVII y principios del XVIII. En esta época, la celebración de cualquier evento festivo como entradas triunfales, exequias reales, fiestas religiosas, etc. iban acompañadas siempre de una eclosión de arquitectura efímera propia de la cultura barroca (Mínguez, 1990). Altares, arcos del triunfo, frontispicios, decorados, etc. tomaban protagonismo visual en tan notables ocasiones. Y sin duda, una de las mayores celebraciones a nivel popular y participativo era la de las grandes procesiones, con un trazado más que visible por la ornamentación del mismo y que servía, además, de excusa para el desfile de estructuras efímeras móviles, entre las que destacaban los carros triunfales de los gremios. Además, cada convento o parroquia y numerosos edificios oficiales y casas notables también se engalanaban, o enmascaraban sus fachadas, no solo de arquitectura efímera sino también de grandes luminarias, con lo que se convertía definitivamente la ciudad en un gigantesco escenario por el que sus habitantes y sus visitantes transitaban a modo de actores.

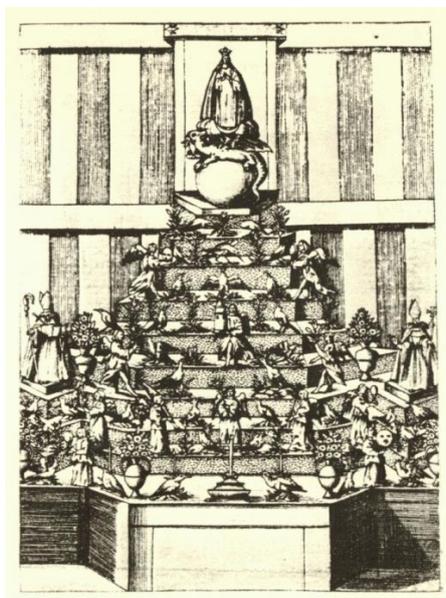


Figura 5: Altar del Convento de Nuestra Señora del Socorro (Fte: PEDRAZA, P (1982): Barroco efímero en Valencia, Ayuntamiento de Valencia, pp. 207.)

En esta época hubo un desarrollo notable de la arquitectura efímera en altares callejeros, arcos de triunfo de lienzo y madera, cuadros vivientes, etc. algunos núcleos de la ciudad y algunas casas particulares eran objeto de una intensa iluminación por medio de múltiples recursos: antorchas, candiles e incluso hogueras en parrillas de hierro. Los fuegos artificiales, también eran parte obligada en las fiestas, tanto religiosas como profanas, y su objetivo: también el de crear un día artificial en medio de la noche (Pedraza, 1982).

Toda esta macroestructura de arquitectura efímera, veremos que condicionará la legislación de la época para la ubicación y quema de las fallas, aportándonos valiosa información en el seguimiento de la aparición de las primeras fallas.

En primer lugar, observamos un manuscrito, de la colección de Rafael Solaz, de 1683 y en la que aparece por primera vez la palabra falla. El texto hace alusión de la batalla contra los turcos: “muchas fallas u hogueras que parecía que ardía y quemaban Valencia”.



Figura 6: Manuscrito valenciano 1683 (Fte: Colección Rafael Solaz)

También el profesor Ariño (1992, p. 57), expone en *La ciudad ritual*, una colección de 16 noticias recogidas en un periodo de 110 años (1740-1849), en las que se hace alusión a la fiesta. En el siguiente cuadro, se recogen algunas de las más relevantes.

Cuadro 1:
Primeras noticias con la palabra falla

- 1740 Se publica un bando prohibiendo las fallas por razones técnicas: estrechez de las calles (Gayano, 1936, pp.130).
- 1751 Según Sanchis Guarner, Carlos Ros hablará de seis fallas con figuras de bulto muy bien hechas. En cambio, Almela habla de siete y atribuye la intervención de Carlos Ros en dos de ellas (Sanchis Guarner, 1978, pp. 218).
- 1783 Se habla de varias fallas en la Valencia antigua (Almela, 1949, pp. 14).
- 1784 Aparece un Oficio al Sr. Corregidor, muy importante, encontrado por Fernando Díez y en el que se reglamenta la ubicación de las Fallas. La máxima autoridad municipal pide que se prohíba encender fallas en las calles de la ciudad y que se obligue a los vecinos que quieran plantarlas a colocarlas únicamente en las plazas o espacios abiertos del tejido urbano
-

Fte: ARIÑO, A (1992): La ciudad ritual. La Fiesta de las Fallas, Barcelona, Anthropos, pp. 57.

Por otro lado, existe un hallazgo realmente interesante: el *manuscrito de Biñeque*, que data de 1819, y es un documento ciertamente relevante. Adquirido en una subasta en Madrid por el bibliófilo y estudioso de las fiestas Rafael Solaz, es el testimonio escrito de José Calasanz Biñeque, que fue un viajero que vino a nuestra ciudad por algún fin determinado permaneciendo aquí novecientos once días y veintitrés horas y media, según dejó escrito en el prólogo, por lo que se estima que estuvo desde el mes de marzo de 1817 hasta mediados de 1819 (Solaz, 2008). El título original del manuscrito es *Ocios entretenidos* en los que se describe el pormenor de las funciones que se celebran anualmente en la ciudad de Valencia. Las cosas más notables acontecidas en la Santa Iglesia Catedral, en catorce parroquias y la Castrense, monasterios, iglesias, conventos de religiosos y religiosas, hospitales, hospicios y ermitas y demás advertencias dignas de alguna atención.

Biñeque llega y se enamora de Valencia, se fija en todas las fiestas y se da cuenta de que la mayor fiesta es el Corpus, pero algo le llama poderosamente la atención: “La víspera de San José hay función que no sé a que atribuirse, y son las llamadas fallas” (Solaz, 2008, p.98). Este manuscrito es importante por dos motivos: en primer lugar presenta a las fallas como una fiesta ya consolidada y en claro crecimiento y, por otro lado, cita que nadie le da explicación sobre el origen de esta fiesta, lo que lleva a pensar, por cuestiones obvias de memoria intergeneracional y de transmisión oral de las

tradiciones, que la fiesta de las fallas debería tener ya, como mínimo, una antigüedad de 100-150 años, lo que llevaría a aproximadamente a finales del XVII o principios del XVIII el origen de las fallas.

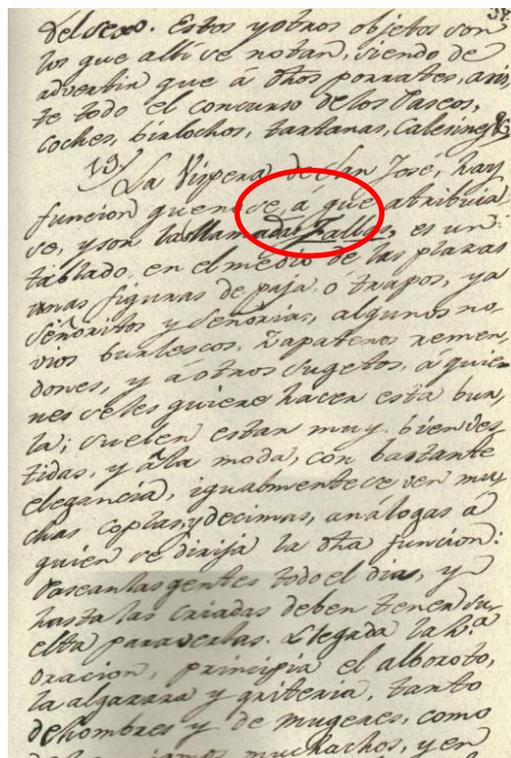


Figura 7: Manuscrito de Biñequé (Fte: SOLAZ, R (2008): Fiestas y costumbres de la ciudad de Valencia, Valencia, Ceremonial)

Según Rafael Solaz (2008), años más tarde, en 1880, otro manuscrito anónimo cita que, en las hogueras de San José, se permitió por la autoridad que las fallas de la Plaza de la Reina y la del *Trosalt*, se quemasen el día del santo por la noche y el resto se quemaran la víspera, según la costumbre.

Todos estos manuscritos demuestran, como ya hemos dicho, que la fiesta de las fallas es una tradición que iba cogiendo protagonismo notable entre los ciudadanos valencianos, a finales del XIX. En una primera etapa, la falla es un fuego de víspera, pero desde que se echan al fuego monigotes y peleles pasa a ser una práctica de carácter sancionador. La confluencia del fuego de víspera y el ninot satírico están en la base de la falla contemporánea (Ariño, 1990).

La práctica ritual consistente en colgar un pelele en la calle, mediante cuerdas que la atraviesan desde una ventana a otra, de plantarlo en un poste o sentarlo junto a una fachada y quemarlo o destruirlo entre el tercer día de carnaval y el sábado de Gloria,

estaba muy difundida por toda la cultura tradicional europea. El pelele recibía diversos nombres (Judas, Mahoma, carnaval, *perot*, *parot*, etc.) pero el significado del ritual era idéntico y solo podía entenderse en el marco del sistema ritual y simbólico compuesto por el carnaval, la cuaresma y la pascua. Ya se han comentado anteriormente, los ejemplos de Picassent, Castalla, o Alcora, aunque hay más en nuestra Comunidad.

Acercando más, si cabe, la tradición a nuestra ciudad, colgar figuras grotescas en ventanas y balcones durante el carnaval o algunos jueves de cuaresma, era una costumbre eminentemente valenciana. A pesar de todo ello y todo lo comentado, el debate sobre si las fallas son una fiesta gremial o vecinal sigue abierto, aunque hay documentos relativamente recientes y razones históricas que restan credibilidad a la teoría gremial (Ariño, 1990). Por ejemplo: hemos visto que la práctica de quemar *ninots* o *parots* era habitual en la cultura europea y no estaba adscrita a ninguna corporación gremial; en las ordenanzas del Gremio de Carpinteros (1774), no se nombran las fallas y si que se indican las fiestas y cultos de la festividad de San José y los gremios participan en fiestas públicas de carácter oficial, pero por sí mismos nunca organizan fiestas abiertas al público en general y al vecindario. La fiesta gremial es cerrada y corporativa.

Con el ánimo de resumir y, ante tantas hipótesis barajadas, un resumen claro y conciso sobre el posible origen de las fallas, es el que expone el profesor Antonio Ariño (1992, p. 55-56) en su libro *La ciudad ritual* y que se engloba en tres marcadas teorías. La versión más difundida y popular, la fijada por el Marqués de Cruilles (Cruilles, 1876) por la que las fallas fueron iniciadas en la época foral por el Gremio de Carpinteros, quienes en víspera de su patrón quemaban en una hoguera purificadora el *estay* o *parot*, virutas y trastos viejos, haciendo limpieza de talleres y obradores y antes de entrar en la primavera. Otros autores, Cebrián Mezquita (1913), Gayano Lluch (1936), entre otros, intentan buscar un origen más remoto y sostienen que el culto al fuego es una práctica ritual de origen pagano y que las fallas no son más que la versión valenciana de ese ritual arcaico que anuncia la primavera y trata de propiciar fertilidad. Un tercer grupo, formado por Tramoyeres, Puig Torralba y Navarro Cabanes, tal y como se recoge en la publicación de Ariño (1992), relacionan la fiesta con los peleles de carnaval y cuaresma.

3.1.3 Primeras fallas. Falla escenario.

Hasta el último tercio del siglo XIX, las fallas no eran una fiesta sino un festejo. Integrado en la festividad de San José, se le denominaban *falles de la vespra de Sant Josep* o *falles de Sant Josep* (Ariño, 1990). Conviene recordar que las fallas se plantaban y quemaban el día 18 de marzo (fuegos de víspera), pero en 1871 no se quemaron en su totalidad el día 18; la falla de la Plaza de Toros, al caer fin de semana y el sábado ser día de trabajo, se cambió la *cremà* del sábado al domingo con fines recaudatorios y el cambio funcionó. A partir de ahí, desde 1871 hasta 1891, bien por climatología, bien porque la fiesta cayera en fin de semana, hubo varios años en que algunas fallas se quemaban siempre el 19 de marzo. A partir de 1892, la fiesta de San José se amplía a dos días, 18 y 19 de marzo¹.

A lo largo del siglo XIX, la evolución del ritual lleva a distinguir todavía 4 tipos de fallas: hogueras que según antiguas costumbres encendían los labradores de la huerta delante de sus viviendas; hogueras de trastos viejos que se encendían en casi todas las calles de la ciudad; monigotes o *ninots* colgados de las ventanas, o de balcón a balcón o plantados junto a la frontera de las casas; y fallas monumentales, de boato o de rumbo, que consistían en una especie de tablado sobre el que se representaba una escena satírica (falla escenario) compuesta por varios *ninots* (Ariño, 1990). Éstas últimas, estaban en una proporción infinitamente menor al resto (en 1855 habían 1 ó 2, mientras que en 1866 solo hubo una), sobre todo respecto de las hogueras.

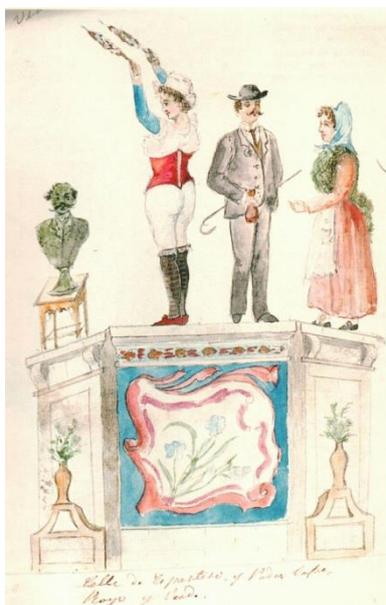


Figura 8: Falla escenario (Fte: ARIÑO, A.(Dir.). (1990). Historia de las Fallas, Editorial Levante-EMV, pp. 87.)

¹ Información facilitada por Javier Mozas, de Archivo de Junta Central Fallera.

En el epígrafe anterior, quedó detallado, que a partir de 1784, hubo presiones municipales para que se desplazaran las hogueras desde las calles estrechas hacia las plazas, con el fin de reducir los peligros de incendio. De este modo, las fallas se convirtieron progresivamente en un fenómeno de plaza o de cruce de calle, creciendo las fallas monumentalistas en detrimento de las simples hogueras. Y así llegamos al siglo XIX, donde la falla predominante es la falla escenario, compuesta por una base o tablado y una o varias figuras colocadas sobre el mismo. La falla del XIX se sustentaba inicialmente sobre cuatro bastidores de arpillera y papel, y sus ninots se construían con paja y vestidos viejos, modelando sólo las caras y las manos con cera mientras que los brazos podían hacerse de madera o rellenarse de serrín. Desde el punto de vista compositivo, la mayoría de fallas constaban así de dos cuerpos o bloques: la base y la escena. El primero, un poliedro cuadrangular, hexagonal e incluso octogonal y los laterales eran cubiertos con bastidores pintados, hechos de tela, papeles, maderas y detrás de ellos se situaba el material combustible. El segundo, formado por las figuras que representaban la escena o escenas. Inicialmente, las figuras reproducían el tamaño natural, por lo que podemos situar la altura de una falla normal entre 3-4 metros, aunque a finales de siglo, comenzó a esbozarse una tendencia hacia la monumentalidad, llegando a alcanzar los 8-10 metros de altura. Este era el modelo de falla predominante en el 80% de los casos. Inicialmente, con las fallas arrimadas a la pared, la escena estaba compuesta por dos o tres figuras y tenía una lectura frontal, pero al ir emplazándose en plazas o en cruces de calles, el número de escenas y las posibilidades visuales se multiplicaron, lo que facilitó que la falla tuviera un argumento y una progresión narrativa entre las escenas. Así surgía la falla rodada, circular o argumental. Tal vez sea la falla de Xàtiva de 1866, *La creu del matrimoni, una falla en 4 estacions*, la primera que presenta su argumento por etapas y con un desarrollo *in crescendo*: matrimonio feliz en luna de miel, después etapa de indiferencia, crisis matrimonial y al final adulterio y conflicto (Ariño, A. (Dir.), 1990).

Con algunas excepciones, la mayoría empezaban a concebirse según el modelo de falla sainete, para la que se utilizaban, sobre todo, dos géneros expresivos: la caricatura y el jeroglífico. La caricatura era el género predominante en la representación de personas y escenas. Pero, para eludir la censura, se introdujo con notable éxito el jeroglífico, especialmente las alusiones personales a alguien *non grato*, mediante su objeto o elemento sustitutorio; por ejemplo, al gobernador Botella mediante dichos recipientes (Ariño, 1992). Un escenario sobre el que se desarrollaban las escenas que,

además, estaban explicadas en las hojas de versos colgados de los bastidores del catafalco y de las paredes inmediatas. También, además de los versos, se colgaban en ocasiones adivinanzas, caligramas o juegos de palabras.

Avanzando en el tiempo, comienzan a observarse novedades y una inclinación creciente a integrar los dos estratos (base y escena) en una única unidad argumental: la falla escultórica. La transformación de la base y su progresiva integración en la composición de un único grupo supone el abandono de la falla como representación de una escena para asimilarla más bien al monumento y a la escultura alegórica. La falla escenario, será sustituida por una composición en la que los elementos están dispuestos formando a la vez un orden ascensional o circular.

Los temas más tratados en las fallas eran, sobre todo, de crítica política (guerras coloniales, candidaturas monárquicas, erótica del poder y escasa seriedad de los políticos, etc.), de crítica social (la desigualdad social, curanderos y embaucadores, estafadores), también había crítica a la modernidad (la moda del miriñaque, el progreso-aéreo-), y de crítica moral (con crítica general de excesos perniciosos de comida y bebida; crítica vecinal con alusión a personas del barrio y la falla erótica o de tendencia anti-conyugal.). De estas últimas, la falla erótica fue la que más marcó el carácter de los contenidos morales de aquellos años. Con el nombre de erótica, la prensa designaba un buen número de fallas que hablaban sobre la seducción y relaciones sexuales, el matrimonio y sus conflictos (adulterio e infidelidades) y sobre las tramas matrimoniales o cacerías de pretendientes. Hacia 1861 comenzaron a aparecer una serie ininterrumpida de fallas con escenas cómicas o graciosas de zarzuelas o comedias de magia, o bien de titiriteros o artistas ambulantes que habían recalado en la ciudad por algún tiempo y conquistado la fama, bien por su carácter grotesco y ridículo, o por su gracia y valor artístico. Estas fallas no tenían la intención crítica o moral de las anteriores, solo buscaban el efecto de la comicidad, sin malicia ni censura, eran fallas humorísticas. Cabe destacar asimismo que por 1864 aparecieron dos fallas con carácter apologético, una del famoso equilibrista Blondín y otra de exaltación de Don Quijote; eran las primeras fallas apologéticas.

En el siguiente esquema podemos observar el repertorio temático de las fallas de Valencia en el periodo comprendido entre 1851 y 1900 (Ariño, 1992, p. 88).

Cuadro 2:
Repertorio temático (1851-1900)

Temática	1851-1870		1871-1900	
	Nº	%	Nº	%
Crítica política	13	13,9	161	47,4
Crítica social	6	6,4	16	4,7
Crítica cultural	6	6,4	10	2,9
Crítica moral	43	46,2	70	20,7
Humorísticas	18	19,3	49	14,1
Apologéticas	2	2,1	3	0,8
Sin datos suficientes	5	5,3	28	8,3
TOTAL	93	100,0	337	100,0

Fte: Reproducción de ARIÑO, A (1992) La ciudad ritual. La Fiesta de las Fallas, Barcelona Anthropos, pp. 88.

Es importante advertir que desde el siglo XVIII, había empezado una importante difusión de la literatura popular, que se vio acrecentada en este periodo, favorecida por el desarrollo de la imprenta que hizo que, a los ya conocidos romances, *miracles*, gozos, etc., se le unieran, revistas satíricas y sainetes, que combinaban imágenes y texto para facilitar de su comprensión y servían para hacer crítica social y provocar agitación popular. Eran portadas por ciegos, niños o recitadores y, en paradas ambulantes, se colgaban para que fueran consumidas. Eso dio origen a la denominada literatura de *Canya i cordell* (Marín i García, 2014).

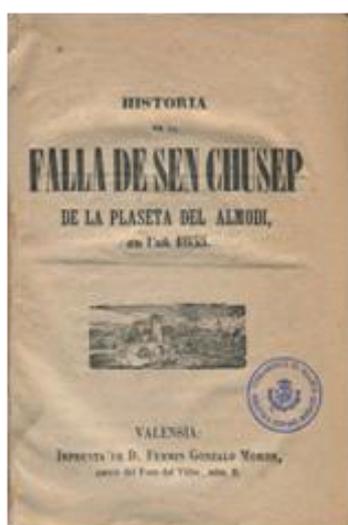


Figura 9: *Libret* de la Falla de la Plaça de l'Almodí, València, 1855. Biblioteca Serrano Morales. Ajuntament de València. BSMO A-14a / 164.

En este contexto, entre los movimientos literarios que se estaban produciendo en esta época vería la luz el primer *llibret* fallero. Así, a finales del siglo XIX, había un ambiente enrarecido respecto a la lengua. No estaba considerada como literatura de alta calidad la escrita en lengua autóctona, solo se consideraban importantes las escritas en castellano. Esto obligaba en cierta manera a la población menos instruida a alfabetizarse en castellano, que lo acaparaba casi todo, como describe Rodrigo Mancho en Ariño (1990). Esta compleja situación literaria manifestaba la escisión entre dos idiomas. De todos modos, nos podemos encontrar literatura populista en géneros menores. Incluso en ocasiones, suplementos satíricos en valenciano, acompañaban a publicaciones serias en castellano. Algunos ejemplos de esta literatura populista eran los *miracles de Sant Vicent*, sainetes y zarzuelas costumbristas; la caricatura, la burla y *l'espardenyà* conectaban con el sector popular del público. Este tipo de literatura tenía un carácter muy determinado, era de consumo efímero. Las fallas comenzaron a adscribirse a ella en forma de versos o *llibrets* explicatorios. En cualquier caso, la valencia castellanoparlante, se seguía riendo de las formas de hablar de los humildes o del hablar “de pueblo” (Rodrigo, 1990). A destacar, que el referente ortográfico de estos escritores populistas era el valenciano que se hablaba en la calle, tal como reflejan Bernat i Baldoví y Josep M^a Bonilla en el segundo número de *La Donsayna* (8-XII-1844): “*Encara que molts ho saben y ya ho han vist, bo será advertir per si acás, que nosotros escribim en valensiá tal com se parla en lo dia; de modo que acont de escriure mitjana, posem michana que es com millors’enten, acont de escriutre lleig y vaig, posem llech y vach; acont de roig y goig, pòsem roch y goch, y aso ho diferensiem de Vich y Munich, escribint Vic, Munic, y així en lo demés.*”

Ara ya ho saben ben claret: después no vinga en cuentos algún dócte de cuina”

El resultado fue la castellanización dialéctica. Esta situación y la vinculación de la lengua autóctona con algunas manifestaciones artísticas, generalmente efímeras (ceremonias políticas y religiosas, *miracles*, versos falleros, sainetes, etc.), la dejaban en una situación de difícil continuidad y permanencia. Por eso, la *Renaixença* supondría la única salida digna. Nacería así una corriente de dignificación del idioma todavía latente en nuestros días (Rodrigo, 1990).

En 1850 aparece el *llibret* manuscrito de la falla de la calle Avellanas de Valencia y también en el mismo año se podía ver una hoja con versos, impresa, de la falla de la calle San Narcís de Valencia (Marín i García, 2014).

De esta manera se llega a la creación del primer *llibret* impreso de falla, obra del escritor Josep Bernat i Baldoví, en 1855, constaba de una serie de páginas encuadradas elaboradas para la falla de la Plaza del Almudín. Su título fue *El conill, Visanteta y Don Facundo*. El *llibret*, apareció así, como un conjunto de versos que recogían la explicación de la falla, e incluso, a veces se complementaba con algún comentario jocoso o picante sobre el barrio en forma de cuartetos, décimas, jeroglíficos, etc. (Soler i Godes, 1990).

3.1.4 La pugna con las grandes fiestas.

Es cierto, como se remarcó anteriormente, que las fallas eran un festejo y no una fiesta, pero fueron creciendo popularmente hasta el punto de llegar a pujar por el máximo protagonismo con otras fiestas que habían mostrado su hegemonía consolidada hasta el momento. El calendario festivo de la Valencia contemporánea de finales del XIX y principios del XX estaba constituido de la siguiente manera: el año se iniciaba con el ciclo navideño, inmediatamente después venían *Els Porrats*: San Antonio Abad, San Vicente Mártir, San Blas y San Valero, la *Mare de Deu de Campanar*. A éstos les sucedían los bailes de carnaval, que culminaban con los tres días de máscaras públicas que se celebraban en la Alameda; en plena cuaresma irrumpían las fallas, inicialmente el día 18 se plantaban y quemaban y el día 19, era día de media fiesta dedicado, como ya se ha comentado, dedicado a agasajar a los Pepes y a compartir un buen plato de buñuelos con aguardiente. Tras una Semana Santa discreta seguían los tres días de pascua con excursiones y meriendas campestres. Prácticamente sin descanso se conectaba la celebración pascuera con la fiesta de los altares de San Vicente. El segundo domingo de mayo se celebraba la fiesta de la Virgen de los Desamparados. Tras ella, la gran fiesta del Corpus, la *Festa Grossa* y su octava. La noche de San Juan, con excursiones a la playa donde se encendían hogueras y se tomaba el baño a medianoche, para protegerse de enfermedades y peligros. En Julio, por Santiago Apóstol, se celebraban tres días de toros, llamadas *corregudes de Sant Jaume*, que luego servirían de plataforma para establecer la Feria de Julio. Con las fiestas de la Asunción y San Roque se iniciaban las romerías (mitad de agosto). El otoño traía en octubre la fiesta de *Sant Donís*, cuyo acto más típico era la *mocadorà* y la romería informal que la precedía, visitando pastelerías y panaderías a la búsqueda de los dulces más vistosos y llamativos. En noviembre se celebraba la festividad de Todos los Santos, con visita al cementerio incluida para homenaje a los difuntos y finalizando el año con la fiesta de la Purísima

Concepción, con especial fervor del pueblo valenciano. Todo este número de fiestas, más algunas menores no citadas (Fiestas de Calle, Tiradas de San Martín, etc.), superaba claramente los 100 días anuales de fiesta.

En este contexto, las fiestas más importantes de la ciudad a mitad del siglo XIX eran el carnaval (un carnaval bidimensional: por un lado las máscaras públicas de la Alameda -popular- y, por otro, los bailes en salones, círculos o casas particulares -elitista-), y las grandes fiestas religiosas (Semana Santa, San Vicente Ferrer, la Ascensión, Pentecostés y, especialmente el Corpus). Todas ellas giran en torno a la Pascua, que siempre cae en el primer domingo después de la primera luna llena de primavera, es decir, entre el 22 de marzo y el 25 de abril, por lo que son fiestas móviles (Ariño, 1990).



Figura 10: Tarde de Carnaval en la Alameda de 1889 del Pintor Ignacio Pinazo Fte: Guía del Ocio de El País. Recuperado de <http://static.guiaoocio.com/var/guiadelocio.com/storage/images/a-fondo/el-carnaval-en-10-cuadros/7-ignacio-pinazo-tarde-de-carnaval-en-la-alameda-1889/17745294-4-esl-ES/7-ignacio-pinazo-tarde-de-carnaval-en-la-alameda-1889.jpg>

La polarización ideológica de principios de siglo XX, la mayoría de las fiestas y la nueva sociedad burguesa generó un panorama ciertamente dramático para las fiestas valencianas. La Valencia republicana rechazó las fiestas religiosas, la Valencia católica reprobó cualquier intento de apoyo al carnaval, aunque fuese artístico. Paralelamente a ese proceso, la mayoría de las fiestas incorporaron elementos, símbolos y manifestaciones destinados a expresar la identidad valenciana. La mayor aceptación era la exaltación del vínculo étnico. A estos dos pre-requisitos - laicidad y valencianismo-

se deben añadir los valores que exigían a la fiesta las distintas clases sociales: para la burguesía, toda manifestación cultural moderna debería ser a un tiempo útil y artística, beneficiosa y civilizada. Por su parte, las clases populares manifestaban en las fiestas de calle que para ellas la festividad era un ámbito de participación directa, no segregada ni mediatizada, y una modalidad de existencia que gozaba con la expresión irreverente y obscena de las normas imperantes.

Dado este contexto social, la burguesía intentó convertir en fiestas mayores a la Feria de Julio, el carnaval y la Virgen de los Desamparados. Sin embargo, la participación popular, se vinculó, desde el principio del XIX a la festividad de San Vicente Ferrer y, más tarde, a las fallas. Tras un arduo proceso de negociación cultural, las fallas se convertirán en la fiesta mayor de la ciudad; una fiesta laica y valencianista, artística y útil, muy participativa y procaz, que era capaz de integrar, mediante la adulación y el reparto de honores, a las clases altas de la ciudad. La fiesta unánime de todos los valencianos (Ariño, 1990).

3.1.5 Censura y represión de la Cultura Popular (1850-1900).

Hemos comentado que las fallas, con su temática crítica, empezaban a adquirir protagonismo a nivel popular, en detrimento de otras fiestas hacia finales del siglo XIX, quizá comenzaban a ser incómodas para las clases dominantes. Si observamos la evolución del número de fallas plantadas en Valencia entre 1849 y 1936, vemos que presenta una trayectoria irregular, pero se produce un punto de inflexión entre el periodo marcado por los años 1885-1887 (se pasa de 1 falla plantada a 29), esto se debe a que, desde 1872, el ayuntamiento adoptó una política de creciente presión y control sobre el festejo (Ariño, 1992). Esta presión adquirió su momento álgido entre 1882 y 1887.

La coyuntura municipal venía marcada por la política liberal e ilustrada y desplegada tras el ascenso burgués, que trataba de eliminar por la fuerza las tradiciones, las costumbres y las formas de vida populares. Pudo rastrearse para entonces, la presencia de una ideología para la cual, el carácter del pueblo, las estructuras de la personalidad y el comportamiento social (hábitos), debían ser modificados y civilizados. Su actuación en el ámbito de las tradiciones y rituales populares se traducirá, entonces, en el control, la censura y la creación de impuestos. Así, a lo largo del siglo XIX, se produce un conflicto entre cultura burguesa y cultura popular. Ahora bien, desde 1875, tras la experiencia del sexenio y de la república, no podemos hablar de la burguesía como bloque compacto, ya que en su seno se podían observar opiniones y actitudes diversas

en torno a las costumbres populares (Ariño, 1990). Mientras la burguesía progresista, demócrata y republicana, trata de rescatar a las clases populares de las sombras para ilustrarlas con una educación moderna y homogénea, la burguesía conservadora defiende la pervivencia de la tradición como fuente de legitimidad y como una especie de sedante para las lacras generadas por la estructuración clasista de la sociedad.

Ante esta controversia, todos los periódicos e instituciones que se pronunciaron sobre el tema estaban de acuerdo sobre la necesidad de una reforma de las fallas, una reforma estética para sobrevivir en un contexto de modernización y para adecuarlas a las exigencias de la época. Se estaba sembrando el germen de la falla artística. Así, apareció un artículo en *Las Provincias*, firmado por Valentino (pseudónimo de Teodoro Llorente) en el que se criticaba el maltrato de la municipalidad hacia la fiesta y en donde se le sugirió también, que en vez de matar las fallas aumentando impuestos, que supondrían poca cosa para las arcas municipales, ofreciera un premio de mil reales a la más ingeniosa y artística (Ariño, 1990). En el mismo sentido actuó Palanca i Roca, en una sesión de *Lo Rat Penat (la societat d'amadors de les glòries valencianes)*, leyendo un poema criticando la falta de valencianía de los ediles municipales. También, Félix Pizcueta, concejal del Ayuntamiento, presente en aquella reunión, tomó la palabra en réplica y prometió a Palanca i Roca que se encargaría personalmente de efectuar las gestiones oportunas para eliminar al año siguiente el impuesto. En el mismo sentido se pronunció, más tarde (1893) el diario *El Mercantil Valenciano*, lanzando un programa estético compartido por la clase dominante: corrección, delicadez y pureza eran los nuevos valores culturales de la burguesía y hacia ellos deberían orientarse las fallas si querían ser aceptadas como una fiesta de la modernidad valenciana. La represión pasaba a un segundo plano, la coacción externa se sustituía por la inculcación de la autodisciplina competitiva.

Este programa estético, fue retomado en 1895 por *Lo Rat Penat*, con el fin de reconvertir los monigotes (*ninots*) desde una perspectiva esteticista. Así, la citada institución lanzaba en febrero de ese año, el proyecto de la creación de premios para las mejores fallas.

3.1.6 La falla artística (1901-1920).

Abordamos a continuación, los eventos más significativos, relacionados con este trabajo, comprendidos entre los años de 1900 a 1920, y que tuvieron una repercusión importante en el desarrollo posterior de la fiesta. Estos los podemos enumerar como

sigue: las comisiones falleras; el programa de actos; la implantación de la falla artística, el repertorio temático y la consolidación de la falla apologética.

Las comisiones falleras son consecuencia de que durante este periodo, se van a producir cambios importantes en la estructura organizativa de la fiesta. Se detectan con nitidez, la constitución de núcleos formalizados, dotados de cierta continuidad y netamente diferenciados del vecindario, que van a especializarse funcionalmente, centrando su atención más en la gestión organizativa y en la celebración, que en la confección y construcción de la falla, que, como veremos, se encomendará paulatinamente a especialistas (Ariño, 1992).

En cuanto a la constitución de las comisiones, los miembros que la componen, se autoerigen como tales buscando posteriormente el apoyo económico y la solidaridad vecinal que corrobore su legitimidad. Así, se establece una relación de dependencia entre comisión y barrio de manera que aquella actúa como representante de éste. Pero las comisiones no se improvisaban, sino que se constituían poco después de acabar un ejercicio fallero y disponían su funcionamiento de manera que todo estuviese atado con suficiente antelación.

Para su organización interna se configuran como grupos internamente estructurados en roles y funciones y, posiblemente en *estatus*. Muchos de los firmantes de las instancias, lo hacen en calidad de representantes, presidentes o secretarios de la comisión, y en las relaciones de organizadores, se distinguen las siguientes funciones: una presidencia, una secretaría, una tesorería y una contaduría. Asistimos, por tanto, a un proceso de formalización, racionalización y burocratización organizativa. La planificación de la fiesta se asienta sobre la división del trabajo.

El funcionamiento de las mismas se resume de la siguiente forma. Al terminar un ejercicio fallero y una vez cerradas las cuentas (la entrega), los falleros se reúnen de nuevo para establecer la nueva directiva y el nuevo censo oficial de la comisión para el siguiente ejercicio, invitando generalmente a cualquier vecino que lo desee, a incorporarse y formar parte del citado colectivo (*apuntà*). La función primordial de las comisiones, que ya se constituyen anualmente, es organizar la fiesta y celebrarla para el vecindario. Ahora bien, a medida que el programa de festejos se amplíe y en la construcción de la falla primen la monumentalidad y la estética, el presupuesto necesario para sufragar falla y festejos se incrementará, por eso, entre las tareas organizativas, hay que contar también con establecer un sistema eficaz de drenaje de recursos y con gestionar la contratación de artistas, literatos (*llibrets*), pirotécnicos,

músicos, etc. que dejen a la comisión en buen lugar. En realidad, la comisión fallera es, ante todo, un grupo gestor, si bien el cultivo de las relaciones entre los falleros, la convierten, más allá de la burocracia y de la especialización funcional, en una esfera de sociabilidad con aportaciones clave para la transmisión de la tradición a través de las generaciones (Costa, 2003). Como resumen, se puede concluir, pues, que el funcionamiento de la comisión, se despliega en una triple vertiente: como órgano de recaudación de fondos, de programación y gestión de festejos y como comunidad de relaciones (Ariño, 1992).

Con la aparición de las comisiones formales, relativamente estables, las fallas adquirieron una posición central en el interior de la secuencia ritual josefina. La fiesta duraba dos días rebosantes, pero algunas comisiones impacientes comenzaban los festejos el día 17 al anochecer. El programa de actos tenía su marco natural delimitado por la *plantà* y la *cremà*, principio y fin de la fiesta. Según el grado de difusión, podemos distinguir dos tipos de actos. Por un lado, los organizados y compartidos por todas las comisiones falleras, actos colectivos, indicativos de una ritualización intensa de la secuencia fallera y que genera su propio vocabulario festivo específico expresado en valenciano: *demanà*, *plantá*, *despertà*, *masclètà* y *cremà*. Por otra parte, los actos privativos y específicos de determinadas juntas o barrios.

En términos generales y para este periodo, el programa de actos quedaba de la manera que se explica a continuación.

El día 18 marzo a las 00:00 horas, la *plantà*, se montaba la falla durante la noche y con las primeras luces del alba, se recorrían las calles del vecindario con *crits i trons* y música de *tabalet i dolçaina*. Era la *despertà*, Durante el día, se realizarán pasacalles, exhibiciones de pirotecnia y conciertos. También, la junta fallera, acompañada de la banda de música, recorría las calles del barrio y repartía a los vecinos un bizcocho y un *llibret (bescuità)*. Durante la tarde y noche se celebraban serenatas y conciertos y eran agasajados los homónimos del santo -Pepes, Pepas, etc.- con alguna pieza especial.

El día 19 de marzo se repetían, casi sin variaciones, la *despertà*, los pasacalles y los conciertos. Hacia las 12 se disparaban tracas y finalmente, al anochecer, tenían lugar los últimos actos que culminaban con la *cremà*, que iba precedida de un largo concierto y bailes populares, así como de un castillo de fuegos artificiales.

Estruendo y ruido, música y pasacalles, contacto callejero y democrático, simbolización de las solidaridades vecinales, eran los componentes básicos del

programa común que se había perfilado y fijado con claridad en estas fechas y constituían el síndrome fallero.

La implantación de la falla artística llega con el programa de reforma lanzado por la burguesía de los ochenta y que recogiera *Lo Rat Penat* en 1895. Tenía como objetivo convertir los catafalcos falleros en monumentos artísticos caracterizados por su belleza y perfección formal. Con anterioridad, las crónicas periodísticas se habían fijado en la intención y agudeza de los temas, prestando escasa atención a la forma estética. Esta etapa, no sólo afectará a los aspectos formales sino también al repertorio temático. Tanto la monumentalidad (crecimiento en volumen y altura) como la complejidad compositiva serán desarrollos propios de una época que intenta potenciar la distinción artística y la transformación estética del festejo. Las cinco características fundamentales que diferencian a la falla artística de su precedente, la falla sainetesca o escenario (Ariño, 1990) son: la monumentalidad; la proporcionalidad; el acabado; el atrevimiento constructivo y el carácter escultórico.

Por monumentalidad se entiende el crecimiento en volumen y altura, fallas de colosales dimensiones. Así, comienza a abandonarse la reproducción al natural y se introducen todo tipo de figuras (labradores, águilas, Hércules, globos terráneos, etc.) de gran tamaño.

La proporcionalidad, construida sobre un eje vertical, la masa corpórea se dispone en forma triangular o piramidal, apoyada sobre la base de sustentación. *Ninots*, figuras centrales y remates, que se ubican buscando, en la mayoría de veces, la simetría compositiva.

El acabado se empieza a valorar por la presión mediática de la prensa. Ahora en las fallas predominan el arte, el buen gusto, el cuidado de la forma y su ejecución pasará a manos de artistas.

El atrevimiento constructivo corresponde al juego entre conceptos como fuerza, resistencia de materiales, composición y tensión. El artista intentaba diseñar la falla teniendo en cuenta todos estos factores para crear una imagen atrevida.

El carácter escultórico de la falla artística, pues, es obra de especialistas de arte. Ya no es construida por vecinos voluntariosos, lo que supone una nueva situación. Aparece la división del trabajo, y esta tarea se encarga a personas dotadas de determinadas competencias técnicas, aunque no son aún artistas falleros ni se singularizan socialmente como tales, porque no viven de su dedicación a las fallas. Se trata de adornistas, tallistas, escultores, pintores, etc., quienes, por encargo, no sólo construyen

el catafalco, sino que en muchos casos comienzan a idear y diseñar el argumento. Dichos profesionales imprimieron su estilo y su manera de hacer y concebir, transformando radicalmente la visión tradicional de la falla.

En este contexto, el dispositivo de la competitividad, estimulada por los premios impulsó a las comisiones a contratar especialistas y éstos innovaron y desarrollaron la falla escultórico-artística. Este es el momento en que comienza a producirse una nítida división del trabajo en el universo de la fiesta: la comisión fallera se centra en la recaudación de fondos, en la organización de festejos y en la gestión del ritual, mientras que se desentiende en lo fundamental en la ideación del argumento y de su materialización plástica (Ariño, 1990).

En términos generales, las verdaderas novedades del periodo las constituyen una tendencia al crecimiento en volumen y altura, y el cambio que se produce en la estructura compositiva y narrativa de la falla. Ahora, pueden diferenciarse, como mínimo, tres niveles: base, escenas circulares y remate. Se trataría de una estructura de tipo piramidal.

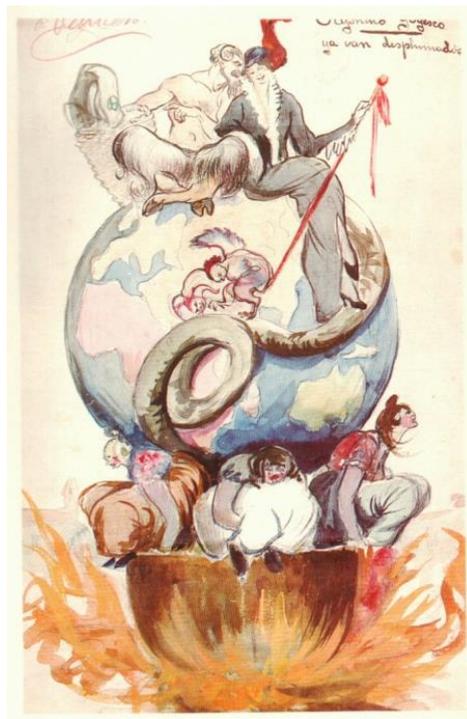


Figura 11: Falla artística (Fte: ARIÑO, A. (Dir.). (1990). Historia de las Fallas, Editorial Levante-EMV, pp. 145.)

La base está formada por un cuerpo de madera o de cartón modelado que sirve de sustento para el resto de la falla: escenas y cuerpo central.

El cuerpo central-remate se sitúa en el centro de la falla y siguiendo un eje vertical se levanta el cuerpo central, que puede estar formado por la superposición de varios motivos (contrarremates), coronado por una figura o escena que actúa como remate.

Las escenas se sitúan circundando el eje central de la base y desarrollan el tema circularmente.

Esta estructura narrativa, para descodificarse, necesita, no una sola lectura frontal, sino una lectura rodada y recorrida con vista de arriba abajo en todos y cada uno de sus lados. El tema, se insinúa en el remate y se desarrolla en las escenas, cargadas generalmente de símbolos, alusiones y guiños retóricos. En este nuevo contexto cobra plena vigencia un rasgo peculiar para la interpretación del mensaje fallero. La falla se lee siempre colectivamente y su significado se reconstruye mediante un diálogo en el que juega un papel determinante el rumor y la adivinación. Esta derivación desde el significado pretendido a la significación consumada forma parte intrínseca del juego ritual fallero (Ariño, 1990).

Como se comentó anteriormente, las fallas de este periodo, no solo se transforman estéticamente sino también en la temática y el contenido. En parte puede sostenerse que la forma acrecentó su importancia frente al tema, el arte frente a la sátira y llegó a convertirse en algunos casos en el contenido sustitutorio. Persiste la crítica antimonárquica, anti-restauración y anticlerical, pero se incrementa la crítica social, especialmente la local en referencia a las reformas y los servicios urbanos. Pero las novedades más significativas se refieren a la falla picante y obscena (Ej.: La Margot de Dr. Collado en 1912) y, sobre todo, al ascenso de la falla apologética, especialmente la apologética valencianista. A ello contribuyó, por supuesto, la estrategia de los premios, pero también la práctica de la censura. Ésta se dirigió fundamentalmente a la represión de cuatro tipos de temas: la crítica vecinal, la crítica a autoridades políticas, la crítica anticlerical y el lenguaje obsceno.

Cuadro 3:
Repertorio temático (1901-1920)

Temática	Nº	%
Crítica política	13	13,9
Crítica social	6	6,4
Crítica cultural	6	6,4
Crítica moral	43	46,2
Humorísticas	18	19,3
Apologéticas	2	2,1
Sin datos suficientes	5	5,3
TOTAL	93	100,0

Fte: Reproducción de ARIÑO, A (1992): La ciudad ritual. La Fiesta de las Fallas, Barcelona, Anthropos, pp. 129.



Figura 12: 1912 “La Sicalipsis (La Margot)”. Falla Plaza Dr. Collado (Fte: VIDAL, V (1983): Historia Gráfica de las Fallas, Valencia, Caja de Ahorro de Valencia, pp. 29.)

3.1.7 La falla turística (1920-1936).

En general, la evolución de la fiesta desde los años veinte hasta la Guerra Civil, se caracterizó por: la explosión fallera; las transformaciones organizativas y la expansión de las fallas; el nacimiento de la semana fallera; las innovaciones técnicas y el triunfo del *kitsch* fallero; la jerarquización de los monumentos, secciones y categorías y el repertorio temático con la defensa del antimodernismo y del grotesco y la apología valencianista.

A partir de 1900 y hasta 1927, el ámbito de alcance de las fallas era esencialmente regional. Pero, en este periodo, ocurren dos hechos importantes en el devenir de la fiesta. El 27 de enero de 1926, ante una política municipal ambigua, reactiva y de escaso apoyo a las fallas (premios poco cuantiosos y retorno del cobro de arbitrios por derivaciones de luz para iluminación de las calles), se reúnen las principales entidades socio-culturales y algunas entidades económicas en la asamblea pro-fiestas de San José, para crear un movimiento de apoyo a las fallas y fomentar su capacidad de atracción turística. Como una respuesta a las peticiones de la asamblea, el Ayuntamiento elevó la cuantía de los premios y convocó el primer Concurso Literario Fallero (Ariño, 1990). Por otro lado, en 1927, la Sociedad Valenciana de Fomento del Turismo, nacida al calor de la Exposición Regional del año 1909 (Brines, 2012), y su órgano de expresión, la revista *Valencia Atracción*, organizaban con notable éxito el primer tren fallero procedente de Madrid. En los años posteriores, Valencia se vio invadida por miles de visitantes forasteros. Las fallas se habían convertido en un importante foco de atracción turística, además de la fiesta mayor de la ciudad; ambas eran las consecuencias de un mismo fenómeno. Los falleros no perdían oportunidad para ampliar el periodo festivo cada vez que el día 20 cayese en domingo, y quemarlas un día más tarde, como así ocurrió en 1921 y 1927.

El ascenso de las fallas a la categoría de fiesta mayor conllevó la creación de una organización centralizada y de roles de proyección simbólica. Así, el once de febrero de 1927, reunidos los presidentes de las 49 comisiones en el Café Valenciano para intercambiar opiniones sobre algunos problemas, acordaron la creación de un Comité Central, cuya función principal era la coordinación de las comisiones y la realización de gestiones para obtener apoyos y ayudas económicas para la fiesta. Ese año, la organización fue todo un éxito, pero los años posteriores, el funcionamiento del comité no debió ser muy eficaz, pues desde las páginas de la revista *Valencia Atracción*, en 1930, su primer director, Royo i Ample, instaba a una refundación del mismo, subrayando los objetivos que debía perseguir: defensa de los intereses de la clase, aumento de los días del festejo sin gravar a las comisiones y obtención de fondos para sufragar los gastos que origine ese aumento de días. Tras varias reuniones de presidentes convocadas por la comisión de la plaza del Molino-Na Robella, se acordó no solo potenciar la existencia del citado comité, sino que se creó también la Asociación General Fallera Valenciana (Ariño, 1990). Estaba naciendo el colectivo fallero como tal

y con el control de un órgano rector, el Comité Central Fallero, que con el tiempo se transformaría en Junta Central Fallera.

Los actos generales serían organizados y estimulados en adelante por el citado organismo en colaboración con el Ayuntamiento. Fruto de la acción del Comité, sería la organización del *Festival de banderas*, el 27 de Julio de 1930, cuyo objeto era recaudar fondos para la asociación fallera. En puntos estratégicos de la ciudad, se ubicaron diversos puestos en los que varias señoritas colocaban a los caballeros unas diminutas banderas españolas y valencianas, solicitando al mismo tiempo, un donativo para la asociación (Ariño, 1990), estábamos asistiendo posiblemente a los orígenes de lo que en la era contemporánea se conoce como la *replegà* de las comisiones.

Poco después organizaron dos verbenas veraniegas en los Jardines del Real, en las que fueron elegidas once bellezas falleras y la Reina de las Fallas para 1931, honor que cayó en la señorita Ángeles Algarra. Con ello, el comité creaba una figura o cargo honorífico que debía actuar como proyección simbólica de la asociación y de la fiesta. La belleza fallera era el antecedente inmediato de la Fallera Mayor, si bien en aquel momento aún no existía una formalización de los roles y, menos aún, de los trajes (Ariño, 1990).

Entre 1921 y 1936, se plantaron en la ciudad, al menos 1093 fallas. A éstas hay que sumar el fenómeno nuevo, y de crecimiento espectacular, de las fallas infantiles. Pero, además, las fallas desbordaron las fronteras de la ciudad implantándose en numerosos pueblos valencianos e, incluso en otras ciudades y capitales en las que residía un contingente importante de valencianos emigrantes organizados en casas regionales, como en Madrid, Barcelona, París, Melilla, México o Buenos Aires (Ariño, 1992).

Para conseguir todos estos efectos expansivos de las fallas, era imprescindible ampliar la oferta de festejos, convirtiendo la fiesta en el eje de una semana de actos, idea impulsada desde el principio por la Sociedad Valenciana de Fomento del Turismo, que veía como el fenómeno turístico podía convertir a las fallas en la fiesta más importante de la ciudad. En 1928, el Ayuntamiento pide ya a los falleros que avancen la *plantà* a la noche del 16. La burguesía dio su apoyo al proyecto con aportaciones económicas y, desde el Ateneo Mercantil, en el que se estaba gestando el futuro Comité Central Fallero, se repartieron 1500 pesetas entre las diversas comisiones para consolidar un tercer día de fiesta. En 1931, este comité organizó ya una semana fallera con un programa oficial con la ayuda del Ayuntamiento y la Diputación. Pero fue, en 1932 cuando el Ayuntamiento, con la ayuda de la Asociación General Fallera Valenciana,

asumió finalmente la creación de una semana fallera que comenzaba el 12 de marzo, con la noche del 16 como *Nit de la Plantà* (Ariño, 1996).

La lógica de la distribución de los actos, por su parte, trató de desarrollar la idea de un ritmo ascendente y de una progresión ritual perfectamente estructurada, dotando al tiempo festivo de una obertura, de una progresión o nudo y de un desenlace. El orden ritual precedente (*plantà*, visita, *cremà*), se podía aprovechar como secuencia axial de la nueva distribución del tiempo, pero imponiendo un límite de carácter técnico a su propia alteración. La *plantà* no podía ser el punto inicial de una semana fallera, puesto que, si se inauguraban las fiestas el día 11 o 12 de marzo, con la erección pública de los catafalcos, era difícil que los *ninots* pudieran resistir íntegros hasta el día 19. Las fallas no podían exponerse antes del amanecer del día 17. Este condicionante fue fundamental. Así, desde el día 11 al 16, se desplegaron festejos de apertura, *cridaes*, pasacalles, colocación de banderas, reparto de *llibrets* y bizcochos, ornamentación de calles e iluminación, exposiciones, tracas y bailes que preparaban el ambiente de la festividad. Y desde el día 17 al 19, se concentraban no sólo los actos de la secuencia fallera tradicional, sino todos aquellos que contribuían a afirmar su entidad y significación y a concitar la máxima presencia posible de forasteros en la ciudad: corridas de toros, partidos de fútbol, cabalgatas y desfiles, bienvenidas, recepciones y homenajes. Himnos y banderas vibraron y ondearon las calles como nunca antes lo habían hecho. Los falleros reverenciaban ante todo a sus *ninots* y la fiesta era interpretada cada vez más como un retorno de la fiesta equinoccial del fuego y un saludo a la primavera. Pero, por encima de *ninots* y equinoccios sobresalía y brillaba la celebración de la identidad colectiva. La proliferación de himnos y enseñas convirtieron a las fallas en la celebración máxima del ser valenciano, una fiesta autorreferente.



Figura 13: Cartel de Fallas de 1930 (Fte. <http://publicacionesbayarri.blogspot.com.es/>)

La intervención de los artistas comportó la sustitución de los bastidores por artísticos pedestales y la confección más acabada de los *ninots*. Su vestuario ya no se componía de ropas viejas, sino de trajes confeccionados ex profeso y la cera era pintada con sumo cuidado buscando la veracidad de la expresión. Pero al adelantar un día más la *plantà*, se presentaba un serio problema, el sol derretía la cera y desdibujaba la pintura; el viento y la lluvia -frecuentes en marzo- afectaban profundamente al estado de las estructuras efímeras de todo el conjunto. En este momento, comenzó a generalizarse la construcción de la falla mediante la técnica del cartón modelado, técnica desarrollada por generaciones posteriores de artistas tras obtener el negativo en escayola de una efígie de barro, se colocaban en él láminas de cartón mojado, empapado en engrudo, prensándolas bien para que se ajustaran al molde. Tras el secado y la pintura, se obtenía el *ninot*. Esto se utilizó no sólo para dar cuerpo a los personajes, sino para la confección de remates, frisos, fondos y de todo el catafalco (Ariño, 1990).

Como se ha comentado anteriormente, la propuesta artística de las fallas, durante este periodo, y que debía ser mirada con agrado por amplios sectores de la sociedad valenciana y del mundo fallero, se caracterizaba por un énfasis creciente en valores formales como la monumentalidad, la proporcionalidad y la simetría y la complicación técnica. Así, la sátira, muy presente hasta el momento, resultaba neutralizada por el culto a los valores de la distinción y el buen gusto burgués y estaba constreñida por los condicionamientos estéticos que se consideraban ineludibles. Este modelo, configurado por la superposición de tres elementos básicos (base o repié, cuerpo central-remate y escenas) imponía al artista, al menos, dos limitaciones básicas: la necesidad de una figura central que actúe como eje vertebrador y resulte impactante y persuasiva para la atención del espectador y, en segundo lugar, la necesidad de descomponerla idea central en escenas laterales con figuras que dieran la vuelta completa al eje. La conexión del eje central con las escenas y la integridad temática de toda la falla no siempre es el resultado de un desarrollo lógico, sino que, a menudo, consiste en una mera yuxtaposición y acumulación de asuntos diversos para rellenar el catafalco. Este retorcimiento argumental, dio lugar a la creación de estereotipos muy socorridos que se repetían incesantemente: los siete pecados capitales, las cuatro estaciones, el *refraner valencià*, etc. Esto, unido a la necesidad de provocar asombro mediante la vistosidad, el colorido, el fasto y la policromía, derivaría en el cultivo de cierto barroquismo, que se convertiría con el tiempo en el estilo fallero paradigmático (Ariño, 1992). Aunque en algunos monumentos pueden detectarse notas modernistas (art decó, cubismo, etc.), se

puede decir, en resumen, que las fallas estaban siguiendo el camino del *kitsch* (estética pretenciosa, pasada de moda y considerada de mal gusto según el DRAE), cuyos principios fundamentales, son los siguientes según Molés, tal y como citaba Ariño (1992): el principio de inadecuación o distorsión; el principio de acumulación o abarrotamiento; el principio de percepción sinestésica o asalto a la totalidad de los canales sensoriales; el principio de mediocridad (arte de masas) y el principio de confort o de aceptación fundamental.



Figura 14: 1931. “*La Tortà del Dimoni Desfissió*”.
Falla Conde Salvatierra (Fte: Archivo personal)

En otro contexto, durante esta época pueden distinguirse varios tipos de comisiones, en función de la categoría social de los miembros que la componen. La mayoría de ellas era de talante popular, pero las hubo también en barrios céntricos y formadas por clase media y burguesía. De acuerdo a sus posibilidades, éstas últimas podían contratar a los mejores artistas y obtener los mejores premios. Para compensar este efecto de desequilibrio económico, paliar el desánimo de las comisiones más modestas y dada la diversidad de los costes de las diferentes fallas, se optó por establecer una jerarquización que permitiera discriminar las calidades en función del dinero invertido y de las posibilidades de cada comisión. Así, el Ayuntamiento, en 1933, estableció por primera vez dos categorías en función del gasto que había comportado su confección: las fallas de la sección primera, que habían costado más de 3000 pesetas y las fallas de la sección segunda, que habían contado con un presupuesto inferior. Esta diversificación

y jerarquización interna estaba en relación directa con la diversificación sociológica de las comisiones y con el distinto modo de producción del monumento que adoptaban los falleros en función de sus recursos.

En las fallas más pudientes, la intervención de los artistas estaba plenamente consolidada y jugaba un papel cada vez más decisivo. Sin embargo, su aportación era minúscula en las fallas populares, ideadas y construidas por la propia comisión, aunque éstas representaban un porcentaje ínfimo y se encontraban en clara regresión frente a las fallas hechas por concurso o por encargo. En un artículo del diario *Pueblo*, en 1935, V. Llopis Piquer establecía una distinción en la tipología de las comisiones: fallas populares, fallas de clase media y falla prócer.

Las fallas populares se encuentran ubicadas en barriadas humildes. Todos cooperan en la idea y en la consecución de los accesorios para la construcción-vestuario, maderas, paja, etc. Solo las cabezas y manos de los personajes que son compradas a un artista.

Las fallas de clase media no tienen descrita su ubicación urbana por parte del autor. Sus miembros pertenecen a esa categoría social. Sólo intervienen en las decisiones el presidente, el secretario y algún vocal. Este tipo de comisión obtiene el boceto de su falla mediante convocatoria en la prensa.

La falla prócer se trata de una comisión situada en una calle céntrica, con un vecindario espléndido. Organizan todo mediante una gestión meticulosa y ejemplar.

Esta práctica de contratación de un artista, consagró ante la opinión pública numerosos nombres ilustres como constructores de fallas (Carlos Cortina, Carmelo Roda, Vicente Benedito, Regino Mas, etc.). En noviembre de 1932, por iniciativa de algunos de ellos, se creó la Asociación de Artistas Falleros, con el objeto de formar un bloque para la defensa mutua de toda clase de intereses (Ariño, 1992). Eran los albores de lo que sería después el Gremio de Artistas Falleros.

El artista fallero tenía ahora una función determinante. Si en el XIX y primera década del XX, la falla se puede considerar en líneas generales como una manifestación y expresión del descontento social y una protesta simbólica del pueblo, en los años veinte, la falla se ha convertido, sobre todo, en una manifestación y expresión de las cualidades del artista (Ariño, 1992).

Durante este periodo, también habrá unos cambios significativos en la temática, que se exponen a continuación. Si comparamos la composición del repertorio temático del periodo 1901-1920 a la del 1921-1936, se observa un cambio sustancial, que podemos resumir en tres vertientes (Ariño, 1992): el descenso de la crítica política y social; el

incremento de la crítica cultural y el incremento de las fallas apologéticas y humorísticas.

Cuadro 4:
Repertorio temático desde 1901 - 1936

Temática	Periodo (1901-1920)		Periodo (1921-1936)	
	Nº	%	Nº	%
Crítica política	182	40,6	299	27,3
Crítica social	91	20,3	86	7,8
Crítica cultural	47	10,4	296	27,0
Crítica moral	35	7,8	24	2,1
Crítica festiva	-	-	16	1,4
Humorísticas	11	2,4	80	7,3
Apologéticas	63	14,0	169	15,4
Sin datos suficientes	19	4,2	123	11,2
TOTAL	448	100,0	1093	100,0

Fte: Elaboración propia con los datos de ARIÑO, A (1992). *La ciudad ritual. La Fiesta de las Fallas*, Barcelona, Anthropos, pp. 129 y 173.

El motivo del descenso de la crítica política y social (del 61% al 35%) se debe buscar en la represión de la dictadura de Primo de Rivera, pero también en la evolución de la sensibilidad fallera, aunque éste cambio no afectó a la política de carácter local, que comparativamente incrementó su presencia.

El incremento de la crítica cultural está basado sobre todo en la sátira contra la modernidad (del 10% al 27%). Son años de innovaciones como el automóvil, el cine, la radio. Existe cultura de masas y se produce la homogeneización cultural, especialmente en la moda. La actitud de los falleros ante estas transformaciones, se resume en dos tendencias: por un lado, una actitud reticente a los cambios y las innovaciones de tipo cultural (emancipación femenina, nuevos deportes como el boxeo, el fútbol, etc.), y por otro, se trataba de conciliar tradición y progreso, *antigor i modernisme*, en lo concerniente a vertientes urbanísticas y los cambios tecnológicos. La introducción de una nueva cultura trastocaba estilos de vida, hábitos y sistemas de valores profundamente arraigados en una sociedad que mantenía aún fuertes lazos con un mundo rural inmediato y del que provenía un contingente importante de la población.

El incremento de las fallas apologéticas y humorísticas (del 16% al 23%) se debe a la crítica de la modernidad comentada que derivó hacia una apología del costumbrismo y de las tradiciones localistas. Los falleros cantaban a la barraca y la vida tranquila y laboriosa. Por ejemplo, *L'horta valenciana*, o *No deixes senda vella per novella*, eran,

por ejemplo, algunos de los lemas de las fallas de la época. También cabe destacar que el carácter valenciano, se identifica habitualmente con el humor picante y escabroso. La obscenidad sería una dimensión permanente de su cultura (hay ejemplos notables en los *llibrets* de Bernat i Baldoví o Blai Bellver). Y si bien hasta 1900, las fallas humorísticas consistían fundamentalmente en la reproducción de escenas cómicas de zarzuelas o comedias, ahora, se pueden diferenciar dos subcategorías que comienzan a tener importancia desde la segunda década del siglo XX: la falla picaresca y la falla erótica picante o *brófec*. Especialmente la segunda, fue la más importante. Esta se construía fundamentalmente mediante el uso indiscriminado de la metáfora sexual, siendo las más aludidas la pesca y los frutos de la huerta.

3.1.8 Las fallas del franquismo (1939-1975).

La posguerra, con sus secuelas de tensiones y cambios radicales, generó un nuevo calendario oficial, caracterizado por el retorno al tradicionalismo religioso y a la exaltación de los mitos y las efemérides esenciales del nuevo régimen. La totalización festiva consistió en el intento por cada uno de los bandos de la lucha (republicanos y franquistas), en poner el mundo de la fiesta a su servicio y adaptarla a sus objetivos políticos y presupuestos ideológicos. La victoria franquista no hizo nada más que consolidar e institucionalizar la totalización festiva en el calendario oficial: supresión de fiestas consideradas subversivas o republicanas (carnavales, uno de mayo, etc.), establecimiento de fiestas apologéticas del nuevo régimen (día del Caudillo, el 18 de julio, el dos de mayo, etc.) y restauración de fiestas religiosas tradicionales (Corpus, Todos los Santos, Virgen de los Desamparados, Semana Santa, etc.) (Hernández, 1996b).

Pero, recordemos cuales son las características determinantes de este periodo en la fiesta de las fallas.

Tras la contienda, el nuevo régimen, en su intento de demostrar una rápida y general normalización de la vida ciudadana, manifestó su deseo de que hubiera fallas en 1940 y, el 6 de noviembre de 1939 quedó fundada la Junta Central Fallera (J.C.F.). Durante este periodo, podemos encontrar, asimismo, dos etapas claramente diferenciadas (Hernández, 1990): Las fallas de la posguerra (1939 a 1959) y las fallas del desarrollo (1959-1975), que a su vez, estarán conformadas también, por otros periodos que marcaran el futuro de la fiesta, como son: la etapa de la reconstrucción fallera (1939-

1944); la etapa de la consolidación de las nuevas fallas (1944-1952); la etapa de la estabilización (1953-1959) y la etapa de la expansión fallera (1959-1975).

La reconstrucción fallera se intensificó mucho más de lo oficialmente previsto. De 35 fallas plantadas en 1940 se pasó a 118 en 1944. Las fallas crecían a velocidad de vértigo y esto hizo pensar en la creación de órganos de control de la fiesta; así, se refuerza institucionalmente la JCF, aumentando su número de componentes (hasta casi el triple) y da un giro significativo en su estructura, quedando totalmente municipalizada al nombrar en 1944 como presidente nato de la citada institución al concejal de Ferias y Fiestas del Ayuntamiento de Valencia. En el mismo año, además, se aprueba el primer Reglamento Fallero, reaparece la censura y comienzan a celebrarse congresos a partir del primero, en 1952, en los que se ampliarán y revisarán las reglamentaciones elaboradas en congresos anteriores. Otro acontecimiento importante desarrollado durante esta época es el establecimiento de instalaciones y demarcaciones falleras, por barrios o distritos, con la implantación de casales estables, constituyendo espacios de sociabilidad y locales de gestión administrativa y de recreo festivo para los falleros. Las comisiones comienzan a reunirse en agrupaciones y las fallas infantiles fueron integradas con las adultas, así como también comienzan a consolidarse las Juntas Locales de diversas comarcas.

En cuanto a la secuencia ritual, en 1941 se recupera la *Nit del Foc* y se instituye la Fiesta de la Clavariesa, precedente de la ofrenda floral a la Virgen de los Desamparados, creada a partir de 1945. En 1942 se crea la Sección Especial y también comienza a plantarse la falla oficial en la plaza del Ayuntamiento (por entonces plaza del Caudillo).

En términos generales, durante el inicio del franquismo, el repertorio temático se inclina claramente sobre la crítica socio-económica, la política institucional, la moral y la cultura, en detrimento de la apología. A principio de los años cuarenta, predomina la crítica de las necesidades materiales que se padecían tras la contienda. Después, en las siguientes décadas, con la mejora de las condiciones socio-económicas, se reduce esta crítica.

En este aspecto económico, la etapa de reconstrucción trajo años muy difíciles para las fallas y para Junta Central Fallera. En la década de los cuarenta, se superaron los tiempos más duros gracias a la tolerancia oficial sobre rifas y loterías falleras. Además, comenzó a difundirse el mito de que la actividad económica generada por las fallas representaba un aspecto muy importante de la economía valenciana.

Por último, en esta etapa franquista, comentar la instrumentalización socio-política. a principios de los años cuarenta; la totalización festiva se vertebró a través de la Junta Central Fallera, de las opiniones de la prensa y del Reglamento de 1944, en un discurso oficial que encaminaba a las fallas al sometimiento de las consignas del régimen. Discurso que tuvo su apoyo, además, en la convocatoria del I Congreso General Fallero de 1952.

En la etapa de la consolidación, es muy importante la censura. Desde 1944, la Junta Central Fallera ya se instaura como aparato censor y de vigilancia, represor y moderador de las comisiones. Los contenidos más perseguidos por la censura durante el franquismo eran: la ambigüedad (44,6%), la temática erótico-sexual (39,9%), la política (9,8%), la socio-económica (6,8%), la escatológica (6%) y la religiosa (1,6%).

En el aspecto de la secuencia ritual, en 1945, además de crearse la citada Ofrenda a la Virgen, se crean las recompensas falleras (*Bunyol d'Or i d'Argent*).



Figura 15: Ofrenda Fte: Archivo personal

Se presentan novedades importantes, sobre todo a partir de 1944, con la reestructuración de la semana fallera y el intento de reconducción oficialista hacia parámetros correctos de la *Cabalgata del Ninot*, considerada demasiado similar al desaparecido carnaval, y estuvo próxima a ser eliminada por subversiva, aunque al final, acabo siendo controlada en estos años cuarenta.

De la semana fallera, cabe destacar la consolidación de la elección del *Ninot Indultat*, que adquirió consistencia debido a la reiterada consideración de la falla de aquellos años como manifestación artística y apologética de la tierra valenciana. Aunque lo más importante, es la modulación de la misma por parte de la oficialidad, experimentando

con los actos, de manera que la secuencia ritual ya no se entendía de forma independiente al poder político, sobre todo, en unos años en los que determinados actos, encubrían claras manifestaciones político-ideológicas. Como la *Crida* (anteriormente *Pregó*), a partir de 1951, o la presentación de las Falleras Mayores de Valencia. Por otro lado, merece especial atención la creación de la Ofrenda de Flores a la Virgen de los Desamparados en 1945, que significó en la práctica, la consagración del desplazamiento de la veneración josefina de las fallas hacia las de signo Mariano. Aunque lo importante de la ofrenda, fue su lectura política (muestra del triunfo de las nuevas fallas del régimen), la interpretación turística de la misma y la necesidad de crear un acto festivo de masas en el cual, lo estrictamente religioso quedaba en un segundo plano (Hernández, 1996b).

En relación con el aspecto socio-económico, entre 1945 y 1952, la composición de las comisiones continuaba integrada básicamente por miembros cuya procedencia (Hernández, 1996b), era: clases bajas (21.5%) que son comisiones instaladas en barrios humildes sobre el total de barrios de la ciudad; clases medias-bajas (56.9%) y clases altas (21.5%).

En la etapa de la estabilización, respecto a la secuencia ritual, en 1954, se producen algunos cambios importantes para la historia de la fiesta: se trasladó la *Crida* a las Torres de Serranos, donde tres años después, se inauguró la costumbre de entregarle a la Fallera Mayor, las llaves de la ciudad; se inventó el traje de fallero o labrador de gala, estrenado como tal por todos los miembros de JCF para ir a la ofrenda. Tal medida, desligada de toda fidelidad histórica a la indumentaria valenciana, intensificó el proceso de uniformización del fallero masculino asociado a su deseo de diferenciarse como colectivo.



Figura 16: Crida. Fte: Archivo personal

Durante la década de los 50, se consolidaron la ofrenda a la Virgen de los Desamparados y *Crida* como actos masivos de promoción exterior de las fallas. La semana fallera se comenzó a perfilar como un periodo de atracción turística y de explosión lúdica de la ciudad, sintetizado en el cultivo del valencianismo temperamental y en la celebración autorreferente y apologética. Todo ello, acompañado de una progresiva identificación de todo lo fallero como máxima manifestación de valencianía y expresado con una completa uniformización indumentaria dirigida a remarcar la ruptura de lo cotidiano y el valor de la uniformidad al servicio de una imagen de la fiesta domesticada y controlada por el poder (Hernández, 1996b).

La censura seguía con su intensa actividad. Un ejemplo contundente es que en el año 1957 fueron censuradas el 93,7% de las fallas.

En el aspecto socio-económico, los años cincuenta significaron la consolidación de una situación económica más o menos estable para el desarrollo de la fiesta. Se puede afirmar que sobre 1950, el perfil medio aproximado del fallero directivo correspondía a un hombre de edad media, valenciano-con preferencia de la capital- adscrito a los sectores medio-bajos y con una actividad profesional perteneciente al sector terciario - preferentemente- o secundario. Se producía también un fuerte enraizamiento de las comisiones en el terreno urbano a través de su vertebración en diferentes secciones (masculina, femenina, infantil, etc.) y la consagración de unos símbolos de identidad propia (estandartes, escudos, insignias, etc.).

El carisma de instrumentalización socio-política de las fallas, también seguía latente. Durante la etapa de estabilización, se consolidaron las características de la ortodoxia fallera, protegida por reglamentos, órdenes y circulares, por la prensa oficial y por las mismas actuaciones de las comisiones, guiadas por la Junta Central Fallera y por el deseo de asumir un supra clasismo armónico (“*germanor*”, “familia fallera”, etc.), contrapuesto a una realidad clasista que definía los papeles de las diversas clases sociales participantes en la fiesta.

Y llegamos a los años de expansión fallera, la secuencia ritual se renovó profundamente con la introducción de actos y festejos destinados a hacer fortuna, como la Olimpiada del Humor, en el año 1966 o la Cabalgata del Reino en 1967. En ese mismo año, la ofrenda a la Virgen se hizo más gigantesca y hubo que desdoblarla en dos jornadas. También, en 1967, se adelantó un día la *plantà* de las fallas. Y cabe destacar,

por último, en este periodo, que en 1961 llegó el primer barco fallero, dentro la política de promoción exterior de la fiesta que ya se había comenzado.

Un hecho notable respecto a la censura, es que alcanzó una tendencia decreciente ya que, entre los años 1960 y 1971 la media de las fallas censuradas por año no pasó del 20% (Hernández, 1996b). El fenómeno de la censura, enlaza directamente con el problema de lo que se conoce como ortodoxia fallera, entendida como un conjunto de ideas, ritos, mitos, símbolos e imágenes sacralizadas por la acción fundamental de las instancias oficiales. El cambio de tendencia en la agresividad de la censura, a partir de 1966, se produjo, con toda probabilidad a consecuencia indirectamente de la entrada en vigor de la Ley de Prensa de aquel año y también, a causa de una mayor tolerancia en la expresión, de la presión de los cambios estructurales de la sociedad y de una nueva mentalidad (Hernández, 1996b).

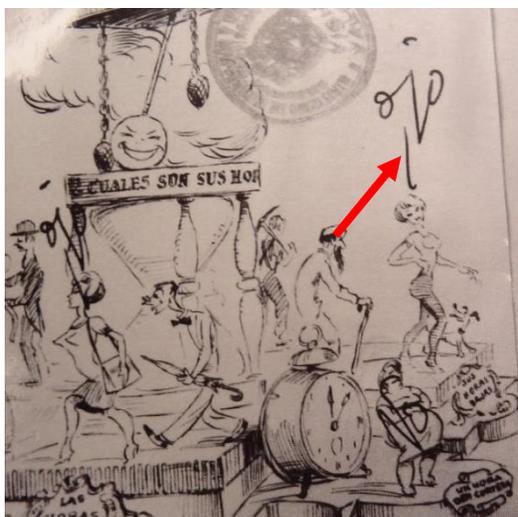


Figura 17: Boceto censurado Falla Juan de Mena i E. Orellana 1964.
Fte: Archivo personal

En el repertorio temático, a partir de 1959, la crítica cultural aumentó notablemente, sobre todo, la crítica a la modernidad, mientras que la político-institucional y la moral, minoritarias al estar marcadas todavía por la censura, no iban más allá de temas demasiado ambiguos o demasiado próximos al pensamiento oficial, como la crítica municipal tolerada o la internacional asumida por el régimen. A nivel apologético, la temática quedó reducida a la exaltación valenciana y festiva, mientras aumentaban las fallas pluritemáticas o ambiguas, escasas de contenidos y ceñidas a superficialidades supeditadas a la reiteración formal. De hecho, a partir de los sesenta, y sobre todo, con la inauguración de la Ciudad del Artista Fallero en 1968, se multiplicaron los “refritos”

o *ninots* sacados de un mismo molde. De esta manera, muchos remates y figuras se repetían cada año en múltiples fallas, con tal de abaratar el precio. Así, la industrialización de la construcción de fallas llevó necesariamente a la indefinición, la reiteración y la pobreza de argumentos.

En definitiva, del análisis de los contenidos de las fallas expuestas durante el franquismo, se puede extraer una cierta visión del mundo por parte de los falleros, caracterizada por diversas ideas-fuerza: antimodernismo, crítica de la mujer, puritanismo, crítica del matrimonio, gusto por el brófec y los temas sexuales.



Figura 18: Falla apologética. Falla Na Jordana 1975:
Naufraguen les tradicions. Fte: Archivo personal.

En el aspecto socio-económico, los sesenta fueron unos años de bonanza económica y eso permitió el desarrollo de la fiesta y de las comisiones con la implantación de pabellones en la Feria de Julio, estirar el programa de festejos, colocar iluminaciones extraordinarias e invertir, cada vez más, en el catafalco, en pirotecnia y en bandas de música.

A principios de los setenta, el número de afiliados a las comisiones falleras había aumentado como nunca, pasando, por ejemplo, de 6300 falleros censados en 1952, a 25000 a la altura de 1974. En el aspecto social, las clases poderosas, van retirándose y concentrándose en unas pocas y selectas comisiones elitistas, dejando el campo libre a las clases bajas y media-bajas, dentro de las cuales, un número creciente de inmigrantes utilizaba las comisiones como medio de rápida integración en los barrios y en la vida valenciana. En el aspecto social, no hubo grandes cambios en la composición de las

comisiones, salvo el comentado descenso de la presencia de las clases altas (6.1%), frente al predominio total de las medias (33.6 %) y bajas (60.10 %).

En los sesenta, comenzaron a surgir reflexiones muy serias, especialmente del nacionalismo valencianista militante, sobre la monopolización oficialista de las fallas y su estructura autoritaria a través de Junta Central Fallera, donde comenzaron a cuestionarse muchos tópicos y aspectos considerados ortodoxos y totémicos, y que por la misma razón movilizaron una reacción seguida por no pocos falleros de base contra los transgresores de lo sagrado convertido en tabú. En este sentido cabe interpretar la quema de la efigie de Joan Fuster, el rechazo de la revista *Fonorama* o los episodios de la represión de la comisión fallera Corretgería-Bany dels Pavesos en el *Concurs de Teatre* de 1974.

De alguna manera podemos decir que la instrumentalización política que giró al servicio del “franquismo duro” primero, posteriormente al del nacional-catolicismo, y después al de la promoción turística y la legitimación del orden establecido, acabó plasmado en un peculiar valencianismo fallero, particular evolución del valencianismo temperamental, articulado por la emoción y el rechazo y reforzado por la gran expansión y la significación simbólica asumidas por las fallas.

En este sentido, se puede hablar incluso de una especie de *kitsch*, según la definición de Molés y que se recoge en Ariño (1992), ya explicada anteriormente, aplicable a la vertiente ideológico-política fallera, a través de la concepción de Milan Kundera, según la cual el *kitsch* elimina desde su punto de vista, todo aquello que en la existencia humana es esencialmente inaceptable. El *kitsch* totalitario despierta la emotividad, es compartido por una gran cantidad de gente y aparta todo lo que es perturbador. Por tanto, desde este punto de vista, se puede interpretar no solo el valencianismo fallero y temperamental que queda conformado dentro de la ortodoxia fallera durante el franquismo, sino también la visión del mundo propia de los falleros, como un inmenso *kitsch* ideológico-mental impuesto por el totalitarismo del franquismo.

En conclusión, vista la instrumentalización ideológica y política de la fiesta fallera, se puede sugerir que las fallas de 1975, en su estructura básica se habían transformado en un invento o reinención global de los años de la dictadura. Es decir, aparecen como una gran tradición o diversidad de neotradiciones arraigadas en una exitosa fiesta previa, transformada finalmente en otra renovada bajo el prisma de los condicionantes socio-políticos del régimen franquista.

3.1.9 Las fallas de la transición.

Tras finalizar la dictadura franquista, en la ciudad de Valencia se vive una auténtica batalla civil entre los sectores favorables a los cambios y los que se oponían a cualquier transformación. Eso significó, asimismo, la convivencia de diferentes corrientes franquistas: los sectores inmovilistas (*Intransició*), contrarios a cualquier cambio y los favorables a una transformación progresiva. Esta realidad se vivió claramente en la fiesta de las fallas. El mundo fallero, había quedado configurado por el franquismo a imagen suya. La relación de la clase dominante con los sectores sociales de la fiesta dio como resultado el mantenimiento de la ortodoxia fallera creada durante el anterior régimen y una actitud de intransigencia contra los que no la respetaban (Mesa, 1996).

Durante la transición, la fiesta siguió expandiéndose, de hecho, el número de fallas en la ciudad pasó de 274 en 1976 a 362 en 1990, y también creció en el resto de localidades falleras. En este contexto de crecimiento, los actos oficiales falleros se convirtieron en grandes concentraciones de gente, especialmente la Ofrenda a la Virgen y el Reparto de Premios, que superaban todas las expectativas y que, por tanto, cabía reestructurar. Pero el aspecto más destacable de todo el periodo es la división en dos etapas bien diferenciadas: una de continuidad (1975-1979) y otra de renovación (1979-1986), las cuales tuvieron en común la existencia de actitudes conservadoras próximas a una serie de cambios progresivos que frecuentemente producían enfrentamientos con ciertos sectores falleros (Alcañiz, 1990).

Durante la etapa continuista la fiesta seguía presidida por jerarquías franquistas, el Ayuntamiento seguía ejerciendo un monopolio importante sobre las actuaciones de los dirigentes falleros.

La etapa de renovación coincidió con la llegada de la democracia al consistorio, después de las elecciones de 1979. El PSOE-PSPV y PCE-PCPV constituyeron un bloque de progreso con el objetivo central de democratizar las instituciones municipales.

Entre todas estas instituciones, una que presentaba peculiaridades muy específicas era Junta Central Fallera. Se trataba de adaptarla a la nueva situación socio-política, un trabajo ciertamente difícil y laborioso tanto por causa de las persistencias del antiguo régimen como de las actuaciones de algunos sectores falleros. Esto generó una situación compleja, caracterizada por el siguiente escenario: por una parte, el asociacionismo fallero, especialmente tradicionalista, era próximo a ser controlado por los sectores

conservadores que anteriormente habían ocupado el poder, y por otra, por el hecho de que las fuerzas de progreso asociaron las fallas con el reaccionarismo y las abandonaron completamente. Esto reforzaba la resistencia de las fallas a cualquier cambio. Ante esa realidad, es claro que la democratización del movimiento asociativo festero no era fácil de ejecutar desde un nuevo gobierno consistorial de carácter progresista.

A pesar de todo esto, los primeros años democráticos también fueron años de cambios pues el cargo de Fallera Mayor de Valencia comenzó a elegirse democráticamente desde 1980; se intentó consolidar la convocatoria de un concurso municipal de *llibrets*, promovido por la Delegación de Cultura y se intentó dignificar el *Concurs de Teatre Faller* de JCF.



Figura 19.: Fallera Mayor de Valencia 1980.
Carmen Dolz. Fte: Archivo personal.

Pero, entre estos cambios, hubo uno muy destacado que fue la renovación parcial de la jerarquía fallera y la entrada de un nuevo Secretario General de JCF en el año 1979: Pere Maroto. Fue el encargado de introducir los primeros cambios y en consecuencia, vivió con toda intensidad el conflicto que esto generó. En este intento se encontró con dos actitudes que restaban efectividad a su actividad reformadora: la actitud de los sectores progresistas, que no colaboraban en los intentos renovadores de la fiesta, y la actitud de los sectores defensores del inmovilismo, que se oponían por principio a cualquiera de los cambios introducidos por la nueva Secretaría General. Esta conflictividad se mantuvo durante todo el periodo de Pere Maroto.

Así, podemos decir que hasta que no se produjo el cambio de secretario general, no se agotó el periodo de la transición al sí de la fiesta. Y fue la llegada del nuevo

secretario Jose María Rey de Arteaga, con sus principios eclécticos, lo que acabó, poco a poco, con la mayor parte de la conflictividad (Mesa, 1996).

Comenzaron a observarse signos de cambio. La fiesta fallera tuvo un papel destacado en este periodo y participó en el proceso de democratización que se vivía en aquellos momentos. Aparecieron una serie muy limitada de proyectos innovadores paralelos a los procesos de cambio que vivía la sociedad. Estos podemos clasificarlos, según sus características, en tres vías: la iniciadora, la radicalizada y la reformadora.

La vía iniciadora (1973-1975) hacía referencia a todos los proyectos nacidos en el tardofranquismo y que anunciaban los cambios sociales que se producirían más tarde. No llegaron a cuajar por culpa de la fuerte consolidación del modelo imperante, pero serviría de base a las otras dos vías. La protagonista de esta vía fue la comisión Corretgería-Bany dels Pavesos, y su proyecto se fundamentó en la consolidación de un concurso de teatro protagonizado por las fallas y que debía servir para elevar el nivel cultural de la fiesta, en concreto, en una doble vertiente. Por una parte, la revalorización de la cultura valenciana a partir del teatro, vinculando círculos universitarios con las fallas y, por otro lado, conseguir una fiesta cada vez menos elitista y más abierta, es decir, hacer posible el renacimiento de unas fallas populares.

Este proyecto se desintegró en 1975 por la persecución a la que se vio sometida por parte de las élites de la fiesta.

La vía radicalizada (1977-1979) estaba protagonizada por comisiones de nueva creación, con objetivos muy ambiciosos, pero con un soporte social débil. Los dos ejemplos que se citan tuvieron caracteres muy distintos: una se situó en un barrio burgués (comisión King-Kong) y la otra, en un barrio obrero (comisión Camí de Montcada).

La comisión King-Kong está formada por hijos de burgueses, por universitarios procedentes especialmente de comarcas, por intelectuales y por fuerzas progresistas. Los objetivos de este proyecto eran: acabar con el centralismo de Junta Central Fallera; criticar la comercialización de la fiesta; huir de la *coentor* de las fallas; denunciar la distancia entre las comisiones y la realidad social. Se caracterizó por una interpretación alternativa de la fiesta, pero un proyecto que se suspendió por las presiones externas y por la descohesión interna de sus componentes.

La vía reformadora fue el intento de crear proyectos alternativos dentro de la fiesta, planteados, también, por comisiones consolidadas que pensaban que procedía transformar algunos aspectos del mundo festivo. A título de ejemplo, citaremos los

casos de dos comisiones que, cada una a su manera, presentaron proyectos alternativos: una de Sección Especial, Na Jordana, que se decidió a participar en determinadas actividades (*Teatre, llibret, etc.*) desde la innovación y desde la inclusión en sus actividades de determinados sectores del mundo de la cultura; y otra comisión de barrio, Arrancapins, que mostró una manera diferente de concebir la fiesta.

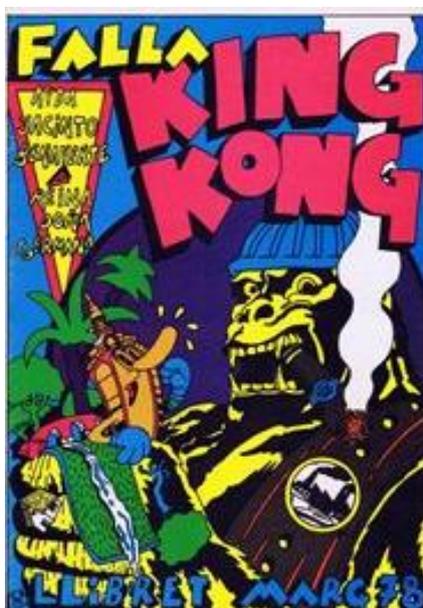


Figura 20: *Llibret de la Falla King-Kong (1978).*
Fte: Archivo personal.

Na Jordana, una de las comisiones motores del proyecto reformista y, sin romper el modelo de la fiesta, supo introducir diversas innovaciones. Su carisma favoreció el protagonismo y la difusión de estas innovaciones. Na Jordana, centró sus esfuerzos en la revalorización de las fallas a partir de la idea de que procedía crear un proyecto cultural coherente y digerible por parte del colectivo fallero. Cabe remarcar que su actividad teatral y cultural se caracterizó siempre por la calidad artística y por su alusión literaria a la realidad valenciana y su problemática desde una óptica conciliadora e integradora.

Arrancapins, cuyos planteamientos son distintos a los de Na Jordana, se podría decir que sus objetivos estarían casi más próximos a la vía radicalizada (fallas populares, preocupación por la realidad social valenciana y actividad reivindicativa con vista a la evolución del *País Valencià*); de hecho, los elementos diferenciadores de esta comisión fueron: la preocupación por los problemas sociales (mesas redondas sobre temas de interés); la potenciación de actividades culturales (exposiciones, concursos, cursos de

formación, etc.) y la recuperación de la indumentaria valenciana y creación de *llibrets* con inquietudes culturales y con una progresiva renovación estética.

En resumen, de las tres vías posibles de introducción de cambios en la fiesta, solo se mantiene una, la reformista. Las otras, una por prematura y la otra, por falta de colaboración social o por excesivo enfrentamiento con autoridades de la fiesta no tuvieron continuidad.

3.1.10 Las fallas de la democracia.

Este periodo se caracteriza desde el principio, por la estabilización y la expansión fallera. Recuperación de la democracia significa por todas partes demanda de fiestas populares, participación general frente al elitismo oficialista. El entusiasmo y optimismo social que genera la tradición democrática se traduce, como hemos visto, en la creación de nuevas comisiones: desde 1985, el número de fallas plantadas ascendió hasta 360 (Alcañiz, 1990) y hoy se pueden contabilizar 385 catafalcos. Un primer impacto del cambio político se detecta en la desaparición de la censura, ya no se retocan símbolos ni se suprimen *ninots*. Algunas comisiones se marcan como objetivo la recuperación de la fiesta popular mediante un retorno a los orígenes, huyendo del colosalismo y el formalismo impuesto desde arriba. También desde algunos sectores, se pide una fiesta más abierta al barrio, una confección de falla más espontánea y mayor libertad para utilizar indumentaria típica valenciana, en vez del traje oficial de fallero. Ejemplos de estas nuevas condiciones sociales y políticas fueron las ya comentadas comisiones de King-Kong, Arrancapins, etc.

La nueva era municipal, trató de manifestarse también en la renovación estética de la confección de los catafalcos. Durante tres años, se plantaron fallas de nuevo cuño y se recurrió a artistas innovadores asesorados por caricaturistas, escritores y diseñadores que conectaran mejor con la actualidad cultural (Alcañiz, 1990).

Debe citarse en este sentido la participación, junto con el artista Manolo Martín, de dibujantes como Sento Llobell, Ortifus, modistos como Francis Montesinos, estilistas como Tono Sanmartín o escritores como Manuel Vicent. Esto significaba un paso fundamental en el desarrollo de las técnicas de confección de las fallas mediante una división del trabajo; el artista fallero se asociaba a la colaboración del mundo de la creatividad intelectual y la construcción de fallas se abría a la complejidad de la sociedad contemporánea. Se estaba gestando la idea de “equipo creativo”, que se

instauraría más tarde como una de las opciones más presentes en la actualidad para la realización de fallas.

Sin embargo, las opiniones que dichas fallas suscitaron fueron discrepantes. Como en otras ocasiones, sensaciones enfrentadas entre renovadores y tradicionalistas. Las elecciones de 1987, retomaron la concepción estereotipada de la falla. Asimismo, el contrapunto a la innovación fue el “refrito”. *Ninots* y escenas fueron repetidos año tras año, demostrando el encarecimiento de los costes de producción y el encorsetamiento del gusto y la estética, además de una falta de originalidad evidente.



Figura 21: Falla Plaça País Valencià (1987). Fte: Archivo personal.

En cuanto a los contenidos y la temática, un repaso a las fallas que se plantaron en este periodo nos muestra que no por todos los sectores fue bien recibida la democracia, especialmente al principio. Algunos monumentos falleros y sus *llibrets*, asociaban pluralismo con desorden y confusión (como el de la Plaza del Dr Collado de 1982), o como el caso de la falla de la Plaza del Ayuntamiento (1977) en el que Vicente Luna planteaba el palacio de las Cortes españolas y el Congreso de los Diputados como una gran “Torre de Babel” fruto de tanto partido y que el artista presenta como una criatura recién nacida. Por otro lado, hubo fallas que identificaron democracia con relajación de costumbres y proliferación de mujeres embarazadas. Libertad era sinónimo de libertinaje.

Desde una perspectiva general, deben subrayarse dos grandes novedades: la proliferación del desnudo, la procacidad, el humor picante y el *brófec* típicos de la

tradición valenciana (consecuencia de la supresión de la censura) y, sobre todo, la generalización de la sátira política, no solo de carácter local, sino también de ámbito nacional (Adolfo Suarez, Felipe Gonzalez, etc.) e internacional (Reagan, Gorbachov, la OTAN, entrada de España en la UE, etc.). También se abordaron con reiteración temas como la inseguridad ciudadana, el paro, la crisis económica y la contaminación.

Pero un apartado que seguía viéndose en abundancia era el culto al carácter de la *millor terreta del món*, el homenaje a las glorias y símbolos valencianos: huerta, señeras, flores, arte, etc. En esta época, un homenaje reconvertido especialmente, ante los conflictos surgidos por las cuestiones autonómicas, en la definición de la identidad valenciana. En el fallero siempre ha estado muy presente la idea de que el valenciano es independiente, insumiso y soberano de sí mismo; idea que quedó muy bien reflejada en la presencia constante de personajes como *El Palleter* coronando los remates de las fallas (Alcañiz, 1990). Sobre esta base, se asentaría un anti-catalanismo que trataba de defender la especificidad e independencia valenciana, en torno a unos símbolos de identidad. Con idénticos planteamientos se trataron temas como el de la lengua y la denominación autonómica. A título de ejemplo, dos acontecimientos que marcaron claramente esta tendencia fueron los siguientes: la II Gala Fallera (1982), que fue un acto con detalles de notable intencionalidad política (Himno Regional, coros y danzas de *Lo Rat Penat*, etc.) centrada en el enaltecimiento de los sentimientos y la personalidad valenciana; y el aplazamiento de la *cremà* (1982), en señal de protesta porque el Congreso de los Diputados no había aprobado la denominación de Reino de Valencia en el artículo 1 de los estatutos de autonomía. Si bien, los comentarios de la prensa discreparon de las comisiones que se sumaron a tal propuesta. Existen estimaciones que suponen que 75 fallas se quemaron a las 3 de la madrugada en señal de protesta.

3.1.11 La actualidad.

En el periodo actual, las fallas siguen como fiesta mayor de la ciudad y, a pesar de los tiempos de crisis de los últimos años, se puede decir que mantiene su integridad y popularidad, pues actualmente están censadas 389 comisiones, con una participación aproximada de 100.000 falleros de forma directa y, posiblemente, tres veces más de forma indirecta.

Se puede decir, asimismo, que los pilares fundamentales de la fiesta actual vienen heredados de la etapa franquista (como se vio anteriormente) y, aunque desde la

democracia se han ido introduciendo algunos cambios paulatinamente y atendiendo a las diferentes alternativas municipales que se han ido sucediendo con los años, mantiene su protagonismo los grandes eventos de masas a nivel colectivo, y algunos actos locales de gran significado identitario para el mundo fallero.

La fiesta sigue estructurada por comisiones, que a su vez se aglutinan en sectores por barriadas o agrupaciones por otros intereses. Además, existe una Interagrupación como colectivo organizado de mayor calibre y también, nos encontramos un amplio elenco de morfologías asociativas de toda índole: federaciones, asociaciones, entidades culturales, hermanamientos, círculos, etc. Todo el colectivo fallero, a su vez, está regido y controlado por Junta Central Fallera, cuyo presidente nato es el concejal de Ferias y Fiestas del ayuntamiento de Valencia, que, bajo un prisma presidencialista, elige a su equipo directivo (presidente, secretario y vicepresidencias según áreas).

Existen dos órganos de gobierno que plantean, valoran, debaten y deciden el devenir de la fiesta con sus decisiones: el Pleno de Junta Central Fallera, constituido por miembros de la citada entidad, entre los que se encuentran los delegados de sector, que representan a sus propios distritos falleros de la ciudad y actúan y deciden según sus intereses. El pleno trata temas de carácter particular y, fundamentalmente colectivo. Sus temas y decisiones, pasaran posteriormente a valorarse en la asamblea de presidentes, a través de la cual y por métodos democráticos, se toman las decisiones definitivas.

Los actos más importantes y relevantes de la fiesta por orden cronológico de ejercicio fallero (a partir de 20 de marzo) y diferenciándolos entre colectivos y los propios de las comisiones, son los que se citan a continuación.

A nivel colectivo destacan las *Preselecciones a Corte de Honor y Fallera Mayor de Valencia (Julio)*, *Elección de Cortes de Honor (Septiembre)* y *Elección y Proclamación de las Falleras Mayores de Valencia (Octubre)*; *Exaltación de las Falleras Mayores de Valencia (Enero)*; *Inauguración de la Exposición del Ninot (Febrero)*; la *Crida*, *Mascletaes*, *Cabalgata del Ninot*, *Replegà del Ninot*, *Ninot Indultat*, *Plantà*, *Replegà de Premis*, *Ofrenda*, *Nit del Foc* y *Cremà* (marzo).

Existen otras actividades con gran participación de comisiones (los concursos), aunque no se pueden etiquetar como “de masas” o colectivas por tener un carácter más selectivo y no llegar a las grandes concentraciones de las citadas anteriormente: Concurso de Play-Backs, Concurso de Belenes, Gala de la Cultura, Concurso de Teatro, Gala Fallera, Campeonato de Deportes de JCF, etc.

A nivel local de las comisiones, destacan la *apuntà* (marzo-abril); la firma de artistas; el nombramiento y proclamación de las falleras mayores, la presentación de bocetos, la exaltación de las falleras mayores, los pasacalles, actos locales de la semana fallera, actos exclusivos de la comisión durante el ejercicio (Ej. *Tirant de lletra* de Na Jordana).



Figura 22: Concurso de Play-backs de Junta Central Fallera. Fte: Archivo personal.



Figura 23: Belén de la Falla Na Jordana 2015. Fte: Archivo personal.



Figura 24: Concurso de Teatro de Junta Central Fallera. Fte: Archivo de JCF



Figura 25: Gala de la Cultura 2015, de Junta Central Fallera. Fte: Archivo de JCF.

La semana grande, que dura a nivel oficial 6 días, desde el 14 al 19, comienza con la *plantà* infantil y acaba con la *cremà* de todas las fallas. Entre todos los actos de la semana, destacar la *plantà*, arranque oficial de los días grandes de la fiesta, se realiza durante la noche, con gran expectación en cada una de las demarcaciones en las que se planta una falla y constituyendo un fenómeno tradicional y cultural de los más importantes, en los que se puede observar a los falleros, colaborando ampliamente en todo tipo de tareas, especialmente las decorativas, con el artista y su equipo, para dejar terminada la falla antes del amanecer. A mediodía, a las 14 horas, se celebra todos los días a nivel colectivo las tradicionales *mascletaes*, que consiguen reunir a miles de personas en la Plaza del Ayuntamiento. Estas se disparan durante todo el mes de marzo,

pero se suelen dejar para los últimos días (del 14 al 19) a las empresas pirotécnicas de mayor renombre o fama internacional. Lo mismo ocurre cada noche con la versión pirotécnica nocturna, de los “castillos” de fuegos artificiales y, especialmente, en la *Nit del Foc*, del día 18 por la noche, tras el segundo día de ofrenda a la Virgen. Otro tema que acapara enormemente la atención de la sociedad valenciana y especialmente del mundo fallero es la lectura de los premios de las fallas. Según la concepción más generalizada en el sector, se trabaja todo un año con la esperanza de culminarlo con un buen premio. No hay que olvidar, también, que el resultado del citado veredicto, condicionará el número de visitantes y turistas que acudan a la falla, especialmente en las secciones de mayor calibre, en donde el premio obtenido es un detonante clave para la mejora de la economía de la comisión. Esta lectura de premios se acompaña, al día siguiente, con la recogida de los mismos y en el que cada comisión recibe, en la Plaza del Ayuntamiento, los *palets* que simbolizan el galardón o galardones conseguidos en reconocimiento a un perfecto trabajo en cualquiera de los ámbitos en los que participe la comisión durante el ejercicio (deporte, belenes, play-backs, etc.); éste es uno de los actos más apreciados por el colectivo fallero, especialmente por las falleras mayores y presidentes de las comisiones, receptores directos de los premios. El acto más popular, masivo y posiblemente participativo, por excelencia, de todas las fallas, es la *Ofrenda Floral a la Virgen de los Desamparados*, evento que muestra una imagen de la ciudad volcada devocionalmente con su patrona y acto que manifiesta, también, una exhibición emocional, floral (algunas canastillas son espectaculares), indumentarística y cromática que no tiene parangón en la ciudad. La semana mágica se resuelve con el ritual de la *cremà* de todas las fallas y que sumergen a la ciudad en un ambiente propio de una localidad referente en el culto al fuego del Mediterráneo.

En la cuestión artística se ha producido una tremenda brecha económico-social, con una estratificación numerosa de categorías y premios de los catafalcos, siendo las fallas de Sección Especial las más populares y más visitadas por la ciudadanía en general. Sigue primando el *kitsch* fallero, aunque los nuevos tiempos y las tecnologías también han aportado recientemente nuevos proyectos y estéticas transgresoras al *kitsch* que, unido a la aparición generacional de artistas emergentes con nuevas ideas y conceptos, sobre todo en el mundo de las fallas infantiles, han dado un nuevo aire a las fallas y a los debates sobre los premios de las mismas.

En cuestión cultural, se ha avanzado notablemente, sobre todo con la instauración general de las “semanas culturales” de las comisiones, en las que se realiza una

propuesta local, en ocasiones tematizada, de todo tipo de actividades en este sentido: exposiciones, mesas redondas, charlas, talleres, proyecciones, etc. Por descontado que siguen teniendo notable interés, los concursos de *llibrets*, tanto los de la Generalitat Valenciana, como los de la asociación de *Lo Rat Penat*, aunque evaluados literariamente con criterios distintos. En el primero intervienen comisiones de toda la geografía comunitaria y se presentan auténticos volúmenes enciclopédicos, mientras que, en el segundo, queda más reducido o ubicado en el *Cap i Casal* y la lectura de premios resulta una auténtica gala similar a las cinematográficas.

En temas sociales, durante el año y fuera del programa oficial de actos del mes de marzo, existen varios acontecimientos que acaparan la atención general del mundo fallero e, incluso, del no fallero, como son la Elección de Cortes de Honor de la Fallera Mayor de Valencia, que consigue congregarse a más de 10.000 personas en el recinto donde se celebra el evento. La elección de la Fallera Mayor de Valencia, la famosa “llamada telefónica” del alcalde o alcaldesa de la ciudad a la niña y señorita elegidas como representantes máximas de la fiesta, la *Proclamación* de ambas, al día siguiente del nombramiento, celebrado con todos los fastos de la realeza en el propio consistorio y la *Exaltación de las Falleras Mayores de Valencia*, también celebrada en recintos de gran acogida, en las que ambas se presentan en sociedad a la ciudad de Valencia. También, en la previa a la fiesta del mes de marzo, un acontecimiento que marca el punto de inflexión a la entrada de lleno en el ambiente festivo de la ciudad, es la *Crida* (antiguo *Pregó*), que se celebra el último fin de semana de febrero y en el que la Fallera Mayor de Valencia, desde las Torres de Serranos, invita a todo el mundo a participar de las fallas, acto en el que se consigue reunir a más de 50.000 personas en un ambiente de jolgorio y fiesta total de la ciudad.

Por último, destacar la mejor y más actual finalización de esta breve historia de las fallas, que llega desde Etiopía y coincide con la finalización de este trabajo: la declaración por parte de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), de la fiesta de las fallas, como *Patrimonio Inmaterial de la Humanidad*, el día 30 de Noviembre de 2016.

Exponemos a continuación, el texto publicado por esta entidad internacional en su web oficial (www.unesco.org), que reproduce los valores considerados para determinar a las fallas con el mencionado galardón.



Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

UNESCO

Construir la paz en la mente de los hombres y de las mujeres

Once nuevas inscripciones en la Lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

30 noviembre 2016

España - La fiesta de las Fallas de Valencia - Celebrada por comunidades de la ciudad y región de Valencia, esta fiesta tradicional anuncia la llegada de la primavera. Se caracteriza por la construcción e instalación de grandes grupos escultóricos de efigies caricaturescas (fallas), creados por artistas y artesanos locales que se inspiran en sucesos de la actualidad política y social. Para simbolizar la purificación y renovación primaverales de la actividad social de las comunidades, las fallas se erigen en las plazas de la ciudad entre el 14 y el 19 de marzo y se les prende fuego este último día, que marca el fin de las festividades. Forman también parte de la fiesta múltiples desfiles callejeros de bandas de música, comidas al aire libre y quemas de castillos de fuegos artificiales. Transmitida en el seno de las familias, la práctica de esta festividad cultural refuerza la cohesión social y propicia la creatividad colectiva de las comunidades.

Figura 26: Reproducción de la declaración de las Fallas como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO (Fte. www.unesco.org)



Figura 27. Cremà. Falla Infantil Plaza Ayuntamiento 2015. Fte: Archivo personal.



Figura 28. Cremà. Falla Plaza Ayuntamiento 2015. Fte: Archivo personal.

3.1.12 Los materiales en la construcción de fallas.

Para entender el proceso evolutivo de las fallas y su historia, es imprescindible mirar hacia el pasado y recordar brevemente, cuáles han sido los materiales más relevantes

utilizados para realizar los primeros *ninots* y cuáles han sido los procesos de transformación tecnológica.

En realidad, el capítulo de materiales se puede dividir en tres etapas: una primera constituida por madera, cera, textiles (ropa y tela de saco), papel y cartón y que abarca desde finales del XIX hasta principios del XX; una segunda etapa con el cartón piedra a partir de los años cincuenta y una tercera etapa constituida fundamentalmente por el corcho blanco o poliestireno expandido, con el que se empiezan a hacer los primeros *ninots* a mediados de los ochenta, quedando básicamente en la actualidad como materiales más utilizados, el cartón piedra (en regresión) y, sobre todo, el corcho blanco o poliestireno.



Figura 29: Cabeza de cera de Julián Puche.
Año 1970. (Fte: Archivo personal)



Figura 30: Manos de cartón piedra. Museo fallero de Xàtiva (Fte: Archivo personal)

Desarrollando un poco más esta idea, a partir de unos primeros *ninots* construidos sobre una escuadra o lámpara de pie, de madera, que se utilizaba para colgar el candil (*parot*), sobre la que se situaba una cabeza (y manos) de cera o una máscara de cartón, se empezaron a aplicar ropas viejas o tela de saco que, en ocasiones se rellenaban con papel o con el mismo cartón, para construir el cuerpo y así, aparecían los primeros *ninots* (Ariño, 1993). Posteriormente, en la década de los años veinte y treinta, con la llegada de las fallas más monumentales, estos materiales se vieron reforzados con la aplicación de tela metálica en los cuerpos centrales o remates, que se fusionaba sobre armaduras de madera que constituían el eje central, dando más cuerpo a la estructura de

la falla. En el interior de la tela metálica, se depositaba papel, cartón o telas encoladas para formar una masa compacta y homogénea para que después se pudiera pintar (quedaría una estructura de dentro hacia fuera formada por pieza central de madera, tela metálica y papel y cartón) .El pionero del papel encolado en fallas fue Modesto Gonzalez, allá por los años treinta.

Después de la Guerra Civil, empieza a utilizarse el cartón piedra, pero todavía no se aplicaba la técnica del “vaciado”, y empiezan a aparecer también las primeras figuras elaboradas con la técnica de la vareta. A partir de los años cincuenta, se modela una figura en barro, se cubre con escayola y se extrae un molde (negativo), sobre el que se depositaba el cartón impregnado en cola, realizando así, un positivado de este material. Se le aplicaban más capas, y el material resultante era más consistente ya que las figuras podían ser todas en una pieza, la reproducción podía ser ya completa. Aquí, lo más importante es que ya entra el concepto de escultura. También con la aparición del cartón piedra y la elaboración de moldes, se entra en el mundo de la reproducción en serie, y se genera un mercado de intercambio de *ninots*, con la consecuente aparición de los “refritos”, mal considerados por el público en general, por su asociación al concepto de copia. Aunque ya se habían elaborado anteriormente algunos *ninots*, “Juan Huerta implantó a partir de 1955, el modelado íntegro de los catafalcos con este nuevo material” (Ariño, 1993, p.233). El primero que se recuerda de forma oficial por su indulto del fuego y exposición en el Museo fallero es el de *Familia de turistas indis*, de Juan Huerta, indultado en 1956.

También, a finales de los años cincuenta, se introduce en los talleres las máquinas aserradoras con lo que aparecen las primeras figuras recubiertas con vareta. Las varetas, como su nombre indica son listones de madera muy estrechos y alargados (la más utilizada suele tener 2.40 m. de larga y 2 cm. de ancha por 3 mm. de grosor). Se comienza a utilizar esta técnica para las piezas centrales más grandes y los remates, un proceso que parte de plantillas conseguidas al seccionar el modelo inicial, y a través de ellas, se crea una carcasa en la que se sitúan estratégicamente unos arcos de madera que hacen de guías (llamados *dogues*) y sobre los que se situaran las varetas, en paralelo y equidistantes gracias a unos elementos de sujeción denominados *costelles*, formando así una estructura reticular similar a la que elaboraban los armadores navales para crear barcos (Catalá, 2011). Una vez finalizada la estructura, podía quedar preparada para recibir el cartón y las posteriores capas de masilla y pintura, o bien, quedar tal cual, exponiéndose libremente con la propia textura y color de la madera. Aunque supuso una

gran revolución al principio, en la actualidad ha sido prácticamente desbancada por el poliestireno expandido.

Otros materiales al que hay que significar y que hicieron su aparición en el segundo tercio del siglo XX, son la fibra de vidrio y la resina de poliéster, que aportaban una serie de ventajas comparadas con los moldes de escayola y, especialmente aportaban durabilidad y resistencia a las condiciones climatológicas adversas, ya que gozan de una rigidez y firmeza que no posee el cartón. Sin embargo, las propiedades de absorción de la humedad, prácticamente nulas en estos nuevos materiales, continuaron situando al cartón como material de referencia, antes de la llegada del corcho blanco (Colomina, 2006).



Figura 31: Interior de la cabeza del *David* de Martínez Mollá (1991) realizada en vareta por Manuel García (Fte: Archivo de Manuel García).



Figura 32: Láminas de corcho blanco. Taller de Manolo Martínez Reig. (Fte: Archivo personal)

Llegamos a la década de los setenta, donde ya se utiliza el corcho blanco, pero no fue hasta mediados de los 80 cuando hizo su aparición en las fallas éste material, conocido técnicamente como poliestireno expandido. Los primeros trabajos que aparecieron con este material fueron de Miguel Santaaulalia y Vicente Almela. Un material con una muy baja densidad (escaso peso) y gran manejabilidad, lo que le confería propiedades muy interesantes para la construcción de fallas. Material susceptible de aplicación informática que, con las nuevas tecnologías, los diseños virtuales en 2D y 3D, se pueden

proyectar a través del ordenador perfectamente sobre el poliestireno, obteniéndose directamente las plantillas para su construcción a gran escala. Esto permite el modelado geométrico en 3D (Catalá, 2011). Es decir, del boceto generado, gracias a las fresadoras digitales, se dan los primeros cortes sobre el material, para después, mediante un procedimiento de vaciado y esculpido, conseguir el resultado pretendido. La llegada del corcho blanco permitió la construcción de grandes remates, con volúmenes y riesgos que no se hubieran podido asumir con la técnica del cartón. Aunque en su día, cabe reflexionar sobre su efecto contaminante durante el acto crematorio: “A la hora de la *cremà*, tanto las piezas de poliéster como las de poliestireno expandido plantean graves problemas porque producen un humo negro muy contaminante” (Ariño, 1993, p. 153).

3.2 Elementos sociológicos de las fallas. Introducción.

Ya se comentó al inicio del trabajo, que la palabra falla ofrecía multitud de visiones posibles. Una de las más importantes es, sin duda, la sociológica y, dentro de ésta, la que atañe a la sociología del arte. Observando y analizando antecedentes bibliográficos sobre este fenómeno, nos encontramos con algunos autores que han dejado reflexiones importantes en este sentido y que pasamos a analizar a continuación.

En primer lugar, expondremos, como es lógico, que la sociología del arte, estudia las relaciones entre éste último y la sociedad, por tanto, “cabe subrayar, que se trata de estudiar en el citado binomio, influencias, condicionamientos, y de proponer interpretaciones que fundamenten y expliquen la citada interdependencia” (Furió, 2012, p. 21).

Las relaciones entre estos dos conceptos son recíprocas, lo que implica que no solo cabe pensar en la influencia del contexto social en el arte, sino también en la influencia del propio arte en la sociedad. En este sentido, una obra artística no es solamente un producto social y un elemento pasivo, sino que se puede considerar un elemento constitutivo y activo dentro de la sociedad, que puede influir individual o colectivamente, reforzando o transformando situaciones y valores. Entre los diversos objetos de estudio de la sociología del arte se encuentran factores sociales que intervienen en la creación artística, desde aspectos más genéricos como la situación social del artista o la estructura sociocultural del público, hasta más específicos como el mecenazgo, el mercantilismo y comercialización del arte, las galerías de exposiciones,

la crítica cultural, el coleccionismo, la museografía, las instituciones y fundaciones artísticas, etc., según afirma Bozal (citado por Furió, 2012).

Otros factores que pueden condicionar los efectos del arte son: gustos, tendencias, actitudes de determinados grupos e incluso polémicas que se pueden provocar, a veces, por motivos escasamente artísticos. También se pueden considerar la propia capacidad de la obra de arte de influir en la sociedad y los valores del grupo social al que la misma va dirigida o bien que entra en contacto con ella (Furió, 2012).

Las relaciones entre el arte y la sociedad son complejas y dinámicas, por lo que un planteamiento excesivamente simple y poco flexible de esta cuestión, no serviría. Según, García Pilán (2011), Pierre Bordieu es uno de los autores que ha colaborado a superar esta cuestión, mediante su *Teoría del Campo*. A través de ella, García Pilán (2011), recurre a la definición de campo de Ariño, fundamentada en los conceptos de Bordieu:

Un campo es una esfera de la vida social que ha ido cobrando autonomía a través de la historia en torno a relaciones sociales, intereses y recursos propios, diferentes de los de otros campos. Éstos surgen porque un ámbito de la acción humana se organiza de acuerdo con una ley específica y goza por tanto de autonomía relativa. Cada campo es un espacio donde los actores sociales ponen en juego sus recursos de acuerdo con determinadas reglas y luchan y compiten por ellos; es a un tiempo un espacio de significación, un campo de fuerzas y un campo de luchas. (p. 101)

Para García Pilán (2011) cada campo representa un territorio de lucha de intereses por diferentes tipos de capital (económico, social y cultural) y esta lucha es constante y están en juego permanentemente. Y el mismo autor establece:

Como en cualquier campo, la estructura del fallero está siempre en juego, ya que depende del estado de las relaciones de fuerzas entre los agentes y las instituciones (comisiones, artistas, políticos, etc.). Ya que las luchas tienen por el objetivo el monopolio de la violencia legítima (entendida aquí en términos de autoridad y ortodoxia fallera), los que en una situación determinada monopolizan el capital específico de este campo (poder de premiar y sancionar) se inclinan, como ya hemos visto, a poner en práctica estrategias de conservación: son los ortodoxos del campo. Por el contrario, los grupos como los casales de menos recursos económicos o sociales, los artistas innovadores, etc. que, por los distintos motivos, intentan forzar cambios, se ven obligados a practicar estrategias de subversión: son los herejes, visibles de manera especial en los momentos de crisis. (p. 101)

Estas luchas entre actores sociales persiguen alcanzar el monopolio del capital específico del campo (en términos de autoridad y ortodoxia fallera) (García Pilán, 2011, p. 101).

Esto, según Bordieau, establece la ortodoxia, o pensamiento derecho y de derechas y la heterodoxia o herejía, como ruptura crítica.

3.2.1 Sociabilidad.

Por otro lado, un sociólogo de los que más ha estudiado esta vertiente en la fiesta, tanto en su tesis doctoral como en trabajos posteriores es Xavier Costa (2003). En ellos realiza una investigación cualitativa etnográfica de la fiesta de las fallas a partir de los conceptos de sociabilidad, sociabilidad festiva, reflexividad y esfera pública. En primer lugar, resumimos a continuación, los resultados de su trabajo, para después desarrollar algunas de las conclusiones más relevantes desde el punto de vista de la sociabilidad.

Tradición y modernidad, pueden estar interconectadas, acomodándose la una a la otra en las actividades sintetizadoras de los falleros. Tradiciones antiguas como las fallas, son capaces de actualizarse, ensalzarse y expandirse incorporando experiencias contemporáneas dentro de su tradición.

La transmisión de tradiciones festivas como las fallas, se realiza mediante actividades centrales de sociabilidad festiva. Estas son acometidas por los falleros en su especial comunidad. Familias cercanas y grupos de amigos son los que conforman el medio para estas transmisiones, tanto en dimensión vertical como horizontal. Asimismo, los falleros pueden desarrollar su propia reflexividad, que está basada, precisamente, en la sociabilidad festiva.

La reflexividad de la fiesta tiene una especial concepción de los asuntos públicos. La esfera pública de las tradiciones festivas populares europeas no ha desaparecido, pero, al menos en las fallas, se reelabora e interacciona con la vida contemporánea. Una fiesta que puede combinar selectivamente elementos de la tradición con aspectos del mundo moderno, sin perder el poder reflexivo de la sátira, la cual tiene reminiscencias de la tragedia antigua.

Para entender un poco mejor estas conclusiones, cabe apelar a los trabajos realizados por Simmel (citados por Costa, 2003), que identificó una forma sociológica especial, que correspondía a las del arte y el juego y le llamó sociabilidad. Tras esta contribución, elabora otras nuevas afinidades entre la sociabilidad, el arte y el juego.

La sociabilidad es un impulso básico existente en las personas (matiza Costa), especialmente en esta área geográfica. Aunque sigue explicando Simmel (citado en Costa, 2003) que:

Por encima, y más allá, de su contenido especial, todas estas asociaciones están acompañadas por un sentimiento para, y por una satisfacción en el propio hecho de que uno está asociado con los otros y que la soledad del individuo se resuelve en la vinculación, en la unión con los otros. (p. 65)

Presenta, pues, la sociabilidad, como la forma lúdica de la asociación.

La sociabilidad tiene un principio de democracia y de igualdad que se basa en el juego, y que revela la estructura democrática de toda sociabilidad. Simmel (citado por Costa, 2003), lo define así: “cada cual debe garantizar al otro, el máximo de valores sociables (alegría, relajamiento, vivacidad), que es consonante con el máximo de valores que recibe” (p. 67).

La conversación, en la sociabilidad, tiene la misma cualidad que la propia sociabilidad. La conversación sociable tiene el fin en sí mismo. El habla se usa de modo lúdico en la sociabilidad, juega consigo misma y con las relaciones que establece en la interacción. La sociabilidad, como el arte, es reflexiva y emancipadora.

3.2.2 Rasgos sociológicos de una falla.

En este contexto y con los argumentos generales descritos, a partir de los trabajos de Costa (2003), resumimos, los principales rasgos sociológicos de una comisión de falla, y lo hacemos en cinco grandes bloques: la sociabilidad festiva; la fraternidad y rivalidad; la organización; el universo simbólico de las fallas y la esfera pública de las fallas.

Sociabilidad festiva.

En primer lugar, en cuanto a la sociabilidad, es una tendencia espontánea del ser humano que, en esta zona geográfica, se ve incrementada y favorecida por razones orográficas, de entorno e idiosincráticas y se constituye a través de núcleos familiares cercanos o grupos de amigos (Costa, 2003). Las actividades centrales que nutren esta sociabilidad son el juego, el humor, el comensalismo y el trabajo sociable. Estas actividades son reflexivas y constituyen la base de la “esfera pública de las fallas”. Tan solo un comentario sobre el trabajo sociable: la fiesta y su organización exige un gran trabajo en muchas vertientes, pero es algo que tiene asumido el fallero. Se trabaja para

la fiesta y sin trabajo en la falla, no hay fiesta. Los participantes saben que, la organización de la fiesta, y su transmisión en el futuro, depende de su trabajo festivo.

Fraternidad y rivalidad

En segundo lugar y referente a la fraternidad y rivalidad de los falleros, cabe destacar que la igualdad es entendida en la fiesta como una consecuencia del sentido de hermandad, parte esencial de la sociabilidad festiva. Este sentido de igualdad se origina al compartir colectivamente actividades asociadas a la fiesta (cuota-suscripción, voto en la Junta, etc.), pero se suele ejemplificar compartiendo la mesa común, el comensalismo es uno de los mayores testimonios de la igualdad. Por el lado contrario, nos podemos encontrar a dos tipologías dentro de la comisión: el fallero comprometido (de asistencia habitual) y el “fallero de cuatro días” o “fallero de cuota”, que solo acude a los actos de la semana grande. En ocasiones y, debido a su desintegración habitual, suelen formar grupos de oposición a la junta directiva de la falla.

En el colectivo fallero, está muy desarrollado el sentido de la solidaridad, el altruismo y la caridad, así como en la integración (numerosos inmigrantes, ven facilitada su labor de integración social a través de la falla, en conexión directa con la barriada donde se ubican); si bien, es cierto que, existe un cierto sentido paradójico con las comisiones vecinas de solidaridad/rivalidad que diluye en cierta manera el primer sentimiento expresado en esta reflexión. El fallero tiene un espíritu muy competitivo, especialmente con la falla artística, aunque lo es en todos los ámbitos en los cuales participa.

Organización

Aunque en el apartado de actualidad de la historia de las fallas descrito en el primer capítulo, se hace una mención genérica al esquema organizativo de las mismas, a continuación, se expone, con mayor detalle, y según la descripción de Xavier Costa (2003), los principales elementos de la organización fallera. Conviene resaltar aquí que, en este trabajo, por razones de espacio, se apuntan únicamente aquellos aspectos más relevantes de la fiesta relacionadas con el mismo, pero la citada festividad dispone oficialmente de un *Reglamento Fallero* en el que se pueden ampliar y completar los aspectos citados aquí.

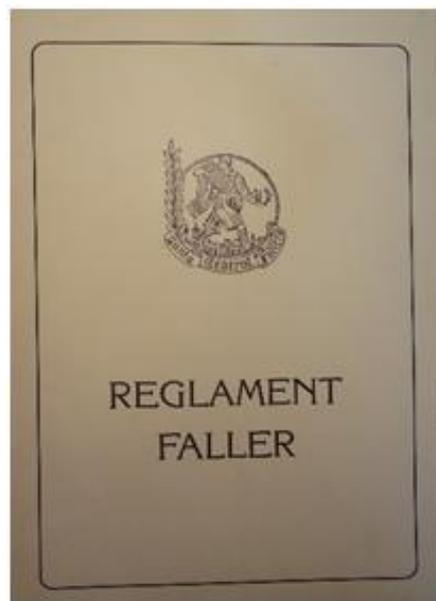


Figura 33: Reglamento fallero (Fte: Archivo personal)

Las comisiones se estructuran con un criterio de jerarquía de tipo piramidal, con un/os presidente/s o presidenta/s que representa/n la máxima autoridad a nivel ejecutivo y con una fallera mayor como máxima representatividad a nivel simbólico. Si bien, es cierto que, desde el momento en que aparecen las fallas infantiles, las comisiones presentan en su organización dos niveles: adulto e infantil, con sus correspondientes fallas cada uno. Al final, los considerados máximos representantes de la falla a nivel institucional son las dos falleras mayores (adulto e infantil) y los dos presidentes (adulto e infantil), ostentando siempre máxima jerarquía representativa a nivel administrativo el presidente, y a nivel honorífico y simbólico, la fallera mayor. La comisión, a nivel administrativo y ejecutivo se rige por la junta directiva, que usa los estándares racionales actuales para la economía y la administración. La directiva se estructura como cualquier otra asociación de carácter voluntario, generalmente con presidente, secretario, tesorero y vicepresidentes (en ocasiones hay también vocales), aunque los cargos que pueden existir figuran en el artículo 47 del Reglamento Fallero. A partir de esta estructura y adscritas a vicepresidencias, nos podemos encontrar un sinnúmero de delegaciones específicas (festejos, informática, loterías, pólvora, etc.) que cuidarán por el buen funcionamiento de su área respectiva.



Figura 34: Representantes de la Falla San Vicente-Periodista Azzati (Fte: Archivo personal)

A nivel de comisión, suele haber dos formatos de órganos de debate y decisión. La junta ordinaria, de carácter periódico oscilante (desde semanal a mensual, dependiendo de la actividad y los estatutos de cada falla) y en la que se reúnen la directiva y algunos falleros como delegados o colaboradores habituales para debatir, definir y organizar la programación del ejercicio, los proyectos del futuro y las necesidades colectivas; y las juntas (o asambleas) generales extraordinarias, en la que suele participar o asistir la gran mayoría de la comisión y en la que se toman decisiones de carácter democrático y relevante (elección de fallera mayor o de presidente, cambios de nivel competitivo, etc.). Este es el funcionamiento habitual, aunque hay una asamblea obligada cada final de ejercicio, tras el 19 de marzo, en el que la junta directiva se disuelve y se elige un nuevo presidente (puede ser una reelección), que designará una nueva directiva (o la misma si lo considera oportuno) que establecerá nuevos planes de futuro. Hasta hace unos años, tanto el cargo de presidencia como la mayoría de cargos de junta directiva, estaba representado por hombres, pero en los últimos años, ha ido incorporándose la figura de la mujer en los mismos de manera progresiva. Asimismo, se está produciendo otro fenómeno en los últimos tiempos, la crisis, las obligaciones del cargo (con cada vez más eventos en los que participar) y el exceso de responsabilidad derivada (no se olvida el accidente pirotécnico de la falla General Azcárraga en 2007 y las consecuencias judiciales sobre su presidente), ha ido mermando la voluntad de la figura única, y se ha ido incorporando un nuevo formato en la cúpula de las comisiones que es la

presidencia compartida, encontrándonos cada vez más, con presidencias de composición múltiple y formadas por 3-4 miembros (L'Antiga, Sueca-Literato Azorín, Molinell-Alboraya, etc.).

A nivel colectivo, como ya se comentó, el órgano que dirige la fiesta es Junta Central Fallera (JCF), con presidencia nata por el/la alcalde/sa de la ciudad y de forma ejecutiva real por el/la concejal/la de fiestas del Ayuntamiento de Valencia, que designa a su equipo de vicepresidentes y secretario general y constituyen lo que se conoce como cúpula de Junta Central Fallera. Como se dijo anteriormente, JCF dispone de un reglamento que incorpora las reglas o normas por las que se rige el colectivo y únicamente es modificable con la convocatoria de un congreso fallero.



Figura 35: Cúpula de Junta Central Fallera de Ejercicio 2015-2016 (Fte: Archivo personal)

Administrativamente, la ciudad se estructura a nivel de fallas por sectores (Arrancapins, Rascanya, Olivereta, etc.), cada sector o distrito supone la congregación de un número de fallas variable, de barrios o calles contiguas y que delimitan las fronteras del sector. Cada sector tiene entidad, autonomía y representatividad propia, a través de los delegados de sector, elegidos democráticamente y que integran el Pleno de JCF. El pleno, además, se complementa con los miembros que trabajan en JCF. De este pleno, salen las propuestas y orden del día que se debatirán posteriormente en la Asamblea de Presidentes de todas las fallas de Valencia, que es el órgano donde se toman las decisiones y se aprueban o no las propuestas presentadas, de forma democrática.



Figura 36: Asamblea de Presidentes en el Hemiciclo del Ayuntamiento (Fte: Archivo personal)



Figura 37: Asamblea de Presidentes en el Palau de la Música (Fte: Imagen cedida por J.C.F)

Lo primero que hay que constatar de la fiesta es que lleva un ritmo cíclico. Este se manifiesta en dos vertientes, ritmo histórico y ritmo anual. El primero toma como referencia la fecha de fundación de la comisión y divide a la misma en dos etapas: periodo de fundación y periodo de consolidación. Los periodos de la falla suelen tomar como referencia la figura del presidente (periodos más amplios, generalmente varios años) y, en ocasiones, también la de la fallera mayor (periodos anuales o bianuales). Respecto al ritmo anual, el ejercicio se divide en tiempo festivo (semana fallera) y resto del año (tiempo de preparación), aunque, como en todo, existe también un periodo de transición. Es muy importante realizar esta distinción entre tiempo festivo y de preparación porque, en general, hay cambios importantes a nivel organizativo entre uno y otro. Por ejemplo, en la gran mayoría de fallas, se reestructuran los roles de servicios en las propias comisiones para poder atender todos los eventos que se organizan a nivel particular de la falla, o a nivel colectivo por parte de Junta Central Fallera. En algún caso, se llega al extremo de que la directiva se disuelve en la semana fallera, reduciendo la jerarquía de sus componentes a la mínima expresión, para poder atender todos los servicios preestablecidos.

El calendario se rige por el criterio de “ejercicio” y no de “año natural”. Cada ejercicio comienza el 20 de marzo, hasta el 19 de marzo del año siguiente. Durante el ejercicio y antes del tiempo festivo, nos podemos encontrar con dos tipos de actos: colectivos e individuales.

Los actos colectivos organizados por JCF tienen carácter y posibilidad de participación global de todas las comisiones de la ciudad. Se pueden subdividir a su vez en dos tipologías de eventos: actos oficiales institucionales y eventos culturales

diversos. Aunque se exponen en el apartado de actualidad del epígrafe 3.1. (la evolución de las fallas), se citan los principales, a título de recordatorio. En los primeros participan la práctica totalidad de las comisiones. Los principales son, por orden cronológico de ejercicio: *Preselecciones a Corte de Honor y Fallera Mayor de Valencia (Feria de Julio)*, *Elección de Cortes de Honor (Septiembre)*, *Elección y Proclamación de las Falleras Mayores de Valencia (Octubre)*, *Exaltación de las Falleras Mayores de Valencia (Enero)*, *Inauguración de la Exposición del Ninot (Febrero)*, *Crida (Febrero)*, *Mascletaes*, *Cabalgata del Ninot*, *Replegà del Ninot*, *Ninot Indultat*, *Plantà*, *Replegà de Premis*, *Ofrenda*, *Nit del Foc y Cremà (marzo)*.

Respecto a los eventos culturales diversos, son de carácter optativo y entre ellos destacan fundamentalmente los concursos: *Cabalgata del Ninot*, y diversos concursos como el concurso de Play-Backs, de Belenes, de Teatro, de *Truc*, Parchís y Dominó, de Deportes, de *Llibrets*, de Declamación, etc.

En cambio, los actos individuales son los organizados por cada comisión, también los hay de tres tipos: obligatorios o tradicionales; optativos y específicos. Dentro de los actos obligatorios o tradicionales englobamos los que se realizan por la práctica totalidad de las fallas, pero los ubicamos en este apartado porque la organización y la impronta individualizada, corresponde a cada comisión. Por ejemplo, nombramiento, proclamación y exaltación de la fallera mayor de su comisión, entre otros.

Respecto a los actos de carácter optativo por decisión propia de cada comisión nos encontramos con la presentación de bocetos o de proyectos, las semanas culturales, etc.

Por último, los actos específicos son exclusivos de cada falla, por ejemplo, *El Tirant de Lletra* de Na Jordana (9 de Octubre), *els Jocs Solidaris* de Plaza de Dr. Collado, los premios *Héroes Falleros* de Maestro Gozalbo, *Premio Periodista* de la falla Gil Sumbiela, etc.

Cabe destacar que, aunque el mapa territorial fallero está configurado por los sectores que corresponden a distritos perfectamente definidos, el afán asociacionista fallero ha hecho que, con el tiempo, se configuren asimismo, agrupaciones, Interagrupación, federaciones, etc. que forman grupos de afinidad de diferentes comisiones que comparten algún objetivo común. Esto conforma un mosaico de distribución muy complejo en el que se solapan pertenencias y en ocasiones, dificultan enormemente la comprensión estructural del ecosistema fallero (una falla puede pertenecer a un sector, una agrupación y una o varias federaciones a la vez).



Figura 38: *Jocs Solidaris* Falla Plaza Dr. Collados
(Fte: Archivo personal)



Figura 39: *Tirant de Lletra*. Falla Na Jordana 2016.
(Fte: Foto cedida por la comisión).

El casal es la sede o corazón de la comisión. Refleja las características de este movimiento festivo y, en muchas ocasiones, la personalidad de cada comisión (*Casal El Bunyol*, *Casal El Tío Pep*, etc.). Es el lugar de reunión habitual de la comisión, lugar de debate, de convivencia, de preparativos, de actividades, etc. Es también el escenario de celebraciones y acontecimientos fundamentales de la comisión, con alto significado emocional. Núcleo central de la sociabilidad de las fallas, generalmente dispone o puede disponer de los siguientes elementos: salón más o menos grande, de expansión o de convivencia; despacho, para labores administrativas; barra de bar; tarima o escenario; cocina (en muchas ocasiones integrada en el bar); almacén, etc.

De todos ellos, conviene resaltar la importancia de la presencia, sobre todo, de tres elementos que marcan la vida y trayectoria social de la falla. La barra de bar, punto axial de la sociabilidad permanente de la falla. Allí se concentran el comensalismo y la conversación, pilares fundamentales de la sociabilidad. El escenario o tarima, en el que se realizan los actos más emotivos. Es el territorio de focalización del protagonismo que adquieren los representantes de la comisión, además de lugar idóneo para desarrollo de actividades clave como nombramientos, homenajes, etc. También actúa de salón multiusos ante cualquier visita de comisiones amigas, personajes populares de la fiesta o cualquier coreografía, de la propia falla o en régimen de colaboración o contrato. Y por último significar el despacho, es la “sala de máquinas” burocrática, donde se gestan y tramitan todas las tareas administrativas y donde se toman grandes decisiones.



Figura 40: Casal de la Falla Maestro Gozalbo-Conde Altea
(Fte: Archivo personal)



Figura 41: Casal de la Falla Plaza Dr. Collado
(Fte: Archivo personal)

Universo simbólico de las fallas

La fiesta de las fallas, ha ido generando con el tiempo, todo un universo simbólico de elementos que dotan de jerarquía y de identidad a la propia fiesta. Hay símbolos de todo tipo y para todos los gustos. Individuales o compartidos, permanentes o efímeros, etc. A partir de los estudios de Costa (2002, 2003), se establecen varias categorías de símbolos: símbolos y emblemas particulares de cada comisión, símbolos generales compartidos y el ideal festivo.

Los símbolos y emblemas particulares de cada comisión son, por ejemplo, el casal, el estandarte, la fallera mayor o la falla artística, así como los premios y distinciones de la falla. También se pueden incluir en este apartado, aunque formaría parte de lo considerado como ideal festivo, la imagen que tienen muchas comisiones de la Virgen de los Desamparados, por su forma particular de ornamentación dentro del casal. Conviene resaltar que la decoración de éste último forma parte de la personalidad intrínseca de cada comisión. El casal, lugar de reunión y convivencia por excelencia de las comisiones falleras, aparece constantemente en la vida del fallero, forma parte de su memoria compartida y marca los principales momentos y más emotivos de su trayectoria. Además, actúa como imán interclasista en el que coinciden personas de todo tipo de nivel y condición social. Está identificado como territorio de la comunidad, considerado para muchos como su segunda casa y llegando a ser, en muchas ocasiones, una referencia simbólica para el barrio. El estandarte y el escudo de la falla son como su imagen emblemática, como su carnet de identidad ante el colectivo fallero, abre y preside todo tipo de celebraciones, actos y pasacalles. La fallera mayor es el mayor símbolo humano representativo de cada comisión. Tiene representatividad por ejercicio anual y su imagen preside, durante el mismo, las mejores ubicaciones del casal. La falla

artística tiene un carácter simbólico muy efímero (apenas permanece cinco días expuesta), pero muy intenso para los protagonistas de ese ejercicio, hasta el punto que, es todo un ritual emocional, el indultar del fuego a alguno o algunos de los *ninots* de la falla, por parte de las falleras mayores y del presidente infantil, para que queden en el recuerdo de su memoria vital y pasen a ocupar un lugar preferencial en sus propios hogares. Los premios y distinciones de la comisión suelen conformar en el casal todo un mosaico de emociones visuales que representan el orgullo del fallero y el motivo final de su sacrificio y trabajo por la fiesta. También suelen tener una ubicación preferencial en el campo visual del casal. Respecto a la imagen de la Virgen de los Desamparados, existe en todo tipo de tamaños y estéticas y cada comisión, le otorga su devoción particular a través de la ornamentación de la misma.



Figura 42: Estandarte Falla Corretgeria-Bany dels Pavesos.
(Fte: Archivo personal)



Figura 43: Premios Falla Maestro Gozalbo-Conde Altea
(Fte: Archivo personal)

Los símbolos generales compartidos pertenecen a todas las fallas y se pueden subdividir en dos tipologías: permanentes y efímeros.

Por símbolos generales permanentes se entienden los mantenidos durante todo el año y que están vinculados con su sociabilidad constante, por ejemplo, la paella, el *bunyol*, la indumentaria y la banda como distintivo, la música específica o la *Lengua Valenciana*. A nivel de cultura gastronómica, el *bunyol* y la paella son originales y típicos de la región. El uso simbólico de los mismos en el comensalismo de la fiesta ha sido tan intenso que se han convertido en símbolos fundamentales de la misma, si bien parece cierto que, aunque la paella perdura todo el año, el uso gastronómico del *bunyol* en los últimos tiempos, se concentra más en el tiempo festivo. La paella se establece como paradigma de gran comida, modo autonómico de comprender el banquete dentro de la cultura popular europea y, además, de su poder sociológico de convocatoria. La

paella actúa también como un imán interclasista en el que reúne a su alrededor y en un mismo nivel, a todo tipo de personas, tanto miembros de la comisión como vecinos y visitantes. El *bunyol* lo podemos observar en su doble vertiente simbólica, como dulce por excelencia del periodo festivo y como imagen de reconocimiento al mérito fallero. A nivel gastronómico su consumo forma parte del periodo festivo, en bares, cafeterías, puestos callejeros, o en el mismo casal, por todas partes afloran ofrecimientos para degustar tan típico manjar. Aunque antiguamente se solía tomar con un vaso de aguardiente, en la actualidad se asocia a una buena taza de chocolate y suele ser un clásico tomar la dosis de *bunyols* y chocolate tras el castillo pirotécnico nocturno o para acompañar de madrugada a una buena ronda de visión de fallas. Por otra parte, el *bunyol*, a nivel simbólico, como se ha dicho, es la imagen que reconoce el esfuerzo, el sacrificio, la fidelidad y el mérito por la dedicación y entrega por la fiesta. Las modalidades de *bunyols* se recogen perfectamente en los artículos 67-69 del actual Reglamento Fallero cuya última actualización data del 2002, y, es tanta su importancia, que la propia Junta Central Fallera dispone de una Delegación de Recompensas, dedicada a tramitar y evaluar todos los casos correspondientes a la concesión de acreditaciones. El *bunyol* como recompensa, se puede otorgar a título individual o colectivo y se exhibe como insignia y distinción que representan su figura, en las piezas que forman parte de la indumentaria tradicional (solapas, chalecos, bandas, etc.). Respecto a la indumentaria, en términos generales, hay dos clases de vestido que llevan los participantes, uno es el vestido de trabajo, de carácter unisex que es el blusón, que suele ir acompañado por un pañuelo rodeando el cuello con el emblema de la falla. Para acontecimientos especiales están los trajes de gala: en el ámbito masculino se suelen alternar *el zaragüell* y *el torrentí*, con telas y complementos que dependen del poder adquisitivo del fallero. Ambos pueden llevar varios complementos que pueden utilizarse según la ortodoxia particular o la correspondiente al indumentarista elegido. En el ámbito femenino, se utiliza el traje de valenciana, que también tiene varias versiones. Se puede confeccionar con distintos materiales y las referencias suelen corresponder con épocas de la historia, especialmente las señaladas son el siglo XVIII y siglo XIX. El traje femenino es muy rico en orfebrería y complementos y en la actualidad, sigue siendo objeto de polémica el encontrar la auténtica ortodoxia del mismo. Moños, peinetas, telas, lazos, vuelos de falda, etc. siguen siendo debatidos en los foros falleros. Una mención especial entre los distintivos indumentarísticos requieren la banda en la indumentaria femenina y el color del fajín en la masculina. En este aspecto, la banda de

la fallera mayor se distingue respecto a la de la corte de honor porque es portadora de los colores de la bandera nacional española, mientras que la de la corte de honor porta los colores de la Real Señera. El significado del color del fajín masculino queda recogido también en el artículo 65 del Reglamento Fallero. En cuanto a la música específica, suele haber una asociación temporo-espacial en su uso y aplicación. Las tres piezas asociadas al mundo fallero por antonomasia son *El Himno de la Comunitat Valenciana*, y los pasodobles *El Fallero* y *Valencia*. El primero, suele cerrar una gran mayoría de actos durante el año, en especial los más relevantes de cada comisión. Su audición cierra también el ritual de la *cremà* en sus últimos compases a la par que es interpretado por la gente asistente a la misma. *El Fallero*, es utilizado de forma alternativa, pero también forma parte del ritual festivo de la *cremà*, con su audición previa al *Himno*. El pasodoble *Valencia*, es el más escuchado, con diferencia, en la entrada de las comisiones a la Plaza de la Virgen en el momento de la ofrenda y, también, es pieza prácticamente obligada durante los pasacalles de las mismas. Por último, señalar en cuanto a la *Lengua Valenciana*, que es otro símbolo esencial de la fiesta. Textos de las escenas de la falla, de los *llibrets* y discursos de las celebraciones oficiales se escriben o expresan en la citada lengua.



Figura 44: Buñuelo. (Fte: Archivo personal)



Figura 45: Buñuelo. (Fte: Archivo personal)

En cambio, como símbolos generales efímeros o de periodo festivo encontramos los pasacalles, cabalgatas, pirotecnia, flores, falla artística y el *llibret*. Los pasacalles constituyen un tipo de conversación con el público cuya base es la música y el movimiento colectivo de los cuerpos vestidos generalmente con indumentaria tradicional. Los protagonistas desfilan al ritmo de la música, organizados generalmente por filas. La música es el único elemento obligado para realizar un pasacalle. Las piezas interpretadas suelen ser pasodobles alegres, rítmicos y que permiten la exhibición de

expresiones verbales y, sobre todo, “no verbales” de los participantes. Algunas de estas piezas, del auténtico repertorio festero valenciano son: *Paquito el Xocolatero*, *Xàbia*, *Festa en Benidorm*, *Pérez Barceló*, etc. Cada pasacalle tiene sus normas, algunos oficiales (ofrenda) y otros de forma oficiosa o virtual. Se pueden dividir, en función del objetivo, el horario y la duración en informales, en los que no se es demasiado riguroso con los detalles de la organización y desarrollo del mismo, y formales, en los que sí hay una mayor atención al cuidado de todos los aspectos. Los pasacalles informales generan deliberadamente una interacción con el público, entre los falleros y los espectadores, como por ejemplo ocurre en la *replegà*, destinado a recoger donativos por las casas del barrio, o en la *despertà*, que invita al vecindario a despertarse cada mañana por medio de la música y pirotecnia (*tró de bac*) para participar en la fiesta. Los pasacalles formales pueden ser simples y breves, como el de recoger a la fallera mayor, para acompañarla a su presentación, o largos o más solemnes, como la *Recogida de Premios* o la *Ofrenda a la Virgen de los Desamparados*. En definitiva, “Los pasacalles sitúan al cuerpo en movimiento y las emociones en el centro de una manera activa y colectiva de mantener un dialogo festivo entre la tradición y la vida contemporánea, que es representado a través de su manifestación simbólica” (Costa, 2006, p. 97).



Figura 46: Cabalgata del Ninot 2016. Falla D. Gaeta-P. Farnals. (Fte: Archivo personal)

Pero hay un tipo de pasacalles o desfile muy especial, porque no hay que olvidar el carácter transgresor y satírico del origen de las fallas. En la fiesta, los disfraces también

son importantes, y al margen de las festividades habituales en la que se utilizan los disfraces a nivel popular, existe un acontecimiento en periodo festivo en el que el fallero puede exhibir todas sus habilidades críticas, satíricas y humorísticas. Se trata de La *Cavalcada del Ninot*, es una cabalgata que pertenece al género del carnaval y su estructura es similar. La participación es optativa o voluntaria para las comisiones que quieran. En sus bases se valora, el tema, la originalidad, la intención satírica, el ritmo, el vestuario y la facilidad de comprensión para todo el público, pudiendo optar a los premios de comparsa (conjunto de grupos y figuras de la comisión), crítica, figura (solo una persona manifiesta la crítica-generalmente va en una carroza o elemento móvil de transporte-) y vestuario.

La pirotecnia es otro de los elementos más consumidos en la época festiva. Al margen del uso errático o aleatorio que hace normalmente el fallero a nivel individual, los grandes actos pirotécnicos se concentran en los días clave del calendario festivo, comenzando las *mascletaes* oficiales en la Plaza del Ayuntamiento desde el día 1 al 19 de marzo, por la noche se disparan los castillos nocturnos desde el 14 al 19 de marzo, con especial atención a la *Nit del Foc* de la noche del 18. Una mención especial requiere el *tró de bac* (trueno de impacto o petardo valenciano por excelencia), utilizado en las *despertaes*, de uso individualizado por parte de niños y adultos, y que es lanzado contra el suelo para que explote. En la *cremà*, la pirotecnia también suele jugar un papel fundamental, ya que el encendido de las fallas suele ir precedido de efectos pirotécnicos o auténticas *mascletaes* nocturnas, según presupuesto de la comisión, que enlazan o se funden con la propia falla para comenzar a arder. Son numerosas las comisiones que ornamentan con pirotecnia el ritual de la *cremà*. Cabe decir aquí, que en Valencia se encuentran empresas de renombre internacional, ganadoras de primeros premios en certámenes y concursos de fama mundial.

Las flores, también juegan un papel muy importante en la fiesta, si bien es cierto que el uso “masivo” de las mismas se produce en el periodo festivo, especialmente durante los dos días de ofrenda; en ella, cada mujer de cada una de las comisiones adscritas o censadas en Junta Central Fallera, entrega personalmente su ramo a la Virgen, a través de los *Vestidors de la Mare de Deu*, que con un diseño previamente realizado, van confeccionando estratégicamente, jugando con los colores y el orden de paso de los sectores, el vestido y el manto de la Virgen de los Desamparados. Los hombres ejercen de acompañantes y son portadores de una canastilla floral, emblema de la comisión y que es depositada a los pies de la patrona. Este es el momento, según la opinión de la

mayoría de falleras mayores que han vivido la experiencia, más emotivo del reinado. Durante el año, las flores también tienen un papel importante, sobre todo, en las presentaciones locales de las falleras mayores de las comisiones (uno de los rituales consiste en la entrega de ramos a las componentes de la corte de honor, a la vez que se les impone la banda, y también en el momento de la imposición de banda a la fallera mayor), así como detalle de bienvenida y de cortesía que también se les ofrece a las falleras mayores de comisiones amigas que visitan el casal o que acuden a la presentación, especialmente cuando se recibe a las Falleras Mayores de Valencia y a sus Cortes de Honor. “En suma, las flores vienen asociadas con sentimientos sublimes y trascendentes relacionados con una persona significativa o con una entidad sagrada” (Costa, 2003, p. 217).

Sobre la falla artística, aunque ya se comentó en el apartado anterior como símbolo particular de cada comisión (también lo es), significar el contenido simbólico de los *ninots*, de los que hablaremos en profundidad a lo largo del trabajo. Dos aspectos importantes de éstos son su carácter satírico y la representación grotesca del cuerpo, “se trata de una reelaboración contemporánea de los motivos y características peculiares de la Cultura Popular Europea, que ha guardado el fuego de su plaza pública satírica en Valencia” (Costa, 2006, p. 100). La crítica popular de la falla artística, según los participantes y artistas, satisface una sentida necesidad de limpieza y renovación por el fuego. Las herramientas para esta crítica son el humor, la risa y la narración chistosa. Una falla artística es una composición escultural y, por tanto, una representación. Un artista lo calificó como “una pieza de teatro estático” (Costa, 2006, p. 100) y algunos lo relacionan con el cómic o teatro de marionetas. Además, está en el centro de la plaza pública de los juicios populares. Los temas que se debaten son muy diversos, aunque los más frecuentes se pueden resumir en tres grandes grupos: temas de la vida social y política, temas apologéticos del costumbrismo valenciano y temas fantásticos o de la Mitología. En el primer caso, generalmente se produce una crítica del poder a través de las figuras de los políticos. En el segundo, se exponen temas populares de las tradiciones valencianas con una amplia variedad de formas y contenidos. En estos dos casos, las figuras suelen exhibir exageraciones morfológicas, distorsión y metamorfosis de cada parte del cuerpo humano, que pueden transformarse en otras cosas del mundo animal, vegetal, mineral e, incluso, tecnológico. De esta forma se recurre frecuentemente al concepto de caricatura y de metáfora. Las figuras míticas, asimismo, pueden aparecer también con la presentación del cuerpo grotesco. Esta abundancia

mitológica, encuentra justificación también en los artistas, ya que, como señala Costa (2006): “Ponemos mucha mitología porque los caracteres que han perdurado a lo largo de las civilizaciones son mitológicos: el sátiro, el centauro, la sirena. Nunca morirán” (p.102).

Respecto a los *llibrets*, comentar que nacieron como publicaciones sencillas para la explicación y relación de la falla. Su objeto era explicar el tema y las escenas de la misma. Era un pequeño folleto, centrado en una pieza satírica literaria, que incluía especialmente poesía humorística. Hoy el *llibret* ha evolucionado notoriamente, elaborándose en algunos casos, auténticos tratados enciclopédicos con multitud de temas. Aún así, todavía constituye la base literaria fallera, con grandes poetas como autores de los mismos.



Figura 47: Virgen de los Desamparados y San Jose en casal de Maestro Gozalbo-Conde Altea. (Fte: Archivo personal)

El ideal festivo incluye algunos símbolos cívicos institucionales y otros símbolos religiosos oficiales, como la *Real Señera*, el *Himno*, o la imagen de la *Virgen de los Desamparados*. En cuanto a los símbolos cívicos institucionales, señalar que los más relevantes para el fallero, en la mayoría de casos, son la *Real Señera* y el *Himno* de la Comunidad Valenciana (Ariño, 1992), llegando, en ocasiones, a un abuso en vez de uso, especialmente en el caso del *Himno*. La *Real Señera* está presente en todos los casales y acompaña en el escenario, junto al estandarte, los actos más relevantes de cada comisión. Del *Himno* ya se ha comentado en el apartado de simbología permanente y en

el aspecto religioso, simplemente significar la gran devoción de la gran mayoría del colectivo fallero por la *Mare de Deu dels Desamparats* (las cifras de participación en la ofrenda así lo avala (además de la celebración de su festividad el segundo fin de semana de mayo). También en el apartado de simbología particular se comentó el carácter individualizado que cada comisión le otorga a la imagen religiosa de la Virgen y, también significar que, aunque es la fiesta de San José, en pocos casales se puede observar una imagen del patrón, de hecho, una imagen del mismo, pero de mucho menor tamaño que la Virgen de los Desamparados, preside también la ofrenda, a las puertas de la Basílica de Valencia, pero desde hace tan sólo dos años.



Figura 48: Monólogos en casal de A.de Bellver-Garbí. (Fte: Archivo personal)

La esfera pública de las fallas

Como ya se expuso al principio del apartado dedicado a la sociología de las fallas y según Simmel (citado por Costa, 2003): “Estas actividades centrales de la sociabilidad (juego, humor, comensalismo y trabajo sociable) son reflexivas, contribuyendo a que los participantes consigan una mejor comprensión de la totalidad y las profundidades de la vida” (p.138). Estas actividades tienen una reflexividad que fundamenta un espacio público común. Entre ellas, el humor crítico (y autocrítico), es el núcleo de la comprensión festiva de la esfera pública de las fallas. El humor está presente en la sociabilidad, en el casal y en el taller del artista, así como en las demostraciones

públicas al aire libre, en las cabalgatas satíricas (*Cabalgata del Ninot*) y en las propias fallas artísticas (Costa, 2006).

Siguiendo con el esquema planteado por Costa (2003), caracteriza la “esfera pública” de las fallas, en dos vertientes. Una, que trata de las conversaciones y reuniones sociables cotidianas, que constituyen la base del sentido de la misma, y su relación reflexiva, con los medios de comunicación de masas, especialmente con la TV. La otra vertiente se centra en los aspectos más relevantes de los días festivos como son, la *Cabalgata del Ninot* y la falla artística, ambas incluyen crítica satírica.

Cabe exponer aquí que, según nuestra experiencia, habría que añadir un elemento más en la línea de los anteriores y que tiene que ver con el teatro asociado a la cultura de las fallas, sobre todo en su versión breve de *apropósitos* que, generalmente, llevan una notable carga crítico-satírica también y se representan en las presentaciones de falleras mayores (forman parte del ritual). Con lo que añadimos este tercer elemento.

Los *apropósitos* son frecuentes en el ámbito fallero, y obligados en aquellas comisiones que van a concurso de presentaciones. En muchas ocasiones se ejerce una crítica feroz sobre miembros de Junta Central Fallera o sobre cualquier aspecto de las fallas o de la ciudad relacionado con ellas. Posiblemente se viertan y realicen comentarios que serían impensables poder observar en la falla de la misma comisión, pero el carácter efímero de la palabra frente a la escultura, parece que difumina el miedo a la represalia del poder. Un autor, de la *Universitat de València*, que ha estudiado muy bien la representación teatral en el ámbito valenciano, ha sido Josep Lluís Sirera (1999), que en su artículo *El teatro valenciano en su contexto festivo*, describe:

Como ejemplo de representaciones teatrales surgidas al calor, o como consecuencia, de la evolución interna de la fiesta, podríamos aducir aquí el caso de las presentaciones falleras. En efecto, dentro del calendario festivo valenciano, el período festivo (que en realidad abarca todo el año, como sucede en las otras grandes fiestas del país) tiene su primer momento álgido cuando cada comisión entroniza a la que será la reina de las fiestas en su distrito: la fallera mayor. (p. 63)

Y continúa Sirera (1999):

El acto, sumamente ritualizado, se encuentra a medio camino entre los juegos florales y las representaciones teatrales. En efecto: tras la exaltación propiamente dicha, tiene lugar un fin de fiesta, en el que es tradición incorporar alguna representación de teatro popular valenciano (bien se trate de sainetes, bien de piezas escritas para la ocasión: *apropósitos*). Si bien es cierto que en la actualidad el fin de fiesta ha incorporado playbacks y partes

musicales, todavía es posible encontrar presentaciones de una gran complejidad teatral. (p. 63)

Y más adelante, el autor suscribe: “Ya me he referido antes al subgénero sainetístico de los *apropósitos*, pequeños sainetes en los que se ensalza (y/o mitifica) la fiesta fallera, y a sus protagonistas, y que sólo se representa en las presentaciones de las falleras mayores” (Sirera, 1999, p. 63).

Aunque aquí, Sirera aduce a ensalzar y/o mitificar, hemos podido asistir a numerosas obras de este tipo en las que se ejercía una notable crítica y sátira a protagonistas de la fiesta, normalmente de la cúpula festiva.

La última reflexión que nos deja el trabajo de Costa (2006), subraya:

En contraposición a Habermas, que descarta la esfera pública plebeya, las fallas indican que, al menos en Valencia, la esfera pública popular está todavía viva, y que los mitos, lejos de haber desaparecido de la vida moderna, pueden estar aún en el centro de la crítica popular en la modernidad. (p. 103)

3.2.3 Otras visiones sobre la sociología de las fallas.

De las múltiples perspectivas que se pueden observar sobre la fiesta de las fallas, desde la sociología, se ha elegido como base de partida la de Xavier Costa, a través de su estudio etnográfico, que se ha complementado con datos de nuestra experiencia para explicar, de forma más o menos pormenorizada, la estructura y funcionamiento de la misma, pero, evidentemente, existen otras visiones sociológicas en cuanto a los estudios sobre la fiesta en España, que citamos brevemente.

En este contexto, cabe resaltar el trabajo sobre sociabilidad festera de Pedro García Pilán (2006), en el que habla que:

La proliferación de grupos especializados en la organización del ritual festivo es una de las características definitorias principales de la fiesta de la modernidad. Emerge un tipo de sociabilidad con rasgos inequívocamente modernos, que recurre a la tradición como ideología legitimadora. Sin embargo, estas nuevas formas de sociabilidad sólo pueden actuar como mecanismos de retradicionalización selectiva de la vida cotidiana. Lejos de constituir una mera herencia del pasado, la tradición se construye cotidianamente en el ejercicio que de la misma efectúan los agentes, produciéndose así nuevas formas de sacralidad intramundana, que convierten a la sociabilidad festera en un mecanismo de reencantamiento débil de un mundo secularizado. (p.77)

Para García Pilán, a diferencia de otros puntos de vista estudiados, la tradición se construye día a día, es como un invento de la modernidad. El autor defiende que la

tradición ha muerto, ya lo hizo en la modernidad y, ahora más aun en la posmodernidad. Por eso, hay que construirla cotidianamente. La tradición se plantea como un juego para recrear identidades básicamente, y mediante la sociabilidad, la gente entra en la esfera de lo sagrado.

Por último, simplemente apuntar que, evidentemente, el debate sobre sociabilidad de las fallas sería motivo de un tratamiento más extenso que por motivos de espacio, tiempo y objetivos no es alcanzable, pero queda patente que, la evolución de la fiesta, de forma paralela a la evolución de la sociedad, genera constantemente objetos de estudio para el campo de las ciencias sociales. Por eso, cabe destacar la siguiente reflexión de Ariño y García (2006):

Reciclada, transformada y alterada, la fiesta sigue muy viva, y no cabe duda que constituye un campo privilegiado de producción de sociedad, a la vez que una atalaya desde la que explorar algunas de sus transformaciones. Ante ella, los científicos sociales no pueden quedar indiferentes. (p. 22)

3.3 Fundamentos comunicativos para el estudio de las fallas.

Antonio Gramsci (1891-1937), fue un líder político italiano, el principal intelectual del marxismo en Occidente y que se preocupó especialmente por la cultura popular (Serna y Pons, 2011). Estuvo detenido por el régimen mussoliniano en 1926, lo que le llevó a ser un preso político y que, aprovechando la soledad de su celda, se dedicó a escribir sus cuadernos de cárcel.

En ellos, son muchas las reflexiones que nos aporta la obra literaria de Gramsci sobre la cultura popular y que describen Serna y Pons en su publicación sobre el autor italiano. Algunas de ellas, nos demuestran su visión sobre la misma y que destacamos en este resumen.

Para Gramsci, la cultura popular es un campo de lucha desequilibrada, condicionada, por una parte, por la filosofía que marca las clases subalternas o el pueblo, y las clases históricamente impuestas, las dominantes. Obtiene una visión social constituida por dos grupos, el hegemónico, que controla y dirige, y el subalterno o subordinado. También habla del fenómeno de la alienación o manipulación que se produce cuando éstas últimas controlan y asumen como sentido común, a la ideología impuesta.

Se observa que Gramsci asocia la cultura popular a la subalternidad. Pero, además, apunta otra reflexión muy interesante asociada a la cultura popular, la creatividad. En sus cuadernos de cárcel, estudia sobre cuatro temas para él fundamentales: en primer lugar, analizar la formación del espíritu público en la Italia del siglo XIX (estudios sobre los intelectuales italianos, sus orígenes, sus agrupaciones, etc.); en segundo lugar, un estudio de lingüística comparada; en tercer lugar, un examen del teatro de Luigi Pirandello y, finalmente, un ensayo sobre el folletín, sobre la novela por entregas y sobre el gusto en la literatura popular. Para Gramsci, aunque eran temas muy distintos, había un elemento que servía de nexo común entre todos ellos. En efecto, la homogeneidad en esos cuatro temas la constituye el espíritu popular creador, en sus diversas fases y grados de desarrollo; está en el fundamento de todos en la misma medida (Serna y Pons, 2011).

Esa referencia al espíritu popular creador nos advierte de la importancia que da el autor a la historia, en la que aquél ha de entenderse, y, por otro lado, para Gramsci, el individuo es un producto social y un productor de sí mismo, mantiene relaciones con los restantes hombres y su acción sólo es inteligible dentro de estas relaciones, que a su vez contienen el propio pasado de éstas (Serna y Pons, 2011).

Por último, significar la reflexión de Gramsci sobre la importancia de la prensa. Reflexiona sobre el caudal informativo que maneja, la riqueza de contenidos culturales que se difunden, pero advierte de lo bien preparados que deben estar los emisores para construir noticias, del rigor e importancia de lo que se dice y de la responsabilidad de los juicios que se vierten. Además, habla de la exigencia que debe tener también el receptor. Se plantea que el objetivo no es solo hacer buen periodismo, sino transformar la sociedad.

Además de esta visión de Gramsci sobre cultura popular, también resulta muy interesante el punto de vista sobre la misma, del escritor soviético Mijail Bajtin, elaborada en el contexto del escritor francés Francois Rabelais, considerado éste último, uno de los autores europeos más importantes (Bajtin, 1990). Fue el más democrático de los modernos maestros literarios, pero “su cualidad principal es la de estar más profundamente ligado que los demás a las fuentes populares” (Bajtin, 1990, p.8).

El trabajo literario de Bajtin sobre la cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento (1990), toma como referencia el contexto del escritor francés y se trata de un estudio de la cultura cómica popular, entremezclada con la cultura oficial y conformada durante la Edad Media en un ámbito totalmente autónomo que niega y

parodia, con visiones simétricas y antagónicas, aspectos y manifestaciones de la fe, la ideología, las costumbres, el saber y los mitos de la sociedad feudal. El vocabulario, los banquetes, la imagen grotesca del cuerpo, entre otros, son aspectos básicos de la cultura cómica popular que se abordan en la citada obra.

Las imágenes de Rabelais, se distinguen por su carácter no oficial, y contrarias a toda perfección definitiva y a toda formalidad limitada. Para ser comprendido exige una nueva concepción radical artística e ideológica, rechazar gustos literarios profundamente arraigados y una investigación profunda sobre la literatura cómica popular, insuficientemente explorada.

La risa popular y sus formas, constituían el campo menos estudiado de la creación popular. Sin embargo, la importancia de la cultura cómica popular era considerable en la Edad Media y en el Renacimiento. El mundo de las formas y las manifestaciones de la risa, se oponía a la cultura oficial y al tono serio, religioso y feudal de la época. Dentro de su diversidad (fiestas carnalescas, ritos, bufones, etc.), estas manifestaciones, poseen una unidad de estilo y constituyen partes de la cultura cómica popular, fundamentalmente de la cultura carnalesca. Estas manifestaciones, pueden dividirse en tres grandes grupos (Bajtín, 1990): formas y rituales del espectáculo (festejos carnalescos, obras cómicas en plazas públicas, etc.); obras cómicas verbales (incluso parodias) de diversa naturaleza, orales y escritas y, por último, diversas formas y tipos del vocabulario familiar y grosero (insultos, lemas populares, etc.).

Estas tres formas cómicas de ver el mundo, están relacionadas y se pueden combinar entre sí.

Los festejos del carnaval eran muy importantes en la época medieval. Según cuenta Bajtín (1990):

Ofrecían una visión del mundo, del hombre y de las relaciones humanas totalmente diferentes, intencionadamente no oficial, externa a la Iglesia y al Estado; parecían haber construido, a modo de un segundo mundo y una segunda vida [...]. Esto creaba una especie de dualidad del mundo, y creemos que sin tomar esto en consideración, no se podría comprender ni la conciencia cultural de la Edad Media, ni la civilización renacentista. (p. 11)

Esta dualidad de percepción mundana ya existía en la antigüedad, pero se establecía de una manera más equitativa. Cuando se establece el régimen de clases y de Estado, se hace imposible otorgar a ambos aspectos derechos iguales, así, las formas cómicas adquieren un carácter no oficial, su sentido se modifica para convertirse en formas fundamentales de la visión y cultura populares. Los espectáculos cómicos de la Edad

Media, desprovistos totalmente de dogmatismo religioso (algunas son auténticas parodias de la vida religiosa), en razón de un poderoso elemento de juego, se relacionan con formas artísticas relacionadas con la animación de imágenes, es decir, con las formas del espectáculo teatral, que a su vez se asemejan en lo esencial a los carnavales populares, pero, el núcleo de esta cultura, es decir del carnaval, no es una forma puramente artística del espectáculo teatral, no pertenece al dominio del arte, está situado en la frontera entre el arte y la vida. Está presentada como la vida misma, pero a través de los elementos característicos del juego. De hecho, en el carnaval se ignoran totalmente los roles de actores y espectadores. Todos lo viven de forma única, indistintamente, el carnaval está hecho para todo el pueblo. Como apunta Bajtin (1990): “El carnaval posee un carácter universal, es un estado peculiar del mundo: su renacimiento y su renovación, en los que cada individuo participa” (p.13). Forma parte, indiscutiblemente, de la cultura participativa. Pero en este sentido, hemos visto, que no era una forma de espectáculo teatral, sino una forma concreta de vida (como las fallas), que no era representada sobre un escenario, sino vivida intensamente. En resumen, durante el carnaval, la vida misma juega e interpreta, sin estructura teatral, su propio renacimiento y renovación sobre la base de mejores principios. Aquí, la forma efectiva de la vida misma es al mismo tiempo su forma ideal resucitada (Bajtin, 1990). A diferencia de la fiesta oficial, el carnaval era el triunfo de una especie de liberación transitoria, la abolición de la jerarquía, de los privilegios, de las reglas y los tabúes. Se oponía a toda reglamentación, a toda perpetuación, se apuntaba a un porvenir, aun incompleto. En el carnaval, todos son iguales. Además, esta eliminación provisional de la jerarquía, creaba en la plaza pública un tipo de comunicación inconcebible en condiciones normales, un lenguaje carnavalesco típico, al que nos referiremos más adelante.

La segunda forma cómica, habla de la literatura cómica medieval, que, a pesar de las diferencias de géneros y épocas, sigue siendo la expresión de la cosmovisión popular y carnavalesca y sigue empleando la lengua con sus formas y símbolos. La literatura latina paródica o semi-paródica, las liturgias paródicas, las disputas y diálogos paródicos o la literatura cómica en lengua vulgar, como las imitaciones laicas, las plegarias paródicas o las homilias (sermones alegres), conformaban un escenario literario en el que lo predominante eran, sobre todo, las parodias e imitaciones laicas que escarnecían el régimen feudal.

La tercera forma de expresión cómica popular habla del vocabulario familiar, público y grosero de la Edad Media y el Renacimiento. Ya se comentó que, durante el carnaval, en la plaza pública, la abolición jerárquica y de las normas y reglas vigentes creaban un tipo especial de comunicación, imposible de establecer en la vida ordinaria. Esta nueva forma de comunicación produjo nuevas formas lingüísticas como diminutivos, sobrenombres, epítetos injuriosos que pueden adquirir un sentido afectuoso, incluso pueden llegar al lenguaje no verbal (palmotearse en la espalda o en el vientre-gesto carnavalesco por excelencia-), no se precisa evitar tabúes, por lo que se pueden decir palabras y expresiones inconvenientes. El lenguaje familiar de la plaza pública se caracteriza por el uso frecuente de groserías y de palabras injuriosas.

En este contexto, y tras repasar estas expresiones cómicas de la vida medieval, conviene recordar el predominio excepcional que tiene en la obra de Rabelais, el principio de la vida material y corporal: imágenes del cuerpo, de la bebida, del sexo, etc. son imágenes exageradas e hipertrofiadas. Estas imágenes, cuenta Bajtin (1990):

En Rabelais (y en los demás autores del Renacimiento) son la herencia (un tanto modificada, para ser precisos) de la cultura cómica popular, de un tipo peculiar de imágenes y, más ampliamente, de una concepción estética de la vida práctica que caracteriza a esta cultura y la diferencia claramente de las culturas de los siglos posteriores (a partir del clasicismo). Vamos a darle a esta concepción el nombre convencional de realismo grotesco. (p. 23)

En éste, el principio material y corporal es percibido como universal y popular, el portador del mismo, no es el ser biológico aislado ni el egoísta burgués, sino el pueblo, que en su evolución crece y se renueva constantemente. Por eso, el elemento corporal es tan magnífico, exagerado e infinito. El centro material de estas imágenes de la vida corporal y material son la fertilidad, el crecimiento y la superabundancia. El rasgo más destacado del realismo grotesco es la degradación, o transferencia al plano material y corporal de lo elevado, lo espiritual, ideal y abstracto. Todas las formas de realismo grotesco, tienden a degradar, corporizar y vulgarizar. Esto caracteriza a este realismo, que lo separa de otras formas nobles de literatura y arte medieval. La risa popular, estuvo siempre ligada a lo material y corporal. La risa degrada y materializa. En el realismo grotesco, lo alto y lo bajo poseen allí un sentido completa y rigurosamente topográfico. En su versión corporal, lo alto está representado por el rostro (la cabeza) y lo bajo por los órganos genitales, el vientre y el trasero. El realismo grotesco y la parodia medieval se basan en estas significaciones absolutas. Al degradar se amortaja y se siembra a la vez, se mata y se da a luz algo superior.

Como señala Bajtin (1990):

Degradar significa entrar en comunión con la vida de la parte inferior del cuerpo, el vientre y los órganos genitales, y en consecuencia también con los actos como el coito, el embarazo, el alumbramiento, la absorción de alimentos y la satisfacción de las necesidades naturales. La degradación cava la tumba corporal para dar lugar a un nuevo nacimiento. De allí que no tenga exclusivamente un valor negativo sino también positivo y regenerador. Es ambivalente, es a la vez negación y afirmación. (p.25)

Podemos resumir, por tanto, que la exageración, el hiperbolismo, la profusión, el exceso, son, como se ha visto, los signos más característicos del estilo grotesco (Bajtin, 1990).



Figura 49: Realismo grotesco del Ministro Montoro (Fte: Archivo personal)

Expuestas las reflexiones de Bajtin, damos a conocer ahora, otras visiones también interesantes sobre la cultura popular.

Hay una relación entre fiesta y sociedad o entre fiesta y pueblo, como relación causa-efecto, como si, evidentemente, resultase imposible observar lo uno sin lo otro. Sin la participación de los ciudadanos, o del pueblo, no hay fiesta. En este sentido, cabe subrayar, algunos ejemplos de investigadores sobre las fiestas o las tradiciones populares, que nos dejan reflexiones interesantes sobre los conceptos de cultura festiva, participativa, y popular. Por ejemplo, J. Bertran (2000), plantea sus claves para entender la fiesta y la señala como patrimonio vivo y muy particular, con identidad propia por ser evolutivo, modelable y participativo como razón principal de su existencia, sin las personas, no habría fiesta.

Por otro lado, el concepto de popular aplicado a la fiesta, tiene que ver con el protagonismo del pueblo y que debe ser “del” y “para” el pueblo. Sería uno de los criterios definidores de las fiestas populares (Prat y Contreras, 1982). Además, ya hemos visto que algunos autores, definen a la fiesta popular como la no oficial. En este

sentido, Zubieta (2000), abordando el tema del carnaval, plantea esta dualidad entre cultura popular y no oficial, como antagónica a la cultura oficial. Habla de la cultura del carnaval y la presenta como laica y como no sometida al poder hegemónico de la Iglesia y del orden. Refuerza el ámbito de plaza pública donde se desarrolla, como espacio libre del pueblo para expresar sus libertades, invirtiendo valores, jerarquías, normas y tabús de todo tipo, en resumen, un posicionamiento totalmente contrario a la cultura oficial.

Como vemos, para el autor, como ocurre en otros muchos casos, el máximo exponente de cultura popular es la fiesta del carnaval, matizando, de nuevo, el concepto de plaza pública como referencia festiva de reflexión.

En este contexto, también es importante la reflexión de Delgado (1992), que considera que la separación entre fiesta popular y no oficial no es más que un artefacto conceptual confuso e inservible, simplemente significa que para que una fiesta exista, la única condición pertinente, es que sea participativa. El mismo autor, posteriormente, realiza un planteamiento sobre la fiesta, en la que define la capacidad implícita de ésta de generar ilusión de comunidad: habla de la fiesta como una esfera protésica, en la que, de modo similar a un proceso físico, un grupo de individuos es capaz de generar y percibir una energía que lo transforman en comunidad unida, independientemente de sus valores o intereses (Delgado, 1999).

El concepto de comunidad, como vemos y tal como ya habían propuesto otros autores vistos anteriormente, es clave para entender el éxito y la consolidación de la fiesta. Esta identidad compartida, la legítima y la perpetua. Asimismo, esta noción de comunidad, es el elemento estructural de la misma y contiene los elementos, conscientes o no, más condicionantes de la participación, unas razones que van más allá del debate polisémico como fiesta, popular, tradicional, folclórica y otros.

Por otro lado, y ya en el contexto psicológico, encontramos estudios donde se encuentran las razones que fundamentan la participación social en las fiestas, desde las bases de la psique oculta que nos marcan la necesidad del “nosotros” por las cuales nos convertimos en seres sociables. Freud (1996), nos plantea tres fuentes de malestar comunes a todos los seres humanos, a partir de las cuales, necesitamos recurrir a lo social, y, por tanto, a la fiesta como elemento de salvación. Estas tres fuentes de malestar son: la caducidad del propio cuerpo; las amenazas y peligros del mundo exterior, relacionados con la superioridad de la naturaleza y la dificultad de la relación con los demás.

Sobre estos elementos del malestar humano, la sociedad, la cultura y la fiesta, conforman un lugar esencial para la curación en el ámbito de las patologías psíquicas (Freud, 1996). Sin duda, la fiesta y la participación activa en la misma, tiene efectos socializadores y terapéuticos importantes.

Esta participación festiva y social, constituye además un elemento de identidad, de acuerdo a un lenguaje simbólico que el grupo propone como normal. El individuo pasará a decir, no sin cierta dosis de orgullo, “Yo soy...”, por el sentimiento de pertenencia a la comunidad que su cuota de participación le otorga.

En ese sentido y siguiendo a Levi-Strauss (1995), la fiesta, para alcanzar grado notable de participación, debe ser eficaz, es decir, servir al individuo de algo más que la participación, como construir relaciones o identidades que le den fuerza y continuidad.

Por último, consideramos a Peter Burke (1978), en sus estudios sobre la cultura europea, donde comienza con el inevitable debate sobre cómo definir el término de cultura popular. Así, en el prólogo de su libro, señala:

Respecto a la cultura popular, parece preferible definirla inicialmente en sentido negativo como cultura no oficial, la cultura que no formaba parte de la élite, la de las clases subordinadas tal como las definió Gramsci. En el caso de la Europa moderna, estas clases estaban formadas por una multitud de grupos sociales más o menos definidos, de los que los más notables eran artesanos y los campesinos. (p. 29)

Asimismo, Burke (1978) en el texto describe sobre el concepto de cultura en estos grupos:

Nos encontramos con canciones y cuentos populares; imágenes piadosas; cofres nupciales decorados; farsas y dramas sacramentales; sátiras y libretos populares y, sobre todo, fiestas como la de los santos o las grandes festividades como la Navidad, año nuevo, carnaval, mayo o el solsticio de verano. Es éste el material con el que está relacionado este libro; con los artesanos y los campesinos, con los libros impresos o con la tradición oral. (p. 63)

En este libro, el autor habla sobre los cambios y la evolución de esta cultura desde 1500 hasta 1800. En él relata que el siglo XVI fue una época de plenitud de la cultura popular, pero además realiza una matización reveladora: “En 1500, [...] la cultura era una cultura de todos, una segunda cultura para los más instruidos y la única para el resto” (Burke, 1978, p. 376).

Para Burke, el siglo XVII fue una época de retroceso para la cultura popular, sobre todo, por las reformas religiosas (protestante y católica). Fue criticada por pagana y por inmoral, aunque la reforma católica fue más moderada en sus críticas ya que proponía

básicamente modificarla (su censura más dura fue hacia el carnaval, y les preocupaba que los días y las actitudes del carnaval, no invadiesen los límites de la cuaresma), mientras que en los protestantes, su reforma iba encaminada a abolir la cultura popular. Estas censuras y prohibiciones provocaron un retroceso de la misma, pero, por el contrario, fomentaron una cultura alternativa, la pedagogía de la palabra (sermones, catecismos o traducciones de la Biblia), fue la principal alternativa fomentada por los protestantes, sin embargo, los católicos ofrecieron al pueblo la pedagogía de la imagen, o la utilización del arte como instrumento de propaganda religiosa.

En el siglo XVIII se produce el mayor cisma entre cultura popular y cultura de las élites, en el momento en que las clases altas renunciaron a participar en la primera. Así, a finales del XVIII y principios del XIX, ante el divorcio entre las dos culturas, un grupo de intelectuales descubrieron la cultura y el arte popular e intentaron recuperar algunas de sus formas. El inicio de este movimiento se produjo en Alemania, con J.F. Herbert y los hermanos Grimm (Burke, 1978), que se dedicaron a recopilar elementos de la creación popular, cuentos, canciones, etc.

Observamos hasta aquí, la visión historicista de Peter Burke al considerar el arte popular tradicional como el arte no oficial, el arte de los grupos que no forman parte de la élite, el de las clases subalternas o subordinadas.

Pero, en un sentido dinámico de la cultura popular, destacamos las últimas reflexiones de Peter Burke sobre la misma, reconociendo que es un concepto evolutivo, que cambia con el tiempo y el contexto, que responde a unas bases y criterios, pero que se adapta asimismo a los tiempos y las épocas. En este caso nos situamos en la versión de su libro *La cultura popular en la Europa moderna*, pero en su tercera edición actualizada (Burke, 2014), en la que el autor, se replantea de nuevo, la dificultad para poder describir e interpretar los términos de cultura y popular. Comienza advirtiendo del problema de lo popular, y ya advierte de que el término cultura popular da una falsa imagen de homogeneidad y que sería mejor sustituirlo por culturas populares o culturas de las clases populares. Otro problema que plantea es la concepción de modelo de culturas a dos niveles, que precisamente había expuesto él mismo en sus ediciones anteriores: la de las élites y la de los pueblos. Observa ahora que el límite o la frontera entre ambas es porosa y que se debería centrar más el estudio de ambas en su interacción que en su diversidad. Cita la obra de Bajtin como punto de inflexión por la definición de cultura del carnaval y tras varias reflexiones aludiendo a otros autores, se plantea si no deberíamos olvidarnos o sustituir la noción concebida hasta ahora de

popular. Observa que, tras la televisión y los medios de comunicación, los europeos han adquirido lo más parecido a una cultura común desde que las élites renacentistas se distanciaron de lo que empezaron a denominar cultura popular. Acepta que el término cultura común hubiera sido de utilidad para describir el periodo anterior a ese distanciamiento, cuando las élites eran biculturales o anfibia. Habla de que otra forma de evitar el problema de lo popular sería hablar de la historia desde arriba y desde abajo, o hablar de hegemonía de la cultura en términos de negociación, o quizá hablar, mejor, de cultura del centro y de la periferia, pero cualquier visión de ellas presenta dificultades para exponerla con una defensa rigurosa. El problema, es que una cultura es un sistema con límites difusos. Entonces, tras seguir los trabajos de varios teóricos sociales franceses y antropólogos estadounidenses, advierte si no es mejor fijarse en el análisis de los usos creativos en diversos contextos, es decir, lo que se denomina la historia social de las cosas, o lo que es lo mismo, no definir de entrada como populares, determinados conjuntos de textos, sino analizar las formas concretas de apropiación de esos objetos por parte de grupos específicos en determinadas épocas y lugares. En su opinión, ésta sigue siendo la mayor aportación al análisis de la cultura popular desde la década de 1970 (Burke, 2014). Pero, continúa Burke, aún así seguimos encontrando problemas. Este planteamiento también presenta debilidades notables, reflexiona, pues, que el interés, relativamente reciente de los historiadores hacia el consumo, los usos y las prácticas implican la necesidad de reexaminar y redefinir tanto la noción de cultura como la de pueblo.

Siguiendo con esta última versión del trabajo de Burke, tras analizar el problema de lo popular, reflexiona sobre la noción de cultura, y advierte que los problemas inherentes al análisis de este término son mucho mayores que en el término anterior, y es, según Burke, porque se ha ampliado notablemente su campo de estudio. Antes, cultura tendía a referirse al arte, la literatura y la música; hoy se sigue una línea más antropológica y abarca casi cualquier cosa que se pueda dar en una sociedad dada (comer, vestir, andar, hablar, etc.).

En resumen, cultura significa hoy lo que sucede en la vida cotidiana. Hoy se refiere como parte de un sistema que va cambiando de sociedad en sociedad y que varía de un siglo a otro, por lo tanto, requiere de algún tipo de explicación histórica. De ahí que se denomine a la nueva historia cultural, historia sociocultural, para distinguirla de formas más convencionales de la historia del arte, la literatura y la música. Para finalizar su reflexión, Burke realiza un ejercicio de autocrítica de sus publicaciones anteriores y en

plena vorágine de autorreflexión, tras hablar de su primera edición, comenta que, en ella, pretendía dar a los conceptos clave, artefactos y representaciones, un sentido amplio y, sin embargo, para la actual edición (Burke, 2014), admite que el libro se centra en una gama de objetos (sobre todo imágenes, texto impresos y casas) y de representaciones (sobre todo cantar, bailar, actuar en el teatro o participar en rituales) menos extensa. Todo ello, sin perjuicio de seguir pensando que un libro como éste, centrado en artefactos y representaciones, sigue siendo muy válido porque limitar el alcance del tema facilita el análisis comparado. También, nos da la ventaja de lo que los franceses dicen hacer historia social. Observa que no se puede trazar un límite preciso entre el sentido amplio y el restringido de cultura, y finaliza:

De forma similar, puede que sea de utilidad que los historiadores de la cultura no se definan a sí mismos como miembros de un área específica como el arte, la literatura y la música, sino como especialistas en valores y símbolos, dondequiera que estos se encuentren, en la vida cotidiana, entre la gente corriente o en la actuación concreta de las élites. (Burke, 2014, p. 36)

En la actualidad, la cultura popular tiende a cultura común o cultura social, eso implicaría reconocer los límites porosos y difusos de la frontera entre alta cultura y baja cultura, además de significar que, cada vez más, el término cultura popular puede ser tan amplio como uno quiera, por lo que es conveniente acotarlo para hacer un estudio referencial y, en esa cuestión, nos ayuda mucho el considerar la cuestión como el estudio de objetos y representaciones en una época dada y para un contexto determinado.

3.3.1 Tipología de la comunicación

Podemos identificar tres grandes grupos de formas comunicativas. Por un lado, formas privadas, generalmente informales, e interpersonales o grupales y en las que puede mediar tecnología. Son, sobre todo, objeto de estudio de la psicología y la teoría de la comunicación. Por otro lado, formas sociales, de mayor participación y formalidad (intergrupales, institucionales o públicas), en que, además de la psicología, interviene la sociología. Y, en tercer lugar, formas masivas, con carácter de masa de participantes y comunicación lineal y con ausencia de *feedback*; existe dependencia total de la mediación tecnológica y de la elevada formalización y, además, con interlocutores anónimos. En las fallas conviven todas estas formas de comunicación humana.

La comunicación intrapersonal se lleva a cabo en el interior de una persona, es decir, interiorizamos nuestras experiencias y no hay una exteriorización de la misma (Aguado, 2004). Por tanto, es un proceso reflexivo a modo de dialogo con nosotros mismos que tiene lugar en el ámbito privado, en donde el individuo es emisor y receptor del mismo mensaje. El ámbito de la comunicación interpersonal (en el sentido literal de comunicación entre dos o entre pocos individuos) suele asociarse con la comunicación cara a cara, aunque, en realidad, incluye también otro tipo de interacciones. Así, conviene considerar en este ámbito, las siguientes variedades de comunicación: cara a cara; no verbal; con mediación tecnológica; con delimitación y coordinación de roles; y comunicación grupal. La comunicación cara a cara es la forma más habitual de la comunicación interpersonal, en presencia mutua y en acción simultánea. Implica una amplia variedad de formas sociales, desde el dialogo privado, hasta el institucional o protocolario. La comunicación no verbal es un rasgo muy importante y característico de las formas de comunicación presenciales; es el de involucrar el acceso visual a la actitud del interlocutor. Por su importancia en este trabajo, le dedicamos un epígrafe más adelante. La comunicación con mediación tecnológica aporta cambios muy importantes en el panorama comunicativo actual, por lo que, de la misma manera que en la comunicación no verbal, se le dedica un apartado especial. Y por último, la delimitación y coordinación de roles, además del contexto en que se enmarca un acto comunicativo, también tienen notable importancia, donde los participantes asumen y coordinan roles adecuados al mismo.

Para entender mejor la comunicación grupal es interesante exponer algunas ideas del trabajo de Lewin que describe Aguado (2004), sobre este tema. Por ejemplo, su *Teoría de campo de fuerzas*. Esta teoría se basa en que la psicología no debe abordar el estudio de la persona y el entorno como si fuesen dos elementos a analizar separadamente, sino que hay que ver el modo en el que interactúan en tiempo real. Para ello, Kurt Lewin se inspiró en los estudios de la física y tomó prestada la idea de campo de fuerza. Planteó la concepción del grupo social como un campo (el entorno inmediato del individuo) en el que podían observarse una serie de fuerzas de atracción o rechazo que configuraban por igual la dinámica del grupo y las preferencias emotivas (y por tanto, motivacionales) del individuo. Lewin, por tanto, concibe el espacio vital del individuo como un campo en el que actúan fuerzas de carácter afectivo o emotivo (filiaciones) que inciden en la motivación y en las conductas del individuo. En este sentido, la percepción del mundo social que tiene el individuo se hallaría mediada por la percepción del mundo social

(valores compartidos) que tiene el grupo y por la situación del individuo en la dinámica de su grupo (rol). Así, esta teoría establece que, lo que ocurre mientras ese proceso de cambio se desarrolla, pasa en el seno de un campo dinámico, en el que el estado de cada parte de ese campo de fuerza afecta a todas las demás. Desde ese punto de vista, y según Lewin, en Aguado (2004), considera que para cambiar la conducta de un individuo es más acertado actuar sobre su grupo que sobre el individuo de forma aislada. Es decir, desde el punto de vista de la persuasión, es más rentable plantear cambios en decisiones de grupo que en decisiones individuales.

Además, Lewin consigue distinguir dos tipologías de grupo. Por un lado, el grupo primario, con pocos componentes, de carácter íntimo, que tienen contacto regular y directo. En éste, se describe una existencia independiente del propósito del grupo y un mantenimiento dependiente de la implicación emocional de los miembros; por ejemplo, uno de forma natural como es familia, u otro creado artificialmente como es una peña. Por otro lado, se debe considerar el grupo secundario, más amplio, de carácter impersonal, con contacto menos directo entre sus miembros y una existencia dependiente del propósito del grupo, también se observa un mantenimiento dependiente de la implicación funcional/estructural de los miembros.

Dentro de la dinámica de grupos, para Lewin juega un papel fundamental la figura del líder, que cataliza las decisiones del grupo y coordina sus evoluciones. Distingue cuatro tipos: autocrático; democrático; burocrático y *laissez-faire*.

El autocrático necesita reconocimiento de su autoridad y mantiene las distancias, toma decisiones autónomas, se asegura de que se cumplan sus órdenes, censura al incumplidor y son admirados por el resto. El democrático toma decisiones participativas, busca el acuerdo y el consenso, privilegia el espíritu de equipo la cohesión del grupo y la discusión racional. El burocrático obtiene su autoridad del cumplimiento estricto de normas, por lo que suele tener un carácter más estático y poco innovador. Por último, el *laissez-faire* se trata del líder de compromiso que no ejerce de tal, se limita a dejar que las cosas sucedan y evita la toma decisiones.

Respecto a la comunicación organizacional, los procesos de comunicación en este ámbito, configuran tres aspectos característicos de este perfil (Aguado, 2004). Por un lado, la cultura organizacional se puede considerar el conjunto de hábitos que conforman la dinámica de una organización y que, constituyen su espíritu. Por otro lado, la identidad organizacional equivale a la percepción de sí misma que tiene la

organización, de su visión, misión y objetivos, sus criterios y rasgos definatorios. Por último, la imagen organizacional es la percepción que los otros tienen de ella.

En otro sentido, una corriente importante de teorías de la organización, tienden a considerar a la organización como un sistema, es decir, como un conjunto de partes interrelacionadas en equilibrio dinámico (Lucas, 2013). Este sistema es abierto, en sentido de que hay relación con el exterior, con la sociedad, de la que se reciben unas influencias o *inputs* y a la que se le da unos resultados u *outputs*. De esta manera, podemos hablar de dos formas de relacionarse en las organizaciones: comunicación interna, en referencia a la que mantienen los miembros de la organización entre sí, y comunicación externa, que lleva a la transmisión de información con personas y grupos del exterior. También, dentro de la estructura de una organización, se puede diferenciar la comunicación formal de la informal.

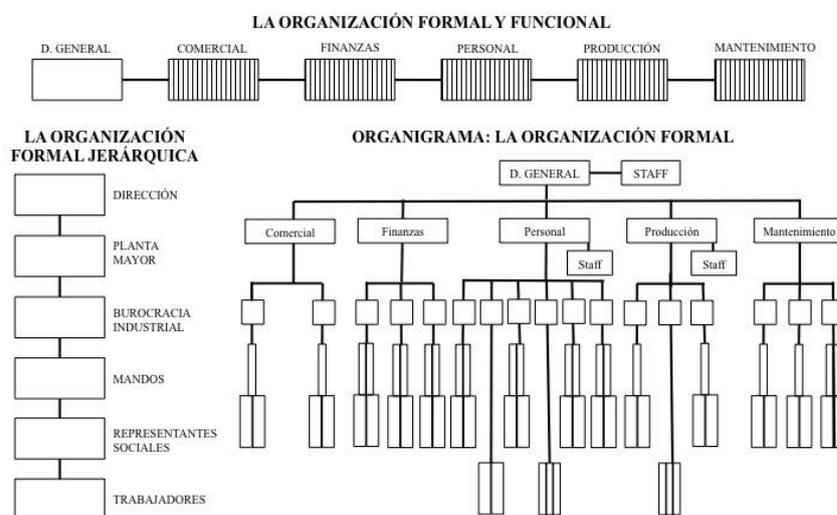


Figura 50: Organización formal (Fte LUCAS, A. (2013). Sociología de las Organizaciones, Madrid, Fragua,, pp.471)

La comunicación formal, o aquella que es de carácter intencional, planeada por la dirección, está perfectamente definida y constituida por la organización, para sus intereses y utiliza canales oficiales. En ella, si tenemos en cuenta el tipo de línea marcada (horizontal o vertical) y el sentido (ascendente o descendente), nos permite establecer tres tipologías de comunicación formal en una organización (Lucas, 2013): comunicación horizontal que se da entre personas consideradas iguales a nivel jerárquico; comunicación descendente que tiende a ser considerada la forma natural de comunicar en las organizaciones, por el carácter piramidal del organigrama, y la

comunicación ascendente que va acompañada de dificultades que la hacen casi inexistente si su forma no está prevista. Cada nuevo escalón del ascenso de una información, se encuentra con una competencia de mensajes, que intenta subir por un cauce progresivamente más estrecho, con lo que se produce una auténtica criba.

Por el contrario, la comunicación informal, que se crea espontáneamente, por intereses particulares, es la no establecida por la organización y a través de canales no formales. Una de las manifestaciones de ésta última son, precisamente, los rumores que se generan de forma incontrolada. Considerar las líneas de comunicación informal de una organización es fundamental en cualquier política comunicativa de una organización, así como ser conscientes de la presencia de pequeños grupos de personas (familiares, naturales, organizados) que señalan sólidas líneas de comunicación personal, con frecuencia, más consistentes y fiables que los cauces formales (Lucas, 2013).

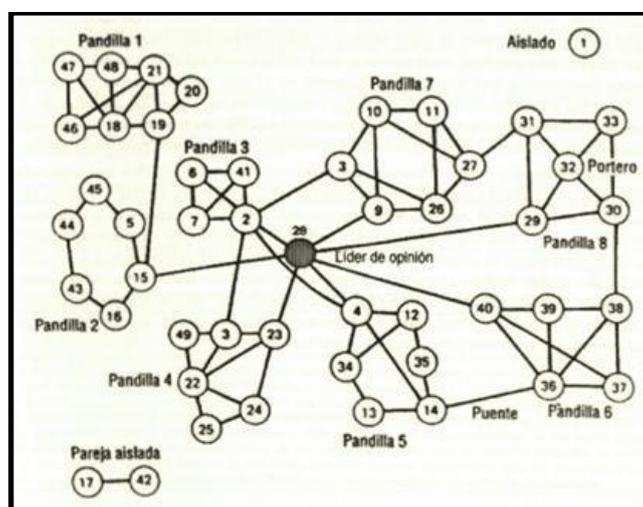


Figura 51: Formas de organización en grupos informales (Fte. LUCAS, A. (2013): Sociología de las Organizaciones, Madrid, Fragua, pp.473)

En la gráfica adjunta, se pone de manifiesto, la existencia de grupos o pandillas conectados. Su análisis nos señala la importancia general de cada persona o posición en la organización. Desde el punto de vista comunicativo, es fácil comprender que el individuo aislado o la pareja, tienen muy poca importancia, casi ninguna, sin embargo, en el otro extremo, saber las conexiones del líder (*influencer*) y sus posibilidades de dar o recibir información en todos los ámbitos, es de capital relevancia.

La comunicación pública, mediada, colectiva y/o “de masas” según su definición tradicional, ha quedado superada por las tecnologías de la comunicación más recientes y por las nuevas realidades sociales (Estrada y Rodrigo, 2009). Es cierto que resulta difícil

establecer la frontera entre lo que es comunicación pública y masiva, sobre todo, porque, en principio, podría interpretarse que una es prolongación de la otra en términos cuantitativos de alcance de audiencias. Por ejemplo, una de las definiciones que podemos encontrar en la bibliografía es: “la comunicación pública es aquella que se lleva a cabo a través de los medios de comunicación” (García Avilés, 2015, p. 72). Pero, en realidad, esta es una definición demasiado sintética teniendo en cuenta la cantidad de parámetros y circunstancias que constituyen actualmente un acto comunicativo. La diferencia es, pues, más compleja de lo que parece. Además, en cierto modo, el término masa posee una connotación peyorativa, ya que alude a una multitud anónima, sin personalidad. Por eso, hoy día existen varias alternativas al término de comunicación de masas. Varios autores, como por ejemplo McQuail, proponen el término de comunicación colectiva o comunicación social, para subrayar esta forma comunicativa que aparece marcada por la colectividad, desplazando el sentido de masa con una excesiva connotación política e ideológica, hacia el sentido de numeroso, común y socialmente significativo que resumen los epítetos colectivo o social (Aguado, 2004).

Rodrigo y Estrada (2009), proponen hablar de comunicación mediada. Ciertamente, el carácter mediado (y especialmente, su componente tecnológico) es un factor constitutivo esencial en la comunicación de masas. Extraemos aquí, las cinco características que, según los propios autores, pueden definir perfectamente esta tipología comunicativa. En primer lugar, la explican como una comunicación de intervención tecnológica; en segundo lugar, es un acto donde el interlocutor se presenta con una doble cara, la individual y representando al medio; en tercer lugar, la mediación, no corresponde solo al medio tecnológico, sino también a la producción del mensaje; en cuarto lugar, la comunicación mediada da lugar, según Gómez Mompart, a un espacio plusmediático, como espacio virtual añadido a la vida social de cada uno (sobre todo gracias a la televisión, que permite estar en otros sitios, sin estar realmente) y por último, en quinto lugar, existe una separación clara entre sistemas de producción (visión industrial de contenidos comerciales) y de recepción (los individuos, en un sistema social, se apropian de los contenidos de los medios).

Expuestas estas visiones sobre la tipología comunicativa, de forma más sistemática, podemos revisar las propuestas de los autores que han abordado este problema.

A la hora de establecer niveles de análisis y tipologías de la comunicación, son varios los parámetros que se pueden tener en cuenta y también diversas las propuestas de diferentes investigadores. Una reflexión en este sentido queda perfectamente descrita en

el trabajo de la profesora García de Torres sobre la *Estructura comunicativa y organización de contenidos en Internet*, en la que se establece una comparativa entre algunas propuestas más relevantes y en la que se observa que la disparidad de criterios, genera incongruencias difíciles de resolver (García de Torres, 1997). En realidad, no existe una clasificación taxonómica que recopile todas las posibilidades descritas por todos los autores, por lo que exponemos a continuación, las propuestas más importantes con objeto de poder tener una visión global y diferenciada de todas ellas.

Algunas de las propuestas, se basan en cuatro parámetros situacionales para establecer la clasificación. Como observamos en el cuadro adjunto, el número de comunicadores, la proximidad física, la retroacción y el número de canales disponibles, conforman la base de la clasificación. En base a ellos y según Miller, como describe Aguado (2004, p.145), el autor diferencia las siguientes tipologías: comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal, comunicación en pequeño grupo, comunicación pública, comunicación de masas.

*Cuadro 5:
Tipologías de comunicación*

COMUNICACIÓN	Nº de comunicaciones	Distancia Física	Canales sensoriales implicados	Feedback
INTRAPERSONAL	Una persona	Inexistente	Todos los naturales	Inmediato
INTERPERSONAL	Dos o más personas	Próximas	Todos los naturales	Inmediato
EN PEQUEÑOS GRUPOS	Grupos reducidos de personas	Próxima pero mediada	Varios canales	Inmediato e indirecto
PÚBLICA (se distingue en los fines de los mensajes en la naturaleza no mediada)	Elevado	Proximidad relativa	Predominio de canales sensoriales audiovisuales	Lento e indirecto
MASIVA	Elevado	Gran distancia	Mínimo de canales sensoriales	Lento e indirecto

Fte: Adaptado de J. Miller según AGUADO, J.M. (2004): Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación, Murcia, Universidad de Murcia, pp. 145

*Cuadro 6:
Tipologías de Miller adaptadas por Valbuena*

	Número de comunicadores		Grado de proximidad física		Canales sensoriales disponibles		Inmediatez de la información de retorno	
	Muchos		Bajo		Mínimos		Muy diferida	
	Uno	Alto	Máximos	Muy inmediata	(Adaptación de Miller, G.L)			
Comunicación Intercultural								
Comunicación Colectiva o masiva								
Comunicación Organizacional								
Comunicación Grupal								
Comunicación Interpersonal								
Comunicación Intrapersonal								

Fte. VALBUENA, F (1979): La comunicación y sus clases, Zaragoza, Luis Vives, pp.67

Otros autores, por ejemplo, ofrecen versiones basadas en las de Miller. Así, podemos observar las tipologías según Valbuena (1979), en las que aparece la comunicación organizacional e institucional.

Según Blake y Haroldsen (citados por García de Torres, 1997), hay otra tipología diferente en la que destaca, además de lo visto, la presencia del rumor. Blake y Haroldsen hablan de: comunicación intrapersonal, donde emisor y receptor son la misma persona; comunicación interpersonal, entre dos o más personas sin mediación tecnológica; comunicación de medio, que, como la comunicación interpersonal, cuenta con un número restringido de participantes, pero tiene lugar a través de medios tecnológicos (teléfono, por ejemplo); comunicación organizacional, dentro de un colectivo estructurado, es la que transcurre según jerarquía en la organización; comunicación masiva, asociada a grandes, heterogéneas y anónimas audiencias, en un acto público, con medios técnicos, de forma dispersa y con mensajes públicos hacia múltiples destinos; y por último, el rumor, información de etiología anónima emitida en situaciones de carácter ambiguo.

Las tipologías según Deutschmann (en García de Torres, 1997), aborda la comunicación con otra visión, además de las descritas. Distingue estos factores

situacionales: publicidad/privacidad, restricción de participantes, presencia de medios técnicos, y grado de dispersión de los participantes. Según ellos los clasifica en tipologías que se definen por su propio título: comunicación privada cara a cara, comunicación privada con medios técnicos, comunicación pública cara a cara, comunicación pública con medios técnicos y audiencia reunida, comunicación pública con medios técnicos y audiencia dispersa.

Para McQuail sus tipologías, como cita García de Torres (1997), se basan en una clasificación conforme a criterios situacionales centrados en la frecuencia del número de casos, el número de personas implicadas y el contexto de producción del proceso comunicativo; también significar la aparición del término comunicación global. Estas son: comunicación intrapersonal; comunicación interpersonal; comunicación intergrupar; comunicación intragrupal; comunicación institucional u organizacional y comunicación global.

Rodrigo y Estrada (2009) intentan desarrollar una clasificación a partir del campo de estudio de las teorías de la comunicación, desde el propio objeto de estudio de la tipología comunicativa y las interrelaciones entre los diferentes tipos. Destaca la presencia de la comunicación institucional, sobre todo aplicada al ámbito político, y la cultural, relacionada con la cultura de masas como producto de los medios de comunicación masivos. Así, se estructuran en comunicación intrapersonal; comunicación interpersonal; comunicación grupal; comunicación organizacional; comunicación de masas; comunicación institucional y comunicación cultural.

Una vez expuestas estas diferentes tipologías de la comunicación, conviene realizar algunas reflexiones sobre las mismas. Por un lado, hemos observado la presencia de factores clave (Aguado, 2004), como el número de elementos que participan en el proceso, su articulación, la función o el rol en el mismo y la mediación tecnológica. En este último contexto de mediación tecnológica, es muy importante realizar una valoración sobre el punto de inflexión que ha supuesto la nueva era digital (Internet) y su influencia sobre la comunicación de masas y participativa.

La llegada de la era internet ha transformado todos los aspectos de la comunicación humana en general, no solo en las formas, sino también en los roles.

Internet ofrece un cambio de poder en la comunicación conocida como masiva hasta ahora: pone a disposición de los usuarios un volumen mayor de contenidos y en una situación de equilibrio de poder [...] Todas las personas de todos los niveles pueden influir en el

contenido, y cuando mayor es la participación, mayor su poder. (García de Torres, 1997, p. 111).

Hay diversos autores que han establecido los nuevos paradigmas de la comunicación con la llegada de la era internet, a continuación, sintetizamos la propuesta del profesor Jose Luis Orihuela (2002): por un lado, se produce un cambio de rol en el receptor, que pasa a ser de audiencia a usuario, fragmentando esta misma según los intereses particulares; por otro lado, la digitalización ofrece un escenario en el que los medios se deben replantear su función e identidad, tendiendo ésta en la actualidad hacia los contenidos para revalorizar su imagen de marca; hoy más que la venta de soportes, interesa ofrecer servicios multimedia al usuario; a la vez, la posibilidad de presentar un lenguaje multimedia en la red (textos, imágenes, etc.), le otorga a ésta el título de medio de medios. También internet ofrece un seguimiento instantáneo en tiempo real de cualquier acontecimiento, lo que desvirtuaría publicaciones periódicas y diferidas, aunque se mantiene el riesgo de la inmediatez poco contrastada. Otro factor importante es la abundancia de contenidos y de bajo coste, contrastando con épocas anteriores. Pierden poder de rol los editores, *gatekeepers* y la *agenda-setting*, en favor del acceso directo y universal del público al margen de los medios convencionales. El modelo de uno a muchos, se transforma en otro de muchos a muchos, generando foros y comunidades, además de ofrecer al usuario, herramientas para adquirir el rol de productor. El sistema cambia de unidireccional a interactivo, creando sistemas de *feedback* entre usuarios totalmente dinámicos y globales. Se genera la posibilidad de un modelo narrativo de carácter hipertextual, que, a través de los enlaces, de recursos digitales y destrezas tecnológicas, dota a la escritura y lectura, de un sistema de expresión muy parecido al pensamiento humano, que funciona por procesos asociativos. Por último, el exceso de información genera una reflexión a nivel profesional tanto de interlocutores como de los propios medios o empresas, que deben utilizar nuevas estrategias de información, de interpretación de filtro y de comunicación bajo el soporte de nuevas claves narrativas.

Si bien se han expuesto algunos de los paradigmas propuestos sobre el fenómeno internet, no es menos cierto que la irrupción de ésta nueva herramienta tecnológica, otorga otras visiones que, en algunos casos refuerzan los cambios antes descritos y, en otros, aportan nuevas concepciones en el escenario de la comunicación actual y que, a modo de resumen, significamos a continuación (García Avilés, 2015).

Un ejemplo es la participación ciudadana y la socialización de la información, pues ahora, la audiencia también se convierte en emisor a través de diferentes canales (blogs, webs, etc.). Los expertos lo han bautizado como periodismo ciudadano, periodismo participativo o periodismo 3.0. En la sociedad red, las audiencias pasivas se transforman en colectivos activos de producción informativa.

Otro aspecto a considerar en la transformación tecnológica se resume en que el medio es la red. Hasta ahora, la mayoría de los modelos de comunicación se centraban en los elementos tecnológicos y en los contenidos. Sin embargo, desde la segunda década del milenio, los usuarios y las redes de participación se sitúan en el centro del ecosistema mediático. Las redes se han convertido en el medio y la forma organizativa de la sociedad contemporánea según Castells, como describe García Avilés (2015).

En el mismo contexto, se puede considerar que el comunicador es el usuario (y viceversa). Uno de los fenómenos más importantes de la sociedad red es la adopción del rol productor de contenidos por parte del usuario. El término participación se usa habitualmente en el contexto de contenidos generados por los usuarios (CGU). Así, en la esfera productiva, las audiencias elaboran contenidos propios o se involucran en su diseño, grabación o edición. En el ámbito de la distribución, los usuarios comparten, agregan y difunden los contenidos relevantes. Y desde la recepción, la participación proporciona *feedback* por parte del público que emite sus opiniones, críticas o comentarios. En la sociedad red, el receptor, además de audiencia, público y consumidor, ejerce simultáneamente de coproductor, distribuidor y consumidor (García Avilés, 2015).

En la misma línea, subraya Scolari, en García Avilés, (2015, p. 172), que el mensaje son los usuarios: “Al participar en el control de los contenidos, el usuario de los medios interactivos termina por convertirse en parte de ese contenido. Parafraseando a McLuhan, podría decirse que, en las nuevas formas de comunicación digital, el usuario es el mensaje.

Por tanto, cabe la posibilidad de que cada usuario sea un medio y a través de sus acciones y de su labor cree una marca y una reputación, que constituya “el valor diferenciador de la persona, que se proyecta a través de la red, con el aval de sus seguidores” (García Avilés, 2015, p.172).

Otro elemento diferenciador a nivel comunicativo que introduce la era internet es que, hasta su llegada, la mayoría de modelos descritos eran de carácter lineal o circular, según se tuviera en cuenta o no, la presencia de *feedback* entre emisor y audiencia. La

interacción múltiple entre usuarios y la nueva fusión de identidades de los mismos como productores-receptores de contenidos, contribuye a que los modelos circulares se van haciendo más complejos, sobre todo, cuando pasan a considerar conjuntamente la comunicación en su nivel psicológico y social. Aparecen entonces, según Castro y Zareth, citados en Fernandez y Hernández (2013), modelos de carácter reticular que, a través de la difusión o transmisión de información, generan efectos y reacciones en los miembros de una sociedad. Este aspecto reticular, aporta nuevas líneas de estudio y nuevos planteamientos en el panorama de la comunicación moderna.

A título orientativo y según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, a finales de 2014, casi el 50% de la población mundial, unos 2900 millones de personas, accedían a internet y en tan solo un minuto, se realizaban tres millones y medio de búsquedas en Google, se escribían 450000 mensajes en Twitter, se subían más de 280000 fotografías en Facebook y 100 horas de vídeo en YouTube (García Avilés, 2015). Lo que da una idea del carácter potencial de comunicación que tiene la red, en cualquier ámbito de la vida humana, sobre todo, en amplísimos colectivos, como es el caso de este trabajo, las fallas de Valencia.

3.3.2 Contextos y paradigmas en la investigación sobre los medios de comunicación de masas.

El profesor Carlos Monje (2002), considera teorías generales de la comunicación aquellas que se aplican a procesos que ocurren en cualquier contexto, como por ejemplo teoría de sistemas, o teorías cognitivas o de la conducta, o de los signos y el significado, etc.; y teorías específicas de comunicación, si explican campos de estudio determinados, como por ejemplo la comunicación interpersonal, u organizacional, o de comunicación de masas, etc. Respecto a las primeras, y atendiendo al paradigma positivista (científico) y realista, estarían las teorías funcionales, estructurales, cognitivas y conductuales; por otro lado, y atendiendo a los paradigmas hermenéutico, e interaccionista, estarían las teorías interaccionistas, convencionales, interpretativas y críticas.

Las teorías del primer grupo, se basan en la objetividad o en el hecho observable de forma independiente, mientras que las del segundo grupo se basan en la experiencia subjetiva y en la práctica cotidiana como fuente de conocimiento.

El funcionalismo y el estructuralismo comparten su sincronía o estabilidad a lo largo del tiempo y su método de observación de la realidad, basado en lo objetivo, como algo que existe independientemente de quien lo observa. Las teorías cognitivas y de la conducta, están basadas en la psicología y en la observación de los estímulos-respuesta de los individuos; por eso, aunque comparten con las dos anteriores los mismos métodos para adquirir conocimientos, se diferencian en que éstas ponen su punto de mira en el individuo, mientras que aquellas, buscan explicaciones sobre la sociedad y la historia.

En otro sentido diferente a estas comentadas, estarían, por un lado, las teorías interaccionistas y convencionales, en las que se concibe la vida social como un conjunto de interacciones humanas mediadas por símbolos y a través de un instrumento que es el lenguaje. Aquí la comunicación sería el elemento que refuerza la cohesión social. En este caso, a diferencia de las primeras teorías, primero existe la interacción, y después se crea la estructura. La estructura del proceso, adquiere un valor minoritario. Por último, están las teorías crítica e interpretativa, focalizadas también en las experiencias personales sociales y basadas en la subjetividad. Lo importante es la interpretación individual de los hechos, las acciones y los símbolos de los mensajes. La interpretación de experiencias se realiza a través del lenguaje (elemento común con el estructuralismo), y en las interpretativas, se dan opiniones, pero sin emitir juicios, a diferencia de las críticas, que sí que los hay.

Este sería un ejemplo, como se ha dicho, de clasificar a nivel genérico las teorías de comunicación, aunque, en un sentido más amplio, otros autores prefieren abordar el estudio de la misma desde conceptos como perspectivas, ámbitos o contextos, según el objeto de estudio.

En cualquier caso, y con objeto de simplificar la exposición a la introducción de los modelos en comunicación, podemos decir que, independientemente del término utilizado, la investigación en este ámbito se puede abordar desde dos puntos de vista principalmente: desde las grandes teorías sociológicas que han servido de marco para interpretar la comunicación y que podemos llamar grandes contextos y paradigmas, y desde las teorías específicas de la comunicación o teorías comunicativas.

3.3.2.1 Teorías generales de la comunicación

Respecto a los grandes contextos o paradigmas referidos, desarrollamos los principales fundamentos de aquellas teorías generales más relevantes surgidas en un

contexto sociológico y aplicada a los medios. Así, hablamos, por un lado y, dentro del paradigma positivista, de las teorías funcionalista y estructuralista, y, por otro, y dentro del paradigma hermenéutico, de las teorías crítica e interpretativa. Para finalizar el estudio y, a partir de la clasificación de Wolf (1987), exponemos los de las teorías específicamente comunicativas (T^a de la información, T^a psicosocial, y las teorías semióticas como son la T^a semiótico-informacional y la T^a semiótico-textual). En el ámbito de cada una de ellas, iremos ubicando los modelos aludidos en este trabajo, para una mejor comprensión de la comunicación en las fallas.

El funcionalismo describe que el sistema social está organizado como un organismo y, por lo tanto, se basa en la biología, en el sentido que cada parte de la sociedad o cada sistema (incluido los medios) mantiene una función social y entre todas, se organizan para mantener un equilibrio (Monje, 2002). También Rodrigo (2001) expone la perspectiva funcionalista, que concibe la sociedad como una organización de conjunto que conforma un sistema social en el que sus elementos tienen diversas funciones y se autorregula a través de un equilibrio democrático. Se interesan por la diversidad de conductas de individuos del mismo ámbito cultural, pero con diferentes estatus sociales. La perspectiva funcionalista se observa, pues, desde una postura conservadora de los medios de masas y atendiendo a Wright, tal y como describe Rodrigo (2001), éste propone un inventario sobre las funciones que debe cumplir la comunicación de masas. Estas son: vigilancia (a través de la revelación de amenazas y oportunidades sobre lo que ocurre en el entorno), correlación de los componentes de la sociedad (es una función de otorgar criterios de respuesta ante situaciones), transmisión cultural y entretenimiento. Los seguidores de esta teoría, además de defender que los medios cumplen una función social, como se ha visto, exponen que nos refuerzan en los criterios en los que pensamos, y de esta manera se mantiene el equilibrio.

Siguiendo la propuesta del profesor Rodrigo Alsina (1989), exponemos dos de los principales modelos adscritos a esta corriente funcionalista.

Para entender estas primeras teorías sobre comunicación, aplicadas a los medios, es necesario recordar que éstos tenían una gran influencia sobre la sociedad. En esta época (1948), se consideraba que una sociedad, caracterizada por el aislamiento psicológico y la impersonalización, reaccionaba uniformemente ante los poderosos estímulos de los mensajes de los medios de comunicación. El contexto histórico de esta teoría se sitúa tras dos guerras mundiales, con una sociedad internacional traumatizada y con la radio consolidándose como un potente medio de masas y propaganda (nazismo y

comunismo). Un ejemplo fue la emisión del programa radiofónico *La guerra de los mundos*, con Orson Wells, que demostró la capacidad de persuasión de los medios de comunicación.

Lasswell publicó su modelo en un artículo científico, *Estructura y función de la comunicación de masas (1948)*, donde afirmaba que para describir un acto de comunicación hay que contestar a las siguientes preguntas: qué; quién dice; en qué canal; a quién; con qué efecto.

QUIÉN	DICE QUÉ	POR QUÉ CANAL	A QUIÉN	CON QUÉ EFECTOS
EMISOR	MENSAJE	MEDIO TECNOLÓGICO Y FORMAL	RECEPTOR o AUDIENCIA	RESPUESTA
Estudios sobre el control	Estudios sobre los contenidos	Estudios sobre el medio	Estudios sobre la audiencia	Estudios sobre efectos de la comunicación

Figura 52: Modelo de Lasswell. (Fte: Fte: AGUADO, J.M. (2004): Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación, Murcia, Universidad de Murcia, pp. 201.)

La gran aportación de Lasswell es que, por primera vez, un autor se preocupa en delimitar el objeto de estudio de la comunicación. Así, define cinco campos de investigación: quién dice (análisis del emisor y del control); qué se dice (análisis del contenido, cualitativo y cuantitativo); en qué canal (análisis del medio utilizado); a quién (análisis de las audiencias, distribución, consumo, venta) y con qué efecto (Lasswell ya plantea la repercusión del mensaje en las audiencias).

Este paradigma, se basa en cuatro premisas básicas. Una, es que la comunicación de masas es un proceso asimétrico, en el que interviene un emisor poderoso y activo y el receptor sobre el que experimenta. Otra es que la comunicación es un proceso intencional, donde el emisor elabora mensajes con una finalidad concreta. También es importante subrayar que el receptor actúa de modo pasivo y reacciona respecto al mensaje que recibe. Y, por último, los procesos comunicativos se convierten en un contenido que puede analizarse e investigarse.

El modelo ha sido criticado, por ejemplo, por las consideraciones que se citan a continuación. En primer lugar, no interrelaciona los diversos factores de la comunicación. No explica las relaciones, sólo delimita los campos de estudio. En segundo lugar, es unidireccional, de emisor a receptor, por lo que carece de *feedback* o retroalimentación. En tercer lugar, da por supuesta la prepotencia e intencionalidad del

emisor. Y, por último, es muy simple, porque no aparecen elementos como el código o el contexto. Para algunos psicólogos contemporáneos, se le considera como la pauta de comunicación oficialista y de propaganda.

El modelo original de Lasswell, ha sido tomado como paradigma inicial de los modelos de comunicación, en el que se preguntaba por primera vez el sentido de la comunicación y estudiaba el proceso comunicativo de forma unidireccional, estableciendo el prototipo de modelo propagandístico.

Para Schramm comunicar significa compartir, establecer una relación común con alguien. En 1954 dio a conocer su obra clave: *Procesos y efectos de la comunicación de masas*. Su modelo se centra en la conducta de los actores y plantea que los actores realizan funciones idénticas: codificación, decodificación y la interpretación (García Avilés, 2015). Es un modelo funcionalista algo más depurado que el de Lasswell.

En el estudio de la comunicación de Schramm está implícita la preocupación principal, que es el estudio de los efectos en el receptor. Crea el concepto de *campo de experiencia* y dice que mientras mayor sea esta experiencia compartida, más sencilla será la comunicación. Por eso, quizá lo más importante en el sistema es el hecho de que la fuente y el destino estén sintonizados. Cuanto más grande sea el área de la intersección, más fácil será la comunicación.

En este contexto, el modelo supera el concepto de proceso lineal y pasa a ser circular. Este es un dato importante ya que Schramm, también, reconoce la posibilidad de *feedback* entre las dos partes, ya que el mensaje puede circular en dos direcciones: emisor-receptor o viceversa. Es decir, en la comunicación humana cada persona es fuente y destino, transmite y recibe. Recordemos que en el modelo de Lasswell, también funcionalista, la transmisión del mensaje era de carácter lineal y no había opción a respuesta por parte del receptor. Este cambio de perspectiva hace que se entre en el estudio del “público activo” y que se de lugar a teorías importantes sobre los medios de comunicación, como la *Teoría de los dos nivelesn (Two step flow)*, que desvirtúa la postura de gran efectividad de la acción directa de los mass media sobre el auditorio. Esta teoría tiene en cuenta a los líderes de opinión y a las personas que son influidos por éstos.

Estas reflexiones, adquieren valor, sobre todo, en la comunicación interpersonal, aunque Schramm, también aplica su modelo a la comunicación mediada o de masas.

Como ya habíamos comentado, la preocupación principal de Schramm era el estudio de los efectos. Por eso, establece las condiciones que debe cumplir el mensaje, para que

provoque la respuesta deseada. Define, inicialmente que el mensaje debe transmitirse de modo que obtenga la atención del destino. Después refleja que el mensaje debe emplear signos que se refieran a la experiencia común de la fuente y el destino. En tercer lugar, hace referencia a que el mensaje debe despertar necesidades de la personalidad del destinatario y sugerir algunas maneras de satisfacer esas necesidades. Y, por último, comenta que, para satisfacer esas necesidades, el mensaje debe sugerir una acción que sea adecuada a la situación del grupo en la que se encuentra el destinatario en el momento en que es impulsado a dar la respuesta deseada.

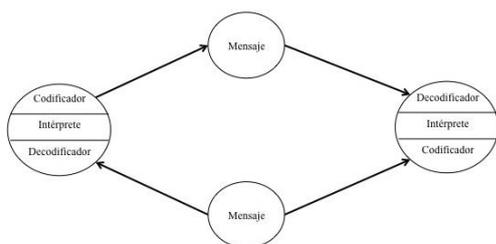


Figura 53: Modelo circular de Schramm (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 57.

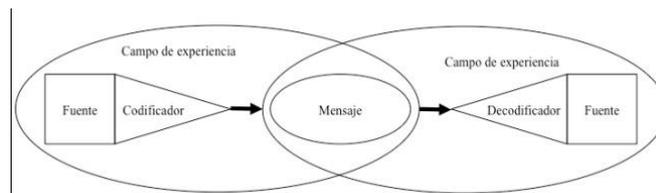


Figura 54: Influencia de experiencias compartidas en el modelo de Schramm (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 56.

A partir de estas premisas, Schramm apunta dos conclusiones en relación con los efectos de la comunicación: una, que el mensaje tiene muchas más posibilidades de éxito si sintoniza con las actitudes, valores y metas del receptor, y dos, los efectos de la comunicación son el resultado de varias fuerzas de las cuales el comunicador sólo puede controlar una, el mensaje. En este último sentido, puede darle forma y decidir cuando y donde transmitirlo. Pero el mensaje es uno de, por lo menos, cuatro elementos que determinan que la respuesta tenga lugar. Los otros son: la situación en que se recibe la comunicación y en que debe tener lugar la respuesta, si la hay; la personalidad del receptor y las normas y relaciones grupales del receptor. Todas estas variables, hacen realmente difícil predecir los efectos de los mensajes en el receptor.

Las principales aportaciones del modelo son, por un lado, la introducción de la idea de retroalimentación o *feedback* como proceso circular de comunicación emisor-receptor, también valora el campo de experiencia personal y la cultura de cada individuo como factores que condicionan la relación. Una crítica posible se encontraría en el argumento de que produce una sensación de igualdad de la comunicación. Y la comunicación, por el contrario, es a menudo desequilibrada por lo que se refiere a

recursos comunicativos, al poder y al tiempo dedicado a comunicar (McQuail y Windhal, 1997).

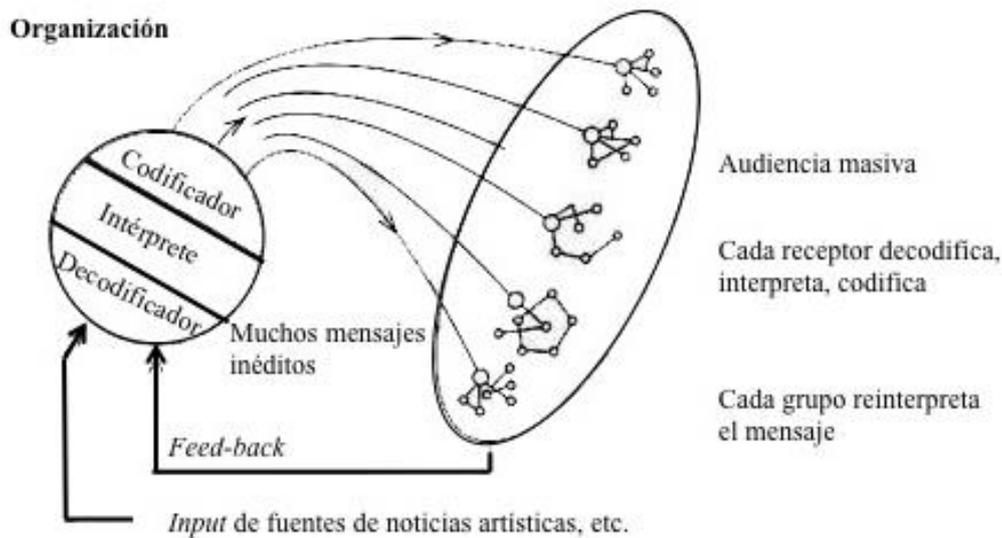


Figura 55: Modelo de comunicación colectiva de Schramm (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 58

En el modelo de Schramm, nos encontramos ya con un modelo circular, con la aportación del *feedback* y el campo de experiencia personal, como elementos importantes de la comunicación.

El estructuralismo surge en el siglo XX como una corriente de pensamiento humano que estudia las estructuras y su aplicación a ciertos ámbitos. En la estructura, lo importante no son los términos sino las relaciones entre ellos. Esto adquiere especial relevancia en la lingüística estructural, en la que cada signo adquiere su significado y sentido a través de las relaciones con otros signos, lo que determina así su valor, tal como describen Mattelart A. y Mattelart, M. (1995). En el mismo sentido hay que apuntar a Ferdinand de Saussure como uno de los fundadores de los métodos de esta teoría. Para este autor, la lengua es un sistema organizado de signos que expresan ideas y que representan el aspecto codificado del lenguaje, sentando así las bases de la semiología. Saussure había soñado con una ciencia general de todos los lenguajes y de todos los signos sociales. Posteriormente, Roland Barthes (1964), siguiendo los trabajos de Saussure, se posicionaba en el mismo sentido, definiendo el objeto de la semiología como “el estudio de todo sistema de signos” (Mattelart, A. y Mattelart, M., 1995, p. 64). Por tanto, de estas reflexiones de estos autores, se evidencia un elemento esencial en las estructuras, la relación entre sus términos y su significación. En el mismo sentido, es

interesante advertir también las claves que Greimas y Courtés (citados en Rodrigo, (1989), desvelan sobre el concepto de estructura. La definen como “una entidad autónoma de relaciones internas, constituidas en jerarquías” (p.62). Esta definición, lleva implícita lo siguiente: prioridad de las relaciones sobre los elementos, la red relacional es una jerarquía y la estructura es una entidad autónoma.

En conclusión, el estructuralismo a nivel de comunicación se basa, sobre todo, en la organización del lenguaje y su forma de crear sistemas sociales, teniendo a Saussure como principal representante. Para ella, como en el funcionalismo, primero existe la estructura, en la que cada elemento cumple una función, y después se da la interacción entre los elementos. En este sentido, el lenguaje es un instrumento para transmitir significados, por lo que su mejor uso, facilitará una mejor comunicación.

Jakobson, por su parte, desarrolló trabajos que abarcan distintas ramas de las ciencias humanas, pero realmente importante fue su aportación a los modelos de comunicación, que se concretó en el artículo *Lingüística y poética*, que publicó en 1960. En él, se plantea investigar las funciones del lenguaje y establece el siguiente modelo de comunicación:

En el modelo se observan los factores que, según Jakobson, constituyen todo acto discursivo o comunicación verbal. Es un modelo planteado en el marco de la lingüística funcional, en los que el autor considera a cada uno de estos factores y su función determinante en el lenguaje:

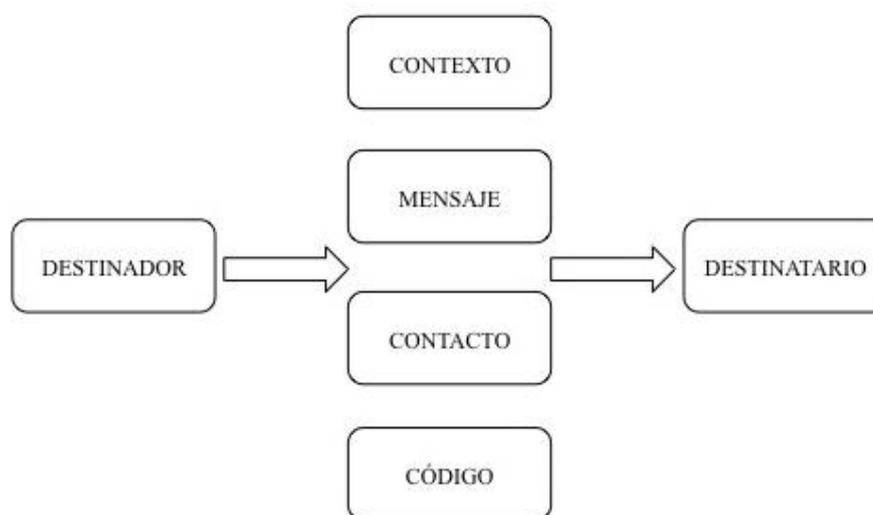


Figura 56: Modelo conceptual de Jakobson. Fte: Adaptado de RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 65

A continuación, tal como explica Jakobson y describe Rodrigo (1989), se detalla la explicación del modelo, aunque conviene destacar que, en un mismo acto verbal, podemos encontrar la convergencia de diversas funciones, como:

A veces estas diferentes funciones operan de modo separado, pero lo normal es que se dé un haz de funciones. Este haz no es una simple acumulación, sino una jerarquía de funciones, por lo que tiene mucha importancia, saber cuál es la función primaria y la secundaria. (p.66)

Este autor, distingue seis funciones básicas de la comunicación verbal: referencial; emotiva o expresiva; conativa; fática; metalingüística y poética.

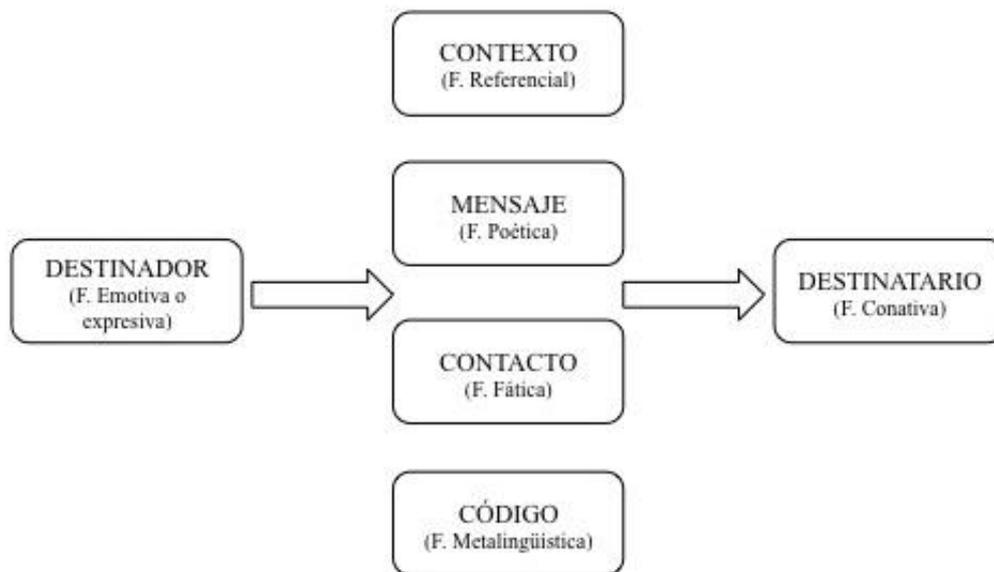


Figura 57: Modelo funcional de Jakobson. Adaptado de RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 65

La función referencial, también llamada denotativa o cognoscitiva, es una función objetiva y está relacionada con el contexto exterior del propio acto comunicativo. Utiliza un lenguaje denotativo, es decir, objetivo o de significado universal para los conocedores de la lengua. Es el más común, por ejemplo, en los textos científicos o informativos (textos objetivos, monosémicos) en los que se pretende únicamente transmitir información sin hacer valoraciones sobre ella. La función emotiva o expresiva viene definida por las relaciones entre el emisor y el mensaje. Se refiere fundamentalmente a la actitud del destinador, ya que revela una actitud del mismo frente al objeto del mensaje. Esta es una función afectiva y subjetiva. En su producción se introducen elementos prosódicos, entonaciones, melodías, etc., como expresión de la modalidad enunciativa o actitud del hablante. Un ejemplo serían los discursos amorosos. La función conativa define las relaciones entre mensaje y destinatario. Tiene

por objeto conseguir una reacción con el segundo. Tiene su expresión gramatical más clara en el vocativo y el imperativo. Un ejemplo es el lenguaje publicitario. La función fática está orientada a facilitar o acentuar el contacto entre destinador y destinatario. La constituyen mensajes que se utilizan para iniciar, mantener, prolongar o interrumpir una conversación, como, por ejemplo: escucho, entiendo, perfecto, bueno, etc. Su finalidad no es informar, sino facilitar el contacto social para poder transmitir y optimizar posteriormente mensajes de mayor contenido. La función metalingüística es explicativa y se refiere al propio lenguaje. Aparece para comprobar el código que se utiliza. Muchos enunciados, comportan una referencia hacia el propio código. Se manifiesta en definiciones y aclaraciones y suele aplicarse bastante en textos científicos. La función poética aparece en cualquier manifestación en la que se utilice el lenguaje con propósito estético, por ejemplo, la poesía y otros textos literarios. Utiliza una gran variedad de recursos del lenguaje, giros, juegos de palabras, etc.

El modelo de Jakobson es descriptivo y organizador, y un cuadro sugestivo sobre las funciones del lenguaje. En él se demuestra que éste último es un fenómeno complejo y que no solo sirve para transmitir datos, mediante el lenguaje se puede persuadir, manipular, sancionar, etc.

Sobre las aportaciones del modelo, un concepto muy interesante que incorpora Jakobson es el de destinatario, ya que el paso de receptor a destinatario es fundamental ya que mientras receptor puede ser cualquiera, el destinatario es aquel que el destinador ha elegido como su receptor. Otra aportación importante es que, a pesar de la influencia de la teoría matemática de la comunicación, el mensaje ya no se considera una mera transmisión de información, se descubre la riqueza comunicativa del mensaje. En cuanto a las limitaciones, se debe recordar que el modelo se circunscribe al lenguaje verbal, por lo que se debe actuar con prudencia para posibles extrapolaciones. El modelo de Jakobson, aporta las funciones tan importantes que desempeña la lingüística en la comunicación, además, otorga valores, desde el lenguaje, al emisor y al receptor. Ayuda a diferenciar receptor de destinatario y, además, se descubre la riqueza comunicativa del mensaje más allá de la mera transmisión (matemática) de la información. Recordemos el papel tan importante que representa la lingüística en el mundo de las fallas.

Dentro de las teorías estructuralistas de la comunicación, en 1967, Abraham Moles presenta un modelo de comunicación basado en mecanismos socioculturales. El modelo, por tanto, es de carácter mecanicista, con un elemento base: el ciclo

sociocultural. Según Moles, la comunicación masiva se realiza en la sociedad a través de un doble ciclo: uno corto y otro largo.

El ciclo corto comunica los acontecimientos a través de los medios masivos a la sociedad. Se parte desde un marco sociocultural, donde hay observadores que seleccionan acontecimientos, los relatan a través de los medios a la sociedad y a los líderes de opinión.

El ciclo largo parte de un marco sociocultural desde donde un creador hace su realización o expresión, pasa al micromedio, de allí a los medios masivos y de estos a la sociedad. En este ciclo, muchas veces, los productos comunicativos se guardan.

La cultura avanza por un ciclo en el que participan cuatro factores: los creadores, que realizan las innovaciones culturales; el micromedio, que promueve y difunde innovaciones culturales; los medios masivos que hacen circular esas innovaciones y la sociedad (macromedio) con su experiencia y patrimonio cultural.

Para Moles, el ciclo sociocultural está estrechamente ligado a la noción de creatividad. En el ciclo sociocultural que plantea Moles, las nuevas ideas se construyen a partir de ideas viejas, en un proceso que condiciona las creaciones culturales. Este mecanismo, que concibe a la sociedad como un circuito cerrado complejo, implica la difusión para amplios públicos de un gran número de mensajes culturales (múltiples emisores y receptores), constituidos por elementos simples, fragmentos de conocimiento, átomos de cultura llamados *culturemas*. El propio autor, reconoce dos tipos de cultura: la cultura individual, constituida por el entorno que él se ha creado, por su educación, objetos que le rodean, etc. que han configurado su personalidad; y la cultura colectiva, perteneciente a los grupos sociales institucionalizados y registrada en las diferentes memorias del mundo (bibliotecas, museos, etc.).

El modelo, se resume de la siguiente manera. El creador, que es el artista, investigador, novelista, etc., da forma a una idea en cualquier dominio de la cultura. Esa creación, tiene un primer nivel de difusión que es el micromedio (grupo o grupos de especialistas que analizan la idea). Es una especie de “sociedad intelectual” que hace de primer filtro y que materializa esa creación en diferentes dominios en los que la idea puede objetivarse: libros, artículos, discos, etc. Estas materializaciones de la sociedad intelectual, es abordada por los *media*, que extraen de ellas contenidos para sus programaciones, entremezclándolos con contenidos de actualidad, resultando un “mosaico” en el que no siempre predomina un criterio racional. Este híbrido de ideas

nuevas procedentes del micromedio y de contenidos incorporados por los periodistas conforma el cuadro cultural de la vida cotidiana de la sociedad.

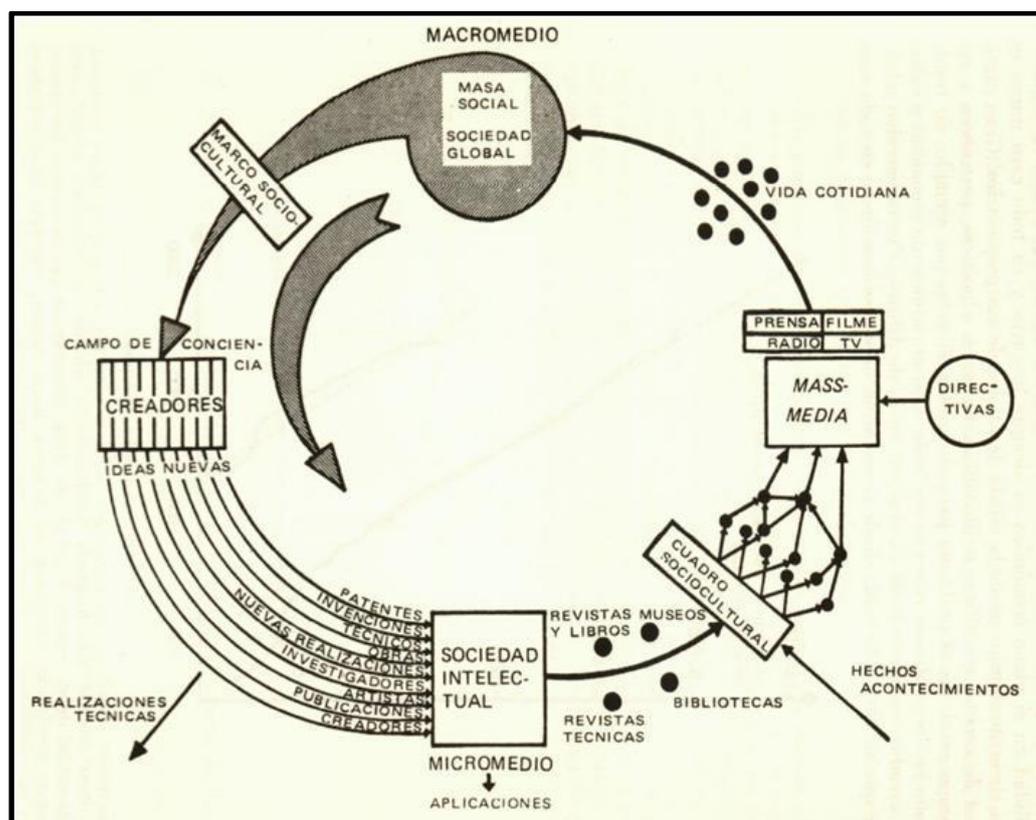


Figura 58: Modelo de Abraham Molés (Fte. MOLES, A (1978): Sociodinámica de la cultura, Buenos Aires, Paidós, pp. 95)

Cada átomo de la masa social recibe los mensajes provenientes de los *media*, un poco al azar, según disponibilidad de su atención y tiempo. Es el macromedio, distinto al micromedio, por su carácter no especializado, en oposición a los medios que dispone la sociedad intelectual. Los creadores, están también sometidos a los flujos de mensajes de los *media*, y a la cultura instantánea que estos producen. Encuentran sus ideas banalizadas entre el mosaico de información. También están influenciados en sus futuras creaciones por el desarrollo de esa cultura instantánea. Los *culturemas* recibidos por los creadores, afectarán a la creatividad de éstos, provocando un nuevo proceso de creación de ideas nuevas a partir de ideas viejas.

Para Molés, se aprecia claramente dos niveles de difusión, que utilizan canales distintos para transmisión de los contenidos: la ciudad de los intelectuales (de difícil acceso, con difusión a corta escala, es un micromedio) y la difusión masiva, que realizan macrodifusión, en la que se ve implicada toda la sociedad.

Los objetivos de ambos tipos de difusión son diferentes, en la comunicación de masas, se trata de cumplir una función social, materializada en esta difusión de todo a todos, en la que el valor “accesibilidad” pasa a primer plano.

La industrialización de la comunicación de masas le otorga un valor comercial a la información: la noticia es una mercancía, que ahora adquiere las características de servicio público, como parte de la organización del tiempo libre (Molés, 1978).

El modelo de Abraham-Moles, aporta el concepto de comunicación como dinámica socio-cultural. Valora la creatividad y la figura del creativo como motor del inicio de cada ciclo y considera dos públicos claramente diferenciados como es la “sociedad intelectual” y el resto de la sociedad. Interesante también resulta su planteamiento del ciclo en dos subciclos como corto y largo como resultado de la dinámica sociocultural. Por último, da también claramente valor de mercancía a la noticia en su modelo.

En el contexto del paradigma hermenéutico, la teoría crítica, de carácter marxista, reflexiona en general sobre cómo son las relaciones productivas en la sociedad y, dentro de ese marco, explica cómo debería de ser el papel de los medios de comunicación. Indica que los medios nos adormecen, nos impiden pensar y crear una gran revolución social. Al contrario que la teoría funcionalista, la teoría crítica aduce que los medios no cumplen ninguna función social y que contribuyen a adormecer la conciencia social de la gente. Advierten que hay muchos efectos que no se están viendo a corto plazo, pero que actúan a medio y largo plazo en la conciencia. Según Rodrigo (2001), esta teoría expone la visión de la Escuela de Frankfurt, la economía política y los estudios culturales. Sobre la Escuela de Frankfurt, aborda la industria de la cultura, en la que se convierte en mercancía y por tanto emerge una industria de la conciencia, por lo que los medios de masas provocan mentalidades rígidas y homogeneidad psíquica. La cultura se convierte en ideología y aparece la publicidad como pilar ideológico de las sociedades avanzadas y la pseudocultura (fragmentación de contenidos, uniformidad de los mensajes, etc.) como referente de las mismas. También aparece el concepto de unidimensionalidad, como conjunto de valores y hábitos cotidianos que las administraciones totalizadoras imponen de forma imperativa, sin posibilidad de comportamientos alternativos. En la economía política se hace una reflexión crítica del papel de los medios de masas en los temas económicos. Y en los estudios culturales, que parten de un análisis de tipo marxista, con una sociedad influida por su estructura estratificada por clases y por las instituciones político-económicas, consideran la comunicación de masas como un referente de los valores culturales emergentes y de los

significados para un periodo histórico determinado. Para Wolf (1987), y según éste ámbito crítico, “divertirse significa estar de acuerdo” (p.96).

Por último y como expone Rodrigo (2001), se considera la perspectiva interpretativa, en la que, se pone de manifiesto la intersubjetividad de las relaciones sociales (compartiendo significados, se construye la sociedad). En este apartado cita a la Escuela de Palo Alto, el interaccionismo simbólico, Ervin Goffman, el construccionismo y la etnometodología. Los representantes de la Escuela de Palo Alto, realizan una aproximación pragmática a la comunicación. Para ellos, ésta es un proceso creativo en el que participan múltiples mensajes (gestos, miradas, espacio, etc.). En el interaccionismo simbólico, a través de la interacción permanente, se construye el sentido de las situaciones de la vida cotidiana, mediante una adaptación recíproca, por ejemplo, en las relaciones interculturales (postura muy próxima a la de la Escuela de Palo Alto). A Ervin Goffman le interesa el estudio de la dramaturgia social. Para él, la vida cotidiana es una constante puesta en escena con el uso de un lenguaje interiorizado acerca del uso de etiquetas y reglas de conducta. El construccionismo considera que lo fundamental es la producción de sentido, a partir de la interacción social. La realidad se construye a partir del sentido común. Y la etnometodología, que estudia las actividades corrientes que caracterizan la vida cotidiana, desde el comportamiento y, desde dentro de la sociedad.

Dentro del paradigma interpretativo, una corriente realmente importante entre estas teorías y que está muy vinculada a la comunicación fallera es la representada por la Escuela de Palo Alto, surgida en los años cuarenta, con representantes como Bateson o Watzlawick, entre otros. Consideran al receptor como elemento fundamental en el proceso comunicativo, equiparándolo en importancia al emisor (Nicolás y Grandío, 2012). Para ellos, todo es comunicación, y, en el terreno de lo personal, son pioneros en dar importancia al lenguaje visual y la comunicación no verbal, considerándola tan importante o más que la verbal. Es decir, atribuyen enorme importancia a todo el universo de elementos visuales (gestos, posturas, emociones, situación espacial, etc.) que se producen en la comunicación y que tan relevante son en el lenguaje fallero.

Algunos de los axiomas descritos por Watzlawick, Beavin y Jackson (citados en Rodrigo, 2001), en los que se basan estos autores y que suponen una aproximación pragmática a la comunicación, son los siguientes:

“La imposibilidad de no comunicar” (p.166). La comunicación equivale a conducta. Por tanto, como siempre estamos exhibiendo algún tipo de conducta, siempre estamos comunicando.

“Toda comunicación tiene un aspecto de contenido, y otro de relación, de forma que el segundo clasifica al primero y es, por tanto, una metacomunicación” (p.166). Es decir, una comunicación no sólo transporta información, sino que, al mismo tiempo, impone una conducta.

“La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias comunicativas entre los actores” (p.166). Significa que las relaciones en las secuencias de intercambios comunicacionales entre dos agentes, no son estáticas ni lineales, cada intervención de cada una de ellos supone un estímulo para el otro y surgen fenómenos de dominio, inferioridad, iniciativa, dependencia, liderazgo, sumisión, etc.

“Todos los intercambios comunicacionales son o simétricos o complementarios, dependiendo de si están basados en la igualdad o en la diferencia” (p.166). Esto permite establecer jerarquías o no en el proceso de comunicación. Por ejemplo, una comunicación simétrica podría darse entre compañeros de trabajo, mientras que en las complementarias se manifiesta una desigualdad, bien entre los individuos que comunican (médico-paciente, profesor-alumno), o bien en sus comportamientos (dominio, sumisión, etc.).

Citábamos en el apartado de la comunicación interpersonal y en el apartado anterior, un tipo de lenguaje que, en estos ámbitos, tienen notable protagonismo en el panorama comunicativo habitual, que es el del lenguaje no verbal en general. Además, como ocurría en la comunicación visual, por las características de este trabajo, como veremos más adelante, adquiere mayor relevancia. Dentro del concepto de lenguaje visual, diversos científicos de la comunicación están convencidos de que “nuestras acciones, posturas o expresiones faciales contienen más significado que aquello que se expresa con palabras”, como explica Fast (según explica Lucas y cols. (1999), p.66).

Por otro lado, se puede considerar también comunicación no verbal, como definen De Fleur y cols. (citados en Lucas y cols., 1999): “el uso deliberado o intencionado de objetos, acciones, sonidos, tiempo y espacio, que produce en otros, un significado” (p.66).

Los procesos de comunicación verbal y no verbal, suelen ir asociados de forma paralela e instantánea. De hecho, algunos investigadores de la comunicación han identificado cinco formas en las que la conducta no verbal interactúa con la

comunicación verbal, como explican Malandro y Barker, descrito en Lucas y cols. (1999), la comunicación no verbal puede reiterar los mensajes verbales, matizarlos, complementarlos o ampliarlos, oponerse o sustituirlos.

Asimismo, existen algunas características de ellos que conviene resaltar. Por ejemplo, hay signos del lenguaje no verbal que son transculturales, es decir, presentes en todas las culturas con el mismo significado (las emociones: risa, llanto, gozo, sufrimiento, asco, gusto, miedo y seguridad). También, bastantes de sus elementos son innatos, incluso determinados signos, no pueden controlarse y se les puede considerar inconscientes. Y puede considerarse otra característica del lenguaje no verbal su asimilación cultural, así como el hecho de que podría cambiar su significado con el tiempo (Lucas y cols., 1999).

Como en otras materias, no existe un acuerdo unánime sobre la clasificación de señales no verbales. Se expone aquí, una clasificación de tipo descriptiva, ya que atiende a los elementos implicados en la conducta no verbal y, en ella, se establecen tres categorías: la kinesia (relativo a movimientos del cuerpo), la paralingüística (conductas que implican el uso de la voz) y la proxémica (conductas en que interviene el espacio). A estos conceptos, habría que añadirle el estudio del color, dados los numerosos estudios que existen sobre la psicología del color y sus dimensiones comunicativas (Moral e Igartua, 2005).

La Kinesia son los elementos no verbales que implican el movimiento del cuerpo, postura y orientación corporal; actitud gestual, expresiones faciales (emociones), mirada y aspecto externo.

Una mención especial requiere el apartado de los gestos, como movimientos breves de algunas partes del cuerpo, sobre todo cabeza y extremidades, que se pueden clasificar según Ekman y Friesen (citados por Moral e Igartua, 2005) como simbólicos (no verbales, muy vinculados a la cultura de un grupo social. Ej: emblemas como signo de victoria, OK, peineta, etc.); ilustradores (explicativos o aclaratorios. Ej: indicar con las manos las dimensiones del objeto referido, etc.); reguladores (controlan la interacción de la comunicación verbal. A veces son inconscientes y se refiere a movimientos de cabeza y la mirada, que ayudan a regular el turno de palabra. Ej: movimientos rápidos y verticales de la cabeza, según su velocidad, pueden insinuar el mensaje de “dese prisa y termine” o “siga hablando”); expresiones emocionales (se expresan a través de la cara y el cuerpo y pretenden mostrar un estado emocional. Ej: configuraciones faciales - alegría, tristeza, miedo, rabia, etc.-); y por último, adaptadores (gestos aprendidos,

generalmente desde la infancia y reflejan el esfuerzo personal para adaptarse a una necesidad o a un estado emocional. Tienen función de autorregulación. Ej: rascarse, hurgarse, morderse las uñas, etc.).



Figura 59: Emblema (Fte: archivo personal).

También merece un comentario el aspecto externo. Representado por el aspecto físico y la indumentaria que le acompaña. Aunque no tienen movilidad (no serían kinésicos), están asociados al cuerpo y aportan datos orientativos sobre la persona. Otros aspectos de apariencia son elementos personales como tonalidad de piel, olor (perfumes), pilosidad, etc., que en algunos casos se asocian a movimientos ideológicos o sociales: Hippies, Punkies, etc. tal como describen Sanchez y Canto en Moral e Igartua (2005).

La paralingüística se refiere a las características acústicas que acompañan la voz (tono, ritmo, etc.)

La proxémica según Hall, como nos muestra Moral e Igartua (2005), es la parte de la semiótica que se ocupa de analizar el uso humano del espacio. Está afectada por las normas culturales y tiene alto valor comunicativo, de ahí que se hayan descrito cuatro categorías de la experiencia espacial. La distancia íntima (de 0-50 cm) que prevalece en situaciones de contacto sexual o comunicación confidencial. La distancia personal (de 50 a 120 cm), tiene lugar normalmente en conversaciones cara a cara. La distancia social (de 120 a 360 cm), empleada en el ámbito comercial o administrativo. Y, por último, la distancia pública (de 360 a 720 cm); por ejemplo, la de un conferenciante ante un estrado.

El color en la comunicación está presente en cada momento de nuestra vida diaria e influye en la manera de pensar y sentir. A través del color se pueden obtener datos muy relevantes sobre la personalidad de un sujeto, como destacan algunos investigadores sobre la psicología del color. Moral e Igartua (2005) describen, según Max Lüscher, los estudios de éste sobre el dignificado psicológico de los colores. Para Lüscher, los colores primarios representan las necesidades psicológicas fundamentales de la persona: satisfacción, afecto, éxito y autoafirmación. Se exponen algunos ejemplos: el azul oscuro transmite serenidad, tranquilidad, satisfacción...; el verde (azulado) representa constancia de voluntad, creatividad, persistencia; el rojo (anaranjado) se identifica con poder, actividad, competitividad; y el amarillo (claro) con ligereza, esplendor, etc.

También en el contexto de la teoría interpretativa, existe un enfoque que facilita en gran manera su comprensión, y es el enfoque sistémico de la comunicación: ésta sólo cobra sentido si se analiza y estudia dentro del sistema en el que tiene lugar, si se conoce el entramado de relaciones o los antecedentes de la misma. A falta de esa información, que da sentido al juego de interacciones entre las personas, el contenido de la comunicación puede resultarnos incomprensible o indescifrable. Sería un conjunto de datos carentes de sentido (Ballenato, 2013). El tratamiento sistémico de la comunicación, permite pues, la consideración de los términos componentes, atributos, relaciones y medios, para entrar después en los niveles de análisis, tal como describe Harms, en Valbuena (1979). Los componentes son agentes, productores o coproductores de la comunicación. Generalmente se les engloba bajo los términos emisor, mensaje y receptor. El emisor y el receptor están orientados a un tercer componente, el mensaje, que condiciona sus relaciones. Respecto a los atributos, en los humanos, es clave la conducta comunicativa de sus componentes. Esta puede ser considerada desde estas cinco propiedades definidas por Gordon como aparece en la publicación de Valbuena, (1979): conocimiento; emoción o sentimiento; estilo; humor y propósito o intención. El conocimiento es el contenido, lo que generalmente da sentido a la comunicación. La emoción o sentimiento van unidos al conocimiento de manera consciente o inconsciente, dependiendo de la destreza de los coproductores de la comunicación para expresar o captar la emoción propia y ajena. El estilo es la actitud y maneras de comportarse con el entorno y con los demás. El humor es el elemento fundamental que modifica los anteriores, define la conducta humana y su propio auto concepto. El propósito o la intención puede estar integrada de forma subliminal o manifestarse abiertamente. Las relaciones resultan de la interactividad entre sus

miembros y pueden clasificarse según el número y el rol de los comunicadores (unidireccional, bidireccional, etc.). El concepto *medio de comunicación* es uno de los términos que más polémica ha generado entre los teóricos de esta disciplina. Para Valbuena, el término está más en la línea que ofrece Gordon, en contraposición a la de Mc Luhan (el medio es el mensaje) y que limita la idea de medio a la interacción entre las personas, sin tener en cuenta la tecnología empleada.

Para completar el concepto sistémico de la comunicación, es importante recordar algunos términos que nos ayudan a interpretar la misma y que se citan en Valbuena (1979). Subsistema, que es “la totalidad de las estructuras en un sistema que realizan un proceso particular”. Suprasistema, que es “el sistema inmediatamente superior en el cual es un componente o subsistema. Y entorno o ambiente, que son los sistemas están inmersos dentro de conjuntos de condiciones físicas, espaciales, temporales y a veces simbólicas llamadas ambientes” (p.34-36).

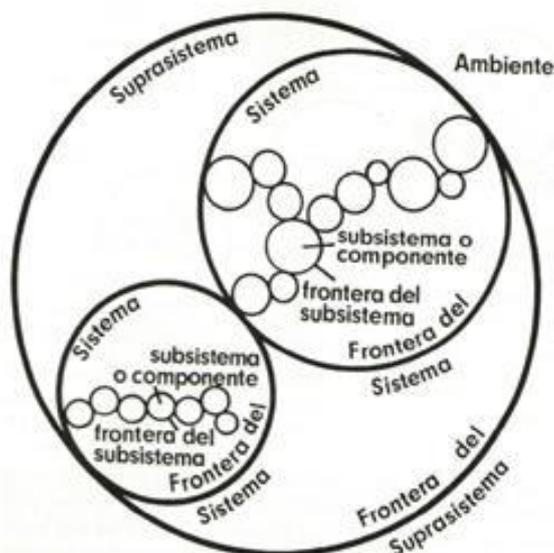


Figura 60: Representación de Sistema de Comunicación según Budd y Ruben (Fte: VALBUENA, F (1979): La comunicación y sus clases, Zaragoza, Luis Vives, pp. 34)

Para finalizar esta exposición sobre teorías generales de la comunicación y referente a los principios de la Escuela de Palo Alto y del enfoque sistémico que acabamos de ver, subrayar que, podrían servir también, independientemente de los estudios y las visiones realizadas en este trabajo, para estudiar el fenómeno de las fallas desde otro punto de vista de la comunicación.

Teorías específicas de la comunicación o teorías comunicativas

A partir del esquema descrito por Wolf (1987), podemos distinguir varias tipologías dentro de las teorías específicas de la comunicación. La teoría de la información, la teoría psicosocial y la teoría semiótica, que comprende la teoría semiótico-informacional y la teoría semiótico-textual.

La teoría de la información, conocida también como teoría matemática de la comunicación, se basa en los principios del rendimiento informacional, como es la transmisión óptima de los mensajes aumentando la eficacia de los mismos y reduciendo las distorsiones o pérdidas de información. Esta es una teoría con una gran versatilidad, ya que es aplicable a procesos muy heterogéneos. Se puede referir a un proceso de comunicación entre dos máquinas, entre dos seres humanos o entre un ser humano y una máquina. Su objetivo principal es transmitir a través de un canal, el máximo de información posible, con las mínimas interferencias y la máxima economía. Resalta, por tanto, la importancia de los elementos como canal, y ruido. Para la teoría de la información son muy importantes los aspectos vinculados al significante, como la resistencia al ruido, la facilidad de codificación y decodificación, y la velocidad de transmisión. Es un sistema puramente sintáctico, es decir, que no contempla el significado del mensaje (objetivo más importante desde el punto de vista comunicativo). Por tanto, van a ser fundamentales los aspectos relativos al significante y los aspectos cuantitativos de la transmisión. Un ejemplo de modelo adscrito a esta teoría es el modelo de Shannon.

Shannon trabajaba para el *Bell Telephone Laboratory* y sus teorías se aplicaron primeramente en este campo de la comunicación. Cuestiones como la capacidad de los canales en la transmisión de señales o la pérdida de información en el proceso de la comunicación, acapararon la máxima atención del investigador (McQuail y Windahl, 1997). En definitiva, el ámbito de estudio lo fijó en la eficacia de la transmisión (Rodrigo, 1989). Creó el concepto de *bit* (Binary digit), la unidad básica de información digital. En 1948, publicó su teoría matemática y en 1949, adapta esta teoría, con un colaborador suyo, Warren Weaver, explicando, la comunicación, en otros términos.

La comunicación se describe aquí como un proceso lineal y el modelo indica cinco funciones que se han de realizar. Funciones de fuente de información (produce el mensaje); de transmisor (el mensaje lo transforma en señales, para ello lo codifica); de canal (medio utilizado para la transmisión de la señal y al que deben adaptarse éstas para llevarlas hasta el receptor); de receptor (reconstruye o decodifica el mensaje a

partir de la señal) y de destino (punto final del proceso de comunicación, a quien va dirigido el mensaje).

Aparte de la concepción matemática de la comunicación, este modelo aporta conceptos muy importantes en esta disciplina: ruido; código y redundancia.

Por ruido se entienden los aditamentos indeseados que pueden ser distorsiones de sonido (telefonía, por ejemplo), o estáticos (en radiotelefonía), o distorsiones en la forma o el sombreado de la imagen (televisión), o errores de transmisión (telegrafía). Todos estos cambios en la señal pueden ser llamados ruido, como apunta Weaver en Rodrigo (1989). Además, el mismo autor, establece que, en la comunicación, se pueden diferenciar tres niveles de problemas: técnico; semántico y de efectividad. El problema técnico está relacionado con la precisión con que pueden transmitirse los símbolos de comunicación, para asegurar la eficiencia del proceso. El problema semántico hace referencia a la precisión con que los símbolos son recibidos con el significado deseado. Es decir, sean decodificados correctamente, ya que se debe adecuar el mensaje a la audiencia deseada. Por último, el problema de efectividad radica en la eficacia con que el significado recibido afecta a la conducta del receptor y en el sentido esperado. Evalúa la consecución del impacto en el receptor y si se logra un cambio en el comportamiento del otro, la comunicación ha sido efectiva.

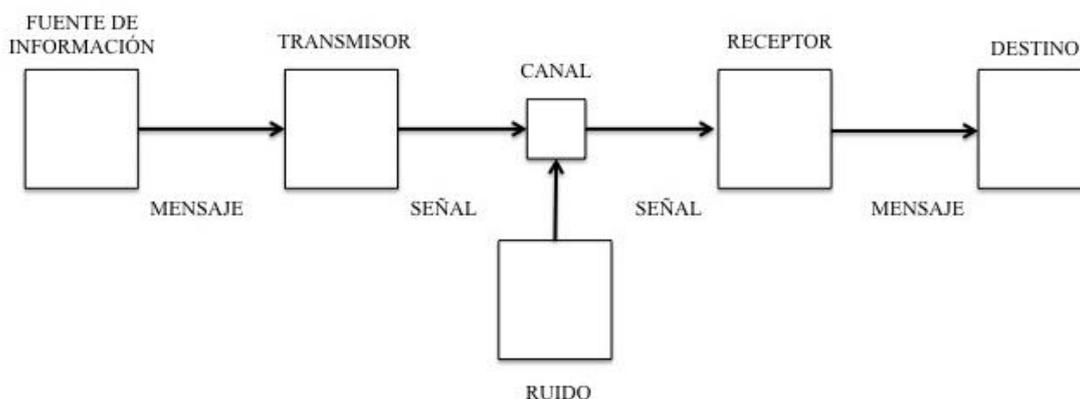


Figura 61: Modelo de Shannon y Weaver. (Fte: AGUADO, J.M. (2004): Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación, Murcia, Universidad de Murcia, pp. 201.)

En este modelo es importante la aportación de los términos código y redundancia. El primero como sistema de signos que convencionalmente, de acuerdo con unas reglas prefijadas, representa y transmite la información entre emisor y receptor. Y la redundancia sería lo que se dice en exceso con respecto a lo estrictamente necesario para la comprensión del receptor, esto aminora el porcentaje de información

transmitida, por tanto, se concluye que a mayor redundancia, menor información transmitida.

A nivel de las consideraciones del modelo, éste goza de todas las ventajas de los modelos matemáticos: no ambigüedad, la posibilidad de deducción estricta y la verificación de los datos observados. También destaca su aportación sobre los conceptos definidos anteriormente (sobre todo, el de ruido), así como el concepto de que el emisor debe producir y cifrar, es decir, de codificar el mensaje; y otra de sus innovaciones es la distinción entre el mensaje y la señal que se transporta por el canal.

Por el lado crítico, lo más relevante procede de la vertiente semiótica que consideran el modelo de Shannon insatisfactorio, como describen Greimas y Courtés (citados por Rodrigo, 1989): “La comunicación pone en juego sincretismos semióticos complejos donde las actitudes somáticas, la gestualidad, la proximidad espacial, desempeñan un papel considerable. Sus participantes no son autómatas, sino sujetos competentes.” (p.48). Podríamos decir que el significado no es el objeto de la teoría matemática de la información, sino que ofrece una herramienta que permita calcular la cantidad de información transmitida a través de un canal.

El modelo de Shannon, aporta así, su concepción matemática de la comunicación, como información transmitida en términos cuantitativos, e introduce los conceptos de código, ruido y redundancia, con notable influencia sobre el proceso de la comunicación.

Otra visión sobre las teorías de la comunicación es, tal como describe Rodrigo (1989), el estudio desde la psicología social. Para ello, se refiere a dos de los considerados padres de la *Mass Communication Research*, y que pertenecen al ámbito de la psicología como son Kurt Lewin (de la escuela de la Gestalt) y Carl Hovland (psicólogo experimental de la escuela de Yale). La importancia de Lewin estuvo en saber aplicar los principios de la Gestalt (estudios de percepción como un fenómeno complejo total y no de sus componentes aislados) a la teoría de la personalidad y de la psicología social, sobre todo, a la comunicación grupal y a los efectos de las presiones, normas y roles personales que se presentan en la conducta del grupo. El resultado de sus estudios tuvo una clara influencia sobre la teoría de la comunicación en dos pasos (basada en los liderazgos) y en la teoría del *gatekeeper*, o seleccionador de la información. Por su parte, Hovland estudió los efectos de la persuasión a corto y largo plazo, a través de la cinematografía propagandística. Generalmente, es habitual pensar que los efectos del mensaje se van perdiendo con el tiempo, pero Hovland observó que

esta afirmación podría ser errónea y quedaron planteadas algunas hipótesis sobre los efectos latentes, es decir, que algunos efectos pueden quedar realizados con el paso del tiempo y, entonces, hacerse evidentes. Por tanto, percepción, entorno grupal, liderazgo y persuasión, serían conceptos muy importantes a tener en cuenta desde el punto de vista de la Psicología social de la comunicación. En este caso y dentro de esta teoría, se expone el modelo de comunicación social de Maletzke.

Este autor aportó una visión psicológica a la comunicación de masas, sobre todo de la propaganda y la publicidad. Las claves del proceso comunicativo de Maletzke son, por un lado, las relaciones de interdependencia entre los elementos del proceso, por otro, los efectos en el receptor y, por último, las características técnicas del medio.

Parte de un proceso definido en dos partes complementarias claras: la producción/emisión y la recepción. Para Maletzke, la comunicación social se estructura de la siguiente manera. Un comunicador, produce o emite un mensaje, que es difundido a través de los medios de comunicación y provoca una vivencia o un efecto en el receptor.

Es importante significar aquí, como describe Rodrigo (1989, p. 76), el concepto de comunicación social que propone Maletzke, ya que habla de comunicación social como forma de transmisión de mensajes pública (sin limitación del número de receptores), indirecta (a distancia espacial o temporal emisor-receptor) y unilateral (sin *feedback*) a un público disperso o colectividad.

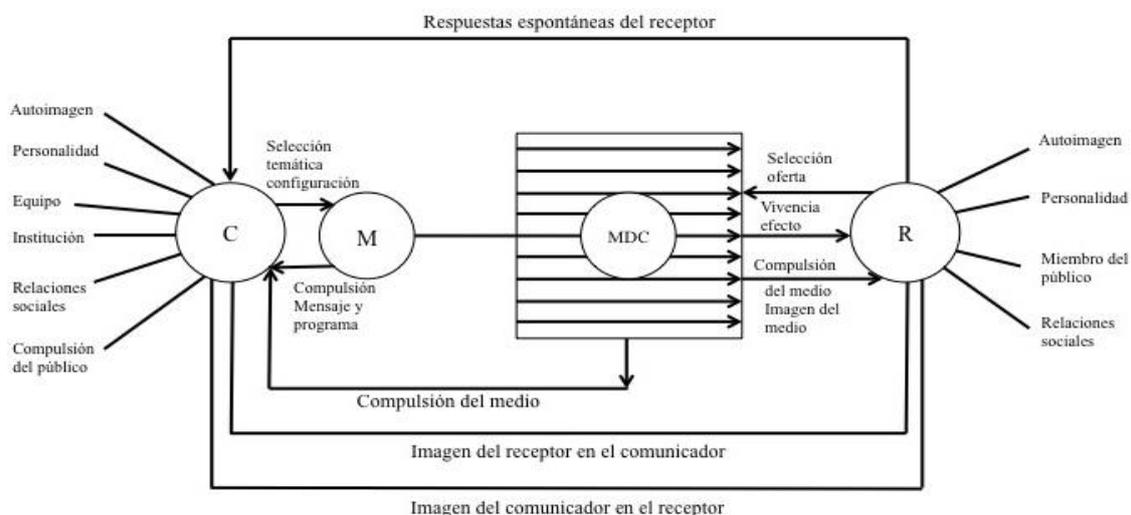


Figura 62: Modelo de Maletzke (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 79.)

Pero, analicemos con más detalle. Para Maletzke, hay cuatro elementos básicos en la comunicación: comunicador (C), mensaje (M), medio (MDC) y receptor (R), y valora las interrelaciones entre todos ellos, según la siguiente perspectiva.

En la recepción, actualmente, se observa una enorme oferta de medios de comunicación, por lo que el receptor debe realizar una selección de los medios a los que va a prestar atención. El receptor toma parte activa en el proceso, determina qué mensajes le pueden producir una vivencia. Por tanto, el receptor tiene personalidad propia a los que se superpone, en cada caso, su situación actual. Además, no es un individuo aislado, sino integrado en numerosas relaciones sociales, formando parte de un público disperso.

En los efectos, intervienen diversos factores como la propia imagen que tiene el receptor de sí mismo, su rol social, etc. Y también, las características del medio elegido determinan los modos de conducta y vivencia del receptor. El receptor está bajo la influencia del medio (Maletzke, 1976).

En la producción/emisión, estos fenómenos dependen del comunicador, que también es una parte decisiva del proceso y, al igual que ocurre en el receptor, está sometido a parámetros de influencia como son la autoimagen, la personalidad, equipo de trabajo, etc.

Además, el mensaje tiene un efecto retroactivo (*feedback*) sobre su autor, que se encuentra bajo la compulsión del medio, cuyas características tecnológicas condicionan, no solo el tratamiento de los temas, sino incluso los propios temas a tratar. También en lo referente a su actividad, se encuentra influenciada por las reacciones del público a su mensaje, lo que Maletzke llama compulsión del público.

Como aportaciones interesantes de este modelo están el estudio de modo exhaustivo de las interacciones entre los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación (García Avilés, 2015) y, para otros autores, como Ángel Benito (citado en Rodrigo, 1989) “fue la aportación europea más completa en el campo de la información y comunicación colectivas” (p. 85).

En cuanto al aspecto crítico o las limitaciones, el sentir general se orienta en el sentido de que se trata de un modelo muy completo y con muchas variables, por lo que se hace poco manejable y resulta poco operativo.

El modelo de Maletzke, aporta una visión de la comunicación desde la psicología, y también un notable grado de profundidad en el estudio de todas las interacciones que se producen entre todos los elementos del proceso comunicativo. Refuerza la figura del

gatekeeper y valora los efectos en el receptor y las características tecnológicas de los medios, ofreciendo una visión multidireccional de la comunicación.

En otro contexto, pasamos a exponer ahora, una de las principales disciplinas de la comunicación como es la teoría semiótica. Conviene recordar previamente, que tanto la Semiología como la Semiótica, nos introducen en el estudio de los signos.

Como ya se ha comentado anteriormente, autores como Saussure o Barthes han sido determinantes en el desarrollo de esta disciplina. También otros autores como Charles Morris, quien en 1971 publicó su *Teoría general de los signos*, Charles Peirce en 1867 que desarrollo la *Teoría del significante y el significado*, Roland Barthes que en 1964, fue uno de los pioneros en entender la semiótica como un sistema de lucha contra las estructuras de poder y, también, Umberto Eco, que escribió su *Tratado de semiótica general* en 1975. Todos estos autores comparten la idea de que el elemento más importante entre emisor y receptor en un proceso de comunicación, para que el destinatario comprenda el mensaje, es la utilización de un código común entre ambos (Acaso, 2007).

Para entender la importancia de la semiótica y sus interpretaciones, es importante destacar algunas de las aportaciones más relevantes de los autores citados anteriormente. En primer lugar, ya comentado en otros apartados, es Saussure el primero que aporta una nueva terminología de la lengua en el marco de la comunicación de masas y define el signo, como unidad central de la semiótica y constituido por dos elementos de naturaleza psíquica: el concepto o significado y la imagen acústica o significante (Moragas, 1976). Para Saussure son dos entidades inseparables, no se puede hablar de signo, sin entender la existencia común de concepto e imagen.

Otro autor muy importante en el desarrollo de la semiótica es Charles Peirce, en el que la definición del signo, tiene, en este caso, una relación tripolar: signo, objeto e interpretante. En este caso, el signo es el significante, el interpretante el significado y el objeto, el uso que se hace del signo. Esta idea es recogida más adelante por Morris, como se describe en Moragas (1976), corrigiéndola y estableciendo una importante trilogía constituida por la sintáctica (combinaciones entre signos), la semántica (significado de los signos) y pragmática (usos de los signos).

Aunque también se comentó brevemente en el estructuralismo, conviene considerar aquí, la aportación de Roland Barthes (citado en Moragas, 1976), que recoge la profecía de Saussure y establece su explícita definición:

La semiología tiene como objeto de estudio todo sistema de signos, cualquiera que sea su sustancia, cualesquiera que sean sus límites; las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los complejos de estas sustancias -que pueden encontrarse en ritos, protocolos o espectáculos- constituyen, si no lenguajes, sí al menos sistemas de significación. (p.66)

Y finalmente, otro autor con una gran aportación en la semiótica moderna es Umberto Eco, con dos obras trascendentales en este ámbito como son sus dos libros: *La estructura ausente* y su *Tratado de semiótica general*. Los trabajos de Saussure habían lastrado una herencia con algunos problemas sobre la componente semántica de la comunicación. Problemas que subsana en buena parte Eco, con su teoría de los códigos y con la teoría de producción de signos. Con ellas, se hace posible una concepción más estructurada y global de la semiótica. Para Umberto Eco, la semiótica se ocupa de aspectos como los siguientes: zoosemiótica, señales olfativas, comunicación táctil, lenguaje silbado, proxémica, etc. Con la teoría de los códigos, establece la importancia de los subcódigos y de sus modalidades en el proceso comunicativo y aclara el problema de las estructuras y dimensiones del contenido (multiculturalidad, lenguajes especializados, etc.). Y con la teoría de la producción de signos aclara el problema de las estructuras y dimensiones de la expresión (en referencia a la función de emitir una imagen, un objeto o un gesto, con el fin de comunicar algo). Cada mensaje, hay que construirlo y eso supone un esfuerzo y un trabajo. Esta noción de producción signica pretende despejar un horizonte controvertido en la perspectiva semiótica de la comunicación de masas: la clasificación y naturaleza de los signos. Establecer una tipología de la producción de los mismos, clarificaría que son el resultado de varios modos de producción (Moragas, 1976). Pero, además, Eco, analizando los límites o el alcance de la semiótica y basándose en los estudios de anteriores autores, indica, en una primera aproximación, que la semiótica estudia todos los procesos culturales (agentes humanos en contacto mediante convenciones sociales) como procesos de comunicación. Y asimismo, sostiene que:

Si aceptamos el término cultura en su sentido antropológico correcto, encontramos inmediatamente tres fenómenos culturales elementales que aparentemente no están dotados de función comunicativa alguna (ni de carácter significativo alguno): (a) la producción y el uso de objetos que transforman la relación hombre-naturaleza; (b) las relaciones de parentesco como núcleo primario de relaciones sociales institucionalizadas; (c) el intercambio de bienes económicos". (Eco, 1976, p. 44).

Frente a estos tres fenómenos, sigue Eco, se pueden formular dos hipótesis: la primera es que “ toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación”; y la segunda, que “todos los aspectos de la cultura pueden estudiarse como contenidos de una actividad semiótica”.

Dentro de este contexto de la teoría semiótica, se exponen a continuación dos teorías comunicativas relevantes como son la teoría semiótico-informacional y la teoría semiótico-textual.

La teoría semiótico-informacional, da un salto más adelante en las teorías de la comunicación. Aquí, destaca Wolf, la orientación sociológica que se le da a la investigación en comunicación y, sobre todo, la importancia que adquiere la decodificación (interpretación del mensaje). Anteriormente vimos que, para la teoría de la información, lo importante es la eficiencia del proceso comunicativo, más que su dinámica (Wolf, 1987). Pero este planteamiento, obvia de alguna manera un proceso muy importante como es la de los efectos y la interpretación de los mensajes. En este sentido, la reivindicación por la significación de los mensajes en la comunicación de masas aparece liderada por los autores Eco-Fabri (1978), al establecer el modelo semiótico-informacional, en el que sí se valoran los factores semánticos, introducidos a través del concepto de código.

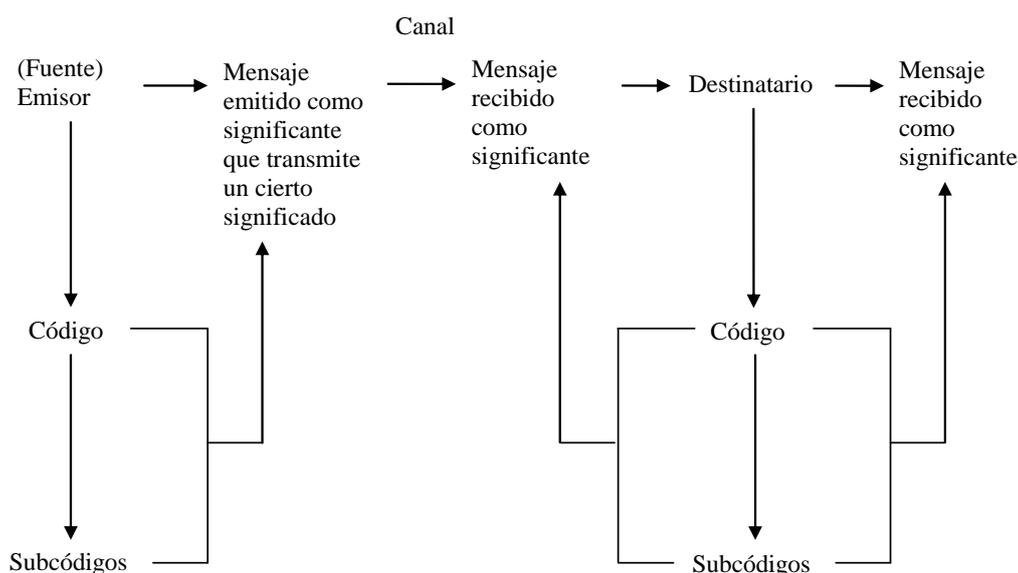


Figura 63: Modelo Eco – Fabri (Fte: - WOLF, M (1994): La investigación de la comunicación de masas, Paidós, Buenos Aires pp. 139)

Así, cobra una gran importancia teórica el proceso de decodificación, es decir, dar sentido a lo que recibe la audiencia como información de los medios de masas. El

problema o las limitaciones de este modelo es que entre el mensaje emitido como significante y el recibido como significado, median gran cantidad de factores que pueden generar decodificaciones aberrantes o interpretaciones distintas a las pretendidas por el emisor. Estos factores pueden ser niveles y competencias socioculturales diferentes, diversidad de códigos, reglas de interpretación diferentes, etc. Además, la asimetría de los papeles en la comunicación de masas y la complejidad de factores sociales pueden no garantizar el correcto reconocimiento de las intenciones del emisor por parte del destinatario. El valor, pues, de este modelo, es claro, establece que es indispensable conocer la mediación de los mecanismos comunicativos para determinar los efectos macrosociales. Esta perspectiva queda, pues, relegada al ámbito del análisis de los mensajes, de sus códigos y de su estructura comunicativa. Por último, se puede concluir que éste es un modelo, respecto al anterior, que integra el tema de la interpretación, no es tan matemático, incluso se podría considerar como un intento de dulcificar la propia *Teoría de la información*, que obvia claramente el significado del mensaje.

La teoría semiótico-textual, presenta también respecto a la que acabamos de comentar, algunas ventajas muy importantes que significamos a continuación. Aquí ya no se aborda un mensaje que llega codificado por el emisor y que es decodificado por un código del destinatario (aspecto muy simplificado de la comunicación y que puede llevar a error); en el marco de esta teoría, se subrayan aspectos muy importantes, como por ejemplo, que los destinatarios no reciben un único mensaje, sino muchos, tanto en sentido sincrónico como diacrónico; además, no reciben mensajes sino conjuntos textuales, que además interpretan con un conjunto de prácticas textuales regladas. Esto es muy importante porque desde el punto de vista de la codificación-decodificación, la teoría semiótico-informacional, detalla un mecanismo común tanto en la comunicación interpersonal como la de masas., sin embargo, en este caso, se consigue desde la semiótica, algunos rasgos estructurales específicos de la comunicación de masas. En el modelo semiótico-informacional, se pone el foco sobre el estudio interpretativo de los mensajes a través del código, por lo que la disimetría emisor-receptor en el proceso no queda valorada. Sin embargo, en este modelo, se construye la relación comunicativa en torno a unas prácticas textuales (y distintos roles), a diferencia del simple análisis de los mensajes transferidos (que equipararía los papeles de emisor y receptor). Este modelo valora entonces la asimetría entre ambos agentes de la comunicación, y matiza la relevancia del conocimiento que, de los destinatarios,

tienen los emisores, anticipándose a la comprensión de los mismos y teniendo en cuenta sus capacidades y circunstancias, es decir, la codificación del emisor, se subordina a la descodificación del receptor. Posiblemente una de las reflexiones más interesantes sobre esta cuestión es la que realiza McQuail (en Wolf, 1987), en la que atiende a dos aspectos importantes: por un lado, significa que los medios de masas son “un fenómeno demasiado complejo para ser representado por un modelo de tipo convencional” (p.151). Y por otro lado, indica que además de la asimetría de roles entre emisor y destinatario, otros aspectos de los medios de masas, desaconsejan un enfoque comunicativo de carácter colectivo: ambos pertenecen a grupos sociales estructurados de forma muy distinta, desde los grupos emisores formales, con fuerte cohesión, jerárquicos y con valores profesionales altamente condicionados por el sistema sanción-recompensa; hasta las formas de agregación mucho más lábiles de la audiencia, que incluso puede que no tenga percepción colectiva de sí misma.

Miguel Rodrigo Alsina, en 1989, en su libro *Teorías de la comunicación*, plantea una nueva perspectiva con su modelo socio-semiótico. Si bien es cierto que lo aplica para la comunicación de masas, el diseño y la funcionalidad del modelo, puede resultar de interés como base para el estudio de la comunicación colectiva en otros ámbitos.

En este contexto de reconsiderar el valor aumentado de las audiencias, resulta muy interesante la reflexión que hace Rodrigo, analizando a diversos teóricos de la comunicación y, especialmente, a las propuestas de modelos en el campo de la semiótica (Eco, 1977, 1981, 1987) y de los estudios culturales o de la sociosemiótica (Jordan, 1986).

Resumiendo, se observa como desde los años setenta, se ha pasado de una semiótica del signo a una semiótica del discurso. De la misma manera se ha pasado de un único código común emisor-receptor a una multiplicidad de códigos que intervienen en el proceso y que precisa que haya, al menos, uno común a ambos. Esta circunstancia aporta otro cambio significativo y es que el receptor lleva a cabo una lectura personal del mensaje y eso supone que los *mass media* no pueden modelar la forma de pensar de una generación. Ya no se habla de mensajes sino de textos-modelo, y tampoco se habla de código sino de competencia textual del receptor. Además, se empieza a valorar la asimetría de roles que sitúan en clara desigualdad la posición del emisor y el receptor. Por otro lado, el estudio de la recepción se ha convertido en un objetivo central de la teoría de la comunicación, y se está pasando de un lector crédulo a un lector más crítico, pudiéndose diferenciar también al lector empírico, que corresponde al ámbito de la

sociología, del lector modelo que corresponde al de la semiótica. Resulta muy interesante conocer que los estudios cualitativos de recepción tienden a alejarse cada vez más del paradigma comunicativo para explorar lo cultural y los espacios de cotidianidad. El gran cambio propuesto es pasar de prácticas de lectura y de consumo de medios a prácticas culturales en general, en las que predomina el lector empírico social y en las que las prácticas cotidianas organizan las audiencias y los textos. Es decir, cada vez más se considera la comunicación como una de las prácticas culturales de las personas dentro de su vida cotidiana. Y por último, en la actualidad, existe una idea que emerge con mucha fuerza en la comunicación que es la intersubjetividad. La subjetividad resulta de la socialización y de la biografía personal, por lo que construye una realidad particular que interactúa con las realidades de los demás y construye la realidad social. Por eso, la intersubjetividad, es un elemento clave; la presencia del acuerdo, la negociación o los significados compartidos en la comunicación; esto supone un cambio en la concepción de la recepción, como apunta Lozano, en Rodrigo (1989), se pasa de una recepción como etapa final y cerrada del proceso comunicativo, a un espacio de actualización, de interpretación, abierto y de negociación del sentido. Así, se pasa de masas y audiencia homogénea a las audiencias plurales y grupos específicos. El grupo, no es un fruto de los medios de comunicación (audiencia como número de espectadores) sino que ya está constituido antes del consumo de medios. Se hace imprescindible el pacto o la negociación.

Para concluir la reflexión de Rodrigo (1989), se considera a la comunicación como una de las prácticas culturales de las personas dentro de su vida cotidiana. Por consiguiente, no solo hay que estudiar la comunicación de masas, sino también la comunicación interpersonal y lo que se ha denominado la sociología de la vida cotidiana (Wolf, 1982).

En este contexto, es de destacar el modelo de Jordan (1986), situado en la corriente de los estudios culturales británicos, también llamada Escuela de Birmingham, que parten de un análisis marxista, por lo que consideran a la sociedad muy influenciada por la estructura de clases y las instituciones político-económicas. Ésta corriente defiende, además, que tanto la literatura como los medios de comunicación representan la estructura de la cultura y la sociedad. Asimismo, también considera a la cultura como un fenómeno transversal a nivel social y que es la base de la producción y reproducción de la sociedad. En este sentido y siguiendo a uno de sus principales autores, Hall, en Rodrigo (1989), define las funciones ideológicas de los medios de comunicación,

fundamentalmente en tres aspectos: en primer lugar, la construcción selectiva del conocimiento social y de realidades vividas por los otros para reconstruir imaginariamente sus vidas y las propias en un mundo global (suministran los discursos, imágenes e ideas en este aspecto); en segundo lugar, reflejar y reflejarse en esta pluralidad (suministrar léxicos, estilos de vida, etc.), esto lleva a plantear un tema muy importante en la cultura como es el de la identidad; y en tercer lugar, organizar, y unir coherentemente lo que se ha representado y clasificado selectivamente (ir produciendo un consenso y construyendo una legitimidad, que se va adaptando a las circunstancias históricas y a los grupos emergentes).

Para Jordan, en Rodrigo (1989) los estudios culturales, pueden entenderse como “el repertorio de formas subjetivas por, en, y a través de las cuales vivimos” (p.98). Esta subjetividad ha sido constituida por la práctica en la actividad cotidiana y en las interacciones sociales de la misma. Por lo tanto, nuestra subjetividad no es algo innato, sino construido por la interacción con varios organismos , y , según O’Sullivan y otros (en Rodrigo, 1989): “nuestra identidad individual está, por consiguiente, determinada, regulada y reproducida como una estructura de relaciones” (p. 99).

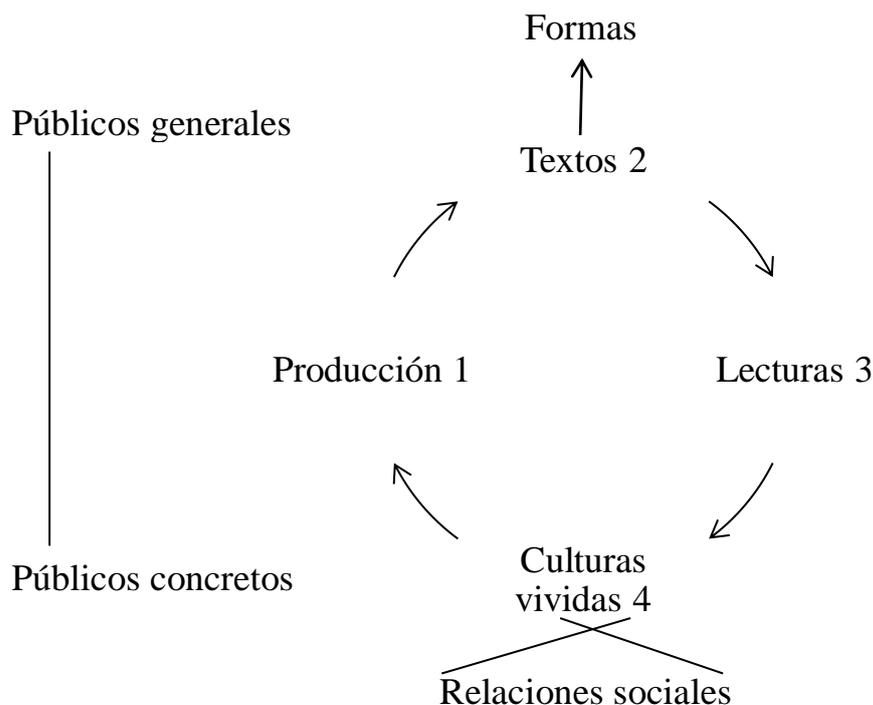


Figura 64: Modelo de Jordan (Fte: - RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos pp.99.)

Conocida la visión de Jordan de los estudios culturales y antes de abordar su modelo, resulta muy interesante conocer también su perspectiva bipolar sobre la cultura, como se cita en Rodrigo (1989). Jordan explica la cultura como:

Un campo en el cual distintos grupos, con distintas identidades, intereses y grados de poder, luchan para establecer su liderazgo, su dominio social y cultural, es decir, su hegemonía, o bien luchan para resistir las formas hegemónicas, incorporándolas muchas veces para modificar sus sentidos y funciones. (p. 99)

Con estas premisas, Jordan (1986), plantea, por tanto, un modelo que pretende dar cuenta de la producción, circulación y consumo de los objetos culturales.

El principio racional del modelo se ajusta a que los objetos culturales están insertos en un proceso productivo de circulación, que son mercancías producidas, consumidas y reproducidas. Todos los elementos del proceso, están interrelacionados.

Punto 1, cualquier objeto cultural debe ser producido mediante un trabajo.

Punto 2, esta producción da una materialización del objeto cultural en un texto, que puede tener distintas morfologías (música, literatura, etc.).

Punto 3, lectura del texto o textos. Estos pueden ser devueltos por un mal entendimiento (*misread*), es decir, por una mala transformación del sentido.

Punto 4, dado que las relaciones sociales pueden ser vividas de maneras distintas, por distintos grupos sociales, es necesario conocer la cultura vivida por el lector, es decir, los elementos culturales presentes en su entorno, para evitar así el malentendimiento.

La diferencia entre públicos generales y públicos concretos nos traslada a la de lector modelo/lector empírico o audiencias/lectores específicos. Representan, los primeros, a un auditorio en sentido general, sin tener en cuenta las características específicas de cada uno de los receptores; pero al estudiar cómo los públicos concretos interpretan y se apropian de los textos, nos encontramos ante la actuación del lector empírico con sus especificidades. Por último, los discursos disponibles son la materia prima para otros nuevos ciclos de producción cultural. (Jordan, 1986).

Para Rodrigo, y en referencia a este modelo de Jordan, destaca dos aspectos, por un lado, el tratamiento de proceso productivo para obtener los objetos culturales y por otro, la visión de lector real localizado en distintos públicos concretos, aspectos que conforman el principio racional del mismo.

3.3.2.2 Modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina

En el marco de esta teoría semiótico-textual, como ya se comentó antes, se ubica el modelo socio-semiótico de Rodrigo Alsina, que en el capítulo de metodología, se aborda para su posible aplicación en el estudio de la fiesta de las fallas.

Para entender mejor la explicación del mismo, es importante exponer las premisas base del modelo, en el marco general de los modelos semióticos-textuales, así como el principio racional que le da coherencia.

En cuanto a las primeras, quedan expuestas por Eco y Fabbri, en Rodrigo (1989, p. 91) y son las siguientes: la primera hace referencia a que los destinatarios, no reciben mensajes sino conjuntos textuales; por otro lado, y también en referencia a los destinatarios, afirman que no comparan los mensajes con códigos sino con un conjunto de prácticas textuales depositadas, y, por último, explican que los destinatarios no reciben nunca un solo mensaje, sino muchos, tanto en sentido sincrónico (una misma noticia transmitida por varios de los mass media), como diacrónico (una misma información es recibida de forma repetida aunque de modo distinto).

En cuanto al segundo, el principio racional del modelo es de matriz fenomenológica, si bien es cierto que, como describe Rodrigo (1989), hay algunos conceptos que ayudan a fundamentar el mismo.

Por ejemplo, la teoría de la realidad social de Schutz, que considera a la persona como un ser social, esto le condiciona una conciencia social, que utiliza símbolos que se crean y se comunican a través de grupos en un mundo intersubjetivo o compartido de percepciones recíprocas. Aunque, realmente, es prácticamente imposible la total coincidencia de los esquemas interpretativos, ya que cada uno de estos esquemas está determinado por la biografía y significatividades de cada uno. En la misma línea, Blumer habla de la construcción social de la realidad, en la que el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que éstas significan para él; a la vez, que el significado de las mismas surgen de la interacción social. O también, Verón, que apunta las ventajas de los discursos sociales de la sociosemiótica sobre las limitaciones de la pragmática o disciplina de los enunciados lingüísticos.

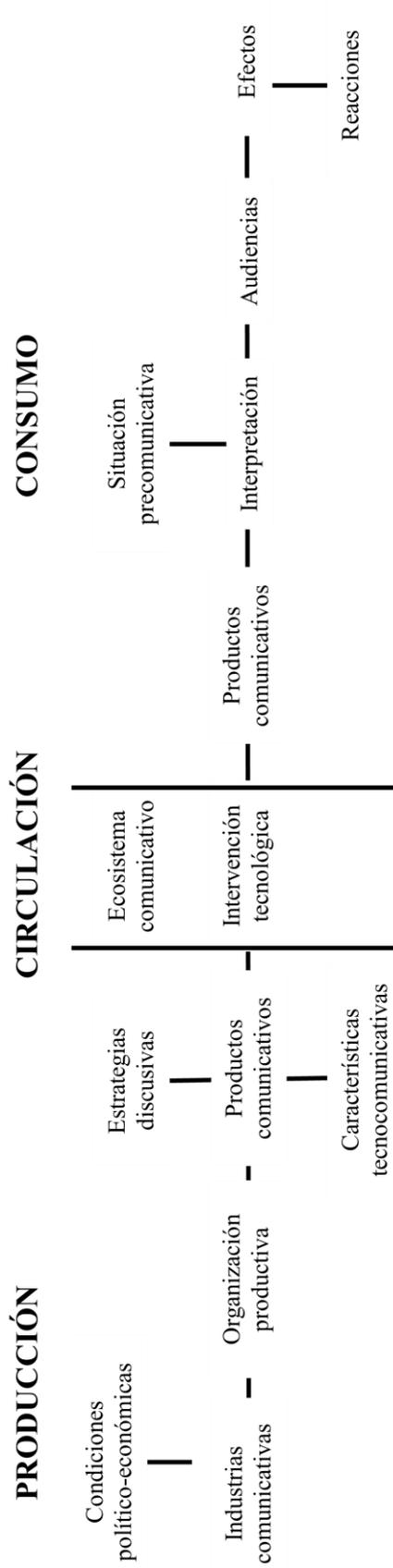


Figura 65: Modelo Sociosemiótico de Rodrigo Alsina (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 102.)

Se puede decir, pues, que la sociosemiótica estudia la producción, circulación y consumo de los discursos sociales. En este contexto y analizando el desarrollo teórico del modelo, habría que distinguir, lógicamente, la parte semiótica del mismo, representada por la Escuela de París, según Greimas y Courtés, en Rodrigo (1989) y que puede calificarse como una sociosemiótica del enunciado, basada en la etnoliteratura y la socio-lingüística. Y una parte sociológica o de comunicación social, que no solo tiene en cuenta el texto o el discurso, sino que, además, considera la biografía y el ambiente social del lector, entre otros factores, es decir, se hace imprescindible que la sociosemiótica de la comunicación social sea pluridisciplinar (Jordan, en Rodrigo, 1989).

El modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina muestra el proceso de comunicación de masas como tres fases que están relacionadas o conectadas entre sí: la producción, que corresponde a la fase de creación del discurso, la circulación, que se produce cuando el discurso entra en el mercado competitivo, y el consumo, que se refiere a la utilización por parte de los usuarios de estos discursos. Siendo muy importante recordar que todos los conceptos están muy interrelacionados.

Se detalla a continuación, los elementos principales del modelo, que se describen por fases.



Figura 66: Fase de Producción del Modelo Sociosemiótico de Rodrigo Alsina (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 102.)

En la fase de creación-producción, hablamos en primer lugar de las condiciones político-económicas, que son las circunstancias históricas determinadas que inciden en la industria de la comunicación. Se refiere no solo al modelo de sociedad sino también a los factores que trazan una política de comunicación dominante de un país. Cada

sociedad puede dar lugar a un modelo comunicativo diferenciado, incluso, pueden coincidir diferentes espacios comunicativos en un mismo estado.

Es evidente que estas condiciones político-económicas van a tener una incidencia directa sobre las industrias de la comunicación. En la mayoría de los casos, en comunicación de masas, acaba produciéndose una relación mercantil entre productor y consumidor. Estas industrias, son las instituciones productoras de los discursos de los *mass media* y van a depender de dos factores clave para su desarrollo, la tecnología y la programación. La tecnología es un elemento imprescindible para la producción de los mismos y en cuanto a la programación de los *mass media* ha ido creciendo la producción estandarizada y la redundancia en formas y contenidos. Como explican Horkheimer y Adorno, en Rodrigo (1989), la estandarización ha sido una de las constantes de la industria cultural desde sus inicios. Por otro lado, un factor importante en estas industrias son las estructuras empresariales de poder, que generan cambios en el control de los medios de comunicación. Según describe Orive, en Rodrigo (1989), en este tipo de empresas, como en otras, existen grupos de presión dominantes y centros de decisión política y económica. Se puede decir que hay una ideología generalizada de la producción de la información. De ahí, la importancia que tiene la organización en la producción discursiva de los mass media.

Rodrigo, en el mismo sentido, también señala lo importante de la organización productiva. Las industrias de la comunicación resultan peculiares ya que su producción es discursiva y fruto de un trabajo sociosemiótico específico, llevado a cabo por periodistas, pero cuya construcción de la información es un proceso de interacción y negociación (Wolf, 1987). Por ejemplo, la importancia del acontecimiento responde a las exigencias de la organización. Por otro lado, los valores/noticia son criterios activados en conjunto y según jerarquías cambiantes, también en la utilización de fuentes intervienen criterios prácticos, etc. Existe un condicionamiento no solo a nivel técnico sino también ideológico, aunque la decisión de los que se publica corresponde al director. De esta manera, se observa que las industrias de la comunicación son las productoras de discursos a partir de una serie de complejas operaciones socio-semióticas. Es indudable, que la organización condiciona la producción.

Otros factores clave a tener en cuenta son los productos comunicativos. Son el resultado discursivo de este proceso sociosemiótico. En este sentido, Rodrigo Alsina (1989), diferencia dos elementos clave: las estrategias discursivas y las características

tecnocomunicativas. Las primeras se sitúan en el plano del contenido, mientras que las segundas determinan el plano de la expresión del discurso.



Figura 67: Fase de Circulación del Modelo Sociosemiótico de Rodrigo Alsina (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 102)

En la fase de circulación, se destacan dos conceptos: la intervención tecnológica y el ecosistema comunicativo.

Cualquier discurso producido en el proceso de comunicación de masas, sufre una intervención tecnológica. Además, es manifiesta la influencia de la tecnología en la construcción sociosemiótica de la realidad. En este contexto, es clave la postura de Mc Luhan, como describe Rodrigo (1989), la del determinismo tecnológico. La tecnología condiciona nuestra percepción en general, de forma que, a lo largo de la historia, la tecnología ha ido conformando nuestra concepción del mundo y la forma de aproximarnos a él, potenciando unos sentidos, en detrimento de otros. O lo que es lo mismo, la modificación de la realidad a través de la tecnología, tiene efectos de influencia sobre los individuos y la sociedad. El medio y su tecnología, son claves en el proceso. La famosa propuesta del mismo Mc Luhan, “el medio es el mensaje”, da un giro a la concepción de los medios de comunicación, éstos no sólo son meros instrumentos de distribución de mensajes, sino que, por sí mismos, tienen efectos sobre los individuos y la sociedad.

Por otro lado, es obvio, hay que hablar del ecosistema comunicativo. En este aspecto, hay que señalar la competencia de los distintos medios y sus diferencias, a nivel tecnológico y a nivel de la línea política de cada industria. El discurso de los *mass media* no puede ser concebido como un mensaje aislado emisor-receptor, este discurso se inserta en un sistema de discursos concurrentes. Se sitúa en un mercado de la comunicación pública, en un ecosistema comunicativo (Rodrigo, 1989). Pero este

escenario, nos lleva a una visión en cierta manera relativamente paradójica del sistema. Por un lado, como apuntan también otros autores, como Octavio Paz (*El País*, 11-IV-1986): “[...]La palabra de la sociedad no es un discurso único y homogéneo, sino múltiple y heterogéneo”. Como hemos dicho, entre los distintos medios que compiten en este ecosistema se dan diferencias notables, basadas en las características tecnológicas y en la línea política de cada industria comunicativa. Pero, por otro lado, es un sistema que se rige por una lógica productiva y de consumo semejante, es decir, bastante homogéneo en estos aspectos. Un ejemplo de esta actuación homogénea está en el fenómeno de la tematización (Rodrigo, 1989), es decir, centrar la atención de la audiencia en unos temas determinados, aunque para ello, es necesario el concurso de más de un medio de comunicación. Por último, señalemos que el ecosistema comunicativo constituye uno de los más relevantes espacios públicos. Como describe el mismo Rodrigo (1989): “El ecosistema comunicativo es el espacio público en el que circulan los discursos de las *mass media* y en que éstos desarrollan complejas relaciones” (p. 120).

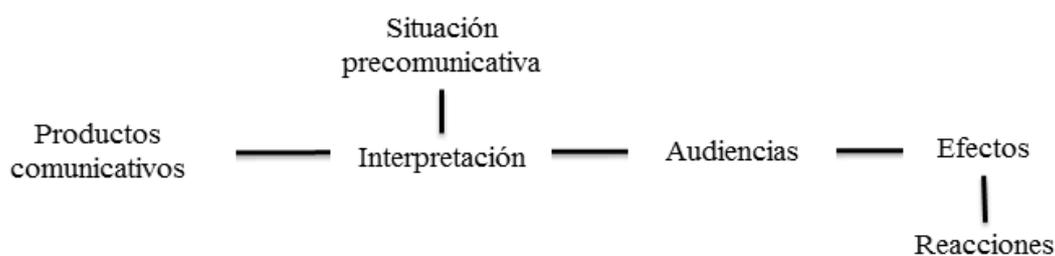


Figura 68: Fase de Consumo del Modelo Sociosemiótico de Rodrigo Alsina (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 102)

En el apartado de consumo, hay que decir que, Rodrigo Alsina le da una importancia muy notable al receptor. Y establece cinco temas principales, que se comentan a continuación: situación pre-comunicativa, interpretación, audiencias, efecto y reacción.

En cuanto a la situación precomunicativa, se debe estudiar el contexto, la circunstancia y la competencia. Se refiere a estudiar el consumo de la comunicación de manera contextualizada, en este aspecto, cobra mucha importancia el hecho de que la realidad no se establece por la estructura objetiva de las cosas, sino por el sentido que éstas tienen para las personas, por lo que se trata de vivir en un mundo intersubjetivo, común a todos nosotros, es decir, utilizar significados compartidos, aceptados por ambas partes, emisor y receptor, como de sentido común. Además del contexto, hay que

referirse a la circunstancia, es decir, la situación personal, grupal o pública de uso de los medios de comunicación. No sólo entra en juego el ecosistema de los medios de comunicación sino también la comunicación interpersonal. No se puede olvidar la importancia del grupo en la comunicación de masas. Un ejemplo claro de esto son las distintas formas de escuchar la radio asevera Faus. Se pueden dar cuatro tipos de actitudes: oír (percibir), escuchar (actitud más activa), atender (lleva implícita una intencionalidad) y comprender (es el resultado de escuchar y atender, cuya finalidad es asimilar). Y ,por último, la competencia. Rodrigo (1989), se apoya en Chomsky y describe que la competencia es el conocimiento que el hablante-oyente tiene de su lengua. Rodrigo entiende la competencia comunicativa como los conocimientos y aptitudes necesarios para que un individuo pueda utilizar todos los sistemas semióticos que están a su alcance como miembro de una comunidad sociocultural determinada. No se trata pues, de una competencia exclusivamente lingüística, sino también psicológica, social y cultural. También conviene aclarar, que la competencia comunicativa del emisor, no tiene que coincidir necesariamente con la de los destinatarios y la de éstos puede a la vez ser diferente entre sí.

Cuando abordamos el tema de la interpretación, conviene recordar que es un término equivalente al de decodificación, pero, siendo éste en realidad un término complejo que abarca un conjunto de operaciones (acústico-fonemático-silábico, etc.), en la actualidad, es más oportuno hablar exclusivamente de interpretación. Es indudable, que la interpretación es el elemento central del consumo de los productos de los *mass media*. Si hablamos del procesamiento humano de la información, hay que distinguir algunos conceptos esenciales: sensación, percepción, atención, memoria, actitud y comportamiento. Cabe destacar el papel de la memoria. Mientras que la memoria a corto plazo tiene una duración y capacidad limitada, la memoria a largo plazo tiene una capacidad ilimitada, es duradera y constituye el almacén de conocimientos adquiridos por el individuo a lo largo de su vida. Representa un papel importante, no solo en la interpretación de la información, sino también en los efectos a largo plazo.

Para Rodrigo, la audiencia sería un agregado de consumidores potenciales, con un perfil socioeconómico conocido, al que se dirige un medio de comunicación o mensaje. Asimismo, apunta distintas concepciones de la audiencia desde el punto de vista radiofónico, la versión más conocida y utilizada actualmente. Una es entendida numéricamente (número de oyentes). La audiencia como mercado parte del concepto del producto de los *mass media* y tiene una doble aceptación, por un lado, como

conjunto de consumidores potenciales del producto, y por otro, como audiencia de una determinada publicidad.

El tema de los efectos de los medios se puede abordar desde numerosas perspectivas, pero si seguimos el modelo integrado de los efectos de los medios, de De Fleur y Ball-Rokeach, tal como describe Rodrigo (1989), se pueden distinguir tres tipos de efectos: efectos cognitivos, afectivos y conductuales. En los primeros, se refieren a la ambigüedad de la información y a las actitudes, creencias y valores de las audiencias. Los procesos afectivos se refieren a los sentimientos y a las emociones, y de los numerosos efectos sobre la conducta, sólo consideran la activación y la desactivación. Es importante destacar aquí la visión constructivista de las emociones, como que son determinadas por los sistemas de creencias culturales y morales de una comunidad concreta y son aprendidas por la persona. Para Rodrigo, las emociones, pues, son importantes porque establecen y ponen de manifiesto, un orden moral latente de una sociedad a la que están ligadas. El poder de los *mass media* está, pues, en establecer modelos de comportamientos emotivos que pueden ser seguidos por la audiencia. Esta capacidad socializadora aumenta con el uso que se haga de los medios de comunicación. Además, las emociones se han convertido en uno de los ejes centrales para la comprensión de nuestra sociedad. Maffesoli, en Rodrigo (1989), señala, que está naciendo una nueva cultura del sentimiento. Para Rodrigo, es una cultura de la representación que se fundamenta en la capacidad de seducir y en la que, los medios de comunicación tienen un papel central.

También para este último autor, todo consumo implica una reacción. Es decir, la reacción sería la respuesta manifiesta del receptor al mensaje del emisor. Cuando un efecto cognitivo o emotivo da lugar a una determinada conducta, estamos ante una reacción. En la reacción a los discursos de los *mass media* se pueden establecer cuatro niveles: reacción individual, grupal, de la opinión pública e institucional. La reacción individual depende de la biografía de cada individuo y tiene que ver con la psicología de la personalidad, y la grupal se refiere a todos aquellos grupos que no están institucionalizados. Un ejemplo de reacción grupal es el comportamiento electoral y otro ejemplo claro de la reacción masiva fue el programa de dramatización radiofónica el 30 de octubre de 1938 de Orson Wells, *La guerra de los mundos* que hizo cundir el pánico en la población, convencida de que sufría un ataque extraterrestre.

Explicados los contextos y paradigmas sociales generales, así como las principales teorías y modelos de la comunicación, pasamos a exponer, todavía ubicados en el

ámbito de la teoría semiótica, un nivel de comunicación, totalmente vinculado a esta disciplina, y muy relevante en el proceso de comunicación de la fiesta como es el lenguaje visual.

En las Ciencias de la Comunicación y en la Semiótica, se estudian tres sistemas de transmisión de mensajes: la comunicación verbal, la comunicación escrita y la comunicación visual.

La comunicación visual se diferencia del resto porque el sentido utilizado para la comunicación es la vista. Difiere especialmente de la verbal, pero funciona de forma similar a la escrita. Engloba varios campos de la expresión humana: expresión gestual, postural, espacial, indumentarística, etc. Con objeto de conseguir una mejor visión analítica y explicativa de la expresión visual, dividiremos este epígrafe en dos apartados: por un lado la comunicación y el lenguaje visual, haciendo referencia, sobre todo, al análisis de la imagen visual estática en general (objetos, animales, personas, etc.), y posteriormente, haremos lo propio con otro nivel taxonómico que hemos considerado como comunicación no verbal, en el que se encuadran imágenes que hacen referencia, sobre todo, a fenómenos de expresión no verbal (gestos, emociones, posturas, ropa, etc.) que forman parte de las personas y su cultura. En ella se englobaría también, la lengua de signos.

Siguiendo a Acaso (2007), la comunicación visual es el sistema de transmisión de señales, cuyo código es el lenguaje visual. De la suma de la comunicación visual y la semiótica nace la Semiología de la Imagen o Semiología Visual, que es el área del conocimiento donde se estudia la significación de los mensajes codificados a través del lenguaje visual, por tanto, el lenguaje visual es el código específico de la comunicación visual.

La misma autora, analiza las características que hacen especial a este tipo de expresión: como el sistema de comunicación más antiguo que se conoce, poseedor de gran facilidad de penetración (ver cuesta menos que leer), carácter más universal e inteligible para numerosas culturas y el que mejor reproduce la realidad.

Teniendo en cuenta que la imagen (unidad de representación realizada mediante el lenguaje visual) es, como otros lenguajes, una representación de la realidad, volvemos a la definición de semiótica de Umberto Eco, en Acaso (2007), de signo como cualquier cosa que representa a otra, para significar lo que se entiende como signo visual, o cualquier cosa que representa a otra a través del lenguaje visual. Por razones obvias, en este trabajo sobre arte efímero a través de la imagen, adquieren especial relevancia estos

conceptos. Según el filósofo Charles Peirce, en Acaso (2007), clasificó los signos visuales de la siguiente manera: huella o señal, refiriéndose al signo o resto físico que deja evidencia del elemento representado (Ej. una huella); icono, como signo con el que existe conexión con el significante en algún punto, es decir, pierde parte de las características físicas del original, pero manteniendo semejanza con lo representado (Ej.: una fotografía) y símbolo, como signo que carece de semejanza con el original, de manera que su representación se fundamenta en base a unos rasgos establecidos convencionalmente y de manera socialmente aceptada (Ej. señal de tráfico).



Figura 69: Símbolo. (Fte: archivo personal).

Todos estos signos, se pueden utilizar desde dos tipos de niveles: el significante y el significado. El significante es el aspecto material o físico del signo y que atiende a lo objetivo y a lo consciente, de manera que se enumeran y describen los elementos del mensaje, pero sin ninguna actitud valorativa o cultural. De él, se desprende el discurso denotativo, o mensaje objetivo o sin codificar. El significado es el concepto o unidad cultural que se otorga al signo por medio de una convención social establecida. Atiende a lo subjetivo y de él se desprende el discurso connotativo, en el que el observador interpreta libremente la imagen, como define Barthes, en Acaso (2007).

Como se ha citado anteriormente, los signos visuales conforman el lenguaje visual, por lo que también consideramos interesante clasificar las tipologías del mismo (Ricart, 2008). Consideramos los lenguajes visuales tradicionales que corresponden a las artes plásticas como pintura, escultura, etc. También se debe considerar el lenguaje visual del diseño, basado en técnicas de dibujo y del trazo como medio de expresión. En el mismo sentido es destacable el lenguaje visual de artes fotomecánicas como fotografía, cine,

vídeo, televisión, etc. Y, por último, los nuevos lenguajes visuales (de tecnología informática) como la infografía o la creatividad informática.

Para entender mejor el significado del lenguaje visual, conviene plantear aquí, los objetivos o finalidades del mismo (Bargueño y cols., 2007), como es la función informativa, donde las imágenes centran su mensaje simplemente en transmitir información, sin más; otra función relevante es la expresiva, va unida a los sentimientos, su fin no está en la imagen sino en las sensaciones que provoca; como también requiere consideración la función estética, donde las imágenes se centran en comunicar principalmente belleza y armonía, sensaciones que provienen generalmente de las relaciones entre proporciones y efectos (color, textura, etc.) que tienen las formas que componen la imagen; y finalmente, es también relevante, la función representativa, que son imágenes que representan la realidad y están desarrolladas por el ser humano. Hay de dos tipos, las creadas por la fantasía del autor y las que se realizan copiando o interpretando la realidad.



Figura 70: Imagen realista. El biólogo J. Cousteau . (Fte: archivo personal).



Figura 71: Imagen figurativa. El cantante J. Lennon. (Fte: archivo personal).

Finalmente, se exponen los niveles de representación que se pueden dar en la lectura de imágenes (Bargueño y cols., 2007), ya que, como veremos en la etapa final del trabajo, éste aspecto nos introduce de forma somera, en el análisis e interpretación de las tendencias artísticas falleras, tema de constante debate en mundo de la fiesta de las fallas. El nivel de representación de una imagen depende del grado de similitud que

tenga con la realidad, llamado grado de iconicidad. Así, se puede hablar de imágenes realistas o analógicas, las que tienen mayor parecido con la realidad; también percibimos imágenes figurativas que se caracterizan por su configuración deformada, esquemática o simplificada, pero siempre se reconoce su correspondencia con la realidad; aunque no ocurre lo mismo con las imágenes abstractas, que pierden toda la referencia con aquella.

En este contexto y, a título de recordatorio, significamos en este capítulo a la comunicación simbólica, que aparece constantemente en la cotidianidad de la vida festiva durante todo el ejercicio fallero. Por tanto, hablamos de simbología específica de la fiesta: insignias, escudos, estandartes, señera, etc. que configuran un universo de señas de identidad individual, grupal o colectiva, tremendamente importante para el mundo de las fallas. Como se ha visto, en el capítulo de sociabilidad, el lenguaje simbólico representa una forma de expresión notablemente rica y diversa en el mundo de las fallas, ya no solo por el valor semántico de la expresión, sino también por la fuerte carga identitaria que conlleva, como se deduce, de los interesantes trabajos al respecto de Xavier Costa (2003).



Figura 72: Símbolo. *Bunyol* adulto (Fte: archivo personal).



Figura 73: Símbolo. *Distintiu* infantil (Fte: archivo personal).

Por último, tras exponer en este apartado los contenidos relativos a los contextos y paradigmas de la comunicación, se intuye la dificultad para encontrar un modelo que integre todos los aspectos o perspectivas de investigación que abarca el mundo de las

fallas. En el capítulo de metodología, se reflexiona sobre esta cuestión y se abordan los argumentos para proceder a la selección, desde nuestro punto de vista, del más idóneo, para alcanzar los objetivos propuestos.

4 METODOLOGÍA.

Planteado ya el marco teórico del trabajo, pasamos a exponer ahora, los recursos de investigación que se utilizan, así como los pasos a seguir para poder alcanzar los objetivos propuestos. Para ello, recordamos, en síntesis, cuales eran los citados objetivos.

Los objetivos generales:

- 1) Analizar las fallas como expresión de la comunicación popular.
- 2) Profundizar en el concepto de comunicación popular y participativa .
- 3) Proponer un modelo de comunicación que explique el proceso de elaboración del mensaje de la falla.

Los objetivos específicos:

- 1) Identificar todos los elementos que intervienen en el proceso de producción de una falla.
- 2) Determinar modelos de producción de la misma (tecnológicos -materiales y tecnología-, laborales -estructura empresarial-, estéticos y comunicativos -intencionalidad, coherencia, sincronía y tematización).
- 3) Estudiar el perfil del gestor o gestores de la idea (artistas, comisión, diseñadores gráficos, etc.).
- 4) Articular la relación que existe entre los elementos del proceso.
- 5) Elaborar una tipología del mensaje de la falla en función de la finalidad y la estructura del mismo.
- 6) Examinar la estructura comunicativa de los medios especializados. Analizar el alcance y la significación del mensaje, así como la respuesta de los receptores al mismo.

Para dar respuesta a los objetivos se plantean los siguientes pasos (Blaxter, 2008):

- 1) Seleccionar documentación y bibliografía a consultar, con una revisión especializada de los antecedentes,
- 2) Proceder a la selección de la muestra objeto del estudio.
- 3) Acotar el periodo a investigar.
- 4) Desarrollar un trabajo de campo con técnicas de investigación social como la observación, la entrevista, el cuestionario y el análisis de contenido. En alguna

ocasión, si la consecución de los objetivos lo justifica, se utilizará metodología complementaria como el estudio de casos o el grupo de discusión.

- 5) Recopilar toda la documentación obtenida, organizarla y seleccionarla.
- 6) Redactar el trabajo, subrayar las conclusiones obtenidas y diseñar un modelo propio de comunicación popular y participativo de las fallas, a partir de los modelos consultados dentro del marco de las Teorías de la Comunicación.

Para la revisión bibliográfica, se tendrá en cuenta toda la bibliografía citada al final del texto. Dado que existe relativamente escasa documentación al respecto, queremos destacar la importancia que adquieren en este sentido las tesis doctorales elaboradas hasta ahora como antecedentes. Tras revisar fondos bibliográficos y hemerográficos de las universidades valencianas (fundamentalmente *Universitat de València* y *Universitat Politècnica de València*), hemos llegado a encontrar hasta 7 tesis doctorales sobre las Fallas que se citan a continuación y que constituyen material relevante entre las fuentes: CONTRERAS, R (1987): *Cartelistas e ilustradores en Valencia. Los carteles de las Fiestas del fuego*, Universitat de València; ARIÑO, A (1990): *Fiesta y sociedad en la Valencia contemporánea*, Universitat de València; HERNÁNDEZ, G.M (1993): *Las Fiestas de Valencia bajo el franquismo (1936-1975)*, Universitat de València; COSTA, X. (1996): *El lugar de la tradición en la sociología contemporánea*, Universitat de València; COLOMINA, A (2006): *La preservació dels vestigis de l'art efímer de les falles. Matèria, tècnica i estètica. Estudi constitutiu y anàlisi estructural*, Universitat Politècnica de València; GARCÍA NADAL, J.L. (2009): *Las otras Fallas: imaginación metafórica como realidad de lo posible*, Universitat de València. OVEJERO, J. (2009): *Aproximación a los trabajos sobre los artistas falleros para la industria del entretenimiento y su dimensión sociológica*, Universitat Politècnica de València.

Expuesto lo anterior y dado que el universo es inabarcable, proponemos la configuración de una muestra de fallas, profesionales, colectivos y acontecimientos relacionados con las mismas, que se pueden considerar paradigmáticos, y en los que se puedan abordar los estudios explicados anteriormente en base a dos criterios claros de selección: criterio temporal y de conveniencia. Hernández, Fernandez y Baptista, sobre *Metodología de la Investigación* (2010), señalan:

Como ya se ha comentado, en los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Nos conciernen casos (participantes, personas, organizaciones,

eventos, animales, hechos, etc.), que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación. (p. 394)

También, según Mertens, citado en Hernández et. al, (2010): “Incluso, la muestra puede ser una sola unidad de análisis (estudio de caso). La investigación cualitativa, por sus características, requiere de muestras más flexibles. La muestra se va evaluando y redefiniendo permanentemente” (p.396). Otro autor que se pronuncia al respecto es Neuman, en Hernández et al., (2010):

En la indagación cualitativa el tamaño de muestra no se fija a priori (previamente a la recolección de los datos), sino que se establece un tipo de unidad de análisis y a veces se perfila un número relativamente aproximado de casos, pero la muestra final se conoce cuando las unidades que van adicionándose no aportan información o datos novedosos (“saturación de categorías”), aun cuando agreguemos casos extremos. (p.395)

Por último, y atendiendo a Ruiz, (2012), describe dos tipos de muestreo, el probabilístico y el intencional, En este caso, nos situaríamos en el segundo de ellos, que a su vez subdivide en opinático y teórico. El presente trabajo queda plenamente identificado con el muestreo intencional opinático, que el autor define como aquellos que el investigador selecciona en base a criterios de accesibilidad, conocimiento del objeto de estudio e idoneidad o representatividad de la población a estudiar.

Valoradas las premisas sobre el planteamiento del muestreo, concretamos definitivamente los criterios aplicados para la realización del trabajo, que son los siguientes (Blaxter, 2008):

Muestreo temporal: se seleccionarán fallas, profesionales, colectivos o acontecimientos que hayan sido expuestas durante el periodo comprendido entre los años 2000-2016. Este periodo se ha elegido por varios motivos: por coincidir con el fenómeno más importante a nivel comunicativo que ha tenido lugar con la entrada del S XXI, como es el fenómeno internet, por la permisividad de acceso para este periodo a las fuentes personales de los actores que conforman el citado escenario temporal y por resultar un periodo con notables cambios en el contexto social y económico, hecho que, a priori, puede resultar interesante analizar por su proyección en el elemento falla.

Muestreo de conveniencia, por cuota e intencional: otras valoraciones para acotar el estudio han sido, dentro del periodo señalado anteriormente, el de seleccionar protagonistas o profesionales relevantes con diferentes roles en la fiesta para poder realizar el estudio. Asimismo, se seleccionan las fallas por criterio de artista, modelo de producción, objetivos y tipología del mensaje, alcance y sección (Presupuesto). En

todos ellos, se procederá a la elección conveniente con planteamientos diferentes para poder establecer tipologías o estudios comparativos.

Para el trabajo de campo, se opta por una metodología de tipo triangular, una combinación de recursos de investigación, dada la complejidad del objeto de estudio. Si bien, para el desarrollo del análisis, se opta por técnicas de investigación social de carácter, fundamentalmente cualitativo, de acuerdo con los objetivos.

Por tanto, se recurre a la observación (Ander, 1993), la entrevista (Ander, 1993), el cuestionario (Hernández et al., 2010) y el análisis textual. La observación y, dentro de ella el estudio de casos, como técnicas de investigación social y dada la pluralidad colectiva y participativa de los protagonistas de las fallas, pueden resultar muy útiles para captar aspectos significativos y relevantes (recopilación de datos, de información y de hechos), en el proceso de comunicación de una falla. En general se utilizará la observación estructurada, manifiesta y natural (Vilches, 2011) y, en alguna situación debidamente justificada, recurriremos al estudio de casos. Estos se realizan con fines comparativos sobre un objeto que se contrasta y analiza, para proporcionar un conocimiento profundo sobre el mismo. Tienen una racionalidad específica: tomar lo distintivo (existen fallas y procesos de comunicación que son únicos o prácticamente exclusivos de las mismas), que nos permita decir algo más que trascienda esa exclusividad. Debe ser como un objeto ejemplar, que a través de éste se debería permitir captar otros elementos del contexto mayor, sin ser representativos del mismo (Orozco y Gonzalez, 2011).

La entrevista es un método cualitativo entendido como conversación entre dos o más personas que dialogan sobre un determinado tema y teniendo siempre un objetivo profesional o académico. A priori, el modelo de entrevista a realizar será el de entrevista semiestructurada y abierta, no exenta de cierto grado de libertad de respuesta por parte del entrevistado para poder descubrir aspectos o datos desconocidos en el planteamiento inicial del trabajo.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir o evaluar y es un elemento de investigación social, fundamentalmente cuantitativo, que nos permitirá, mediante la formulación escrita de una serie de preguntas orientadas al objeto de la investigación, la recolección de datos de forma rigurosamente estandarizada, y la tabulación o tratamiento estadístico de los mismos con objeto de obtener parámetros de comparación entre los datos obtenidos (perfil de los artistas, tipo de información prioritaria consumida por los falleros, etc.). Por último,

el grupo de discusión es una técnica de recogida de información de carácter cualitativo que puede resultar especialmente útil en el apartado de los estudios de percepción, difusión y alcance y significación del mensaje (Berganza i Ruiz, 2010).

Las fallas son, seguramente ya desde el principio, una propuesta de comunicación de primer nivel (fuego, ritual, entorno, etc.) que, además ha ido creciendo con el tiempo y enriqueciéndose desde todos los puntos de vista. Independientemente de su origen, lo que inicialmente era tan solo una hoguera, ha ido evolucionando por diversos contextos y escenarios de la historia, hasta convertirse, hoy día, en un ritual comunicativo de enorme magnitud, la fiesta más importante de Valencia. En ésta, intervienen numerosos elementos de diversos sectores productivos (artesanía, indumentaria, pirotecnia, servicios, etc.), y muchas variables durante todo el proceso festivo (el contexto social y político, los medios de comunicación, las nuevas tecnologías, etc.), desde que comienza el ciclo, cada 20 de marzo, hasta que acaba el mismo, cada 19 del mismo mes del año siguiente.

Por eso, y para dar respuesta al objetivo número 3, tenemos en cuenta las teorías expuestas anteriormente, así como el concepto y función de los modelos. En este sentido, se exponen a continuación, algunas reflexiones sobre el concepto, estructura, funciones, tipologías y ventajas e inconvenientes de los modelos.

La palabra modelo tiene numerosas acepciones e interpretaciones, vamos a repasar algunas de las definiciones que los comunicólogos han desarrollado sobre el mismo. Por modelo se entiende “una representación de objetos o componentes, acontecimientos, procesos o sistemas, y que puede ser utilizado de forma analítica o explicativa” (Valbuena, 1979, p. 100). McQuail y Windahl (1997), definen modelo como “una representación intencionadamente simplificada de la realidad, de forma gráfica” (p. 30). Según García Avilés (2015), “una descripción, conscientemente simplificada, de una parte de la realidad, que muestra los elementos principales de cualquier estructura y proceso, así como las relaciones existentes entre ellos” (p. 140).

Estas son acepciones desde el punto de vista de la ciencia, pero no hay que olvidar que la palabra modelo puede entenderse también en otros sentidos, por ejemplo, modelo como ideal, referencia para los demás, o modelo como muestra que se exhibe en una pasarela, etc. Es por eso que vamos a intentar aproximarnos al máximo al concepto de modelo científico mediante la exposición de algunas de sus características principales: composición, estructura, funciones, tipología, y ventajas e inconvenientes de su uso.

Atendiendo a Willer tal y como menciona Rodrigo (1989), la composición y estructura de los modelos debe estar definida por tres elementos. Un conjunto de conceptos definidos que forman parte de un fenómeno empírico (son los fundamentales y determinarán la estructura del modelo); un principio racional explicativo de la naturaleza de los fenómenos incluidos en el modelo, ya que cada modelo se enmarca en una teoría de la comunicación (la teoría de la que se parte, determina las características del modelo (Rodrigo, 2001), y un mecanismo que se refiere a las relaciones entre los conceptos del mismo.

Existen varias visiones sobre la función de los modelos. Destacamos aquí dos de las más relevantes. Desde la perspectiva de las ciencias sociales, según Deutsch y que relata Rodrigo (1989), señala, las siguientes funciones: organizadora; heurística y previsor. La función organizadora ayuda con la compleja realidad que está formada por una diversidad de elementos que se deben ordenar e interrelacionar para poder percibir el fenómeno en su totalidad. La función heurística hace referencia a que el modelo debe describir y explicar la realidad. Y, por último, la función previsor dice que el modelo debe hacer posible la predicción de resultados y, de este modo, controlar acontecimientos. Rodrigo (1989), resume que, la función de los modelos, deben ser dos: descriptiva y explicativa, y otra función muy importante de los modelos es, servir de punto de partida de los programas de investigación.

Como en aspectos anteriores, son numerosos los autores que han estudiado la tipología sobre los modelos. Inicialmente se clasificaron según el grado de conocimiento que intentan alcanzar y según su codificación, como indica Churchman y cols. en Valbuena (1979): icónicos, analógicos y simbólicos, aunque sus fronteras, en algunos casos, no quedaban bien delimitadas. Posteriormente y siguiendo a Lucas (2002), se pueden clasificar los modelos en materiales y formales. Los modelos materiales representan realidades complejas mediante elementos materiales de nuestra experiencia diaria (Ej.: elipses y bolas como sistema solar). Estos a su vez pueden ser mecánicos, si la analogía se realiza con material inanimado, u orgánicos, si la analogía es con cuerpos vivos. Por otro lado, los modelos formales construyen la realidad a partir de símbolos y, por tanto, funcionan a un alto nivel de abstracción. También tienen dos versiones: gráficos, cuando mediante el dibujo, se da una interpretación general del fenómeno (Ej.: círculo de la pobreza); y/o matemáticos, a los que utilizan este lenguaje como representación.

Si bien esta última clasificación quizá resulte un poco más fácil de interpretar que las primeras, desde nuestro punto de vista conviene destacar la descrita por Martín Serrano en Rodrigo (1989), a partir del isomorfismo entre la estructura del fenómeno representado y el modelo, que resulta bastante intuitiva y establece tres modelos: icónicos analógicos; icónicos no analógicos y conceptual-analógicos.

En primer lugar, están los modelos icónicos analógicos en los que hay una similitud entre el modelo y un objeto. Una maqueta a escala sería un buen ejemplo de este tipo de modelos. Se constata la estructura de lo representado y las relaciones cuantitativas (claridad, proporcionalidad, etc.) existentes entre los componentes del objeto. Para el autor, sirven tanto para fines descriptivos como de investigación.

En segundo lugar, los modelos icónicos no analógicos, donde los elementos están representados en el modelo por datos (generalmente pictóricos o gráficos) que se le parecen, pero las interrelaciones que existen en las variables del fenómeno no se plasman en el modelo. Informa del aspecto externo, pero no de su estructura ni su funcionamiento. Por ejemplo, la fotografía de los miembros de un grupo, no nos permite conocer las relaciones grupales, los roles, etc. Estos modelos sirven para fines descriptivos, pero no de investigación.

Y, por último, los modelos conceptual-analógicos en los que no hay relación de semejanza entre las variables del modelo. No describen bien la estructura del sistema que representa el modelo, pero sí el funcionamiento. Cumple, así, fines de investigación, pero no descriptivos. En este caso, se suelen encuadrar modelos de comunicación que veremos a continuación como el de Lasswell y otros.

Una vez descritas las características y tipologías de los mismos, pasamos a exponer sus aspectos positivos y negativos con objeto de justificar su uso en determinadas condiciones. Así, valorando las ideas conjuntamente de Deutsch, en Valbuena (1979) y McQuail y Windahl (1997), podemos observar que las ventajas derivan, sobre todo de sus funciones, y las limitaciones, de la extrapolación de un fenómeno complejo a una gran simplificación (Aguado, 2004). Entre las ventajas contaríamos con la organización de los datos, visión general, interpretación más eficaz que mejora la explicación, establecimiento de predicciones, mediciones y reflexión. Y entre las limitaciones hay que apuntar la ambigüedad por su carácter abierto, el encorsetamiento, la perpetuación, que tiende a mantener e implantar las presuposiciones de las que parten, su excesiva simplicidad y que no hay un modelo que sirva para todos los propósitos y todos los

niveles de análisis, por eso, es importante escoger el modelo adecuado para los fines pretendidos.

Atendiendo a este último comentario y a la dificultad para encontrar un modelo que interprete o abarque todas las posibilidades multidisciplinares y comunicativas que se dan en la fiesta de las fallas y, valorando todas estas premisas y reflexiones previas, se elige para abordar este trabajo, el modelo socio-semiótico de Rodrigo Alsina, por diferentes razones que se explican a continuación.

En primer lugar, la ausencia de trabajos en este campo, nos obliga a tener que ser pioneros en romper la brecha existente entre modelización y fiesta de las fallas, con todos los riesgos que ello conlleva. Asumiéndolos en su totalidad, para poder elegir un modelo acorde con tan complejo fenómeno, conviene hacer una amplia reflexión sobre las características generales de la fiesta y también, en paralelo, del modelo, para así, poder entender, el grado de convergencia encontrado entre la dualidad modelo teórico-fieta de las fallas.

En cuanto a la fiesta de las fallas, es una tradición marcada en el pasado y en el presente por las condiciones políticas y económicas del momento (ver capítulo inicial), además, es un acontecimiento, como se ha visto, multidisciplinar, con un importante carácter sociológico (ver capítulo de sociabilidad de las fallas) y un notable valor semiótico ya que son numerosos los códigos que intervienen en el lenguaje fallero y a diferentes niveles (lenguaje visual, lenguaje simbólico, etc.). También, es una fiesta con un cierto carácter mercantilista, la falla es una creación cultural y artística, general y tradicionalmente por encargo, que genera varios productos comunicativos (falla, llibrets, etc.), y todo lo que rodea a este encargo, requiere de una organización en la producción que implica o integra numerosas industrias productivas derivadas de esta cultura (indumentaria, pirotecnia, etc.). A la vez, se sitúan en el ámbito de la comunicación popular, pero debido a su gran potencial de audiencia, trasciende en muchas ocasiones lo popular para convertirse en un fenómeno de masas, especialmente durante la semana fallera. Por último, debido a su carácter autóctono y participativo, es capaz de generar todo un ecosistema mediático especializado que, como todos los ecosistemas sociales, no puede quedar al margen de la intervención tecnológica. Finalmente, los productos comunicativos de las fallas, generan audiencias, efectos y reacciones en el consumo de los mismos.

El modelo está ubicado, además, dentro de las teorías más actuales de la comunicación, en cuanto a la importancia que se le da a la recepción. En este tipo de

modelos no es tan importante la intención del mensaje, como la interpretación del mismo en la recepción. El modelo de Rodrigo nos parece el más adecuado en este sentido, porque se considera al receptor como una figura activa del proceso de comunicación, valorando su capacidad para interpretar y dotar de sentido al mensaje. El elemento más relevante del modelo no es el productor, sino el receptor, de acuerdo con el tratamiento realizado de efectos y audiencias. Hay que recordar que en las fallas se transmiten multitud de códigos y se utilizan diferentes lenguajes (visual, textual, simbólico, etc.)

En el aspecto crítico, se podría abordar también el trabajo desde la teoría de la información o teoría matemática, pero queda realmente desfasada ya que no contempla ni el aspecto semiótico del mensaje, importantísimo en las fallas, ni el *feedback* o la reacción del destinatario, con notable valor, no solo en la comunicación fallera sino en cualquier ámbito comunicativo de la modernidad. Con el modelo de Maletzke, tampoco resulta cómodo el análisis, porque baraja, numerosas variables y no contempla aspectos productivos ni semióticos tan claramente como el modelo elegido, lo que dificulta mucho su aplicación. También, se podría considerar el abordaje de este estudio desde la perspectiva interpretativa de la Escuela de Palo Alto, aunque converge en menos aspectos con las fallas, que el modelo electo en este caso.

En resumen, la propuesta socio-semiótica de Rodrigo Alsina (1989), entendemos que es la más idónea para abordar este trabajo. Su estructura en áreas genéricas de la comunicación: producción, circulación y consumo, ofrece ese carácter sugerido, flexible e integrador a la vez, de numerosas disciplinas como ocurre en las fallas. Por otro lado, es un modelo basado en lo sociológico (uno de los pilares de la fiesta) y en la semiótica (también argumento importante del lenguaje fallero), ya que contempla la multiplicidad de códigos y subcódigos que se pueden dar en la comunicación, y por tanto, la aborda desde la perspectiva moderna del discurso social, no se emiten mensajes, sino conjuntos textuales o un discurso de la realidad a través de la falla.

En el contexto en el que se realiza este trabajo, no se habla solo de agentes mediáticos, sino de agentes que intervienen en la comunicación popular (artistas, diseñadores, guionistas, etc.), es decir, se le otorga un nuevo alcance o dimensión al modelo, que se estudia, de forma simultánea a dos niveles: el nivel de la comunicación popular y el nivel de la comunicación de masas.

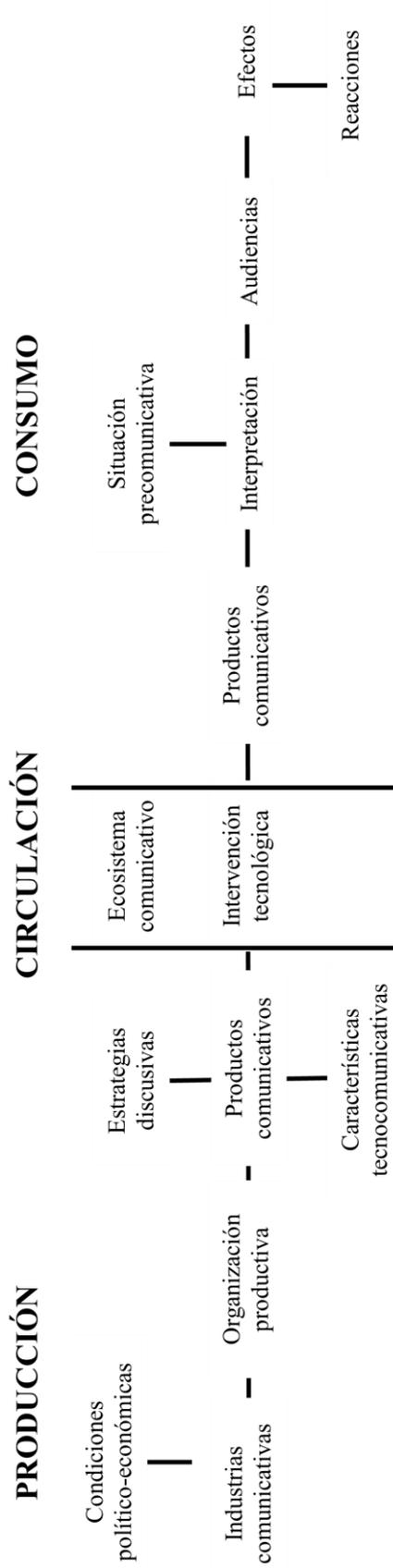


Figura 74: Modelo Sociosemiótico de Rodrigo Alsina (Fte: RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 102.)

Cuadro 7:
Adaptación Modelo Socio-semiótico de Rodrigo Alsina al Modelo Fallas

MODELO ORIGINAL	COMUNICACIÓN POPULAR
<i>PRODUCCION</i>	
Condiciones socio-políticas	Condiciones socio-políticas
Industrias comunicativas	Industrias sector fallero
Estructura empresa audiovisual	
Organización productiva	Organización productiva:
Organigrama empresarial	Equipo de creación
	Modos creación-diseño
	Modos producción laboral
Productos comunicativos	Productos comunicativos:
Prensa, programas de radio, de TV, etc.	Actos comisiones
	<i>Llibret</i>
	Falla
	Mapa difusión
Estrategia discursiva (Expresión)	Tipología de comunicación
Características Tecnocomunicativas	Modos producción tecnológica.
(Contenido)	Modos producción estética.
<i>CIRCULACION</i>	
Productos comunicativos	Productos comunicativos:
Prensa, programas de radio, de TV, etc.	Actos comisiones
	<i>Llibret</i>
	Falla
	Mapa difusión
Intervención tecnológica	Intervención tecnológica
Ecosistema comunicativo	Ecosistema comunicativo
Sistema de medios masivos	Comunicación comisión
<i>CONSUMO</i>	
Audiencias	Audiencias
Indíces	Visitas fallas
	Visitas ciudad
Efectos y reacciones	Efectos y reacciones
Individual, grupal, opinión pública, institucional	<i>Institucional:</i> libros visitas, museos.
	<i>Individual:</i> concejales, estudiantes, ciudadanos ajenos a las fallas, psicoterapia.

Elaboración propia

De esta manera, para estructurar el trabajo, se establece una comparativa entre los elementos del modelo socio-semiótico original, y los elementos de las fallas que se pueden extrapolar a él, para posteriormente, desarrollar el objeto de estudio de la tesis, desde el modelo adaptado.

Para la transposición de elementos del modelo socio-semiótico al modelo adaptado para la comunicación popular, se ha tenido en cuenta lo siguiente:

A nivel de producción, las condiciones socio-políticas, evidentemente es un concepto invariable, que afecta del mismo modo, si bien, existen tendencias políticas que

favorecen el desarrollo de la comunicación popular, entendemos que no es un apartado que varíe notablemente en la adaptación. En el aspecto de las industrias comunicativas, aquí sí hay una adaptación a toda la industria derivada de la fiesta fallera. Existen numerosos sectores productivos vinculados a las fallas (pirotecnia, indumentaria, artesanía, etc.) que refuerzan el papel de industria cultural asociado a las fallas. En el capítulo de organización productiva, Rodrigo (1989) destaca claramente que la producción discursiva corresponde a un trabajo sociosemiótico específico que corresponde a los periodistas, que en el modelo de comunicación popular sería equiparable al equipo de creativos de las fallas. Con la analogía de la integración del periodista en una organización empresarial, del mismo modo que el o los autores de las fallas se integran en diferentes modos de producción creativa o laboral. En cuanto a los productos comunicativos, los define Rodrigo como resultado del proceso sociosemiótico. Habla entonces de prensa, radio y televisión e incluso el cine como constructores de sus discursos. En este caso, la adaptación se aplicaría a los elementos sociológicos falleros más relevantes, elaborados a partir de los estudios de Costa (2003), como son los principales actos falleros (presentación, *plantá*, ofrenda y *cremá*), y los elementos semióticos más relevantes como son, sobre todo, la falla, y junto a ella el llibret. También se incorpora en este bloque el mapa de ubicación de las fallas por la trascendencia que tiene en la comunicación de las fallas, conocer la distribución del mensaje. Siguiendo con los productos comunicativos, el modelo sociosemiótico describe que para llegar a ellos hay que diferenciar dos aspectos importantes: las estrategias discursivas, en referencia al modelo de narración, es decir determinan la expresión del discurso, por lo que se puede adaptar a las fallas, mediante los dos conceptos que determinan la morfología de la expresividad artística, el material utilizado (modos de producción tecnológica) y la forma del enunciado (modos de producción estética).

En la fase de circulación, los productos comunicativos ya los hemos definido en la fase anterior, si bien hay que resaltar que alcanzan el máximo protagonismo (tanto en comunicación popular como masiva) durante el periodo festivo, por lo que requieren, desde nuestro punto de vista, un estudio más profundo en esta fase, razón por la que los ubicamos en la circulación en el capítulo de resultados. La intervención tecnológica queda integrada dentro del sistema de medios, por lo que ya se considera en los apartados correspondientes y en cuanto al ecosistema comunicativo hay que diferenciar lo siguiente, en la comunicación popular se considera únicamente la gestión de

comunicación digital que desarrollan las comisiones, mientras que la totalidad del ecosistema mediático de las fallas, se trata en el capítulo de medios masivos falleros y, como novedad, referido exclusivamente al ámbito digital.

Ya en el apartado de consumo, se adaptan los dos apartados con mayor relevancia desde el punto de vista de la recepción. En el modelo de Rodrigo, explica la audiencia como grupo social o agregado de un medio (radioyentes), como forma más conocida y utilizada habitualmente, y que es entendida numéricamente, como número de personas que consume un determinado medio. Además, dice, se consideran variables como localización geográfica, edad, etc. Por ello, adaptamos las audiencias a la comunicación popular en fallas valorando numéricamente las visitas a un grupo de fallas relevante como son las de sección especial y la última ganadora de sección primera A. Además, en un contexto más global, se puede interpretar la variación de la audiencia en términos numéricos valorando el incremento turístico en la ciudad. Y por último, en el aspecto de efectos y reacciones, Rodrigo habla de influencia en los individuos y en acciones conductuales derivadas. Y establece cuatro tipos de niveles de los mismos, individual, grupal, de la opinión pública e institucional. Considerando estos elementos, la adaptación en este caso, aproximada para las fallas, se efectúa valorando los efectos y reacciones a nivel institucional (comisiones, museos) y a nivel individual (concejales, estudiantes, público ajeno a las fallas y aplicaciones terapéuticas).

De este modo, consideramos la estructura principal de este modelo, para desarrollar el presente trabajo, en dos niveles:

- Producción, circulación y consumo de la comunicación popular.
- Producción, circulación y consumo de medios masivos.

De acuerdo con todos los razonamientos expuestos y atendiendo a las técnicas de investigación social citadas en el comienzo de este capítulo, pasamos pues, a explicar y detallar el orden y los contenidos de los procedimientos seguidos en el desarrollo del trabajo de campo, para poder establecer, de esta manera, la línea metodológica que de respuesta a los objetivos planteados con este trabajo. Siguiendo el orden descrito anteriormente, pasamos a desarrollar, en primer lugar, los procesos aplicados en el ámbito de las fallas a nivel de la comunicación popular y, en segundo lugar, en el ámbito de la comunicación de masas.

4.1 Estudio de la producción, circulación y consumo de la comunicación popular.

Para los apartados de creación, producción y recepción se ha realizado entrevista semiestructurada y abierta, en profundidad, a 62 actores de la fiesta, elegidos intencionadamente por la aportación de su rol en el estudio. Para las entrevistas se utiliza un guión cuyas preguntas están estructuradas de manera que se cumplan los objetivos propuestos y nos ayuden a tener una visión más amplia y con mayor criterio para afrontar la investigación. Así, para los creativos (fase de producción) hay un bloque de preguntas de carácter biográfico, otro bloque sobre características profesionales, tecnológicas, de gustos y preferencias y de procesos; asimismo se les pregunta por la influencia de la era digital y por último algunas reflexiones sobre la tipología de fallas, los estudios reglados, el poder de los premios y una reflexión general. Para la fase de circulación, el protagonismo es mayoritariamente de las comisiones, por lo que la entrevista está orientada, sobre todo, en este sentido, ya que, en esta fase, su participación es mucho mayor. Así, existe un bloque de preguntas solo para comisiones implicadas en la producción y cuatro bloques de preguntas más, dos sobre efectos directos de experiencias vividas y participación en los actos más importantes (*plantá, cremá*, etc.) y dos bloques más destinados a conocer el efecto mediador de las comisiones en cuanto a la difusión (*llibret*) y la gestión de comunicación de las mismas. Lógicamente, según los roles y especialmente en el colectivo de intelectuales, hay preguntas de carácter específico, que se comentan oportunamente. Por otro lado, y en el apartado de consumo, se solicitan datos para analizar mediante documento escrito a instituciones y comisiones; y se realizan también entrevistas de carácter estructurado y abierto a nivel personal, con preguntas que versan sobre experiencias vividas desde el perfil objeto de estudio (concejales, estudiantes, sector ajeno a las fallas, etc.).

En cada fase, se exponen los actores entrevistados con las razones de su elección y las preguntas formuladas en las entrevistas concretamente para responder a los objetivos propuestos. A nivel general, en el cuadro adjunto se exponen las personas o colectivos entrevistados como fuentes y las fases del modelo en las que intervienen.

Cuadro 8:
Artistas falleros entrevistados

ARTISTA	LUGAR	RAZÓN
ALGARRA, MANUEL	Valencia 03-08-16	Último ganador de todos los <i>ninots indultats</i> . Artista mixto entre lo clásico y la modernidad. Premios importantes en categorías de élite. Crítica política y social. Taller tradicional medio.
BAENAS, PERE	Daimús 09-08-16	Primeros premios de especial en los últimos años. Artista industrial. Ejemplo de macrotaller. Abordaje también de otros sectores.
BLANCH, JOAN	Valencia 11-08-16	Artista unipersonal con microtaller. Control personal de toda la producción. Experimentador de texturas y acabados excelentes.
ESPUIG, JOSÉ R.	Valencia 03-08-16	Maestro Mayor del Gremio de Artistas Falleros en la actualidad. Experiencia y dominio de la técnica del cartón-piedra. Taller tradicional
ESTEVE, XIMO	Valencia 24-08-16	Secretario del Gremio de Artistas. Dominio en diversidad de materiales. Varios primeros premios de I+G
FET D'ENCARREC (MARISA FALCO/PACO PELLICER)	Valencia 02-08-16	Taller familiar de fallas y otras actividades artísticas. Fallas experimentales y reivindicativas. Perfil docente en los nuevos estudios falleros reglados.
GARCIA, JUANJO	Valencia 14-10-16	Artista también gestor de ideas. De familia artística. Domino de la técnica de vareta. Premios importantes de I+G. Rol polivalente en las fallas.
GARCIA, MANOLO	Valencia 03-08-16	Autor de las últimas 4 fallas del Ayuntamiento. Considerado el más experto en el dominio de la carpintería y en la técnica de la vareta. Atiende también otros sectores.
LATORRE, PEPE	Valencia 03-08-16	ExMaestro Mayor del Gremio. Control de toda la tipología en tecnología de producción. Vanguardista 2D y 3D. Varios <i>ninots indultats</i>
LORENZO, VICENTE	Valencia 03-08-16	Artista de los considerados totales, dominio de todas las facetas. Además referente también en cartelismo. Taller familiar (con su hijo)
MARTIN, MANOLO	Valencia 04-11-16	Estilo personal, con visión especial del Pop-Art. Autor del Gulliver. Renovador. Trabajos en parques temáticos nacionales e internacionales. Autor escenarios teatrales. Otra perspectiva de taller.
MARTINEZ REIG,	Náquera 03-11-16	Artista que comenzó con taller familiar y ha

MANOLO		ido progresando hasta taller convencional importante. Este año realiza 23 fallas. Una visión plural ya que hace fallas de diversas poblaciones. Dominio de casi todas las facetas.
MONTERRUBIO, JULIO	Alzira 09-09-16	Uno de los referentes y más laureados. Creador de tendencia estética. Dominio de todas las facetas. Primeros premios en las categorías más importantes. Considerado padre del “preciosismo”.
MORENO, DAVID	Valencia 04-08-16	Artista emergente. Abordaje de tendencias estéticas dispares (clásicas e innovadoras). Partícipe del <i>Burning Man</i> .
PUCHE , MARINA	Valencia 19-10-16	Artista emergente. Hija de saga artística fallera. Fallas infantiles con nuevo aire (seguidora de estilos como el “naif” o el “cuqui”). Última ganadora del Premio Barón de Cortés en Feria de Julio por su carroza.
PUCHE, PEPE	Canet d’En Berenguer 03-08-16	Procedencia de estirpe artística (Julián Puche). Escuela de Lladró. Premios de I+G y ninots indultats. Referente en fallas con visión interior.
RODRIGUEZ, PEDRO	Valencia 27-07-16	Artista con línea reivindicativa solidaria y social. Microtaller. Premiado con <i>ninots indultats</i> .
RUIZ, ANA	Valencia 31-10-16	Artista innovadora y Experimental. Saga familiar fallera. Autora junto a G. Nardín de la Falla infantil Plaza Ayuntamiento 2017.
SANTAEULALIA, M.	Valencia 28-09-16	Un artista referente. De familia artística, padre de una saga histórica (Pedro, Miguel, Josete y Alejandro). Dominio de todas las facetas. Numerosos primeros premios de Especial y de I+G. <i>Ninots Indultats</i> . Referente en la estética de realismo grotesco.
SANTAEULALIA, P.	Benetússer 04-10-16	Hijo de Miguel. Autor material e histórico de las megalofallas de Nou Campanar (mayor tamaño y presupuesto de la historia). Numerosos primeros premios de especial.
SERRA, ARMANDO	Valencia 16-09-16	Artista gestor de ideas, unipersonal o bipersonal a lo sumo. Atiende a varios campos (dibujo, bocetos, carteles). Ilustrador y pintor. Uno de los más premiados en fallas infantiles y numerosos premios de I+G
VALERO, VICTOR	Benicarló 23-08-16	Artista plural (fallas, cómic, pintura, carteles, etc.), experimentador estético y de nuevos materiales. Reivindicativo. Varios primeros premios de I+G.

Elaboración propia

Otro de los colectivos que cada vez cobra mayor protagonismo es el de los bocetistas. También se incluyen varios perfiles para obtener diferentes visiones desde el

punto de vista comunicativo. Bocetistas clásicos o tradicionales, adaptados a la modernidad y vanguardistas.

Cuadro 9:
Bocetistas entrevistados

BOCETISTAS	LUGAR	RAZÓN
GÓMZ, DANIEL	Alaquás 10-08-16	Diseñador gráfico emergente, de la mano de Manuel Algarra. Escultor digital 3D. Procedente de ambiente exterior a fallas.
LÓPEZ, MIGUEL	Valencia 25-07-16	Bocetista clásico, ejerce también de artista en casi todas las facetas. Ha trabajado realizando bocetos para la gran mayoría de artistas. Técnicas manuales. Desarrollado en ambiente fallero.
MARTÍNEZ, RAÚL	Benaguacil 05-08-16	Diseñador gráfico desarrollado en ambiente fallero (padre). Escultor digital. Taller familiar
PLÁ, RAMÓN	Alboraya 30-08-16	Diseñador con actividad profesional en Lladró. Emerge como referente en los últimos años. Técnicas manuales y digitales 3D.
SANTAEULALIA, JOSETE	L'Elia 05-10-16	Diseñador gráfico clásico modernizado. Saga Santaeulalia. Taller familiar. Refuerzo digital. Escuela de Lladró. Encasillado a 2-3 talleres (de la saga). Desarrollado en ambiente fallero.

Elaboración propia

La labor de guionista, como otras descritas anteriormente, siempre se ha vinculado o asociado a la del artista; no obstante, y en la era de la especialización, también cada vez más se define esta figura como un rol de carácter independiente en todas sus versiones. Gráficos, literarios o viñetistas, entre otros, construyen los discursos que se pueden ver hoy en las fallas.

Cuadro 10:
Guionistas entrevistados

GUIONISTAS	LUGAR	RAZÓN
ANDRÉS, MANUEL	Valencia 02-08-16	Guionista autor en su propia falla y colaborativo en secciones de élite. De estirpe periodística. Dominio lenguaje escénico. Premios importantes en teatro.
MIR, HERNAN	Torrent 06-08-16	Guionista fallero. Multidisciplinar. Perfil de guionista industrial de secciones de élite. Centrado más en el ámbito urbano.
ORTIFUS	Valencia 29-07-16	Guionista humorístico profesional. Autor de varias fallas. Referente en viñetas humorísticas.
PUIG, QUINO	Burriana 11-08-16	Guionista industrial. Abarca una visión amplia tanto urbana como comarcal. Dominio de varias facetas artísticas.

Elaboración propia

Si observamos, a lo largo de todo el trabajo, las comisiones están involucradas en todas las fases del proceso. Lógicamente, como ya se ha comentado, sin comisión no hay falla. Pueden intervenir en la producción, intervienen en la circulación y también en la recepción. Comisiones con diferentes perfiles, son estudiadas en este trabajo. Puesto que adquieren mucha más importancia a nivel participativo en la circulación, la entrevista profundiza más en esa fase, sin dejar de otorgar la importancia que merecen también en la fase creativa.

*Cuadro 11:
Comisiones entrevistadas*

COMISIÓN	LUGAR	RAZÓN
ARRANCAPINS	Valencia 01-08-16	Comisión reducida o minoritaria. Autogestión. Reivindicativa.
CASTIELFABIB MARQUÉS DE S. JOAN	Valencia 28-10-16	Comisión con trayectoria de didáctica y participativa en los últimos años. Ejemplo de sincronía falla-llibret. Integración vecinal. Sostenibilidad.
CORONA BENEFICENCIA	Alboraya 2908-16	Creativa, innovadora, línea de interactividad. Proyectos integrales. Sincronía con otros eventos.
DUQUE DE GAETA PUEBLA FARNALS	Valencia 11-10-16	Comisión hiperactiva. Multiestructurada. Liderazgo presidencial. Acaparadora de grandes premios. Muy participativa e integradora. Referente.
DUQUE DE MANDAS - DIPUTADA CLARA CAMPOAMOR	Valencia 27-07-16	Comisión en los últimos años participativa e interactiva. Tecnológicamente innovadora. Tematizada
ELS GENERALS	Valencia 28-10-16	La falla más galardonada a nivel solidario. Falla familiar e intergeneracional. Comisión integradora y con liderazgo presidencial. Muy participativa.
LEPANTO GUILLEM DE CASTRO	Valencia 7-11-16	Comisión innovadora y experimental desde hace 19 años. Fomento de la interactividad participativa. Vínculos hermanados con Casa Regional de París.
MAESTRO BELLVER - MARIANO RIBERA	Valencia 07-09-16	Comisión convencional pero con grupo minoritario activo cultural y mediáticamente- Liderazgo personal.
MAESTRO GOZALBO CONDE ALTEA	Valencia 06-09-16	Comisión muy organizada con roles pseudoprofesionales. Comisión de moda. Ganadora de todo en los últimos años. Liderazgo presidencial. Guión democrático
MOLINELL ALBORAYA	Bétera 30-09-16	Comisión convencional con fragmentación presidencial (4 presidentes). Referente en el ritual de la cremá.
NA JORDANA	Valencia 23-09-16	Comisión muy participativa especialmente en eventos intracomisión. Muy organizada, Liderazgo

		presidencial. Eventos identitarios. Referente en sección especial. Rituales de <i>plantá</i> espectaculares.
PERE CABANES JOAN XXIII	Valencia 20-09-16	Comisión tradicional con notable actividad cultural. Muy participativa en este campo. Gestión cultural liderada.
PLAZA DE JESUS	Valencia 27-07-16	Comisión innovadora y experimental. Promotora de la tematización. Gestión grupal. Fomento de interactividad.
PLAZA DR. COLLADO	Paterna 05-08-16	Comisión pionera (nº 3 del censo). Activa. Identitaria (Eventos propios). Reestructuración contemporánea.
SEVILLA DENIA	Valencia 27-07-16	Comisión activa y participativa a nivel intracomisión. Gestión cultural liderada. Referentes en teatro y actualmente en tematización. Innovadora.

Elaboración propia

Existe un colectivo muy importante en la fiesta de las fallas que, si bien no intervienen muchas veces de forma directa en el proceso de comunicación, sí tiene una influencia notoria en todos los aspectos de las fallas y, sobre todo, siguiendo, estudiando y analizando diferentes aspectos de las mismas, desde su propio perfil. Se ha considerado que su opinión y experiencia pueden suponer aportaciones muy interesantes en este trabajo. Su trayectoria, así lo avala. En este caso, las entrevistas tienen una base común sobre preguntas de interés general sobre la fiesta (participación, tematización, estéticas, gustos y preferencias, etc.) y una parte de preguntas más específicas sobre el campo de dominio del entrevistado (*llibrets* en caso de Josep Lluís Marín, museos en caso de Gil Manuel Hernández, estéticas en caso de Antonio Herrero, etc.), se podría decir que han sido entrevistas semipersonalizadas.

Hay que destacar en este apartado, que, a Antonio Herrero, por su especialización en Bellas Artes, por sus conocimientos y experiencia en el campo de la estética artística, y por sus condicionantes laborales, se precisa la fragmentación de la entrevista en varias partes, para conseguir los objetivos. Asimismo, durante el trabajo de campo, se han realizado consultas puntuales para casos determinados a miembros de la Associació d'Estudis Fallers (ADEF), como es el caso, además de Antonio Herrero, de Javier Mozas, Iván Esbrí o Alejandro Lagarda, aunque éstos últimos, no se incluyen en la lista de entrevistas por el carácter puntual de las consultas. En la relación adjunta se detallan las personas entrevistadas y las fechas correspondientes.

Cuadro 12:
Intelectuales de la fiesta

PERSONA	LUGAR	RAZÓN
CARSI, JOSE FRANCISCO (Arquitecto/Diseñador Gráfico)	Valencia 14-09-15	Diseñador Gráfico. Varios primeros premios de les <i>Lletres Falleres</i> , articulista y autor del blog <i>El Analista Fallero</i> .
CASTELLO, JOAN (Periodista)	Cullera 26-08-16	Periodista (EFE). Autor de Libros y <i>Llibrets</i> y numerosas colaboraciones. Partícipe y reconocimiento en varias facetas culturales de las fallas.
COLOMINA, ANTONIO (Restaurador)	Valencia 17-10-16	Restaurador de <i>ninots</i> . Profesor universitario de Conservación y Restauración del Patrimonio. Autor de libros sobre este tema. De saga fallera.
COSTA, XAVIER (Sociólogo)	Godella 29-07-16	Doctor y Profesor de Sociología en la Universitat de Valencia, autor de varios libros sobre Sociología de las Fallas.
CRESPO, FÉLIX (Político)	Valencia 14-10-16	Concejal de Ayuntamiento de Valencia entre 2033-2011. Ex-Presidente de Junta Central Fallera y de su comisión (Falla Exposición), Profesor de Derecho en UV.
ESCRIHUELA, M ^a JOSE (Psicopedagoga)	Valencia 28-10-16	PDI de la Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación de la UV. Presidenta de la Asociación de Profesores Especializados en Perturbaciones de Audición y del Lenguaje de la CV (APALcv).
FUSET, PERE (Político)	Valencia 07-11-16	Concejal de Fiestas y Cultura Popular del Ayuntamiento de Valencia, Presidente de Junta Central Fallera, Fallero de la Falla Noscarmientas.
HERNÁNDEZ, GIL MANUEL (Sociólogo)	Valencia 29-07-16	Doctor y Profesor de Sociología en la Universitat de Valencia, Coordinador de Museos de la ciudad. Autor de numerosas publicaciones sobre Fallas.
HERRERO, ANTONIO (Ldo. Bellas Artes e Historia)	Valencia 30-07-15 04-08-16 26-08-16 27-10-16	Responsable de los Museos del Ayuntamiento de València, gestor cultural i técnico de exposiciones, especializado en exposiciones de Patrimonio Etnológico.
LLEDÓ, FRANCISCO (Político)	Valencia 14-10-16	Exconcejal de Fiestas y Cultura Popular del ayuntamiento de Valencia. Expresidente de Junta Central Fallera. Fallero.
LLOP, FRANCESC (Antropólogo)	Valencia 12-10-16	Doctor en Antropología y <i>Mestre Campaner</i> de la Catedral de Valencia y Jefe de Sección de museos de la Generalitat Valenciana.
MARIN, JOSEP LLUIS (Filólogo)	Valencia 27-09-16	Jefe de sección de Cultura Festiva del Ayuntamiento de Valencia, autor de diversos libros sobre literatura y

		sociolingüística en la fiesta de las fallas. Miembro de la ADEF.
MARTÍN, DONÍS (Poeta)	Valencia 06-11-16	Poeta de <i>llibrets</i> de falla con 500 premios en diversas categorías y más de 50 premios Extraordinarios de Lo Rat Penat y Secretario General de JCF de 1995-2003.
MARTÍNEZ, JOSÉ (Gestor Cultural)	Vaencia 31-10-6	Secretario General de Junta Central Fallera, fallero y miembro activo de la comisión asesora y redactora de la candidatura de las fallas a Patrimonio dela Humanidad
SANCHEZ,M./ TORTOSA, R. (Ingeniero Informático / Ldo. Bellas Artes)	Valencia 31-10-16	Miguel y Rubén son profesores de la UPV y trabajan desde hace varios años en la búsqueda de nuevos materiales para la construcción de fallas.
SANCHIS, MANUEL (Gestor Cultural)	Valencia 06-10-16	Gestor profesional en el ámbito de las Fallas, coordinador de la revista Cendra, autor de numerosos artículos sobre fallas, coleccionista de publicaciones falleras.

Elaboración propia

Es evidente, que, por razones de espacio y tiempo, resulta materialmente imposible tanto reproducir en este trabajo, los contenidos de todas las entrevistas realizadas, como abordar todas las opciones conceptuales que otorga el modelo. De todos modos, el objeto de éstas ha sido percibir las ideas generales de los entrevistados sobre la fiesta y, sobre todo, aquellos aspectos particulares que les atañen en cada caso. No hay que olvidar que uno de los objetivos principales de este trabajo es establecer un punto de partida para que, a partir de la adaptación de la actividad comunicativa de las fallas a este modelo, se puedan desarrollar otras líneas de estudio e investigación que completen los análisis efectuados aquí. Por eso, en el contexto general del trabajo, se abordan únicamente, los temas más relevantes del modelo, sin perjuicio de la importancia del resto de conceptos no abordados. También por eso mismo, en el apartado de resultados, se reproducen sólo algunas reflexiones de todas las recogidas en el trabajo de campo, aquellas que se han considerado relevantes para cada aspecto del objeto de estudio.

De esta manera, se aborda el estudio de investigación según el modelo descrito y por orden de etapas del proceso comunicativo. En primer lugar se plantean los procesos de producción, circulación y consumo de la comunicación popular y posteriormente se hace lo propio con la comunicación masiva.

4.1.1 Producción de la comunicación popular

Comenzamos el desarrollo por la fase de producción-creación.

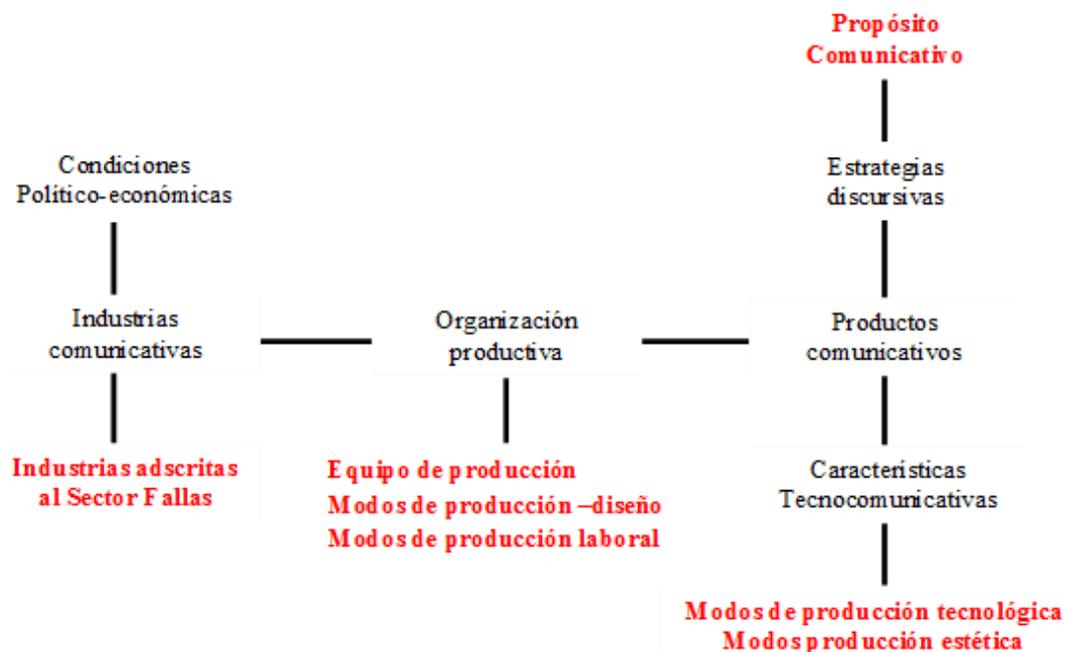


Figura 75: Adaptación de la fase de producción del modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina al modelo fallas (Fte: Elaboración propia basándose en RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 104.)

En el marco general del modelo adaptado, se abordan los conceptos de industrias comunicativas (talleres falleros, indumentaria, pirotecnia, servicios, etc.), organización productiva (equipo creativo, modos de producción creativa y laboral), productos comunicativos (actos, fallas, llibrets y mapa de distribución del mensaje), características tecno-comunicativas (modos de producción tecnológica y modos de producción estética) o estrategias discursivas (modos de tipología comunicativa). De este modo, se analizan los principales actores y elementos que intervienen en el proceso de producción-creación de las fallas, y que son: artistas, diseñadores o bocetistas, guionistas y comisiones. Los productos comunicativos (actos, falla, *llibrets* y mapa), aunque en el modelo comparten las tres fases abordadas, con objeto de un mejor entendimiento y para evitar redundancias y tratamientos solapados, se abordan con profundidad en la fase de circulación, por entender que, es en ese momento, en el de la entrada en el mercado (circulación-distribución-difusión), cuando adquieren verdadero protagonismo, sin dejar de valorar su cuota de presencia en las otras fases.

Dentro de esta línea, y ya entrando en este apartado de producción-creación, se conforma un hipotético equipo de construcción del mensaje (falla), desde la opción más

idealista (al completo con todos sus roles), a la más sencilla (artista sólo), pasando por todas las intermedias. Se consideran, también, todas las modalidades que conforman estos actores productivos (diseño, tecnología, estética, etc.) y se realiza un estudio pormenorizado, de las distintas tipologías de creación que nos podemos encontrar actualmente: modelos de creación-diseño, modelos de producción laboral, modelos de producción tecnológica, modelos de producción estética y modelos de tipología comunicativa.

Se ha debatido en numerosas ocasiones, sobre la aportación que hacen las fallas, no solo a nivel cultural sino también a nivel económico. El sector afín a las fallas esgrime como argumento defensivo que no se valora el movimiento económico que genera la fiesta y que, incluso lo que es peor, existe la percepción en el mundo ajeno a las fallas de que es una tradición que derrocha una cantidad muy importante de dinero, quemándolo en una noche. Al margen de este debate que se antoja interminable, hay una realidad evidente, y es que las fallas envuelven numerosos sectores productivos y que dinamizan la economía durante todo el año (presentaciones, indumentaria, homenajes, semanas culturales, fiestas, etc.). En este sentido, la Interagrupación de Fallas, en el año 2008, publicó su tercera edición del Estudio Económico y Social del impacto de las fallas en la ciudad de Valencia. Un informe cuya principal razón, según se apunta en la introducción, corresponde a la importancia de mostrar una realidad de la aportación económica y beneficio general que supone esta fiesta para la ciudad. En el capítulo de resultados, se muestran los principales datos de este informe y se reflexiona sobre ellos.

Cuadro 13:

Tipos o modalidades de Producción-Creación en comunicación popular



Tras la industria comunicativa, pasamos al apartado de organización productiva y se expone la lista de actores entrevistados y las preguntas realizadas para definir el equipo creativo.

*Cuadro 14:
Entrevistados en la organización productiva. Equipo de creación*

NOMBRE	ROL
Baenas, Pere	Artista
Algarra, Manuel	Artista
Blanch, Joan	Artista
Valero, Victor	Artista
Ruiz, Ana	Artista
Martin, Manuel	Artista
Perez, Miguel Angel	Comisión Corona-Beneficencia

Elaboración propia

Comenzando por los artistas, se exponen las preguntas que se realizan para esta fase de producción-creación, en concreto, para definir un equipo de creación actual en las fallas. Las preguntas son:

Artistas:

P1- Le expongo a continuación, una posibilidad de definir todos los roles de un equipo ideal para un taller fallero; según su criterio, ¿falta o sobra alguien?: artista –guionista – diseñador – carpintero – escultor - operarios preparadores – pintor – poeta – transportista – grúa - comisión.

Comisión:

P1- En el caso de una comisión con planteamientos autocreativos, y atendiendo a los roles habituales de un equipo de creación, ¿consideran importante la aportación de algún rol no contemplado en la siguiente lista?: artista-guionista-diseñador-carpintero-escultor-operarios-preparadores-pintor-poeta-transportista-grúa-comisión.

En caso de la organización productiva pero relacionado a los modos de producción-creación se seleccionan diversos roles creativos. Los entrevistados fueron los siguientes:

Cuadro 15:
Entrevistados en la organización productiva: Modos de producción-creación.

NOMBRE	ROL
Algarra, Manuel	Artista
Blanch, Joan	Artista
Espuig, Jose Ramón	Artista
Santaeulalia, Miguel	Artista
Santaeulalia, Pedro	Artista
Serra, Armando	Artista
Lopez, Miguel	Bocetista / Artista
Collado, Josep Antoni	Comisión: Arrancapins
Pérez, Miguel Angel	Comisión Corona-Beneficencia
Prim, Miguel	Comisión: Maestro Gozalbo-Conde Altea
Gomz, Daniel	Bocetista
Martinez, Raul	Bocetista
Plá, Ramón	Bocetista
Santaeulalia, José	Bocetista
Ortifus	Guionista
Puig, Quino	Guionista
Mir, Hernan	Guionista
Andrés, Manuel	Guionista

Elaboración propia

Para establecer los modos de producción-creación, las preguntas son:

Artistas:

- P1- ¿Cómo es su proceso de creación?
- P2- ¿Admite contratos de profesionales no vinculados a usted para compartir un proyecto? (Imposición de algún profesional creativo).
- P3- ¿Admite la permisividad participativa? (comisión, eruditos, etc.).
- P4 -¿Cómo ha influido en su trabajo la era digital?.

Bocetistas:

- P1- ¿Admite contratos de profesionales no vinculados a usted para compartir un proyecto? (Imposición de algún profesional creativo).
- P2- ¿Admite la permisividad participativa? (comisión, eruditos, etc.).
- P3- ¿Cómo ha influido en su trabajo la era digital?

Comisiones:

- P1- ¿Cómo se define la idea del proyecto en su comisión?

Guionistas:

- P1- ¿Admite contratos de profesionales no vinculados a usted para compartir un proyecto? (Imposición de algún profesional creativo).

P2- ¿Admite la permisividad participativa? (comisión, eruditos, etc.)

Abordamos a continuación, los modos de producción laboral. En este caso los roles seleccionados corresponden sólo al colectivo de artistas y comisiones tal como se describe en la siguiente tabla.

*Cuadro 16:
Entrevistados en la organización productiva: Modos de producción laboral.*

NOMBRE	ROL
Rodriguez, Pedro	Artista
Martinez, Manuel	Artista
Latorre, Jose	Artista
Baenas, Pere	Artista
Collado, Josep Antoni	Comisión: Arrancapins

Elaboración propia

En este caso, se realizan cuestiones para determinar los modos de producción laboral:

Artistas:

P1- Seleccione, entre los siguientes, el prototipo de taller que se ajuste más suyo: unipersonal (solo el artista); microtaller (2-4 personas), que puede ser familiar o no, según vínculos; taller medio o convencional (4-10 personas); macrotaller (más de 10 personas), comisión autocreativa (variable).

Comisión:

P1- ¿Cómo se desarrolla el proceso creativo en su comisión?

Entramos en el apartado de características tecnocomunicativas con las entrevistas que se realizaron para establecer modos de producción tecnológica. Los entrevistados aparecen en el cuadro siguiente:

*Cuadro 17:
Entrevistados en las características tecnocomunicativas: Modos de producción tecnológica.*

NOMBRE	ROL
Espuig, Jose ramón	Artista
Puche, Jose	Artista
Baenas, Pere	Artista
Rodriguez, Pedro	Artista
García, Juanjo	Artista

García, Manuel	Artista
Martín, Manuel	Artista
Santaeulalia, Pedro	Artista
Monterrubio, Julio	Artista
Fet d'Encarrec	Artista
Serra, Armando	Artista
Esteve, Ximo	Artista
Colomina, Antonio	Intelectual
Sanchez, Miguel	Intelectual
Gomz, Daniel	Bocetista
Martinez, Raul	Bocetista
Plá, Ramón	Bocetista
Santaeulalia, José	Bocetista
Ortifus	Guionista
Puig, Quino	Guionista
Mir, Hernan	Guionista
Andrés, Manuel	Guionista

Elaboración propia

Estas son las preguntas para definir modos de producción tecnológica:

Artistas:

P1- Material preferido para trabajar. ¿Por qué?

Intelectuales:

P1- Material preferido para trabajar. ¿Por qué? (A. Colomina)

P2- ¿Qué objetivos se marcaron al investigar sobre nuevos materiales para construir fallas? (M.A. Sanchez).

P3- ¿Cómo ha evolucionado la investigación desde que empezaron? (M.A. Sanchez).

P4- ¿Qué perspectivas de futuro se presentan en la investigación? (M.A. Sanchez).

Bocetistas:

P1- Material preferido para trabajar. ¿Por qué?

Guionistas:

P1- Material preferido para trabajar. ¿Por qué?

Se completa el apartado de características tecnocomunicativas con la relación de entrevistados para determinar modos de producción estética.

Cuadro 18:
Entrevistados en las características tecnocomunicativas: Modos de producción estética.

NOMBRE	ROL
Algarra, Manuel	Artista
Blanch, Joan	Artista
Moreno, David	Artista
Fet d'Encarrec	Artista
Baenas, Pere	Artista
Esteve, Ximo	Artista
Espuig, Jose Ramón	Artista
García, Juanjo	Artista
Latorre, José	Artista
Monterrubio, Julio	Artista
Rodriguez, Pedro	Artista
Santaeulalia, Miguel	Artista
Puche, Marina	Artista
Puche, José	Artista
Valero, Victor	Artista
Gomz, Daniel	Bocetista
Martinez, Raul	Bocetista
Plá, Ramón	Bocetista
Santaeulalia, José	Bocetista
Herrero, Antonio	Intelectual

Elaboración propia

La definición de estéticas de las fallas se intenta elucidar con las cuestiones siguientes:

Artistas:

P1- ¿Tiene alguna estética preferida?. ¿Se atrevería a clasificar las estéticas?

P2- Clasifique por orden de importancia los siguientes conceptos: presupuesto-modelado-estética-pintura- composición-guión-innovacion-riesgo-acabado.

Bocetistas:

P1- ¿Tiene alguna estética preferida? ¿Se atrevería a clasificar las estéticas?

Intelectuales (Todas las cuestiones realizadas a Antonio Herrero):

P1- ¿Qué opina sobre la clasificación estética del arte?

P2- ¿Qué factores cree más determinantes en la dificultad para clasificar estéticamente las fallas?

P3- Como reflexión general: ¿Cómo sugiere abordar el tratamiento de las estéticas artísticas en las fallas?

Por último, y ya en el capítulo de estrategia discursiva se seleccionan diversos colectivos para establecer finalidades de comunicación. Se exponen a continuación.

*Cuadro 19:
Entrevistados en la estrategia discursiva: Tipología de comunicación.*

NOMBRE	ROL
Borrego, Pere	Comisión: Na Jordana
Collado, Josep Antoni	Comisión: Arrancapins
Rodríguez, Nohemí	Comisión: Castielfabib
Belda, Amparo	Comisión: Plaza de Jesús
Sabater, Carmen	Comisión: Lepanto-Guillem de Castro
López, Carmen	Comisión Els Generals
Pérez, Miguel Ángel	Comisión: Corona-Beneficencia
Rodríguez, Pedro	Artista
Algarra, Manuel	Artista
Ceballos-Sanabria	Artistas
Monterrubio, Julio	Artista
Santaaulalia, Miguel	Artista
Galiana, Carles	Comisión: Sevilla-Denia
Prim, Miguel	Comisión: Maestro Gozalbo-Conde Altea

Elaboración propia

Determinar finalidades o propósitos de comunicación, así como constatar coherencias de comunicación es otro de los objetivos. Para ello se establecen las siguientes cuestiones:

Artistas:

P1- ¿Alguna línea reivindicativa u objetivo de comunicación en sus fallas?

Comisiones:

P1- ¿Tiene la comisión alguna línea reivindicativa?

P2- Si la tiene, ¿cómo surge y desde cuando?

P3- ¿Se debe hacer comunicación tematizada? (para coherencias)

4.1.2 Circulación en la comunicación popular.

En la fase de circulación, los productos comunicativos ya los hemos definido en la fase anterior, si bien hay que resaltar que alcanzan el máximo protagonismo (tanto en comunicación popular como masiva) durante el periodo festivo, por lo que requieren, desde nuestro punto de vista, un estudio más profundo en esta fase, razón por la que los ubicamos en la circulación en el capítulo de resultados. En este sentido, se comprueba que la única valoración que se puede realizar es la de la participación de la comisión.

La intervención tecnológica queda integrada dentro del sistema de medios, por lo que ya se considera en los apartados correspondientes y en cuanto al ecosistema comunicativo hay que diferenciar lo siguiente, en la comunicación popular se considera únicamente la gestión de comunicación digital que desarrollan las comisiones, mientras que la totalidad del ecosistema mediático de las fallas, se trata en el capítulo de medios masivos falleros y, como novedad, referido exclusivamente al ámbito digital.

Dentro del marco del modelo adaptado, aquí se abordan, como se había comentado, los conceptos de productos comunicativos (actos, *llibret*, falla y mapa de difusión), y la parte del ecosistema mediático que corresponde a la gestión de comunicación de las comisiones, ya que, como también se ha dicho, la intervención tecnológica en la circulación, queda integrada en esta parte del análisis. Recordamos asimismo que, el resto del estudio del ecosistema mediático se completa con el apartado correspondiente que aparece en el nivel de comunicación masiva, al final del capítulo.

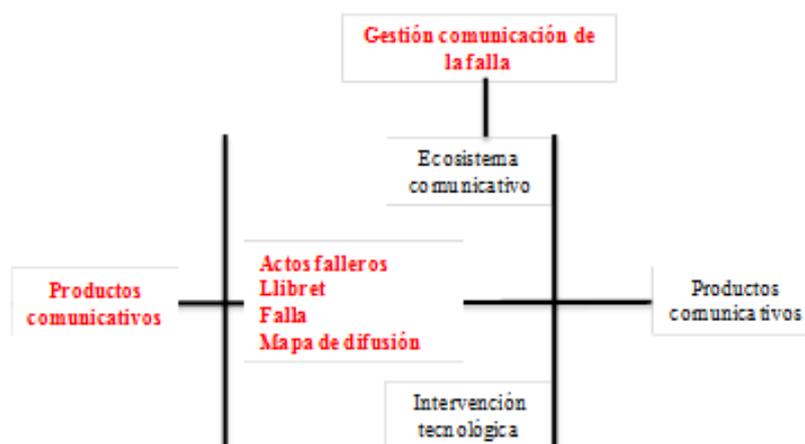


Figura 76: Fase de Adaptación de la fase de circulación del modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina al modelo fallas (Fte: Elaboración propia basándose en RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 118.)

Por tanto, en este apartado y dentro de este nivel, se detectan cinco tipos de actores fundamentales vinculados a la circulación.

En primer lugar, realizamos un repaso a los principales actos para las comisiones falleras. Aquí conviene recordar que las comisiones ejercen la comunicación en las fallas, no solo a través del sistema de medios sino también mediante numerosos rituales y actividades.

Cuadro 20:
Esquema de circulación-difusión de las Fallas de Valencia a nivel de comunicación popular



Elaboración propia

La *presentación* de la fallera mayor, es uno de los actos con mayor impacto colectivo a nivel interno de la comisión. Es la ceremonia que marca el inicio de la actividad intensa de cara al periodo festivo y en ella se ensalza y se acredita públicamente a la máxima representante de la comisión para el ejercicio fallero. Es realmente un acto de exaltación de la misma en el que se le impone la banda acreditativa y se le ofrecen regalos y grandielocuentes palabras como protagonista máxima del evento. Se suele realizar en un teatro o sala con notable aforo, ocupado por comisionados, amigos, familiares de la fallera mayor y vecinos del barrio. Suele constar de dos partes, una primera introductoria en la que suele haber alguna escenografía y una segunda parte, en la que la fallera mayor es presentada y exaltada, con dedicatoria de unas palabras por parte de algún allegado o familiar (mantenedor/a del acto) y suele concluir con el homenaje de fallas amigas o del sector que ofrecen regalos y parabienes a la recién exaltada fallera mayor. La *plantà* es la exhibición pública del mensaje fallero. Técnicamente es la instalación de la falla en la calle. Supone el arranque oficial de los días grandes de la fiesta, se realiza durante la noche, con gran expectación en cada una

de las demarcaciones en las que se planta una falla y constituyendo un fenómeno tradicional y cultural de los más participativos, en los que se puede observar a los falleros, colaborando ampliamente en todo tipo de tareas, especialmente las decorativas, con el artista y su equipo, para dejar terminada la falla antes del amanecer. La ofrenda floral a la Virgen de los Desamparados, es un evento que muestra una imagen de la ciudad volcada devocionalmente con su patrona. Es de los actos mas participativos, ya que más de 100.000 falleros hacen llegar sus flores a pies de la Virgen y es un acto que manifiesta, también, una exhibición emocional, floral (algunas canastillas son espectaculares), indumentarística y cromática por todo el centro de la ciudad. Por último, la *cremá*, que es el acto culminante de la fiesta, con él se cierra el ciclo anual fallero y supone la incineración de las fallas representando simbólicamente la destrucción de lo nocivo y la renovación vital de un nuevo ciclo que comienza inmediatamente después.

Las preguntas realizadas a las comisiones para realizar el estudio de los diferentes actos fueron las siguientes:

Presentación de la Fallera Mayor:

P1- ¿Qué grado de importancia tienen los actos en su comisión? (seleccione los 3 más participativos): *preselección- elección local-nombramiento-exaltación-criada- replegá ninot-planta- mascletá-premios-ofrenda-cremá*.

P2- ¿Realizan una presentación temática?

P3- ¿Está sincronizada la presentación con la Falla?

P4- ¿Van a concurso de presentaciones?

P5- ¿Qué participación media hay en la presentación?

Plantá (Mensaje en la calle):

P1- ¿Tienen algún plan de comunicación en la *plantá*?

P2- ¿Disponen de algún dato de asistencia o nivel de visitas en la misma?

P3- ¿Cómo se produce la *planta*?- Orden del proceso.

P5- Grado de participación o colaboración.

P6- Tienen en cuenta la influencia de la orografía?.

P7- ¿Han cambiado alguna vez de ubicación? ¿Por qué?

Ofrenda:

P1- En la ofrenda ¿que participación media tiene la comisión?.

P2- ¿Dedican alguna canastilla especial a la Virgen (Identidad)?.

Cremá:

P1- *Cremá*: ¿convencional o desarrollan algún ritual especial ?

P2- ¿Qué porcentaje de participación hay en la *cremá*?

Otros actos

P1- ¿Algún evento característico de la comisión?

Y las comisiones entrevistadas aparecen en el siguiente listado.

Cuadro 21:
Entrevistados en productos comunicativos de actos de comisiones

COMISION	ENTREVISTADO
Arrancapins	Collado, Josep Antoni
Castielfabib Marqués de S. Joan	Rodriguez, Nohemí
Corona-Beneficencia	Perez, Miguel Angel
Duque de Gaeta Puebla Farnals	Soriano, Marcos
Duque de Mandas - Diputada Clara Campoamor	Barres, Susana Godoy, Jose Miguel Martinez, Juan Fermín
Els Generals	López, Carmen
Lepanto Guillem De Castro	Sabater, Carmen
Maestro Bellver -Mariano Ribera	Penella, Meli
Maestro Gozalbo-Conde Altea	Prím, Miguel Renovell, Jaime Pallás, Lorenzo
Molinell- Alboraya	Coscollar, Carlos
Na Jordana	Borrego, Pere Pastor, Julian
Pere Cabanes-Joan Xxiii	Estellés, Ramón
Plaza de Jesús	Belda, Amparo Medina, Juanjo Monmeneu, Antonio
Plaza Dr. Collado	Gonzalez, David
Sevilla-Denia	Galiana, Carles

Elaboración propia

Uno de los productos comunicativos más importantes en las fallas es, sin duda el *llibret*, además de por su valor cultural, por su permanencia en el tiempo a diferencia de la falla. Un *llibret* de falla es una publicación anual impresa en papel, generalmente encuadernada y con formato de libro, y que recoge, o al menos debe recoger, la explicación de la falla y la relación de todo lo que se ha plantado. Deriva de la literatura popular y su contenido se suele estructurar en dos partes básicas principales: por un

lado, la sociabilidad de la comisión, donde se recoge el organigrama del colectivo, y todas sus actividades del ejercicio fallero, con el programa de festejos e ilustraciones fotográficas de protagonistas (falleras mayores, presidentes, etc.), y por otro, la explicación de la falla, en muchas ocasiones versada. La ortodoxia fallera reivindica que debe estar en clave satírica o humorística y que arranque una sonrisa a quien lo lea. Para el *llibret*, se realizan entrevistas, fundamentalmente a las comisiones (ya descritas en este apartado) y a expertos de la sociedad intelectual de las fallas, si bien, en esta ocasión y, dada su experiencia en el tema expuesto, a Ramon Estellés se le entrevista como representante de la comisión Pere Cabanes-Joan XXIII, y como intelectual de la fiesta especialista en esta cuestión literaria. En este tema, también es importante resaltar que, como se describe ya en la propia historia de las fallas al principio del estudio, la literatura valenciana fallera viene marcada por dos tendencias lingüísticas que, lógicamente, quedan reflejadas también en el trabajo.

Las cuestiones a plantear a los entrevistados, así como el listado de los mismos, se detallan a continuación.

Comisiones

- P1- ¿Cómo es el *llibret* de su comisión?
- P2- ¿Participan en algún concurso de *llibrets*?
- P3- ¿Está tematizado y/o sincronizado con la falla el *llibret*?
- P4- ¿Algún premio importante conseguido?

Intelectuales

- P1- ¿Qué opinión tiene actualmente del *llibret* de falla?
- P2- ¿Qué valoración hace de que hayan dos concursos con normativas distintas?
- P3- ¿Y los premios de *llibret*, que cree que aportan?
- P4- ¿Debe estar tematizado un *llibret*?
- P5- ¿Cuáles son las claves de un buen *llibret*?

Cuadro 22:
Entrevistados en productos comunicativos de llibrets

ENTREVISTADO	ROL
Estellés, Ramón	Comisión: Pere Cabanes-Joan XXIII
Sanchís, Manuel	Gestor Cultural
Marín, Josep Lluís	Filólogo
Castelló, Joan	Periodista
Martín, Donís	Autor
Pérez, Miguel ángel	Comisión: Corona-Beneficencia

Carsí, Jose Fco	Diseñador Gráfico
Collado, Josep Antoni	Comisión: Arrancapins
Rodriguez, Nohemí	Comisión: Castielfabib-Marués de San Juan
Borrego, Pere	Comisión: Na Jordana
Galiana, Carles	Comisión: Sevilla-Denia
Barrés, Susana	Comisión: D.Mandas-Diputada C. Campoamor
Medina, Juanjo	Comisión: Plaza de Jesús

Elaboración propia

También se explica aquí, el producto comunicativo falla, objeto de estudio, y definida ya en el capítulo de introducción del trabajo. El análisis se efectúa en dos vertientes, por un lado se estudia el valor comunicador de la falla y sus elementos, y por otro, se realiza una entrevista a los 22 artistas falleros para conocer su opinión en el mismo sentido.

La falla, es, sin duda, el actor principal y, a través de la observación, se diseccionan los principales elementos de comunicación de la misma (remate, contrarremates, escenas, etc.). Desde sus orígenes y, sobre todo, con la llegada de la falla artística, se perfila una estructura que conviene analizar desde el punto de vista de la comunicación. Se puede decir que la unidad celular de la falla es, originalmente el *ninot*. Es el elemento más sencillo con carácter semiótico y a partir de ahí, la falla artística crece y alcanza su modelo actual que es el que mayoritariamente prevalece. Así, como elemento fundamental del trabajo, se disecciona la anatomía de una falla y se estudia su estructura y elementos que la componen, como se verá en el capítulo de resultados. Al mismo tiempo y en el mismo contexto, se solicita una valoración comunicativa de estos elementos a los artistas entrevistados, con objeto de jerarquizar significados de la falla. Por último, también se expone brevemente, alguno los elementos que dificultan la buena circulación del mensaje (censura).

Es importante destacar el protagonismo que alcanza el lenguaje visual y la retórica de la imagen en este tipo de análisis, ya que la falla se fundamenta, sobre todo, en él. Por eso, para efectuar este análisis, se recurre a investigadores en esta materia. Según cita Acaso (2007), en 1964, Roland Barthes, en su *Rethorique de l'image*, se dio cuenta de que los juegos retóricos que se empleaban en el lenguaje escrito, estaban siendo empleados en el lenguaje visual publicitario. Y acuñó el término de retórica visual, entendido como un sistema de organización del lenguaje visual en el que el sentido figurado de los elementos representados organiza el contenido del mensaje. Lo

verdaderamente importante de la retórica visual es la sintaxis del discurso connotativo, la forma de organizar los elementos de una representación visual.

Al igual que en el oral o escrito, el lenguaje visual funciona mediante figuras retóricas, que se agrupan en el siguiente cuadro, teniendo en cuenta los trabajos de Acaso (2007) y de Ferrer y Gómez (2013). Antes de describir las figuras, es importante subrayar que una imagen puede tener varias figuras retóricas a la vez, la mayoría de ellas basadas en la metáfora. Estas figuras metafóricas se pueden observar desde diferentes perspectivas, como la sustitutiva, la comparación, la adjunción o la supresión. Debemos tener en cuenta, como ya se apuntó, que este tipo de retórica, es una de las más presentes en el arte fallero.

*Cuadro 23:
Retórica del lenguaje visual*

Sustitución	Comparación	Adjunción	Supresión
Metáfora	Oposición	Repetición	
Metonimia	- Ironía	Hipérbole	Elipsis
Sinécdoque	- Paradoja	Epanadiplosis	Perífrasis
Alegoría	- Anacoluto	Préstamo	
Calambur	Paralelismo		
Prosopopeya	Gradación		

Fte: Elaboración propia. Adaptado de ACASO, M (2007): *El lenguaje visual*, Barcelona, Paidós, pp.94 y de FERRER, A., GÓMEZ, D (2013): *Imagen y Comunicación Visual*, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya, pp. 54

Las figuras de sustitución pueden aparecer de diferente forma. En la metáfora se sustituye algún elemento de la imagen por otro similar según un parecido de carácter arbitrario (Ej: fruta/órgano genital). En la metonimia se representa un elemento mediante otro con el que guarda alguna relación de continuidad física en algún punto (Ej: corona/rey). Un caso particular de metonimia es la sinécdoque que se produce cuando se sustituye el todo por una parte o la parte por el todo. Otra figura interesante es la alegoría en la que se da un acumulo de metáforas en la misma imagen. Figuras de sustitución también son el calambur y prosopopeya. El calambur es una figura retórica basada en el engaño visual explícito, en la representación parece verse algo que realmente no ha sido representado. La prosopopeya o personificación consiste en dar valores humanos o animados a objetos. Es una de las figuras, junto a la metáfora, más utilizada en las Fallas.

En las figuras de comparación la clave es comparar dos objetos o conceptos. Hay una relación directa entre dos componentes en la misma representación gráfica. En este sentido nos encontramos con: oposición, en la que los dos objetos representados son contrarios; paralelismo donde los dos objetos comparados son similares y gradación cuando son elementos similares pero a distinta escala. Dentro de estas figuras retóricas se pueden ubicar las que tiene doble sentido; juegan con la doble percepción entre mundo aparente y la realidad. Entre ellas están la ironía, la paradoja y el anacoluto (Ferrer y Gómez, 2013). En la ironía, hay una oposición clara entre apariencia y realidad. La propuesta es justo lo contrario de lo que se quiere transmitir; la paradoja enfrenta a dos ideas totalmente contrarias, pero que son ciertas, sería como un contrasentido pero que tiene coherencia. Y en el anacoluto, se altera el orden y la percepción, culturalmente adquirida, que tenemos de las cosas. Es como una falta de correlación en el orden natural de las cosas.



Figura 77: Elipsis de un cráneo humano. Falla plaza Jesús 2016 (Fte: archivo personal).

Otro tipo son las figuras de adjunción y, como ocurría en los casos anteriores, tenemos diferentes posibilidades. La repetición o anáfora cuando se da un efecto repetitivo deliberado de alguno de los elementos de la imagen. La hipérbole si aparece la exageración explícita en algún elemento de la imagen; la caricatura sería un ejemplo de hipérbole en la que se exageran algunos rasgos de la persona representada deliberadamente. En la epanadiplosis se representa en la misma escena el principio y

final de una secuencia para ello se requiere la introducción del factor tiempo (para imágenes en movimiento). Y por último el préstamo, cuando un autor recurre a otra imagen, al estilo de otro autor o a un tema que no es el de la propia representación para argumentar su discurso.

Por último, en este apartado, se encuentran las figuras de supresión entre las que destacan la elipsis y la perífrasis. La elipsis hace referencia a la eliminación explícita de algún elemento de la representación visual, esto transforma el significado de la imagen.. Por último, en el caso de la perífrasis visual se evita una determinada imagen, por medio del uso de textos u otras imágenes que la apuntan sin representarla. Es una figura retórica literaria que se utiliza con una finalidad embellecedora o eufemística.

Otros aspectos de la falla que son importantes considerar, son aquellos que en el mundo fallero son evaluados mediante los jurados, para otorgar los correspondientes premios de las distintas categorías. Se evalúan parámetros de expresión plástica y de intencionalidad. Entre los que corresponden a los primeros están: el modelado (en relación a la excelencia escultórica), la pintura (valoración de tonos, matices y combinaciones cromáticas), el acabado (control de calidad en la finalización de la falla: juntas, enlaces, lijado, texturas, etc.), la composición (imagen relativa a la distribución espacial de los elementos respecto al eje central o arquitectónico de la falla y también considerando la distancia entre los mismos y su ubicación en el conjunto total de la obra) y el riesgo o atrevimiento (en relación al desafío entre leyes físicas de la gravedad y diseño espacial de la falla). Y respecto a la intencionalidad, el referente en la praxis fallera es el ingenio y la gracia, relativo a los recursos y habilidad del artista para ejercer la sátira y el humor de forma original y novedosa. Nos resta comentar, que la exposición realizada sobre los parámetros a valorar en los premios, está extraída del baremo que teórica y tradicionalmente han utilizado los jurados designados por Junta Central Fallera, para evaluación de las fallas, y que figuran en los Reglamentos Falleros tradicionales. Puesto que el debate de los premios es un tema que sigue latente, en la actualidad, se ha suprimido el baremo mencionado de la legislación fallera para otorgar mayor libertad de acción a los jurados y que evalúen también según propios criterios. En cualquier caso, los términos acuñados anteriormente, siguen prevaleciendo como base, aunque sea como código no escrito.

Conocidas las principales figuras de la retórica visual, pasamos a exponer los datos de la entrevista que se realiza a los artistas. La pregunta que se efectúa sobre el valor comunicador de los elementos de la falla es la siguiente:

Artistas:

P1- Según su opinión: ¿Cuál es el elemento de la falla que más comunica?.

Y se detalla el listado de artistas a quien se les pregunta.

Cuadro 24:

Entrevistados en productos comunicativos prioritarios

ENTREVISTADO	ROL
Algarra, Manuel	Artista
Baenas, Pere	Artista
Blanch, Joan	Artista
Espuig, José R.	Artista
Esteve, Ximo	Artista
Fet d'Encarrec (M. Falco/P. Pellicer)	Artista
Garcia, Juanjo	Artista
Garcia, Manolo	Artista
Latorre, Pepe	Artista
Lorenzo , Vicente	Artista
Martin , Manuel	Artista
Martinez , Manuel	Artista
Monterrubio, Julio	Artista
Moreno, David	Artista
Puche , Marina	Artista
Puche, Pepe	Artista
Rodriguez, Pedro	Artista
Ruiz, Ana	Artista
Santaeulalia, Miguel	Artista
Santaeulalia, Pedro	Artista
Serra, Armando	Artista
Valero, Victor	Artista

Elaboración propia

Para finalizar este apartado, un elemento que hemos detectado como importante en la circulación es la distribución del mensaje (o mensajes). En ese contexto, y teniendo en cuenta lo efímero del arte fallero en la calle, consideramos de interés estudiar como se emplaza el mensaje en la ciudad y observar si la citada distribución transmite alguna lectura interesante a nivel de comunicación. El periodo festivo de exposición de las fallas dura apenas cinco días y el elemento de ubicación del mensaje, puede ser determinante.

Dentro de la circulación, tras detallar los productos comunicativos a estudiar, abordamos ahora, en segundo lugar, la parte del ecosistema mediático digital fallero que corresponde a las comisiones de falla. Es importante en el contexto general de la

comunicación popular, conocer la aportación de las comisiones a la difusión de las fallas en un sistema postmoderno y muy actual como es la comunicación digital.

Es una valoración de la gestión de comunicación de la comisión, que a través de varias plataformas (fundamentalmente redes sociales), participa de la difusión de todos los eventos que organiza. La comisión, como ya se ha comentado, participa de forma activa tanto en el proceso de difusión *directa* (participación, vivencia y comunicación en primera persona de los acontecimientos más relevantes como la presentación, la *plantá*, la ofrenda, etc.), como en el de circulación *mediada* (a través de la gestión comunicativa de la comisión o a través del *llibret* de la falla, al que se le dedica una atención especial por su trascendencia, desde sus orígenes). En este proceso de circulación-difusión, adquieren mucha importancia las comisiones de falla y los falleros a nivel de usuario. El concepto de macro-organización multisectorial (26 sectores, 385 fallas, y 22 agrupaciones) convierte a Valencia en una ciudad nodal dispersa, y da una idea de la gran participación popular que hay en la fiesta, en todas sus vertientes. Esto hace, que las propias comisiones y los propios falleros se conviertan en notables actores subsidiarios del panorama informativo de las fallas. El propio fallero grabará, editará, fotografiará, difundirá imágenes, vídeos, sonidos o momentos que le apasionan o con los que se siente identificado. Pero no solo de lo estrictamente artístico a nivel de su falla. Las comisiones son auténticos volcanes culturales que, a través de sus diversas actividades durante el periplo anual festivo (presentación, semana cultural, teatro, belenes, play-backs, etc.), aprovechan para publicar y colgar en las redes sociales, auténticos *tsunamis* de contenidos audiovisuales y textuales, de forma permanente. La comisión, como se ha comentado antes, forma parte además, de esa esfera mediática con intervención tecnológica que constituye el ecosistema comunicativo masivo fallero, y que se expone con mayor desarrollo al final del trabajo. Se valoran, pues, aspectos como objetivos de comunicación, contenidos de las publicaciones, herramientas digitales utilizadas, etc.

Para conocer concretamente este ecosistema mediático se realizan las siguientes preguntas a las comisiones listadas a continuación, con las razones por las que han sido elegidas.

P1- ¿Quién gestiona la comunicación de la comisión? (Si es un equipo, explicar los roles).

P2- ¿Qué formatos digitales gestionan?.

P3- ¿Cómo se gestiona la comunicación en la comisión? (intranet, notas de prensa).

P4- ¿Cuáles son los objetivos de comunicación?

P5- ¿Qué contenidos difunden?

*Cuadro 25:
Medios digitales entrevistados*

MEDIO	COORD.	FECHA	RAZÓN
FALLA DAMA DE ELCHE	Martha Bajo	Valencia 17-04-16	Community Manager de la comisión. Falla tradicional. Información exhaustiva de todas las actividades que se hacen
FALLA MAESTRO BELLVER-MARIANO RIBERA.	Meli Penella	Valencia 18-04-16	Coordinadora del macrogrupo de comunicación de la Falla. Equipo de siete componentes con diferentes roles de comunicación.
FALLA NA JORDANA	María García	Valencia 07-04-16	Community Manager de falla Sección Especial. Una de las fallas con mayor actividad mediática digital. Equipo de comunicación.
FALLA PZA del PILAR	Olga García	Valencia 05-04-16	Community Manager de Falla de Sección Especial. Promoción exterior de la fiesta y de la comisión.

Elaboración propia

4.1.3 El consumo en la comunicación popular.

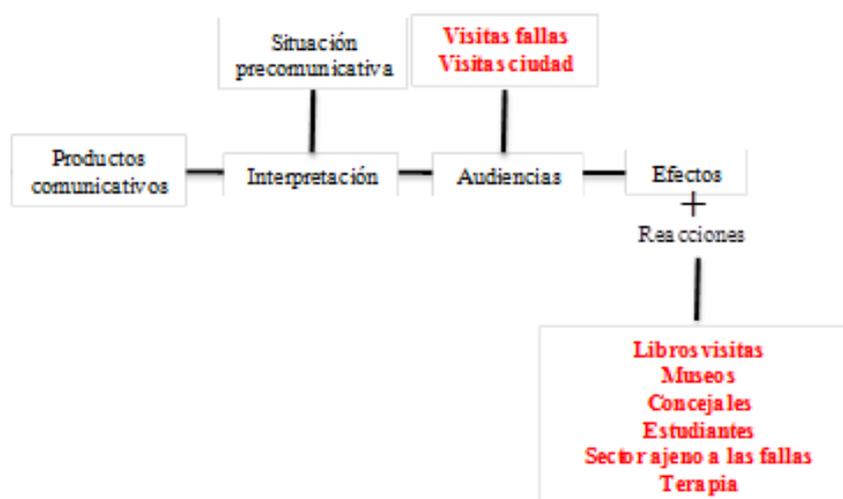


Figura 78: Adaptación de la fase de consumo del modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina al modelo fallas (Fte: Elaboración propia basándose en RODRIGO, M (1989): Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos, pp. 123.)

En este apartado, se han tenido en cuenta, sobre todo, tres elementos fundamentales del modelo de Rodrigo (1989), las audiencias, los efectos y las reacciones. Ahora bien, con objeto de visionar con mayor claridad esta parte de la comunicación y, atendiendo a las consideraciones del autor del modelo de que cuando un efecto da lugar a una determinada conducta estamos ante una reacción, (aspecto mucho más valorable en una investigación); consideramos únicamente dos grupos de consumo-recepción en el estudio: por un lado las audiencias y , por otro, los efectos y las reacciones.

Cuadro 26:

Cuadro de Consumo (Recepción) de las fallas en la comunicación popular



Elaboración propia

Recordamos aquí, que en el modelo adaptado de comunicación popular, las audiencias de medios masivos (radioyentes, etc.) se pueden extrapolar a mediciones de carácter numérico, como consumidores efectivos del medio. De esta manera, para el estudio de este nivel de recepción, se valoran dos tipos de datos o parámetros: por un lado, se tiene en cuenta el nivel de visitas a las fallas, y por otro lado, el nivel de visitas a la ciudad.

Para ello se solicitan los datos de visitas personales y virtuales a todas las fallas de sección especial y a la falla de Maestro Gozalbo-Conde Altea, como paradigma de falla de moda y triunfante en los últimos años. Los guarismos, según las consultas en cada caso, se establecen, por datos suministrados por la policia, por datos estimados

subjetivamente, por datos de venta de entradas y/o por cálculo sobre datos fotográficos en número de personas por metro cuadrado de superficie. Para la valoración de audiencias en red, se tiene en cuenta el número de fans o seguidores tanto en twitter como en la página de Facebook (por ser las redes sociales más participativas) y el número de visualizaciones de la foto y el vídeo más vistos en las pasadas fallas. A continuación se expone la lista de comisiones a las que se les solicitan datos para valorar audiencias.

Cuadro 27:
Estudio de audiencias: comisiones con datos de visitas solicitados

COMISION	FECHA
Almirante Cadarso-Conde Altea	11-11-2016
L'Antiga de Campanar	09-11-2016
Convento Jerusalem-Matemático Marzal	09-11-2016
Cuba- Literato Azorín	09-11-2016
Exposición-Micer Mascó	01-11-2016
Maestro Gozalbo-Conde Altea	05-11-2016
Plaza de Na Jordana	09-11-2016
Plaza del Pilar	30-10-2016
Reino de Valencia-Duque de Calabria	20-10-2016
Sueca-Literato Azorín	07-11-2016

Elaboración propia

En cuanto a las visitas a la ciudad, se solicitan los datos disponibles de los últimos años a la Fundación Turismo Valencia sobre el número de pernoctaciones en la ciudad , a ser posible con datos mensuales. Posteriormente, se cruzan los datos de pernoctaciones con los de vistas al Museo fallero para extraer conclusiones.

En el aspecto de efectos y reacciones, la valoración adaptada al modelo sociosemiótico considera dos niveles: por un lado el nivel institucional (comisiones, museos) y por otro, el nivel individual (concejales, estudiantes, público ajeno a las fallas y aplicaciones terapéuticas.

Para los efectos y reacciones de carácter institucional, se valoran en este caso, elementos de *feedback* (pasivo o descriptivo) como son los textos suscritos por los espectadores en diferentes plataformas o dispositivos como libros de visitas expuestos en algunas fallas, o bien los textos escritos directamente sobre paneles o murales de algunas comisiones .En ellos se realiza un análisis de textos para intentar llevar a cabo un proceso inferencial de los contenidos analizados. Se citan en la siguiente tabla, las

comisiones que nos ceden sus libros de visitas, y las que, asimismo, nos otorgan licencia para ilustrar y comentar los textos escritos sobre sus murales.

Cuadro 28:

Estudios de efectos y reacciones: comisiones estudiadas.

COMISION	RECURSO SOLICITADO
Vall de Laguar-Padre Ferri	Libro de visitas y Mural
D. de Mandas-Diputada C. Campoamor	Libro de visitas
Arrancapins	Libro de visitas
Lepanto-Guillem de Castro	Libro de visitas y Mural
Borrull-Socors	Mural

Elaboración propia

También con carácter institucional, se consideran las visitas a los museos falleros de la ciudad, a través de la valoración de los datos ofrecidos por los mismos, y el repertorio temático de los *ninots* contenidos en ellos a través de la observación y de la entrevista a intelectuales del sector. A continuación se detallan las preguntas realizadas en la entrevista y la lista de intelectuales entrevistados concretamente para este apartado.

P1- ¿Qué valoración hace de que existan dos museos falleros en la ciudad?

P2- ¿Qué opinión le merece las reformas y nuevos planteamientos que se están llevando a cabo en el Museo Municipal?

Cuadro 29:

Estudio de efectos y reacciones a nivel institucional

ENTREVISTADO	ROL
Joan Castelló	Periodista
Antonio Colomina	Restaurador
Jose martinez Tormo	Gestor Cultural
Gil Manuel Hernandez	Director-Coordiador de Museos de Valencia

Elaboración propia

Para valorar los efectos y reacciones a nivel personal, se hace en primer lugar con la clase política, como objeto-diana principal de la sátira fallera. Para ello, se realiza una entrevista, a los tres últimos concejales de fiestas de la ciudad (a la vez presidentes de Junta Central Fallera). La entrevista fue de tipo estructurada y abierta, orientada a conseguir información sobre la influencia de la sátira política en la falla sobre la clase política.

Se adjuntan las preguntas de la entrevista y datos de los entrevistados.

P1- ¿Qué sensación le causa verse como *ninot*?

P2- ¿Esta de acuerdo con todas sus versiones de *ninot*?

P3- ¿Llega a preocuparle estar tantas veces en el punto de mira?

P4- ¿Puede llegar a resultarle conductista en su línea de trabajo la presencia de su imagen en la falla?

P5- ¿Llega la sátira política de la falla hasta las altas instancias?

P6- ¿Cree que alguna falla no le critica por temor a perder opciones en los premios de falla?

P7- Una última reflexión sobre el panorama actual fallero.

Cuadro 30:
Estudio de efectos y reacciones en la clase política

ENTREVISTADO	PERIODO DE CONCEJAL FIESTAS
Félix Crespo	2003-2011
Francisco Lledó	2011-2014
Pere Fuset	2011- Actualidad

Elaboración propia

También es interesante la percepción participativa, desde dentro, pero por parte de estudiantes extranjeros. Genera una mejor opinión, sobre todo, por el conocimiento y vivencia real de la fiesta. Para conseguir esta visión participativa, no hay demasiadas opciones de conseguir protagonistas por lo que se solicitan a la Universidad Politécnica de Valencia. Allí se ubica una falla y todos los años, estudiantes Erasmus de la propia Universidad, participan y viven las fallas compartiendo todos los actos de una falla tradicional. A través de María Gil, Fallera Mayor de la Falla de la Universidad Politécnica de Valencia del año 2014, se les remite todas las entrevistas en bilingüe (castellano e Inglés) y se envía a todas las erasmus de los últimos cinco años. El único requisito era haber participado directamente en las Fallas de Valencia durante su estancia aquí. Se reciben 10 entrevistas escritas completadas, con material audiovisual solicitado, que se exponen en el apartado de resultados. El modelo de entrevista era muy básico, con 12 preguntas sobre la experiencia vivida en Valencia durante la semana fallera; emociones, percepción, recuerdos, etc. El guión de la entrevista en formato bilingüe se expone a continuación, junto al listado de estudiantes entrevistadas.

*Cuadro 31:
Estudio de efectos y reacciones: estudiantes Erasmus entrevistadas*

Nombre	País	Estudios	Año de fallas
Barzagui, Chiara	Italia	Tecnología de Alimentos	2015
Brondani, Chaveli	Brasil	Ingeniería Civil	2015
Ekmekci, Esin	Turquia	Ingeniería Industrial	2014
Leton, Jade	Francia	Ingeniería Mecánica	2015
Müeller, Charlotte	Alemania	Ingeniería Mecánica	2015
Pinsoglio, Elena	Italia	Diseño y Comunicación Visual	2016
Prokopova, Alzbeta	Republica Checa	Topografía y Cartografía	2012
Sarve, Maiken	Estonia	s.d.	2011
Tanfoni, Arianna	Italia	Ingeniería y Arquitectura	2012
Vianna, Maria Clara	Brasil	Arquitectura	2014

Elaboración propia

Las preguntas que se le hicieron a las estudiantes Erasmus fueron las siguientes:

P1- Nombre, edad, país, universidad y estudios. / *Name, age, country, university, studies.*

P2- ¿Qué sabías o qué imagen tenías de las Fallas antes de venir a Valencia? / *What did you know or what were your thoughts about Fallas before you came to Valencia?*

P3- ¿Qué opinión tienes ahora de las Fallas de Valencia tras la experiencia? / *What is your opinion about Fallas in Valencia now that you have experienced what they are?*

P4- ¿Qué aspecto te gustó más? (Monumento, Luces, Gastronomía, Pirotecnia, Indumentaria, etc). / *What aspect did you like the most? (monument, lights, gastronomy, pyrotechnics, folklore and dressings, etc)*

P5- ¿Qué aspecto te gusto menos? (Masificación, colapso urbano, calles cortadas, ruido, etc.). / *What aspect did you enjoy the least? (massification, colapsing of the city streets, unavailable or insufficient transport, noise...)*

P6- ¿En cuántos actos participaste? / *How many events did you participate in?*

P7- ¿Qué opinión tienes de la Falla artística (Monumento de Arte)? / *What is your opinion on the artistic side of Fallas and the monuments?*

P8- ¿Qué opinión tienes de la Falla como comisión (Grupo de personas afines [Asociación])? / *What is your opinion of the Falla as an association or group of individuals with a common interest?*

P9- ¿Crees que había suficiente información o publicidad de las Fallas en la ciudad para los visitantes del exterior? (carteles en aeropuerto o en estaciones de

tren o autobuses, folletos en oficinas de turismo, guías de fallas en la universidad, etc.). / *Do you believe that there was enough information or publicity available for foreigners about Fallas around the city? Leaflets on tourism offices or hostels, billboards or signs around the city, bus and train stations or the airport, a guide or basic information from the university...*

P10- Cuenta tu experiencia más emocionante en fallas. / *Tell us about your most exciting experience during Fallas.*

P11- ¿Recuerdas alguna *Falla* o algún *Ninot* que te causara impacto o admiración? / *Do you remember any Falla name, monument or ninot that particularly caught your attention?*

P12- ¿Qué te hubiera gustado hacer en Fallas y no pudiste hacer (Participar o acudir a algún evento o lugar)? ¿Por qué no pudiste? / *What would you have liked to do during Fallas but unfortunately could not do? Why could you not do it?*

P13- ¿Volverías a las Fallas de Valencia? / *Would you come back to Valencia for Fallas?*

P14- Realiza, si quieres, una última reflexión sobre la experiencia vivida en fallas de Valencia. / *If you want, write a last reflection on your whole experience as a fallera and during fallas in Valencia.*

P15- Si lo deseas, envía alguna o algunas fotos que más te gusten de las que te hiciste en Fallas. / *If you wish, you can send us a picture you like and tell us why you like it so much that you took during Fallas.*

Si se estudia la percepción individual participativa, también se considera interesante conocer la percepción social de las fallas en el sector valenciano ajeno a las fallas. Este es un tema de debate permanente y de obsesión política, ya que, en muchas ocasiones valencianos falleros y no falleros no se acaban de entender. Y en este caso, para averiguar la percepción del sector no integrado en las fallas, se recurre al grupo de discusión. Para ello se convoca a cinco personas con perfiles diferentes, el día 10 de Noviembre en el Restaurante Palace Fesol de la calle Hernán Cortés número 7. El guión del debate y las personas elegidas son las siguientes:

- 1) Vision de las fallas
- 2) ¿Que conocen de las fallas?

- 3) Ventajas e inconvenientes de las fallas
- 4) Interacción con la falla de su barrio.
- 5) ¿Que les gusta de las fallas? ¿En qué se fijan?
- 6) ¿Cómo pasan la semana fallera?
- 7) ¿Salen con alguien para verlas y comentar? ¿Hacen fotos para amistades?
- 8) ¿Participacion en algo? ofrenda, mascleta,..
- 9) ¿Saben que existen dos museos falleros en la ciudad?
- 10) ¿Seria una solucion menos fallas y mas grandes?
- 11) ¿Que le dirian a alguien que es amigo y viene de fuera para fallas?
- 12) ¿Que les sobra y que les falta?
- 13) En los viajes, ¿ alguien les ha preguntado por las fallas?
- 14) Ultimas reflexiones.

*Cuadro 32:
Estudio de efectos y reacciones: grupo de discusión*

NOMBRE	DATO
Escarihuela, M ^a José	Profesora Psicopedagogía UV
Ginés, Enrique	Periodista
Latorre, Vicente	Agente Comercial
Royo, Pablo	Abogado
Urchueguía, Mayte	Otorrinolaringóloga

Elaboración propia

El primer perfil es buscar una persona conocedora de Valencia y de las Fallas, con espíritu crítico y con limitaciones de espacio y movilidad, ya que son dos variables sobre las que influyen muchísimo las fallas. En este caso, contactamos con Enrique Ginés, periodista y con amplia trayectoria en el ámbito radiofónico y cultural.

Otro perfil necesitado es el de una Otorrinolaringóloga, por varias cuestiones: por paridad, en primer lugar, y por los posibles efectos que pueden provocar algunas distorsiones acústicas de las muchas que se producen en fallas. Así, se consigue la asistencia de la Doctora Mayte Urchueguía, especialista en Otorrinolaringología.

Un tercer perfil es buscar un profesional liberal, con empatía por la cultura y las tradiciones pero no participante activo, y que tenga, además, juicio crítico lo más

objetivo posible. El papel era ideal para un abogado “no fallero”. Acude el letrado Pablo Royo.

El cuarto perfil vuelve a ser para una mujer, en este caso con conocimientos de Psicología y Pedagogía, investigadora de la Universitat de Valencia y que aporte una visión más Psicológica de los dos colectivos considerados. Se invita a participar a M^a José Escrihuela, docente investigadora de las áreas comentadas.

Y el último perfil es para alguien también valenciano, no fallero, con juicio crítico y visión objetiva, pero que aporta, además, una visión un poco más periférica, un poco más externa de la ciudad. Así, acude Vicente Latorre, de Tabernes Blanques, Agente Comercial de Seguros y Exjugador del Levante UD.

Por último, en cuanto a efectos y reacciones a nivel individual, nos queda referenciar el uso y aplicabilidad psicosocial de los *ninots* de falla, respecto a las cualidades expresivas de los mismos. Para obtener este aval, se establece contacto con la Profesora de Psicopedagogía y PDI de la Universitat de Valencia M^a José Escrihuela, a la que se realiza una entrevista sobre uso terapéutico de la expresividad de los *ninots* de falla. La entrevista se centra fundamentalmente en dos cuestiones, que son:

P1- ¿Pueden tener uso terapéutico los *ninots* de falla?

P2- ¿Qué tipo de utilidad cree que pueden tener?

4.2 Producción, circulación y consumo en la comunicación masiva.

Una vez conocida la metodología a emplear en el caso de la comunicación popular de fallas, abordamos el apartado de medios de comunicación masivos de las fallas. En este caso, se ha detectado que no existen estudios rigurosos sobre los mismos en el ámbito de las fallas; y tampoco se han encontrado datos relativos a las audiencias y a los efectos y reacciones en estos medios. No obstante, como aportación novedosa, el trabajo incorpora el significado de la irrupción de internet y el entorno digital 2.0 en la comunicación del sector fallero, subrayando como se observa, la emergencia de un nuevo sistema de medios digitales abiertos, que conviven y se interrelacionan con los medios tradicionales. Esta nueva situación permite establecer lazos entre estos dos niveles, aspecto que refuerza la visión del desarrollo creciente que los nuevos medios digitales abiertos presentan en el panorama de la comunicación actual de las fallas. En este contexto, se parte de la lista de medios de comunicación acreditados por Junta Central Fallera, y se actualiza para este trabajo con objeto de tener el máximo de

perfiles digitales presentes en la red. Así, considerando únicamente los medios digitales falleros, se hace un estudio de los mismos analizando su origen y evolución, su configuración, productos comunicativos que ofrecen, y el mapa del ecosistema comunicativo digital de las fallas. De esta manera, se abarcan aspectos de producción, de circulación y de consumo.

Con estas premisas, para los apartados de producción y circulación se realizan entrevistas a medios digitales de diferentes perfiles, mientras que para el apartado de consumo, se solicita a la delegación de medios de comunicación de Junta Central Fallera (nivel institucional), los datos de visitas virtuales del mundo, durante el mes de marzo, por países y por dispositivos multimedia.

En cuanto a las entrevistas, se realizan 31 en total, de carácter semiestructurado y abierto, a los siguientes grupos de personas: a medios digitales (profesionales o no), a medios convencionales (en su versión digital), a *community managers* y a *influencers*. Se consideran cibernautas falleros vocacionales (23) o profesionales (8) según el ratio dedicación/economía y, sobre todo, la existencia, o no, de objetivos comerciales. En el listado adjunto, en el apartado de razones de la elección para la entrevista, quedan diferenciados ambos perfiles. Las entrevistas constan de una parte biográfica, con inclusión de aspectos vocacionales o profesionales, aspectos descriptivos del portal o paginas que gestionan, objetivos, conocimiento de las herramientas informáticas, información que se ofrece y opinión personal sobre el periodismo digital y su rol en el panorama mediático actual. Se plantean varios tipos de entrevista, al cibernauta amateur o vocacional, al profesional de un medio digital o convencional, y a algunos medios especiales (por ejemplo, a la comisión Maestro Bellver-Mariano Rivera que conforman un equipo de 7 miembros para llevar la comunicación).

A continuación se expone el guión de las entrevistas realizadas a los medios.

P1- Medio.

P2- Datos filiación:

- Edad, lugar nacimiento
- ¿Cuándo descubrió las fallas y cómo?
- ¿Cuándo comienza a participar informativamente en el mundo de las fallas y cómo?.

P3- ¿Por qué la dedicación a la información fallera?

- ¿Algún estudio o título académico o de otro tipo relacionado con el periodismo?
- Vocación/pasión/sentimientos.
- Antecedentes familiares.
- Otra razón (¿cual?).

P4- Fecha origen del blog / web / pagina de redes sociales.

P5- ¿Por que el nombre de _____?

P6- Razón fundamental de su origen. ¿qué aportaba a lo que ya había y que objetivos se marcó?.

P7- Areas o secciones de cobertura en el medio.

P8- ¿Ha cambiado el medio (en cobertura o contenidos) con el tiempo. ¿Por qué?

P9- ¿Estudia el impacto o la audiencia del medio a través de algún marcador o indicador?

P10- Estructura y funcionamiento actual (colaboraciones). ¿Cuántas horas diarias o semanales le dedica aproximadamente?

P11- ¿Qué herramientas informáticas utiliza fundamentalmente para cubrir la información:

- Redes sociales donde publica (fb, twitter, you tube, instagram; etc.).
- Algún software de edición o maquetación de texto, fotos y/o vídeos.
- Dispositivo: móvil, cámara fotos, cámara vídeo, apuntes texto, etc.

P12- ¿Su medio digital le ha permitido descubrir la experiencia periodística en otras plataformas comunicativas (radio, tv, etc.). que valoración hace de ello?.

P13- Mejor y peor experiencia informativa que ha tenido.

P14- ¿Qué cree que aportan los medios digitales respecto a los medios de comunicación convencionales?

P15- ¿Ventajas e inconvenientes de ser medio digital?

P16- ¿Estan hipervalorados, normovalorados, infravalorados o ignorados los medios digitales?

P17- ¿Cómo es su relación con los medios de comunicación convencionales y con los gabinetes institucionales (ayuntamiento, diputación, jcf, etc?). (modo aceptación-rechazo).

P18- ¿Qué medios digitales de los que conoce considera como referentes? (actuales o históricos)

P19- ¿Por qué no acaban de concretarse asociaciones de medios digitales en la información fallera?

P20- ¿Como ve el futuro de los medios digitales en las fallas?. ¿Son la mejor opción de que dispondrá la información fallera?

P21- Realice una última reflexión sobre los medios digitales en las fallas.

Otras preguntas concretas para perfiles específicos fueron. Grandes medios (Levante-EMV; Las Provincias):

P1- El medio digital ¿tiene entidad propia o es una transcripción literal de lo que se publica impreso?

P2- ¿Qué importancia actual le da al medio digital respecto al convencional en el que trabaja?

P3- ¿Como es su relación con los medios de comunicación digitales?

Se expone asimismo, el listado de medios entrevistados. Como ya se apuntó, se consideran cibernautas falleros vocacionales (23) o profesionales (8) según el ratio dedicación/economía y, sobre todo, la existencia, o no, de objetivos comerciales. En el listado adjunto, en el apartado de razón, quedan diferenciados ambos perfiles.

*Cuadro 33:
Medios digitales entrevistados*

MEDIO	COORD.	FECHA	RAZÓN
ACTUALIDAD FALLERA	Braulio Torralba	Valencia 09-12-15	Director de la Revista y página web del mismo nombre. También plataforma televisiva. Objetivos informativos y comerciales.
AGRUPACION PILAR-SAN FRANCESC y FALLA TRIADOR-G. CASTRO	Inma Chuliá	Valencia 09-04-16	<i>Community Manager</i> de su comisión y de la Agrupación a la que pertenece. Cargo directivo en ambos colectivos.
BD FALLES	Jose Vte Marco	Valencia 17-12-16	Base de datos fotográfica pública y gratuita. Trayectorias de artistas y comisiones.
CENDRA DIGITAL	Ángel Romero	Valencia 13-11-15	Portal centrado en todos los aspectos referentes a los artistas y en las fallas. Objetivo difusión de los mismos. Base de datos de ellos y sus obras.

Trayectorias de artistas.			
CIBERFALLAS	Jose Cuñat	Valencia 01-12-15	Autor del portal pionero <i>ciberfallas</i> .
DISTRITO FALLAS	Carles Andreu	Valencia 24-11-15	Autor de los pioneros y redacción en clave de humor o ingenio.
DON FALLERET	Juan Meneses	Valencia 13-04-16	Web asociada a periódico impreso mensual de difusión gratuita. Objetivos comerciales
EL ANALISTA FALLERO	Jose Fco Carsí	Valencia 29-11-15	Concepto analítico de la fiesta y dedicación especial a fallas infantiles y a temas transversales con otras disciplinas.
EL CADAFAL	Alejandro García	Valencia 10-04-16	Portal asociado a programa de Radio en emisora convencional (Radio Nou-COPE-CV Radio).Objetivos de difusión de cultura y fiesta fallera.
FALLA BORRULL- SOCORS	Pepa Gómez	Valencia 02-05-16	<i>Comunity Manager</i> compartido con presidente de la Falla. Comisión sencilla Innovadora y Experimental.
FALLA DAMA DE ELCHE	Martha Bajo	Valencia 17-04-16	<i>Comunity Manager</i> de la comisión. Falla tradicional. Información exhaustiva de todas las actividades que se hacen.
FALLA ELS SOMNIS	Leo Ortega	Valencia 17-04-16	<i>Comunity Manager</i> de la Falla con residencia en Madrid. Dirección a distancia.
FALLA MAESTRO BELLVER- MARIANO RIBERA.	Meli Penella	Valencia 18-04-16	Coordinadora del macrogrupo de comunicación de la Falla. Equipo de siete componentes con diferentes roles de comunicación.
FALLA NA JORDANA	María García	Valencia 07-04-16	<i>Comunity Manager</i> de falla Sección Especial. Una de las fallas con mayor actividad mediática digital. Equipo de comunicación.
FALLA PLAZA DE JESUS	Juanjo Medina	Valencia 18-04-16	<i>Comunity Manager</i> de la Comisión. Falla Innovadora y Experimental. Aporta información fallera local, cultural y social. Falla con objetivos interactivos y de participación.
FALLA POETA ALTET BENICARLO	Nuria López	Valencia 12-04-16	<i>Comunity Manager</i> de comisión tradicional. Objetivos de información interna y labor docente y cultural.
FALLA PZA del PILAR	Olga García	Valencia 05-04-16	<i>Comunity Manager</i> de Falla de Sección Especial. Promoción exterior de la fiesta y de la comisión.
FALLAS.COM	Gabi Aranaz	Valencia 02-11-15	Delegado de Medios de Comunicación de Junta Central Fallera. Coordinador del portal Fallas.com.
FEDERACION DE FALLAS DE 1ª A y FEDERACION DE FALLAS CON ESPECIAL INGENIO Y GRACIA	Alvaro Romero	Valencia 23-11-15	<i>Comunity Manager</i> de la Federación y de su comisión (Telefónica). Información y gestión a tres bandas. Objetivos de cobertura y comerciales.

FORUM FALLER	Fernando Morales	Valencia 01-12-15	Foro de debate que nace con espíritu independiente y sin censura. Todavía se mantiene.
GREMIO DE ARTISTAS	Ximo Esteve	Valencia 16-04-16	Artista Fallero y conductor del portal del Gremio de Artistas Falleros de Valencia. Información sobre el propio Gremio y los agremiados
HABLEMOS DE FALLAS	Roberto Gómez	Valencia 10-09-15	Portal dedicado a Fallas fundamentalmente y otras fiestas. Aportación de reportajes elaborados con explicación textual y colecciones de fotografías de diferentes eventos.
LAS PROVINCIAS	Lola Soriano	Valencia 13-04-16	Redactora del periódico Las Provincias en la Sección de Fallas y Fiestas. Objetivos comerciales
LEVANTE-EMV DIGITAL	Moisés Domínguez	Valencia 23-11-15	Redactor del periódico Levante-EMV en sección de Fallas. Coordinador de la página digital del mismo y de todas sus versiones (Facebook, Chat, etc.). Objetivos comerciales.
MALALT DE FALLES	Xavi Serra	Valencia 13-11-15	Blog, Web y Redes sociales más seguidas en el ámbito fallero. Información en todas las versiones y emisión de directos.
NI FU NI FALLES	S. Mora/ R. Úbeda	Valencia 29-12-15	Portal novedoso en diseño y publicaciones diarias en el momento que nace. También con objetivos comerciales.
NUESTRAS FALLAS	Jose Herrero	Valencia 02-04-16	Portal asociado a programa de radio. Uno de los pioneros en <i>streaming</i> de actos falleros y programas en directo en exteriores. Objetivos comerciales.
PROTAGONISTAS LAS FALLAS	Montse Catalá	Valencia 07-05-16	Portal asociado a programa de radio de emisora convencional (Gestiona Radio). Información general y cobertura de Juntas Locales y Casas de Valencia en exterior.
SEGUIDORS JOAN BLANCH	Carles Rosaleny	Valencia 08-04-16	Portal dedicado exclusivamente a un artista. Monográfico. Admiración y objetivos didácticos y corporativistas.
UN NOU PAROT	Alejandro Lagarda	Valencia 03-11-15	Blog reflexivo orientado a estudios y análisis del Arte y los medios visuales. Artículos de opinión. Tratamientos temáticos en profundidad.
VIVE LAS FALLAS	Jose Gonzalez	Valencia 28-10-16	Medio digital con emisión en TV (Canal 7-Televalencia). Objetivos comerciales.

Elaboración propia

Para finalizar y como ya se expuso en el apartado de muestreo, el trabajo se centra en un periodo comprendido, sobre todo, desde el año 2000 al 2016, por lo que es

prácticamente el periodo de comienzo y desarrollo de la era digital en España y, colateralmente en Valencia. Aspecto que le confiere a este apartado del estudio, matices de histórico desde el punto de vista de las nuevas tecnologías. Y por otro lado resaltar que el objeto fundamental de la tesis es el estudio y análisis de los elementos de comunicación popular, que se analizan con mayor profundidad. Por lo que en el nivel de comunicación masivo, se desarrolla un estudio menos segmentado, por dos razones: el propio modelo del autor ya versa sobre el análisis de *medios masivos*, y además, existen ya numerosos estudios en este sentido. Sin embargo, si resulta novedosa, la aportación de los contenidos de este trabajo, ya que se da una visión pionera sobre cuatro aspectos no estudiados hasta ahora: historia del periodismo digital fallero, perfil del cibernauta fallero, contenidos generados por los usuarios y mapa digital y mediático fallero. En este contexto, se advierte que la producción, circulación y consumo, quedan integrados en el estudio general de medios que se efectúa, dentro de este nivel de comunicación de medios masivos.

5 RESULTADOS.

Con objeto de presentar con mayor claridad este capítulo y diferenciar los niveles de alcance y análisis descritos, se exponen, en primer lugar, los resultados de producción, circulación y consumo de la comunicación popular, y, a continuación, los resultados obtenidos para la comunicación de masas en las fallas.

5.1 Estudio de la comunicación popular

Los resultados que se exponen a continuación, comprenden los hallazgos en la fase de producción (creación), circulación (distribución-difusión) y consumo (recepción), de acuerdo con las entrevistas realizadas y el trabajo de observación, según las pautas que se describen en el capítulo de metodología.

5.1.1 Proceso de producción de la comunicación popular

Dentro del proceso de producción, y, partiendo de la adaptación propuesta para la comunicación popular, hemos estudiado el equipo de creación, modos de creación-diseño, modos de producción laboral, modos de producción tecnológica, modos de producción estética, y modos de finalidad comunicativa.

5.1.1.1 Equipo de creación popular.

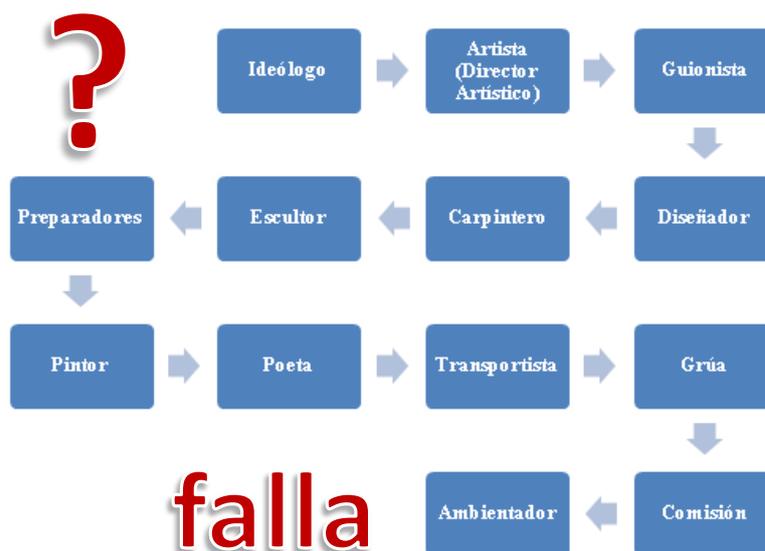
Tras las entrevistas realizadas a los protagonistas de la producción, queda claro que, en el ideal, un equipo completo para abordar la creación y producción de una falla sería definitivamente el siguiente: ideólogo, artista, guionista, diseñador, carpintero, escultor, operarios o preparadores, pintor, poeta, transportista, grúa, comisión y ambientador o estilista.

La gran mayoría de los entrevistados, está de acuerdo con los roles propuestos en la entrevista, pero se producen algunas matizaciones interesantes. Por ejemplo, Pere Baenas y Jose Latorre advierten de la actualización de la lista con la presencia de un ideólogo, figura moderna que emerge en el panorama creativo fallero y que hasta hace poco tiempo recaía siempre en el artista. Hoy este concepto se ciñe al autor de la idea, sea el artista o no.

“Bueno, quizá falte el ideólogo, que lo ideal es que fuera el artista. Después debe hablar con el guionista y entre los dos repartir el trabajo para todos los demás”.

PERE BAENAS, Artista

Cuadro 34:
Equipo de creación



Elaboración propia

También hay otras opiniones que coincidieron en la necesidad de añadir otra nueva figura que comienza a aparecer en el área comunicativa de algunas fallas y es la del estilista o ambientador, con dotes y conocimientos de artesanía decorativa y capaz de transportar temáticamente a la audiencia.

“La lista está bien, pero ahora, por ejemplo, nosotros tenemos en Maestro (nombre convencional de la falla Maestro Gozalbo-Conde Altea) un *ambientador*, que caracteriza todo el entorno de la falla y la mayoría de actos durante el año”.

MANUEL ALGARRA, Artista

“Faltaría el elemento de la persona decoradora, o estilista, o ambientador, que te pueda aportar durante todo el año, como puedes mejorar la falla y después te pueda aconsejar en la ambientación exterior (luz, orientación, etc.)”.

JOAN BLANCH, Artista

“Se ha creado una nueva especialización en el taller que cualquiera que tenga aspiraciones tiene que tenerlo, se trata del decorador”.

VÍCTOR VALERO, Artista

Otros puntos de vista apuntan en otro sentido, más hacia la gestión principal del taller o de los proyectos, reivindicando la figura del director artístico, como perfil gestor de carácter empresarial y adaptador de los proyectos en función de las posibilidades de contratación de los diferentes perfiles artísticos. Es el ejemplo que nos comentaba Ana Ruiz, como experiencia personal vivida en el taller paterno, o el de Manolo Martín, identificándose plenamente con esta figura reivindicada, por tener que ejercer como tal en numerosas ocasiones, teniendo que liderar, a veces, proyectos que implican varios talleres de forma simultánea, sobre todo para obras o encargos del exterior.

“Quizá me faltaría una figura como el director artístico, que forma parte del equipo de creación y en muchas ocasiones es el autor de la idea y/o el artista, pero, además de realizar su función específica si la tiene, es el que considera el presupuesto del proyecto, y en función del profesional estrella o de lujo a quien se podía contratar (escultor, pintor, etc.), se orientaba todo el peso de la falla sobre su virtud. Eso hoy casi ha desaparecido, pero me parece una figura importante. Por ejemplo, Soriano Izquierdo realizaba muchas veces esta función. Aunque, como ya dije antes, un artista muchas veces hace estas funciones”.

ANA RUIZ, Artista

“Otra figura que me parece importante es el director artístico, yo no lo tengo porque ejerzo yo como tal, y también la del director técnico, sobre todo cuando se modela en macro-proyectos. A tamaño natural no, pero en dimensiones colosales (ej. 22 m. de altura de falla, escenarios gigantes, etc.), a veces la parte técnica se come a la artística. Para esta casa, es fundamental. Carpinteros de fallas son fundamentales para esos proyectos, y quedan sólo

los que quedan. La volumetría lo exige, aunque antes lo hacía todo el artista”.

MANOLO MARTÍN, Artista

También se hace mención a una circunstancia que, unas veces con carácter excepcional, y otras, con carácter tradicional, ocurre y modifica notablemente el perfil del equipo creador de una falla. Es la presencia de una colaboración externa del mundo de la cultura, como suele ser habitual en algunos artistas como Manolo Martín o en comisiones como Plaza de Na jordana o en Corona-Beneficencia.

“Nos gusta que en la idea haya una colaboración externa del mundo de la cultura, como ha sido en otros años, como Sigfrido Martín Begué, Sento Llobell, Manolo Valdés, o este año con Isidro Ferrer, etc. Nos enriquece y nos viene bien por limpieza mental, me gusta mucho ejecutar diseños de gente de la cultura. Aunque otras veces la idea la ponga yo”.

MANOLO MARTÍN, Artista

“Siempre intentamos buscar colaboraciones del mundo de la cultura, que aportan cosas muy interesantes y ya va con el sello de la falla. Es algo imprescindible”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona-Beneficencia

Queda definido así, lo que sería un equipo completo con la totalidad de roles que podemos encontrar en la actualidad en un taller fallero. Lógicamente la exposición es válida para un concepto de falla convencional, no valdría para una falla aut creativa. De este modo, encontramos dos nuevas aportaciones: por un lado, la figura del ideólogo y por otra la del “ambientador” o “estilista”, además de las figuras de director técnico y colaborador cultural externo, pero que éstas últimas, no les otorgamos excesiva relevancia ya que se dan en contadas ocasiones. Observamos además que, curiosamente, los dos nuevos roles incorporados, abren y cierran en importancia y en orden, la estructura del equipo. Del ideólogo nace el mensaje y el ambientador lo cierra (a pie de falla, ya plantada). Esta sería la composición de un equipo creativo ideal, concepto que ha sustituido al del antiguo artista total o para todo.

5.1.1.2 Modos de creación-diseño.

Conocida ya la composición de un posible equipo en la idealidad, pasamos a exponer, los posibles modos de creación-diseño que surgen de las entrevistas, ya que, como se observa durante el trabajo de campo realizado, uno o varios componentes del equipo, pueden ejercer varios roles a la vez, y se pueden dar todas las combinaciones posibles. Además, de la forma que queda descrita la composición ideal de un equipo creativo, la figura principal inicialmente es el ideólogo, donde nace todo, similar al “creador” de Moles (1978) o de Gramsci (Serna y Pons, 2011) y a partir del cual se ramificarán todos los subprocesos de creación. Será el director del proyecto y, generalmente va a ser el artista, pero ya hay casos en los que la idea nace de un bocetista o diseñador, o de un guionista, o de una conjunción artista-diseñador, artista-guionista, artista-guionista-diseñador, etc. o donde la idea nace en el diseñador y el artista únicamente ejecuta. Por ejemplo, durante la entrevista a Miguel Ángel Pérez de la falla Corona-Beneficencia, pudimos observar en directo, la reunión creativa, en una mesa adyacente de una heladería pública, de un artista (Jose Luís Platero), un guionista (Hernán Mir) y un diseñador gráfico (Raúl Martínez).

Cuadro 35:
Modos de creación – diseño

Dirección unipersonal	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional. • El mismo creativo lo hace todo. • Suele ser el artista.
Diseño o Dirección conjunta	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional. • Ideólogo (generalmente el artista) o ideólogos + colaboradores.
Equipo "A la carta"	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional. • Contratación por roles de forma independiente. • Se define un director artístico.
Equipo o Comisión de dirección artística	<ul style="list-style-type: none"> • No profesional. • Autocreativas totales: Ejecución completa de la comisión. • Autocreativas delegadas: La comisión solo aporta la idea.
Guión Democrático	<ul style="list-style-type: none"> • No profesional. • Participación popular en el guión.

Además, hay que tener en cuenta, que ésta diversificación creativa, entre otros factores, también viene condicionada por la evolución tecnológica (sobre todo digital), por lo que es importante conocer la repercusión en los creativos, la llegada de la era digital.

Así, encontramos varias modalidades de creación-diseño, desde el artista que se lo hace todo , con *dirección unipersonal* como la de Joan Blanch, hasta el director de todo el proyecto y que interviene en todas las facetas, desarrollando una *dirección conjunta* , como Miguel Santaaulalia, que lo canaliza todo a través de él; pasando por las *comisiones con dirección artística*, que tienen sus equipos de gestión creativa ya sea totalmente, es decir, desde la idea hasta la ejecución (Arrancapins) o parcialmente, aportando únicamente la idea al artista que la desarrollará (Corona o Plaza Jesús); e incluso también hay que considerar, la propuesta de Maestro Gozalbo de *contratación a la carta* de y de *guión democrático*. Muestra plural de posibilidades, como hemos visto en el cuadro anterior.



Figura 79: Miguel Santaaulalia, ejemplo de creación *unipersonal*. (Fte. Archivo Personal)

En las imágenes observamos dos ejemplos de equipos de creación multidisciplinar. El taller del artista Rafael Ibañez, ubicado en Burriana en el que podemos observar a Lorena Alvarez (pintora), Rafael Ibañez (artista), Miguel Santaaulalia (diseñador) y Quino Puig (guionista). Y por otro lado, el equipo creativo de Maestro Gozalbo tras su triunfo en las fallas de 2015.



Figura 80: Equipo creativo de la Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea celebrando el triunfo. (Fte. Ramón Plá)



Figura 81: Equipo creativo del taller de Rafael Ibañez. Lorena Álvarez, pintora, Rafael Ibañez, artista, Miguel Santaaulalia, diseño, Quino Puig, guión. (Fte. Quino Puig)

Lógicamente, la concentración de roles en un solo profesional, se suele dar más en los artistas clásicos, que tuvieron que subsistir a la brecha digital (Miguel Santaaulalia o Miguel López) y en los creativos de fallas infantiles (Joan Blanch):

“Todo lo que es el procedimiento que involucra lo que es hacer una falla, para mí, no delego en nadie, hasta incluso el transporte, para disfrutar de todo lo que te ofrece una falla. Por eso hago solo una al año”.

JOAN BLANCH, Artista

“Pido colaboración solo cuando veo que no llego y la necesito. Normalmente dirijo yo siempre, aunque he tenido tres o máximo cuatro empleados. He hecho de todo pero era también por necesidad, tenía cuatro hijos y había que salir adelante, no podía contratar más gente”.

MIGUEL SANTAULALIA, Artista

“Yo me lo hago casi todo. Dibujo, boceto, modelar, pintar, carpintería. Hace falta un renacimiento de las fallas. El ordenador para mí es paro y globalización”.

MIGUEL LOPEZ, Bocetista/Artista

En este contexto, también es importante la opinión de otros perfiles, como la de los diseñadores de nueva generación, sobre todo, por asumir un rol que tradicionalmente ha estado ocupado por artistas.

“Si que admito la participación o las sugerencias en el proyecto, sobre todo, porque mi sistema de trabajo es muy abierto a las críticas. siempre suelo preguntar en mi entorno de trabajo ¿cómo lo ve?”.

DANIEL GOMZ, Diseñador

“Si, abierto a la participación y mucho. Las imposiciones no me gustan, pero las acepto si es un cliente. En los aspectos fundamentales (modelar, pintar, etc.) también estoy abierto pero siempre y cuando sean profesionales”.

RAUL MARTINEZ, Diseñador

“Mi permisividad participativa es abierta, pero depende mucho de la comisión o el artista que me lo pida. Me gusta trabajar en equipo, pero conociendo con quién trabajo”.

RAMON PLA, Diseñador

“Escuchar si, pero nada más. Sin mucho detalle, en plan genérico y con libertad para interpretar yo”.

JOSE SANTAEULALIA, Diseñador

Y también resulta interesante conocer la opinión de los guionistas, ya que el tema de participación, entendida muchas veces como intrusismo, sigue generando debates. En general, el guionista suele ser menos permeable que los artistas y los diseñadores a la hora de tener permisividad participativa.

“Escuchar si, pero nada más. Sin mucho detalle, en plan genérico y con libertad para interpretar yo”.

JOSE SANTAEULALIA, Diseñador

“La falla creo que es una manifestación de una sola persona (el artista) que se hace portavoz de un malestar. No me dedico a las fallas, pero cuando lo hago ese es un condicionante. Me gusta sentirme cómodo”.

ORTIFUS, Guionista

“Perfecto, sin problemas, pero las pautas las marco yo, puede haber participación, pero debe haber disciplina en el guión, porque llega una fecha en que lo tienes que cerrar. En los pueblos, suelo pedir ideas sobre lo que se comenta a nivel popular o del barrio. En general, no es adecuado que participe toda la comisión, es mejor que participen dos o tres que sean portavoces de la misma”.

QUINO PUIG, Guionista

“Si, no hay problema, la falla es dels fallers”.

HERNAN MIR, Guionista

“Debe existir feedback y retroalimentación por cultura popular, pero siempre en consenso con el artista y hasta el límite que él acepte. Es importante la colaboración pero con consenso y dentro de unos límites”.

MANUEL ANDRES, Guionista

Dentro de este estudio, existe también un perfil curioso, que es el del gestor de ideas fallero. No hace falta taller para ser un artista creativo de fallas. Se puede poner la idea, contratar a quien te lo puede desarrollar, y obtener un buen resultado, como el caso de Armando Serra.

“No tengo taller fijo, yo soy el creador de la idea, y después el gestor que contrata el equipo. Según presupuesto y necesidades he elegido el taller. Normalmente he trabajado con Miguel Santaaulalia o Vicente Lorenzo”.

ARMANDO SERRA, Artista

(Gestor de ideas)

Y también es importante considerar el caso de las fallas autocreativas totales, como Arrancapins, o autocreativas “delegadas” (crean la idea y eligen artista para desarrollarla) como Corona-Beneficencia, que generalmente adquieren este perfil por convencimiento o por necesidades económicas. En cualquier caso, son cada vez más las fallas que se adscriben a este perfil y la verdad es que, una vez adscritas a él, difícilmente lo abandonan.

“Nos hacemos la falla desde el año 86 y aunque unos años antes ya se había pactado participar con el artista, hubo dos personas que nos guiaron en este tema. Los catalizadores fueron Roberto Romero y un fallero constructor de fallas infantiles, Josep Fabra. Ellos nos orientaban y el resto participábamos. Ahora, antes del verano, se hace una convocatoria y se presentan varias propuestas. Después hay una comisión con un coordinador, que son los que deciden la elección de la propuesta a desarrollar”.

JOSEP ANTONI COLLADO, Falla Arrancapins (Autocreativa)

“Normalmente se aportan varias ideas y nombro a cinco directores artísticos, que entre todos las valoramos y elegimos una, y un artista candidato para ejecutarla, al que se le da libertad absoluta para ejecutarla”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona-Beneficencia

Un caso muy especial que exponemos es la creación “a la carta”. Esta es una modalidad con mucho riesgo, ya que la contratación de cada profesional se hace de forma independiente (aunque la mayoría se conocen) y después, la labor de todos tiene que encajar como un puzzle perfecto. El exponente más claro de esta modalidad hoy día es el de la falla Maestro Gozalbo-Conde Altea que, a raíz de unas determinadas circunstancias (aniversario de la falla, condicionantes de artistas, etc.) se generó un modelo de contratación multidisciplinar, que a través de la continuidad y de generar confianza, fue creciendo y ha dado resultados óptimos hasta ser, hoy día, una de las

fallas de moda y que más en serio se toman la gestión de la comunicación y la presencia de las nuevas tecnologías en la falla.

“Desde el año 2013, por circunstancias tuvimos que contratar de forma multidisciplinar, nos fue bien y hemos seguido. Contratamos por roles de forma independiente , y nos ha ido muy bien”.

MIGUEL PRIM, Falla Maestro Gozalbo

Por otro lado, respecto a la era digital y atendiendo a la revolución tecnológica, se observa la transformación y el desarrollo, en general muy positivo, que ha supuesto para los talleres de los artistas y también para los bocetista o diseñadores. Aunque también hay opiniones en contra.

“La era digital nos ha revolucionado, sobre todo en acortar mucho los tiempos con fresadoras, robots, etc., aunque el presupuesto, es el mismo, adelantas sobre todo en el tiempo. Y también nos ayuda mucho en el diseño y creación del boceto. Yo converso constantemente con Dani (Daniel Gomz) y a través de videollamada de Skype comentamos los detalles gráficos desde nuestro lugar de trabajo. Este contacto digital, nos ahorra muchos desplazamientos. Las revisiones ya las hacemos en el taller”.

MANUEL ALGARRA, Artista

“Si, nos ayuda mucho porque además su influencia va creciendo. Sobre todo, es un avance más cuantitativo que cualitativo. Como la mayoría de innovaciones, no es para mejorar la calidad, pero sí permite poner más *ninots* y aumentar el volumen de las fallas”.

PEDRO SANTAEULALIA, Artista

“Creo que nos ha fastidiado a todos, y con más tecnología, más gente de fuera entrará. El progreso ayuda, pero para nosotros no”.

JOSE RAMÓN ESPUIG, Artista

“Ha mejorado el trabajo en todo. Me cambió la vida desde que lo digital entró en el taller, para visionar en 3D, para crear el diseño, para probar colores, para hacer carteles, etc. Me planteo ya la estructura en digital. aún así, buena parte del trabajo sigue siendo manual”.

RAUL MARTINEZ, Diseñador

“Me ha afectado mucho, pero en negativo. Yo trabajo manualmente y hoy se busca más lo bonito que el proyecto”.

MIGUEL LOPEZ, Bocetista/Artista

En este contexto digital, novedosa resultó la propuesta del guión democrático por parte de la comisión de Maestro Gozalbo - Conde Altea, que lanzó en fallas de 2013.

En las siguientes figuras se muestran ejemplos de las fases de este modelo participativo que ha desarrollado la falla Maestro Gozalbo – Conde Altea.



Figura 82: Ejemplo de aplicación para *guión democrático* de la Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea. (Fte. Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea)

Consistía en que la comisión introdujo códigos QR en las escenas, que se podían utilizar con los *smartphones* de los visitantes. Este código estaba conectado a la web de

la falla y a las redes sociales. Los visitantes podían ser reales o virtuales y podían escoger el final de cada una de las 10 escenas que componían la falla. Cada escena describía una situación que requería una solución y es aquí donde se producía la participación; al leer con el código QR, el visitante era reconducido a tres alternativas posibles, planteadas con humor, por reconocibles políticos. Cualquier participante podía escoger la solución que le pareciera, votando en la página web de la falla. El día 20, se leyó el resultado. Se presentó en 4 idiomas (castellano, valenciano, inglés y chino). La temática de la falla era de “Piratas” y en cada escena se podía votar por un partido político.

“En el mismo 2013, pusimos en marcha el guión democrático, a través de códigos QR que había en la falla, solicitábamos sugerencias para una escena política de la falla del año siguiente, y tuvo mucho éxito”.

MIGUEL PRIM, Falla Maestro Gozalbo.



Figura 83: Ejemplo de *guión democrático* de la Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea. (Fte. Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea)

	PP	PSOE	IU/Comprom
Piratas!	14	1	11
El rapto de Cataluña	2	5	9
Valéntida, la ciudad perdida	5	1	18
El coral de los peces gordos	5	1	18
La economía sumergida	1	0	2
La bajada de los impuestos	2	1	3
El triángulo de las mentiras	2	2	10
La fuga de cerebros	4	1	13
El EREcife	2	1	3
El pescador pescado	6	5	4
El pelicano – Las cajas de ahorros que se llevan nuestros ahorros	0	2	1

Figura 84: Ejemplo de resultados del *guión democrático* de la Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea. (Fte. Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea)

5.1.1.3 Modelos de producción laboral.

Tras el trabajo de campo realizado y las visitas a los diferentes talleres encontramos las tipologías laborales que se exponen a continuación.

Taller unipersonal: formado por una única persona que se lo autogestiona todo, como por ejemplo Joan Blanch, o Pedro Rodríguez.



Figura 85: Modelo de *taller unipersonal* de Pedro Rodríguez (Fte. Archivo personal)



Figura 86: Modelo de *taller unipersonal* de Joan Blanch (Fte. Archivo personal)

“Me gusta un taller de estas características porque así lo tengo todo controlado, ya que soy un poco hombre-orquesta. Me gusta el control del tiempo y aquí lo puedo hacer. Aunque algunas cosas tengo que encargarlas. En realidad es un taller entre unipersonal y familiar, porque a veces me ayuda mi mujer”.

PEDRO RODRIGUEZ, Artista

Taller familiar: Suele estar compuesto por 2-3 personas con vínculo familiar. Ejemplos de éstos serían el taller de Vicente Lorenzo (padre e hijo) o el de Fet d’Encarrec, de Marisa Falcó y Paco Pellicer, entre otros posibles.



Figura 87: Modelo de taller familiar de Vicente Lorenzo (Fte. Archivo personal)



Figura 88: Modelo de taller familiar de Fet d'Encarrec (Fte. Archivo personal)

Microtaller: formado por 2-4 personas. En este caso, no tiene por qué existir vínculo de familiaridad. En realidad, el taller familiar sería una modalidad de Microtaller. Por ejemplo, el de los artistas Ceballos y Sanabria, autores de la falla infantil de la Plaza del Ayuntamiento durante nueve años.

Taller Medio o Clásico: estaría formado por el artista y un nivel de contratación que oscilaría entre 4-10 personas. Ejemplo: taller de Manuel Martínez Reig. En ocasiones, se comienza desde una perspectiva muy discreta, con un taller familiar de 2-3 personas, y se va creciendo, como es el caso de este artista, que este año plantará 10 fallas grandes, 12 infantiles y una hoguera adulta.

“Comencé con un taller familiar en Bonrepós y desde 2006 adquirí esta nave y también gracias a la tecnología (cortes en 2D y 3D), puedo realizar muchos más trabajos con un equipo de siete personas. El secreto es trabajar mucho y que yo dirijo todo porque conozco todas las facetas del taller”.

MANUEL MARTÍNEZ, Artista



Figura 89: Modelo *taller clásico o medio* de Manuel Martínez Reig. (Fte. Archivo personal)



Figura 90: Fresadora de tallado en 3D del taller de Manuel Martínez Reig. (Fte. Archivo personal)



Figura 91: Pieza tallada en 3D del taller de Manuel Martínez Reig. (Fte. Archivo personal)

“Estas cifras, sobre todo en este tipo de taller, podrían oscilar bastante atendiendo a la categoría de la falla o fallas contratadas y al número de ellas”.

JOSE LATORRE, Artista

Macrotaller: taller, generalmente, con una plantilla superior a las 10-12 personas contratadas. Un ejemplo de esta tipología es el taller del artista Pere Baenas.



Figura 92: Pere Baenas en la zona de pintura de su *macrotaller*. (Fte. Archivo personal)



Figura 93: Máquina de tallado en 3D del taller de Pere Baenas. (Fte. Archivo personal)



Figura 94: Modelo de *macrotaller* de Pere Baenas. Zona de poliestireno o corcho blanco. (Fte. Archivo personal)



Figura 95: Modelo de *macrotaller* de Pere Baenas. Zona de poliéster. (Fte. Archivo personal)



Figura 96: Modelo de *macrotaller* de Pere Baenas. Zona de montaje 1 (Fte. Archivo personal)



Figura 97: Modelo de *macrotaller* de Pere Baenas. Zona de montaje 2 (Fte. Archivo personal)



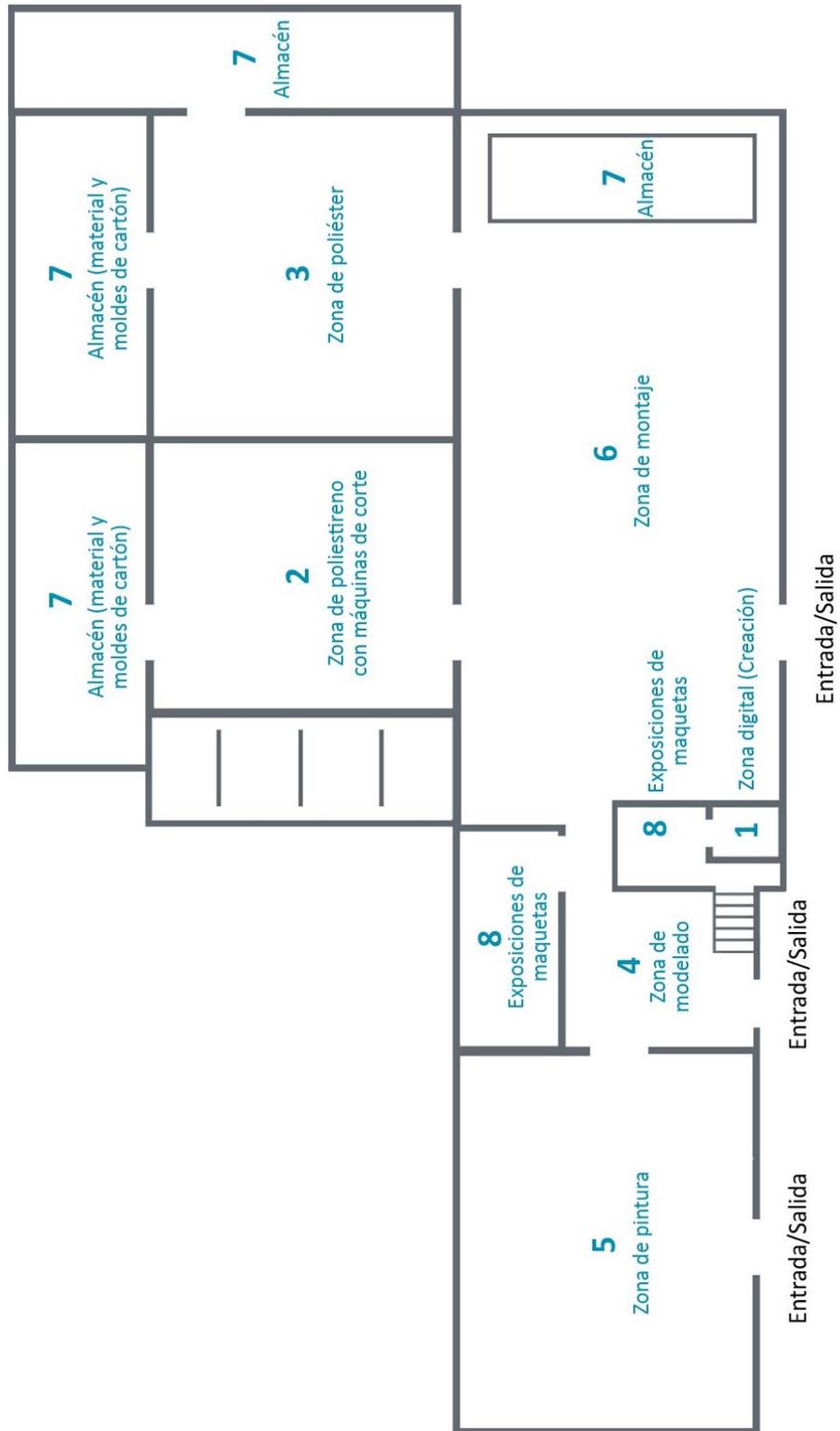
Figura 98: Modelo de *macrotaller* de Pere Baenas. Zona de modelado. (Fte. Archivo personal)



Figura 99: Modelo de *macrotaller* de Pere Baenas. Zona de pintura. (Fte. Archivo personal)

Cuadro 36:
Plano de macrotaller basado en el de Pere Baenas.

**PLANO DE MACROTALLER
(BASADO EN EL TALLER DE PERE BAENAS)**



Suelen atender a varios tipos de sectores para optimizar las instalaciones (escenografías, ferias, decorados, etc.). Como observamos, el taller de Pere Baenas incorpora tecnología vanguardista con fresadoras y máquinas de corte en 2D y 3D.

“Conseguí al final formar un macrotaller porque tenía la esperanza de poder hacer macrofallas y optar a realizar algunas como las de Nou Campanar, pero, aunque pensé que iba a seguir este fenómeno, no ha sido así. Esta infraestructura facilita mucho el trabajo pero, para poder mantenerla, ya que no hay proyectos faraónicos, tienes que hacer muchas fallas. Aunque con el tiempo evolucionas y, como está el trabajo ahora, prefiero buscar la calidad en mis proyectos y no hacer tantos. Este año pasaré de hacer 10 proyectos a realizar tan solo 5”.

PERE BAENAS, Artista

Taller comisión: Las comisiones que son autocreativas, tienen que ingeniárselas para poder disponer de un espacio en el que poder elaborar la falla. En muchas ocasiones suele ser el casal, si el espacio lo permite, pero en otras, se ven obligadas a alquilar bajos o utilizar inmuebles de falleros o conocidos para no invadir el casal. Ejemplos de este tipo de taller “autocreativo” son las comisiones de Arrancapins o Noscarmentas. Este tipo de iniciativas, se suelen adquirir por la presencia de una persona catalizadora del proceso, o por condicionantes económicos, o ambas.



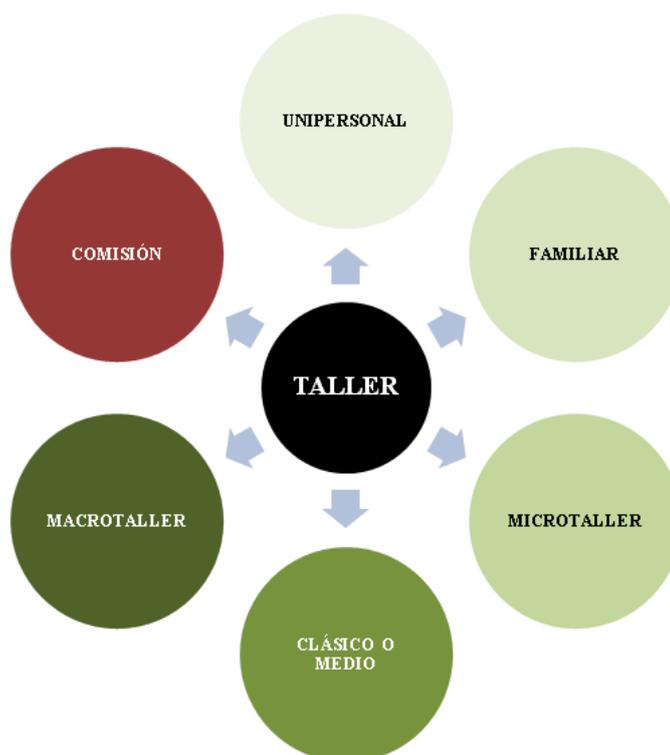
Figura 100: Casal de Arrancapins en plena actividad constructiva. (Fte. Archivo personal)

“Como dije antes, tras varias propuestas, hay una comisión con un coordinador, que son los que deciden la elección de la propuesta a desarrollar. Una vez aceptada la idea o propuesta, éste coordinador será el que dirigirá toda la ejecución del proyecto. Normalmente somos un núcleo de 8-10 personas fijas y en el último empujón todos ayudan”.

JOSEP ANTONI COLLADO, Arrancapins

Así, pues, las tipologías laborales encontradas, se resumen en el siguiente cuadro.

Cuadro 37:
Tipologías de producción laboral.



Elaboración propia

5.1.1.4 Modos de producción tecnológica.

No es el objeto de este trabajo plantear un tratado sobre los materiales y las herramientas que se utilizan para construir el mensaje (falla). Además, ya hay publicaciones en este sentido. Asimismo, en la parte introductoria, también se hizo un

breve repaso histórico sobre este tema. Por tanto, nos ceñiremos aquí a conocer cuál es la actualidad tecnológica, cuales son las preferencias de los artistas y bocetistas analizados sobre los distintos materiales de los que se dispone, y también realizamos una reflexión sobre la investigación de nuevos materiales. Sirva con carácter orientativo el siguiente esquema cronológico de partida.

En la gran mayoría de talleres abordados trabajan con el corcho blanco como primera opción, si bien es cierto que en algunos de éstos, todavía se pueden ver trabajos importantes realizados en cartón (taller de Jose Ramón Espuig), o vestigios de cartón de épocas pasadas arrinconados, bien por romanticismo, o bien porque, en alguna ocasión, todavía lo utilizan.

“Mi preferido y el que debería estar siempre es el cartón piedra, el corcho no hemos sabido aprovecharlo y nos ha traído la ruina, se nos ha ido de medidas”.

JOSÉ RAMÓN ESPUIG, Artista

“Para mí el barro es ideal, su plasticidad no la tiene el corcho”

PEPE PUCHE, Artista

“El barro, que es con lo que comencé, y además te permite mucho la rectificación. Además, me gusta más modelar que esculpir”.

PERE BAENAS, Artista

“Yo prefiero cartón, aunque inevitablemente acabas en corcho, es muy difícil renunciar a él, el cartón es mucho más laborioso”.

PEDRO RODRÍGUEZ, Artista

Los artistas que trabajan con madera mayoritariamente y utilizan de forma importante la técnica de vareta son Juanjo García, en obras más modestas, y Manolo Martín y Manuel García en proyectos más voluminosos. Este último se considera en el sector un referente en este campo tecnológico y ha sido el autor de las tres últimas fallas de la Plaza del Ayuntamiento con esta técnica. Todos ellos destacan las propiedades de la madera y, en el caso de Manuel García, al tiempo que realiza sus creaciones reivindica la importancia del profesional de la carpintería en este tipo de creaciones.

“Me gusta la madera o el cartón, mejor que el corcho blanco. Además, me gusta jugar con las texturas antiguas. La gente cuando mira, debe decir, voy a verlo porque es diferente a las otras cuatrocientas fallas”,

JUANJO GARCÍA, Artista

“En mi caso, la madera, la carpintería. Antiguamente solo había tres oficios, escultor, pintor y carpintero. Para mí la madera es lo importante, lo hago todo yo, y si pido algo es de corcho”.

MANOLO GARCÍA, Artista

“La madera, sin duda, me gusta todo, su aspecto, su color, su olor, su textura, etc. y, como me encanta el fuego, es el material que mejor arde. Otra cosa es que, a veces, según encargos, tenemos que utilizar otros materiales como el poliéster, pero por cuestiones de duración y resistencia para los sitios donde están pensados”

MANOLO MARTÍN, Artista

El poliéster se utiliza muy poco, salvo en aquellos talleres que se realiza algún trabajo externo al sector fallas (Ferias, Escenarios, Parques, etc.), como por ejemplo el taller de Manolo Martín. En este aspecto pudimos comprobar “in situ”, el gran almacén de moldes de poliéster que todavía se conservan en su taller referentes al parque temático “Tierra Mítica”. En este sentido, nos advierte Antonio Colomina, que en algunos casos, además de las técnicas puras reconocidas, se trabaja en ocasiones también con una técnica mixta o híbrida de cartón y poliéster, que comenzó a utilizarse por la década de los 80, aunque su aplicación no es de las más generalizadas.

Por otro lado, nos encontramos con artistas con empatía por el poliestireno expandido o corcho blanco, bien porque nacieron con él como artistas, o bien por las sensaciones que les transmite trabajar con este material.

“Mi generación empezó con el corcho y es como estoy más cómodo. Además, creo que no se puede volver atrás con el barro”.

PEDRO SANTAEULALIA, Artista

“El corcho blanco, por la libertad que te da y también te da mayor facilidad para improvisar”

JULIO MONTERRUBIO, Artista

También encontramos artistas con empatías equiparadas sobre los materiales, además de conocer que en temas de restauración, el material que mejor se domina en este sector es el cartón.

“No tenemos un material preferido, nos gusta cualquier tipo de material y además también nos gusta jugar y experimentar con las texturas, con las cosas. Tenemos que recurrir a veces a materiales reales. Por ejemplo, a veces nuestros *ninots* eran calvos y otras veces llevaban una fregona en la cabeza”.

FET D’ENCÀRREC, Artistas

“Prefiero trabajar con madera, tela y cartón, pero acepto el progreso, aunque no lo use”.

ARMANDO SERRA, Artista

“En restauración preferimos abordar el cartón porque llevamos muchos años trabajando con él y conocemos su comportamiento a todos los niveles, mientras que el poliestireno, todavía no se conoce su comportamiento a largo plazo y tenemos menos seguridad”.

ANTONIO COLOMINA, Restaurador

Cuando se pregunta a los diseñadores sobre materiales preferidos, observamos que, salvo alguna excepción, generalmente no suele ser un condicionante importante a la hora de plantearse el diseño.

“Me da igual, no me condiciona. Suelo trabajar con corcho, pero me gusta jugar con las texturas”

DANIEL GOMZ, Diseñador

“Estoy muy cómodo con el corcho, aunque hay texturas que se consiguen mejor con el barro. de todos modos, hoy con el corcho se llega a todo”.

RAUL MARTINEZ, Diseñador

“En el material no pienso. Nunca me ha condicionado el material. He tenido libertad”.

RAMON PLA, Diseñador

“No me condiciona para nada. Tengo la suerte de estar rodeado de asesores (mis hermanos y mi padre), que me resuelven cualquier problema”.

JOSE SANTAEULALIA, Diseñador

No ocurre lo mismo con los guionistas, aquí nos encontramos diferentes visiones, aunque sí merece destacar la opinión de Manuel Andrés, en la que relaciona el material empleado, respecto al texto y el lenguaje a utilizar.

“Modelo mis personajes con plastilina y algo en barro. Me gusta intervenir mucho en la falla y el modelado me lo permite. Otorga dinamismo que es lo que debe primar”.

ORTIFUS, Guionista

“Hay que ser abierto y solidario con los artistas. Mi preferido es el cartón, pero tal como esta hoy el tema, el corcho es necesario. Además, la relación dinero-volumen te lo impone”.

QUINO PUIG, Guionista

“No tengo preferencias. Todos tienen su fundamento. Se puede hacer un indultat reciclado, o en barro o en corcho y los tres los ha hecho el mismo artista. Al final el material queda debajo, lo importante es el resultado final”.

HERNAN MIR, Guionista

“Si que me condiciona la textitura del material empleado. Si se utiliza madera y la estética es más lineal, utilizo una crítica más

seria y más literaria, necesito un nivel superior de literatura, sin embargo con cartón y corcho hay más expresividad y te ahorras mucha literatura. El material te condiciona el idioma literario”.

MANUEL ANDCRES, Guionista

Con todas estas opiniones, se puede elaborar un cuadro básico de referencias sobre el uso de materiales en los artistas falleros. Si observamos este esquema de modelos de producción tecnológica, existen cuatro tipos de materiales básicos con los que se construyen hoy día las fallas, sin olvidar, tanto la posibilidad de utilizar cualquier material de carácter combustible (textiles), como la experimentación con nuevos materiales.

*Cuadro 38:
Modos de Producción tecnológica*



Elaboración propia

A continuación, se exponen algunas imágenes en las que se puede observar la diversidad de materiales comentada hasta ahora. La relación de las imágenes es la siguiente: en primer lugar, procedimiento con cartón-piedra; en segundo lugar procedimiento con vareta, en tercer lugar trabajos realizados con poliéster y, por último, trabajos realizados sobre poliestireno (corcho blanco).



Figura 101: Modelado en barro para figuras de cartón. (Fte. Archivo personal)



Figura 102: Haciendo molde de escayola para figuras de cartón. (Fte. Archivo personal)



Figura 103: Molde de escayola para figuras de cartón. (Fte. Archivo personal)



Figura 104: Aplicando cartón húmedo en el molde de escayola. (Fte. Archivo personal)



Figura 105: Positivos de cartón. (Fte. Archivo personal)



Figura 106: Positivo de cartón bruto y pintado. (Fte. Archivo personal)



Figura 107: Falla de cartón (Fte. Archivo personal)



Figura 108: Remate de vareta. Falla Ayuntamiento 2016 de Manolo García. (Fte. Archivo personal)



Figura 109: Parte de una falla realizada con vareta. (Fte. Archivo personal)



Figura 110: Positivo realizado en poliéster. (Fte. Archivo personal)



Figura 111: Híbrido de poliéster y cartón (Fte. Archivo personal)



Figura 112: Inicio del montaje de figura de poliestireno tras el corte laminado. (Fte. Archivo personal)



Figura 113: Montaje de figura de poliestireno, con material adhesivo entre láminas. (Fte. Archivo personal)



Figura 114: Laminado de poliestireno preparado para ser modelado. (Fte. Archivo personal)



Figura 115: Modelando de figura de poliestireno. (Fte. Archivo personal)



Figura 116: Falla realizada con poliestireno. Obsérvense los grandes volúmenes (Fte. Archivo personal)

Aunque una noticia a tener muy en cuenta, que nos llega a última hora, redactando estas líneas, es el más que probable cierre de la fábrica de cartón (única en España) que suministra éste material a los talleres falleros, hecho que puede dejar secuelas significativas.

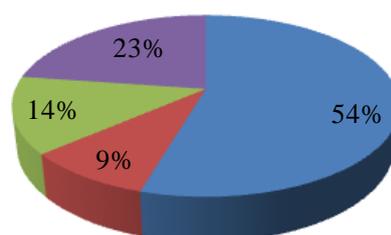
“Tenemos un problema muy importante, la fábrica de cartón que nos provee del mismo, cierra porque el dueño se jubila y lleva, además, 3-4 años perdiendo dinero porque, claro, el corcho ha desplazado al cartón y a su hijo no le interesa seguir porque no es rentable económicamente; el problema es que a la mayoría de algunos talleres pequeños como el mío u otros que todavía nos podemos beneficiar de los moldes, no podremos hacerlo porque no hay otro sitio en España donde se fabrique ese cartón, porque es un cartón muy específico, de tipo artesanal, que nunca nos hemos preocupado de él hasta ahora, y solo va a hacer producción para un año más y cierra, y esto es un problema grave. Compañeros como Pere Baenas, Espuig, Devís, etc. se pueden ver muy afectados”.

XIMO ESTEVE, Artista

Si realizamos un rápido recorrido por la opinión de todos los artistas entrevistados, ocurre una circunstancia para la reflexión, como se ve en el cuadro adjunto.

Cuadro 39:
Empatía artista-material utilizado

■ Cartón piedra ■ Corcho blanco ■ Vareta ■ Repartida



Total entrevistados: 22 artistas

Elaboración propia.

Resulta curioso, que siendo el cartón-piedra una técnica en regresión, sigue siendo la preferida de la mayoría de artistas, sin embargo, el corcho blanco, con pocos seguidores en primera instancia, suele acaparar el protagonismo en cuanto al material más utilizado en las fallas actuales.

En el aspecto vanguardista sobre este tema, cabe resaltar los estudios de investigación que se están llevando a cabo en la Universidad Politécnica de Valencia.

En concreto los profesores Miguel Sanchez (profesor de Ingeniería Informática) y Ruben Tortosa (Profesor de Bellas Artes), junto a los artistas Alberto Abril y Juan José Copovi y la colaboración de Mercedes Álvaro, Catedrática de Química de esta Universidad. La entrevista la realizamos a Miguel Sánchez, aunque en el transcurso de la misma se incorporó Ruben Tortosa. Miguel Sanchez nos lo explicó así:

En primer lugar, nos contó cuales eran los supuestos de partida y, sobre todo los objetivos que querían conseguir.

“Vamos a buscar un material que sea más respetuoso que el poliestireno y que, además, se pueda imprimir en 3D, porque entre otros aspectos, con el poliestireno se pierde mucho material al esculpir, todo lo sobrante en el esculpido (un 30%) se tira. La impresión en 3D es un proceso aditivo y lo que no gastas queda en el cartucho del material de impresión”.

“Los retos eran un material que fuera barato, con baja densidad y que quemara bien”.

MIGUEL SÁNCHEZ, Ingeniero Informático UPV

Tras los primeros intentos fallidos, se probaron otras alternativas, aunque siempre encontraron dificultades en uno u otro aspecto

“Lo intentamos primero con serrín, agua y un polímero, pero los resultados obtenidos eran de un material muy duro, pero con un peso superior en unas 10 veces al poliestireno. Se probó también con paja de arroz, pero al ser material de desecho, llevaba pesticidas que al quemar, generan dioxinas muy tóxicas. Ahora

estamos experimentando con madera de balsa, que es 4 veces más ligera que la madera normal”.

MIGUEL SÁNCHEZ, Ingeniero Informático UPV

Por último, nos contó que se está en una nueva fase del proyecto, porque se necesita algo más de ayuda institucional y, posiblemente, la implicación de la empresa privada para poder llegar a buen fin.

“Ahora, necesitamos ayuda y vamos a realizar pruebas con esta madera de balsa en polvo, y un elemento adhesivo que lo cohesione. Vamos a probar cola de carpintero, cola de harina, lecitina de soja, etc. Emprendemos un nuevo camino y para ello hemos contactado con una empresa privada externa que trabaja en I + D y, también el Ayuntamiento de Valencia, a través de su portavoz Gil Manuel Hernández, se ha puesto en contacto con nosotros con la intención de ayudar en el proyecto”.

“Al final, tenemos claro nuestro objetivo, que es encontrar un material adecuado para modelar fallas que cumpla criterios ecológicos, económicos, físicos (densidad) y estéticos, es decir, tras la búsqueda de un material de desecho (reciclaje), barato, poco peso y que arda bien” .

MIGUEL SÁNCHEZ, Ingeniero Informático UPV



Figura 117: Nuevos materiales (Fte. Imagen cedida por Rubén Tortosal)

Podemos decir, por tanto, que existen los patrones de referencia habituales en cuanto a materiales que se utilizan para la construcción de fallas, pero que se sigue a la búsqueda de nuevos elementos que mejoren el panorama existente.

5.1.1.5 Modos de producción estética.

El establecer tipologías estéticas en el mundo de las fallas es una cuestión de debate permanente desde hace muchos años. Ilustres eruditos lo han intentado repetidas veces pero la verdad es que, a día de hoy, tampoco existe una clasificación clara y determinante sobre la estética de las fallas. Y vamos a intentar razonar y demostrar el por qué ocurre esto ya que los resultados obtenidos tras la observación y las entrevistas, nos abren una puerta posiblemente aclaratoria sobre esta cuestión.

En primer lugar, abordaremos alguna clasificación propuesta por eruditos de la fiesta para ver la diversidad de interpretaciones que se pueden dar. Posteriormente, expondremos algunas opiniones sobre tipologías estéticas que los actores de la fiesta entrevistados tienen, y por último realizaremos algunas reflexiones sobre este tema, apoyándonos en algunas imágenes sugerentes sobre éste debate de lo estético.

Vicent Borrego, Licenciado en Bellas Artes e investigador y gestor cultural y autor de numerosos libros sobre fallas y estética de las mismas, en Ariño [(Dir.), 1993], realiza una clasificación muy interesante sobre la estética de las fallas desde el punto de vista de la evolución histórica. Describe el costumbrismo, a finales del XIX, como reproducción de la vida corriente y el género joco-serio, como visión esperpéntica y grotesca de la vida social y política. Le sigue el modernismo, como influencia de las más novedosas tendencias artísticas como el Decó para posteriormente dar paso al regionalismo, con fallas apologéticas valencianistas, aunque conviviendo con el Decó. Con la posguerra llegó la desmesura barroca fusionada con la cultura azul; en los 60 se observa el estilo pop inspirados en temas de consumo y productos publicitarios; en el tardofranquismo y posteriores años de los 70 aflora la caricatura con una amplia gama de variantes y al final de la década, una generación innovadora (Alfredo Ruiz, Miguel Santaaulalia, etc.) aporta sus propios estilos. En la transición, en los 80, se mantiene la vertiente clásica con Vicente Luna, Julio Monterrubio empieza a destacar con su estética de tonos pastel y se recuperan algunas tipologías de falla espectáculo en cuanto a efectos especiales y audiovisuales, pero será solo una etapa transitoria, que pasará por estados desde una caricatura manierista (Canet, Ovejero) a una figuración clásica

(Mesado). Ya en los 90 se nota la influencia del cómic americano y el ejemplo de Manolo Martín, como manifestación de la simbiosis cultural.

El pasado año 2015, me dirijo a Jose Francisco Carsí, le explico el trabajo que estoy desarrollando y le solicito una clasificación de estéticas falleras según su percepción. Jose Francisco Carsí es arquitecto y diseñador gráfico, es fallero y ha escrito numerosos artículos sobre estética de las fallas, algunos de ellos con premios importantes y reconocidos tanto en el ámbito fallero como en el ámbito más académico. Además es autor del blog “El analista fallero” en el que aborda la Fiesta de las Fallas desde un espíritu crítico y reflexivo. Jose Francisco realizó, también, una no menos interesante clasificación. En primer lugar habla de tendencias, habla de estilo *espacial-urbano-arquitectónico* (Miguel Arraiz), para estructuras e intervenciones efímeras, espacios y escalas urbanas. Habla también del estilo *lírico-conceptual* (Anna Ruiz, Giovanni Nardin, Alfredo Ruiz, Alberto Ferrer), en el que valora la importancia del concepto y el mensaje por encima de la técnica, y, también, la estética como recurso individualista, personal y artístico. El *cómic e ilustración del siglo XX* (Víctor Valero, Vicente Almela, José Manuel Alares), con la influencia de los 80 y su cultura, la escuela valenciana del cómic, que a su vez viene de los años 30 y de la escuela Franco-Belga. La *ilustración contemporánea* (Miguel Hernández, Marina Puche, Hermanos García Pérez, Cap de Suro), dentro de este estilo tan general hay tantos subestilos que podríamos decir que Miguel vira hacia algo más poético, Marina más naïf, y los García Pérez estilo fantasía, rol y maquetismo. *Ilustración caricaturesca* (David Moreno, José Gallego, Iván Tortajada), la caricatura llevada al terreno personal y contemporáneo, aunque con un lenguaje más poético como el especial caso de David Moreno. Y *Pop Art* (Víctor Valero, Manuel Martín Huguet, Ricardo Alcaide), la cultura Pop, lo cotidiano, el cine, la música, el teatro como referentes directos. Posteriormente habla de otras tendencias estéticas como clasicismo (Miguel López), transformación de lo grotesco en caricatura (Miguel Santaaulalia), cómic (Vicente Lorenzo) y escultura estilizada (Alfredo Ruiz, Julio Monterrubio).

En el mismo contexto analítico, pasamos a observar lo que piensan los artistas sobre ese concepto de estética, para ello, durante las entrevistas, les solicitamos una clasificación de tipologías, de las cuales extraemos algunas que representan en gran medida, el conjunto de ideas del colectivo y que, como observamos, se pueden agrupar por afinidades de percepción.

En primer lugar, encontramos a los artistas que no son partidarios de etiquetar las estéticas por diferentes motivos, unos porque defienden la libertad de los creadores y otros, por ejemplo, porque piensan que la creación artística es algo en constante evolución y tampoco es oportuno estacionarla con títulos o tipologías.

“Yo no podría poner etiquetas estéticas a una falla. Definiría más el estilo de ciertos artistas. Lo mejor para un artista es que cree con libertad y no estar sometido a nada, de hecho, ahora mismo no es definible mi estilo y cada vez me gusta más porque me siento libre”.

MANUEL ALGARRA, Artista

“No me encasillo en una estética, estoy en constante evolución y, además, todas las influencias plásticas se están autotransformando por influencias”.

JOAN BLANCH, Artista

“Las estéticas se clasifican *a posteriori*. La califican los críticos por categorizar, pero para mí todo es válido”.

DAVID MORENO, Artista

“Hemos procurado siempre no etiquetarnos bajo ningún estilo, lo que nos importa es que tenemos una idea y quede lo más clara posible. Y además nos gusta experimentar con la falla “.

FET D'ENCÀRREC, Artistas

Otros, sin embargo, tienen una visión más definida en este sentido e incluso se autoincluyen en alguna tendencia artística.

“Yo me definiría neoclásico. La falla no puede perder lo clásico, debe conservar ese barroquismo de inicio”.

PERE BAENAS, Artista

“Yo vengo del clásico, me gusta lo clásico, aunque hay otros estilos como el modernismo, o lo grotesco”

XIMO ESTEVE, Artista

Un tercer grupo, podríamos decir que coinciden en un tipo de visión que es el más generalizado en cuanto a taxonomía y terminología en el mundo fallero.

“Para mí existe caricatura, realismo y modernismo. Con lo que más me identifico es con la caricatura”.

JOSÉ RAMÓN ESPUIG, Artista

“Yo creo que hay estéticas modernas, clásicas y abstractas, pero para mí la preferida es la que más tenga sabor de falla, que tenga algo, que comunique”.

JUANJO GARCIA, Artista

“Clásico, caricatura grotesca, escultura depurada y estilización creo que podrían definirlo, aunque también cabrían los ilustradores”.

JOSE LATORRE, Artista

“Falla grotesca, falla más moderada y falla más naturalista o más realista”.

JULIO MONTEERRUBIO, Artista

“Interpreto que hay fallas clásicas, fallas modernistas y fallas de autor, que identifica totalmente a quien lo ha hecho”.

PEDRO RODRÍGUEZ, Artista

“Para mi existe la caricatura, el realismo clásico y la vanguardia. Con la caricatura me lo paso muy bien”.

MIGUEL SANTAEULALIA, Artista

Curiosamente, por aquello de las influencias familiares, hay dos artistas de los entrevistados que tienen una visión un poco más simplificada del tema.

“Para mí casi todas son figurativas, en realidad se pueden resumir en dos estéticas: las clásicas y las modernas, aunque muchas veces parece que tienen roles invertidos”.

MARINA PUCHE, Artista

“Yo las veo como figurativas, la mayoría y también he visto modernismo y fallas conceptuales, más abstractas”.

PEPE PUCHE, Artista

Y también encontramos artistas, con una visión más histórica y conceptual, tomando como referencia líneas estéticas y movimientos culturales de la era moderna.

“A mí me influyen solo los movimientos artísticos del siglo XX. Bueno, el Romanticismo del XIX también me interesa, el resto no mucho, aunque los puedo considerar, como el Barroco, el Renacimiento, el Gótico, pero siempre a partir de la visión que hicieron artistas de esos estilos en el siglo XX, así lo que me interesa son movimientos como el modernismo, el Decó, el cubismo y, sobre todo el movimiento Pop, claro, mi manera de concebir la vida es Pop”.

VÍCTOR VALERO, Artista

Por supuesto, que también resulta muy interesante conocer la opinión que tienen al respecto, los diseñadores gráficos, en los que observamos, asimismo, una similitud con la visión de los artistas expuesta anteriormente:

“Yo creo que realismo, caricatura, y abstracto, podría ser una clasificación, aunque estaría también una tendencia híbrida, de los estilos personales (por ejemplo, Ramón Plá) porque todo se mezcla; aunque también se podría establecer otro tipo de tendencias de clasificación: figurativo (que respeta las

proporciones clásicas) y la abstracción, que tiende a hacer una síntesis geométrica de la forma, esta geometrización se está dando mucho ahora. Pero, en realidad, todo es una conciencia colectiva porque todos influyen sobre todos”.

DANIEL GÓMZ, Bocetista

“Para mí las tendencias son caricatura (animación-*cartoon*), realismo (naturalismo), pseudoabstracción (síntesis), y abstracción total”.

RAÚL MARTÍNEZ, Bocetista

“Hay muchas, adopto una según me lo pide el cuerpo; igual Tim Burton que otras veces prefiero temática victoriana”.

RAMON PLÁ, Bocetista

“Caricatura, realismo y abstracción. En nuestro caso, hay una base Santaeulalia que es la de mi padre (caricatura), que la gente ya conoce, pero luego cada uno hemos derivado para un sitio; por ejemplo, Miguel es la parte de mi padre más seria y académica, yo me centro más en la parte anatómica y también académica, mientras que Alejandro y Pedro, trabajan más la caricatura”.

JOSÉ SANTAEULALIA, Bocetista

Queda patente la pluralidad de las visiones, si bien, parece que la tendencia general sea agrupar las mismas en tres grandes bloques con todos sus posibles matices: un bloque realista o naturalista, otro hiperbólico o caricaturesco y un último de síntesis o abstracción. Pero, al final se llega a una cantidad notable de adjetivos que, de alguna forma, quizá dificultan más que aclaran, la resolución del planteamiento taxonómico de partida. En esta línea, veamos unos cuantos ejemplos de estéticas de fallas, en imágenes cedidas por Iván Esbrí, que representan el etiquetaje de estilos, como hecho habitualmente frecuente. Las tendencias estéticas de estas fallas, están contrastadas con fuentes originales artísticas, o, en su gran mayoría, reconocidas por los propios artistas.



Figura 118: Falla de estilo *Clasicismo* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí)



Figura 119: Falla de estilo *Gótico* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí)



Figura 120: Falla de estilo *Rococo* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí.)



Figura 121: Falla de estilo *Decó* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí)



Figura 122: Falla de estilo *Costumbrista* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí)



Figura 123: Falla de estilo *Steampunk* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí)



Figura 124: Falla de esilo *Googie* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí.)



Figura 125: Falla de estilo *Cuqui* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí)



Figura 126: Falla de estilo *Cuqui* (Fte. Imagen cedida por Iván Esbrí.)

Observamos múltiples etiquetas artísticas, pero basándonos fundamentalmente en criterios del arte contemporáneo. Sin embargo, puede resultar más aclarativa, la perspectiva elaborada conjuntamente con Antonio Herrero, con gran experiencia vocacional y profesional en el mundo de la valoración artística.

En primer lugar, ilustra sobre los métodos de análisis de estilos que existen para el arte, pero duda de su aplicabilidad en las fallas.

“La primera premisa a tener en cuenta es que las estéticas en el arte, vienen definidas por criterios o metodologías rigurosas y reconocidas. Existen métodos de análisis artístico como el biográfico de Vasari, el estilístico de Winckelmann, el positivista de Tanner, etc., pero no se pueden aplicar teorías románticas, ni nomenclaturas del arte culto, a lo que es en realidad un hecho contemporáneo de industria cultural. El artista fallero no hace arte para hacer exposiciones, si no le encargan la falla, no la hace, si no hay encargo, no hay falla”.

ANTONIO HERRERO, Gestor Cultural

Algo que deja muy patente en la entrevista, es el aspecto comercial a tener en cuenta en las fallas, ya que eso le confiere un carácter de industria cultural, que de alguna manera dificulta tanto la labor de clasificación de las estéticas, como de las tipologías comunicativas.

“El arte se explica más allá del formalismo en el caso de las fallas. Hay que tener en cuenta que una falla es un encargo y que depende de la intención del artista y de un presupuesto, por lo tanto su mecanismo será similar a un medio de comunicación. Además, en las fallas podemos discernir dos tipos de colectivos: colectivo con planteamiento artístico y colectivo con planteamiento industrial. Por tanto, la construcción de fallas, no solo se explica con una teoría marxista de las relaciones económicas, pero en gran parte sí”.

“La teoría marxista no explica todo el fenómeno, pero si lo fundamental. De hecho, las fallas ahora son menos críticas y quizá más humorísticas, porque llega un momento que tienes que ir con la corriente social. Cada vez es más difícil criticar sin ofender, cada vez hay más líneas rojas y el círculo crítico se estrecha”.

“Al final, lo que resulta realmente difícil en el plano de la crítica es tener un criterio, porque en el arte crítico siempre llegas a zonas fronterizas y cuando en esa zona fronteriza hay dos opiniones, llega el problema”.

ANTONIO HERRERO, Gestor Cultural

Tras varias entrevistas mantenidas con Antonio Herrero, se ofrece una reflexión que entendemos muy interesante y que valoramos para las conclusiones finales.

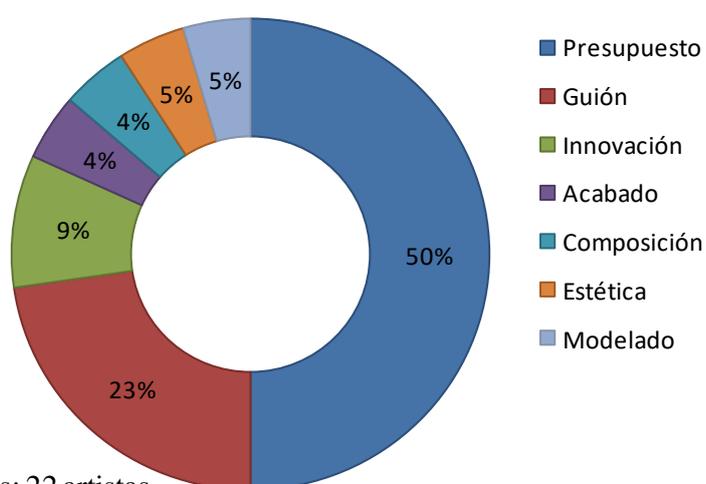
“Para concluir, como hemos comentado en varias ocasiones, en la estética de las fallas, si queremos entendernos, debemos ir en dirección a quitar etiquetas y no a ponerlas, a simplificar, a ir al mundo de blanco y negro y a quitar grises, y quizá volver al principio y establecer dos ramas hegemónicas: un grupo de gente donde la realidad y el naturalismo forma parte de su espíritu (Regino), y otro grupo de gente en el que esa realidad le importa menos (Huerta). Es decir, podrías acercarte a una falla y pensar: esto huele a Santaaulalia. Es mejor hablar de tendencias

intrínsecas a las fallas, que etiquetar formalmente e intentar un análisis riguroso estilístico”.

ANTONIO HERRERO, Gestor Cultural

Para valorar esta visión del concepto de falla también como industria cultural, además de la ambigüedad existente para definir las tipologías estéticas, revisamos los datos de las entrevistas a los artistas en cuanto a sus factores prioritarios a la hora de plantearse un proyecto. Los resultados obtenidos se relejan en la siguiente gráfica.

*Cuadro 40:
Prioridades de los artistas cuando se plantean hacer una falla*



Total entrevistados: 22 artistas

Elaboración propia.

Se obtiene un dato muy importante. Observamos que para la construcción del mensaje, hay un condicionante económico para la mitad de los creativos. Queda patente, pues, que el presupuesto sí adquiere valor determinante, ya que el 50% de los entrevistados, manifestaron rotundamente considerar este factor como prioritario. En el resto de artistas, se diversificaba la opinión. Esto significa que el proceso comunicativo, puede estar constreñido por el presupuesto económico en un número considerable de fallas. Además, coincidiendo con la valoración de Antonio Herrero, muestra la faceta de industria cultural que presenta la falla y que en numerosas ocasiones no es considerada.

Junto a la gráfica de conceptos preferidos por los artistas a la hora de plantearse el proyecto falla, y volviendo a las tipologías estéticas se exponen, con objetivos sintéticos y aclarativos, dos cuadros gráficos. En el primero de ellos se muestran las tendencias

estéticas más habitualmente utilizadas en el vocabulario fallero, representadas por el naturalismo o realismo, la caricatura y la abstracción.

Cuadro 41:
Modelos de producción estética convencionales

CARICATURA



REALISMO
NATURALISMO



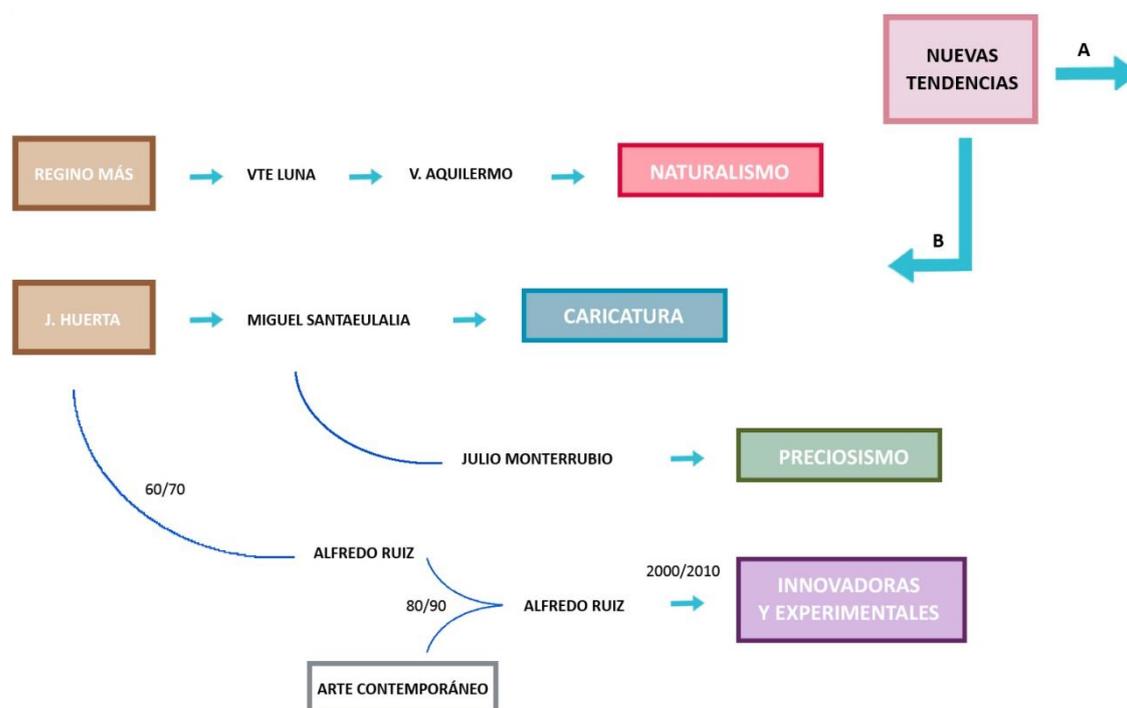
ABSTRACCIÓN

Elaboración propia.(Fte: archivo personal).

En el segundo cuadro, se muestra una propuesta de aproximación a líneas troncales o corrientes de producción estética que se pueden utilizar como marcos de referencia, con todas las reservas que se puedan plantear, en el complejo mundo de clasificación de las estéticas. Es evidente, que pueden faltar nombres ilustres con “influencia” como Debón, Martínez Mollá, etc., pero el gráfico, como se ha dicho, intenta simplificar al máximo, corrientes o tendencias de referencia.

A grandes rasgos, el cuadro 42 representa dos grandes líneas iniciadoras de las tendencias estéticas. Por un lado estaría la línea iniciada por Regino Más, más clasicista y/o naturalista, en la que estarían Vicente Luna y Vicente Agulleiro como grandes exponentes de la continuidad de la misma, y por otro, la línea iniciada por Juan Huerta, más orientada a la caricatura, con Miguel Santaaulalia como ilustre ejemplo en nuestros días.

Cuadro 42:
Modelo de corrientes de producción estética propuesto



Elaboración propia, a partir de la aportación de las entrevistas realizadas a Antonio Herrero, y de las colaboraciones de Ximo Esteve (artista), Miguel Santaaulalia (artista) e Iván Esbrí (investigador).

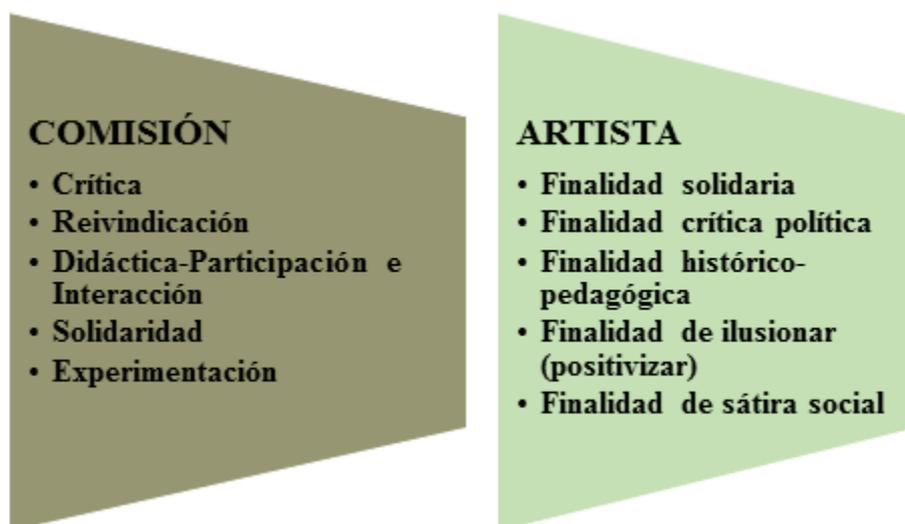
Posteriormente, Julio Monterrubio, con influencias iniciales de Miguel Santaaulalia, irrumpe con propio estilo y creando una estética caracterizada por el máximo detalle en acabados y pintura en tonos pastel que se le podría denominar preciosismo. Otra línea que marca una tendencia es la generada por Alfredo Ruiz, que, iniciado en el taller de Juan Huerta, sus influencias se dejan ver durante los años sesenta y setenta, pero, a partir de la transición, entre la década de los ochenta a los noventa, e influenciado por las corrientes del arte contemporáneo, Alfredo Ruiz crea un estilo propio, con notable incidencia en la estética de las fallas y que posteriormente será referente para toda una corriente de falla innovadoras y experimentales emergentes a las puertas del nuevo siglo. Por último, en el esquema se representan también, una línea de nuevas tendencias contemporáneas, que actúan con mayor independencia de las líneas referenciales comentadas, y que podría estar conformada tanto por creativos de últimas generación como, por ejemplo, artistas infantiles (Iván Tortajada, José Gallego, Miguel H, Sergio Amar, etc.) o diseñadores gráficos (Ramón Plá, Carlos Corredra, Raul Martinez, etc.), como por artistas de relevante experiencia con inquietudes innovadoras dentro de un cánón convencional de falla y que, presentan dos tendencias: una tendencia innovadora

en cuanto a pintura aérea y modelados más planos (Paco Giner, Pere Baenas, Mario Gual, etc.), y otra, reivindicativa de la vuelta al clasicismo o naturalismo histórico con claros ejemplos en las fallas actuales (Manuel Algarra). Para finalizar el comentario, no se debe olvidar, como ya se comentó anteriormente, que éste es únicamente un modelo gráfico y muy simplificado de aproximación a líneas referenciales estéticas en la historia de las fallas, pero que, evidentemente, podrían estar otros tantos autores que han aportado su impronta personal a la misma.

5.1.1.6 Modos de finalidad o propósito comunicativo.

A veces, la homogeneidad entre los trazados y los registros falleros, a nivel general, transmiten una sensación de tejido cultural homogéneo que distorsiona una de las verdaderas razones de existencia de las fallas: el hecho comunicativo. A través de la observación y el análisis, hemos encontrado diversas finalidades comunicativas, tanto en las comisiones, que son los núcleos de origen del proceso creativo (ya hemos visto la importancia del encargo), como, en los propios artistas o creadores de las mismas. No hay que olvidar que, en este proceso cultural, desde sus inicios, hay dos elementos clave que se establecen en el proceso comunicativo: la intención y la coherencia de los productos comunicativos.

Cuadro 43:
Modos de finalidad comunicativa



De acuerdo con las entrevistas, desarrollamos en primer lugar los objetivos comunicativos de las comisiones. Hemos detectado 7 objetivos principales, que no son excluyentes, pero sí definen las líneas de acción.

Crítica: un ejemplo claro de este perfil es la comisión de Na Jordana. Un trabajo desarrollado durante todo el año de forma muy laboriosa y participativa, que se plasma en la plaza al plantar la falla. Textos, figuras, carteles, imágenes, desarrollan un espíritu crítico, especialmente local, asumido por la falla y reconocido como elemento de identidad de la comisión.

“Nuestra línea reivindicativa es crítica política y social, desde siempre, porque creemos que es el contenido que debe tener la falla, crítica de todo aquello que es relevante de los diferentes segmentos, político, social y cultural. Si recuerdas la *Roda dels caballets*, en 1980 (falla que fue primer premio), ya se hacía una crítica a todos los líderes mundiales y a Jomeini lo tuvimos que tapar, porque nos llegó algún mensaje desde Gobierno Central, a través del malogrado profesor Broseta, que lo quitáramos o lo tapáramos porque podría traer consecuencias. Lo tapamos con un capuchón negro que llevaba impreso un interrogante. Aunque esto era crítica internacional, lo que más hacemos es crítica local, porque ¡¡las fallas son valencianas!!”.

PERE BORREGO, Falla Na Jordana



Figura 127: Cabeza de *Jomeini* tapada con caperuza negra e interrogante en blanco. Na Jordana 1980 (Fte. Archivo personal)



Figura 128: Ejemplo de *crítica local* en la falla de Na Jordana (Fte. Archivo personal)

Reivindicación: con esta visión encontramos a la falla Arrancapins. Es una falla que son reivindicativos en dos vertientes, por un lado, a nivel político, para recuperar la mejor sátira y, por otro, ellos proclaman unas fallas a la antigua, satírica y ritual, historicista.

“Entre los 70 y los 80, éramos un grupo de gente joven en la falla, algunos universitarios, y eran tiempos de transición política y tiempos convulsos, era el momento para reivindicarse desde un punto de vista progresista de izquierdas, y es lo que quisimos hacer cuando empezamos una nueva etapa de directiva joven, trasladar este espíritu a la falla “.

JOSEP ANTONI COLLADO, Falla Arrancapins



Figura 129: Falla *reivindicativa*. Arrancapins (Fte. Archivo personal)

Pedagogía, participación e interacción: en el caso de fallas didácticas y participativas se ubica la comisión de la falla Castielfabib Marqués de Sant Joan. Una comisión que, con el retorno a la falla de uno de sus componentes (arquitecto profesional), cambiaron su percepción en la forma de vivir las fallas. La participación, la suele orientar , sobre todo , a miembros de la comisión y vecinos del barrio.

“Cuando vuelve Miguel Arraiz a la comisión (arquitecto y artista), nos damos cuenta que la gente no participaba de la falla y, a la vez él plantea realizar una primera falla infantil en la que participen todos los niños construyéndola. La falla se llamaba Xufina, iba sobre la horchata, al principio se recibió el cambio de modelo con opiniones diversas pero aún así, se consiguió aproximadamente un 30% de participación. Ahí comenzamos nuestra línea de fallas didácticas y participativas. Después entró como artista Javier Molinero y comenzamos a intentar hacer partícipe también al barrio en la construcción de las fallas. Inicialmente también hubo alternancia de opiniones, pero el interés ha ido aumentando progresivamente y hoy la gente incluso se interesa y te pide cosas, lo que significa que hay, en general, aceptación” .

NOHEMÍ RODRIGUEZ, Falla Castielfabib Marqués de S. Joan



Figura 130: Falla Castielfabib, fase 1. Realización de *Falla participativa*. (Fte. Archivo personal)



Figura 131: Falla Castielfabib, fase 2. *Falla participativa* ya plantada. (Fte. Archivo personal)

Y como ejemplos también de fallas participativas, pero que le dan mucha importancia a la interacción con el público en general, acudimos a dos comisiones que

representan perfectamente esta filosofía de vivencia festiva. Ambas están incluidas también entre las comisiones innovadoras y experimentales, pero en estos dos casos, su objetivo principal es que la falla, además de comunicar, sea un medio para que la gente disfrute del espacio público, reflexionen y lo vivan y se manifiesten.

“A partir del año 2002, por temas económicos, tuvimos que cambiar el modelo de falla que teníamos hasta ese momento, descubrimos una nueva forma de ver las fallas y nos quedamos con ella. Lo explicábamos en uno de nuestros proyectos: *La festa la vivim al carrer, contemplant i admirant les falles, emocionant-nos amb la música, vibrant amb la polvora....La Plaça es el nostre espai públic, us convidem a disfrutar-lo*”.

AMPARO BELDA, Falla Plaza Jesús.

“Desde hace diecinueve años lo venimos haciendo. Un día, a sugerencia de nuestro artista, Zafrilla, que nos sugirió cambiar hacia temas sociales y buscar unas fallas distintas. Esta sugerencia y la implicación de Antonio, que había hecho fallas infantiles para nosotros, fue lo que hizo que se produjera el cambio, y así pasamos de la desidia del refrito a implicarnos en tematizar con fines sociales. La comisión respondió muy bien”.

CARMEN SABATER, Falla Lepanto Guillem De Castro



Figura 132: *Espai públic* de la Falla Plaza de Jesús. (Fte. Archivo personal)



Figura 133: Panel de lectura en *Braille* y *pictogramas*. (Fte. Archivo personal)



Figura 134: Falla con *mural* plantada en Lepanto Guillem de Castro. (Fte. Archivo personal)



Figura 135: Falla sobre los refugiados plantada en Lepanto Guillem de Castro. (Fte. Archivo personal)

Solidaridad: en este caso, una de las fallas más solidarias de la ciudad, con numerosos primeros premios en este sentido y con una filosofía de vivencias y experiencias puestas en marcha desde su fundación es la falla Els Generals. Como muestra un dato, han trabajado con 97 asociaciones.



Figura 136: Falla Els Generals con una escena dedicada a la ONCE. (Fte. Archivo personal)



Figura 137: Equipo solidario de la comisión de Falla Els Generals. (Fte. Archivo personal)

“Cuando tenía 3 años, ya llevábamos pastelitos a los ancianos desamparados de Santa Mónica y a ASPRONA. Cuando Pedro entró de presidente en 2008, pensé que debía hacer algo como mujer del presidente ya que se había caído en unos años alternantes en cuanto a actividad solidaria. Recuperamos la línea con *Doce obras doce causas* que suponía inicialmente un evento al mes durante 12 meses cada año y durante 12 años. El primer año ya hicimos 37 obras. Comenzamos 5 personas y ahora somos 25 mínimo y, a veces más. Y si pides ayuda siempre hay gente

dispuesta a trabajar. ¡¡Llegué incluso a conocer a S.M. La Reina Letizia como representante de la Comunidad Valenciana junto al Delegado de la ONCE en Valencia!!”

CÁRMEN LÓPEZ, Falla Els Generals



Figura 138: Cartel de acto solidario de la Falla Els Generals. (Fte. Archivo personal)



Figura 139: Carmen López de la Falla Els General con S.M. la Reina de España Doña Letizia Ortiz (Fte. Archivo personal)

Experimentación: en este caso se ha elegido a la Falla Corona, que se ubica en el colectivo de Innovadoras y Experimentales, pero es la falla con mayor número de galardones en este ámbito. Además, intentando siempre establecer vínculos directos con protagonistas de la cultura a través de cada proyecto: Berlanga, Miquel Navarro, Escif, etc.

“La comisión empieza con la producción de la idea y con una nueva etapa en el año 2000; comenzamos por cuestiones económicas, pero nos despertó el espíritu participativo”.

“Tras varios años etiquetados, en el año 2014, nos planteamos salir del concurso I+E (Innovadoras y Experimentales) porque queríamos hacer de la experimentación, algo normal, experimentar en la falla convencional de forma natural. Incluso escuché a un jurado decir: hay fallas I+E que son más dignas que algunas convencionales, esto fue un punto de reflexión para Corona, el no estar en una sección determinada, no nos exime de lo que en verdad nos aporta”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona – Beneficencia



Figura 140: *Falla experimental* de la comisión Corona – Beneficencia. (Fte. Archivo personal)



Figura 141: *Falla experimental interactiva* plantada en Falla Corona – Beneficencia. (Fte. Archivo personal)



Figura 142: Maqueta modificable interactiva de la falla de la figura 140. (Fte. Archivo personal)

En cuanto a los artistas o creativos, detectamos 5 objetivos principales. Dos de ellos coinciden con los objetivos de las comisiones, que son: crítica y solidaridad, En la práctica pueden coincidir sus objetivos, o no. Generalmente, cuando coinciden los objetivos de artista y comisión no hay ningún problema. Si ello no ocurre, como se observa en el apartado de modos de creación-diseño, generalmente se establece un consenso o negociación y puede predominar el criterio de la comisión, que es la que encarga el proyecto, o puede decidir el criterio del artista. Depende mucho en este caso, de la personalidad e inmunidad artística del creativo, y del carácter tradicional e identitario que tenga la línea editorial de la comisión. Se puede pensar que ,

inicialmente el objetivo lo define la comisión porque es la que hace el encargo, pero no es menos cierto que también es la que busca al artista y ello conlleva y otorga un cierto grado de libertad al creativo. Al final, los casos controvertidos se resuelven todos por la negociación y el consenso.

Los propósitos o finalidades de comunicación de los artistas o ideólogos encontrados en el trabajo son los siguientes.

Finalidad solidaria: situamos como ejemplo de esta tipología a un artista con una línea de sensibilización y de denuncia constante sobre las injusticias mundanas. Propietario de su microtaller familiar próximo a la falla Vall de Laguar-Padre Ferris. Especialmente implicado en recabar la atención del público sobre temas como el tercer mundo, el problema del Sahara, las guerras, la pobreza, la incompreensión juvenil, la discapacidad, entre otros muchos. Realiza fallas infantiles y fallas grandes y es poseedor de varios *ninots indultats*. Especialmente vinculado a comisiones como Vall de Laguar-Padre Ferris, Ceramista Ros-Jose M^a Mortes Lerma y Mayor-Moraira. Se trata de Pedro Rodríguez.

“Me importa sensibilizar y solidarizar. Por propia impresión y convencimiento. La solidaridad es un aspecto del egoísmo humano, lo sufres a diario en tu vida (familia, amigos, etc.). Me identifico mucho con ello”.

PEDRO RODRIGUEZ, Artista



Figura 143: Falla plantada por Pedro Rodríguez con interpretación “ideal” de la guerra. (Fte. Archivo personal)



Figura 144: Escena *solidaria* creada por Pedro Rodríguez. (Fte. Archivo personal)

Finalidad crítica-política: entre los artistas que abordan este tema, nos situamos con Manuel Algarra, ubicado en su taller convencional de la ciudad fallera, siempre muy

preocupado por la crítica política especialmente, tanto a nivel local como nacional e internacional. En los últimos tiempos lo ha ganado todo, sobre todo con las comisiones de Almirante Cadarso-Conde Altea y Maestro Gozalbo-Conde Altea en *ninots indultats* y con ésta última comisión acaparando los mejores premios en categorías de élite como es Primera A.

“Me interesa y me gusta especialmente la crítica política. Para mí la falla es como un Telediario o un informativo en clave de humor. Hoy hay muchos programas de TV que son fallas, son noticias tratadas humorísticamente, pero no solo de políticos, también de gente famosa”.

MANUEL ALGARRA, Artista



Figura 145: Escena política creada por Manuel Algarrá (Fte. Archivo personal)

Finalidad histórico-pedagógica: aquí nos referimos a un dúo de artistas que, comenzando en 2008, durante nueve años han plantado la falla infantil del Ayuntamiento de Valencia. Con su estilo dulce e infantil, sus contenidos históricos, cercanos y bien planteados, han marcado una forma de hacer fallas que cautivaron al público más pequeño. Su imagen de Ava Gardner, difícilmente será olvidada. Hablamos de Jose Luis Ceballos y Paco Sanabria.

“Queríamos hacer en la Plaza del Ayuntamiento algo que marcara la diferencia, para que la falla infantil fuera representativa de temas propios y populares de Valencia”.

JOSE LUIS CEBALLOS y PACO SANABRIA, Artistas

Un Nou Parot (23/09/2015), recuperado de <https://unnouparot.com/2015/09/23/ceballos-i-sanabria-el-somriure-de-les-falles-i/>.



Figura 146: Falla infantil de la Pza del Ayuntamiento en la que se tratan temas históricos de una forma *pedagógica*. Este estilo ha sido el característico de Ceballos y Sanabria. (Fte. Archivo personal)

Finalidad de ilusionar (Positivizar): irrumpió en la década de los noventa rompiendo moldes. Sus tonos pastel supusieron un giro en la percepción cromática de las fallas. Su estilo está considerado como uno de los referentes, tanto en fallas infantiles como en grandes. Difícil de etiquetar este estilo. Siempre se impone en sus obras dos premisas: elegancia y ternura. Hemos encontrado referencias como “preciosismo”, por la calidad de sus acabados, las combinaciones de los colores y la expresividad de sus obras. Premios históricos en el Pilar (1998), y los primeros premios de infantil sección especial ganados con las fallas de Nou Campanar y Duque de Gaeta-Puebla de Farnals. Nos referimos a Julio Monterrubio.

“Me marco siempre una línea de transmitir positivismo. Que la persona que vea la falla, en ese tiempo, se olvide de sus problemas y sea feliz. Tengo esa visión como vital, disfrutar de la grandeza de la vida”.

JULIO MONTERRUBIO, Artista



Figura 147: Falla plantada por Julio Monterrubio que destaca por su elegante estética. (Fte. Imagen cedida por Javier Mozas).



Figura 148: Escena de falla infantil plantada por Julio Monterrubio destacando por e cuidado de la estética. (Fte. Archivo personal)

Finalidad de sátira social: otro artista referente de las fallas y que da nombre a una saga familiar histórica. Lo ha ganado todo, también, y militando casi siempre en la máxima categoría. Una falla que dejó huella fue la de *Rebelión en la Granja*, donde hizo una exhibición de recursos de ingenio y gracia sin disponer del mejor presupuesto. Dominador total del realismo grotesco y de la más exacerbada caricatura, creó una escuela seguida hoy día por numerosos artistas. Se trata de Miguel Santaaulalia.

“No tengo una línea reivindicativa especialmente con nada, pero lo que sí es una constante en mis fallas es la crítica del momento social, que además te la va dictando la propia sociedad, porque al final es lo que le interesa al público. Ser autocríticos con la sociedad en la que vives, y, desde mi posición, ayudar un poco”.

MIGUEL SANTAUEULALIA, Artista



Figura 149: Falla mítica de M. Santaaulalia. *Rebelión en la granja*. (Fte. Imagen cedida por Javier Mozas)



Figura 150: *Ninot satírico Indultat* de Miguel Santaaulalia (Fte. Archivo personal)

A propósito de la coherencia entre los productos comunicativos, destacamos las comisiones de Na Jordana, que forma parte de su ADN y que lo viene haciendo desde sus orígenes, y Sevilla-Denia, que, aunque más recientemente adoptó esta línea de expresión, lo viene realizando de manera notable; asimismo, Maestro Gozalbo-Conde Altea, que ha incorporado en los últimos tiempos un ambientador o estilista.

La comisión de Na Jordana, desde sus orígenes, ha demostrado unas líneas de coherencia e integridad comunicativa que pasan por tematizar la gran mayoría de eventos que desarrollan a lo largo de todo el año y, además, otorgarle gran importancia a elementos clave de la comunicación como son las escenografías, el llibret y la gestación de acontecimientos sincrónicos con el tema elegido cada ejercicio. Además de, por norma habitual, cuidar al máximo todos y cada uno de los detalles que son necesarios para la buena imagen de cualquier evento que organizan.

“Si, se deben tematizar todas las actividades, nosotros lo hacemos desde siempre. A partir de la idea, desarrollas todo el año. Es lo que te da sentido e identidad”.

PERE BORREGO, Na Jordana

La comisión de Sevilla-Denia, desde la llegada al cargo de presidente de Carles Galiana, pensaron en reactivar la falla, a través de la tematización. Un año verde, el año más alto y el año más flamenco, sirvieron para conseguirlo.

“La tematización y la coherencia es fundamental, con ello se reactivó la comisión y se consiguieron dos cosas: una mayor participación, y una conexión total entre mayores e infantiles”

CARLES GALIANA, Sevilla-Denia

A continuación, se detallan gráficamente, algunos ejemplos, en los que se puede observar la tematización importante en la comisión de falla Na Jordana, con la entrada del Caballo de Troya, también el año verde de la comisión de falla Sevilla – Denia y el estilismo o ambientación que la comisión de falla Maestro Gozalbo – Conde Altea aplica en sus actos más relevantes.



Figura 151: Entrada del *Caballo de Troya* en Na Jordana. (Fte. Comisión Na Jordana)



Figura 152: Presentación de Na Jordana. (Fte. Comisión Na Jordana)



Figura 153: Grupo de Teatre Faller de la Falla Sevilla-Denia en el *Año Verde* (Fte. Archivo personal)



Figura 154: Premio *Bernarda* que otorga la Falla Sevilla-Denia al Teatre Faller (Fte. Archivo personal)



Figura 155: Presentación *Zombie* de la Falla Maestro Gozalbo-Conde Altea.
(Fte. Archivo de la comisión)



Figura 156: Cartel anunciador de la presentación de bocetos de la Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea (Fte. Archivo personal)

Maestro Gozalbo también se ha preocupado de este tema, y cenar en ambiente griego, cuando la falla habla de estos antepasados, o cruzarte con un *zombie* en el casal, puede ser algo habitual, si conoces la forma de ambientar los eventos de la citada comisión.

“Lo consideramos tan importante que hace tiempo incorporamos a Lorenzo, estilista y decorador, que ambienta nuestras actividades todo el año. Estamos muy satisfechos y da mucha personalidad a la comisión”.

MIGUEL PRIM, Maestro Gozalbo-Conde Altea

Por último, ahondando en el proceso de comunicación y de sus finalidades, es importante destacar que , para conseguir el objetivo, es muy importante que el mensaje llegue con toda nitidez para su comprensión. No hay que olvidar que la exposición del mensaje es el espacio público, con todos los condicionantes que ello conlleva. Por eso, son muchos los factores que pueden interferir en la difusión del mismo. Uno de ellos es la censura, como factor condicionante, que se sigue ejerciendo en algunos ámbitos pero en mucha menor medida en un tiempo de democracia. No obstante, a nivel ilustrativo, subrayamos algún caso que se ha dado, incluso, en tiempos de posmodernidad. Uno de ellos corresponde a la falla de Na Jordana, aparte del caso sucedido en 1980 ya comentado anteriormente. En esta ocasión, en 1989, la comisión se planteó representar a su majestad el Rey Juan Carlos en una escena de la falla con aspecto de caricatura convencional y, se remitió una misiva a la Casa Real, advirtiendo de tal acontecimiento. Posteriormente se recibió una carta en la que se agradecía la información pero se denegaba el permiso para hacerlo.



Figura 157: La Casa Real rechaza la presencia del Rey en una escena de la Falla de Na Jordana. (Fte. Archivo personal)

Mi querido amigo:

SU MAJESTAD EL REY ha recibido su atenta carta de fecha 28 del septiembre, en la que tiene la amabilidad de solicitar Su permiso para incluir una escultura de la Familia Real en la falla Na Jordana de la que Vd., será el autor.

Su Majestad, que valora profundamente la categoría artística de su extensa obra, me encarga agradecerle muy sinceramente la atención que ha tenido al informarle de sus pretensiones y le haga saber que, aunque lo lamenta mucho, a la Familia Real no le agradaría verse reflejada en la obra que indica.

Al cumplir con mucho gusto el encargo recibido de S.M., afectuosamente le saluda,

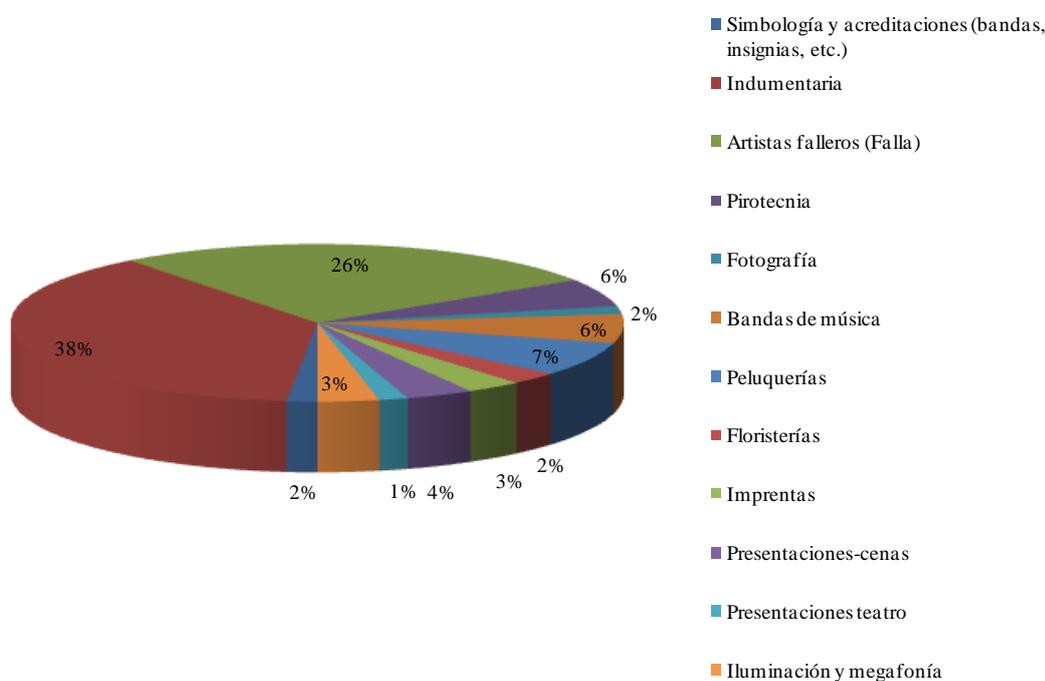
Figura 158: Ampliación del escrito de la La Casa Real en el que se rechaza presencia del Rey en una escena de la Falla de Na Jordana. (Fte. Archivo personal)

Como ya se ha comentado , en la actualidad apenas existen casos de censura oficial y las limitaciones en el enunciado suelen formar parte de la personalidad y cultura del propio creativo o cretaivos, más que de un sesgo institucional.

5.1.1.7 Industrias comunicativas

En la exposición del modelo socio-semiótico, existe un apartado muy importante en la fase de producción de la comunicación de masas que es el relativo al sector industrial productivo, y que en la adaptación al modelo de comunicación popular hemos definido como industrias comunicativas del sector fallero. Abordamos este aspecto aquí, para significar su existencia y su importante aportación a diferentes niveles en la fiesta, pero constatando que, a diferencia de la comunicación de masas, no se persiguen los mismos objetivos.

Industrias comunicativas del Sector Fallas



Total : 40.370.495,81 €

Figura 159: Distribución porcentual de las principales industrias comunicativas de las fallas. (Fte. Interagrupación Fallas- 2008)

En los medios masivos, el objetivo posiblemente más prioritario es el rendimiento económico, mientras que en las fallas, si bien es cierto que existe todo un sector industrial mercantilizado que alcanzan cifras significativas (indumentaria, pirotecnia, etc.), el principal objetivo a nivel de entidades próximas a las comisiones se mueve alrededor de un eje cultural muy fuerte cuya actividad no está orientada al lucro. A nivel popular, no se hace una falla para ganar dinero, se buscan otros objetivos como

expresión popular, ganar premios, prestigio, etc. Por lo que sí hay una actividad económica que llega a ser importante, pero muy fragmentada y con diversidad de objetivos.

Según el estudio del impacto económico de las fallas realizado en el año 2008 y promovido por la *Interagrupación de fallas*, mostramos, con fines ilustrativos, una gráfica en la que se exponen datos de la actividad económica del sector productivo fallero, en cuanto a las empresas y conceptos vinculados directamente con los productos comunicativos definidos en este trabajo.

Se observa como el sector con más actividad económica es el de la indumentaria, seguido de cerca por la producción en los talleres falleros y, a mayor distancia ya les siguen peluquería, bandas de música y pirotecnia.

5.1.2 Proceso de circulación popular (Difusión-Distribución).

Se analizan en este apartado, los productos comunicativos en circulación: principales actos de las comisiones, el *llibret*, la falla, el mapa de distribución. Asimismo, también se engloba en este apartado, la gestión comunicativa llevada a cabo por las comisiones, de acuerdo a la adaptación del modelo socio-semiótico explicada en metodología.

5.1.2.1 Actos de las comisiones.

A partir de los estudios etnográficos de Costa (2003), detectamos varias modalidades de eventos que el fallero vive de forma directa y con preferencia, tanto de forma colectiva como a nivel local. Estos son: la presentación de su fallera mayor, la *plantá* de la falla, la ofrenda, la *cremà*, y algún evento exclusivo de la propia comisión.

Tras las entrevistas realizadas, se exponen algunas estadísticas relativas a los mismos.

A nivel de presentación, se observa a dos comisiones que viven intensamente la presentación, algo lógico ya que tienen un marcado carácter escenográfico en su ADN o líderes que motivan y coordinan esta actividad (Plaza de Na Jordana o Sevilla-Denia). En general, se puede decir que hay una participación notable, dependiendo también de variables como aniversarios, carisma de la fallera mayor, etc.

Cuadro 44:
Participación de las comisiones en el acto de la Presentación de las Falleras Mayores.

PARTICIPACION	CANTIDAD (%)	COMISIONES
100%	2/15 (13,2 %)	Pza Na Jordana Sevilla-Denia
90%	5/15 (33,3 %)	Corona D. Mandas-Diputada C. Campoamor Pere Cabanes Pza Dr Collado Pza Jesús
80%	2/15 (13,2 %)	Maestro Bellver-Mariano Rivera Molinell-Alboraya
70%	1/15 (6,6 %)	Maestro Gozalbo-Conde Altea
60%	1/15 (6,6 %)	Els Generals
50%	3/15 (20,0%)	Castielfabib Lepanto-Guillem de Castro Duque Gaeta-Puebla farnals
0%	1/15 (6,6 %)	Arrancapins

Elaboración propia

En la *plantá*, se observa una enorme variabilidad y una distribución muy dispersa , ya que intervienen muchos factores, entre ellos el calendario festivo, la climatología, etc. Además, existen comisiones cuya organización de la *plantá* es de carácter restringido y selectivo (Duque de Gaeta-Puebla de farnals) , lo que influye notablemente en el tratamiento estadístico de este tema concreto.

Cuadro 45:
Participación de las comisiones en el acto de la Plantà.

PARTICIPACION	CANTIDAD (%)	COMISIONES
100%	1/15 (6,6 %)	Arrancapins
90%	3/15 (20,0 %)	D. Mandas-Diputada C. Campoamor Els Generals Na Jordana
80%	2/15 (13,3 %)	Plaza de Jesús Sevilla-Denia
70%	1/15 (6,6 %)	Maestro Gozalbo-Conde Altea
40%	1/15 (6,6 %)	Lepanto-Guillem de Castro
30%	2/15 (13,3 %)	Pere Cabanes-Joan XXIII Plaza Dr. Collado
20%	2/15 (13,3 %)	Corona-Beneficencia D. Gaeta-Puebla de Farnals
10%	3/15 (20,0 %)	Castielfabib Maestro Bellver-Mariano Rivera Molinell-Alboraya

Elaboración propia

En este gráfico se puede observar que, en general, hay participación muy significativa en la ofrenda, de casi todas las comisiones, ya que 11 de 15 comisiones entrevistadas, se sitúan por encima del 80% de participación.

*Cuadro 46:
Participación de las comisiones en el acto de la Ofrenda.*

PARTICIPACION	CANTIDAD (%)	COMISIONES
100%	5/15 (33,3 %)	Castielfabib D. Gaeta-Puebla de Farnals Maestro Bellver-Mariano Rivera Molinell-Alboraya Plaza Na Jordana
95%	1/15 (6,6 %)	D. Mandas-Diputada C. Campoamor
90%	4/15 (26,6 %)	Els Generals Lepanto-Guillem de Castro Maestro Gozalbo-Conde Altea Plaza Dr. Collado
80%	1/15 (6,6 %)	Pere Cabanes-Joan XXIII
60-70%	3/15 (20,0 %)	Corona-Beneficencia Plaza de Jesús Sevilla-Denia
0%	1/15 (6,6 %)	Arrancapins

Elaboración propia

La *cremà* es el acto culminante de la semana festiva, lo que ayuda a la máxima participación, como vemos en el cuadro correspondiente. Aunque no es menos cierto que, en este caso, se habla más de asistencia que de participación. Pero, en general, todos quieren despedirse de la fiesta, al menos con la presencia.

*Cuadro 47:
Participación y ritual en la Cremà.*

COMISIÓN	PARTICIPACIÓN	RITUAL	OBSERVACIONES
Arrancapins	100 %	Sí	Inicio con un Drac. Concierto musical.
Castielfabib	100%	No	Queman antorchas de aceite
Corona	100 %	Sí	Protocolo según la falla de cada año.
Diputada	100 %	Sí	Brindis de renovación y subasta benéfica
D. Gaeta	100 %	Sí	Cuidado máximo desde mediodía. Custodia permanente.
Els Generals	100 %	Sí	Círculo cantando alrededor de la infantil
Lepanto	100 %	No	Convencional
Maestro Bellver – Mariano Ribera	100 %	Sí	Círculo cantando el Himno y FM y presidente a hombros
Maestro Gozalbo	100 %	Sí	Grito Presidente: ¿Queréis Falla?

Molinell-Alboraia	100 %	Sí	Cremà participativa con tracas.
Na Jordana	100 %	No	Antiguamente se hacía desde balcón con un palomo.
Pere Cabanes	80-90%	No	Convencional
Plaza Dr. Collado	100 %	Sí	Se quema desde balcón de un hostel
Plaza Jesús	90-100%	Sí	Cesión del fuego entre FM.
Sevilla Denia	100%	Sí	Tres <i>cremaes</i>

Elaboración propia

Otro dato que podemos considerar significativo, es que en mayor o menor modo, 11 de 15 comisiones entrevistadas efectúan algún tipo de ritual durante la *cremà*, es decir, un 73% de comisiones le otorgan su sello personal a este acto tan importante y participativo.

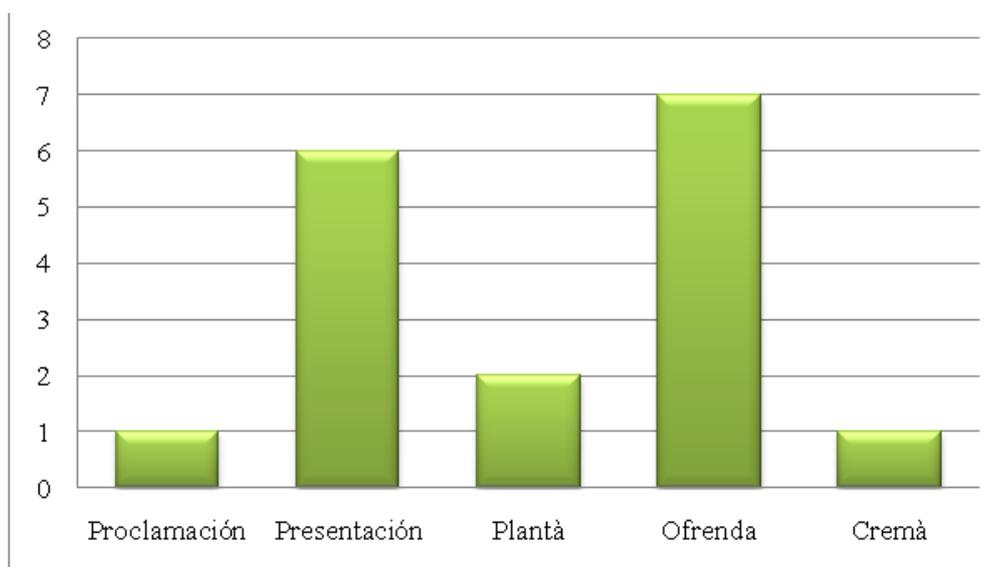


Figura 160: Resumen estadístico de los actos preferidos por las comisiones entrevistadas (Elaboración propia)

En el gráfico de actos preferidos por las comisiones, podemos observar dos datos a considerar; uno es que, efectivamente, la ofrenda, a nivel colectivo, es el acto más importante para los falleros, sin embargo, la presentación de la fallera mayor de la comisión, se convierte en el evento estrella a nivel local alcanzando cotas de protagonismo casi tan elevadas como la ofrenda, y superando a actos colectivos importantes. Seguramente, el alto carácter identitario y participativo del evento, a diferencia de otros, resulte determinante en este aspecto.

*Cuadro 48:
Participación de los falleros y falleras en los actos más relevantes.*

COMISIÓN	ACTO PREFERIDO	PRESENTACIÓN	PLANTÀ	OFRENDA	CREMÀ
Arrancapins	Planta	0%	100 %	0 %	100 %
Castielfabib	Ofrenda	50%	Grande: 10% Infantil : Variable	100 %	100%
Corona	Presentación FM	90%	10-20%	60-70%	100 %
Diputada	Cremà	90%	80-90 %	95 %	100 %
D. Gaeta	Ofrenda	50%	10-20 %	100 %	100 %
Els Generals	Proclamación FM	60%	Variable (10-90%) Según tipo	90 %	100 %
Lepanto	Ofrenda	50%	40 %	90 %	100 %
Maestro Bellver – Mariano Ribera	Ofrenda	80%	10%	100 %	100 %
Maestro Gozalbo	Plantà	70%	Importante, 70%	90 %	100 %
Molinell-Alboraia	Ofrenda	80%	Un 10% (amigos de FM)	100 %	100 %
Na Jordana	Presentación – Ofrenda	100%	90-95%	100 %	100 %
Pere Cabanes	Presentación - Ofrenda	90%	20-30 %	80 %	80-90%
Plaza Dr. Collado	Presentación FM	90%	20-30 %	90 %	100 %
Plaza Jesús	Presentación FM	90%	80%	60-70%	90-100%
Sevilla Denia	Presentación FM	100%	70-80% Autoplantà	60-70%	100%

Elaboración propia

Al observar en la tabla los datos obtenidos en las entrevistas, rápidamente se pueden extraer algunas reflexiones. Como, por ejemplo, que prácticamente el único acto en el que existe un 100% de participación, es la cremà de la falla, aunque quizá sería más correcto en este caso, sustituir la palabra asistencia por la de participación. Por otro lado, se refuerza la idea de que la ofrenda está entre los actos estrella de las fallas, aunque existe un evento, muchas veces no suficientemente valorado, pero que observamos que en algunas comisiones se le equipara en importancia de participación a un acto colectivo tan importante como es la ofrenda, que es la presentación de la fallera mayor de la comisión, posiblemente porque refuerza el carácter identitario de la misma. En otro orden de cosas observamos la variabilidad existente en cuanto a la participación en la plantà y el alto porcentaje obtenido en la ritualización o caracterización de un evento que implica el final de la fiesta como es la cremà, lejos de la idea de que las fallas se queman todas igual.

En la presentación, observamos ya la propia diversidad de versiones de productos comunicativos que existe en las comisiones de falla. Por un lado, tenemos desde la falla Arrancapins, que no dispone del acto, por razones obvias, a las fallas de Duque de Gaeta-Puebla de Farnals , en la que participa un 50% de la comisión o la comisión de Na Jordana, donde la participación es máxima y el cuidado de todos los detalles alcanza cotas excelentes.

“No tenemos Fallera Mayor, eliminamos el cargo hace muchos años, desde 1991, por lo que no hacemos presentación”.

JOSEP ANTONI COLLADO, Falla Arrancapins

“La presentación la tematizamos, como todo el ejercicio. Nos la tomamos muy en serio. Vamos a concurso, quizá por eso la participación es en total del 40-50 % y muchas veces hay más actores en escenario que falleros en el recinto. Hay que trabajar y no hay tanto *paseíllo*, y eso resta participación. Presentarnos a concurso fue sobre todo con la llegada de Hernán a la comisión (gran guionista)”.

MARCOS SORIANO, Falla Duque de Gaeta – Puebla Farnals

“La participación de la comisión es máxima, está a la par con la ofrenda. Es tematizada y todo el mundo colabora, el que no actúa está organizando (no tiene ni asiento de entrada)”.

PERE BORREGO, Falla Na Jordana

Por otro lado, al margen de las comisiones citadas anteriormente sobre presentaciones de máxima implicación y con premios excelentes, también existen comisiones que valoran mucho el apartado escenográfico de este acto, bien a través de la tematización, o bien a través de la figura del *apropósito* o prequeño sainete cuyo objetivo final es la exaltación de la fallera mayor, aunque hay lugar y temas para todo, inclusive la autocrítica.

“Es el acto más participativo. Hacemos un sainete y nos reímos de nosotros mismos. Si ha habido algún revuelo en la falla, etc. Suele ser temática con la falla o con idiosincrasia de la comisión”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona-Beneficencia

“Desde el año pasado está tematizada con la falla, es algo que cada vez tratamos de cuidar más”.

JUAN FERMÍN MARTINEZ,

Falla Duque de Mandas - Diputada Clara Campoamor

“Se hace siempre una escenografía especial en la infantil. En los mayores el propósito lo hacen el grupo de amigos de la Fallera Mayor y buscan su exaltación”.

CARLOS COSCOLLAR, Falla Molinell – Alboraya

Y por último, es importante subrayar el carácter identitario que el acto de la presentación otorga a las comisiones para manifestarse. Como, por ejemplo, la importancia que le dan determinadas comisiones a la representación escenográfica como algo reivindicativo de sus propios valores.

“Es el acto que más vive la falla junto con la ofrenda. Se monta siempre una escenografía sorpresa para la Fallera Mayor”.

RAMÓN ESTELLÉS, Falla Pere Cabanes – Joan XXIII

“Desde siempre, hace más de 30 años, todos participan (100%), la figura de la Fallera Mayor es muy importante y hacemos una representación escenográfica. Somos la falla del teatro”.

CARLES GALIANA, Falla Sevilla - Denia

La *plantá* de la falla sigue manifestando ese carácter de pluralidad que caracteriza al colectivo fallero, además de demostrar una variabilidad participativa difícil de explicar, como vemos a continuación.

Por un lado, están las comisiones (que son mayoría), con una *plantá* de carácter convencional, es decir, con la colaboración de unos pocos implicados, con algún fallero

o fallera que ejerce algún tipo de liderazgo para organizar y ayudar al artista, sobre todo en labores de acabados decorativos (poner arena, césped, etc.).

“En la plantá participa poca gente. Tres o cuatro personas atienden al artista para la llegada de piezas y conmigo están de 10-15 personas que colaboramos en las obras de decoración y labores secundarias”.

RAMÓN ESTELLÉS, Falla Pere Cabanes – Joan XXIII

Por otro, sin embargo, detectamos comisiones que le dan a la plantá, un gran valor no solo fallero, sino también, de naturaleza cultural, en el que plantean un acto abierto a todo el barrio y al público en general, para compartirlo con la comisión y con los propios artistas, incitando al diálogo con ellos y creando un ambiente agradable a través de recursos audiovisuales y complementarios, como es el caso de la falla Corona-Beneficencia.

“Creamos un evento en *Facebook*: *¡¡estaran los artistas!!*, y música de fondo en la plaza. La gente va, se interesa: gente del mundo del diseño, publico fallero y publico del artista. Y exponemos un panel único de explicación del proyecto Corona”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona-Beneficencia

También están las comisiones, como comentábamos en la introducción, que sufren una gran variabilidad participativa, dependiendo del grado de implicación que se les ofrezca a la hora de ubicar los elementos de la falla. En este sentido, la falla Els Generals utiliza, en ocasiones, un modo de plantá participativa denominada *al tombe* en el que el remate de la falla es levantado en una sola pieza sólo a través de la fuerza humana y empujando por un lateral. Existen comisiones que desde hace algunos años, utilizan esta técnica de forma tradicional, como las de Salamanca-Conde-Altea, Cádiz-Cura Femenía y Humanista Mariner, entre otras. Como observamos a continuación, la participación directa en la producción e instalación de la falla, otorga numerosas posibilidades.

“Depende mucho del año. El año pasado era muy participativa, los niños tenían que ordenar los gusanos y habían bofetadas (100% participación)”.

NOHEMÍ RODRIGUEZ, Falla Castielfabib Marqués de S. Joan

“Desde hace seis años, en que los artistas nos hicieron participar en la plantá, sobre todo a nivel infantil, y, especialmente desde al año de la nevera en que nos implicamos casi toda la comisión, disfrutamos mucho más y decidimos tomarnos más en serio el sentir, vivir, compartir y disfrutar todos. Ahora intentamos hacerla participativa, sobre todo para el fallero y, en lo posible al barrio. El año pasado casamos a dos falleros (la falla iba de las Bodas) y la cena de la plantá fue el convite de gala”.

JOSÉ MIGUEL GODOY,

Falla Duque de Mandas - Diputada Clara Campoamor

“Depende mucho del año la participación. Si la hacemos nosotros, se consigue un 90% de participación, si la hace un artista, solo participa un 10-20 %. También depende de la tematización. Hicimos un año una falla dedicada al barrio y fue una autentica fiesta”.

CÁRMEN LÓPEZ, Falla Els Generals



Figura 161: Falleros de la Falla Els Generals plantando al Tombe. (Fte. Archivo comisión)



Figura 162: Falleros de la Falla Els Generals terminando de plantar al Tombe. (Fte. Archivo comisión)

En otro contexto, encontramos comisiones que abordan la *plantá* con carácter profesional, con una organización perfectamente estructurada y organizada por equipos, como en Maestro Gozalbo-Conde Altea y/o Na Jordana, o casos como Duque de Gaeta-Puebla de Farnals, donde existe un equipo selectivo para el evento, con gente especializada en cada ámbito de la instalación. Es importante destacar también el carácter mediático que le dan a la *plantá* estas comisiones con la exposición de fotografías en redes sociales (Maestro Gozalbo-Conde Altea y Duque de Gaeta-puebla de Farnals) durante el acontecimiento o con la implantación de cámaras (Na Jordana) que retransmiten en *streaming* el mismo.

“La plantá es un ritual triangular, entre artista, Miguel y Lorenzo (ambientador). Se debate antes. Cada uno coge su equipo de trabajo para cada escena que hay que decorar y Lorenzo lo coordina. Se mira hasta la tapa de alcantarilla de la plaza. Además se hace un despliegue mediático en redes sociales, que dirige Jaime. El año pasado colgamos un video de subida del remate y el vídeo que subió cendra digital. Este año, la foto más compartida ha sido una realizada a mitad plantá y fue el más visitado de las historia de las Fallas: más de 100.000 visitas en un día y compartido 2500 veces”.

MIGUEL PRIM, Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea

“Es un ritual, aunque solo participan un 10-20% de la comisión pero es porque nos lo tomamos con auto exigencia y solo pueden colaborar especialistas que están toda la noche. Además, ponemos una hucha voluntaria y de cada 3-4 personas que visitan la falla una nos pone algo. Hace 2 años llegamos a conseguir más de 4000 € y el año pasado 3000 €, también colgamos fotos y vídeos periódicamente durante toda la noche. No es una fiesta, es la gran fiesta de la plantá”.

MARCOS SORIANO, Falla Duque de Gaeta – Puebla Farnals

“La plantá es para nosotros un acto muy especial y muy cuidado. Se confecciona entre dos partes, el artista y la comisión. Participa el 90-95% de la comisión, aunque termina acabando solo el 20-30%. Siempre hay algún gran evento asociado (performance, llegada del remate, etc.). Se hace en *streaming* para seguimiento y dos o tres productoras ya han hecho documentales que se exhiben en el Hemisféric (3D Flames)”.

PERE BORREGO, Falla Na Jordana

Por último, un caso curioso de plantá es la que se da en la comisión de la falla Sevilla-Denia. Con manual de instrucciones, al más puro estilo “hágalo usted mismo”.

“Plantamos nosotros, el artista nos lo explica, nos lo deja hecho y plantamos nosotros. Nos *arromangamos*. Tenemos grupos de especialización en *plantá* y la participación es alta. Durante la misma hacemos fotos y las colgamos en Facebook y Twitter”.

CARLES GALIANA, Falla Sevilla Denia

La ofrenda es otro de los actos a tener en cuenta en una comisión y, aunque la percepción que hemos detectado es que existe un fuerte componente tradicional y corporativista en este evento, no es menos cierto que lleva implícito una serie de elementos de uso y gratificación fallera, que lo hacen situarse siempre en el *top* de los actos más participativos. Expectación, ambientación, exhibición, protagonismo, participación y emoción, son más que suficientes ingredientes como para mantener en lugar de privilegio el evento, aunque, como en todo, las fallas tienen distintas visiones.

“Para nosotros los actos principales son la *plantá* y la *cremá*, el resto no nos importa. Además somos una falla aconfesional, por lo que Arrancapins, no participa en la ofrenda”

JOSEP ANTONI COLLADO, Falla Arrancapins

“Para mí, la Ofrenda va más allá de lo religioso, creo que es un acto de empatía hacia la Virgen”.

DAVID GONZÁLEZ, Falla Plaza Doctor Collado

“Es el acto más participativo y preferido de la comisión. Algunos años llevamos canastilla especial elaborada por los falleros y son originales, pero es ocasionalmente”.

MELI PENELLA, Falla Maestro Bellver – Mariano Ribera

“Es uno de los actos más participativos y llevamos siempre una canastilla desde el año 1950. Es nuestra seña de identidad en la Ofrenda y lleva nuestro nombre”.

PERE BORREGO, Falla Na Jordana

Sobre la ofrenda, es verdad que se consiguen cada año cifras espectaculares de participación (según datos de la policía local, en la actualidad varía entre 100.000-130.000 participantes) e incluso hay falleros y falleras que solo se visten ese día con la indumentaria tradicional, pero no es menos cierto que muchas comisiones se ven incrementadas censalmente en el día de ofrenda por amigos o compromisos de la comisión (falleros de honor, colaboradores, familiares no falleros, etc.) que provocan este aumento de cifras tan notable, independientemente que, en algún caso, es también, fuente de recurso económico indirecto.

En cuanto a la cremà, podemos decir que hemos registrado datos sorprendentes, en el sentido de que aparentemente la gran mayoría de fallas se queman de manera convencional, sin embargo, hemos podido observar, que 11 de 15 comisiones entrevistadas, tienen un ritual de *cremà*, lo que significa cifras porcentuales del 75%. Teniendo en cuenta el tamaño diminuto de la muestra, dado el carácter cualitativo del trabajo, hace pensar en datos significativamente estadísticos si se extrapola el resultado.

Hemos encontrado perfiles con diferentes rituales que surgieron de las más diversas circunstancias. Así, por ejemplo, un regalo de una fiesta hermanada supuso el comienzo del ritual para Arrancapins, mientras que en la comisión de la Plaza del Dr. Collado, la propiedad hostelera de un fallero fue lo que originó la tradición.

“Quemamos la falla con un *drac* (que nos regalaron *els dimonis de Massalfassar*, con los que estamos hermanados), baja por un cable con fuego en la boca. Este año hicimos también el día de

San Jose un concierto de música clásica y tuvo mucha aceptación. Lo seguiremos haciendo”.

JOSEP ANTONI COLLADO, Falla Arrancapins

“Desde 1963 que llovió mucho y se desplomó la falla, un grupo de falleros recogió todos los restos, se acumularon en el centro de la plaza y se extendieron tracas rodeando la falla. Gustó mucho y desde entonces se mantiene.

El ritual consta de varias fases: la cena, después el presidente instruye sobre la *cremà*, se reparten las tracas (una por fallero y mayores de 18 años y todos van a la plaza. Se colocan con sus tracas en círculo, a unos 15 m, alrededor de la falla (suelen ser 150-160 tracas). Mediante un sistema de megafonía, la fallera mayor imparte las órdenes. Primero grita *-Extended las tracas-*; y una vez extendidas todas, da la orden: *-uno, dos y tres-*, ella enciende primero e instantáneamente prenden todas (con la salvedad de que si una traca no prende enseguida, hay que soltarla porque te retorna el fuego)”.

CARLOS COSCOLLAR, Falla Molinell – Alboraya



Figura 163: Plano general de la *cremà* de la Falla Molinell – Alboraya (Fte. Archivo personal)



Figura 164: Primer plano de la *cremà* de la Falla Molinell – Alboraya. Observense las tracas. (Fte. Archivo personal)

Otras comisiones mantienen un ritual tradicional (Pza. Dr. Collado), incluso recordando épocas pasadas, como el caso de la falla Els Generals, o cuidando al máximo cada uno de los detalles que dignifican la *cremà*, con fuerte custodia de la falla

incluida (Duque de Gaeta-Puebla de Farnals). También en este espacio se ubicaría la comisión de Plaza de Jesús en la que la *cremà* queda caracterizada por el traspaso del fuego, a modo de ritual olímpico, entre las falleras mayores de años consecutivos, entre un enorme pasillo de gente, que presencia y comparte el evento.

“Siempre la quemamos desde balcón de un hostel. Antes se hacía desde *Habitaciones la Lonja*, porque el dueño era fallero (desde hace más de 40 años). Hasta 2012 se hacía la *xopà* de los bomberos porque un bombero era fallero pero se jubiló y se acabó”.

DAVID GONZÁLEZ, Falla Plaza Doctor Collado

“Nuestro ritual es el cuidado máximo de todos los detalles de la *cremà*. Desde mediodía custodian la falla unas 10 personas y hasta al pirotécnico se le pide que no se rompa nada y se quemé íntegra”.

MARCOS SORIANO, Falla Duque de Gaeta-Puebla Farnals

“Para quemarla, la infantil la trasladamos a la esquina donde estuvo toda la vida y que por leyes urbanas tuvimos que cambiar. Cuando está en brasas, todos nos cogemos en círculo alrededor de la falla y cantamos nuestras canciones de la falla y canciones falleras”.

CÁRMEN LÓPEZ, Falla Els Generals

“Hay un ritual especial para la *cremà* desde 2006. La fallera mayor del año anterior, en un ritual, hace como que guarda el fuego y llega con una pequeña cazuelita de barro que tenemos y que lleva la llama, para dársela a la Fallera Mayor de este año que es la que enciende el fuego junto con el presidente. La comisión le hace todo un pasillo a la llegada de la llama. Este año, como no había Fallera Mayor Infantil, cada niño se iba pasando el fuego de bengala a bengala hasta la *cremà* y fue muy emocionante. Además, las dos *cremaes* van acompañadas de ritual musical: en

los niños suena *Alegría*, del Circo del Sol, y en la mayor suena *El pájaro de fuego* de Stravinsky”.

ANTONIO MONMENEU, Falla Plaza Jesús

Un ritual especial en el caso de la *cremá* es el que realiza la falla Corona-Beneficencia, ya que cada año está adaptado al lema de la falla y tiene su propio protocolo. En este caso es un ritual cambiante, donde la creatividad de la comisión, se pone de manifiesto.

“Intentamos sorprender y buscamos una filosofía sincrónica del fuego con el monumento. La *cremá* está sincronizada con el lema de la falla y se hace un protocolo (punto de origen del fuego y nunca lo inicia la Fallera Mayor). Diseñamos cada año el ritual y lo suele encender el pirotécnico”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona – Beneficencia

Y en este apartado, finalizamos con un ejemplo de recreación histórica de la comisión Sevilla-Denia. Hasta tres veces se repite el ritual, pero comenzando con los orígenes de la tradición y dando protagonismo a la comisión infantil y al barrio.

“En la *cremà* llora todo el mundo y somos de las pocas fallas que hace tres *cremaes*. La *estoreta velleta* a las 20.00 h., los niños dan una vuelta por el barrio y piden trastos de todo tipo y con ellos elaboran sus propios *ninots* y la prende el presidente infantil. Después está la *cremà* infantil y la mayor. Al final, todos juntos nos hacemos una foto con las cenizas”.

CARLES GALIANA, Falla Sevilla – Denia

Hay actos que son exclusivos de cada comisión. Lógicamente hemos seleccionado unos ejemplos representativos, pero que indican perfectamente la riqueza creativa y cultural de las comisiones de falla.

Por ejemplo, el culto al fuego y a la pirotecnia de la falla Corona-beneficencia, se tradujo en el año 2004 en la recuperación de la *despertà* a nivel colectivo, celebrándose desde entonces, el día de la Crida.

“Fuimos los creadores de la Macrodespertà, acto de referencia para la ciudad. Es una idea que la Falla Corona propuso al

Ayuntamiento y que se sigue realizando hasta hoy. Ese año (2004) el lema de la falla era *Disculpen las molestias* y pensamos en transformar lo que puede verse de negativo en las fallas, como el ruido de los petardos, en algo positivo, con este evento que se mantiene. Además servía para reivindicar a recuperación del *tró de bac*”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona-Beneficencia



Figura 165: *Macrodesperta* organizada por la Falla Corona-Beneficencia junto a JCF (Fte. Archivo personal)

También, entre los actos especiales y exclusivos de las comisiones, se pueden considerar aquellas que celebran entrega de galardones a personas o entidades relacionados con la fiesta de las fallas, en reconocimiento a su labor. En este ejemplo se ubicarían, entre otras, las comisiones de plaza del Dr Collado o Maestro Gozalbo-Conde Altea.

“Tenemos tres eventos propios. Los premios Lonja, que reconocen su labor a entidades o personas de la sociedad valenciana y a nuestra Fiesta, el Premio Salvador Debón, que reconoce al artista revelación de las fallas que se plantaron ese

año. También tenemos Els Jocs Solidaris, que recaudan dinero y dan difusión de la labor de los Centros Ocupacionales y la revista l'Embolic, con contenidos culturales diversos, sobre la falla y otras cosas de nuestra fiesta y ciudad”.

DAVID GONZÁLEZ, Falla Plaza Doctor Collado



Figura 166: Premios Lonja y Salvador Debón de la Falla Plaza Doctor Collado. (Fte. Archivo personal)

“Tenemos los premios *Héroes Falleros* donde se reconoce a la gente que trabaja en la sombra, que son necesarios para la fiesta y que nunca son valorados”.

MIGUEL PRIM, Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea

No pueden faltar los actos culturales y, en este caso, uno de los principales eventos con la celebración del 9 de octubre es el que aporta la falla Na Jordana.

“Tenemos actos propios como la confección y presentación del Belén, que le damos mucha importancia; otros como la Fireta, o la Escola Valenciana, o la cena de presentación del Llibret, *el día 9 a las 9 en el número 9* y, por supuesto, el *Tirant de Lletra*, coincidiendo con el 9 de Octubre, donde se lee el *Tirant lo Blanc*

durante varios días y participa gente de toda la sociedad y cultura valenciana”.

PERE BORREGO, Falla Na Jordana



Figura 167: *Fireta* de la Falla Na Jordana (Fte. Foto cedida por la comisión)

Hay dos comisiones de las entrevistadas en las que ya se ha ubicado su acto representativo en el apartado de la *cremà*, como son Molinell-Alboraya y Plaza de Jesús, sin embargo, existe otro tipo de rituales en algunas comisiones que tienen muy buena aceptación, como son las cenas temáticas colectivas, en las que se aprovecha una fecha clave, ajena al calendario fallero, para montar un acto lúdico importante y, en muchas ocasiones abierto al barrio o al público en general. Con el tiempo y el éxito se hacen necesarios cuando llegan las fechas; por ejemplo, el día de San Valentín o la noche de San Juan.

“Tenemos varios. El fin de semana antes de fallas hacemos una presentación masculina, de mundo al revés total; y la noche de la *cremà*, es tradicional, a las 8 de la mañana, cuando todo está limpio, los que quedamos, nos hacemos una foto en el cruce de calles donde estaba la falla, a esa foto le llamamos *La soledad del guerrero*”.

MARCOS SORIANO, Falla Duque de Gaeta - Puebla Farnals

“Sí, como algo especial, tenemos la cena temática de San Juan, es espectacular. Ambientamos todo el barrio, que se transforma (época Pop, Mundo de chocolate, etc y hay una grandísima participación”.

CÁRMEN LÓPEZ, Falla Els Generals



Figura 168: Cena *temática* de San Juan de la Falla Els Generals (Fte. Archivo personal)

“Para nosotros es única la cena de San Valentín, la cena la sirven los pequeños vestidos de camareros elegantes”.

SUSANA BARRÉS,

Falla Duque de Mandas - Diputada Clara Campoamor

Y ahondando en la creatividad de las fallas, una comisión que hace gala de ello en los últimos años es Sevilla-Denia, con la tematización de sus ejercicios, pero que cuenta, sobre todo, con ADN escenográfico, que se traduce en los premios Bernarda al teatro fallero y en muchas de sus actuaciones.

“Estamos volcados con el teatro, de siempre. En 2006-2007 y 2008 nos llevamos primer premio del Concurso de JCF y el último en 2012. También desde que entré, la falla estaba muerta e instauramos los años temáticos y ha funcionado muy bien. Todo lo que se ha hecho estaba tematizado con la falla. Se ha reactivado

la comisión y hemos disfrutado estos tres últimos años: la falla *más verde*, la *más alta* y la *más flamenca*. Con todo esto se consiguieron dos cosas muy importantes: por un lado, tematización, identificación y reactivación de la falla. Y por otro, conexión total entre mayores e infantiles. Se consiguió un aumento de la comisión, un aumento de la participación y la integración de la gente joven. Intentamos que la falla interactúe. Últimamente ha sido espectacular lo de los *selfies*. Con Mafalda, este año, se batieron todos los records y pusimos en la parte de abajo, todos los *selfies* que se hicieron. Por último, tenemos los premios Bernarda, a la gente que destaca en el teatro fallero”.

CARLES GALIANA, Falla Sevilla – Denia

5.1.2.2 *Llibret*

Elemento de comunicación importantísimo, como ya dijo el presidente de la falla Corona-Beneficencia, “es la falla eterna, porque es lo que queda”. Tras el estudio realizado, hemos observado una amplia diversidad de modalidades y de interpretaciones de las comisiones frente al *llibret*.

Cuadro 49:
Tipologías de *llibrets*



Elaboración propia

Antes de exponer las tipologías de *llibrets* encontradas, es importante conocer la opinión sobre los mismos de algunos eruditos de la fiesta. Por ejemplo, Ramón Estellés, coordina el de su comisión Pere Cabanes-Joan XXIII, y aunque ésta tiene más objetivos culturales, considera que se está realizando una labor aceptable e interesante.

”Es de diversos autores y lleva varias secciones. Cada vicepresidente o delegados redacta una crónica del año fallero; Festejos incorpora también una crónica de donde se ha participado; en otra sección se cuenta lo que hace en la falla durante todo el ejercicio y, desde hace nueve años, se incorporó la explicación de la falla en valenciano normativo. También se incluye todos los años uno o dos artículos de investigación. Hemos tenido varios premios, por ejemplo, el Premio Soler i Godes en el año 2010, aunque hemos recibido más premios importantes”.

RAMÓN ESTELLÉS, Falla Pere Cabanes – Joan XXIII

Sin embargo, se muestra muy crítico a la hora de valorar la bipolaridad lingüística y las normativas de los concursos de *llibrets*, además de valorar las tendencias últimas hacia donde avanzan los formatos modernos de los mismos.

“Un *llibret* no tiene por qué ir a concurso para justificar que está escrito en valenciano”

“A la gente le cuesta mucho leerlo, se lo leen solo, tres o cuatro de toda la comisión”.

“Últimamente, el *llibret* se ha inflado extraordinariamente y se le da un tratamiento enciclopédico, con lo que pierde su esencia. Es un complemento de la falla, no el protagonista”.

RAMON ESTELLES, Falla Pere Cabanes-Joan XXIII

En la línea crítica sobre los *llibrets*, encontramos también otros autores que opinan que se ha perdido la esencia y el objetivo fundamental para el que fueron creados, la explicación de la falla.

“El *llibret* tal como está concebido hoy, no tiene razón de ser, por el tamaño y los contenidos. pero hay mucha gente que vive de eso”.

MANOLO SANCHIS, Dtor. Revista Cendra

“En general, a los *llibrets* les falta más cuidado en el diseño y la imagen. Deben reforzar el carácter participativo y colaborativo de la falla, y su esencia es la *explicació i relació* de la falla”.

JOSEP LLUIS MARIN, Autor

“Las Comisiones le dan al *llibret* una importancia relativa. Todas editan uno, aunque algunas sólo lo hacen como programa de Festejos, mostrar los bocetos de la Falla Mayor e Infantil, la lista de componentes de la Comisión y en ocasiones artículos sobre temas históricos a del Barrio”.

DONIS MARTIN, Autor

“Se ha perdido un poco la explicación de la falla por temas culturales. Lo ideal es que haya coherencia con la falla, pero pueden haber muchos planteamientos, también válidos”.

“El secreto de un buen *llibret* es haberse documentado bien y tener las ideas claras y un posicionamiento sobre un tema”.

JOAN CASTELLO, Periodista

Además, aparecen también más voces críticas sobre los concursos y los premios.

“Los premios de la Generalitat han hecho daño, han resultado conductistas. No hace falta hacer mastodontes para cumplir el objetivo de la comunicación. ¿Alguien se lo leerá todo?”.

JOSEP LLUIS MARIN, Autor

En este mismo sentido crítico, hay disparidad de opiniones sobre el hecho de que existan dos concursos que se rigen por normativas diferentes.

“La valoración de dos concursos hay que referirla siempre a un tema político y de intención de quien propone el segundo concurso. Ahora con la normativa impuesta por la AVL ya se está forzando a las Comisiones a que tomen partido con ésta, llegando el caso como en el Ayuntamiento de Sagunto, a amenazar con quitar el premio a las fallas que no sigan en sus *llibrets* esta normativa”.

DONIS MARTIN, Autor

“Cuanto más concursos para todo, mejor. Lo importante es que la gente se vincule, aunque sea desde varios perfiles o modelos. Esa pluralidad de que una creación pueda verse desde distintos puntos de vista, motiva”

JOSEP LLUIS MARIN, Autor

También hay opinión constructiva cuando se plantean las bases que debe tener un buen *llibret*.

“Las claves de un buen *llibret*, es que disponga de dos partes básicas: aspectos de sociabilidad de la falla y la explicación de la misma”.

JOSEP LLUIS MARIN, Autor

“ El secreto del *llibret* está siempre relacionado con la virtud que pueda tener el poeta que lo escribe, saber ahondar en el pensamiento del artista que ha modelado la Falla [...], además ha de contener el elemento gracioso que lleve a quien lo lea la sonrisa o la carcajada. No olvidemos que se trata de una exposición explicativa de una Fiesta”.

DONIS MARTIN, Autor

“Debe ser corto, conciso y preciso”.

MANOLO SANCHIS, Dtor. Revista Cendra

Una de las frases más contundentes sobre la valoración del *llibret* es la que pronunció el presidente de la falla Corona-Beneficencia, que demuestra la importancia

que otorgan algunas comisiones al valor cultural del mismo. Han conseguido incluso, que sea un *llibret* disponible al público en la tienda del IVAM.

“El *llibret* es muy importante. Es la falla eterna, es lo que queda. El nuestro es de varios autores y tematizado. Está en venta en el IVAM desde estos dos últimos años. Es un diseño de calidad. Debe gustar al fallero y al no fallero. Debe despertar interés también de la gente no fallera”.

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ, Falla Corona – Beneficencia

Analizado las entrevistas y los contenidos de los *llibrets*, encontramos que el 60% de las comisiones entrevistadas, tienen el *llibret* tematizado y sincronizado con la falla. Por otro lado, en la actualidad, tras el trabajo de campo, nos encontramos con varios tipos de *llibrets* y de contenidos.

Llibret tradicional: con contenidos convencionales. Son aquellos que forman parte común del *llibret* de la mayoría de comisiones y que se mantiene de forma permanente durante el tiempo. Estos son, las páginas protocolarias introductorias, generalmente conformadas por saludas del Presidente o de alguna autoridad vinculada a la comisión, bien sea de forma circunstancial o permanente; las fotografías de las Falleras Mayores y los Presidentes; los poemas a las Falleras Mayores; los bocetos de las dos fallas; la relación de falleros y falleras que componen la comisión; el programa de actos, un resumen fotográfico o pequeña crónica del ejercicio pasado y la publicidad. En ocasiones puede haber alguna firma invitada que redacta algún artículo, sin más. Son los más abundantes, están elaborados por una o varias personas y, generalmente, no es el objetivo participar en algún concurso.

Llibret temático: con contenidos monográficos. Son *llibrets* que, además de aportar lo convencional, abordan un tema, que puede ser, o no, el de la falla, y lo desarrollan con la interpretación y opinión de diversos autores. Pueden haber textos recopilatorios, de opinión o de investigación. Suelen colaborar autores relevantes o especialistas en el tema abordado. Se suele elaborar por una o varias personas con experiencia y especializadas en este campo. En ocasiones son textos muy densos de contenidos, bastante voluminosos y muy elaborados, tanto en la calidad del papel y las imágenes como en el diseño y la maquetación. En estos últimos casos, diluyen el sentido original del *llibret*. Normalmente, se presentan a concurso.

“El *llibret* debe estar tematizado y sincronizado con la falla. Si no, no es el *llibret*, es otra publicación”.

JOSÉ FCO. CARSI, Diseñador

“El *llibret* está sincronizado con la falla, es monográfico y va a concurso. Intervienen varios autores entendidos en las materias que se aborden”.

JOSEP ANTONI COLLADO, Falla Arrancapins

“Es tematizado e intentamos que mayor e infantil estén conectados, algo en común. Vamos a concurso de la Generalitat y de *Les Lletres falleres*”.

NOHEMÍ RODRIGUEZ, Falla Castielfabib-Marqués de S. Joan

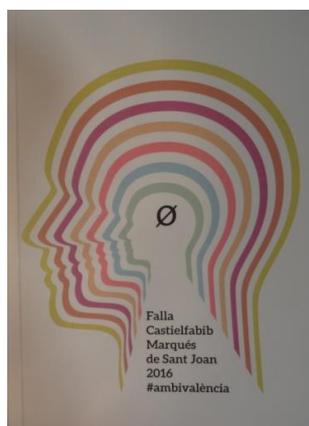


Figura 169: *Llibret tematizado* de la Falla Casteilfabib. (Fte. Archivo personal)

Llibret Aniversario: con contenidos históricos. Son *llibrets* que recopilan la trayectoria de una comisión, en forma de aniversario, en el que se recogen todas las actividades y protagonistas históricos de la celebración. Se suele designar un director del proyecto o un equipo para elaborarlo. Generalmente se les dedica un presupuesto y una gala especial de presentación. En este caso, se suele buscar la dignificación de la efeméride en general, más que la presentación a un concurso o la obtención de un premio.

“Es la publicación más importante, para nosotros siempre lo ha sido. Intervienen varios autores y se intenta que varias autoridades del mundo de las artes, participen. Entramos en el concurso de la Generalitat. Tenemos un primer premio en 2005 y este año 2016 un tercer premio. Siempre está tematizado con la falla”.

PERE BORREGO, Falla Na Jordana

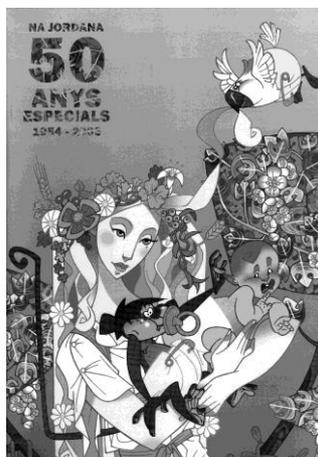


Figura 170: *Llibret* 50 aniversario en Especial de Na Jordana. (Fte. Archivo personal)

Llibret objeto: con contenidos diversos. En este apartado, se encontrarían aquellos *llibrets* que son objeto por sí mismos, con retóricas visuales miméticas o vanguardistas, o bien incorporan *gadgets* o algún dispositivo asociado que complementa la publicación.



Figura 171: *Llibret objeto* de la Falla La Malva. (Fte. Archivo personal)

Llibret interactivo: en este caso, son publicaciones que incorporan algún elemento de las nuevas tecnologías. Últimamente están proliferando este tipo de recursos, en especial, la lectura con códigos “QR”, que permite interactuar con el *llibret* y asociándolo a un móvil personal, por ejemplo, nos permite tener experiencias de realidad aumentada y visualizar o reproducir de manera virtual una plantá o un saluda de la fallera mayor. Ejemplos de éste tipo de *llibrets* los hemos encontrado, por ejemplo, en la falla Sevilla-Denia, en Diputada-Clara Campoamor, o en Maestro Gozalbo-Conde Altea.

“Lleva portada de la falla y está sincronizado con ella. Lo utilizamos con TICs, en 2013 llevaba códigos QR, en el que al activarlo, aparecía la fallera mayor y te deseaba felices fallas”.

CARLES GALIANA, Falla Sevilla – Denia

“Está coordinado por 5 falleros, pero colaboran muchos. Esta tematizado y solemos hacerlo interactivo porque la gente lo disfruta más.. Tenemos también un *llibret* de recepción de visitas”.

SUSANA BARRÉS,

Falla Duque de Mandas - Diputada Clara Campoamor



Figura 172: *Llibret interactivo* de la Falla D. Mandas- Diputada C. Campoamor. (Fte. Archivo personal)

Llibret solidario: aquí se pueden ubicar aquellos que incorporan en sus contenidos, algún tipo de lenguaje especial par apersonas con alguna discapacidad. Por ejemplo, con

sistema Braille, o con pictogramas para niños con Trastornos del Espectro Autista (TEA). Ejemplo de ello encontramos en la falla de la Plaza de Jesús.

“Desde el año 2012 en los infantiles y desde 2013 en los mayores, nuestros *llibrets* llevan pictogramas y, además, también los ponemos a pie de falla. Asimismo, desde 2013, con el *libro de visitas*, ponemos en Braille un texto sobre la falla y una maqueta para invidentes. Nos gusta colaborar con la solidaridad”.

JUANJO MEDINA, Falla Plaza de Jesús

Llibret de visitas: es un elemento poco utilizado por las comisiones, pero resulta muy interesante y muy útil para los estudios de recepción. Algunas de ellas, colocan un *llibret* a pie de falla para que los visitantes, escriban sus impresiones, bien de la falla, o bien sobre algún tema relacionado con ella. Ejemplos de estos *llibrets* hemos observado en las fallas de Plaza de Jesús, Arrancapins, Vall de Laguar- Padre Ferris, Duque de Mandas - Diputada Clara Campoamor o Lepanto-Guillem de Castro.

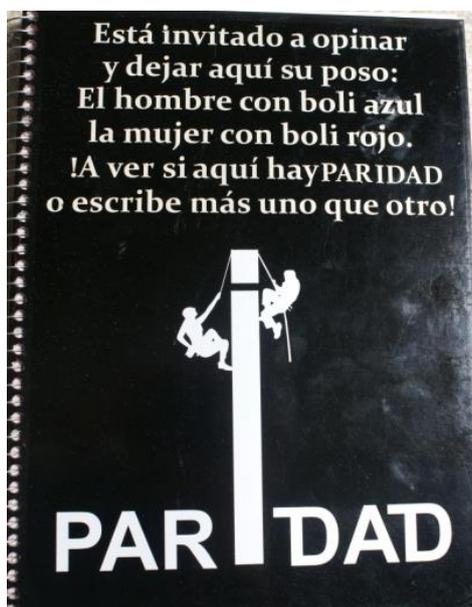


Figura 173: *Llibret de visitas* de la Falla Padre Ferris.
(Fte. Imagen cedida por Pedro Rodríguez)

Entre las comisiones estudiadas en este trabajo, 10 de las 15 entrevistadas (67%) tienen sus *llibrets* tematizados y sincronizados con la falla. Ejemplos de comisiones que han cuidado durante largo tiempo la tematización, el diseño, los contenidos y la coherencia del *llibret* son, a nivel de la ciudad de Valencia las comisiones de Na

Jordana, Francesc Climent-Uruguay, Joan de Aguiló-Gaspar Aguilar o Corona-Beneficencia.

En el ámbito de los Premios de la Generalitat Valenciana a la promoción y uso del valenciano, hay ejemplos ilustres como Falla La Malva de Alzira, Falla Port de Silla, Falla El Mocador de Sagunt, Falla El Canet de Cullera, etc. Y en los premios de *Lo Rat Penat*, por ejemplo Sant Vicent - Periodiste Azzati, Malvarrosa - Antoni Ponz – Cavite, Cervantes - Pare Jofre, Santiago Rusinyol - Comte Lumiares, etc.

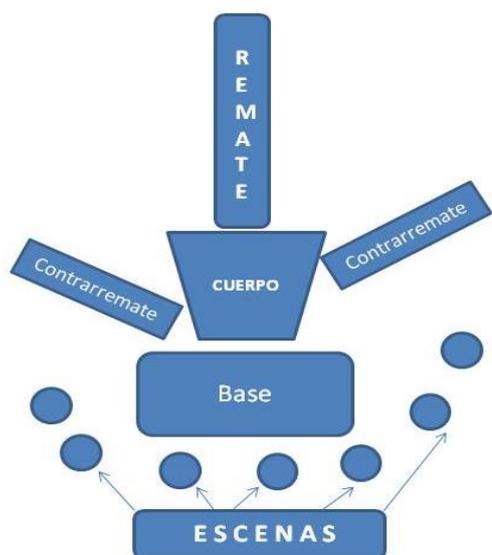
5.1.2.3 Falla.

Los elementos de comunicación de la falla que hemos identificado son: lema, remate, contrarremates, base y cuerpo central, escenas , textos y *ninot*.

Aunque a lo largo de todo el desarrollo del trabajo, queda patente, entre líneas, cuales son los elementos más importantes de transmisión del mensaje, a través de la falla, en esta apartado se pretende concretar y definir la misma como medio de comunicación.

Para ello, se ha diseccionado anatómicamente la falla conceptualmente considerada como *falla artística* o convencional y los resultados obtenidos son:

Cuadro 50:
Anatomía de una falla



El *lema* Es el título en que se basa la idea de la falla. En los textos de difusión, es lo primero que se percibe junto a la imagen del boceto. En algunas fallas aparece expuesto con algún tipo de rotulación. Suele estar elegido por el creativo que diseña la falla.

El *remate* es la pieza más grande ubicada en la parte alta del eje central de la falla y el elemento persuasivo de la misma. Lo que primero se ve, incluso a larga distancia. Debe cautivar para acercarse a contemplarla en su totalidad. En realidad, debe ser el primer elemento leído de un discurso con estructura piramidal descendente. Suele ser un motivo alegórico que representa el tema sobre el que gira la falla y es el elemento estrella de la misma. Existen multitud y variedad de remates pero básicamente se resumen en dos: por un lado, el remate icónico, formado por un único elemento que puede responder a distintas tendencias estéticas (visto en proceso de producción); y por otro lado, el remate escena, configurado por dos o más elementos que generalmente interactúan y otorgan valores de complejidad, volumen, riesgo y composición espacial a la estructura final. Generalmente, a la figura o figuras principales del remate se le añaden pequeños elementos también figurativos con objetivos estéticos o comunicativos.

El *contrarremate* se sitúa en la parte medio alta de la falla. A modo de remate auxiliar y sin tener el volumen o protagonismo de éste, representa la transición entre el remate y las escenas. Hacen o deben hacer de intermediarios narrativos o de hilos conductores del discurso desde el remate hacia las escenas. Sirven, por tanto, de puente, de enlace, o para crear volumen.

La *base* y el *cuerpo central* constituyen el catafalco principal sobre el que se asienta la falla, y alrededor de lo que gira todo estructuralmente. Son el soporte básico de remate, contrarremates y escenas, y debe servir también de complemento en la transmisión del mensaje, además de contribuir a dar solidez a la estructura arquitectónica.

Las *escenas* representan el desarrollo del mensaje a través de la historia que se quiere contar. Mayoritariamente están formadas por uno o varios *ninots* que interactúan. Se suelen disponer en formato circular y generalmente hay un sentido y un orden de lectura. Las figuras suelen acompañarse de textos o carteles..

Los *ripios* y *carteles* son los textos que acompañan a las escenas o a los *ninots* aislados. Pueden estar escritos en verso, o no. Están escritos en valenciano y de la destreza del escritor o poeta, depende para hacer los juegos de palabras, rimas o metáforas que provoquen la risa o admiración del espectador.

El *ninot* es el elemento básico o célula artística más sencilla del tejido comunicativo fallero. Es el portador principal del mensaje junto al remate y representa valores de diversa índole, como culturales, estéticos, comunicativos o identitarios. Es cierto que la propia evolución de la fiesta y del concepto de arte efímero ha hecho que podamos encontrarnos con algunas obras en las que no estén presentes los *ninots*, pero respetando al máximo este hecho y esta visión conceptual del arte, y ahondando en la profundidad de la historia de las fallas, es evidente, como queda patente en la literatura especializada, que el *ninot* adquiere valor histórico, cultural y, como se pretende demostrar en este trabajo, un enorme valor expresivo y de comunicación.

El *ninot* es capaz de comunicar, de transmitir, de emocionar, de incitar una sonrisa o de provocar un comentario. Como se describe en la obra *Los escultores del fuego* (Ariño, 1993), caretas de cartón y cabezas de cera en sus orígenes, que modelan la historia, para convertirse en toda una manifestación cultural y social de un pueblo. Valencia es un ejemplo de que, además de arquitectura, de literatura, de música, o de orfebrería, entre otros muchos, existe otra forma de lenguaje popular, que es el *ninot* y que es la falla.

Además, la historia de la fiesta está llena de ejemplos que demuestran este valor cultural: *Museo Fallero*, *Museo del Gremio de Artistas Falleros*, *Exposición del Ninot*, *Ninot Indultat*, *Cabalgata del Ninot*, etc. Esto a nivel más institucional, pero no podemos dejar de lado, todos aquellos rituales o eventos de los que forma parte el *ninot* y que también cabe considerar, como por ejemplo, el carácter simbólico que adquiere el indulto del fuego a nivel popular, o el indulto que se efectúa en las comisiones a nivel personal un momento antes de la *cremá* de la falla (las falleras mayores y presidentes infantiles, sobre todo), como representación de vivencias de todo un ejercicio para transformarse en el recuerdo de una experiencia única.

Por último y más allá de valores estéticos, memorísticos o históricos, quisiera destacar, como ya se expuso al principio, el valor comunicativo de esta figura.



Figura 174: Modelado de *realismo* de Vicente Luna. (Fte. Archivo personal)



Figura 175: *Caricatura* de Alejandro Santaaulalia. (Fte: Archivo personal)



Figura 176: Mimo de Julio Monterrubio (Fte: Archivo personal)

El *ninot*, por su forma, por su aspecto, por su disposición en el espacio, tiene ya gran valor expresivo, pero si profundizamos más en este sentido, encontramos innumerables posibilidades de generar toda una retórica visual con un gran valor semiótico.

En el apartado de metodología se recoge una clasificación de elementos de la retórica de la imagen que tienen, algunos de ellos, gran representatividad en el lenguaje fallero.. Por ejemplo , dentro de estas figuras retóricas son muy frecuentes la metáfora, la hipérbole (caricatura), la elipsis, la prosopopeya , etc. En las figuras adjuntas se observan ejemplos de retóricas de la imagen representadas por *ninots*.



Figura 177: *Prosopopeya* de una salchicha (Fte: archivo personal).



Figura 178: *Hipérbole* de un político (Fte: archivo personal).

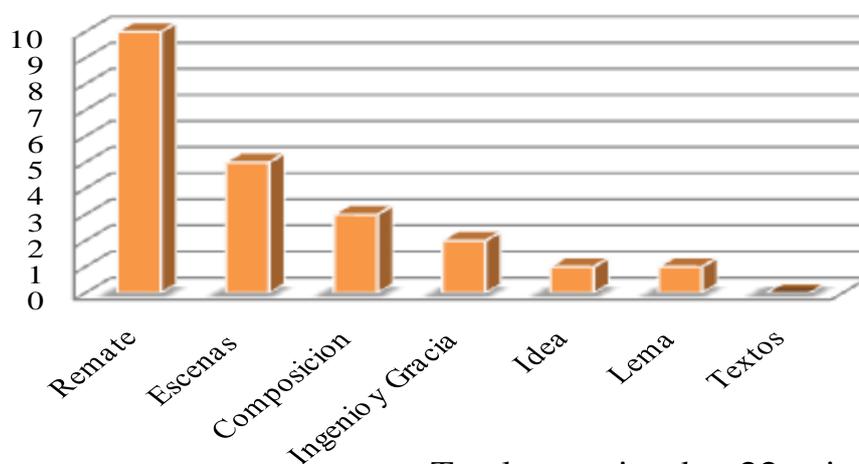


Figura 179: Paralelismo (Fte: archivo personal).

Como se observa, las posibilidades expresivas de los *ninots* son elevadas, no solo por su estética visual sino por su carácter semiótico. Disciplinas como la Psicología o la Pedagogía, así lo avalan, como hemos podido constatar en este trabajo.

Por último, y en este contexto de estudio anatómico de la falla, se recogen a continuación, los resultados que reflejan el elemento de la falla con mayor poder comunicativo para los artistas.

Cuadro 51:
Elemento más comunicativo según los artistas



Total entrevistados: 22 artistas

Elaboración propia

Se observa en la gráfica, que, para los artistas falleros, el mayor poder comunicador de la falla reside en el remate, muy por encima del resto de elementos. Sin embargo, adquieren escaso protagonismo en este aspecto los textos. Conviene destacar aquí,

como se verá en el apartado de consumo, que uno de los grandes dilemas de la comunicación, es la sintonía en la interpretación emisor-receptor y, en este caso, como veremos, en el proceso de circulación-difusión, no hay garantía en cuanto a la unicidad en la misma.

5.1.2.4 Mapa de distribución del mensaje.

En el mapa de distribución del mensaje, podemos observar el carácter nodal de la misma. A destacar el aspecto homogéneo y expansivo de las fallas, distribuidas no solo en el centro de la ciudad sino también en circuitos periféricos.



Figura 180: Mapa de ubicación de fallas. (Fte. Revista El Turista Fallero)

Organizadas en 24 sectores que pueden integrar desde 11 fallas que presenta, por ejemplo, el sector Ruzafa “B” o Mislata, y las 19 que contienen los sectores Benimamet

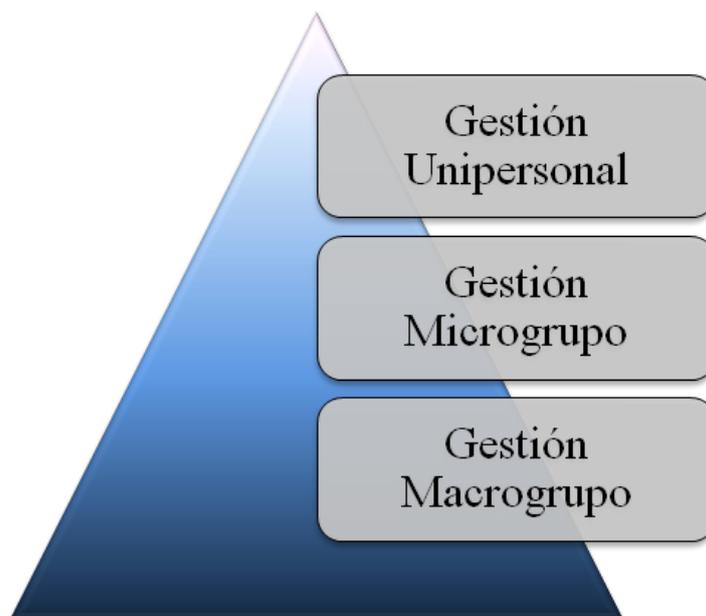
– Burjassot - Beniferri o Plá del Reial - Benimaclet. En este sentido hay que decir, que, a finales de los años sesenta, la ciudad vivía un carácter creciente y expansivo y, en los círculos rectores de la ciudad, predominaba la idea de la construcción de una “Gran Valencia”. Y, aunque no existe hasta el momento documentación que verifique la verdadera razón, se incorporaron al censo de Junta Central Fallera, las poblaciones de Burjassot, Mislata, Quart de Poblet y Xirivella, manteniéndose desde entonces hasta la actualidad.

En la imagen, se puede observar como en las zonas como el Ensanche o Ruzafa, prácticamente existe una comisión en cada cruce de calles.

5.1.2.5 Gestión de comunicación de las comisiones.

En el aspecto de la vivencia mediada por las comisiones, describimos tres modelos de gestión comunicativa diferentes, teniendo en cuenta que, entre ellos, pueden darse otras posibilidades intermedias.

Cuadro 52:
Tipologías de comunicación en las comisiones



En el modelo de gestión unipersonal, lleva el peso de la comunicación sólo una persona, por ejemplo, en la falla Islas Canarias- Dama de Elche o en la falla de la Plaza del Pilar:

“Prácticamente lo hago yo en exclusiva. En semanas tranquilas suelo emplear 3-4 horas a principio de semana dejando programado los próximos 7 días. En semanas repletas de actos, campeonatos, novedades [...] pueden ser un par de horas al día.”
 “La labor de comunicar a nuestros falleros y amigos todo lo que acontece en DAMA es el principal objetivo. Que se sepa que hay falla fuera de los 5 días de la semana fallera... y mostrar todas nuestras actividades, intentar acercar a falleros menos participativos, o nuevos integrantes a nuestra comisión”.

MARTHA BAJO, Falla Islas Canarias-Dama de Elche

“El objetivo ha sido siempre el salir de la zona de confort en la que nos movemos en el mundo fallero. Llegar a gente nueva, de otras fiestas, ciudades, ámbitos culturales.”

“Gestiono sola las redes de la comisión Falla Plaza del Pilar, hablamos de una media anual de 7 horas semanales que se incrementa en marzo. Desde principio de año se programa qué y cuándo publicar, a qué dedicarle atención, para que durante todo el ejercicio estén activas”.

OLGA GARCIA, Falla Plaza del Pilar.

En el modelo de gestión microgrupo, se reparte entre varios componentes (3-5), como por ejemplo la Falla de Na Jordana.

“Cubrimos todas las actividades que se llevan a cabo en el ejercicio fallero. Empezamos a principios de abril con la campaña de la *apuntà on-line*, compartimos la noticia de los fichajes de nuestros artistas, cubrimos todas las actividades que nuestros representantes realizan fuera y dentro de la falla, publicamos anuncios de las actividades que vamos realizar así como

generamos el material de carteleria y diseño de eslóganes, creamos un despliegue especial para cubrir los eventos importantes como son: la presentación de proyectos, el *Tirant de lletra*, la presentación de las falleras mayores, la *plantà* y la *cremà* de la falla y generamos campañas especiales para promoción del *llibret*, el betlem de Na jordana y la tienda on-line. Además gestionamos un grupo privado en facebook para coordinar las campañas de promoción con el resto de los falleros”.

“Pero somos tres personas los que llevamos las redes sociales trabajando de manera coordinada diaria. Nos reunimos una vez al mes para revisar y planificar el trabajo y una vez por semana se establece contacto a través de algún grupo de trabajo on-line o con reuniones presenciales. Diariamente se revisan las notificaciones, prácticamente las 24h a través de dispositivos móviles, se leen las secciones de publicaciones de otros medios buscando aquello que nos compete y se atienden las cuentas de correo vinculadas a las redes sociales. En mi caso yo calculo unas dos o tres horas al día de trabajo más la disponibilidad continua a través del móvil”

MARIA GARCIA, Falla Na Jordana

En el modelo de gestión macrogrupo, se trata de un grupo grande (más de cinco personas), como ocurre en la falla Mestro Bellver-Mariano Rivera, que son 7 componentes:

“En 2009 abrimos el Facebook de la falla, lo llevaba sólo una persona y únicamente colgábamos fotos de actos que hacíamos en la falla. Poco a poco empezó a subir la actividad y lo llevaban conjuntamente dos personas. Hace dos años creció tanto la actividad de las redes sociales que según se han ido incorporando lo han hecho con el propio precursor de la idea y así seguimos, decidimos repartirnos el trabajo para llevarlo siempre al día”.

“No nos marcamos objetivos concretos, simplemente informar a los falleros y estar más cerca de ellos. Todo esto ha crecido prácticamente sin darnos cuenta”.

“No existe jerarquía en nuestro equipo, cada uno tenemos nuestras funciones claras y dedicamos el tiempo que nuestros trabajos y familia nos permiten. No nos reunimos como delegación, lo hablamos todo por whatsapp a cualquier hora y cada uno se gestiona su tarea como mejor le viene, pero siempre al día.”.

“Los miembros del equipo son: Begoña y Amelia llevan Facebook, Carlos lleva el Facebook de infantiles; Christian lleva Twitter y medios de comunicación, Maria controla el Blog y la App Traca; Beatriz es la que se dedica a intranet (mailing) y notas de prensa; y Vicente, controla el Canal TV Falla a través de You Tube”.

AMELIA PENELLA, Falla Maestro Bellver-Mariano Ribera



Figura 181: *Macrogrupo de comunicación* de la Falla Maestro Bellver-Mariano Ribera. (Fte. Archivo personal)

5.1.3 Proceso de consumo (Recepción) en la comunicación popular.

En este último apartado de la comunicación popular, se analizan los datos de las *audiencias* (visitas a fallas y museos) y los *efectos y las reacciones* (en clase política, estudiantes, sector ajeno a fallas y efectos terapéuticos), de acuerdo con el modelo propuesto y adaptado para comunicación popular.

5.1.3.1 Audiencias.

Sin duda que una de las variables que más información nos puede aportar sobre el consumo y la recepción del público hacia las fallas son los datos de las visitas a las mismas. En este sentido, nos hemos encontrado con que no existen datos reales ni control riguroso sobre las mismas, salvo las visitas cercadas, en las que sí hay un control aproximado de las realizadas a través de las entradas vendidas o repartidas. Las comisiones, en algunos casos no disponen de ellos, o se basan en estimaciones hechas, bien por la policía (casos de Maestro Gozalbo-Conde Altea, o Cuba-Literato Azorín), bien a través de fotografías aéreas en las que se calculan los metros cuadrados de ocupación y se aplica el número de personas que caben por metro cuadrado para obtener el total (caso de la Falla Sueca-Literato Azorín para estimación de visitas en la noche del encendido de luces), o bien estimaciones de carácter intuitivo. Por otro lado, como se ha comentado, hay comisiones que solo disponen de datos de visitas cercadas, que suelen corresponder sólo a fallas que tradicionalmente utilizan este tipo de observación para recaudar fondos por el carácter carismático de la falla, o bien porque ese determinado año, han conseguido un premio importante (de sección o *ninot indultat* y se aprovecha la coyuntura). Como se puede comprobar, hay una gran diversidad de criterios a la hora de valorar el impacto popular de las fallas.

Es importante considerar también, como han reflexionado varias de las comisiones entrevistadas, que los datos, además de la subjetividad interpretativa en las estimaciones propias, están afectados por tres o cuatro parámetros con influencia evidente en el objeto valorado de visitas; estos son: ubicación geográfica, día de la semana en que caen las fiestas, climatología y, sobre todo, obtención de premio importante. Estas condicionan enormemente las cifras registradas.

“Depende mucho de la climatología y de las fechas”

PERE BORREGO Falla Na Jordana

“Es posible que igual nos hemos quedado cortos, pero también ten en cuenta que estamos en la periferia, y eso influye mucho”

XELO SALABERT, Falla “L’ Antiga”

“Calculamos la gente por los datos de ventas de entradas, pero es muy relativo, porque este año por ejemplo la gente se confundía con el primer premio que era Cuba; entre eso y el tiempo que hacía, ya sabes que eso influye mucho. Nosotros hemos tenido 1000000 de visitas calculando con una foto la superficie ocupada y según el número de personas que caben en un metro cuadrado. Al final, tomamos como referencia las entradas, pero estimamos también las que regalamos a patrocinadores, amigos, etc.”.

CRISTINA SALA, Falla Sueca – Literato Azorín

“Nos basamos en la venta de entradas, pero hay que tener en cuenta que influye que tenemos el *ninot indultat* y también la climatología. En nuestra experiencia, los máximos visitantes que hemos tenido es el 19 de Marzo, si cae en sábado, domingo o lunes”.

VICENTE FUSTER, Falla Almirante Cadarso – Conde Altea

Como se pueden observar en el cuadro expuesto de visitas, los datos de estimación.

Cuadro 53:

Visitas en número de personas a las fallas

	2016	2015	2014	2013	2012
<u>Datos de Estimación</u>					
Almirante	60.000	70.000	50.000	50.000	60.000
L'Antiga	22.000	19.000	10.000	10.000	10.000
Cuba	2.500.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Exposición	15.000	11.000	10.000	9.000	10.000
Maestro Gozalbo	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Na Jordana	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Reino	31.000	30.000	30.000	35.000	32.000
<u>Datos de Entradas</u>					
Pilar	7.000	9.000	9.000	7.000	7.000
Sueca	16.000	7.000	10.000	9.000	8.000

Elaboración propia con los datos facilitados por las diferentes comisiones.

Se observa, por un lado, una gran dispersión de datos, algo justificable dadas las premisas que se acaban de describir anteriormente. Además, es notoria la diferencia de datos obtenidos en las fallas que se sitúan en la periferia (Exposición y L'Antiga), respecto a las que se encuadran en la ruta de circunvalación central descrita en el apartado anterior. También, el peso del protagonismo y del carisma de estar muchos años en la sección máxima, otorga poder de atracción para los visitantes a fallas que, generalmente, acaparan los primeros premios de la Sección Especial.

Otro dato importante, como referíamos anteriormente, es el tema de los premios. Se observa cómo, en los años 2014 y 2015, existe un aumento del 29% de la taquilla de entradas a visitar la falla.

Cabe significar, como ocurrió en el 2016, cuando una comisión gana varios primeros premios (Luces, Falla, etc.), el aumento experimentado en las visitas es espectacular; así, la comisión de Cuba-Literato Azorín pasa, de una media de 700.000 visitas a 2.500.000 en un año acaparador de premios.

Cuadro 54:
Presencia de las fallas en las redes sociales

	Facebook	Foto más vista	Video más visto	Twitter
Almirante	1.874	301	35.423	s.d.
L'Antiga	2.089	26.019	1.872	1.362
Cuba	7.560	171	1.823	1.656
Exposición	1.528	9.474	1.987	1.429
Maestro Gozalbo	2.486	s.d.	s.d.	704
Na Jordana	8.841	15.005	3.235	3.432
Pilar	5.518	6.000	678	2.202
Reino	1.542	5.467	9.185	1.188
Sueca	6.340	s.d.	s.d.	1.533

Elaboración propia con los datos facilitados por las diferentes comisiones.

En el sentido mediático y a nivel digital, también se observan diferencias significativas. Un dato relevante que se observa inmediatamente es que Facebook está mucho más presente que Twitter, y destaca la actividad en redes sociales de la comisión de Na Jordana respecto al resto.



Figura 182: Captura de la imagen más vista en Facebook de L'Antiga de Campanar. Fallas 2016 (Fte. Archivo comisión)



Figura 183 Detalle de la captura de la imagen más vista en Facebook de L'Antiga de Campanar. Fallas 2016 (Fte. Archivo comisión)

La foto más vista, en este caso, corresponde a la de L'Antiga de Campanar con el comentario “La suerte está echada” en el día 16 de marzo, esperando el veredicto del jurado sobre los premios.

Y el vídeo mas visualizado, corresponde, con diferencia, al de Almirante Cadarso-Conde Altea, sobre la celebración del 20º aniversario de la PlayStation 4. Evidentemente, la presencia de las grandes firmas también se nota.



Figura 184: Escena Falla Almirante Cadarso-Conde Altea homejeando a la Play Station en su 20 aniversario. Fallas 2016 (Fte. Archivo personal)



Figura 185: Captura del video más visto de la Falla Almirante Cadarso – Conde Altea. Fallas 2016 (Fte: Archivo comisión)

Relacionado con las grandes empresas, también se puede destacar en las pasadas fallas de 2016, a la comisión de Sueca-Literato Azorín, en el que la imagen de la falla fue elegida de forma oficial por la App de Instagram y alcanzó más de 450.000 visualizaciones.



Figura 186: Captura de la imagen oficial 2016 de la App de Instagram que fue la Falla Sueca Literato Azorín (Fte. Archivo comisión)



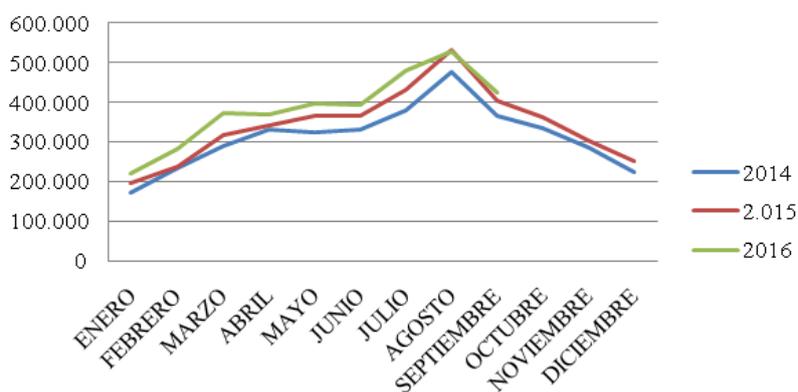
♥ 454.441 Me gusta

instagram Giant wooden puppets, over-the-top gowns and a deafening storm of fire and gunpowder: welcome to Fallas, one of the biggest festivals in

Figura 187: Detalle de la captura de la imagen oficial 2016 de la App de Instagram que fue la Falla Sueca Literato Azorín. Como se puede ver superó los 450.000 “Me gusta” (Fte. Archivo personal)

Como se expone en metodología, se obtienen datos de pernотaciones en la ciudad durante los tres últimos años. Al procesarlos gráficamente se obtienen los resultados siguientes:

Cuadro 55:
Pernотaciones en la Ciudad de Valencia (2014 – Septiembre 2016)



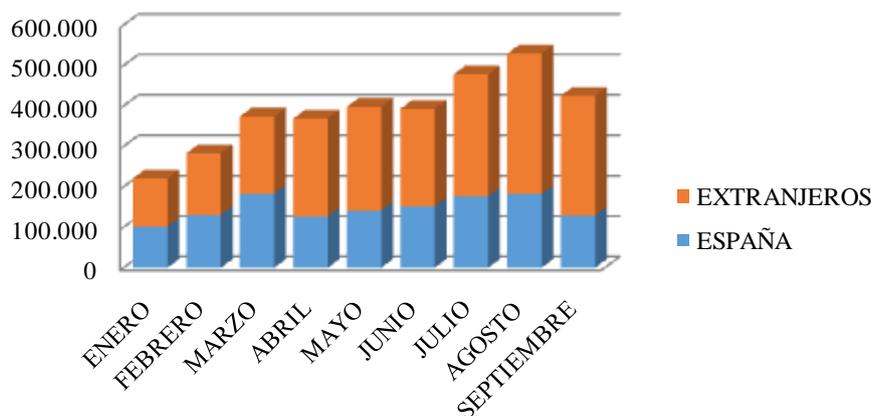
Elaboración propia con datos facilitados por Valencia Turismo

Si observamos el cuadro expuesto, se detecta que el comportamiento de la gráfica es cíclico y paralelo en los últimos años, además de que éste índice ha ido creciendo paulatinamente.

En primer lugar, se observa que, en efecto, en marzo se produce un aumento notable de pernотaciones, sobre todo en este último año, que sigue progresivamente hasta el

verano, donde alcanza su pico máximo en el mes de agosto. Otra cuestión sería ver si se incrementa corresponde a las expectativas que deberían generar las fallas, aunque no es menos cierto que intervienen variables como los días del calendario afectados, la consideración de fiesta nacional o no, etc.

Cuadro 56:
Comparación pernотaciones en la Ciudad de Valencia. Españoles vs Extranjeros (enero – septiembre 2016)



Elaboración propia con datos facilitados por Valencia Turismo

En otro orden de cosas, analizamos también la distribución de españoles y extranjeros que se da en esa trayectoria anual de pernотaciones y el dato relevante es que en todos los meses del año hay superioridad de extranjeros, excepto en el mes de Marzo, en el que se equipara esa distribución. Esto podría explicarse porque hay un aumento del turismo nacional en estas fechas por la fiesta, pero también, hay otro hecho significativo, y es el flujo migratorio centrípeto que se produce en la ciudad procedente de numerosas localidades del ámbito metropolitano o de poblaciones cercanas que participan directamente en la fiesta aunque no residan habitualmente en Valencia.

5.1.3.2 Efectos y Reacciones.

Dentro del consumo, estudiamos los *efectos y reacciones* a nivel *institucional*, en primer lugar, y a nivel *individual* en segundo lugar.

Una práctica de recepción apenas utilizada por las comisiones, pero que deja huella de la sensaciones y opiniones del público sobre la falla visitada o las vivencias que experimenta al observarla es dejar un libro de visitas a pie de de la misma, y la gente va escribiendo sobre él todo lo que se le ocurre sobre lo que acaba de ver, o sobre

cualquier tema relacionado. En ese sentido, existen algunas comisiones y algunos artistas que sí le dan especial atención a las sensaciones de la gente. Así, pudimos acceder a testigos documentales de las fallas de Vall de Laguar-Padre Ferris, Duque de Mandas-Diputada Clara Campoamor, Lepanto-Guillem de Castro, Arrancapins o Plaza de Jesús. Analizamos los contenidos de los *llibrets* a los que tuvimos acceso y se exponen algunos de los observados.

Por ejemplo, uno de los artistas que más se caracteriza por sus estudios de recepción es Pedro Rodríguez. En los últimos años, es habitual observar en sus fallas, especialmente en la de Vall de Laguar-Padre Ferris, un libro o un mural en los que la gente puede escribir y opinar sobre el lema de la falla o cualquier otro. Observamos algunos de sus ejemplos: Vall de Laguar Padre Ferris: Pedro planta en el 2015 una falla bajo el lema “Paridad”, reivindicando los derechos de igualdad entre hombre y mujer. La libreta se caracteriza por contenidos en los que predominan las felicitaciones al artista, mensajes sobre la igualdad y los derechos de la mujer, y mensajes de amor.

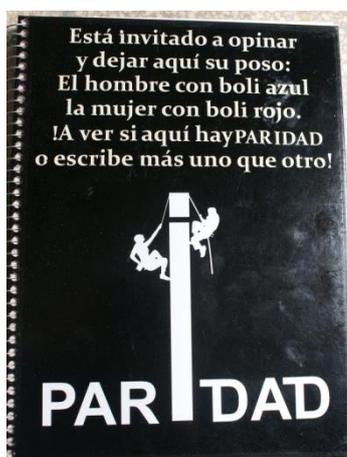


Figura 188: Portada del libro de visitas de la Falla Padre Ferris. (Fte. Pedro Rodríguez)

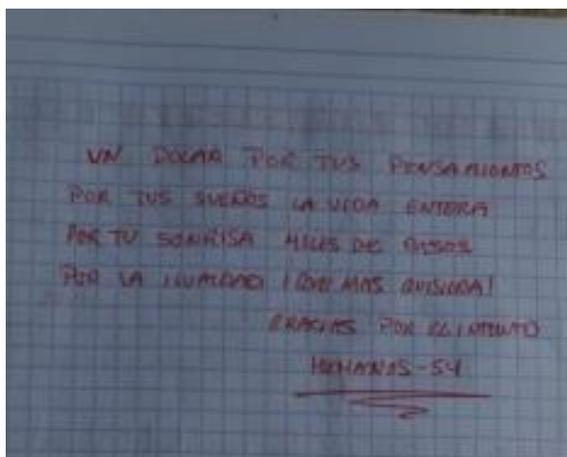


Figura 189: Interior del libro de visitas de la Falla Padre Ferris. (Fte. Pedro Rodríguez)

Duque de Mandas-Diputada Clara Campoamor: en el año 2015 planta una falla con el título “Abducidos”, por platillos volantes, del artista Guillermo Rojas. El libro de visitas creado es toda una apología al término *Abducido*. Contenidos, sobre todo, de felicitaciones al artista, felicitaciones de las fiestas, algo de crítica política y mensajes de amor.

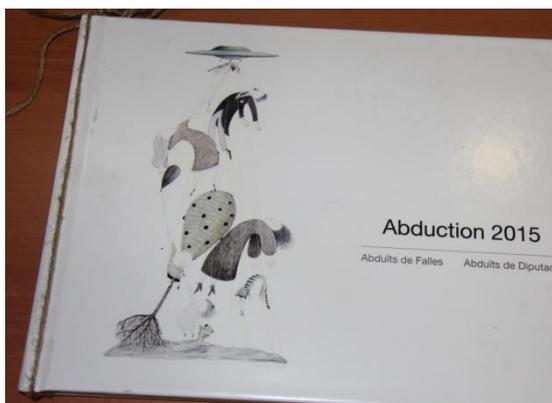


Figura 190: Portada del libro de visitas de la Falla Diputada C. Campoamor. (Fte. Archivo personal)



Figura 191: Interior del libro de visitas de la Falla Diputada C. Campoamor. (Fte. Archivo personal)

En Arrancapins, también les gusta saber la opinión de la gente, así que las pasadas fallas, como en otros años, pusieron su libro a pie de falla y por allí paso Vicent Torrent, “El Tío Caña”, que dejó su firma.



Figura 192: Libro de visitas de la Falla Arrancapins (Fte. Archivo comisión)

Y por último la Falla Lepanto-Guillem de Castro, en el año 2010, plantaba una falla titulada “*La primera vegada*”, y abrieron su falla al público invitando a que escribieran alguna experiencia en su primera vez. El éxito fue tal que recopilamos todos los comentarios y experiencias en un facsímil que las recoge al completo. Joya literaria. Se recogen primeras experiencias de todos los tipos que uno pueda imaginar.

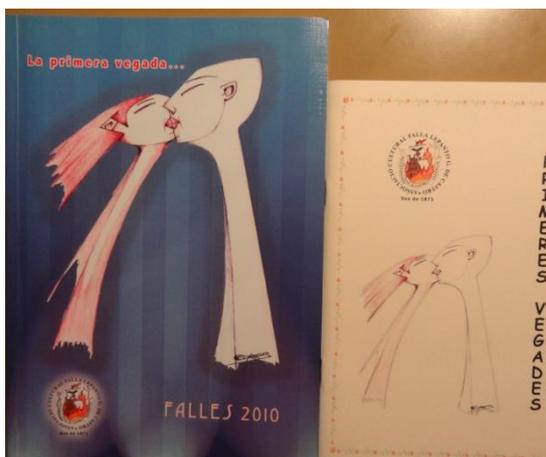


Figura 193: *Libret* “La primera vegada” de la Falla Lepanto. (Fte. Archivo personal)

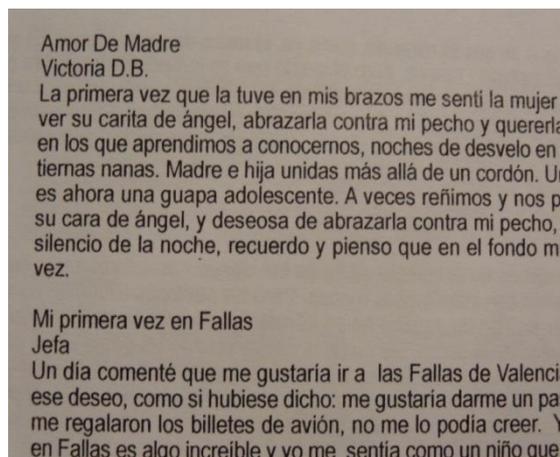


Figura 194: Interior de “La primera vegada” de la Falla Lepanto. (Fte. Archivo personal)

En resumen, que nos encontramos una línea de fallas con inquietudes de recepción, en los que predominan los contenidos referentes al tema de la falla, o bien, en general, felicitaciones a los artistas, mensajes apologeticos sobre la falla, mensajes de amor, y crítica política y social.

Observamos que los medios de recepción en murales, corresponden prácticamente a las mismas fallas descritas en el apartado anterior, aunque, en este sentido, se puede incorporar alguna más como es el caso de la falla Borrull-Socors. También hay que resaltar, que la falla Corona -Beneficencia, en los años 2010, 2011 y 2012, puso una pizarra interactiva junto a la falla para que la gente expresase libremente su opinión. Otros ejemplos de estos son los que se exponen a continuación.



Figura 195: *Mural* de la Falla Padre Ferris. (Fte. Archivo personal)



Figura 196: Visión interior del *mural* de la falla Padre Ferris. (Fte. Archivo personal)

Vall de Laguar Padre Ferris: Pedro planta en el 2015 una falla bajo el lema: *¿Estamos locos o qué?*, donde hace alusión a las indiferencias de la gente ante las injusticias del mundo y el futuro pesimista del planeta ante esta situación. La falla presenta una especie de habitáculo, preparado para recibir todo tipo de mensajes escritos. La mayoría, saludos empáticos, Felicitaciones al artista, alguna alusión a temas falleros como los jurados, frases de amor y críticas a algún político.

En la falla Lepanto-Guillem de Castro se planta una falla con el lema *Reencuentro*, que muestra, en una composición horizontal, el pasado, el presente y el futuro. Plantea que la vida son ciclos. En el mural de la falla, se pueden ver frases alusivas a salvar la huerta valenciana, crítica política, reflexiones sociales y dedicatorias personales y de amor.

En la falla Borrull-Socors, se planta una falla hecha de madera y materiales reciclables, compuesta por 25 árboles, cada uno con una particularidad y un motivo por el cual ha sido plantado. A la vez, en un mural se invita a la gente a participar. Muchos mensajes de protección ecológica, de valoración medioambiental, de dedicatorias personales y de reflexión sobre la importancia de los árboles en la vida humana.



Figura 197: Falla Borrull - Socors. (Fte. Archivo personal)



Figura 198: Mural de la Falla Borrull - Socors. (Fte. Archivo personal)

En otro contexto, hay que decir que en la ciudad de Valencia nos encontramos con dos museos falleros. El Museo Municipal, por un lado, ubicado en el distrito de Monteolivete de Valencia, y por otro, el Museo del Gremio de Artistas Falleros de Valencia, ubicado en la ciudad fallera de Benicalap. La diferencia entre uno y otro está en que, en el Municipal, se guardan los ninots indultats por votación popular de cada ejercicio fallero, y en el Museo del Gremio, se guardan los ninots indultats por una

comisión de expertos (artistas) con criterios en los que priman las características artísticas y no tanto las emocionales como en el anterior.



Figura 199: Interior del Museo Fallero de la Ciudad de Valencia. (Fte. Archivo personal)



Figura 200: Interior del Museo del Gremio de Artistas Falleros de Valencia. (Fte. Archivo personal)

Los museos de fallas constituyen, sin duda, uno de los mayores atractivos de la ciudad, y uno de los valores patrimoniales más característicos de las señas de identidad de los valencianos, como así lo afirman personas conocedoras del tema. Y, como observamos a continuación, sobre el hecho de que existan dos museos falleros en la ciudad, hay diversidad de opiniones.

“El que existan dos museos no es un problema, son complementarios, uno representa la votación popular, y el otro es representativo de los artistas, en el que hay, por ejemplo, tendencias y estéticas no representadas en el otro. En cuanto a la reforma actual del municipal, es la primera vez en su historia que se le ha dado la importancia que toca, con unas instalaciones dignas”.

JOAN CASTELLO, Periodista

“Es positivo que hayan dos museos, se complementan. Uno, al ser por votación popular, tiene carencias de estilos, tendencias, etc. y lo debe complementar el del Gremio. Por otro lado, el museo fallero tiende a la absolución de la figura más tierna para el

espectador, mientras que el del gremio representa o encuentra piezas que huyen de eso.”.

ANTONIO COLOMINA, Restaurador.

“En algún sitio escribí que es negativo que existan dos museos falleros en la ciudad tal y como están concebidos ahora, requieren de una reorganización conjunta y que exista un museo de la fiesta o museo del indulto y el del gremio, debería ser estrictamente sobre la profesión de artista fallero. Si bien uno representa la votación popular y el otro intenta tener una representatividad de todas las tendencias y estéticas de la construcción de fallas. Pero tal como están concebidos hoy, no son complementarios, sino competencia. Y el museo fallero, está mal valorado”.

JOSE MARTINEZ TORMO, Secretario General JCF

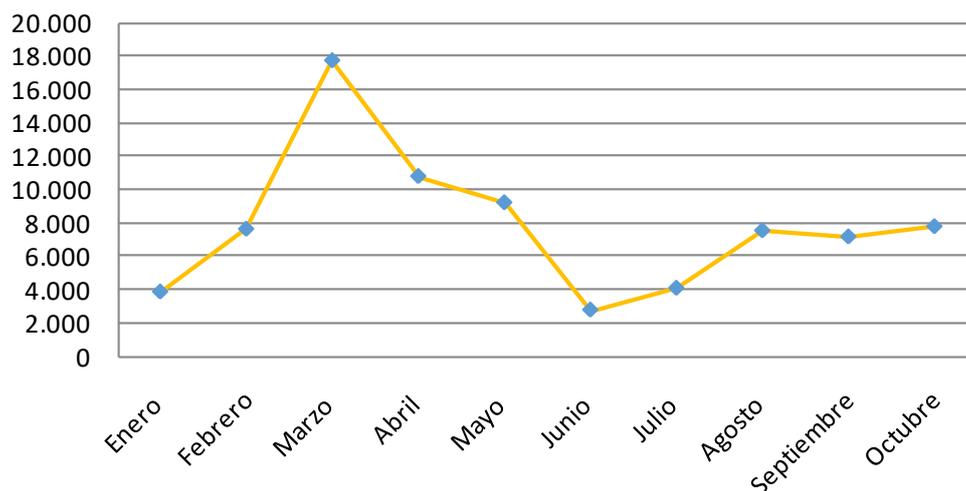
“Es bueno que hayan dos museos, es consecuencia de la propia evolución de la fiesta. De las fallas, por un lado, y del oficio por otro. Son complementarios. En el Museo Municipal, hasta ahora abandonado e infravalorado, ha comenzado una nueva era en la que se pretende que sea un museo integral de las fallas y, para ello, posiblemente habría que llevarlo a otro sitio y que contemple todas las vertientes de las mismas”

GILMANUEL HERNÁNDEZ, Dtor. Coord. Museos

Como se puede observar, hay criterio más o menos unificado sobre la función de los dos museos, pero opiniones dispares sobre el planteamiento y la complementariedad de los mismos.

Lo que sí parece unánime, es la importancia que tienen o deberían tener a nivel de promoción también turística de la ciudad. En este contexto, analizamos los datos facilitados por el Museo Municipal y por el Museo del Gremio.

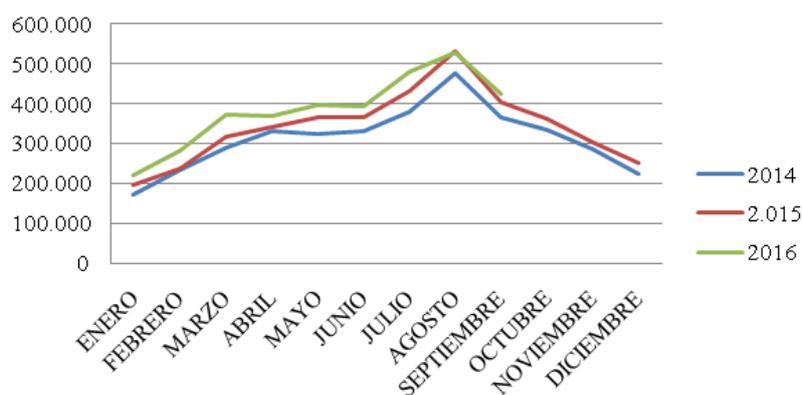
Cuadro 57:
Visita Museo fallero enero – octubre 2016



Elaboración propia con datos facilitados por el Museo Fallero

Se puede observar como el mayor número de visitas corresponde al mes de Marzo, donde se alcanzan las 18000 visitas, sin embargo, en Junio y Julio, en plena época vacacional, se obtienen las cifras mínimas (2500-4000). El mes de abril, se sitúa en las zonas altas del año, seguramente por la afluencia turística de Semana Santa.

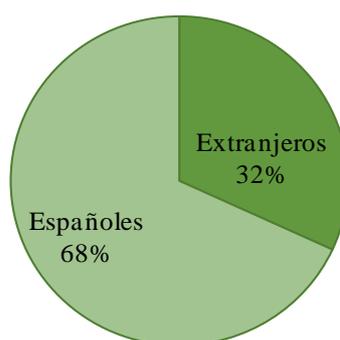
Cuadro 58:
Pernoctaciones en la Ciudad de Valencia (2014 – Septiembre 2016)



Elaboración propia con datos facilitados por Valencia Turismo

Si recuperamos la gráfica del índice de pernoctaciones en la ciudad en los últimos años y, la comparamos, con la gráfica de visitas al museo durante el año 2016, se observa un hecho paradójico. El valor máximo de pernoctaciones en la ciudad, coincide con el valor mínimo de visitas al Museo Fallero. Y resulta significativo, porque en plena semana grande de fallas donde hay también un elevado número de pernoctaciones en la ciudad, si que se alcanza el pleno de visitas museísticas. Posiblemente no existe una buena promoción turística a nivel del museo durante la época menos fallera del año.

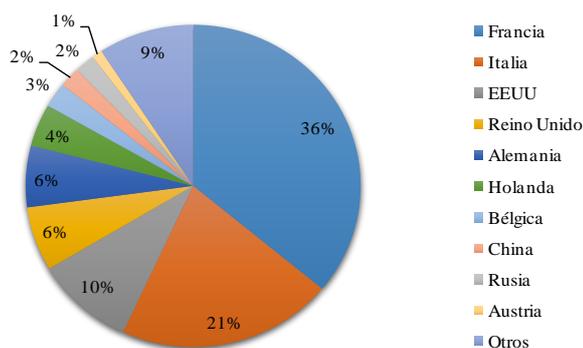
Cuadro 59:
Visitas Museo Fallero – Españoles vs. Extranjeros



Elaboración propia con datos facilitados por el Museo Fallero

También podemos observar la proporcionalidad del tipo de visitantes nacional y extranjeros que se dan, con clara superioridad para el turista nacional, posiblemente y aunque poco, pero más conocedor de la fiesta que el extranjero.

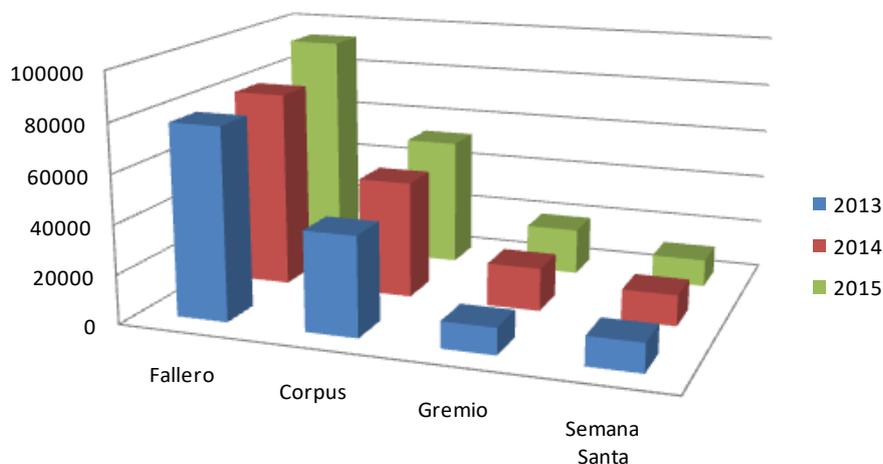
Cuadro 60:
Visitas Museo Fallero – Españoles vs. Extranjeros



Elaboración propia con datos facilitados por el Museo Fallero

En cuanto a las visitas foráneas, es de destacar que los países más afines al Museo son Francia, Italia, EEUU y Reino Unido, ocupando los primeros planos del protagonismo (a excepción de EEUU), países centroeuropeos.

Cuadro 61:
Visitas Museos Festivos



Elaboración propia con datos facilitados por el Museo Fallero, Museo del Gremio y Coordinadora de Museos de Valencia

Si comparamos la asistencia al Museo Fallero, respecto de los otros museos festivos de la ciudad, encontramos, en primer lugar, que si seguimos su trayectoria de los últimos años, es una trayectoria notablemente ascendente; además, es el más visitado con diferencia, superando en casi 4-5 veces, las visitas de los museos del Gremio y Semana Santa.

En este contexto cabe destacar, la última remodelación acontecida en el mismo, con un cambio no solo de estética, sino también de programación, con modernización de las salas, actualización de la cartelería y reordenación del espacio, y apertura de nuevos espacios para exposiciones temporales, sobre todo, de aquellos artistas con una trayectoria y no reconocidos aún en el museo. Aún se tienen previstos más cambios, sobre todo en la mejora de las condiciones audiovisuales y de servicio lingüístico, ya que visitan 93000 personas el museo al año y un 32% son extranjeros.

Ya se ha comentado la trayectoria creciente del museo, hay que tener en cuenta que en 2005 se producían 58337 visitas frente a las 93443 de 2015. El museo consta de 132 escenas, 79 adultas y 53 infantiles, pero no solo hay ninots indultats, también hay

colecciones de insignias (heráldica fallera que simboliza las señas de identidad) carteles y fotografías de las Falleras Mayores de Valencia. También hay fotos con las Fallas Municipales (importante para el turista) y materiales de artistas para construir fallas. Los tipos de escenas que dominan son: mujer valenciana idealizada, escenas apologéticas costumbristas valencianas, artesanías, caricaturas y fantasías. En realidad, existe un predominio de escenas naturalistas y de carácter entrañable, con una especial empatía por la presencia de mayores, asociados a niños y a pequeños animales.



Figura 201: Escena del Museo Fallero (Fte. Archivo personal)

La explicación al predominio de este tipo de escenas es la siguiente: hay que tener en cuenta que el indulto es el voto popular, es decir, de la gente que asiste a la exposición. A ella acude mucha gente mayor por tradición, la presencia de niños evoca la identificación con la transmisión cultural y, además, socialmente se está en pleno proceso de inversión de la pirámide censal. En los niños, los indultados corresponden a animales, niños y fantasías.

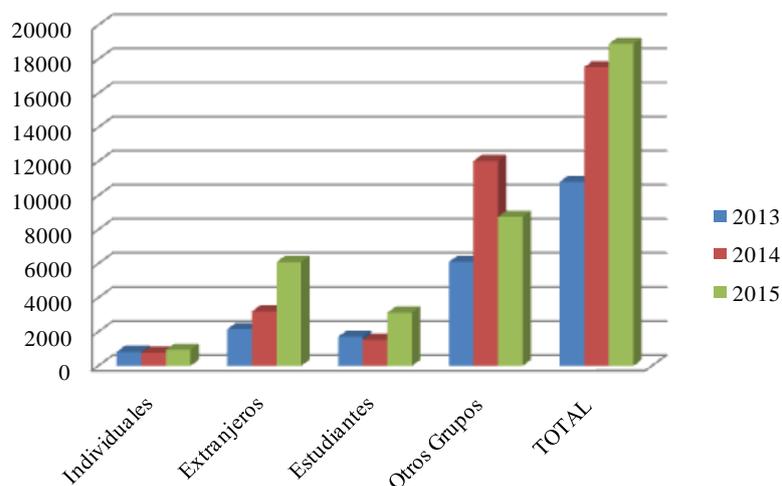
En este contexto, se puede afirmar que predominan tres tipos de estética: el retrato realista de tipo popular y descriptivo, la caricatura grotesca o de ninots deformados, y el retrato idealizado de la tradición, como se ha dicho.

En el Museo Fallero, significar también que, desde estas Fallas 2016, se ha producido un cambio de escenario en la Exposición del Ninot, se paso de la carpa de

Nuevo Centro a las instalaciones del Museo de la Ciudad de las Artes, con las consiguientes implicaciones que ello puede conllevar y que el tiempo dirá.

En cuanto a las visitas al Museo del Gremio, obtuvimos los datos de la siguiente gráfica.

*Cuadro 62:
Visitas Museo Gremio*



Elaboración propia con datos facilitados por el Museo del Gremio de Artistas Falleros de Valencia

Ya se ha comentado su posición de inferioridad en número de visitas respecto al Municipal, posiblemente por ubicación y falta de información. Si analizamos las cifras, observamos que este museo, a diferencia del otro, actúa por dinámica de colectivos, ya que, si observamos, las aportaciones individuales son muy pobres frente a las que representan los colectivos de estudiantes, extranjeros y otros grupos, la mayoría de éstos, movilizadas por *tour operadores*. Estas circunstancias, por otro lado, hacen que el flujo de visitantes cada temporada sea irregular, como nos indica Alfredo Nadal, el encargado del Museo: “ en ocasiones, los *tour operadores* desvían el flujo de colectivos hacia otros museos porque establecen conciertos más interesantes para ellos y eso nos perjudica”.



Figura 202: Escena de Vicente Luna del Museo del Gremio de Artistas Falleros. (Fte. Archivo personal)

También observamos las escasas visitas individuales, producto de la dinámica de grupos que lleva este Museo del Gremio, como apuntábamos anteriormente. Aún así, en los últimos años existe un ligero crecimiento del número de visitas.

Como resumen final de este apartado, significar que ambos museos están en proceso de reestructuración y mejora, pero, posiblemente, el ideal para la ciudad sería disponer de un Museo de la Fiesta, donde se concentraran todos y, probablemente se conseguiría un mayor atractivo cultural para los posibles visitantes

En el estudio de *efectos y reacciones*, pero ahora considerando el nivel individual, una de las incógnitas que quedan siempre en el arte efímero y la cultura popular con marcada tendencia satírica, es saber el grado de presión o afectación personal o profesional que puede imprimir a una persona con cargo público y que está relacionado con la fiesta, es decir, a la clase política. Así pues, entrevistamos a los tres concejales de fiestas de la ciudad, cuya gestión se extiende desde el año 2003, que comenzó Félix Crespo, hasta el año 2011, en el que le sustituyó Francisco Lledó, para posteriormente, ser sustituido también en el 2014 por el actual concejal Pere Fuset.

Las respuestas más relevantes de los tres entrevistados, se recogen aquí.



Figura 203: *Ninot* de Félix Crespo (Fte. Archivo personal)



Figura 204: *Ninot* de Francisco Lledó (Fte. Archivo personal)



Figura 205: *Ninot* de Pere Fuset (Fte. Archivo personal)

La primera pregunta era obvia, el objetivo era saber qué siente un político cuando se ve representado en forma de *Ninot*. A razón de las respuestas, nos quedamos bastante sorprendidos. Porque según éstas, parece que las fallas cumplen un cometido algo diferente a su razón de ser. Como se ha visto en numerosas ocasiones a lo largo del texto, las fallas nacen con espíritu crítico y fruto de la cultura popular, siendo uno de los objetivos principales la sátira y, dentro de ella, la crítica política. Pues bien, actualmente un concejal de fiestas (máximo representante, tras el alcalde o alcaldesa) del colectivo fallero a nivel municipal, interpreta gratamente verse como *ninot*. Aunque el único que reconoce que deberían sentirse incómodos es Pere Fuset, aún así, estima que el saldo es positivo. Evidentemente, hay una percepción inversa a lo que debería de ser.

“Si no eres *ninot*, no eres nadie en la fiesta, pero reconozco que el ego se te llena cuando te ves reflejado como *ninot*, otra cosa es que la sátira que te apliquen te guste más o te guste menos, pero yo ha habido años que he ido a verme 3 y 4 veces”.

“Tengo que reconocer que me han tratado bien”.

FÉLIX CRESPO

“A mí me gustó. Uno siempre lo había vivido de fallero, como algo reservado solo a los populares y los famosos; la verdad es que para un fallero, verse ahí, es una sensación de privilegio. Me guardo las fotos de los 3-4 que me hicieron”.

FRANCISCO LLEDÓ

“Es una sensación, un poco agridulce. El *ninot*, nunca puede ser un homenaje. Es sátira y ha de decir alguna cosa. La falla si no habla no es falla. Para alguien que estima las fallas, es como una máxima aspiración, verse hecho falla, aunque la falla satiriza, pero aún así, el saldo es positivo. Es un reflejo de la popularidad, este año habían 11 Fuset en la exposición, pero te ha de generar cierta incomodidad, porque si no, aun cuando sea de forma amable, no es una falla”.

PERE FUSET

La siguiente cuestión, lógicamente era saber si estaban de acuerdo con todos sus *ninots* vistos o estaban indignados o en desacuerdo con alguno. La percepción positiva sigue siendo unánime en términos generales. Es más , rápidamente comentan el *ninot* o los *ninots* que les hizo más gracia y que fácilmente recuerdan. En el caso de Félix , recuerda su versión clerical de *Predicant en el desert*, Francisco Lledó significa su *ninot* con un trabajador incansable de la fiesta como es Francisco Yago, y Pere Fuset , recuerda gratamente su escena habiendo sobrevivido a una asamblea de presidentes.

“Bueno, en líneas generales, creo que tengo que reconocer que me han tratado bien”.

FÉLIX CRESPO

“No, yo creo que eran acertados, teniendo en cuenta que era crítica. Recuerdo uno en versión taurina, como *El Niño de los recortes*, por la transición de Félix a mí, creo que era de Paco Torres, que estaba bastante acertado. Todos los recuerdo con la crítica normal de ese año”.

FRANCISCO LLEDÓ

“No, no me crearon incomodidad los que vi, pero en la percepción de algunos, por ejemplo sobre el tema de los versos, si que puedo decir que había una lectura que no compartí”.

PERE FUSET

Evidentemente, la valoración de un *ninot* puede ser una sensación efímera, pero ahondando un poco más en la cuestión, nos interesamos por saber si preocupa a nivel personal, la posibilidad de aparecer después en una falla. En este caso, que ya se hace más una valoración a medio o largo plazo, ya no existe una respuesta tan rotunda en el caso de Felix Crespo, aunque sí se piensa en ello como reflejo de la opinión que está en la calle sobre nuno mismo.

“Pues sí, era una forma de retrato que te hacían los artistas, muchas veces imbuidos por lo que les comentaban los falleros a la hora de guionizar las escenas, es decir, las fallas son una fotografía-sátira del momento, del reflejo de la sociedad”.

FÉLIX CRESPO

“No, no ha sido nunca motivo de preocupación, siempre he intentado hacer lo que he considerado oportuno, teniendo en cuenta siempre, el grado de aceptación que iba a tener, por el mundo fallero o por la sociedad en general, pero como preocupación no lo he tenido”.

FRANCISCO LLEDÓ

“No, no me preocupa, pero también es verdad que son un termómetro de cuáles son las percepciones de las cosas; las muestras fueron muy plurales, pero siempre es indicativo de la lectura que sobre uno se está haciendo”.

PERE FUSET

Y ya en plena entrevista abierta, preguntamos sobre si puede llegar a ser conductista políticamente, la presión ejercida por el poder satírico de las fallas. Las respuestas siguen la lógica de las cuestiones citadas anteriormente. Las fallas y su sátira no afecta en la toma de decisiones importantes a nivel político. Puede ser condicionante, pero nunca determinante. Incluso, Pere Fuset apunta de que estaría bien que las fallas fueran más mordaces.

“No, no porque si tuviéramos que pensar no sólo en ese condicionante, sino en todos, cada vez que tienes que tomar una decisión. Imagínate si tienes que contentar a un colectivo de más de 100.000 personas, además de medios de comunicación, etc. No lo llegas a tener en cuenta, sí que eres consciente de si se va a generar debate o no, de si va a haber polémica, o no , con una decisión. Pero, al final el convencimiento te hace tirar hacia adelante y luego aceptar las críticas, salgan de donde salgan”.

FÉLIX CRESPO

“No, condicionar no, tenerlo en cuenta sí, porque es difícil la postura del presidente de Junta Central Fallera; en ese momento eres el máximo representante de un colectivo de 100.000 personas, y (esto lo he comentado con otros concejales de otras épocas), tienes también a la vez, la presión política de tu partido, donde muchos compañeros no son falleros y no lo ven desde el mismo punto de vista, y siempre hemos tenido que decidir considerando lo mejor para el mundo de las fallas, a veces enfrentándonos a compañeros y a nuestros partidos políticos”.

FRANCISCO LLEDÓ

“Tal como entendemos de la crítica en la falla, no lo creo. Creo que al revés, creo que la tendencia ha sido querer ser *ninot*. Y eso habla también de hasta qué punto se ha podido perder la sátira, yo creo que estaría bien que las fallas mordieran”.

PERE FUSET

Hasta el momento habíamos focalizado prácticamente la entrevista, sobre la persona del concejal de fiestas, pero también queríamos saber, las sensaciones y actitudes que percibía y tomaba el consistorio municipal ante las posibles críticas en forma de *ninots*. Y aquí descubrimos que, al menos, el mensaje de la falla si tenía audiencia municipal, llegaba a su destino. Otra cosa era el efecto y la reacción producida.

“Llegaba absolutamente todo, porque el comentario al día siguiente era, te he visto en la foto del periódico, o he escuchado a tal periodista en la radio, etc. Te preocupa, una vez conocido el contenido de la entrevista, ver si es justa o no. Me dolían mucho las injusticias en una crítica no fundamentada”.

FÉLIX CRESPO

“Sí, enlazando con la respuesta anterior, llegaban las noticias y, si desde el punto de vista político no se entendía, siempre he intentado convencer al partido político de lo que tenía que hacer, y eso si que lo conseguí, a partir de ahí, ya no había más preocupación, posiblemente lo entendían”.

FRANCISCO LLEDÓ

“Si, recuerdo que en el consistorio, en fallas nos íbamos enviando por *whatsapp* las fotos de nuestros *ninots* que veíamos, y en Compromís, ya hace años que recopilamos en redes sociales, las críticas que nos hacían y les dábamos promoción. Pensamos que somos combustible para las fallas y que nuestra acción política debe ser criticada, por tanto, nos sorprenden con humor y, por tanto las difundimos”.

PERE FUSET

En otro sentido, quisimos averiguar el aspecto conductista de los premios desde la óptica del propio concejal de fiestas. Si habían detectado condicionantes en artistas y/o comisiones sobre la crítica, en virtud de optar así a la posibilidad de un premio. En definitiva, si habían percibido una disminución del volumen satírico, como una posible contraprestación benéfica en favor del galardón. Y aunque dos de los entrevistados lo negaron, la respuesta de Fuset fue, también, en este caso, un motivo para reflexionar hacia el futuro.

“No creo que sea determinante, sí que se convierte en el tópico fallero, de no critiquéis al presidente, no sea que haya una revancha. Sería del género absurdo pensar que un presidente de Junta fuera tan cacique que lo hiciera. Creo que hay un sistema,

con muchos errores o carencias, pero que tienes que asumir el fallo que se dicte. Quien lo quiera leer de otra manera, yo al menos nunca he actuado así”.

FÉLIX CRESPO

“No, yo no he detectado nada de eso. Yo creo que cuando han tenido que hacer su crítica, la han hecho. Ha habido unos jurados, buscados muchas veces por los mismos falleros y la libertad de los artistas ha sido absoluta. Otra cosa es la autocensura que se hayan impuesto, pero eso es un problema de ellos mismos, que son dueños de sus actos”.

FRANCISCO LLEDÓ

“Sí, sí he visto y no me gusta, a mi alguna vez hasta se han disculpado y les dije, que sin problemas, que la falla tiene que tener sátira para ser falla”.

PERE FUSET

Por último, solicitamos a los concejales, una última reflexión sobre el panorama actual fallero, desde la óptica del que ha convivido con el colectivo durante años y ha tenido que ejercer de presidente del mismo. Y obtuvimos alguna respuesta común también para la reflexión, por ejemplo, hay una percepción general en los tres sobre la importancia del colectivo para la ciudad (dos habían dado la cifra de 100.000 falleros durante la entrevista), sin embargo, claman por la falta de corporativismo del colectivo y por el dominio de los egos y protagonismos sobre las causas comunes. Al escucharlos, está claro que el mundo fallero, dispone de un potencial humano del que no es consciente. Quizá si se uniera en vez de fragmentarse tanto, se podría alcanzar la citada conciencia.

“Hay tanto asociacionismo por protagonismo. Las fallas no son conscientes de si decidieran un día cogerse de la mano y plantarse delante de un Ayuntamiento o de un Ministerio. Mientras haya tanta fragmentación (protagonismo por el hiperasociacionismo), todo ese potencial se pierde. Para mí, la singularidad de la fiesta

de las fallas es el potencial humano que tiene el colectivo, y sobre todo su carácter voluntario, que se va sumando y construye una fiesta que no encuentras parangón, ni asociativa, ni económica ni culturalmente, en ninguna otra parte del mundo”.

FÉLIX CRESPO

“Creo que las fallas al final son un núcleo de barrio, que une distintas generaciones y familias, mantiene tradiciones y une o integra. Si quieres conocer a tu vecindario, apúntate a una falla, Yo creo que han hecho una labor social tremenda, además de actividades deportivas, solidarias, etc., es un núcleo importantísimo de la vida de la ciudad”.

FRANCISCO LLEDÓ

“Creo que hay demasiada asociación, y creo que sería bueno simplificarlo, sobre todo para optimizar esfuerzos. Creo que sobran muchas veces egos y protagonismos, eso nos limita la posibilidad de cooperar entre nosotros para hacer cosas conjuntamente. Sobre todo, que tengamos visión de colectivo, que nos lo tomemos muy en serio, porque es una fiesta que genera muchos sentimientos, entonces, que tratemos de activar todo aquello más racional, para aprovechar las cosas al máximo, no hacer las cosas porque sí, sino pensar que siempre se pueden hacer mejor, y aprovecharlas como motor social, cultural y económico, porque estoy convencido que lo es para la ciudad. Y además, haría un llamamiento a los dos sectores sociales, los que viven las fallas y los que no, acabar con las trincheras y saber que esta fiesta, aunque la gestionemos el 10%, es la fiesta del 100%”.

PERE FUSET

Para los estudios a nivel *individual* también consideramos una visión externa y participativa como es la de los estudiantes extranjeros. En este contexto, la Universidad

Politécnica de Valencia, a través de su falla, invita cada año a estudiantes Erasmus de la propia Universidad, a participar de los actos locales de la propia falla y también, como es lógico, de los actos colectivos. Recogemos a continuación, los testimonios vividos por diez estudiantes Erasmus de la UPV, que participaron directamente en las fallas en los últimos años, desde el 2011 hasta el 2016. En las entrevistas realizadas, las estudiantes se manifiestan.

ALZBETA PROKOPOVA (República Checa) (Fallas 2012)

“A decir la verdad antes de venir a Valencia no sabía que Fallas existen. Allí había oído muchas historias que me parecían bastante interesantes. Pero antes de verlas en realidad no tenía ni idea como es en realidad. Lo que vi ha superado mis expectativas”.

“Es una fiesta inolvidable. Pero también me parece increíble cuánto esfuerzo y cuánto dinero se gasta para hacer todo esto”.

“Lo más emocionante fue probablemente cuando fuimos a ver la mascletà del balcón de ayuntamiento. Pero todo fue bastante emocionante entonces es difícil a escoger”.

ARIANNA TANFONI (Italia) (Fallas 2012)

“Me encantan las Fallas. Creo que es la mejor fiesta del mundo. Es difícil de explicar que significa ver una ciudad que se vuelve fuego y que celebra la entrada de la primavera”.

“La Falla artística es impresionante. Vi gente durante el invierno trabajar a las fallas. El espectáculo en la Plaza del Ayuntamiento es increíble” .



Figura 206: Arianna en la mascletà desde el balcón del Ayuntamiento (Fte. Archivo personal)

“De la comisión ¡me encantó el grupo! Todos reunidos por algo tan especial”.

“Lo más emocionante fue perderme por Ruzafa y poder volver a casa sin tener ni idea de cómo. ¡Pasaron muchas cosas en Fallas!”.

CHARLOTTE MÜELLER (Alemania)(Fallas 2015)

“It is huge and impressive. The experience was extraordinary and not comparable to anything I had seen before”.

“I loved to wear the Fallera dress and experience Las Fallas “from inside” in the Falla UPV. I also loved the figures all over the city. They were so colorful and interesting”.

“About artistic fallas, they were my favourite. It is just sad, that they are displayed very shortly”.

CHAVELI BRONDANI (BRASIL)(Fallas 2015)

“Lo más emocionante en las Fallas fue llegar delante de la Virgen de los Desamparados y ofrecerles flores, tan bonita, tan majestuosa, empecé a llorar y sólo podría dar gracias por estar viviendo aquel momento junto a esa gente, el pueblo de Valencia, gracias infinitas por compartir todo eso con ustedes”.



Figura 207: Chaveli con *ninots*. (Fte. Archivo personal)



Figura 208: Chaveli en la Ofrenda (Fte. Archivo personal)

“Todo me ha encantado, estoy enamorada de las Fallas y de todas las celebraciones que ocurren en el mes de marzo. Digo a mis amigos brasileños que las Fallas son para mí cómo una mistura de Carnaval (de Brasil) por los Monumentos de Arte que me hacían recordar “Carros alegóricos”, de Navidad lleno de luces en las calles y de la Noche vieja por los castillos de fuegos. Es una mezcla perfecta de tres fiestas en una. Quiero muchísimo volver a Valencia y llevar mi familia, es increíble vivir esa fiesta”.

CHIARA BARZAGUI (ITALIA) (Fallas 2015)

“Tenía la imagen de una feria en la que se queman fantoches gigantes que representan una crítica a la política española actual. El acto de quemarlas lo veía como momento en el que todo lo malo, lo negativo de la política se va y se espera que desde las cenizas algo mejor pueda nacer”.

“Después de conocerla, ¡una opinión muy positiva! es una fiesta en la que toda la ciudad se paraliza para celebrar el santo de los carpinteros: San José. Para celebrarlo los artesanos construyen las fallas que se quemaran durante la noche del último día de celebración (el día de san jose); cada falla artística pertenece a diferentes fallas (entendido como comisión) y cada comisión tiene sus falleras que desfilan el día de la ofrenda para rendir homenaje a la virgen de los desamparados. Además de todo lo que se hace

durante dicha fiesta, tuve la sensación que la falla de la UPV quisiera que las chicas de Erasmus participaran en la fiesta sintiéndola casi como los valencianos”.

“Lo más emocionante sin duda la ofrenda: poder participar fue seguramente un momento único, ya que no soy valenciana no estaba preparada "psicológicamente" como las otras falleras para llegar a la virgen pero viví el momento de manera "mágica". Sé que para las valencianas es muy importante poder participar, pero no todas pueden por razones económicas”.

“¡Me gustó todo! la pirotecnia y el día pasado en el ayuntamiento, las luces y los monumentos fueron fenomenales y la indumentaria preciosa”.

ELENA PINSOGLIO (ITALIA) (Fallas 2016)

“Lo que me gustó mas fue la felicidad de todas la gente tuvieron antes y durante esta fiesta”.

“la parte que me emocionó mas fue el momento en que he probado por primera vez los vestidos de falleras y cuando subimos en el balcón del ayuntamiento para ver la mascletà”.

“De la comisión pienso que son personas muy buenas y parecía de estar en una grande familia”.

ESIN EKMEKCI (TURQUIA) (Fallas 2014)

“I can say it is much more than a festival. It shows the good relations the Valencians have. I adore Valencians because for me they are symbols of good neighbourhood and keeping traditions alive. They are proud of being Valencians. I was a fallera in 2014.



Figura 209: Falleras Erasmus en la Ofrenda. (Fte. Archivo personal)

It was one of the most unforgettable and special memories of my life. I visited Valencia again in 2016, just to experience Fallas once more”.

“The aspect I like the most was how the people of Valencia own this tradition proudly and take it very serious. Old or young, everybody has a part in the celebrations and everyone does it with responsibility and proud”.

JADE LETON (FRANCIA) (Fallas 2015)

“Lo que más me gusto fue las animaciones en todos los barrios, sobre todo discomóviles y las mascletàs”.



Figura 210: Jade en la *mascletà* desde el balcón del Ayuntamiento. (Fte. Archivo personal)

“Las fallas artísticas son gigantes y muy bien hechas. Me parece una lástima de quemarles al final”.

“Más emocionante, no puedo decir. Las 3 semanas fueron increíbles. Empezó con la apertura de las fallas con el discurso de la alcaldesa, la gente que reaccionó, pero como solo entiendo el castellano, no sabía lo que estaba pasando y el día después un amigo nos explicó y nos enseñó las parodias como la del caloret faller. Había muchas fiestas en todos los barrios, las luces en toda una calle (sueca, creo), cada día la mascletà a las 2 de la tarde y casi cada noche un fuego artificial. Dormíamos poco, no entendíamos los monumentos de fallas pero íbamos a pasear por las calles para verles. Era todo mágico. Y al final, se acabó con la combustión de todas las fallas”.

MAIKEN SARV (ESTONIA)(Fallas 2011)

“It’s just simply CRAZY. How all the life just stops to have this crazy celebration for days. Fireworks all days, making food on the street, the amazing sculptures all around the city. just amazing. The most shocking how they just put them all in fire on the last day... for the safety reasons can’t imagine that happening in any other country in Europe. Amazing experience”.

“The monuments are just astonishing. the size and perfection is crazy. Never in my life have I seen something even close to it”.

“The most I like the spirit of the people, how they forget all the everyday things and just celebrate the Fallas happy and free”.

MARIA CLARA VIANNA MEDRADO (BRASIL) (Fallas 2014)

“Es una experiencia increíble e inolvidable”.



Figura 211: Vivianna visitando las luces en la falla Sueca – Literato Azorín. (Fte. Archivo personal)

“Creo que toda la experiencia fue importante. De las cosas que más me gustaron fue: ponerse de fallera y sentir la emoción de la fiesta como una valenciana, ir al ayuntamiento ver la *mascletà*, ver la ciudad modificada con los monumentos y me encantó también las luces de las calles en Ruzafa. Como hacia un mes que había llegado en Valencia, las fallas fueron importantes también para hacer amigos e ir a sitios que no conocía en la ciudad.”.



Figura 212: Grupo de discusión antes de comenzar el debate. (Fte. Archivo personal)



Figura 213: Grupo de discusión durante el debate. (Fte. Archivo personal)

Por último, interesante es conocer las interpretaciones ciudadanas en el mundo ajeno a las fallas, los resultados del grupo de discusión apuntan lo siguiente: la existencia de visiones dispares, sobre todo, por la ocupación del espacio, la longitud de los días de fiesta y el ruido ensordecedor de algunas tracas, con sus peligros de salud.

“Las Fallas me prohíben salir de casa, y no puede ser. Ocupan demasiado espacio público. Antes se hacía muy bien en los casales y ahora han proliferado demasiadas carpas”.

ENRIQUE GINÉS

“A mí no me parecen desbordantes, creo que es una buena forma de apertura a la gente, las carpas invitan a entrar, me dijo una vez un fallero y a mí me ha pasado”.

M^a JOSE ESCRHUELA

“En teoría las carpas son para la gente de la falla, yo en ese sentido no me he visto muy integrada”.

MAYTE URCHUEGUÍA

“Para mí el problema de las Fallas es que se ha extendido a un periodo demasiado largo. Además, eso o produce ningún beneficio porque las fallas tienen un componente turístico importante, pero todos esos días de antes, lo que hacen es limitarnos a los que hacemos nuestro quehacer normal. Se les ha ido un poco de las manos”.

PABLO ROYO

“Claro, el problema es que desde el día 1 de marzo ya hay cosas en la calle, es demasiado tiempo, de cortes de tráfico, etc. para la gente que trabajamos en el centro. Antes, las fallas se centraban en la semana fallera pero ahora, 15 días antes ya están cortadas las calles”.

VICENTE LATORRE

“Pero generalmente se buscan lugares que no molesten demasiado”.

M^a JOSE ESCRHUELA

“Hablar con los taxistas en esa época es impresionante, están desesperados desde el uno de marzo, y eso que se utilizan más taxis en fallas”.

MAYTE URCHUEGUÍA

“Pues nada, eso se soluciona con una nueva muestra de adaptación de la población a una situación festiva que tiene otro lado muy atractivo con unas posibilidades tremendas”.

M^a JOSE ESCRHUELA

“No digamos el horario de petarditos de los niños”.

ENRIQUE GINÉS

“No hay ningún control”.

VICENTE LATORRE

“Los petardos son muy peligrosos y provocan traumas acústicos que luego no se solucionan y no está controlado. Tengo una paciente que perdió la audición de un oído por un *masclet*. Defiendo la cultura fallera, pero existen otros valencianos que hay que proteger y se puede las dos cosas”.

MAYTE URCHUEGUÍA

“Por supuesto que eso se tiene que regular. Hay una normativa”.

M^a JOSE ESCRHUELA

“Si pero donde yo vivo, a las 12 de la noche los niños están tirando petardos. Eso es lo que me molesta. Voy con mi mujer y mis hijas a ver fallas o la *mascletà* y te tiran dos borrachos y se lían”.

VICENTE LATORRE

“Eso es la falta de respeto”.

PABLO ROYO

“Pero hay que aprender a vivir las fiestas”.

M^a JOSE ESCRIBUELA

Detectamos, asimismo, que todos tienen algún tipo de experiencia directa con las fallas, fruto de la cual atribuyen rasgos positivos y negativos. Los positivos están relacionados con el fomento de la cultura, la calidad de la indumentaria, la pirotecnia artística controlada, etc., y los negativos, a la par son, la masificación, el corte de las calles, la pirotecnia incontrolada, el olor del exceso de paradas ambulantes, etc.

“Yo siempre voy a defender las fallas por muchas razones: fiesta de todo un pueblo que une, que promueve la cultura, que está lleno de artistas, niños y adultos que hacen teatro, poesía, etc., la indumentaria, siempre levantaré el estandarte de las fallas porque los valencianos somos auténticos artistas desconocidos, ojala nos den el título de Patrimonio de la Humanidad, no solo por el monumento, sino por la cultura fallera. Pero también, estos últimos años, con la intención de defender todas estas fallas que promocionan la tradición, la ropa, la cultura, como estamos en una época de consumo, se les ha ido un poco de las manos, tanta churrería, que huele toda Valencia a aceite, y que adelanten tanto la festividad, hay una falta de respeto hacia muchas personas que no son falleras”.

MAYTE URCHUEGUÍA

“Invito a mi casa a dos o tres amigas el día de la Ofrenda, nos vestimos y salimos con alguna falla, con conocidos”.

M^a JOSE ESCRIBUELA

“A mí me encantan las fallas pero no hago nada especial, me quedo en Valencia, me gusta pasearlas, sufro y me disgusta mucho la aglomeración de personas y la masificación. Tengo el despacho al lado de la mascletà, pero voy a muy pocas. Voy una

vez al año, pero me gustan mucho. Aunque valoro mucho el espíritu festero y la tradición de la fiesta, me encantan los monumentos y las mascletàs, los vestidos y la tradición religiosa de la Ofrenda, pero no participo en nada”.

PABLO ROYO

“Yo he ido a la Ofrenda desde la *Pantera Rosa* hasta la Virgen y sin bastón, hace 40 años, y estaba cojo igual que ahora, y ha sido una de las cosas más emocionantes que he vivido en mi vida, como la mascletà o las presentaciones. Hace unos años normalmente en Fallas salía, y aprovechaba para escribir algún libro. He estado en Galicia o en EEUU en fallas. En estos últimos años, me quedo en casa y no salgo”.

ENRIQUE GINÉS

“Yo, no soy de fallas, aunque, sí que salgo, no me molesta el ambiente pero sí la masificación. Un día de fallas de la semana fallera, damos una ronda a ver fallas, desde Na Jordana, Pilar, Convento, Cuba y luego vemos un rato la Ofrenda y el Castillo”.

“Me voy a esquiar. De todos modos, lo mío es una relación amor-odio. Fui fallera hasta los 18 años y lo deje por la medicina, pero cuando nació mi primera hija, me encargué personalmente de conseguir un traje con tres meses que tenía para ir a la Ofrenda”.

MAYTE URCHUEGUÍA

Aspectos valorados por el grupo son los *ninots*, las escenas y también, los carteles que acompañan a las mismas.

“A mí me gustan los *ninots*; me han sacado de *ninots* en varias fallas e incluso en una me dedicaron la falla entera”.

ENRIQUE GINÉS

“A mí me gusta todo, y ver como la gente innova”.

M^a JOSE ESCRHUELA

“Este año, en una falla pusieron a mis personajes y vine corriendo el día de San Jose para ver quemar la falla. No se puede explicar con palabras. Salvaron muchos *ninots* y lloré lo que no está escrito”

MAYTE URCHUEGUÍA

“A mí me gusta todo, pero sobre todo leer los carteles que es donde está la gracia”. “Yo he llegado a ser músico de mi falla de pequeño y llegue a hacer fallas por un tío de mi madre. En Meliana, en su taller, con moldes hacíamos los *ninots* de falla”.

VICENTE LATORRE

“A mí me gustan las caricaturas, es mas animación, interpretación.”

PABLO ROYO

Los peligros, la convivencia entre el sectos fallero y no fallero, y la falta de cercanía, son los aspectos más importantes, teñidos de una cierta crítica. La reflexión final tiene tintes negativos.

“La normativa que corresponda, para controlar el riesgo y evitar peligros. Implantar soluciones para vivir las fallas emocionalmente, pero también cabalmente, y que las fallas sean Patrimonio de la Humanidad”.

M^a JOSE ESCRHUELA

“Que sean Patrimonio de la Humanidad, sigo estando a favor de las fallas, pero sí abogo porque haya una mayor defensa de aquellas personas que no son falleras, que tienen que ir a trabajar, que no se colapsen tanto las calles, y que no empiecen tan pronto. En ningún sitio las fiestas empiezan veinte días antes. Y también un poco reivindicar la protección médica o el conocimiento, que se conozcan los peligros y así la población sea más responsable y

se cuide a sí misma y a sus hijos. Y que las fallas no sean solo críticas sino también apologéticas”.

MAYTE URCHUEGUÍA

“Para mí, les falta respeto y responsabilidad; respeto para los no falleros, y responsabilidad con la realidad laboral y turística, es decir, en Alcoy han tomado una medida que a mí me encanta, que es concentrarlo en un fin de semana, de manera que siempre debiera de ser la cremà un domingo, y luego, esos cuatro o cinco días de fiesta, los valencianos y los falleros los tengan de vacaciones, Que no convivan el periodo festivo con la obligación laboral”.

PABLO ROYO

“Yo creo que hay que olvidarse un poquito de la majestuosidad de algunas fallas, de querer ser las mejores y que vuelvan a ser más populares, que sean más abiertas al público. Y, sobre todo yo creo que les falta más promoción para conseguir, no solo ser Patrimonio de la Humanidad, sino que en el mundo se nos conozca como la mejor fiesta que hay en toda España”.

VICENTE LATORRE

“Yo abogo por unas fallas más populares y cercanas al público, y la eliminación, eso sí, de todos los problemas, que están reglamentados y al parecer no se cumple esa reglamentación; y no pido nada nuevo, pero lo que hay reglamentado, que se cumpla”.

ENRIQUE GINÉS

En otro orden de cosas, un aspecto interesante de la semiótica fallera, es el poder expresivo de los *ninots* y su aplicación terapéutica, sobre todo, en ciertos ámbitos de la psicopedagogía. Efectivamente, al contactar con la profesora María José Escrihuela, que pertenece al Personal Docente e Investigador de la Universitat de Valencia y es Presidenta de APALcv (Asociación de Profesores especializados en Perturbaciones de la Audición y del Lenguaje de la Comunidad Valenciana) así nos lo constató.

“Por supuesto que se pueden utilizar para tratamientos en pacientes con dificultades pragmáticas y de uso del lenguaje, porque las imágenes son muy expresivas”.

M^a JOSE ESCRIHUELA, Psicopedagoga

Unos, pueden transmitir situaciones, acciones, más o menos divertidas Pero hay otros, más serios, que también están dotados de un contenido semántico importante. No son caricaturescos, son más realistas, pero nos ayudan a entender el mensaje.

Como vemos, existen expresiones y matices que pueden enriquecer la recepción, sobre todo desde el punto de vista de la comunicación visual.



Figura 214: *Ninot* invitando al silencio (Fte. Archivo personal)



Figura 215: *Ninot* con actitud de lamento (Fte. Archivo personal)

Según la profesora Escrihuela, tras referenciar, entre otros, el libro *En la Mente* (Monfort y Monfort, 2015), se demuestran las cualidades de las imágenes muy expresivas (*ninots*) para su uso psicopedagógico en síndromes como el TEA (Trastorno del Espectro Autista).

“Las imágenes expresiva pueden ayudar mucho. Ahora tengo un niño con trastornos del lenguaje que está avanzando mucho gracias a ellas”

“Presentan praxias orofaciales útiles para trastornos del habla, o para otras aplicaciones didácticas”.

M^a JOSE ESCRIHUELA, Psicopedagoga

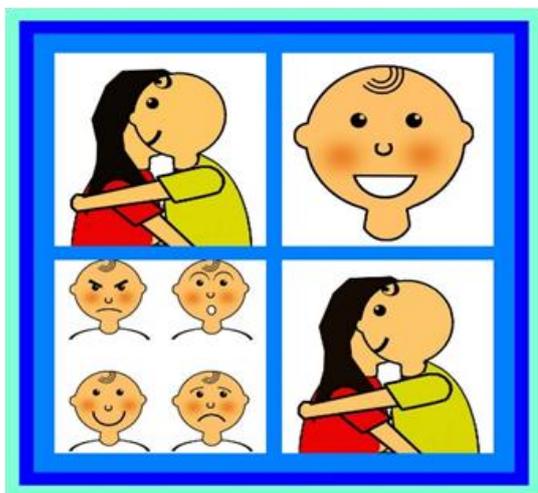


Figura 216: Pictograma

Figura 217: Escena empleable como pictograma.
Solidaridad. (Fte. Archivo personal)

Observemos un ejemplo que ilustra lo comentado, al comparar una imagen de pictograma para TEA (trastornos del espectro autista), del libro *Comunicar con imágenes* (Ojea, 2013), con una imagen extraída del imaginario fallero. Se puede ver en el primero un abrazo de solidaridad, también representado en la escena de las fallas con una niña cediendo su zapato a otra niña que carece de ellos. Son ejemplos de lenguaje visual que abundan en la fiesta.

5.2 Proceso de producción, circulación y consumo en medios de comunicación de masas en fallas.

Junto a los medios convencionales, en los últimos años se ha configurado un nuevo espacio de gran alcance, la *world wide web*. Una aportación con notable influencia en el entorno mediático y que, consecuentemente, un sector tan generador y consumidor de información, como son las fallas, no podía quedar al margen. A lo largo de la historia del periodismo fallero, se observa una evolución muy importante de los medios digitales especializados, que va a ser determinante, para conformar el panorama informativo actual de la fiesta. A título de ejemplo, se muestra el listado de medios acreditados de Junta Cantral Fallera, en el que se puede ver la presencia de los medios digitales.

*Cuadro 63:
Lista de medios acreditados por JCF (2016)*

Televisiones

Tv Mediterraneo “Anem de Festa”
 Levante TV-“Tot es Festa”
 Canal 7 TV-Vive las Fallas
 12 TV
 11 TV
 TVE

Radios

Cope Valencia “Cadafal”
 Cadena Ser
 Es Radio
 97.7 Radio
 Ondacero Radio “Gente De Fallas”
 Onda Uno -“La Otra Opinion”
 Gestiona Radio – “Veus De Festa”
 Onda Fallera
 Valencia Radio “Pasion Por Valencia”
 Radio Newsfm
 Som Bic - Quique Collado
 Play Radio
 Onda Musical (Foc&Falles)

Periodicos

Levante EMV
 Las Provincias
 El Mundo
 ABC
 El Pais
 La Razon
 Superdeporte

Revistas

Actualidad Fallera y 11 TV
 El Turista Fallero
 Cendra
 Fiestas y Sociedad

Medios Digitales

Antonio Cortes
 El Periodic.Com
 Don Falleret
 Official Press
 Falla VLC
 Distrito Fallas
 Hablemos de Fallas
 Ciberfallas
 Ni Fu Ni Fallas

Agencias

Agencia Europa Press
 Agencia EFE

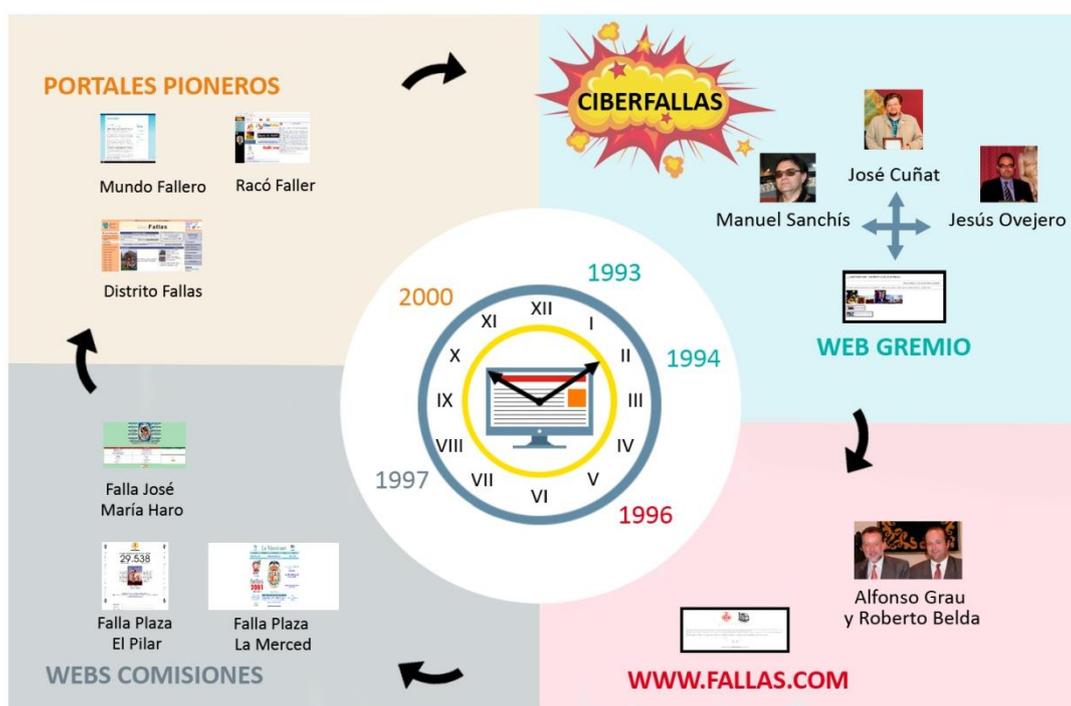
Elaboración propia con datos facilitados por la Delegación de Medios de J.C.F.

En las fallas , la irrupción de internet, ha provocado también cambios fundamentales en el entorno mediático popular y masivo. Ahora hay una interrelación constante entre estos dos niveles a lo largo de todo el proceso de comunicación, en el que están involucrados tanto medios tradicionales como nuevos medios digitales. Estos últimos, están cobrando notable protagonismo en el seno de las fallas, creándose lazos entre los

dos niveles , y reforzando el posicionamiento mediático de estos nuevos medios digitales abiertos.

En este contexto y dada la gran expansión de estos medios integrados en un universo prácticamente inabarcable, se aporta como novedad en este trabajo, un análisis y estudio del entorno digital fallero, en el que se abarcan aspectos de producción, circulación y consumo; desde el origen y evolución de los mismos, estableciendo su perfil medio, hasta el análisis de los CGU y diseño del mapa cartográfico de medios digitales especializados en la fiesta. Por último y en el aspecto de la recepción y audiencias, se expone un breve estudio sobre el impacto de las fallas en la red a nivel mundial.

*Cuadro 64:
Cronograma de los orígenes de internet en las fallas*



Elaboración propia

De esta manera, de acuerdo con el desarrollo de internet y el planteamiento expuesto, a partir de la lista de medios facilitada por Junta Central Fallera, se actualiza para obtener todos los perfiles digitales y ponderar con absoluta justicia, la importancia adquirida por el entorno mediático web y 2.0 en el ámbito de las fallas.

Se expone en primer término, el origen y evolución de los medios digitales en las fallas.

1993: Es la época de los albores ciberfalleros. *Ciberfallas* y el comienzo de la era digital fallera en Valencia. En 1993, un profesional de la informática y fallero, Jose Cuñat, decide crear el primer blog sobre información fallera, www.intercom.com/cyberfallas, al que posteriormente, se le unirá Fernando Villalba y, en la última etapa, Javier Furió. Más tarde, Jose Cuñat con Manuel Sanchís, muy integrado en el mundo fallero, se dirigen al Gremio de Artistas Falleros de Valencia, siendo Maestro Mayor del Gremio Jesús Ovejero, para editar la primera página de internet de un colectivo fallero institucional como fue la del Gremio de Artistas Falleros.

1994: Será la etapa de génesis e incubación digital. Se produce el montaje de la página oficial del Gremio de Artistas Falleros de Valencia a partir de 1994. Después se crea la primera página del Gremio de Artistas Falleros, gestionada por el primer servidor gremial y, posiblemente, el primer servidor tecnológicamente completo en la ciudad de Valencia (www.intercom.com/gremioaf). En 1995 podemos observar ya, una imagen de la sede del Gremio de Artistas Falleros, los primeros bocetos de fallas de 1996, así como una sección para publicaciones actualizadas y otra de información adicional.



Figura 218: Primer portal de Cyberfallas en 1993. (Fte. Archivo personal)

1995-1996: Es el momento de la eclosión digital y marca un punto de inflexión. Se produce la inauguración de la página oficial de Junta Central Fallera (JCF). Con la llegada de Alfonso Grau como Presidente a JCF y Roberto Belda como delegado de medios de comunicación, se pasa de trabajar con una máquina de escribir y un teléfono, a adquirir dos ordenadores e inaugurar la primera página de JCF (en el futuro sería *Fallas.com*), desarrollada por la empresa Bemar Net-Infase Communications en febrero de 1996, a la que se accede como www.bemarnet.es/fallas96/, y en la que se ofrece información de interés sobre la fiesta fallera (Bocetos, Agenda, Historia, etc.).

Posteriormente, se independizó con registro propio como *www.fallas.com* en febrero de 1997.



Figura 219: Primera Web del Gremio Artistas Falleros 1994. (Fte. Imagen cedida por Jose Cuñat)

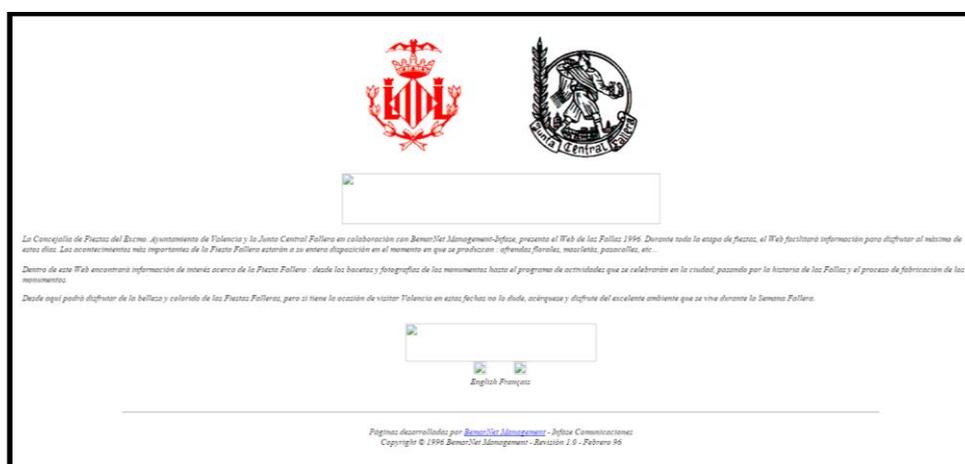


Figura 220: Primera Web de JCF, Fallas de Valencia 1996. (Fte. Imagen cedida por Jose Cuñat)

1997-2000: Llegamos a la etapa del crecimiento digital. Se registra y desarrolla como oficial el dominio *www.fallas.com* y comienzan a aparecer portales de las primeras comisiones falleras, como por ejemplo los de la falla Jose María Haro, Gayano Lluch, Plaza del Pilar, Plaza de la Merced, Na Jordana,, entre otras. También aparecen los de las primeras agrupaciones (*www.benicalapcampanar.com*) y federaciones (*www.fallesdespecial.com*). Se presenta el primer boceto de una falla a través de internet y lo presenta la falla la Merced en el año 1998 y se realiza en el Museo del Gremio proyectándose en un aparato de televisión de gran tamaño. A finales de la década de los 90, podemos observar las primeras listas de medios de comunicación acreditados por JCF, y en la que no se observan medios digitales.

2000-2010: En esta década se produce el “boom” digital fallero (década dorada digital fallera). Aparece *www.mundofallero.com* (Fernando Morales), centrado en contenidos propios y que aportaría, posteriormente, mecanismos de participación como el *Forum Faller Independent* y la *Nit de xats* (*www.fallas.mforos.com*). También surge *www.districtofallas.com* (*www.telepolis.com/comunidades/fallas*), un canal de noticias de carácter generalista, que utiliza el humor o las frases ingeniosas para hacer más atractiva la divulgación de las mismas. Además, este portal convocó en septiembre del año 2002, el *I Concurs de Webs de Comisions Falleres*, que tuvo notable aceptación y cuyos premios recayeron, por este orden en las fallas Gayano Lluch, Pio XI-Fontaneres y Exposición. Este concurso pasaría a ser convocado el año siguiente por JCF. También en éste periodo aparece *www.racófaller.com* (Francisco Collado), con un contenido híbrido entre informativo y comercial (prestación de servicios y suministros) para las comisiones falleras. El impacto digital fue tan importante que aparecieron incluso portales dedicados a información genérica de fallas y hogueras como *Letras de Fuego*, conducido por Pedro Astillero (*www.letrasdefuego.com*).

Al principio de la década comienzan a verse los primeros directos y a constituirse las primeras videotecas. Se lleva a cabo el *I Certamen de Mascletaes on line* celebrado en el año 2001 y organizado por JCF, con un éxito arrollador y, además, se crea una videoteca en *www.fallas.com* desde la que se puede consultar cualquiera de los actos falleros que tuviera la página. Asimismo, se dan tres hechos importantes sobre los directos *on line*: el 26 de diciembre de 2006, emite por primera vez la voz oficial de JCF, *www.radiofallas.com*, a través de la página *www.fallas.com*, en Expo-Jove, aunque sólo duraría un ejercicio. Y en la emisora “Música y Fallas Radio (100.9 FM)”, nacida como tal en 2006, el programa *Nuestras Fallas*, con la dirección de Pepe Herrero y la colaboración de Vicente Alventosa, retransmite por primera vez una Asamblea de Presidentes (enero de 2007) y las preselecciones a Falleras Mayores de Valencia (julio 2007).

También se puede observar a principio de la década (2001-2002), los primeros movimientos de ubicación de webcams en las propias fallas por parte de las comisiones (por ejemplo, la Falla Na Jordana) donde se anuncia la ubicación de una cámara web con objeto de que la gente pudiera seguir la *plantá* de la falla. En 2002 aparece *www.pinzellades.com*, de contenido genérico. En la misma línea, también surge *www.correvidile.net* y abre su versión digital, la revista *Actualidad Fallera*, a través de su página de carácter general y divulgativo *www.actualidadfallera.es*.

La primera mitad de esta década se puede considerar también como la edad de oro de los foros falleros. Inicialmente aparece el foro *www.parlemdefalles.com*, del grupo Yahoo, donde se enviaban opiniones e información particular sobre las fallas. Y posteriormente ofertan esta posibilidad *Forum Faller Independent* (*http://falles.mforos.com*), *www.ciberfallas.com* y *www.actualidadfallera.es*, así como, en 2005 surgirá también *http:alfoc.mforos.com*, quedando activo hasta la actualidad junto a *Forum Faller Independent*. Esta modalidad, alcanza su máximo protagonismo, en sentido negativo, en el último trimestre de 2002, con motivo de la elección de las Cortes de Honor de las Falleras Mayores de Valencia de 2003. En los foros falleros se vierten críticas feroces con duras críticas hacia las candidatas elegidas. Producto de ello es el cierre posterior de buena parte de ellos. El panorama mediático fallero estaba cambiando. Ya empezaba a notarse la influencia y la opinión del receptor. Nos adentrábamos en los anales de la web 2.0.

Posteriormente, se entraba en una etapa de periodismo digital reflexivo y en valenciano. Ya no primaba sólo la noticia o la información, importaba también la opinión, la expresión y la imagen de los diversos aspectos de la fiesta. Así, comenzarían a aparecer los blogs y webs de carácter temático, de opinión y en lengua autóctona, además, con marcado tinte reflexivo, como es el caso, de *www.monfaller.com*, versión valenciana de la web anterior de Fernando Morales. O también, en el año 2006, el caso de Xavi Serra con *www.malaltdefalles.blogspot.com*. Otro ejemplo de blog de opinión, fue *www.fiestafallera.lacoctelera.com*, de Juanfran Barberá.

Siguiendo en esta etapa reflexiva, también aparecieron blogs de análisis y estudios sobre la fiesta, como el *www.blocfaller.blogspot.com*, elaborado por miembros y académicos de la ADEF (Associació d'Estudis Fallers). En 2008 irrumpieron en la red *www.unnouparot.hol.es* de Alejandro Lagarda, y *www.elanalistafallero.blogspot.com*, de Jose Francisco Carsí, con reflexiones sobre cualquier aspecto de las fallas y conceptos y tendencias, sobre todo infantiles, respectivamente.

Progresivamente, se llegaría a la regularización digital en la relación JCF-comisiones. Todo este fenómeno de normalización digital comenzó a desarrollarlo JCF durante el ejercicio 2003-2004, ya que, a través de *www.fallas.com*, creó una sección intranet, ofreciendo a las comisiones espacio en su servidor, facilitándoles la adquisición gratuita de un correo electrónico y ofertando hasta 3 modalidades de integración digital en la red. Así, comenzaron a incorporarse correos electrónicos de

comisiones y en el libro-guía de direcciones y teléfonos editado por JCF para el ejercicio 2006-2007, aparecieron ya las primeras direcciones electrónicas de algunas fallas. Posteriormente, en el ejercicio 2009-2010, se consiguió la regularización digital, ya que para este ejercicio, aparecían los correos electrónicos del 90% de las comisiones falleras. En el mismo periodo, en esta intranet se creó la secretaria virtual fallera, donde podías acceder como comisión o como miembro de JCF. En pocos ejercicios, se había creado el primer canal digital de comunicación interna entre Junta Central Fallera y las fallas. Podías acceder a noticias e información y descargar y presentar documentos, fotos o impresos de inscripción.

Avanzada la década aparece uno de los primeros blogs asociados a programas radiofónicos falleros. Así, el programa *esFallas* emitido en *es.Radio*, mostrará sus contenidos digitales en su propio blog. En otro sentido, las tres emisoras de televisión que emiten contenidos falleros de forma regular durante todo el año, RTVV (www.RTVV.es) con *Cor de Festa*, Levante TV (www.levantetv.es) con *Tot es Festa* y Popular TV (después Mediterráneo TV) con *La Festa* y *Mediterráneo* muestran sus contenidos en YouTube, pero mediante enlaces integrados en las webs de los propios medios. Únicamente, el programa *Tot es Festa* comienza con un canal propio de contenidos a la carta en Youtube, a partir de Abril de 2009 y también con cuenta propia en Twitter (@totesfesta desde Mayo 2009).

Al final de la década, comenzaron a establecerse las redes sociales en España, especialmente Facebook y Twitter. De esta manera, parte de la blogosfera existente, comienza a utilizarlas aprovechando su tirón mediático novedoso y sus ventajas comunicativas (inmediatez, usabilidad, portabilidad, alcance, etc.). Es el caso de Xavi Serra y *Malalt de Falles*, que en 2009 inauguró su web y sus cuentas de Facebook y Twitter, convirtiéndose, sus páginas, en unas de las más seguidas de la red (FB: 14692 Like, Twitter: 9959 followers- datos 17-01-16). Y también los casos de www.nifunifallas.com (2009) con Raquel Úbeda y Sergio Mora, www.hablemosdefallas.com (2009), con Roberto Gómez o www.miradio.com, con Vicente Alventosa (Programa *Junta General*), todos, de corte genérico y con eco importante sobre contenidos radiofónicos falleros. Se incorporaba al mundo digital, *Fiestas y Sociedad*, en su versión Facebook (octubre 2009). Por último, una mención a la aparición de webs temáticas, como es el caso www.cendradigital.com (2009), coordinada por Angel Romero y basada fundamentalmente en ofrecer catálogos de imágenes de fallas y hogueras clasificadas (por categorías, por premios, etc.).

2010-2016: Se llega al despertar digital fallero de los medios convencionales. El *Big-Bang* de las redes sociales y de los recursos multiplataforma.

Aparecieron secciones especializadas en fallas en la versión digital de los principales periódicos de la ciudad. En *Levante-EMV*, se creó *Fallas Online* (04-03-10) y, posteriormente, se dio paso a la sección *Chat con Moisés Domínguez* (13-01-2014). De la misma manera, se reactiva la sección digital de fallas de *Las Provincias*, con la página www.fallasvalencia.es (09-12-14), con noticias y numerosos reportajes y entrevistas sobre el mundo fallero.

Eclosionaron las versiones digitales (especialmente las redes sociales) de los programas radiofónicos falleros, como *Protagonistas las fallas*, de Punto Radio, *Cadafal Faller*, primero en Radio Nou y después en la COPE y CVRadio, *Gente de Fallas* de Onda Cero, *SER Falleros* de la cadena SER, o *Veus de Festa* en Gestiona radio.

Lo mismo ocurre con los medios televisivos falleros, como *Anem de Festa* (2012), de TV Mediterráneo, o anteriormente en *Vents de Festa*, primero en Canal 13 y TMV (Televisión Municipal de Valencia- 2008-) y después también en TV del Mediterráneo, el programa *Tot es Festa*, de Levante TV, o más recientemente, el programa *Vive las Fallas* (ahora *Vive las Fiestas*) de Canal 7 Televalencia (www.vivelasfallas.es), un ejemplo de evolución y desarrollo digital, que comenzó como página web en 2011 y actualmente es un notable modelo de difusión multiplataforma (diario digital, espacio televisivo, redes sociales - Facebook, Twitter, Ivoox, Youtube, Google+, etc.).

En esta última etapa, la accesibilidad y bajo coste del mundo digital, ha permitido la aparición de medios sostenibles con sus propias plataformas de difusión y puedan, por ejemplo, coexistir hasta 3 programas que abordan temática fallera, en la misma emisora, algo impensable en otra época: *Play Fallas*, *Casal Fallero* y *Som Bic*, todos en Play Radio (107.7 FM). O ilustrativa es, asimismo, la reciente aparición de *Don Falleret*, periódico impreso y *on line* sobre fallas y claro ejemplo de utilización completa de recursos multimedia en la red: web (www.donfalleret.com). Y, todavía más, esta nueva era tecnológica trae también nuevos modelos comunicadores en las fallas, como por ejemplo, el interdisciplinario y ya comentado perfil de la Falla Maestro Bellver-Mariano Ribera que logra crear un equipo de comunicación formado hasta por 7 personas, cada una de ellas especializada en una plataforma o modalidad informativa (incluidas radio y TV propias), o el caso de la máxima especialización de Carles

Rosaleny, que abre una página en Facebook titulada *Seguidores de Joan Blanch*, exclusivamente para admiradores del gran artista.

Por último, resaltar los nuevos horizontes que se abren en el panorama con la constante aparición de nuevas aplicaciones. El mejor ejemplo de aplicación innovadora es Periscope, en las que se pudo observar como *Malalt de Falles* o *Cendra Digital* retransmitían en *streaming* las *plantás* de algunas fallas, pudiéndose observar a tiempo real y en directo. También merece atención especial las convocatorias, charlas, conferencias y coloquios que se han celebrado a lo largo de estos últimos años relacionadas con medios digitales en distintos ámbitos de las fallas, como son:

- “*Influència de les rets socials a la festa fallera*” (Taula Serrans). [17-07-14].
- “*Lleons en Xarxa*” (Falla Leones-Poeta Mas y Ros). [23-11-14]
- “*Influencers*” (Agrupación Fallas I + E) [13-12-14].
- “*De la pizarra a internet*” (Círculo de Opinión). [26-01-15]
- “*Fallas I + E. Presentacion de su App*” (Agrupación Fallas I+E).[05-03-15]

Tras el estudio, se puede decir que el sector fallero es uno de los pioneros en introducir internet en la ciudad (1993) a través de servidores de la empresa *Intercom*. En ese sentido, se puede considerar a *www.ciberfallas.com* y *www.gremioaf.com* como los referentes digitales primarios a nivel de usuario independiente y de institución oficial.

También se demuestra la transformación del periodismo de la era analógica a la digital, en la fiesta de las fallas, ya que, se pasa de un periodismo regido por modelos unidireccionales 1.0, de los años 90, a un periodismo 3.0, reticular, interactivo y participativo.

La aparición de *www.fallas.com* supone un punto de inflexión en la comunicación fallera, al instituirse como elemento vertebrador a tres niveles: sector fallero (intranet), sector social no fallero (red abierta) y exterior (*www.fallasfromvalencia.com*).

Durante el ejercicio 2009-2010, se consigue prácticamente la regularización digital en la intranet de JCF, con el 90% de las comisiones falleras disponiendo ya de una dirección de correo electrónico y estableciendo así, un modo mucho más rápido de comunicación del que habían dispuesto hasta el momento.

Los chats y los foros, que alcanzaron cotas de máximo protagonismo en la red por el año 2003, han sido sustituidos prácticamente en su totalidad por las redes sociales,

especialmente Facebook, donde se establecen debates y se plantean polémicas prácticamente a diario.

Se puede observar la tardía incorporación de los medios convencionales, en versión especializada, al mundo digital, pasando además, de tener una percepción corporativa negativa de los medios digitales (efecto competencia), a no solo cambiar la percepción sino, en muchos casos, incorporarlos como colaboradores. Como dice alguno de ellos, “de perseguidos a colaboradores”.

5.2.1 Perfil del cibernauta fallero.



Figura 221: *Ninot* homenaje al cibernauta fallero. (Fte. Archivo personal)

El perfil medio encontrado tras las entrevistas, es el siguiente: adulto maduro (30-50 años), generalmente titulado, con paridad de género prácticamente al 50%, mayoritariamente de carácter vocacional (salvo alguna excepción profesional) y dedicación variable según circunstancias personales y calendario festivo. En los vocacionales, desde 2 h. semanales a 4-5 h. diarias en casos de gran dedicación y época fallera. En los profesionales, dedicación plena o completa según agenda, calendario festivo y necesidades editoriales. Sus objetivos son, fundamentalmente, de servicio interno, de periodismo complementario y de promoción exterior para los vocacionales y divulgativos e informativos para los profesionales. Recursos tecnológicos básicos en general y de bajo coste y, en la actualidad, predominio de utilización de redes sociales

sobre otros formatos digitales. El seguimiento de audiencias en el cibernauta fallero vocacional es escaso, con controles muy elementales, sin profundizar. En los grandes medios sí que existen controles de audiencia más exhaustivos, aunque no hemos tenido acceso a ellos. Existe una conciencia vocacional de aportación de otras visiones de la Fiesta, normalmente sin un plan concreto de comunicación preestablecido y con sentimiento evolutivo de infravalorado a normovalorado, a diferencia de lo que se percibe en los grandes medios. Por último, se presenta una perspectiva de visión positiva de futuro para la información digital en el mundo de las fallas.

5.2.2 Contenidos generados por el usuario (CGU).

Si observamos con atención la blogosfera fallera, así como las publicaciones de los distintos perfiles comunicadores de las fallas en las distintas redes sociales, podemos concluir que los principales contenidos generados por el usuario se centran en los siguientes temas:

- Imágenes (fotos) de fallas (talleres, plantá, calle).
- Información sobre convocatoria de eventos de un colectivo o de un órgano rector (fiestas, semanas culturales, exaltaciones, charlas, aniversarios, etc.).
- Imágenes de recuerdos de esos eventos de un colectivo.
- Autopromoción (artistas, comisiones, etc.).
- Imágenes de celebraciones de premios.
- Fotos o vídeos de hechos notables o decisiones significativas de los rectores de la fiesta, con o sin comentario, para generar opinión o debate.



Figura 222: Perfil Facebook de la Falla Maestro Gozalbo – Conde Altea. (Fte. Archivo personal)

Por tanto, se puede decir que predominan los de tipo biográfico, de autopromoción y de opinión, todos generalmente ilustrados. Resulta significativa, el escaso protagonismo en las redes sociales de las Cortes de Honor y Falleras Mayores de Valencia, al contrario de lo que ocurre en los medios convencionales. Algunas publicaciones, alcanzan cifras auténticamente masivas, sobre todo las de pirotecnia, indumentaria, elecciones a fallera mayor de Valencia y exposición de fallas premiadas. Por ejemplo, la publicación en Facebook del vídeo de la mascletá del pasado 29 de febrero de 2016, en Cendra Digital (publicado por Angel Romero), alcanzó más de un millón de personas, más de 300.000 reproducciones y fue compartido 12.000 veces.

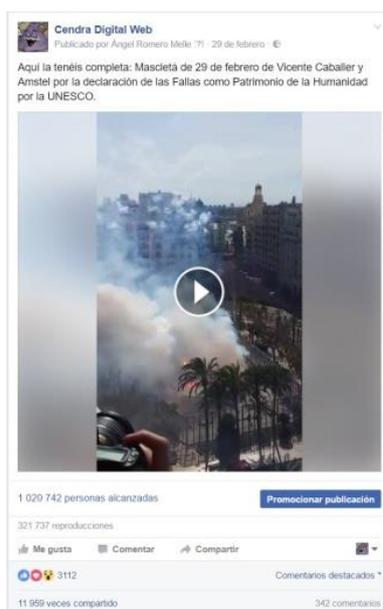


Figura 223: Video en Facebook de *cendradigital.com*, con más de 1 millón de visualizaciones. Fallas 2016 (Fte. Angel Romero)



Figura 224: Detalle de visualizaciones del video en Facebook de *cendradigital.com*, con más de 1 millón de visualizaciones de la *mascletà* de la UNESCO que se celebró el 29 de febrero de 2016. (Fte. Angel Romero)

A partir de estas líneas generales temáticas, los contenidos se generarán y desarrollarán en función del poder de influencia de quien publica y del carácter y trascendencia de lo publicado

5.2.3 Mapa digital fallero en Valencia.

En este trabajo, se propone una clasificación, de las muchas posibles, atendiendo al tipo de medio según su representatividad en la red. Se pueden observar en el siguiente cuadro (con algún ejemplo).

El mapa de la blogosfera fallera, demuestra un ecosistema comunicativo especializado complejo, organizado, muy diverso e interconectado que, dado el carácter festivo de las fallas, atiende claramente a los parámetros de cultura popular y

participativa y sugiere estudios en profundidad para poder establecer modelos o tipologías de comunicación que faciliten su comprensión y análisis

Cuadro 65:
Clasificación Blogosfera Fallera

MEDIOS INSTITUCIONALES FALLEROS:

- www.fallas.com (JCF).
- www.gremioaf.com (Gremio artistas falleros)

MEDIOS CONVENCIONALES:

- RADIO : www.gentedefallas.com (Onda Cero), www.veusdefesta.blogspot.com (Gestiona Radio), www.facebook.com/Anem-de-Festa (COPE), www.facebook.com/ElCadafal (CVRadio 94.5), etc.
- TELEVISION: www.canal7televallencia.es (Vive las Fiestas), www.tvmediterraneo.es (Anem de Festa), www.levantetv.es (Tot es festa), etc.
- PRENSA: www.Fallas Online (Levante EMV), www.fallasvalencia.es (Las Provincias), www.actualidadfallera.es (Actualidad Fallera), etc.

MEDIOS INDEPENDIENTES:

- GENÉRICOS: www.ciberfallas.com , www.districtofallas.com , www.hablemosdefallas.com , www.ninunifalles.com , etc.
- TEMÁTICOS:
 - o TEMATICOS GENÉRICOS: www.cendradigital.com , www.fallasmanía.com , etc.
 - o TEMATICOS MONOGRÁFICOS: www.ninot.es, www.teatrefaller.com, www.Facebook.com/SeguidorsdeJoanBlanch, etc.
- BASES DE DATOS: www.planetfallas.com, www.bdfalles.com, etc.
- ACADÉMICOS de OPINIÓN: www.blocfaller.blogspot.com (ADEF).
- REFLEXIVOS Y/O ANALITICOS: www.elanalistafallero.blogspot.com, www.unnoupapot.com, www.malaltdefalles.com.

ASOCIACIONES:

- COMISIONES: www.najordana.es, www.falladelpilar.com, etc.
- AGRUPACIONES: www.agrupaciondefallasgranvia.com, etc.
- SECTORES: www.sectoralgiros.com, etc.
- FALLAS I+E: www.facebook.com/FallesIE/, etc.
- FEDERACIONES: www.facebook.com/FederacionFallasEspecial/, etc.
- INTERAGRUPACION: www.interagrupacionfallas.com/, etc.
- OTRAS: www.estudisfallers.org/ (ADEF), etc.

PROFESIONALES ARTESANOS y RELACIONADOS:

- INDUMENTARISTAS: www.facebook.com/Gremio-Artesano-de-Sastres-y-Modistas-Comunidad-Valenciana , etc.
- PIROTECNICOS: www.grupopiroval.com, etc.
- ARTISTAS FALLEROS: www.gremiodeartistasfalleros.es, www.fallasximoesteve.com, etc.
- ORFEBRES: www.art-antic.net/, etc.
- CARROZAS: www.carrozasazpeitia.com, etc.
- DISEÑADORES: www.ramonpla.com, etc.

COMERCIALES: www.racofaller.com .

FOROS

- FORUM FALLER: www.falles.mforos.com/.
- AL FOC: www.alfoc.mforos.com/

CHATS.

- CHAT CON MOISES DOMINGUEZ: www.http://comunidad.levante-emv.com/entrevista-chat/7166/fallas/chat-sobre-fallas-con-moises-dominguez-/entrevista.html.

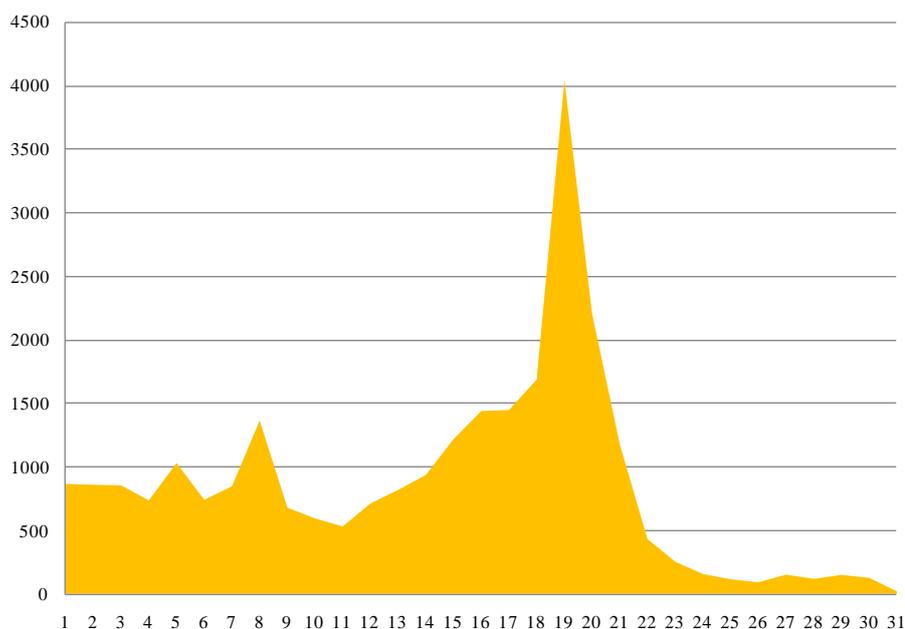
OTROS: www.PinkIntruder.com, www.duquesart.es, etc.

El mapa de la blogosfera fallera, demuestra un ecosistema comunicativo especializado complejo, organizado, muy diverso e interconectado que, dado el carácter festivo de las fallas, atiende claramente a los parámetros de cultura popular y participativa y sugiere estudios en profundidad para poder establecer modelos o tipologías de comunicación que faciliten su comprensión y análisis.

5.2.4 Fallas en la red mundial.

Ya hemos analizado algunos de los datos que nos muestran una idea del comportamiento turístico frente a las fallas. Pero hay muchos más datos que nos orientan a visualizar el impacto exterior que tienen las mismas como por ejemplo los que se derivan de las consultas y descargas de la página web oficial de Junta Central Fallera. En este sentido podemos observar el espectacular incremento de visitas que se producen en el día grande de las fiestas, el 19 de Marzo.

Cuadro 66:
Visitas en marzo 2016 a www.fallas.com



Elaboración propia con datos facilitados por JCF (www.fallas.com)

Pero también se pueden observar otros datos significativos. Por ejemplo, se dan dos incrementos más notables, uno es el sábado 5 de marzo, posiblemente, el ser jornada

prácticamente no laboral y coincidir con el inicio de las fiestas, puede aumentar las visitas a la página oficial; y el otro día relevante, es martes 8 de marzo, que coincide con el “día de la “mujer trabajadora”. Posteriormente se ve un incremento progresivo lógico al adentrarnos en los días grandes de las fallas. Tras el *boom* del día de San Jose, todavía existe una gran cantidad de usuarios que visitan la web hasta dos o tres días después, en los que cae notablemente la audiencia.

En resumen, se puede decir que la trayectoria que sigue el índice de visitas a la web oficial es el lógico, con un flujo de visitas superior al habitual que comienza a finales de febrero (*Crida* y preambiente de fallas), y se mantiene relativamente estable hasta los días de la semana festiva, en que se disparan las visitas.

También es interesante a todos los niveles, conocer asimismo cuales son los países que demuestran interés por las fallas. En ese sentido y considerando los datos facilitados por Junta Central Fallera, se observa que, tras España, el país que más visita la página es Francia, seguida de Alemania y EEUU. Si recordamos, también era Francia el país con más visitas al Museo Fallero, así como Alemania y EEUU estaban situados en las primeras posiciones de visitas al mismo.

Cuadro 67:

Nacionalidad de las vistas a www.fallas.com del 1 al 31 de marzo de 2016



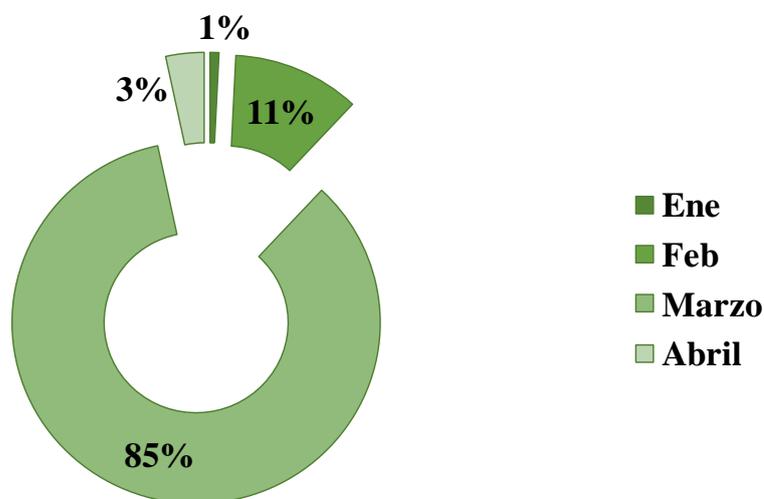
Elaboración propia con datos facilitados por JCF (www.fallas.com)

Como observamos, en términos generales, y a excepción de EEUU, despierta más interés el fenómeno *Fallas* en países europeos que de otros continentes.

Un dato que refuerza el notable protagonismo de las fallas en la red durante el mes de marzo es la siguiente gráfica, que corrobora la diferente actividad digital si comparamos los periodos festivo y no festivo.

Los datos obtenidos siguen una cierta lógica, en enero comienza la actividad (1%), muy lentamente, que va acrecentándose en el mes de febrero (11%), para originar un *boom* digital en el mes de marzo, que se atenúa bruscamente en el mes de abril, dejando unas secuelas residuales, posiblemente de los nostálgicos de la fiesta.

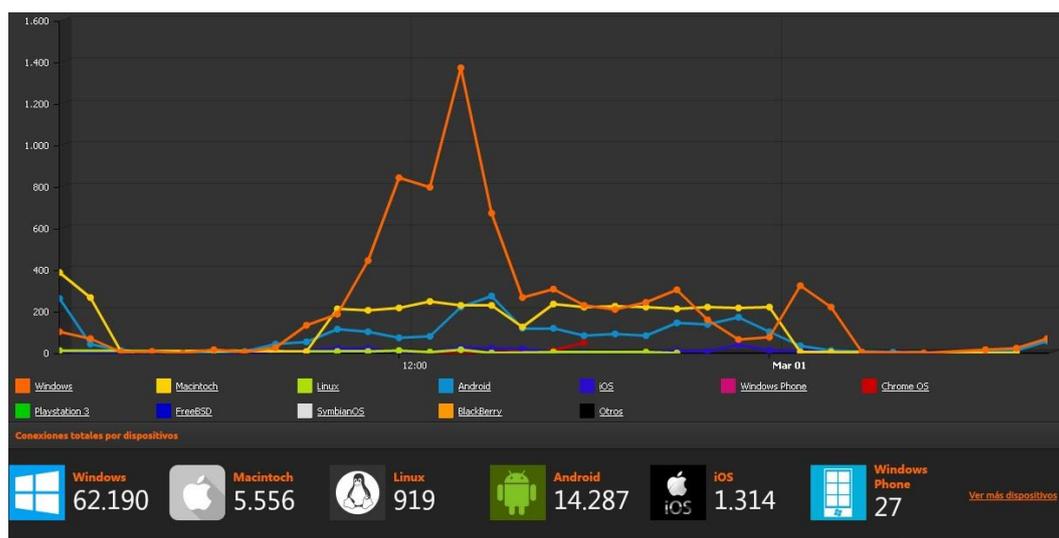
Cuadro 68:
Gigabytes descargados de www.fallas.com de enero a abril 2016.



Elaboración propia con datos facilitados por JCF (www.fallas.com)

Por último, si analizamos las plataformas que intervienen en la red para visualizar un gran evento en plenas fallas, encontramos que la más utilizada para ordenador es la de Windows, y Android es la que más usuarios aporta en móviles, algo lógico teniendo en cuenta el número relativo de usuarios que existen entre las distintas plataformas. En este caso, el evento analizado es la mascletà por el Patrimonio Inmaterial de las fallas, celebrada el pasado día 29 de marzo de 2016. Se observa que unas horas antes de la mascletà (14h), ya comienza un incremento significativo en la red.

Cuadro 69:
Conexiones totales por diapositivas

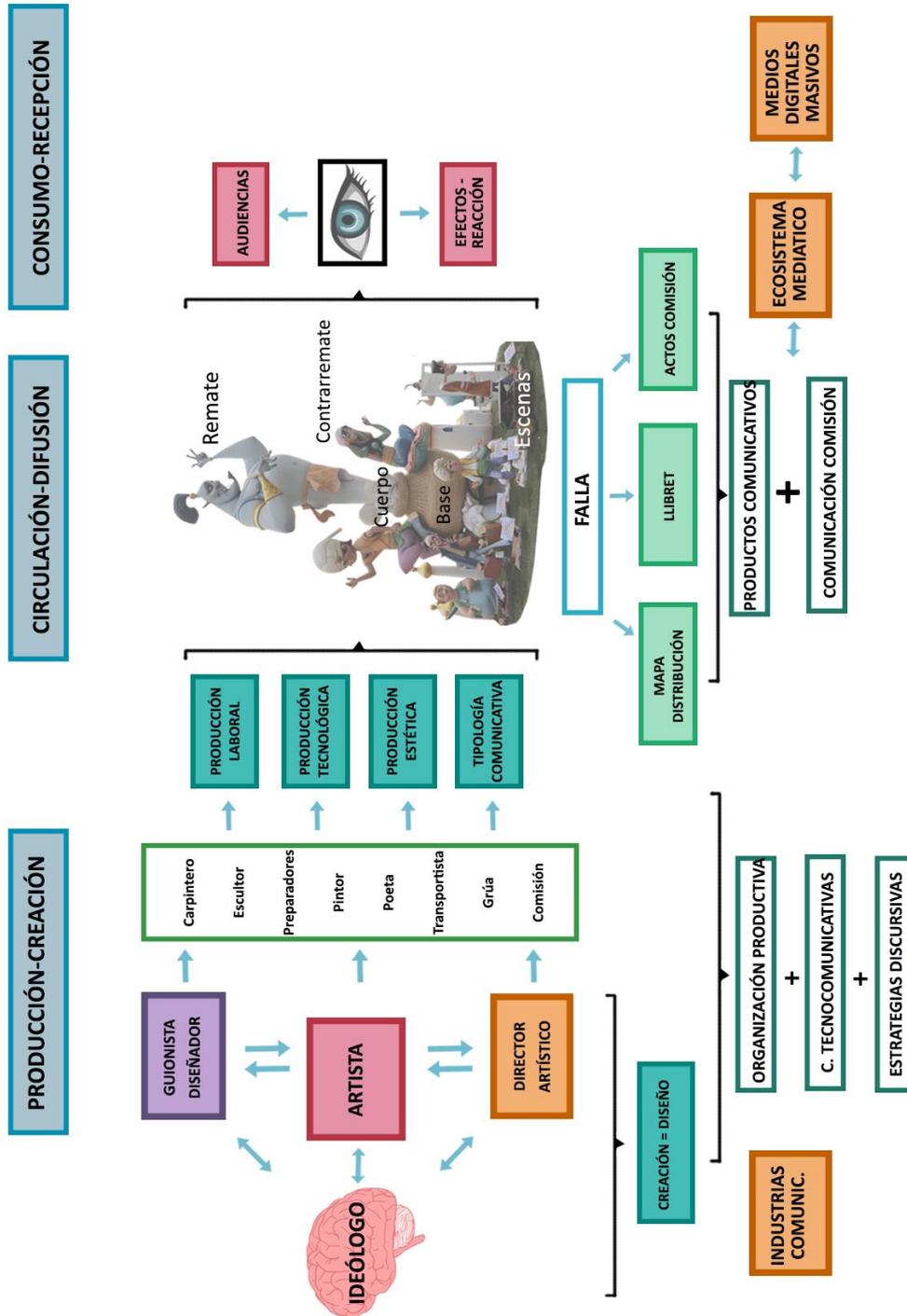


Elaboración propia con datos facilitados por JCF (www.fallas.com)

5.3 Una propuesta de modelo para el estudio de la comunicación de las fallas

Para finalizar el capítulo de resultados, exponemos a continuación, una última reflexión. Siendo evidente la existencia de la comunicación popular y la masiva, se comprueba en este trabajo, la posibilidad de adaptación de la primera, a un modelo de comunicación de masas, como el de Rodrigo Alsina, que interrelacione ambas perspectivas. Si bien es cierto que algunos parámetros del modelo original, no se han podido desarrollar en la adaptación, por cuestiones de espacio, tiempo y objetivos, ello no es óbice para plantear la posibilidad de que, en un futuro, se pueda utilizar esta adaptación, incluso mejorarla, para profundizar en el estudio de esta relación e incluso llegar al nivel interpersonal y grupal, que aunque no parecen tener el mismo peso, también están intergadas en la comunicación popular.

Cuadro 70:
Modelo socio-semiótico adaptado



6 CONCLUSIONES.

- 1) La falla, no es solo un elemento artístico, se puede interpretar desde otras áreas diferentes, dada su complejidad. Uno de estos aspectos, inédito hasta ahora en la investigación sobre las fallas es la comunicación. Una falla es un medio para comunicar en el que tiene un papel muy relevante la comunicación simbólica pero, además, como se demuestra en este trabajo, presenta rasgos de fenómeno sociológico, de tradición, de cultura popular, de industria cultural y de carácter crítico identitario. Atendiendo a estas premisas, se podría establecer una definición multidisciplinar de falla que englobara todos estos aspectos: “la falla es, desde sus orígenes (tradición), un producto artístico-comunicativo (comunicación), derivado de una agrupación de amigos o vecinos (comisión-sociabilidad), convocada (liderazgo) con carácter crítico, satírico o burlesco (intención comunicativa), a través de la incineración (ritual-cultura popular) y que pretende (objetivo) extinguir o alejar (actitud-acción social) los vicios y las desdicha humanas (realidad social-sociología)”.

Este concepto multidisciplinar, tal como se describió en la hipótesis de partida, sitúa a la falla como vehículo de comunicación crítico-satírica del pueblo valenciano y elaborada con participación social. Además, este carácter de diversidad, le otorga un carácter patrimonial, cuya transmisión generacional, ha contribuido notablemente en la declaración de las fallas como *Patrimonio Inmaterial de la Humanidad*. La reciente declaración de la UNESCO, considerando estos valores de las fallas, justifica y apoya el enfoque realizado en este trabajo y avala su importancia.

- 2) Podemos encontrar dos tipos de expresión popular a través de la falla. En primer lugar, la que corresponde a la expresión mediada a través de los profesionales de la creación (artistas, bocetistas, guionistas y directores artísticos). En estos casos, predomina la percepción que ellos tienen del mundo, recogida en muchos momentos de la opinión popular para expresarla a través de la idea. Y, en segundo lugar, la correspondiente a la expresión popular directa, en las fallas autocreativas, que completan todo el proceso y en el que hay un índice notable de participación. Si bien es cierto que, en este último

caso, las fallas actuales se pueden considerar interclasistas, por lo que la manifestación de cultura popular coincidiría más con el concepto de Burke (cultura común o cultura social) que con el de Gramsci (cultura de clases subalternas o sometidas). En este sentido participativo, también existen algunos aspectos para la reflexión, no hay que confundir cultura participativa (cremá de Molinell-Alboraya), con cultura de la asistencia (mascletá o cremá convencional). En las fallas existen ambas y se produce un hecho paradójico demostrado: liderazgo y democratización. Encontramos los dos polos de carácter sociológico, aunque los liderazgos suelen ser más por tradición (experiencia y años en la falla), que por otras razones; mientras que la fiesta, parece que avance hacia una democratización general (equipos creativos, presidencias compartidas, ecosistema mediático atomizado, etc.). Lo que deriva, en términos genéricos, en un mensaje más democrático y, por tanto, menos agresivo.

- 3) En el nivel de comunicación popular, se han identificado los elementos que intervienen en el proceso de producción de una falla. Se han establecido tipologías en todas las fases del proceso de comunicación (creativa, laboral, tecnológica, estética y comunicativa) y demostrado que todos los procesos de esta fase, están relacionados e interconectados, pero los dos aspectos que mayor peso adquieren en la concepción de la falla son, fundamentalmente, la creación (qué quiero decir) y la tipología comunicativa (con qué intención), aunque existe un factor limitante que no se puede obviar y que resulta contundente al escuchar a los artistas, el presupuesto del proyecto, que condiciona enormemente la construcción del mensaje. El perfil del ideólogo y de la intención u objetivo de la comunicación (sea del artista o de la comisión), condiciona lo demás. Las limitaciones laborales o tecnológicas (cómo lo construyo), se subsanan con retóricas del lenguaje (uso de metáforas, metonimias, etc.), y las posibilidades estéticas (forma que le doy al mensaje) ya se vio en resultados que ofrecen multitud de recursos y diversidad de opciones (épocas de la historia, mundo del cine, arte contemporáneo, etc.). Por otro lado, también se demuestra, que las nuevas tecnologías han transformado algunos procesos productivos (diseño y escultura digital, comunicación durante la creación, tallado en 2D y 3D, consumo de códigos QR, etc.) favoreciendo en

general, por un lado, el crecimiento y la diversificación de roles creativos , y resignando, por otro lado, a los creativos más tradicionales . La identificación de todos estos elementos demuestran una organización productiva, elemento fundamental en el esquema socio-semiótico y que define más el carácter de industria cultural de la falla. En el nivel de comunicación masiva, sin embargo, no se da esta circunstancia debido al elevado grado de amateurismo vocacional existente en el panorama mediático digital fallero.

- 4) En el contexto de la comunicación popular, el perfil de los gestores y los modelos de creación-producción han quedado descritos, y, como se observa, hay una tendencia al cambio de paradigma establecido. Así, la figura del ideólogo, está desplazando a la del artista, aunque en muchas ocasiones coinciden. Aumenta la especialización y siguen apareciendo nuevos perfiles creativos como el ambientador o estilista. Se está difuminando esa concepción inicial de que el artista era siempre el único o principal protagonista. Puede ser un bocetista o un guionista, un director artístico, o un diseñador gráfico o cualquiera de ellos individualmente o conjuntamente con el artista. El ideólogo o ideólogos genera/n la idea, y el ejecutor es el artista. Y en el aspecto de materiales, destacar la reflexión que otorga el que siendo el poliestireno el material más utilizado, la mayor empatía de los artistas entrevistados, a la hora de modelar, es el barro, posiblemente por herencia emocional de una tradición artesanal con la que se iniciaron la mayoría de ellos. En el mismo sentido, se nota cierto distanciamiento de los clásicos más experimentados a las nuevas tecnologías, a diferencia de los más jóvenes que vivieron su adolescencia ya en la era digital.
- 5) En el proceso de comunicación de la falla, en la fase de creación, el peso del proyecto lo soporta el equipo creativo, en la fase de difusión, la comisión y los medios de comunicación, y en la recepción, hay, aunque no de manera explícita, un papel importante de la comisión y de los medios de comunicación, ya que la parte del receptor, en cuanto a efectos y reacción, siempre es, a priori, desconocida. Teniendo esto en cuenta, el elemento fundamental de la comunicación que vertebra todo el proceso esta claro, es la comisión. No obstante, se puede concluir que, para que el resultado final se corresponda con

una adecuada recepción del mensaje original, en cada una de las fases, todos los elementos deben estar perfectamente interconectados y sincronizados. Un ejemplo claro de ello se da en la creación, en el caso de que haya disociación idea-artista. La reflexión es clara: puede haber un gran diseño para una mala ejecución, o viceversa. Y otro ejemplo válido es que existe una asimetría entre la percepción del elemento importante de comunicación en la falla (remate) en los creativos y la opinión paralela en el sector social no fallero (textos y escenas). Hecho que desvirtúa uno de los principios de la teoría semiótico-textual en cuanto al conocimiento o comprensión de los receptores por parte de los emisores, y provoca una “aberración” comunicativa, o ruido, desde el punto de vista de la transmisión del mensaje.

- 6) La línea de comunicación de una comisión se determina de dos maneras: bien porque existe una tradición marcada desde los orígenes y se ha perpetuado hasta la actualidad (como por ejemplo, el carácter crítico de la Falla Na Jordana), o bien por la irrupción de un líder en la trayectoria de la comisión (artista, profesional de ámbitos de las artes plásticas o escenográficas, etc.) que provoca un giro en la filosofía de la misma. En cualquier caso, los elementos determinantes de este aspecto de la comunicación en las fallas, se reducen a dos: el ideólogo (artista) y/o la comisión, que, en ocasiones, pueden ir a la par. Cuando no coinciden las líneas de ambos, el objetivo final lo marca la negociación y depende, en gran manera, del carisma artístico del ideólogo y del carácter identitario de la comisión.

- 7) En la fase de circulación, como productos comunicativos, se intuía el liderazgo de la ofrenda como acto colectivo, pero sorprende que casi le alcance en importancia atribuida por las comisiones, la presentación de su fallera mayor. Posiblemente porque es el acto más identitario y de participación efectiva a nivel grupal; lo que refuerza el carácter popular de las fallas, una fiesta de barrio desde sus orígenes. Asimismo, se definen la *plantá* y la *cremá* como actos de menor participación y más selectiva, aunque en ésta última, la asistencia sea máxima. En cualquier caso, también sorprende el elevado porcentaje de comisiones que escapan de la *cremá* convencional, y aportan su particular ritual, emulando cualquier detalle ancestral, que represente el culto al

fuego. Por otro lado, el *llibret*, elemento comunicativo fundamental y de carácter permanente, no se considera tan importante a efectos de comunicación. Está más considerado como un elemento de prestigio.

- 8) Como mensaje en el nivel de la comunicación masiva, encontramos que, en la fase de producción, son más abundantes los medios de comunicación vocacionales que los profesionales, además de ser aquellos, los promotores de los primeros portales falleros de la historia. Existen momentos clave en la historia digital fallera. Destaca la creación de *www.fallas.com*, que cambia el ecosistema comunicativo de las fallas, al centralizar los flujos comunicativos en internet. Las nuevas tecnologías, la crisis del modelo de negocio y el desarrollo de la propia fiesta, genera, por un lado, la creación, de un nicho de mercado informativo con contenidos cada vez más específicos o incluso monográficos, y por otro, la formación de equipos o delegaciones de comunicación perfectamente estructurados, organizados y cada vez más especializados en las comisiones. Así, el mapa de la blogosfera fallera, es diverso e interconectado, lo que, dado el carácter popular de las fallas, es una manifestación de esa cultura popular y participativa. De acuerdo con los resultados, cabe esperar protagonismo creciente de lo digital y, en especial, los dispositivos móviles de reducido tamaño y la emisión en *streaming* de eventos en directo, a través de los propios usuarios. En el mismo sentido, cabe significar a Francia y países centroeuropeos como países del exterior más adictos a las fallas, y a EEUU como estado no europeo.

- 9) En el proceso de consumo y recepción, no existe una interpretación unívoca. Hemos observado en el apartado de audiencias, que a nivel popular predominan las actitudes positivas por los grandes eventos (encendidos de luces, cremá, mascletá, etc.), aunque en éstos, no se manifiesta el sector contrario a la fiesta; mientras que a nivel virtual, se reparten las interpretaciones, aunque en este trabajo se muestran únicamente, manifestaciones desde la perspectiva próxima a las fallas. En cuanto al consumo en el turismo, existen índices que transmiten, asimismo, empatía del mundo exterior nacional y extranjero por las fallas, por lo que se puede considerar que contribuyen a fomentar el sector turístico. En el aspecto de efectos y reacciones, existen múltiples y diversas interpretaciones en

lo personal, aunque a nivel general existen convergencias en aspectos positivos y negativos de la fiesta. La clase política reconoce las fallas en todas sus facetas (artística, comunicativa, etc.), sin embargo, un político, en contra del concepto original de falla, interpreta positivamente verse reflejada en un *ninot*; además, coincide en observar el gran potencial creativo y cultural de las comisiones, diluido por protagonismos y ausencia de consensos. La interpretación de las estudiantes extranjeras es muy positiva en general, sobre todo, al descubrirla en lo participativo (magia, emoción, etc.), en contraste con la percepción que algunas tenían antes de vivir la experiencia (quema de fantoches, feria, etc.). El sector ajeno a las fallas muestra también su interpretación de forma repartida, aunque la reflexión final se decanta más por la visión crítica de las mismas y, más que por la falla, a la que se le valora, por el entorno que genera a nivel de la ciudad. En resumen, existen interpretaciones muy dispares, aunque, a nivel general, sí que existe una convergencia en cuanto a los elementos positivos (emociones, espectacularidad, arte y diversión) y los negativos (masificación, colapso urbano y contaminación sonora).

- 10) Se está iniciando un proceso importante en las fallas, reflejo del carácter socio-cultural, de democratización y dulcificación generalizada sobre las personas y los colectivos. Por un lado, la democratización cada vez mayor de la fiesta es evidente: presidencias compartidas, equipos creativos plurales, guiones democráticos, redes sociales de comunicación, etc. Por otro lado, se está produciendo otro fenómeno creciente también como es, la mercantilización del sector (al margen del tratamiento de la falla como industria cultural): la crisis, las leyes urbanas cada vez más rigurosas (estrangulan fuentes de ingresos paralelas), el aumento de la competencia, la mayor demanda de puestos comerciales en la semana fallera, el afán por los premios, hacen que prime la estética y la espectacularidad, y se pierda la crítica y la sátira. Todo este escenario, desemboca en unas fallas más planas, más blandas desde el punto de vista crítico. Se puede decir que no hay escenas críticas, sino cómicas; no hay sátira, hay humor. Sin embargo, las opiniones que se salen de este ámbito dulcificante marcan liderazgos de protagonismo y de audiencias. Habría que preguntarse si el fenómeno se debe a que la democratización homogeneiza y aminora el carácter crítico, o que la sátira anterior traspasaba los límites de lo

éticamente correcto, o, que se está gestando una sociedad bipolar, en la que cada acontecimiento quedará solo entre lo insensiblemente normal, o exageradamente llamativo, sin más opciones intermedias.

- 11) En este trabajo, se propone una adaptación gráfica del modelo de Rodrigo Alsina para la comunicación de masas, en el marco de la teoría socio-semiótica. Además, las fallas son una expresión de la cultura popular, con elementos también de flujos masivos en entornos abiertos. El reconocimiento a este nivel cultural, y por tanto, comunicativo que otorga la reciente declaración de *Patrimonio de la Humanidad*, me hace reafirmarme en la teoría y el modelo escogido como referencia. No obstante, podría resultar muy interesante, para el futuro, estudiar las fallas desde otra teoría, particularmente la interpretativa, siguiendo los principios de la Escuela de Palo Alto y su tipología de mensajes analógico, referencial y metacomunicativo.

7 BIBLIOGRAFÍA.

- ACASO, M. (2007). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.
- ADEF. (1996). *La festa de les Falles*. València: Consell Valencià de Cultura.
- AGUADO, J.M. (2004). *Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación*. Murcia: Universidad de Murcia.
- AIX GRACIA, F. (2002). El arte flamenco como campo de producción cultural. Aproximación a sus aspectos sociales. *Anduli: Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 1, pp. 109-125.
- ALCANIZ, J. (1990). Las fallas de la democracia. En A. Ariño.(dir.), *Historia de las Fallas* (pp. 225-244). Valencia: Editorial Levante-EMV.
- ALFARO, R.M. (2000, Mayo-Julio). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. *Revista Electrónica Razón y Palabra*. Recuperado de
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro.html>.
- ALMELA I VIVES, F. (1949). *Las Fallas*. Barcelona: Argos.
- ANDER, E. (1993). *Técnicas de Investigación Social*. México: EL Ateneo.
- APARECIDA, M. (2012). *Comunicación y culturas del consumo*. Zamora: Comunicación Social.
- ARAUJO, J. (2011). *Fuego*. Madrid: Lunweg.
- ARIÑO, A. (1990). *Fiesta y sociedad en la València contemporánea* (Tesis doctoral). Universitat de València.
- ARIÑO, A. (Dir.). (1990). *Historia de las Fallas*. València: Editorial Levante-EMV.
- ARIÑO, A. (1992). *La ciudad ritual. La Fiesta de las Fallas*. Barcelona: Anthropos.
- ARIÑO, A. (Dir.). (1993). *Los escultores del fuego. Introducción a la historia del Gremio Artesano de Artistas Falleros de València*. València: Diputació de València.
- ARIÑO, A. (1996). Del naiximent a la consolidació (1849-1936). En ADEF, *La festa de les Falles* (pp. 15-40). València: Consell Valencià de Cultura.
- ARIÑO, A. (2001). El rostro cambiante de la cultura: para una definición sociológica. En J.B. Llinares, y N. Sanchez (Eds.), *Filosofía de la cultura. Actas*

- del IV Congreso Internacional de la Sociedad Hispánica de Antropología Filosófica (SHAF)* (pp.249-260). Valencia: SHAF.
- ARIÑO, A., y GARCIA, P. (2006). Apuntes para el estudio social de la fiesta en España. *Anduli: Revista andaluza de Ciencias Sociales*, 6, 13-28.
 - ARIÑO, A., y GÓMEZ, S. (2013). *La Festa mare. Les festes en una era poscristiana*. Temes d'etnografia valenciana (TEV 7). València: Diputació de València.
 - BAJTIN, M. (1990). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Madrid: Alianza Editorial.
 - BALLENATO, G. (2013). *Comunicación eficaz: Teoría y práctica de la comunicación humana*. Madrid: Pirámide.
 - BARDIN, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
 - BARGUEÑO, E., SANCHEZ, M., y SAINZ, B. (2007). *Educación Plástica y Visual*. Madrid: McGraw-Hill.
 - BARTHES, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communication*. Recuperado de <https://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/interpre/etonne/barthes.htm>.
 - BARTHES, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
 - BENS, F., y AMADEUS, J. (2012). *Els Llibrets de falla. Josep Bernat i Baldoví*. Valencia: L'Oronella.
 - BERGANZA, R., y RUIZ, J.A. (2010). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: Mc Graw-Hill.
 - BERNAL, M. (2002). *Cultura Popular y Medios de Comunicación. Una aproximación desde Andalucía*. Sevilla: Comunicación Social.
 - BERTRAN, J. (2000). La festa: celebracions populars a Catalunya. En *Quaderns de Cultura Popular*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
 - BLAXTER, L., HUGHES, C., & TIHGT., M. (2008). *Cómo se investiga*. Barcelona: Graó.
 - BOIX, V. (1848). *Manual del viajero y guía de forasteros en Valencia*. Valencia: Imp. De José Rius.

- BORDERIA, E., MARTINEZ, F., y GÓMEZ, J.L. (2010). *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*. València: Tirant lo Blanch.
- BRINES, R. (2012, 25 de Junio). Turismo valenciano en el siglo XX. *Levante-EMV.com*. Recuperado de <http://www.levante-emv.com/valencia/2012/06/25/turismo-valenciano-siglo-xx/915658.html>.
- BUNGE, M. (2013). *La Ciencia: su método y filosofía*. Pamplona: Laetoli.
- BURKE, P. (1978). *La cultura popular en la Europa moderna*. Madrid: Alianza.
- BURKE, P. (2014). *La cultura popular en la Europa moderna*. Madrid: Alianza.
- BUSQUET, J., y MEDINA, A. (2014). *Invitación a la sociología de la comunicación*. Barcelona: UOC.
- CARRERA, P. (2008). *Teoría de la comunicación mediática*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- CASANOVA, E. (1990). Evolución de la palabra falla. En A. Ariño (Dir.), *Historia de las Fallas* (pp. 15-20). Valencia: Editorial Levante-EMV.
- CASAS, M. (2003). *L'itinerari valencià de Lady Holland*. Valencia: Consell Valencià de Cultura.
- CATALÁ, J.I. (Coord.). (2011). *La falla: un artefacte tecnològic*. València: Universitat Politècnica de València.
- CEBRIAN MEZQUITA, L. (1913). *Origen de les Falles*. Valencia: Pensat i fet.
- CHECA, F. (1992, Septiembre). A propósito del estudio de la cultura popular andaluza en enseñanza secundaria. Las técnicas en el trabajo de campo. En *Gazeta de Antropología*, Recuperado de http://www.ugr.es/~pwlac/G09_10Francisco_Checa_Olmos.html
- COLOMINA, A (2006): La preservació dels vestigis de l'art efímer de les falles. Matèria, tècnica i estètica. Estudi constitutiu y anàlisi estructural, Universitat Politècnica de València.
- COLOMINA, A. (2006). *La conservació del ninot indultat. Estudi tècnic i mecanismes de restauració*. Gandía: Alfons el Vell.
- CONTRERAS, R. (1987). *Cartelistas e ilustradores en Valencia. Los carteles de las fiestas del fuego* (Tesis doctoral). Universitat de València.

- COSTA, X. (1996). *El lugar de la tradición en la sociología contemporánea* (Tesis doctoral). Universitat de València.
- COSTA, X. (2003). *Sociabilidad y esfera pública en la fiesta de las Fallas de Valencia*. València: Biblioteca Valenciana.
- COSTA, X. (2006). *Las Fallas de Valencia. Modelo de autogestión popular*. Valencia: INAUCO.
- CHURCHMAN, W., ACKOFF, R., & ARNOFF, L. (1971). *Introducción a la Investigación Operativa*. Madrid: Aguilar.
- CRUILLES, Marqués de (1876). *Guía urbana de Valencia antigua y moderna*, 2t. Valencia: Imp. De José Rius.
- CUCÓ, A (1974). Apunts per a un estudi històric de les falles. *Revista Gorg*, 5.
- DE FLEUR, M.L., & BALL-ROKEACH, S. (1982). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- DE HOYOS SAINZ, S.L. (1946). Cómo se estudian las fiestas populares y tradicionales. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, t. II.
- DE HOYOS SAINZ, S.L. (1945). Los métodos de investigación en folclore. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, t. I.
- DE LA MORA, J. (2005). *Explicación y Análisis. Taller de Comunicación I*. Mexico : UNAM.
- DELGADO, M. (1992). *La Festa a Catalunya, avui*. Barcelona: Barcanova.
- DE MORAGAS, M. (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- ECO, U. (1976). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- ECO, U. (1981). *Lector in fábula*. Barcelona: Lumen.
- ECO, U. (1987). Notes sur le semiotique de la réception. *Actes sémiotiques*, 81, pp. 27.
- ECO, U. (2001). *Como se hace una tesis*. Barcelona: Gedisa.
- ESPINOSA-PATRON, A. (2010). Aproximación a una teoría de la fiesta del Rey Momo a partir de la triada comunicación, cultura y carnaval. *Revista Palabra Clave, Vol. 13, 1*, pp. 175-188.
- ESTRADA, A., y RODRIGO, M. (2009). *Teories de la comunicació*. Barcelona: UOC.

- FAUS, A. (1973). *La radio: introducción a un medio desconocido*. Madrid: Guadiana.
- FERNANDEZ DOLS, J.M. (1999): El comportamiento no verbal. En J.F. Morales (Coord.), *Psicología Social* (pp.175-191). Madrid: McGraw-Hill.
- FERNANDEZ, M., y HERNANDEZ, A. (2013, Abril). Modelos teóricos en el estudio de la comunicación. *EFDeportes.com, Revista Digital*. Recuperado de <http://www.efdeportes.com/efd179/modelos-teoricos-de-la-comunicacion.htm>
- FERRER, A., y GOMEZ, D. (2013). *Imagen y Comunicación Visual*. Barcelona: UOC.
- FREUD, S. (1996). *Obras completas, Tomo 21*. Buenos Aires: Amorrortu.
- FURIO, V. (2012). *Sociología del Arte*. Madrid: Cátedra.
- FUSTER, J. (1967). *Combustible per a Falles*. València: Garbí.
- GAITÁN, J.A., y PIÑUEL, J.L. (2010). *Técnicas de Investigación en Comunicación Social*. Madrid: Síntesis.
- GARCÍA AVILÉS, J. A. (2015). *Comunicar en la sociedad red. Teorías, Modelos y Prácticas*. Barcelona: UOC.
- GARCÍA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J., y ALVIRA, F. (Comp.). (2000). *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza Editorial.
- GARCÍA DE TORRES, E. (1997). Estructura comunicativa y organización de contenidos en Internet. *Comunicación y Estudios Universitarios*, 7, pp. 111-121.
- GARCÍA DE TORRES, E. (2012). *Cartografía del periodismo participativo*. Valencia: Tirant Humanidades.
- GARCÍA NADAL, J.L. (2009). *Las otras Fallas: imaginación metafórica como realidad de lo posible* (Tesis doctoral). Universitat de València.
- GARCIA PILAN, P. (2006). Sociabilidad festera: retradicionalización selectiva y producción de sacralidades en la modernidad avanzada. *Anduli: Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 6, pp. 77-91.
- GARCIA PILAN, P. (2011). El ritual festivo desde la perspectiva teórica de Pierre Bordieu. *Arxius de Sociología*, 24, pp. 95-106.
- GAYANO LLUCH, R. (1936). La Festa de les Falles. Apunts per a un Excel.lent estudi. *Anales del Centro de Cultura Valenciana*, tomo IX, p.118-131.
- GEERTZ, C. (1989). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

- GÓMEZ GARCÍA, P. (1990). Hipótesis sobre la estructura y función de las fiestas. En Córdoba, P. y Etienvre, J.P. (1990), *La fiesta, la ceremonia, el rito*. Granada: Casa de Velázquez-Universidad de Granada.
- GREIMAS, A.J., y COURTES, J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- HERNANDEZ, G.M., y BORREGO, V. (1990). La devoción josefina en Valencia. En A. Ariño (Dir.), *Historia de las Fallas* (pp. 35-40). Valencia: Editorial Levante-EMV.
- HERNÁNDEZ, G.M. (1990). Las fallas del desarrollo. En A. Ariño (Dir.), *Historia de las Fallas* (205-224). Valencia: Editorial Levante-EMV.
- HERNÁNDEZ, G.M. (1993). *Las Fiestas de Valencia bajo el franquismo (1936-1975)*(Tesis doctoral). Universitat de València.
- HERNÁNDEZ, G.M. (1996a). *Falles i franquisme a València*. Catarroja: Afers.
- HERNÁNDEZ, G.M. (1996b). L'Etapa Franquista (1936-1975). En *Associació d'Estudis Fallers, La Festa de les Falles* (pp. 43-58). Valencia: Consell Valencià de Cultura –Generalitat Valenciana.
- HERNÁNDEZ, G.M. (2002). *La festa reinventada: calendari, política i ideologia en la València franquista*. Universitat de València.
- HERNANDEZ, G.M. (Coord.) (2002). *L'indult del foc. Catàleg raonat de la col·lecció de ninots indultats del Museu Faller. Volum I (1934-1962)*. València: Ajuntament de València.
- HERNANDEZ, G.M. (Coord.) (2003). *L'indult del foc. Catàleg raonat de la col·lecció de ninots indultats del Museu Faller. Volum II (1963-1981)*. València: Ajuntament de València.
- HERNANDEZ, G.M (Coord.) (2005). *L'indult del foc. Catàleg raonat de la col·lecció de ninots indultats del Museu Faller. Volum III (1982-2004)*. València: Ajuntament de València.
- HERNÁNDEZ, G.M., y CATALÀ, J. (2010). Els estudis fallers. El desenvolupament de la investigació social sobre les Falles de València. *Revista d'Estudis Fallers*, 15, pp. 83-100.

- HERNANDEZ, R., FERNANDEZ, C., y BAPTISTA, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- HERNÁNDEZ, R., FERNANDEZ, C., y BAPTISTA, P. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- HOMOBONO, J.I. (1990). Fiesta, tradición e identidad local. *Cuadernos de Etnología y Etnografía de Navarra*, XXII, 55, pp.43-58.
- HOMOBONO, J.I. (2004). Fiesta, ritual y símbolo: epifanías de las identidades. *Zainak*, 26, pp. 33-76.
- IBAÑEZ, J. (1996). Perspectivas de la investigación social: el diseño en las tres perspectivas. En García, M., Ibañez, J., y Alvira, F. (Comp.). (1996), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- IGARTUA, J.J. (2006). *Técnicas cuantitativas de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- INTERAGRUPACION DE FALLAS DE VALENCIA, (2008). *Estudio del impacto económico y social de las Fallas en la ciudad de Valencia*. Valencia: Interagrupación.
- IMBERT, G. (1986). Hacia una semiótica de la manipulación (Sociosemiótica del discurso público). *Investigaciones semióticas*, I, pp. 289-306. Sevilla: Asociación Española de Semiótica, CSIC.
- JAKOBSON, R. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
- JAUSET, J. (2007). *Estadística para periodistas, publicitarios y comunicadores*. Barcelona: UOC.
- JORDAN, B. (1986). Textos, contextos y procesos sociales. *Estudios Semióticos*, 9, pp. 37-58. Barcelona: Associació d'Estudis Semiòtics de Barcelona.
- KNAPP, M.L. (1992). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós.
- LABORDE, A. (1809). *Itinéraire descriptif de la Espagne*. París: Nicolle.
- LEONARD, N., & AMBROSE, G. (2012). *Investigación en el diseño*. Barcelona: Parramón.
- LÉVI-STRAUSS, C.(1995). *Antropología Estructural*. Barcelona: Paidós.

- LEWIN, K. (1978). *La teoría del campo en la ciencia social*. Buenos Aires: Paidós.
- LOZANO, E. (1991). Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos. *Diálogos de la comunicación*, 30, pp. 19-25.
- LUCAS, A.; GARCIA, C.; RUIZ, J.A. (1999). *Sociología de la comunicación*. Valladolid: Trotta.
- LUCAS, A. (2002). *Sociología de la Comunicación*. Pamplona: EUNSA.
- LUCAS, A. (2013). *Sociología de las Organizaciones*. Madrid: Fragua.
- LLORCA, G.; Iglesias, M.;Peris, A. (2012). *La comunicación digital. Perspectivas y experiencias en la Comunidad Valenciana* Valencia: Tirant Humanidades.
- MALALANA, A. (2013). *Métodos y Técnicas de Investigación para historiadores y periodistas*. Madrid: CEU Ediciones.
- MALETZKE, G. (1970). *Sicología de la comunicación colectiva*. Quito: Ciespal.
- MALETZKE, G. (1976). *Sicología de la comunicación social*. Quito: Ciespal.
- MARIN, J.L. (2010). *Sátira i falles. Les explicacions falleres de Bernat i Baldoví*. Valencia: PUV.
- MARÍN i GARCÍA, J.L. (Coord.). (2014). *El llibret de falla. Explicació i relació de la festa. 1850-2014*. València: Generalitat Valenciana.
- MARQUES, J.V. (1979). *País perplex*. València: Tres i Quatre.
- MARTIN ALGARRA, M. (1993). *La comunicación de la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schütz*. Pamplona: EUNSA.
- MARTIN SERRANO, M. (1981). Concepto de modelo. En VV.AA., *Epistemología de la comunicación y análisis de la referencia, Cuadernos de la Comunicación* (pp. 91-99). Universidad Complutense de Madrid.
- MARTINEZ, J. (1990). San José en la historia y en la fé. En A. Ariño.(dir.), *Historia de las Fallas* (pp. 21-34). Valencia: Editorial Levante-EMV.
- MATÍA, P. et al. (2006). *Conceptos fundamentales del lenguaje escultórico*. Madrid: Akal.
- MATTELART, A., & MATTELART, M. (1995). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

- Mc LUHAN, M., & POWERS, B.R. (2015). *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- McQUAIL, D. (1985). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- McQUAIL, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona: Paidós.
- McQUAIL, D. (2010). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Madrid: Paidós.
- McQUAIL, D., & WINDAHL, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.
- McQUAIL, D., & WINDAHL, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.
- MESA, Ll. (1996). Les Falles durant la Transició: Evolució i signes de canvi. En *Associació d'Estudis Fallers, La Festa de les Falles* (pp.63-77). Valencia: Consell Valencià de Cultura –Generalitat Valenciana.
- MILLER, G. (1974). *Lenguaje y comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- MILLER, G. (1986). Ritos, roles, reglas y relaciones: ubicación de la persona dentro de la comunicación interpersonal. En C. Fernandez, y G.L. Dahnke, *La comunicación humana* (pp.30-33). México: McGraw-Hill.
- MINGUEZ, V. (1990). *Art i Arquitectura efímera a la Valencia del S. XVIII*. València: Ed. Alfons el Magnànim.
- MOLES, A. (1990). *El kitsch*. Barcelona: Paidós.
- MOLES, A. (1978). *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- MOLPECERES, M.A., y BENEDITO, M.A. (2001). La comunicación no verbal. En E. Berjano, y S. Pinazo, *Interacción social y comunicación* (pp.57-99). Valencia: Tirant lo Blanch.
- MONFORT, M., y MONFORT, I. (2015). *En la mente*. Madrid: Entha.
- MONJE, C. (2002). Clasificación de las teorías de la comunicación, *Seminario de la comunicación I*. Recuperado de www.https://carmonje.wikispaces.com/file/view/U5.1-01b+Clasificaci%C3%B3n+de+las+teor%C3%ADas+de+comunicaci%C3%B3n.pdf .

- MORAGAS, M (1976). *Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona,: Península.
- MORAL, F., e IGARTUA, J.J. (2005). *Psicología Social de la Comunicación. Aspectos teóricos y prácticos*. Málaga: Algibe.
- MORENO, I. (1991). Identidades y rituales. En J. Prat, et al. (Eds.), *Antropología de los Pueblos de España* (pp. 601-636). Madrid: Taurus.
- MUSITU, G. et al. (1987). *Comunicación no verbal*. Valencia: Nau Llibres.
- NICOLAS, M.A., y GRANDIO, M. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Barcelona: Gedisa.
- OJEA, M. (2013). *Comunicar con imágenes*. Recuperado de <https://www.capacidadesteia.wordpress.com/2013/05/16/tea-emociones-basicas-del-libro-comunicar-con-imagenes-autor-manuel-ojea/>.
- ORIHUELA, J.L. (2002). Los nuevos paradigmas de la comunicación. Recuperado de <http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>.
- ORIVE, P (1980). *Diagnóstico sobre la información*. Madrid: Tecnos.
- OROZCO, G., y GONZALEZ, R. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.
- OVEJERO, J. (2009). *Aproximación a los trabajos sobre los artistas falleros para la industria del entretenimiento y su dimensión sociológica* (Tesis doctoral). Universitat Politècnica de València.
- PEDRAZA, P. (1982). *Barroco efímero en Valencia*. Valencia: Ayuntamiento de Valencia.
- PERCEVAL, J. M. (2015). *Historia mundial de la comunicación*. Madrid: Cátedra.
- PEREZ CONTEL, R. (1961) (1995). *Ninot de falla*. València: Albatros.
- PEREZ PUCHE, F., y LLADRO, V. (1978). *Fallas en su tinta*. València: Prometeo.
- PRAT, J., i CONTRERAS, J. (1982). *Les festes populars*. Barcelona: Col.lecció Coneguem Catalunya, La Llar del llibre.
- PUIG TORRALBA, J.M. (1894, 2 de abril). *Cartas al director*. Las Provincias.
- PUYAL, A. (2006). *Teoría de la comunicación audiovisual*. Madrid: Fragua.
- REGLAMENTO FALLERO (2002). *Publicación en el BOP: 08.06.2002*.

- REX, J. (1985). *El conflicto social. Un análisis conceptual y teórico*. Madrid: Siglo XXI.
- RICART, J. (2008). *Educación Visual y Plástica I*. Barcelona: Teide.
- RIFKIN, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.
- RODRIGO, M. (1989). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- RODRIGO, M. (1992a). Los medios de comunicación social ante la futura Europa. *Quaderns de Comunicació i Cultura*, 14, pp. 209-217.
- RODRIGO, M. (1992b). Notas propedeúicas para el estudio de las pasiones comunicativas. *Contratexto*, 5, pp.39-52.
- RODRIGO, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, Métodos y Perspectivas*. Barcelona: Aldea Global.
- RODRIGO, M., y ESTRADA, A. (2009). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: UOC.
- RODRIGO, R. (1990). Fallas y literatura en el siglo XIX. En A. Ariño (Dir.), *Historia de las Fallas de Valencia* (pp.115-120). Valencia: Editorial Levante-EMV.
- ROGERS, E.M. (1976). Communication and Development: The passing of the dominant Paradigm. *Communication research*, 3, pp. 213-240.
- RUEDA, J.C., GALAN, E., y RUBIO, A. (2014). *Historia de los medios de comunicación*. Madrid: Alianza.
- RUIZ, J.I. (2012). *Diseño de investigación*, Escuela de Trabajo Social, Universidad de San Sebastian. Recuperado de <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/267/dise%C3%B1o%20J.%20I.%20Ruiz%20Olabuenaga.pdf> .
- SANCHEZ, F., y CANTO, J. (1997). Comunicación no verbal. En L. Gómez, y J. Canto (Coord.), *Psicología Social* (pp.305-320). Madrid: Pirámide.
- SANCHEZ, U. (2006). *Modelos y Esquemas de comunicación. Algunos acercamientos*. Colombia: Universidad de Medellín.
- SANCHIS GUARNER, M. (1978). *El sector progressista de la renaixença valenciana*. Valencia: Universitat de Valencia.
- SCHUTZ, A. (1974). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.

- SCOLARI, C.A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- SECANELLA, P.M. (1986). *Periodismo de investigación*. Madrid: Tecnos.
- SERNA, J., y PONS, A. (2011). *Antonio Gramsci, Cultura y Actualidad*. Valencia: Universitat de València.
- SIERRA, R. (2007). *Tesis doctorales y trabajos de Investigación Científica*, Madrid, Thomson.
- SIRERA, J.L (1999). El teatro valenciano en su contexto festivo. *Euskera: Trabajos y Actas de la Real academia de la Lengua Vasca*, Liburukia 44, 1, pp. 51-67.
- SOLAZ, R. (2008). *Fiestas y costumbres de la ciudad de Valencia*. Valencia: Ceremonial.
- SOLER i GODES, E. (1953). *Calendari Faller*. València.
- SOLER i GODES, E. (1990). Literatura fallera. En A. Ariño (Dir.), *Historia de las Fallas* (pp. 271-276). Valencia: Editorial Levante-EMV.
- TRAMOYERES, L. (1895). *Literatura fallera*. Valencia: Imp. De F. Doménech.
- VALBUENA, F. (1979). *La comunicación y sus clases*. Zaragoza: Luis Vives.
- VERDERBER, R., & VERDERBER, K. (2005). *¡Comunícate!*. México: Thomson.
- VILCHES, L. (Coord.), DEL RIO, O., SIMELLO, N., SOLER, P., y VELAZQUEZ, T. (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y Técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- WEAVER, W. (1972). La matemática de la comunicación. En A. G. Smith (Comp.), *Comunicación y cultura, 1, La teoría de la comunicación humana* (pp. 33-46). Buenos Aires: Nueva Visión.
- WEAVER, W. (1981). Contribuciones a la Teoría matemática de la Comunicación. En C.E. Shannon, y W. Weaver, *Teoría Matemática de la Comunicación* (pp. 17-42). Madrid: Forja.
- WILLETT, G. (1992). *La communication modélisée. Une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories*. Ottawa: Éditions du Renouveau Pédagogique.
- WOLF, M. (1982). *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

- WOLF, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- WOLF, M. (1994). *La investigación de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- ZUBIETA, A. (2000). *Cultura popular y cultura de masas. conceptos, recorridos y polémicas*. Barcelona: Paidós.

PUBLICACIONES DIGITALES

Blogs, Webs, Redes Sociales (Facebook), Chats y Foros citados en el trabajo.

- www.actualidadfallera.es
- www.alfoc.mforos.com
- www.archive.org
- www.bemarnet.es/fallas96
- www.blogfaller.blogspot.com
- www.cadenaser.com
- www.cendradigital.com
- www.comunidad.levante-emv.com
- www.cope.es
- www.correvidile.net
- www.districtofallas.com
- www.donfalleret.com
- www.elanalistafallero.blogspot.com
- www.esfallas.blogspot.com
- www.facebook.com/pages/Falla-Almirante-Cadarso-Conde-Altea/878254038940238?fref=ts
- www.facebook.com/fallalantiga/?fref=ts
- www.facebook.com/fallamaestrogozalbo/?fref=ts
- www.facebook.com/fallasonline
- www.facebook.com/Seguidors-de-Joan-S-Blanch
- www.fallas.com
- www.fallasvalencia.es
- www.falles.mforos.com

- www.fiestafallera.lacoctelera.com
- www.gentedefallas.com
- www.gestionarradiovalencia.com
- www.hablemosdefallas.com
- www.intercom.com/cyberfallas
- www.intercom.com/gremioaf
- www.letrasdefuego.com
- www.levantetv.es
- www.malaltdefalles.blogspot.com
- www.monfaller.com
- www.mundofallero.com
- www.nifunifallas.com
- www.nuestrasfallas2006.jimdo.com
- www.parlemdefalles.com
- www.pinzellades.com
- www.playradio.es
- www.protagonistaslasfallas.es
- www.racofaller.com
- www.revistaventsdefesta.wordpress.com
- www.rtvv.es
- www.sociedadtv.com
- www.telepolis.com
- www.tvmediterraneo.es
- www.unnoupapot.hol.es
- www.vivelasfallas.es

PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS (Revistas y Llibrets de Falla)

- ANDREU, C. (2002). Internet, cada vegada més faller. *Revista Pensat i fet*, pp. 77.
- ANDREU, C. (2012). De la web estàtica a les xarxes socials en la informació fallera. *Revista Cendra*, 12, pp. 81-85.

- ANDREU, C. (2013). Informar-se de les falles en internet. En *Llibret de la Falla El Canet (Cullera)*, pp. 122-123.
- ANDREU, C. (2013). De la web al twitter. En *Llibret de la Falla Dr Serrano-Carlos Cervera-El Clero (Valencia)*, pp. 50-53.