

SORPRESAS ARTÍSTICAS EN PORCELANA CASADES, DE RIBARROJA.

Antonio Ten Ros. Noviembre, 2015.

DOI: <http://dx.doi.org>

© Antonio Ten Ros

¿CASADES, UN IMITADOR MÁS DE LLADRÓ?

Porcelanas Casades podría pasar por ser una más de las cincuenta marcas valencianas de porcelana que surgieron al calor del éxito de Lladró. Pocos emprendedores escaparon, a partir de mitad de los años 70 del siglo XX, a la tentación de recoger las migajas de una espléndida tarta que habían cocinado los hermanos Lladró con su enorme Ciudad de la Porcelana, entre Tavernes Blanques y Alboraya.



Figura 1. La entrada a la Ciudad de la Porcelana, inaugurada en 1969. Esculturas de Juan Huerta.

La receta era bien conocida: figuras baratas, sencillas de esculpir, despiezar y remontar, decoradas en esmaltes a base de sales metálicas, aptos para alta temperatura, barniz brillante y monococción. Sobre todo, monococción: un simple paso por los hornos a la relativamente baja temperatura de cocción de Lladro, 1250 °C, que significaba un enorme ahorro de costes de producción. Con esta receta, además, los fracasos, las figuras defectuosas por cualquier motivo, eran escasas, lo que representaba otro gran ahorro, importante a la hora de fijar precios competitivos en un momento en que los precios de Lladró comenzaban a ser astronómicos.

Lladró se defendía bien. Si su marca de bandera estaba construyendo una imagen cada vez más elitista, su segunda marca, NAO, mantenía la receta original, con figuras sencillas y baratas, en barnices brillantes, que aún se vendían bien en Norte América, el Sudeste Asiático y España. Además, para hundir más a la competencia, la marca NAO cambió a “NAO by Lladró”. El nombre Lladró ya era símbolo de distinción y los Lladró comprendieron que ese simple cambio situaba a NAO en niveles difíciles de alcanzar por la competencia.

Las pocas marcas que pretendieron escapar a esa norma no escrita de imitar a NAO, que ya no a Lladró, tuvieron una vida corta y agitada. Sin embargo, en ellas, precisamente por el terreno de juego que habían elegido, encontrar huecos dejados por Lladró con cierta calidad y menor precio, encontramos algunas de las figuras más originales y espectaculares de las que se produjeron en el último cuarto del siglo XX.

Marcas como Porcelanas Ramón Inglés, de Bétera y Segorbe, Porcelanas REX, de Turís, Porcelana Artística Levantina (PAL), y sus continuadoras Nadal y, sobre todo, Marco Giner, de Alboraya, y pocas más, apostaron por una reiterada excelencia en la escultura, con decoraciones diferentes al “estilo Lladró”.

Como muchas otras empresas de pequeño tamaño, entre 15 y 50 trabajadores, surgidas al calor del éxito de Lladró, Porcelanas Casades, de Miguel Casades y otro socio que no hemos podido todavía identificar, con fábrica en Ribarroja, al noroeste de Valencia, adoptó en la mayor parte de su producción que ha llegado hasta nosotros una estrategia de imitación del estilo de Nao by Lladró, aunque, como veremos, con sorprendentes destellos de originalidad y apuestas arriesgadas desde el punto de vista comercial.

JOSÉ ORDAZ MONTESINOS

El único escultor del que tenemos constancia de que trabajó para Casades es José Ordaz Montesinos (1930-2012). A los 8 años, Ordaz Montesinos se traslada de su Jérica natal a un barrio de Valencia, Benimaclet, y frecuenta como aprendiz al escultor Antonio Greses Ferrer. Se matricula en la Escuela de Artes y Oficios y logra entrar en la Escuela Superior de Bellas Artes, donde cursa los cinco años de estudios, con profesores como Carmelo Vicent, Luís Bolinches y Genaro Lahuerta, bajo la dirección de Vicente Beltrán Grimal, un genio de la escultura en porcelana, que estaba trabajando para la sección artística de la Fábrica de Porcelana y Productos refractarios Víctor de Nalda, de Almacera.

Terminados sus estudios, en 1960 entra en el taller de bronce de Enrique Lafuente y en 1965 en su propio taller, en la calle Alboraya, de Valencia. Incluso ejerce como profesor de dibujo, en 1969-70, en un instituto de Xàtiva. Por fin, Porcelanas Casades, que acababa de abrir en 1974 su fábrica en Ribarroja, le ofrece el puesto de

escultor. Allí estará 19 años, hasta 1993, al tiempo que atiende peticiones de trabajos externos, especialmente de tallas religiosas.

La empresa deja de existir en 1993, por discrepancias entre los socios, en medio de una crisis que estaba afectando a la mayoría de fábricas de porcelana valencianas y que ya se había llevado por delante a empresas tan potentes como Porcelanas REX o Porcelanas Inglés. José Ordaz vuelve al taller, ahora de Paco Greses Almenar, en Benimaclet, dedicándose desde ese momento a la talla de imágenes de devoción para diversos pueblos de los alrededores de Valencia, entre las que destaca una imagen de la Virgen de los Desamparados para una de las Rocas del Corpus Christi, las tradicionales carrozas de esta festividad valenciana, atribuida genéricamente al Taller de Paco Greses.

No volvería a trabajar para la porcelana. Pero durante sus 19 años en Porcelanas Casades esculpió un gran número de figuras en estilos muy diversos.

Casi todas las que conocemos siguen la “ortodoxia” y las modas que había marcado la todopoderosa Porcelanas Lladró desde finales de los años 60.

Figura 2. Casades. Payaso, Ordaz Montesinos.

La figura, paradigma de lo que será la mayor parte de la producción de la marca, sigue los cánones más sencillos del estilo

Lladró, los suaves tonos pastel, el barnizado en brillo con aerógrafo sobre los esmaltes a base de sales, la escultura sencilla y fácil de despiezar y remontar, y una única cocción hasta el resultado final.

Una figura barata y sin pretensiones dedicada a las clases populares y a los mercados turísticos.



Nos han quedado lo que deben ser pruebas de estilo de José Ordaz Montesinos para Casades. Un buen ejemplo es la siguiente escultura en escayola pintada, representando un tema cien veces repetido por el escultor Fulgencio García López para Nalda, T'ANG, Lladró y las empresas que las siguieron: una mujer con cántaros.

Su peculiaridad estriba en que muestra la firma del propio Ordaz, que no aparecerá en ninguna figura en porcelana de las que hemos visto hasta el momento.

Figura 3. Mujer con cántaros. Ordaz Montesinos.
Figura en escayola pintada.



Figura 4. Firma
“Ordaz” al pie de la
figura.

PORCELANA VALENCIANA DE CONSUMO

Lo que más encontramos con la marca Casades, efectivamente, son figuras de ese estilo sencillo que se conoce ya como el “estilo valenciano”, por asimilación de la industria valenciana de la porcelana artística al canon del primer “estilo Lladró”, que Lladró ya había abandonado en manos de Nao en la segunda mitad de los años 70 del siglo XX. Incluso los temas de las esculturas siguen la estela, o la imitan descaradamente, de los que Fulgencio García esculpió para T’ANG y Lladró, que pueden verse en nuestros trabajos dedicados al escultor y a estas marcas.

Basten algunos ejemplos para dejar bien establecido esta semejanza:



Figura 5. Casades. Lámpara de pie.
Niña con perrito. Ordaz
Montesinos.



Figura 6. Casades. Arlequín. Ordaz Montesinos.



Figura 7. Casades. Polichinela / Arlequín. Ordaz Montesinos.



Figura 8. Casades. Niño mejicano. Ordaz Montesinos



Figura 9. Casades. Dama con
sombrerera. Ordaz Montesinos.



Figura 10. Casades. Campesino con botijo. Ordaz Montesinos.



Figura 11. Casades. Niña con perrito. Ordaz Montesinos.

Figura 12. Casades.
Niña con paloma.
Ordaz Montesinos.



Figura 13. Casades. Joven recostado en columna. Ordaz Montesinos.



Figuras 14,15 Casades.
Mujer recostada en un trozo de columna
caida.
Ordaz Montesinos.



En estas figuras, José Ordaz Montesinos, como otras varias de las que evidentemente sacó la inspiración, toma ideas de Fulgencio García López. El maestro tenía elementos totémicos, que usará y repetirá en múltiples figuras en las distintas fábricas para las que trabajó: Nalda, Hispania, Lladró, NAO, T'ANG, Rex, la americana Franklin Porcelain, de Franklin Mint, Kansas, EEUU, o la suya propia, Quart-5.

Entre estos elementos se cuentan, en lugar destacado, las partes de columnas, o las columnas enteras, que sirven como recurso físico y escénico para el apoyo de sus figuras. Ordaz no fue el único escultor, ni Casades la única marca de porcelana, que usó este recurso, pero sí del que más figuras hemos encontrado con él, aparte de Lladró y NAO.



Figura 16. Franklin Porcelain. Cecilia, the Carnation Maiden, 1983. Fulgencio García

Todas aquellas figuras llevan la más conocida de las marcas con las que Casades identificó su producción, impresa en la base, con una pegatina dorada o ambas:

Figura 17. Casades Marca impresa definitiva.



Si centráramos nuestra atención solo en las figuras anteriores, Porcelanas Casades no se diferenciaría de las muchas otras marcas valencianas que repiten la receta del primer éxito de Lladro, pero sin ser Lladró. Son porcelana barata, producida al calor del éxito de ventas de Lladró y sin aportaciones artísticas ni técnicas relevantes. Casades no merecería mas que un comentario marginal dando cuenta de su existencia.

Sin embargo, Porcelanas Casades no fue solo eso ni el logotipo anterior fue siempre su identificación de referencia. Y es con otro logotipo cuando encontramos figuras de tipos muy diferentes. Representa la silueta de un animal corriendo, quizá un gato o un galgo, bajo la palabra “Casades” y, en su intento de dar una imagen de marca elitista, las primeras figuras que lo lucen lo hacen con él troquelado en una placa de latón y pegada en una base de madera sobre la que iba la figura.



Figura 18. Casades. Plaquita con su logo y marca.

Las figuras que lucen ese otro logotipo, sea en la plaquita troquelada o sea, como veremos, también impresa en azul bajo la figura y con una más expresiva leyenda, no solo se distinguen por su marca. Bien al contrario, con esta marca encontramos sus figuras más originales, por su escultura y por sus terminaciones y decoraciones, más alejadas del “estilo Lladró y más ricas en aportaciones a la porcelana valenciana.

Al principio de su andadura, Miguel Casades tuvo el asesoramiento profesional, en cuestión de esmaltes para la decoración de sus figuras, de Alfonso Pastor Moreno, bien conocido ingeniero químico cerámico, hijo de uno de los propietarios de Cerámicas Hispania, que había estudiado en Francia y Estados Unidos, y trabajado en una empresa de materiales cerámicos de Limoges, Francia. Pastor Moreno desarrolló para Hispania una serie de intensos esmaltes originales de alta temperatura que, con

su acuerdo o, a menudo, sin él, se fueron difundiendo por empresas valencianas. Los colores de muchas figuras que aún vemos en el mercado con diversas marcas, son fácilmente atribuibles a su autoría hasta principios de los años 80 del siglo XX, cuando la industria cerámica dio un salto cualitativo con la producción masiva de azulejos y otras porcelanas utilitarias domésticas, y la industria auxiliar aportó nuevas formulaciones.

En figuras de Porcelanas Casades desde mitad de los años 70 a principios de los 80, con esa marca del animal corriendo se perciben, en efecto, colores inusuales entre las marcas que seguían las líneas de los esmaltes a base de sales popularizadas por los Lladró e incluso con otras que sí producían sus propios esmaltes.

Encontramos también colores cerámicos originales en algunas marcas nacidas en los primeros años 70. En ese año, Ramón Inglés Capella, el escultor de referencia de Nalda, la sección artística de la Fábrica de Porcelana y Refractarios Víctor de Nalda, de Almácer, abandona esta empresa para fundar la suya propia, Porcelanas Inglés, en su pueblo de Bétera. Con él se lleva los espléndidos esmaltes y engobes originales creados por la marca desde 1947. La estética de sus figuras se separa radicalmente del estilo Lladró, tanto en la original e inconfundible escultura de Inglés como en las decoraciones.

Igualmente, Porcelanas REX, de Turís, creada por ex altos empleados de Lladró en 1975 y que contaría con la colaboración de Fulgencio García, y de Alfonso Pastor como director de fábrica, comienza su andadura tratando de distinguirse completamente de su anterior empresa. Sus primeras figuras, una serie de espléndidos biscuits y otras figuras decoradas en colores intensos, salidas de las manos del genial escultor, se apartan también del estilo y las técnicas impuestas por los Lladró, que sí seguían, buscando su parte del pastel, ya más de una docena de marcas contemporáneas, como Tengra, Palés, Sanbo, Miquel Requena, Porceval, o Miguel, entre otras.

Otra marca original, que pugna por crear una estética propia en escultura y colores es Porcelana Artística Levantina. PAL nace en Alboraya en 1972, y en 1975 es comprada por dos jóvenes emprendedores: el químico de Alboraya José Vicente Marco Giner y Enrique Asunción, de una conocida familia ceramista de Manises. Desde el principio. su producción se orienta también a distinguirse lo más posible del trillado camino del estilo Lladró.

De la mano técnica y artística de Marco Giner, aprovechando al principio colores cerámicos provenientes de Inglés mas otros aportados, de fuentes que no revela, por Enrique Asunción, PAL apuesta por la originalidad, al principio con escultores freelance y pronto con Leoncio Alarcón como su escultor de referencia. Sus marcas son la propia PAL y Nadal, una marca ceramista histórica de la familia Asunción.

En 1986 los dos socios de PAL se separan. Enrique Asunción se lleva la marca Nadal a una nueva empresa sita en La Eliana, que solicita los servicios de Alfonso Pastor como consultor. José Vicente y su hermana Amparo Marco Giner, por su parte, permanecen en las instalaciones de Alboraya, ahora bajo la marca “Marco Giner”.

En una decisión arriesgada pero exitosa, comienzan con nuevos escultores, Rosa Seco la primera, y luego otras figuras reconocidas, que hemos estudiado en el trabajo sobre la marca. Si Nadal se acerca al estilo Lladró en sus primeras creaciones, la estética de Marco Giner es ya radicalmente diferente en formas y colores de las marcas de los Lladró.

EL CASADES MÁS ORIGINAL

Porcelanas Casades, que como dijimos comienza a producir figuras a finales de 1974, sigue también al principio la moda del momento, y algunas figuras de estilo Lladró de la primera época presentan la marca del animal, gato o perro, corriendo y el logo Casades. Pero comenzamos a encontrar otras figuras con el mismo logo, de apariencia bien diferente.

El asesoramiento activo y productivo de Alfonso Pastor Moreno, sobre todo en los colores pero también en las técnicas de montaje y cocción, unidas a una escultura sorprendente por lo inesperada y original para una marca destinada a seguir la cohorte de los imitadores de Lladró, crea figuras singulares en el panorama valenciano de la época.

Especialmente notables a este respecto son sus “Hadas”. Hemos recogido, al menos, cuatro mágicas y espectaculares figuras de esta serie que en nada se parecen a lo que luego fabricará la marca. Las figuras son tan originales y diferentes de las posteriores, que no tenemos todavía, faltos de referencias documentales y testimonios unívocos, la seguridad de que hubieran sido esculpidas por Ordaz Montesinos.

Sin embargo, su parecido con algunas imágenes como las Vírgenes de los Desamparados salidas del Taller de Antonio Greses Ferrer, de Benimaclet, en el que trabajó, y especialmente las alas de los ángeles de cuerpo completo, al pie de la Virgen de los Desamparados de la Iglesia Parroquial de San Vicente Mártir, de Benimámet, obra catalogada como de Antonio Greses, nos inclinan a atribuirle también su autoría.



Figura 19. Casades. Hada. Ordaz Montesinos.

De esta figura, y de alguna otra Hada, se hicieron también figuras decoradas de modo mucho más sencillo, esmaltadas en blanco con toques de color en los tonos pastel típicos de los esmaltes a base de sales, que no tienen la fuerza escenográfica ni el atractivo estético que muestran esta y las siguientes.



Figuras 20,21. Casades.
Hada de alas levantadas.
Detalles.





Figura 22. Casades. Hada de alas agachadas. Ordaz Montesinos.
Nos consta que un antiguo propietario retiró la base de madera, con su placa de latón,
con el logo del animal corriendo.



Figuras 23,24. Casades.
Hada de alas agachadas.
Detalles.





Figura 25. Casades. Hada con flores. Ordaz Montesinos.



Figuras 26,27. Casades.
Hada con flores.
Detalles.

Con la plaquita en latón todavía, pero ya con el nuevo logotipo de Casades encontramos aún una nueva Hada, esta vez de pie, cuya cronología dentro de la producción de la marca todavía se nos escapa.



Figura 28. Casades. Hada de pie. Ordaz Montesinos.



Figuras 29,30,31. Casades. Hada de pie.
Detalles.

Con la placa en latón del animal corriendo encontramos también figuras en los tonos pastel que asociamos al estilo Lladró, aunque con etiquetas posteriores aparecerá alguna decorada el caballo en negro y la crin y la cola en oro brillante, de dudosa estética, pero con una complejidad escultural y técnica que no corresponde con aquellas primeras impresiones sobre la sencillez de las porcelanas de Casades. El caso más evidente es su Amazona.



Figura 32. Casades. Amazona. Ordaz Montesinos.



Figuras 33,34,35. Casades. Amazona, Detalles.

La Amazona de Casades, grande, de 42x32 cm., representa la aportación de la marca a un tema clásico entre las grandes marcas valencianas de porcelana, del que las más conocidas son las Amazonas de Lladró y REX, de Turís, ambas de Fulgencio García López, que están a un nivel artístico superior, o la de la marca Tengra, ya de Porcelanas Nou C.B., de Vilamarxant y Liria Una figura de este tipo, con mayor o menor fortuna estética, no estaba al alcance de marcas menores y, sin duda, fue otra

apuesta de Casades por crear una imagen de marca alejada de las simples ofertas para turistas.

Abunda en ello otra figura que lleva su marca, pero de carácter muy diferente. Al igual que otras marcas en sus inicios, Casades, en sus esfuerzos por crear esa imagen de marca elitista, capaz de producir figuras de calidad superior, además de otras menos ambiciosas y mucho más baratas, trató de desarrollar una línea en biscuit.

Encontramos efectivamente, en un blanquísimo biscuit, la que posiblemente sea su figura más inesperada: su San Juan de Ribera, una copia en pequeño tamaño de la monumental estatua en piedra esculpida por Mariano Benlliure para el claustro del Real Colegio del Patriarca, en la plaza del mismo nombre, de Valencia.



Figura 36. Casades. San Juan de Ribera. Ordaz Montesinos.



Figura 37. Casades. San Juan de Ribera. Ordaz Montesinos.



Figuras 38,39,40,41. Casades. San Juan de Ribera. Detalles.

La espectacular figura de Casades, diminuta a pesar de las apariencias, con sus medidas de apenas 19x8,5x12 cm., consigue recrear en porcelana la abundancia de exquisitos detalles de la figura original. Es un verdadero prodigio del arte porcelánico, que por sí sola podría consagrar a una marca. Sin embargo, dicha porcelana no era comercialmente viable y debieron hacerse muy pocos ejemplares, seguramente por encargo.

Figura 42. Casades. Marca impresa bajo la figura de San Juan de Ribera, con la leyenda “Casades Crafted in Spain”.



En esta figura, a las dificultades escultóricas se sumaban las técnicas. La terminación en biscuit, que requería de pastas especiales, sin ninguna impureza, la imposibilidad de ocultar los defectos de montaje y las uniones entre las piezas, y el arduo trabajo de frotar toda la figura ya montada con una tela especial para desordenar las moléculas polares que al secarse en los moldes se habían situado en una red cuasi-cristalina, encarecían una figura que no podía tener un mercado extenso. Este último trabajo, el frotado, es especialmente necesario para eliminar los brillos provocados por una cristalización ordenada y dar a la figura la apariencia sedosa del mármol pulido que caracteriza a los buenos biscuits. El San Juan de Ribera, de Casades, es perfecto en ese sentido y testimonia el buen hacer de la dirección y operarios especializados.



Figura 43. Escultura de tamaño natural, que preside el claustro del Real Seminario del Corpus Christi, en Valencia, obra de Mariano Benlliure.

Con la marca del animal también impresa, pero en otro estilo completamente diferente, más austero en su decoración pero de gran interés escultural, y con complicaciones técnicas, Casades nos ofrece aún figuras de una calidad sorprendente en una marca que pretendía competir en los niveles inferiores del mercado de la porcelana artística. Su Mujer Oriental con Ofrenda de Flores, presentada en un lujoso envase en símil terciopelo, afortunadamente conservado, es un magnífico ejemplo de originalidad y encanto, aunque por su estilo de nuevo nos plantea la duda sobre su paternidad escultórica. Ordaz Montesinos, si él es el autor, debió ser un escultor versátil, dotado de gran sensibilidad a la hora de abordar temas muy diferentes.



Figuras 44,45. Casades. Mujer Oriental con Ofrenda de Flores. Ordaz Montesinos.

La realidad comercial, sin embargo, debió imponerse pronto y lo que a finales de los años 70 y los 80 se vendía fácilmente era todavía el “estilo Lladró” y sus tonos pastel, que hemos visto en las primeras figuras de este trabajo.

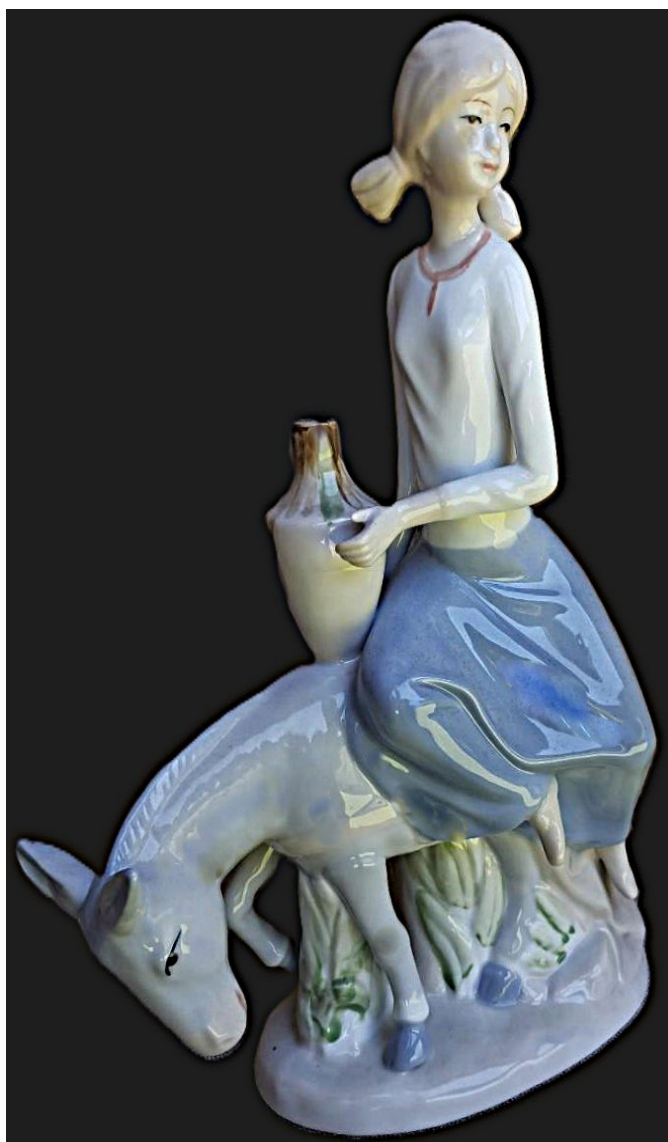


Figura 46. Casades. Aguadora y burrito. Ordaz Montesinos.



Figura 47. Marca impresa Casades, todavía con la silueta del animal, en las dos figuras anteriores.

Incluso, utilizando figuras realizadas individualmente, Casades se lanza a complejas composiciones, mucho más caras, y destinadas a públicos más exigentes:



Figura 48. Casades. Concierto. Ordaz Montesinos.

Pero ello no significa que no siguiera produciendo, junto a aquellas figuras sencillas, figuras espectaculares, técnicamente más complejas y por tanto necesariamente más caras. Casades todavía tenía grandes ambiciones artísticas, traducidas aún en figuras excesivamente ambiciosas y de difícil venta en un mercado del lujo copado por el nombre Lladró.

En este recorrido por la Porcelanas Casades más inesperada, quizá su figura más ambiciosa, y de venta más complicada, hayan sido sus Bailarines, una gran figura de más de 50 cm. de altura, que debió requerir una enormidad de moldes parciales y una gran dificultad técnica de montaje y cocción.



Figura 49. Casades.
Grupo de bailarines.
Ordaz Montesinos.



Figuras 50,51,52,53. Casades. Grupo de bailarines. Ordaz Montesinos. Detalles.

Tras estas figuras, ya no cesamos de encontrar en el comercio, con la marca Casades, hasta su desaparición en 1993, muchas figuras sencillas y sin complicaciones, como las que hemos visto al principio. Los alardes artísticos parecen haber quedado atrás.

Pasados los felices 80 para la porcelana valenciana, los años 90 son ya años de crisis de la industria. “Porcelanas Casades S.A.” se ve obligada a cerrar en ese año 1993. Su último anuncio en BORME, el Boletín del Registro Mercantil de Valencia, es de febrero de 1996. Al año siguiente es sustituida por “Creaciones Casades S.A.”, también ubicada en Ribarroja, km. 12 de la carretera a Valencia, cuyo último acto administrativo es de 2013. Casades sufre especialmente la competencia, en el nicho de las figuras sencillas en colores simples en que había terminado, de la porcelana china y de la proliferación de marcas valencianas que habían acabado por saturar el mercado.



Figura 54,55. Casades. Mujer con pavo.
Ordaz Montesinos.

Nos quedan sus destellos de genialidad. Sus figuras especiales, por escultura y por decoración y, sobre todo, aquella espléndida figura de San Juan de Ribera, que debería pasar al Olimpo de las figuras míticas, tanto artística como técnicamente, de una industria que llegó a dar ocupación a gente de muchos pueblos de la comarca de l'Horta de Valencia y a ser uno de los motores económicos de la zona.

SOBRE LAS FUENTES DE LA HISTORIA

La Historia del Tiempo Presente es una disciplina historiográfica relativamente reciente. Con raíces metodológicas en la Historiografía francesa de entreguerras, se consolidó tras la Segunda Guerra Mundial, con sus horrores todavía frescos y una inevitable subjetividad en los análisis, derivada de la dificultad de acceso a archivos todavía clasificados como secretos y del sesgo ideológico del historiador contemporáneo.

Como todavía gran parte de su información reside en personas que vivieron los acontecimientos narrados, o los dejaron oralmente a sus allegados, cualquier Historia del Tiempo presente, a falta de documentos, tiene en los métodos de la Historia Oral su base metodológica principal. En ello, comparte aproximaciones y técnicas del periodismo de investigación. Pero el género periodístico es por definición efímero y en este punto se separan sus caminos.

En este marco, un trabajo como el presente es siempre un riesgo mayor. No hemos contado en él con testimonios de primera mano ni hemos podido acceder a fondos documentales sobre Casades. Solo hemos podido acceder a testigos secundarios, dependientes de sus propias vivencias y sus parciales recuerdos sobre hechos que no les concernían directamente. En estas circunstancias, el historiador está vendido. En cualquier momento, pese a sus cautelas y oficio, una nueva fuente de información puede hacer tambalear el edificio penosamente construido. El lector debe ser bien consciente de ello si, a pesar de todo, está interesado por la historia narrada.

Pero así se hace la Historia del Tiempo Presente. Del error puede surgir la verdad; de la ignorancia es más difícil. Esta es todavía una Historia coyuntural, no terminada. La única bibliografía a que hemos tenido acceso, salvo a alguna entrevista periodística a personajes como José Ordaz Montesinos, son nuestros anteriores trabajos, dedicados a panoramas generales, a otras marcas y a otros protagonistas. También hemos contado con la colaboración oral de algunos comerciantes, o sus sucesores, que sin conocer interioridades de las empresas a las que compraban porcelana, sí recordaban, aunque sin seguridad, detalles menores de la cadena de distribución y de sus tiempos, y los comentarios de los representantes sobre la empresa Casades.

Pero nos ha quedado algo importante y de ello hemos bebido con fruición: las propias figuras. Los testimonios materiales de la época, afortunadamente conservados en buena medida, nos han permitido seguir, en su materialidad, la actividad de una empresa que luchó por hacerse un hueco y destacar en un panorama difícil. Apenas

contextualizadas, las propias figuras ya hablan de sus creadores, de su época y de su propio valor estético en el momento espacio-temporal en el que aparecieron. Ellas han sido la verdadera guía de este estudio y las verdaderas protagonistas.

BIBLIOGRAFÍA

Andrés Soriano, Quique.

Jose Ordaz Montesinos. Una vida llena de vida.

Disponible en:

<https://www.centred-estudislocalsdeburjassot.es/mem%C3%B2ries-de-burjassot/> *

* Enlace roto en octubre de 2025. Archivo pdf disponible a efectos de investigación.

Ten Ros, Antonio (Abril, 2023)

100 pesetas. La historia de la porcelana valenciana de después de la guerra.

Disponible en:

<https://www.uv.es/ten/porcellana/>

Ten Ros, Antonio (Marzo, 2024)

Porcelanas REX, un paradigma de las fábricas de porcelana valencianas de los años finales del siglo XX.

Disponible en:

<https://www.uv.es/ten/re/>

Ten Ros, Antonio (Junio, 2024)

El escultor Ramón Inglés Capella y su obra en porcelana

Disponible en:

<http://www.uv.es/ten/ri>

Ten Ros, Antonio (Enero 2025)

Fulgencio García, Porcelanas T'ANG y los orígenes del “estilo Lladró” en la porcelana valenciana.

Disponible en:

<https://www.uv.es/ten/EV/>

Ten Ros, Antonio (2ª edición, abril, 2025).

Porcelana en Alboraya. Porcelana Artística Levantina S.L.

Disponible en:

<https://www.uv.es/ten/PAL>

Ten Ros, Antonio (Octubre, 2024, Ed. rev. Julio, 2025)

La porcelana de Alboraya. Marco Giner.

Disponible en:

<https://www.uv.es/ten/MG>

© Copyright de fotos y texto: [Antonio Ten Ros](#), con diversas aportaciones privadas editadas por él mismo. Todos los derechos reservados.

[Ten Ros, Antonio](#) (Noviembre, 2025)

Sorpresas artísticas en Porcelanas Casades, de Ribarroja

Disponible en:

<https://www.uv.es/ten/pc>
