

# ANTONI MIRALDA Y LA TRANSFIGURACIÓN ARTÍSTICA DEL KITSCH

**CLAUDIA ARBULÚ SOTO**

Universidad Nacional de Educación a Distancia - UNED

**Resumen:** En el arte la búsqueda de la belleza ha sido el objetivo que tanto artistas como espectadores han perseguido durante siglos. Esta claro que el arte se ha transformado según las conciencias y las necesidades artísticas pero sobre todo según las sociales y políticas del hombre. El artista se hace hombre y el espectador coautor de proyectos que aluden a lo público. La belleza se desdobra en muchos tipos de belleza. El *Kitsch* como categoría estética era relegado y degradado al puro efecto. Hoy el *Kitsch* se acerca a las masas, las emociona y las representa. El arte-vida y la transfiguración del *Kitsch* que Antoni Miralda propone en sus objetos e instalaciones nos enfrentan con ironía lúdica a los estamentos de poder y sus recovecos más vulgares.

**Palabras clave:** Antoni Miralda, kitsch, camp, curisi, masas

**Abstract:** In art, the pursuit of beauty has been the goal that both artists and viewers have pursued for centuries. It is clear that art has been transformed in accordance with the consciousness and artistic needs but mainly with the social and political needs of human being. The artist become human and the viewer in coauthor of projects that allude to public. The beauty unfolds in many types of beauty. The Kitsch as an aesthetic category was relegated and

degraded as pure effect. Today the Kitsch approaches to the masses, excited and represents them. The art-life and the transfiguration of the Kitsch that Antoni Miralda proposed in his objects and installations confront us with playful irony to the sectors of power and its most vulgar nooks.

**Keywords:** Antoni Miralda, kitsch, camp, corny, masses

**Laburpena:** Artean, bai artista zein ikusleek mendeetan zehar jarraitu duten helburua, edertasuna bilatzea izan da. Argi dago artea transformatu egin dela konzientzi eta behar artistikoen arabera baina batez ere, giza egoera eta politikoaren eraginagatik. Artista gizon bilakatzen da eta ikuslea, publikoa aipatzen duen proiektuen egilea. Edertasuna modu askotako edertasunean zatitzen da. Kitsch-a sail estetiko gisa baztertua eta ez gogokoa zen efektu hutsean. Gaur egun berriz, Kitsch-ak jendetza hurbildu, emozionatu eta irudikatzen du. Artea-bizitza eta Antoni Miraldak bere objektu eta instalazioetan proposatzen duen itxuraldatzeak, aurrez aurre ipintzen dituzte ironia ludikoaz, boterearen gizarte mailak eta bere xokomoko arruntenak.

**Gako-hitzak:** Antoni Miralda, kitsch, camp, pinpirin, jendetza

**Antoni Miralda and the artistic transfiguration of Kitsch**  
Antoni Miralda eta kitscharen itxuraldaketa artistikoa

BIBLID [(2015), 5; 135-145]

Recep.: 21/04/2014

Accept.: 16/04/2014

## Introducción

“Ridendo dicere severum”<sup>\*</sup>  
Friedrich Nietzsche

### Kitsch:

“Vocablo alemán que según algunos provendría del inglés “sketch”, según otros derivaría del verbo “etwas verkitschen” según Giez (Ludwig Giesz, *Phaenomenologie des Kitsches*, Rothe Verlag, Heidelberg, 1960) de “Kitschen” = “den Strassenchlamm zusammenscharren” (recoger la basura de la calle). Una definición apropiada es la señalada por Holthusen: “Kitsch, formatividad aparentemente artística que sustituye a una fuerza formativa ausente mediante incitaciones a la fantasía de contenidos diversos (eróticos, políticos, religiosos, sentimentales)”. Este vocablo se usa hoy comúnmente no sólo en los países de lengua alemana, para indicar el no-arte, el objeto (acción o persona) de mal gusto, teniendo, por lo tanto, actualmente un vastísimo campo de aplicación. “Kitsch” equivale, aunque no exactamente, al vocablo castellano “cursi” y al portugués “pires”.<sup>\*\*</sup>

A escasos tres años del fin de la guerra civil española y el inicio del régimen franquista en España (1939), más concretamente en la región de Catalunya, nace en Terrasa -una ciudad particularmente industrializada, modernista y de conciencia *Kitsch*<sup>1</sup>- el artista Antoni Miralda, uno de los llamados por Alexandre Cirici como “Los Catalanes de París” (junto a Joan Rabascall,

Benet Rossell y Jaume Xifra)<sup>2</sup>, quienes en la década de los años sesenta emigraron a la ciudad de París compartiendo ahí sus inquietudes y rituales más ceremoniales.

Antoni Miralda el artista que hoy nos interesa, presenta con ironía y provocación el *Kitsch* más *Kitsch* propio de una sociedad postindustrial (Marchán)<sup>3</sup>, aunque como Gillo Dorfles apuntara, ya podíamos ver esta categoría en las expresiones de las civilizaciones grecorromanas<sup>4</sup>, por lo que entonces la consideraremos como un fenómeno de todas las épocas.

Nuestro objetivo es mostrar y analizar algunas de estas “experiencias sustitutivas o falsas sensaciones” como apuntó Matei Calinescu<sup>5</sup>, que resultan del desapego y más aún de la rebelión contra el objeto “clásico” del arte mercantilizado e idolatrado y de la inconformidad con lo establecido, que se traduce en nuevas formas de hacer arte y hacer arte como reacción social y política y, que deviene en elementos de comunicación como pseudo-estructuras de una “práctica de provocación” (Marchán)<sup>6</sup> y la “prefabricación e imposición del efecto” (Eco)<sup>7</sup>. Para esto proponemos un breve análisis crítico de algunas obras como “pinceladas” de las más *Kitsch*<sup>8</sup> del artista Antoni Miralda.

\* Expresión utilizada por Friedrich Nietzsche en “El caso Wagner. Carta desde Turín, mayo de 1888”, en “El caso Wagner. Un problema para melómanos”, NIETZSCHE, F.: *El caso Wagner: Nietzsche contra Wagner*. Madrid, Siruela, 2002, p. 23.

\*\*DORFLES, G.: “Kitsch”, en VV. AA.: *Diccionario de arte moderno* (Vicente Aguilera Cerni (dir.). Valencia, Fernando Torres Ed., 1979, p. 295.

1. El “Kitsch” como producto de una época mercantilista. Cfr. MARCHÁN, S.: *Breves anotaciones sobre el “Kitsch”*. Pamplona, Sala de Cultura de Caja de Ahorros de Navarra, 1972, p. 1.

2. CIRICI, A.: “Miralda, soldats-saldats i art menjable”, en *Serra d’Or*, núm. 115, Barcelona, Abadía de Montserrat, 15 abril 1969, p. 73-75. Este grupo no-grupo ya que realmente nunca se conformó oficialmente como tal, sino que compartían inquietudes estéticas y actividades artísticas, coincidió en la década de los años sesenta en la ciudad de París a la cual emigraron para ahondar en el conocimiento de las vanguardias y producir obra en un clima de mayor libertad. Sus colaboraciones y la amistad que desarrollaron juntos hizo que se les conociera como un grupo, el grupo llamado “Los Catalanes de París”.

3. Cfr. MARCHÁN, S.: “El “pop art” como tendencia de vanguardia”, *Tercer programa (R. N. E.)*, núm. 14, 1969, p. 61.

4. DORFLES, G.: *Op. cit.* p. 296.

5. CALINESCU, M.: *“Kitsch”. Cinco caras de la modernidad*. Madrid, Tecnos, 1991, p. 221.

6. MARCHÁN, S.: *Del arte objetual al arte de concepto*. Madrid, Akal, 2012, p. 314.

7. Umberto Eco define con estas palabras al mal gusto. ECO, U.: *Apocaliptos e integrados*. Barcelona, Lumen, 1999, p. 84.

8. El Kitsch como una mezcla de estilos. ELIAS, N.: “The kitsch style and the age of kitsch” (1935), en GOUDSBLOM, J.; MENNELL, S. (eds.): *The Norbert Elias reader*, Oxford, Blackwell, 1996, pp. 26-35. Para más detalles sobre el *Kitsch* Cfr. KULKA, T.: *Kitsch and Art*. Pennsylvania, Penn State Press, 1996.

Estas nuevas propuestas alegóricas “formalmente simples”<sup>9</sup> que se ajustan a la mentalidad popular<sup>10</sup> invalidan sin duda a la “alta cultura” y acercan la experiencia estética a los que Clement Greenberg llamara la “gran masa de los pobres y de los desheredados”<sup>11</sup>.

Lo subversivo se esteriliza<sup>12</sup>, lo bello caduca en la negatividad del arte (Solger)<sup>13</sup> para convertirse en una iniciativa de mal gusto elevada a los “altares del gusto”<sup>14</sup>, convirtiéndose en un signo opuesto, en un *Camp*<sup>15</sup> (Sontag) que será “bello porque es horrible”<sup>16</sup>. Así Antoni Miralda nos presenta el buen gusto del mal gusto.

### 1. Los *Soldats Soldés* (1965-1973) y los *Cénotaphes* (1969-1975)

En *Soldats Soldés* cientos de minúsculos soldados de plástico envuelven obsesivamente a objetos populares, así como el poder asfixia a las masas; atrapan y encierran el aura que se encuentra en estos objetos a pesar de su producción serial. Como vemos, la reproductibilidad técnica tan dilucidada por Benjamin se apodera también del arte. Lo serial abraza a lo serial en estas instalaciones idílicas que parecen recordar los años de vida militar del entonces joven Miralda.

En estas obras el bello efecto (Broch)<sup>17</sup> deviene en una “hipersensibilidad de lo vulgar” (Marchán)<sup>18</sup> que batallará entre el *Pop* más *Prop* y el *Kitsch* más *Camp* (fig. 1).



Fig. 1) *Soldats Soldés*, expuesta en MNCARS (24/06/2010-17/10/2010).  
Antoni Miralda, 1965-1973

9. MARCHÁN, S.: *Breves anotaciones sobre el "Kitsch"*. p. 7.

10. Cfr. DORFLES, G.: *El devenir de la crítica*. Madrid, Espasa-Calpe, 1979, p. 53.

11. GREENBERG, C.: *Arte y Cultura. Ensayos Críticos*. Barcelona, Paidós, 2002, p. 21.

12. Cfr. MOLES, A.: *Los objetos*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1971, p.153.

13. Cfr. GIESZ, L.: *Fenomenología del Kitsch*. Barcelona, Tusquets, 1973, p. 87.

14. DORFLES, G.: *Las oscilaciones del gusto*. Barcelona, Lumen, 1974, pp. 27-28.

15. “Lo único importante en lo camp es destronar a lo serio. Lo camp es lúdico, antiserio. Más precisamente, lo camp implica una nueva, más compleja, relación para con “lo serio” es posible ser serio respecto de lo frívolo y frívolo respecto de lo serio”. SONTAG, S.; “Notas sobre lo Camp”, en *Contra la interpretación*. Madrid, Alfaguara, 1996, nota 41, p. 99.

16. SONTAG, S.: *Op. cit.* p. 293.

17. Cfr. BROCH, H.: *Kitsch, vanguardia y el arte por el arte*. Barcelona, Tusquets, 1970.

18. MARCHÁN, S.: *Del arte objetual al arte de concepto*. p. 171.

Estos soldaditos de juguete avanzan de lo privado a lo público; de envolver pequeños objetos decorativos y utilitarios “marchan” a envolver simulacros de grandes monumentos funerarios, los llamados *Cénotaphes*. La guerra y el juego se unen para dar vida y forma a la catarsis miraldiana que construye monumentos funerarios al perro de los generales, a las familias y a las amantes, a los generales reales e imaginarios, a los del pasado y a los del presente.

Formalmente, como las esferas arquitectónicas de Claude-Nicolas Ledoux o el Cenotafio de Newton (1793) de Eugène Viollet-le-Duc, estas escenografías lúdicas encierran lo idílico pero en este caso reflejan el tiempo que a Miralda le tocó vivir y que creo seguiremos viviendo todos lamentablemente, generación tras generación: el poder mal encauzado, el poder para satisfacer el ego y la ambición de unos pocos a costa del sin vivir de muchos. El *zeitgeist* de la época de Miralda se extiende hasta el presente; porque “corresponde al artista una función destructiva, revolucionaria, de ruptura, que unas veces puede actuar contra un poder políticamente equivocado e inaceptable” (Dorfles)<sup>19</sup>. Así Miralda nos sumerge en estos fenómenos singulares; porque para el hombre de esta tierra la belleza y la verdad son accesibles solamente bajo la forma de fenómenos singulares bellos o verdaderos<sup>20</sup>.

Es bueno apuntar que hay muchas clases de belleza al igual que modos habituales de buscar la felicidad<sup>21</sup>. La estética de la ética miraldiana se hace tan idílica como real. Esta realidad de ensueño es un sistema de signos estéticos que se mueve en un contexto de fenómenos sociales, generando así una relación dialéctica con nuestra sociedad.

## 2. *Charlie Taste Point* (1979)

Como una especie de héroe mundano llamado a tener a juicio, Miralda nos enfrenta a una obra portadora de significado que deviene en elemento constitutivo del arte y un fenómeno social<sup>22</sup>, el *Puesto de degustación Charlie* con dos sub-instalaciones: *Santa Army Navy* y *Dreamlike*, que como en el *Check Point Charlie* serán el paso y control ya no entre los dos Berlines pero sí entre los comensales que entran en tierra de nadie a degustar un conejo al estilo catalán al lado de una barrera antitanque y sentarse a ver un partido de fútbol entre norteamericanos o tumbarse como en la instalación *Dreamlike* en una cama rosa enfrentada a otra y ver el film *Miserere* (1979) hecho con Benet Rossell e interpretado por Jaume Xifra, en el que el espíritu anti-militar lleva al ridículo y absurdo el gran negocio de nuestros tiempos: la guerra.

Miralda se sobrepasa a sí mismo en medio de la “sociedad del rebaño”, defendiendo así, su “voluntad del poder”<sup>23</sup>, del poder hacer. Así el artista “hace” la instalación *Charlie Taste Point* que con referencias visuales y símbolos culturales como animales y alimentos traslada el control y el poder hacia el intercambio y la libertad de elección y movimiento (fig. 2).

## 3. *Wheat & Steak* (1981)

El espacio público es el espacio predilecto de Miralda para involucrar al público e intervenir en lo público. Así, Miralda nos adentra en sus *happenings*, en la improvisación posible dentro de la planificación y en la participación activa del espectador en estas “acciones espectáculo”, que superando a la

19. DORFLES, G.: *Las oscilaciones del gusto*. pp. 55-56.

20. BROCH, H.: *Op. cit.* p. 25.

21. BAUDELAIRE, C.: *Oeuvres complètes*. Paris, Gallimard, 1961, p. 879.

22. Para una mayor comprensión del arte como fenómeno social puede Cfr. MUKAROVSKY, J.: *Arte y Semiología*. Madrid, Alberto Corazón Ed., 1971, p. 12.

23. NIETZSCHE, F.; *Así habló Zaratustra*. Madrid, Alianza, 2003, p. 196.

institución museística acerca la transfiguración del *Kitsch* más transgresora a las calles y a los transeúntes.



Fig. 2) Charlie Taste Point – Instalación Dreamlike, expuesta en MNCARS (24/06/2010-17/10/2010). Antoni Miralda, 1977

Así en 1988, Miralda junto con el *Hallmark Center*, el *American Royal*, el *Nelson Atkins Museum of Art*, el *Board of Trade* y miles de personas de la ciudad de Kansas monta *Wheat & Steak* (nombre de una marca de trigo), la fiesta de la cosecha más *Kitsch* y más surrealista que podemos ver. El trigo, la maquinaria agrícola disfrazada de espantapájaros, el sacrificio de animales, una reina hecha de mazorcas y panes y el *Tri-Uni-Corn* de granos de maíz y resina, componen un surrealismo barroco que como Jeff

Koons podría componer o Restany teorizar, son la obra de una “limadandy barroca, o un Saturno Sansón-hippy-devorador de tiempos, de templos de chucherías”<sup>24</sup>, que “le seduce ser crisis, (que le seduce ser) peligro para la razón”<sup>25</sup> (fig. 3).

Como vemos el *Kitsch* miraldiano a través del ritual, de la fiesta y del juego participativo se hace metáfora irónica de una potente crítica social y política a nuestra sociedad<sup>26</sup>; una “parodia de catarsis”<sup>27</sup> que se desgasta en manos de miles de personas (Eco)<sup>28</sup> pero que “su mensaje va más allá del puro divertimento”<sup>29</sup>, aunque divertido y carnavalesco (fig. 4).

#### 4. *Barcelona-Filipinas* (1986)

El *Kitsch* más monumental se instala en esta obra reminiscente de las costumbres, fiestas y rituales de más de cuarenta lugares en el mundo llamados “Barcelona” que Miralda con la utilización del video nos permite conocer, porque conocer es recordar, porque recordar es conocerse, porque “conocerse es conocer la verdad. Y conocer la verdad es liberarse” (Foucault)<sup>30</sup>.

Como antropólogo de nuestra y de otras culturas, este comunicador de masas defiende la identidad y apuesta por la diversidad y el intercambio. En la instalación sobre el suelo de la gran cruz de *Barcelona-Filipinas*, Miralda

24. RESTANY, P.: “Kitsch, cannibalisme et Catalogne”, en *Chroniques de l’art vivant*. núm. 21, París, 1971, p. 12.

25. MENKE, CH.: *La Soberanía del Arte*. Madrid, Visor, 1997, p. 19.

26. (El arte) expresa las propiedades y el estado de la sociedad, pero en modo alguno es la consecuencia inmediata de su estado y su organización”. (el paréntesis es nuestro). MUKAROVSKY, J.: *Op. cit.* p. 58.

27. “En el contexto de la cultura de masas, kitsch significa “falsa conciencia estética”, lo que Adorno ha denominado como “parodia de conciencia estética o una parodia de catarsis”. CALINESCU, M.: *Op. cit.* p. 235.

28. “Kitsch aquello que se nos parece como algo consumido; y que se consume (y, en consecuencia, se depaupera) precisamente porque el uso al que ha estado sometido por un gran número de consumidores ha acelerado e intensificado su desgaste”. ECO, U.: *Op. cit.* p. 113.

29. CHIRINOS, R.: “Sabores y Lenguas”, Agencia Perú. <http://www.agenciaperu.com/>. [Consultado el 10/01/2011].

30. FOUCAULT, M.: *La hermenéutica del sujeto*. Madrid, Akal, 2005, p. 204.



Fig. 3) *Tri-Uni-Corn*, expuesta en MNCARS (24/06/2010-17/10/2010). Antoni Miralda, 1981

expone videos de las más llamativas fiestas rituales de las otras Barcelonas como el video *Milk, Coca Cola & Balut* (1986) sobre una joven poseída por la divinidad del Santo Niño o *Barcelona Gran Menú* (1984) hecho con Benet Rossell.



Fig. 4) *Ushering in Banality*, expuesta en el Salón de Diana del Palacio de Versalles (10/09/2008-4/01/2009). Jeff Koons, 1988

## 5. *Honeymoon Project* (1986-1992)

Y para rituales una boda; una boda y sus regalos y como no, la luna de miel. Éstas componen varias acciones ceremoniales que hacen que la teatralidad *Kitsch* miraldiana esté presente en un mega-montaje<sup>31</sup>, el *Honeymoon Project*. Esta puesta en escena del convenio, y el pacto entre el monumento a Colón de Barcelona y la estatua de la libertad “*Liberty*” de Nueva York, “entrelaza abiertamente las connivencias entre el arte y el *Kitsch*”<sup>32</sup>, pero a lo grande!

El intercambio de productos comestibles o de las propias personas, la interrelación de las culturas, el intercambio cultural entre el Viejo y el Nuevo Mundo, es digno de un mundo globalizado y eje principal para este mega-proyecto que propone el arte más efectista dirigido a las masas<sup>33</sup>.

Como en obras de la artista Rosemarie Trockel, vemos como el mega-proyecto *Honeymoon Project* se ancla en la espectacularidad e implica a los participantes, abriendo así el imaginario de acción de nuestra “*société du spectacle*”. En palabras de Guy Debord, “toda la vida de las sociedades en las que reinan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos”<sup>34</sup>. O como Karl Marx sostuvo, “la riqueza de las sociedades en las que domina el modo de producción capitalista se presenta como un “enorme cúmulo de mercancías”<sup>35</sup> (fig. 6).



Fig. 6) *Lucky Devil*, expuesta en MNCARS (23/05/2012-24/09/2012). Rosemarie Trockel, 2012

Estas mercancías, la teatralidad y la magnitud de los eventos correspondientes a este mega-proyecto, como la petición de mano (video hecho con Jordi Torrent), la celebración del compromiso a través de las cartas de amor, el ajuar (confeccionado en la ciudad natal del artista: Terrasa), los regalos (provenientes de diferentes ciudades del mundo), las actividades organizadas como prenupciales: los vestidos de las damas de honor (diseñados por los mejores diseñadores franceses como Pierre Cardin, Chanel, Yves Saint-Laurent, Christian Dior, etc.), el vestido de la novia (diseñado y confeccionado a medida durante dos años por la École Supérieure de la Mode), la procesión (Quinta avenida de Nueva York), la capilla nupcial, las nupcias en Las

31. Adorno le atribuye al montaje un significado político (dudoso para Bürger): “El arte quiere confesar su impotencia frente a la totalidad del capitalismo tardío e inaugurar su abolición”. ADORNO, T.: *Filosofía de la Nueva Música*. Madrid, Akal, 2003, p. 232. Sin embargo el montaje ha sido utilizado tanto por los futuristas italianos como por los vanguardistas rusos posrevolucionarios. Esto hace dudoso el sentido político que Adorno atribuye al procedimiento del montaje. La posición de E. Bloch es menos estricta: “[...] un procedimiento puede tener efectos distintos en contextos históricos diferentes, y distingue así entre “montaje inmediato” (el del capitalismo tardío) y “montaje mediado” (el de la sociedad socialista)”. BLOCH, E.: “El legado de este tiempo”, en *Obra Completa*. Madrid, Trotta, 1962, pp. 221-228. También Cfr. BÜRGER, P.: *Teoría de la Vanguardia. Barcelona, Península, 1987*, p.142.

32. MARCHÁN, S.: “Antoni Miralda: encuentros esporádicos con su obra”, en VV. AA.: *Sabores y Lenguas. 15 platos capitales*. Madrid, Fundación ICO, 2002, p. 9. [Cat. Exp.]

33. El “Kitsch” se podría relacionar con el arte popular de masas y la “vanguardia” con el “pop” de élite. La vanguardia imitaría los procedimientos del arte, el “Kitsch” se preocuparía por sus efectos”. MARCHÁN, S.: “El “Pop Art” como tendencia de vanguardia”. p. 60.

34. DEBORD, G.: *La sociedad del espectáculo*. Valencia, Pre-Textos, 2002, p. 12.

35. MARX, K.: *El Capital*. México, Fondo de Cultura Económica, 1982, p. 3.

Vegas y el gran pastel nupcial en París, dejan claro que Miralda depende de muchos colaboradores, patrocinadores y coautores, que con sus ideas, dinero y gestiones hacen posible la materialización de obras tan complejas y elocuentes.

## 6. *FoodCulturaMuseum* (2000-2010)

Miralda gusta de proyectos complejos y largos en el tiempo, tan largos e interminables como su *FoodCulturaMuseum*. La comida como archivo de nuestra identidad. La patrimonialización de lo autóctono, del mestizaje y de los rituales que nos representan en un anti-museo infinito, pues no para de recolectar los alimentos y utensilios que desde las recetas de las abuelas hasta la investigación genética, diferencian a cada cultura evitando la homogenización de la alimentación. “Cosas como el problema de las guerras y la violencia generada por la importación o exportación de alimentos, el hambre, que existe porque hay un interés en que siga habiéndola, la manipulación genética o el porqué se venden unos productos y otros no. Todo está controlado, desde las injusticias al exceso”<sup>36</sup> en el *FoodCulturaMuseum*. No podemos evitar recordar la estructura del *Mouse Museum* de Claes Oldenburg (1965-1977) que mediante la obsesión por recoger evidencias de la sociedad de consumo de más de cuatrocientos objetos populares en miniatura de la sociedad americana, se apropia de los métodos de exhibición en un anti-museo de cartón corrugado con silueta del siempre vigente y recordado Mickey Mouse.

Como apuntara Valentín Roma, “el *MuseoFoodCultura* fue concebido como una estructura en la que presentar el concepto FoodCultura. No se trata, por

tanto, de un museo en sentido estricto, sino más bien de una colección de mecanismos y estrategias orientadas al examen, promoción y participación en culturas culinarias de todo el mundo, el cual cuestiona, de paso, los protocolos habituales de las instituciones museográficas, relativizando el acto de reunir y construir un patrimonio estático”<sup>37</sup> (fig. 7).



Fig. 7) *FoodCulturaMuseum*, expuesta en MNCARS (24/06/2010-17/10/2010).  
Antoni Miralda, 2000-2010

36. SERRA, C.: “Entrevista a Antoni Miralda”, *El País* vista hecha por Catalina Serraezf Koonsn lo contemporn una hoja de oro. esfile encabaezado por fajos de trigo y espantap, Madrid, 11/06/2002.

37. <http://www.foodcultura.org/history-2/> [Consulta: 25/03/2014].

Para este coleccionista obsesivo, la categoría del “Kitsch” resultará idónea para transmitir temas como las relaciones entre la alimentación y la sociedad en este interminable proyecto de museo paralelo. Este es un proyecto de archivo de elementos, que se dividen en categorías y en colores como los “pasajes” de Walter Benjamin<sup>38</sup>, o la historia del “Atlas Mnemosyne” de Aby Warburg, que dentro de vitrinas con productos alimenticios, lenguas, platos, olores y sabores hace de *FoodCulturaMuseum* el bunker que Miralda junto a la restauradora Montse Guillén construyen en pro de una agradable emotividad y la sustitución de dramas numinosos como el miedo, la desesperación, la veneración y la oración. Dejemos de temer y vayamos a recolectar; ¡La memoria es nuestra identidad!

### A modo de deducciones

Aunque autores como Hermann Broch<sup>39</sup> y su perspectiva antropológica, hayan conde-nado el *Kitsch* como elemento del mal en el sistema de valores del arte; como la mal-dad que supone esa general falsificación de la vida<sup>40</sup>, o como la maldad y la mentira, con el teólogo moralista Egenter, quien afirma que el *Kitsch* resulta un medio para apartar a las masas de la salvación, que

estas piezas escandalosas despiertan la repulsa moral de los que aún tienen buenas intenciones.

Si el Kitsch miraldiano es un fallo decorativo o una desviación estética<sup>41</sup>, ¡bienvenidas las desviaciones, bienvenidos los fallos! Y si el *hombre-kitsch* es el pecador o el hombre caído<sup>42</sup> pero es el que llega a la gente, el que conmueve a las masas y el que las arroja, ¡bienaventurados los pecadores!

Los elementos dialécticos con reminiscencias *Pop* del terrasense Antoni Miralda se regodean en la sentimentalidad y en la ironía; es “ante todo colectiva y compensa la falta de acciones sociales y operaciones que permitan a una comunidad reconocerse e identificarse”<sup>43</sup>. Sin duda, Miralda recupera el Kitsch como fenómeno dialéctico complejo (fig. 8).

Considerando la consistencia de las estructuras en la obra de Miralda, y no sólo el efecto, más que en el *Kitsch*, habría que situarlo en manifestaciones cercanas al *Camp*<sup>44</sup>, la categoría de un contexto sofisticado<sup>45</sup>. Porque, “tanto el *Kitsch* como lo *camp*, [...] se pueden considerar claramente derivados de la sociedad de consumo en que vivimos”<sup>46</sup>.

38. Cfr. BENJAMIN, W.: *Libro de los pasajes*. Madrid, Akal, 2005.

39. “Autores como K.M. Michel, R. Egenter y, sobre todo, Hermann Broch, bajo la influencia de Nietzsche y Kierkegaard, descuidan la observación analítica de los productos “kitsch” y se centran en la consideración del mismo desde una perspectiva antropológica”. MARCHÁN, S.: *Breves anotaciones sobre el “Kitsch”*. p. 2.

40. Sobre esto Cfr. ECO, U.: *Dossier Miralda: la obra artística de Antoni Miralda*, en *ARDI*. Barcelona, Ed. Formentera, 1988, p. 87; CALINESCU, M.: *Op. cit.* p. 252.

41. Cfr. DESCHNER, K.: *Kitsch, Konvention und Kunst*. Munich, Eine literarische Streitschrift, 1957, p. 24.

42. Giesz cita textualmente a Egenter: “Mientras el Señor no se muestre aún en poderío y grandeza, mientras una nueva tierra y un nuevo cielo (Apoc. 21,1) no hayan sustituido todavía a este Aion, tampoco el kitsch será exterminado. Tanto si uno habla como los ángeles o ataca con furia, como el profeta del Antiguo Testamento, la gloria de yeso del arte “cristiano”, el *kitsch* seguirá existiendo, porque sobre la tierra están en vigor el pecado y las consecuencias del pecado original”. GIESZ, L.: *Op. cit.* pp. 26-27.

43. BURKHARDT, F.: “El arte de saber alcanzar el consenso público”, en *Miralda. Obras 1965-1995*. Barcelona-Valencia, Fundación La Caixa y Centro Ivam, 1995-1996. pp. 14-15. [Cat. Exp.]

44. Sobre el *camp*: “El *camp* es un interés refinado y sofisticado por lo postizo, amanerado, equívoco, afectado y andrógono; por lo frívolo, extravagante, artificial, insincero y teatral”. RUBERT DE VENTÓS, X.: *Teoría de la sensibilidad*. Barcelona, Edicions 62, 1973, p. 132:

45. “Sin embargo, también existe la posibilidad de una salvación del objeto “Kitsch”: cuando, inmerso en un contexto sofisticado, puede devenir “artístico” y adquirir a su vez características de sofisticación y de buen gusto”. DORFLES, G.: *Diccionario del arte moderno*. p. 296.

46. DORFLES, G.: *El Kitsch. Antología del mal gusto*. Barcelona, Lumen, 1973, p. 288.



Fig. 7) FoodCulturaMuseum, expuesta en MNCARS (24/06/2010-17/10/2010).  
Antoni Miralda, 2000-2010

Como observación analítica, vemos que Miralda entre el *Kitsch* o el *Camp*, prosigue en su búsqueda de lo bello y lo sublime<sup>47</sup>, sin pensar en lo “bueno” o en lo “malo”; porque a pesar de la condena metafísica al *Kitsch*, como lo radicalmente maligno (Giesz) en el arte, “ningún arte se salva de una gota de “Kitsch”<sup>48</sup> y nada se salva de lo “curisi”<sup>49</sup>. Porque “más sabe el diablo por viejo que por diablo”, pues ya se hablaba de “Kitsch en el genio”<sup>50</sup>. Y que más curisi que un genio. Porque el “Kitsch es tan viejo como el arte”<sup>51</sup>.

La obra de Miralda se inclina al *Camp*<sup>52</sup>, con medios *Kitsch*<sup>53</sup>; O mejor dicho, ni *Kitsch*, ni *Camp*, simplemente “curisi”. Porque “la cursilería y el kitsch (así como el camp) son indudablemente miembros de una misma familia de significantes culturales relacionados, pero históricamente se han producido y ubicado con bastante concreción. [...] la conciencia del kitsch en España parece haberse limitado en principio a la vanguardia de la intelectualidad de Barcelona a finales de los años sesenta”<sup>54</sup>. Porque ya Ortega y Gasset, en sus “Intimidades” de 1929, hablaba de la cursilería como rasgo predominante en la cultura de España<sup>55</sup>.

El “triumfo de las masas”, verá en lo curisi<sup>56</sup> el reflejo de sí misma. Un reflejo irónico y fugaz, que por más que hayamos considerado inicialmente como

47. “El estudio de lo bello y lo sublime ha sido para la estética del arte siempre un *challenge*”. DEWEY, J.: *El arte como experiencia*. Barcelona, Paidós, 2008, pp. 272-297.

48. BROCH, H.: *Op. cit.* p. 217.

49. Porque nada escapa de lo curisi: “Son así cursis, en nuestro mundo, casi inevitablemente, las “ceremonias” en las que se cumple un ritual con ilusión de originalidad: curisi es casi toda la terminología amorosa, la retórica del púlpito, la poética de aniversario”. RUBERT DE VENTÓS, X.: *Op. cit.* p. 207.

50. KARPFFEN, F.: “*Kitsch. Eine Studie über die Entartung der Kunst*”. Hamburg, Weltbund-Verlag, 1925, p. 27.

51. GIESZ, L.: *Op. cit.* p. 24.

52. Palabras de Susan Sontag: “La esencia del camp es su amor por lo antinatural, por el artificio, por el exceso. [...] muchos ejemplos de camp desde un punto de vista serio son arte malo o Kitsch. Sin embargo, no todos. No siempre lo camp es malo sino que existen obras de arte que pueden ser consideradas camp... y que merecen la admiración más seria”. DORFLES, G.: *Op. cit.* p. 288.

53. “Hacer uso del kitsch no es lo mismo que hacer algo kitsch”. KULKA, T.: *Kitsch and Art*. Pennsylvania, Pennsylvania State University Press, 1996, p. 9.

54. VALIS, N.: *La cultura de la cursilería. Mal gusto, clase y kitsch en la España Moderna*. Madrid, A. Machado libros, 2010, p. 17.

55. “Si se analizase, lupa en mano, el significado de curisi se vería en él concentrada toda la historia española de 1850 a 1900. La cursilería como endemia, sólo puede producirse en un pueblo anormalmente pobre que se ve obligado a vivir en la atmósfera del siglo diecinueve europeo, en plena democracia y capitalismo. La cursilería es una misma cosa con la carencia de una fuerte burguesía, fuerte moral y económicamente. Ahora bien, esa ausencia es el factor decisivo de la historia de España en la última centuria”. *Ibid.* p. 18.

56. Acerca de lo curisi Cfr. GÓMEZ de la SERNA, R.: *Lo curisi y otros ensayos*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1943, pp. 7-54.

“mal gusto”, acaba siendo el camino más natural hacia el buen gusto, y eficiente para la comunicación con la cultura de masas. Miralda, como bien apunta Borja Villedel plasmará “como nadie, la situación en la que la práctica artística se enmarca en la actualidad”<sup>57</sup>.

Por todo lo dicho, es mejor entonces, hablar de cursilería y no encasillar a Miralda en lo *Kitsch* o no *Kitsch*, puesto que corremos el riesgo de calificar su obra como parte de un “sector de objetos, de productos que, aún cuando caen bajo la definición de “obras de arte”, o aún cuando son considerados como tales por un gran número de personas, no pertenecen al sector artístico, más que por mera convención terminológica, y además, la admisión de una posible transferencia de valores en relación a algunas obras y por parte de algunos individuos, por lo cual objetos “de mal gusto”, pueden ser acogidos en el empíreo del “buen gusto”, por un acto de opción y decisión por parte de algunos fruidores y creadores, dotados de una particular capacidad discriminatoria. Mientras que, por otro lado, obras de arte “auténticas”, pueden ser degradadas a nivel *Kitsch* “por un uso equivocado, por una mezcla con otros objetos o contextos de gusto criticable, o incluso por el hecho de haberse reproducido de manera no artística o pseudo-artística”<sup>58</sup>.

Podemos decir que en los “estados de ánimo” que Miralda evoca, en esa emoción, pare-ce radicar la fruición estética del espectador. El exceso de lirismo y redundancia, refuerza el efecto momentáneo de un estímulo sentimental; en completar un instante que se desvanece junto con el “producto” efímero. El dotar de un efecto místico y emotivo a través de los colores, al

más puro estilo de la conciencia Van Gogh con la “fuerza sugestiva”<sup>59</sup>, que hace de las creaciones miraldianas la materialización consciente de la sub-consciencia del espectáculo.

El arte de Miralda es una obra fácilmente “comestible”, que corre el riesgo de convertir-se (como diría Eco) en un “*ersatz*” propuesto “como cebo ideal para un público perezoso que desea participar en los valores de lo bello, y convencerse a sí mismo de que los disfruta, sin verse precisado a perderse en esfuerzos innecesarios”<sup>60</sup>.

Pero la obra de Miralda, de pseudo-artística nada, Miralda es la espontaneidad y la sensibilidad de la cultura contemporánea, la ironía y la ligereza que necesitamos, el comunicador de las masas y el defensor de la identidad que nos hace buenos en la diferencia. Porque la poética miraldiana, desde sus primeras obras objetuales hasta sus rituales y fiestas “comestibles”, es bella; porque no importa el tema ni el estilo, porque como dijo el impresionista Max Liebermann: “Un manojo de espárragos, un ramo de rosas, son un material suficiente para una obra maestra, igual que una muchacha fea o guapa, un Apolo o un enano desfigurado: de todo se puede hacer una obra, teniendo, por supuesto, suficiente fantasía”<sup>61</sup>. Y fantasía, está claro, ¡es lo que le sobra a Miralda!

57. BORJA-VILLED, M.: “Entre anomia y agencia: Las imágenes dialécticas”, en “*Miralda. De gustibus non disputandum*”. Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, La Fábrica ed., 2010, p. 9.

58. FORMIGARI, L.: “La estética del gusto”, en DORFLES, G.: *Nuevos ritos, nuevos mitos*. Barcelona, Lumen, 1969, p. 185.

59. VAN GOGH, V.: “La fuerza sugestiva”, en GONZÁLEZ, A.: CALVO, F.: MARCHÁN, S.: *Escritos de arte de vanguardia 1900-1945*. Madrid, Istmo, 1999, p. 29.

60. ECO, U.: *Dossier Miralda: la obra artística de Antoni Miralda*. p. 87.

61. Además de las palabras de Liebermann, Mukarovsky refiere: “La “belleza” no radica en la realidad reproducida, sino que es una cualidad autónoma de la obra misma”. MUKAROVSKY, J.: *Escritos de Estética y Semiótica del Arte*. Barcelona, Gustavo Gili, 1977, p. 124.