

# PAN PA Disney

Revista experimental nº 4



**PAN PA** Disney

Revista Experimental nº4

**EASDAL**

(Escuela de Arte y Superior de Diseño Antonio López)

## ¿Por qué Disney?

«Todo lo que una vez fue vivido directamente se ha convertido en una mera representación».

*Guy Debord, La sociedad del espectáculo, 1967*

El cine se ha ido constituyendo, desde su aparición y por derecho propio, como un elemento privilegiado en el complejo proceso de socialización que tiene lugar en las sociedades contemporáneas, haciéndose un lugar entre los refranes, las canciones y los cuentos, o, precisamente, en algunos casos, ofreciendo una reinterpretación de estos últimos que tamiza la realidad, modificándola, dulcificándola, y tergiversando su valor.

La mayoría de los cuentos populares, bien sean los escritos por Hans Christian Andersen, Carlo Collodi (que jamás supuso que estaba creando historias para niños), James Matthew Barrie o Lewis Carroll, entre otros, o los rescatados de la tradición oral por Charles Perrault o los hermanos Grimm, están llenos de crueldad y de violencia, a fin de prevenir a los niños y niñas de los claroscuros de lo social. En estas historias podemos encontrar violaciones, vejaciones, asesinatos, decapitaciones, desmembramientos, canibalismo, bestialismo e infinidad de horrores más, que nos podrían parecer poco apropiados para la infancia, especialmente en

una época como la nuestra, en la que tenemos un concepto de lo infantil excesivamente edulcorado y proteccionista, pero que revestían una clara intención de advertencia y desvelamiento de la verdad de lo real.

Bruno Bettelheim, autor con el que, casualmente, trabajó el alumnado de Psicología durante el año en que se produjo tanto este catálogo como la obra a él asociada, hace un profundo análisis de este fenómeno en su obra Psicoanálisis de los cuentos de hadas, del que rescatamos aquí un fragmento: «Muchos padres están convencidos de que los niños deberían presenciar tan sólo la realidad consciente o las imágenes agradables y que colman sus deseos, es decir, deberían conocer únicamente el lado bueno de las cosas. Pero este mundo de una sola cara nutre a la mente de modo unilateral, pues la vida real no siempre es agradable. Está muy extendida la negativa a dejar que los niños sepan que el origen de que muchas cosas vayan mal en la vida se debe a nuestra propia naturaleza; es decir, a la tendencia de los hombres a actuar

agresiva, asocial e interesadamente, o incluso con ira o ansiedad. Por el contrario, queremos que nuestros hijos crean que los hombres son buenos por naturaleza.»

Sin embargo, el cine de animación, y Disney como un ejemplo paradigmático del mismo, acostumbra a modificar estos cuentos y reescribirlos en clave, supuestamente, políticamente correcta, transmutando los valores éticos y estéticos originales y haciendo que desaparezca la violencia que presentaban. Esto, en nuestra opinión, presenta un doble problema: en primer término, es necesario advertir a los niños y niñas sobre la crueldad a que se enfrentarán en el mundo real, pero, además, por otra parte, la pretendida intención moralizante de Disney reviste un cariz más oscuro, educando a la infancia en el género como dicotómico, dividido en príncipes y princesas, e instaurándoles la cultura del esfuerzo, el capitalismo y, en definitiva, la autoesclavitud –paradigmática en Tiana y el sapo–, con su visión edulcorada de que todo es posible si perseveras lo suficiente y todas las

historias, pese a la tristeza que puedan mostrar al comienzo (no olvidemos el fetiche de Disney con la orfandad de sus protagonistas, que constituye casi el único resquicio a la tristeza en sus obras), terminarán siempre bien, eliminándose del desarrollo y el desenvolvimiento social de la infancia cualquier matiz negativo, y contribuyendo a que estos contravalores calen en nosotros, penetrando al imaginario colectivo.

Esto se complejiza aún más en la actualidad, en la que cada vez es más difícil distinguir entre la Verdad, si es que ésta existe aún, y la mera verosimilitud. Es más, puede que el mayor problema no sea sólo ya la incapacidad de discernir entre ellas, sino la preferencia intrínseca que hemos llegado a interiorizar de la segunda sobre la primera. A este respecto, no debemos olvidar que Disney no es sólo una productora cinematográfica, sino un mundo, en el más íntimo sentido del término. Ya en 1972 el arquitecto Robert Venturi definiría Disney World como “el símbolo de la utopía norteamericana”. En realidad esa aseveración iba dirigida

contra las ideas de la arquitectura planificada modernista, contraponiéndola al colorido mundo que Disney había ideado. No deja de ser sintomático, por tanto, el cambio que supuso por entonces entre la visión de las viviendas como “cajas/máquinas para vivir” (como pregonaban Gropius o Le Corbusier, entre otros) y el modelo posmoderno, tan ecléctico como meramente decorativo y superficial. No es casual que Venturi fijara su atención en Disney y su macroparque temático, pues pocas industrias se ajustan mejor a la metáfora del tardocapitalismo posmoderno: sobresaturación de los estímulos para esconder el vacío inherente a las fachadas, todo ello a fin de envolver un producto ya que, no lo olvidemos: todo está en venta. Esta utopía norteamericana se ha extendido por todo el globo y, hoy en día, la reproducción en masa de la realidad simulada goza de mejor salud que nunca: todo es una representación verosímil de un ideal envuelto en neones que ciegan la visión de la miseria y la desigualdad que se oculta tras el trampantojo de lo ideal.

Como contrapartida, pretendemos subvertir el mensaje, iluminar directamente no ya al espectador, para cegarle y mantenerle encadenado ante la pura representación, como en la caverna platónica, sino a la autenticidad que esa construcción intenta esconder. Esta es la intención que revisten nuestras obras: darle una vuelta de tuerca a Disney, deconstruir su mensaje, desvelarlo como producto y rescatar la verdad, incómoda y cruda, violenta y cruel, que pretende esconder su verosimilitud. En definitiva, recuperar otra manera, más visceral, real y profunda, de narrar los cuentos.

Sara R. Cabeza

Miembros de la Revista Experimental nº 4, **PAN PA** *Disney* :

Fran A. H. Alvarado, Raúl Gallardo Lorenzo, Rogelio García Sánchez, María Laserna Santiago, María José López Cerro, Filomena Moreno Arenas, Mercedes Pérez García, Sara R. Cabeza, Carmen Sevilla Espinosa y Ana Navarro López como coordinadora del grupo.





## OBRAS EXPUESTAS

## FRAN A. H. ALVARADO

Título: **“Piper, Charadrius alexandrinus y Dardanus arrosor.”**

Dimensiones: 10 x 23 x 12 cm.

Técnica: Bronce con tapón de refresco y hierro.

Bajo el paraguas común del término Disney se desarrolla una serie de conceptos que pivotan entre el elogio a la imaginaria del director y productor americano y la crítica al sistema consumista que representa. Cada obra presenta un discurso propio y aporta una visión personal al dialogo que plantea el conjunto.



## RAÚL GALLARDO LORENZO (RAGALLO)

Título: **“El Libro de la Selva.”**

Dimensiones: 150 x 100 cm.

Técnica: Mixta.

La combinación de conceptos dispares como son la banalidad de las personalidades del mundo mediático, la representación realista y cruda de la fauna salvaje en acción y las relaciones humanas basadas en el poder y la sumisión.

Todo ello contrasta con la narrativa del clásico de Disney, El Libro de La Selva, donde se nos presenta un mundo ideal de relaciones de amistad y lealtad que nada tienen que ver con el carácter de las verdaderas relaciones y comportamientos en el mundo real.





Vista detalle

## ROGELIO GARCÍA SÁNCHEZ

Título: “**La cacería.**”

Dimensión: 47 x 33 cm.

Técnica: Pintura digital.

Título: “**Seven.**”

Título: “**Disney vs Dreamworks.**”

Título: “**Villanos Disney.**”

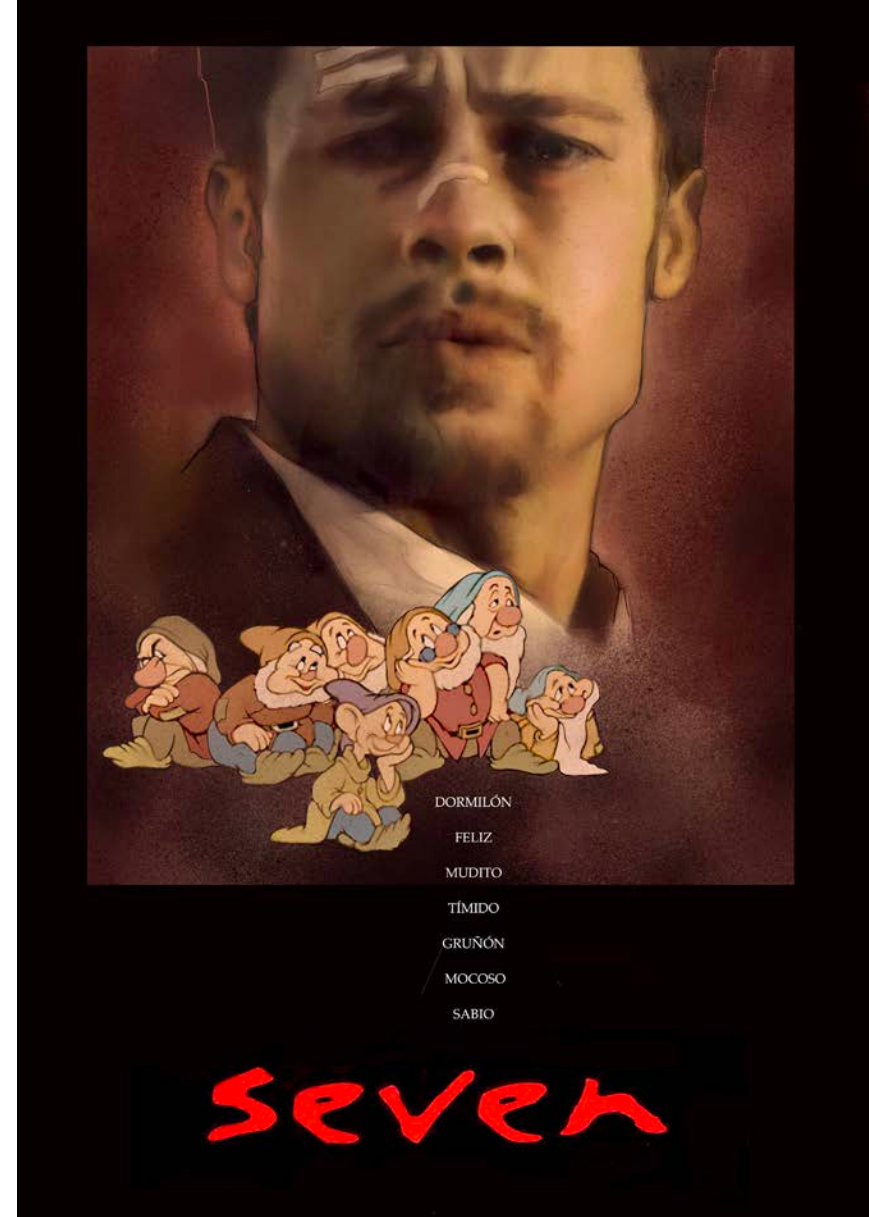
Dimensión: 29,7 x 42 cm.

Técnica: Pintura digital.

La finalidad de estas ilustraciones es fusionar de un modo fácilmente reconocible mediante iconos visuales de nuestra sociedad el mundo real con el mundo amable, colorido y de fantasía que nos presenta Disney en sus películas. Realidad y fantasía confluyen en una misma imagen como reflexión sobre una sociedad que amalgama las dos caras, una crudeza insoportable y una creatividad que puede derrochar amabilidad y sonsacar todo tipo de emociones.



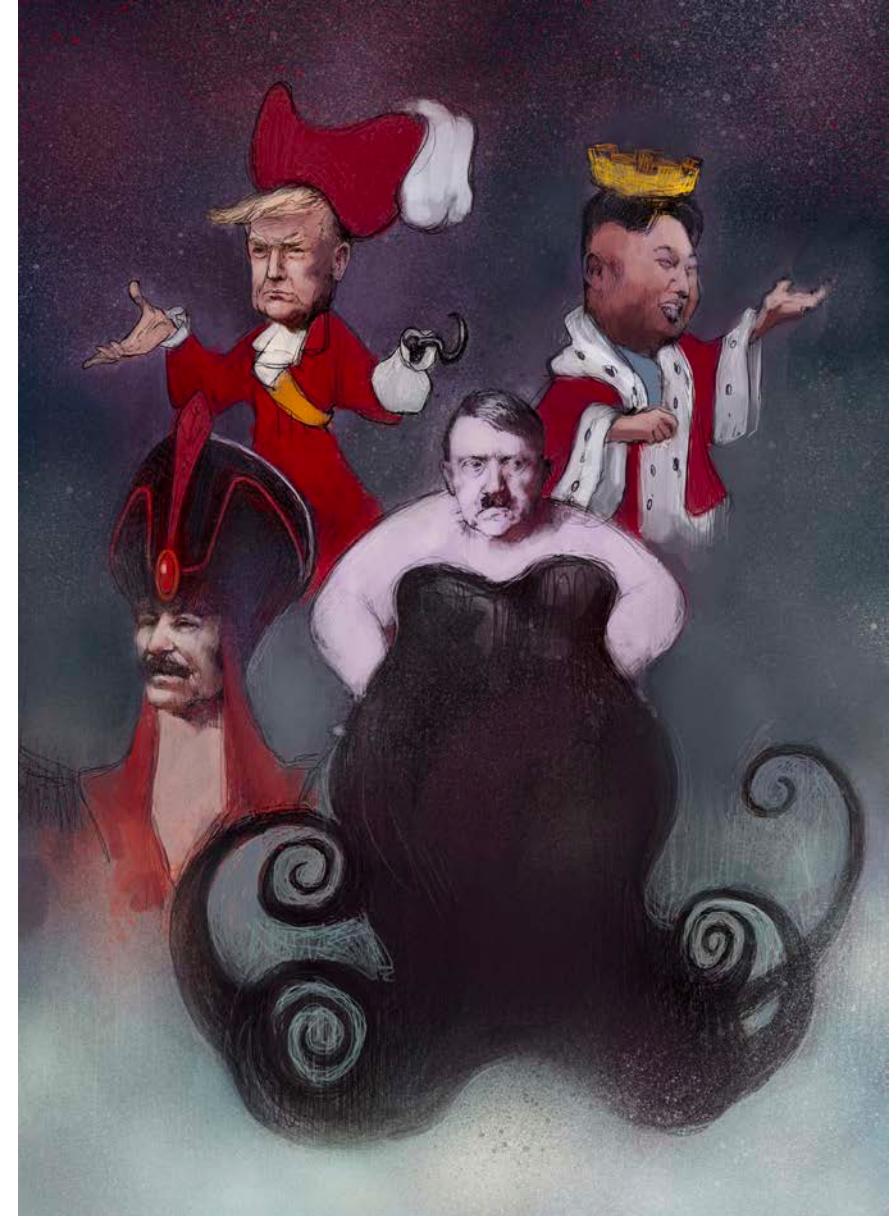
“La cacería”



“Seven”



"Disney vs Dreamworks"



"Villanos Disney"

## MARÍA LASERNA SANTIAGO

Título: **“Mundo real.”**

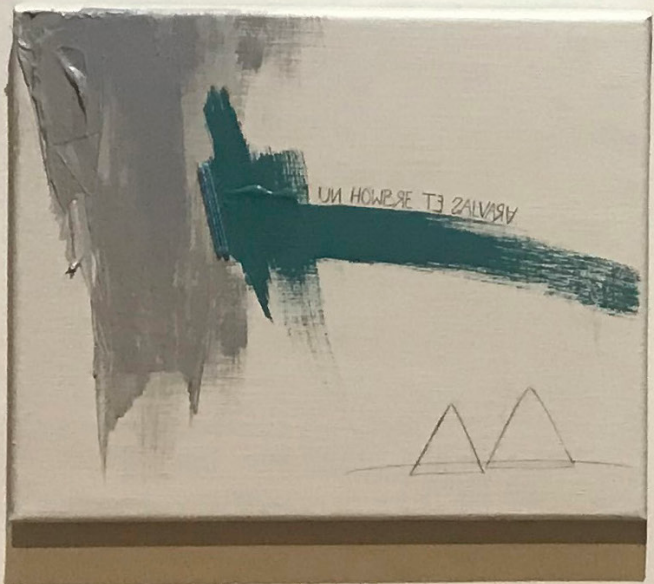
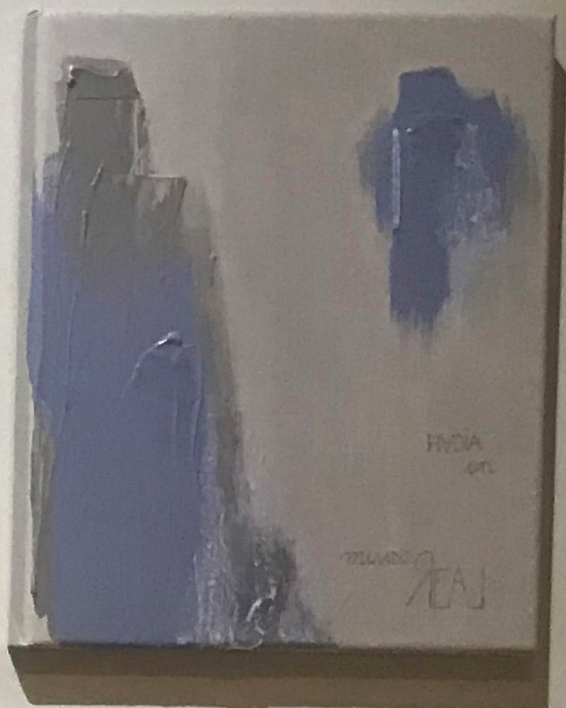
Dimensiones: 130 x 100 cm.

Técnica: Cartón, acrílico, pastel, grafito e hilos de colores.

El mundo Disney ha sido para nosotros, como para miles de niños más, un mundo lleno de ilusiones, fantasía, magia..., ¡y estereotipos! ¿Cómo consiguió que fueran invisibles a nuestros ojos?, todos aquellos personajes que nos hicieron reír, tener miedo o incluso llorar y aquellas canciones que no podíamos evitar cantar están plagadas de valores negativos, entre ellos, sexistas y clasistas, con unos ideales harto conservadores (fruto o no de la época de producción de los filmes). Estos esquemas implantados en nuestra sociedad continúan llevándonos a comportamientos que condicionan nuestra forma de ser, de actuar y de relacionarnos.

En consecuencia, la obra compositiva “Mundo real” pretende inducir a la reflexión sobre el cambio de concepción de la mujer como sujeto subordinado al hombre y, a su vez, despertar una visión crítica de los estereotipos femeninos reflejados en las películas de la factoría Disney; porque, en este mundo de evolución constante, en el cual todavía radica la necesidad de una cultura de género equitativa, invade cierta cuestión: ¿es esta la sociedad que queremos para los jóvenes que vienen detrás de nosotros?

“Una visión de futuro puesta en práctica puede cambiar el mundo” (Baker, 1991).



**MARÍA JOSÉ LÓPEZ CERRO**

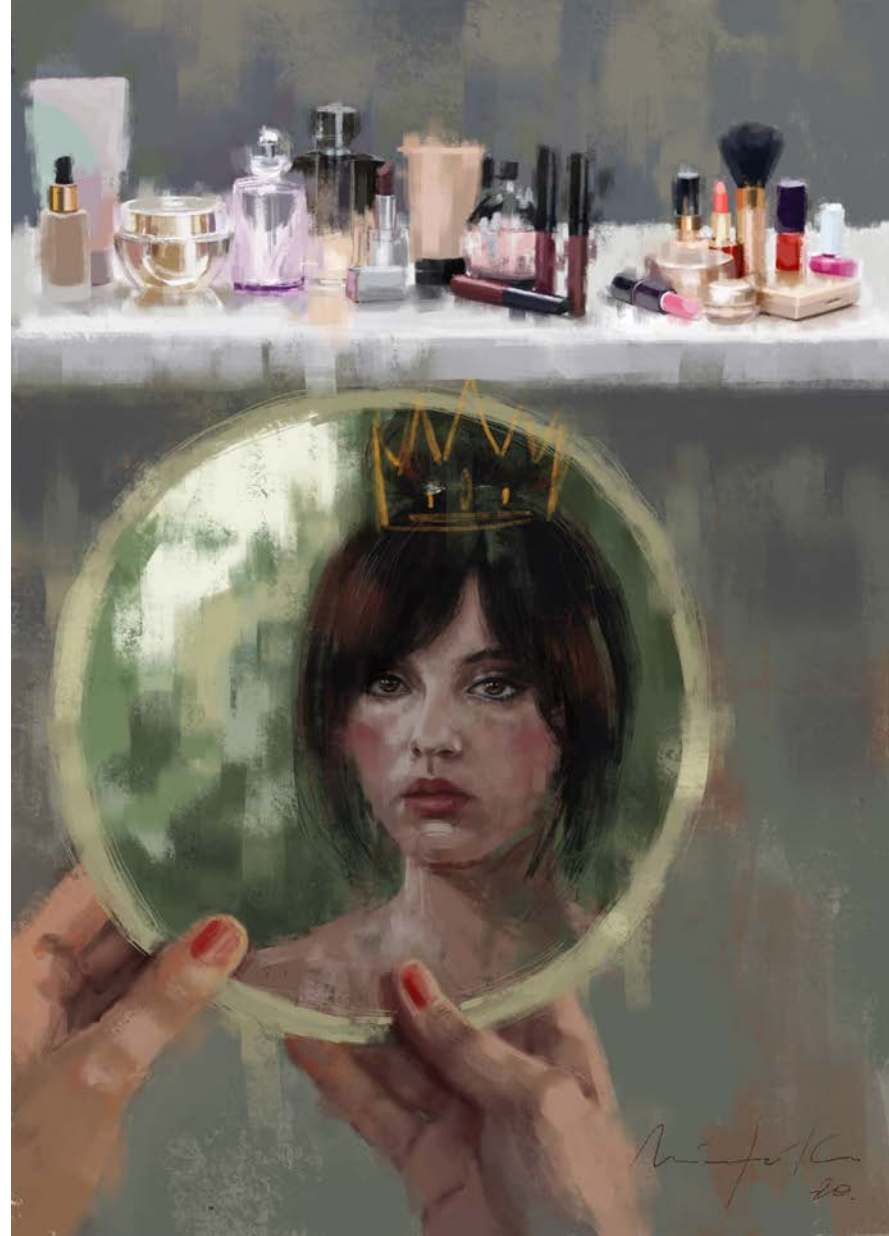
Título: **“Un mundo ideal.”**

Dimensiones: 30 X 42 cm.

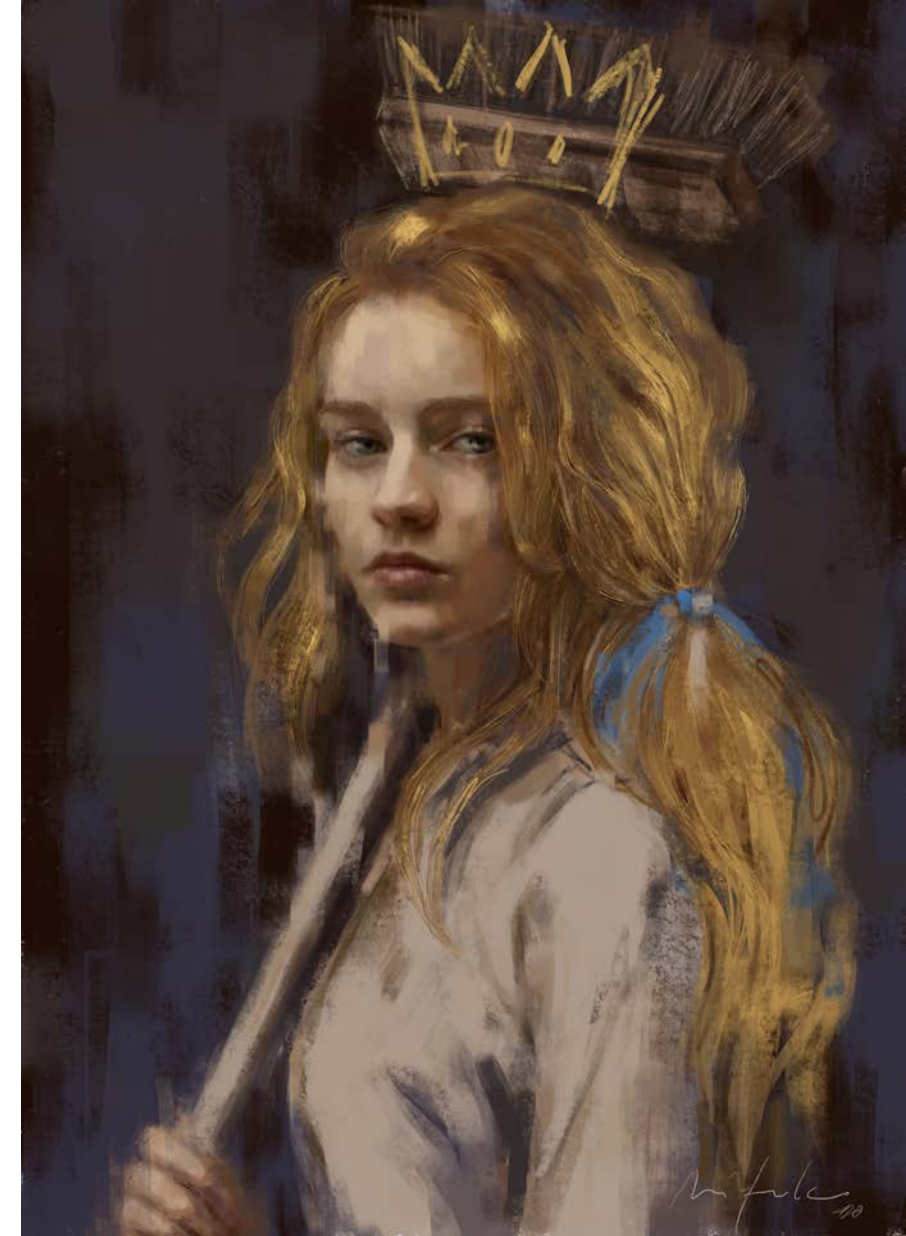
Técnica: Ilustración digital.

Con la serie “Un mundo ideal” se pretende establecer un paralelismo entre el mundo idealizado, que nos presenta la factoría Disney, y el mundo real.

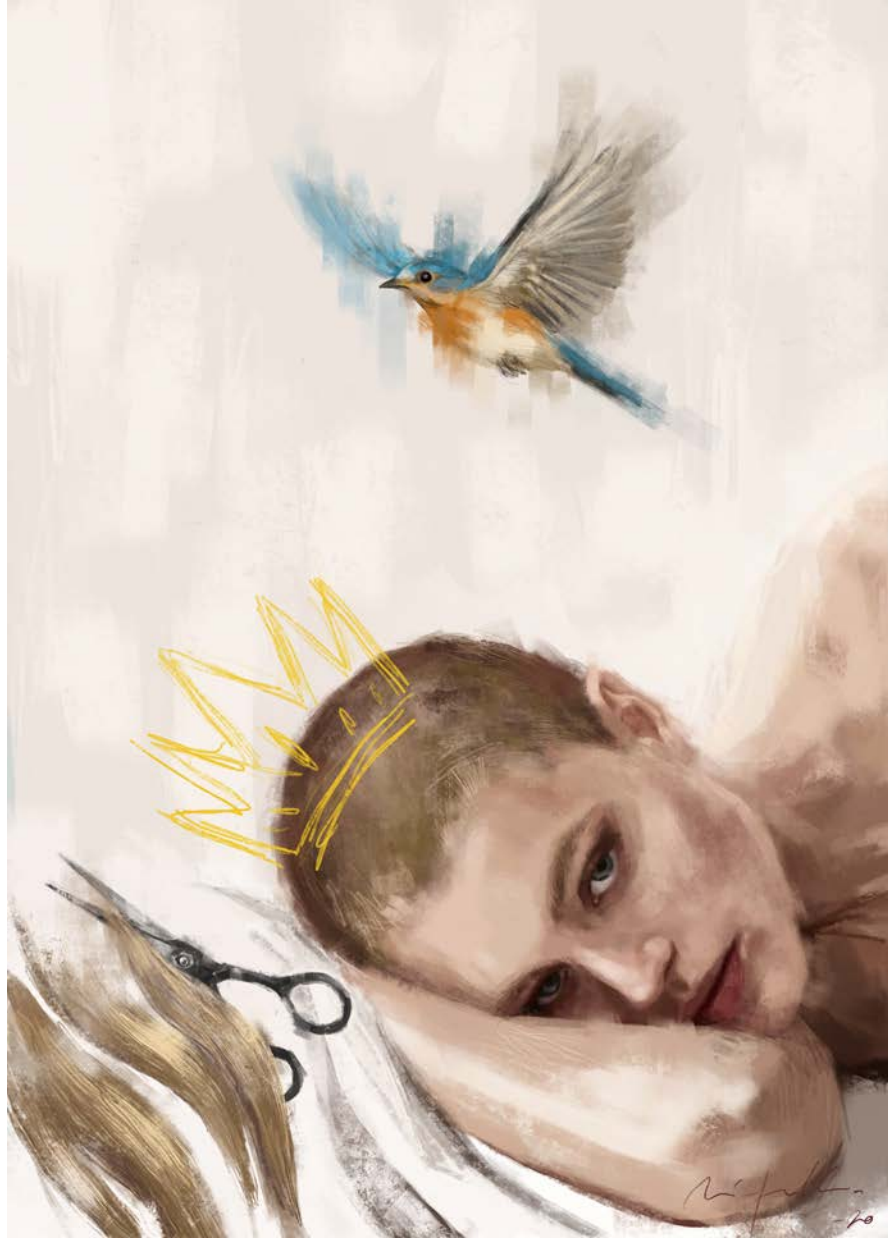
Para ello se ha decidido trabajar con el concepto de “princesa”, ya que los personajes femeninos de Disney ejercen una influencia de idealización y favorecen el desarrollo de conductas estereotipadas de género. Se ha versionado este icono en mujeres de la vida cotidiana, cercanas a nuestra realidad, con un trasfondo de crítica social.



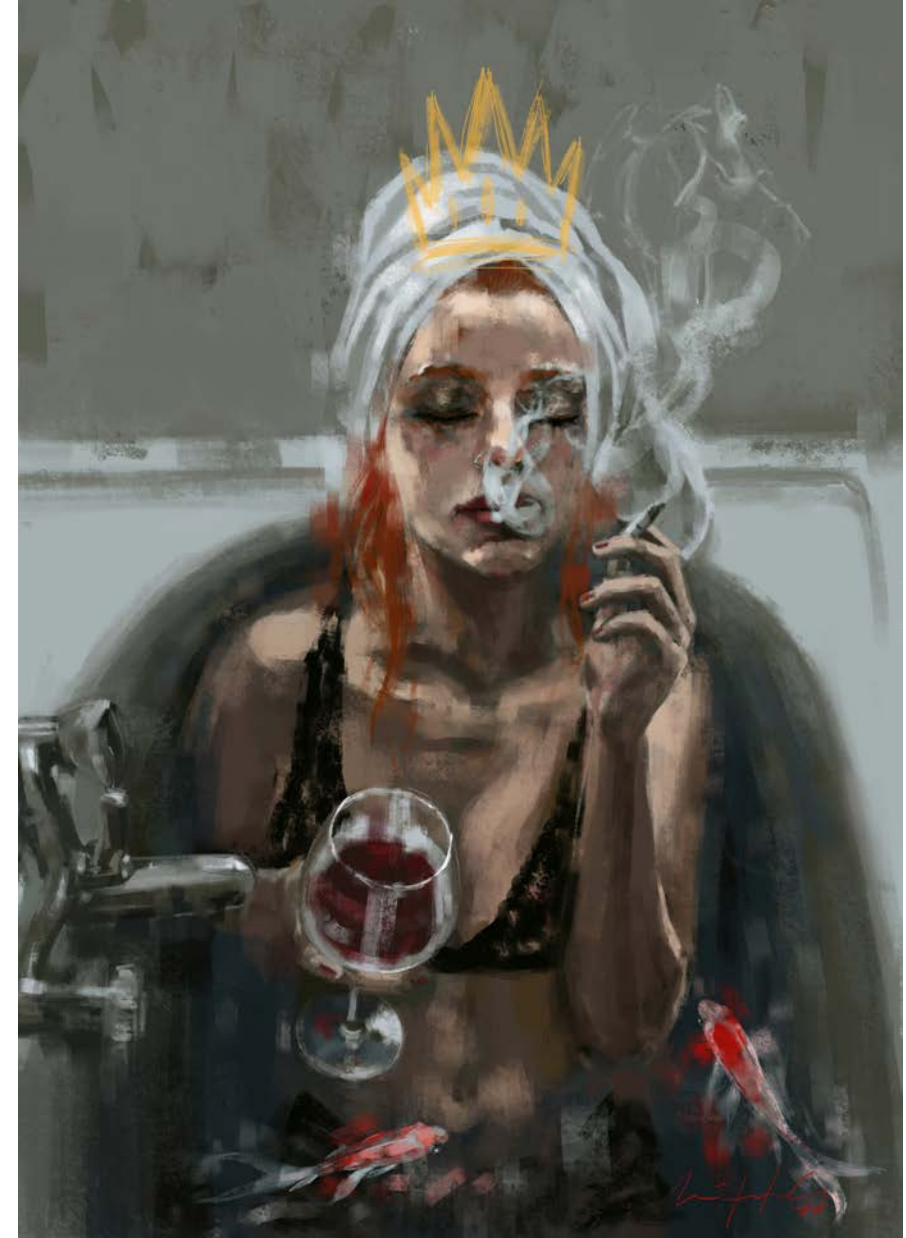
**“Un mundo ideal: Blancanieves”**



**“Un mundo ideal: Cenicienta”**



“Un mundo ideal: Rapunzel”



“Un mundo ideal: Sirenita”

## FILOMENA MORENO ARENAS

Título: **“Disney Travel.”**

Dimensiones: 30 X 40 cm.

Técnica: Fotografía. Copia Inkjet.

La serie fotográfica “Disney Travel” ilustra un recorrido por la periferia de un pueblo manchego. Sin embargo, no es un viaje rural, todas las periferias se parecen, todas están salpicadas de la misma basura. Este viaje puede hacerse por cualquier lugar del mundo. Es un viaje por los residuos del capitalismo, los deshechos del consumismo y la destrucción del medio ambiente. El famoso slogan “comprar, tirar, comprar” de la obsolescencia programada, siembra de plástico y acrílico los arcenes de autopistas y caminos rurales, los canales y los ríos, las praderas y los bosques. Ningún lugar se escapa del tour de los residuos plásticos, todos están sembrados de lo mismo, el horizonte es idéntico.

La globalización unifica, los arrabales se parecen, los vertederos acumulan idéntica basura: miles de objetos inútiles de un solo uso, televisores partidos, carcasas de frigoríficos agujereadas, somieres desvencijados y trozos de juguetes rotos. Disney Travel quiere denunciar el abandono, la violencia y la mutilación de los personajes que un día nos emocionaron en una sala de cine, en un parque de atracciones, o en una tómbola de feria. Disney Travel quiere recomponer los sueños rotos, volver a la infancia por un instante y, pensar que, salvar el planeta aún es posible. No me tires en medio del camino, sálvame del abandono, y, si puedes, recíclame, por favor.







## MERCEDES PÉREZ GARCÍA

Título: **“La magia del viaje.”**

Dimensiones: 1,20 x 0,50 m.

Técnica: Mixta

### La magia del viaje

“Entretenimiento para el hogar”, este era el claim que acompañaba al logo de Disney en 1937. Desde entonces, la marca Disney ha dado vida a imágenes e historias, ha hecho realidad sueños y fantasías de la infancia y ha llenado muchas vidas de magia.

Algo similar ha ocurrido con el diseño de producto que, desde sus orígenes empez creando objetos que facilitaban la vida y el trabajo a sus usuarios, haciéndoles más agradable el día a día o llevándoles a lugares que no imaginaban.

Todo fueron ventajas, las cadenas de producción eran cada vez mayores, llegando a más usuarios cada vez, resolviendo necesidades cada vez menos acuciantes. Pero esto no fue suficiente y se pidió que los nuevos productos también fascinaran, que recitaran poesía y así lo hicieron. Todavía algunos de esos objetos susurra a gritos en nuestros oídos. Durante todo este tiempo el desarrollo tecnológico ha sido un fiel compañero de viaje, como la magia, capaz de multiplicar al infinito cualquier producto, personalizar cada uno de los objetos de

una serie o de convertir el ornamento en un detalle a la carta.

En este recorrido, muchos productos han abandonado el viaje, han saltado de la fábrica al museo olvidando el uso para el que, en principio, se pensaron.

Con una producción y un consumo cada vez mayores, la opulencia, el lujo, el formalismo y el derroche están servidos y como postre la desigualdad, la desesperanza o la infelicidad. En una situación así, hasta el diseño más radical ha entrado en el circuito comercial, su nueva funcionalidad será convertirse en regalo para determinados grupos sociales.

Un itinerario similar a la evolución de los claim que han acompañado a la marca Disney en su historia: desde “Entretenimiento para el hogar” pasando por Disney “Producciones” o Disney “Imágenes”, hasta llegar al castillo de Cenicienta y la visita de la estrella fugaz que lo enmarca.

Frente todo esto la posibilidad de trabajar por conseguir productos no contaminantes, de utilidad social patente y demostrable, en fin, cada vez más lejos de un “Parque temático”.

¿Vienes?

DisSENY

**SARA R. CABEZA**

Título: **“Para crear lo fantástico primero  
debemos entender lo real.”**

Dimensiones: 15 x 20 cm

Técnica: ilustración digital

La finalidad de la serie es hacer repensar al público en la inmediatez de nuestra cultura de la imagen, y la velocidad con la que asimilamos aquello que vemos, deglutiéndolo, y olvidando su mensaje. Por eso, se busca reivindicar fotografías documentales clave de la historia reciente protagonizadas por niños, creyendo que revisitarlas con otra visión hará que cale su mensaje, y que, si las tuviéramos presentes, sería imperativo luchar por la igualdad y la justicia. A su vez, en el trabajo hay cierta ironía que busca criticar la superficialidad de la cultura contemporánea, e invitar al espectador a construir valores más férreos, potenciando su conciencia crítica.



“Ayladdin”



“El libro de la Sabana”



"Fa Vietnam"



"La Bella Fabricante"



“La Bella y el Beatle”



“La Pasma y el Vagabundo”

## CARMEN SEVILLA ESPINOSA

Título: **“Cuentos de princesas.”**

Dimensiones: 150 x 170 x 250 cm.

Técnica: Instalación.

(Maniquí con textos bordados ,velo con 10 fotocollages prendidos y pantalla con textos extraídos de cuentos Disney).

Lo que se propone en la presente pieza artística es un análisis del papel de los cuentos infantiles en la sociedad actual, profundizando en las creencias transmitidas a través de las películas de Disney, y de cómo pueden fomentar experiencias limitadoras en comportamientos futuros en función del sexo.

La finalidad de la obra planteada intenta hacer reflexionar a cualquier persona que la vea expuesta, sobre esos estereotipos femeninos que han existido y siguen existiendo en el acervo cultural, en este caso de la mano de la factoría Disney.

En la pantalla se podrá leer textos extraídos de películas Disney que, desde 1938 hasta 2013, 75

años en total, se han hecho eco del papel que el rol femenino tiene que representar en esta sociedad. La mayoría de las veces, palabras pronunciadas por princesas, personajes idealizados por la sociedad en general.

La reflexión viene de la mano del título, de los textos clavados en el maniquí, de los extractos de los cuentos Disney de la pantalla y de los fotomontajes prendidos del velo. Los 10 fotomontajes del velo representan a mujeres en el día de su boda a las que no se les deja ver la cara, ya que están ocultas por el peso de las flores, el peso que la sociedad ha ejercido en los estereotipos de las mujeres durante la historia.



Vista general



Vista detalle del maniquí  
y pantalla con textos Disney



Vista detalle del maniquí con bordados



Vista detalle del bordado



Vista detalle del velo con fotocollages



Vista detalle de un fotocollage



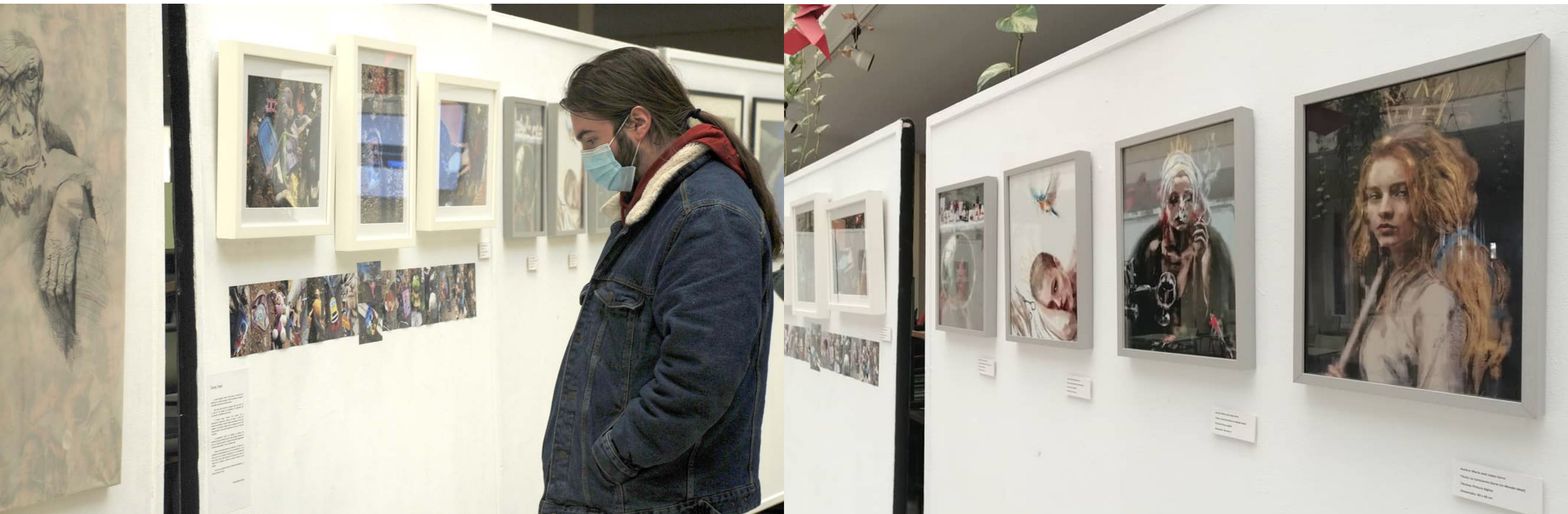
**INAUGURACIÓN DE LA EXPOSICIÓN**  
Del 18 de enero al 4 de febrero de 2021













**EASDAL**  
ESCUELA DE ARTE Y  
SUPERIOR DE DISEÑO  
ANTONIO LÓPEZ

