

## **Comunicación + Intercambio + Participación = Miralda**

Valentín Roma: historiador del arte, comisario de exposiciones y profesor de estética en la Escuela Elisava/Pompeu Fabra

La mayor parte de equívocos suscitados alrededor del trabajo de Miralda reflejan también, de forma paradójica, la inexactitud con la cual son interpretadas un buen número de prácticas artísticas que operan desde el difuso territorio de la cultura popular.

Así, uno de esos principales arquetipos, el del mal llamado “Ambient Art” durante la década de los setenta, peor connotado como “folclorismo” a lo largo de los ochenta y definitivamente diluido, en los años noventa, bajo la imprecisa etiqueta de la “estética relacional”, esto es, el trabajo con formas sociales desarticuladas, el estudio de la memoria inmaterial, así como el desplazamiento de las fronteras entre lo público, lo común y lo propio constituye, precisamente, uno de los ejes temáticos más significativos dentro de la trayectoria de Miralda.

Es cierto que en propuestas como los *Ceremoniales* (1969-1975) se advertía la reconsideración del valor estético, simbólico y sensualista del ritual colectivo, o que *Miami Projects* (1981) y *Sabores y Lenguas* ((1997-2007), entre otros, ofrecían a los habitantes de distintas ciudades la posibilidad de interactuar e involucrarse, de manera inmediata, con estas obras, aportando costumbres muy arraigadas en el acervo popular; sin embargo, en los proyectos mencionados, y en otros que analizaremos seguidamente, la comunicación es un aspecto de gran importancia, una especie de estructura o encofrado que permite establecer líneas de trabajo tentaculares, exploraciones hacia temas, relatos e identidades los cuales no resultan fácilmente accesibles.

Cabe señalar, por otra parte, que en las propuestas de Miralda lo comunicativo parece recuperar su esencia etimológica, es decir, se convierte no tanto en un intercambio informativo entre un emisor dueño del discurso y un receptor estático, sino en una verdadera circulación de lo “común”, la cual reclama, por parte de

todos los implicados en cada trabajo –el artista, sus colaboradores, la audiencia, los participantes y las instituciones museográficas o públicas–, una aportación distinta, “un intercambio de experiencias, conocimientos y sensaciones”, en palabras del propio Miralda.

Comunicar sería, entonces, ofrecer y recibir algo en común, crear las condiciones para que los saberes individuales o de una pequeña “comunidad” se propaguen, nos enseñen y sean protegidos de su definitiva desaparición. Comunicar sería, también, explorar los mestizajes e intercambios simbólicos, el diálogo inmemorial entre formas diversas de entender el mundo producido dentro de imaginarios culturales de gran riqueza, como por ejemplo el Mediterráneo (*Flauta i trampolín* (1981), *Collar Mediterraneus* (1991), *Falla Aquàtica* (1992), entre otros). Comunicar sería, finalmente, el objetivo de la mayoría de proyectos pero también su cauce de expresión, su forma de desarrollo. Comunicar sería, finalmente,

No es extraño, por tanto, que una gran cantidad de obras de Miralda sobrepasen el ámbito estricto de la sala de exposiciones y, directamente, se desplieguen en un territorio tan poco normativizado como la calle y no el espacio público, esa categoría ya convertida en un subgénero del arte, sino la misma vía pública, desde las grandes avenidas americanas, como sucede en *Wheat & Steak* (1981), hasta el minúsculo callejón adoquinado, según ocurre en *Dolçura d'en-saïm-ada* (2009), desde los señoriales paseos de Kassel, en *Fest für Leda* (1977), hasta las carreteras secundarias que unen Barcelona con Girona, en *Gambas on Wheels* (2007).

Hablábamos más arriba de la comunicación y sus lugares pero habría que preguntarse, también, por el lenguaje, mediante qué códigos lingüísticos se realizan estos proyectos. En ese sentido, podríamos señalar tres lenguas posibles a través de las cuales “hablan” los trabajos de Miralda.

Una sería la ceremonia ritual, una invitación abierta al intercambio simbólico, articulada a partir de coordenadas temáticas (la comida, los colores, los mitos o las costumbres, entre otros). Dentro de este apartado, encontraríamos propuestas como *Rituel en Quatre couleurs* (1971), con Dorothee Selz y Jaume Xifra, donde cuatro personajes vestidos de blanco ofrecían a los asistentes

distintos alimentos coloreados, vinos y máscaras también blancas quedando disperso, a medida que se desarrollaba el banquete, un collage cromático sobre las mesas y por todo el espacio; o *Situació Color* (1976), una procesión ritual, realizada con Jaume Xifra, que sirvió como inauguración de la casa de Josep Suñol, en el que las diferentes plantas de la vivienda fueron identificadas con un color y, en cada una de ellas, se realizó una acción que simbolizaba sus respectivas funciones.

Otra de estas lenguas a las que nos referimos podría ser el desfile, la procesión ambulante que recorre la ciudad interrumpiendo su dinámica cotidiana, apelando a la participación de los espectadores o a su simple curiosidad, integrando a éstos en la propia celebración y convirtiéndoles en los verdaderos protagonistas. Se trata de proyectos muy complejos desde el punto de vista de la producción, que implican a agentes diversos y que incitan a reflexionar acerca de la memoria del espacio urbano, sus usos y sus orígenes, así como sobre la capacidad de transformación que el arte posee más allá de los recintos museográficos cerrados.

En esta dirección hallamos intervenciones tan emblemáticas como *Movable Feast* (1974), presentada como apertura del I Ninth Avenue International Festival. La acción consistió en la cabalgata de una carroza-banquete de tres pisos tirada por dos caballos y decorada con alimentos donados por los vecinos y los comerciantes del modesto barrio del West Side, quienes organizaron el evento ante la amenaza de un proyecto municipal de reurbanización. También significativo fue el ya citado *Wheat & Steak* (1981), que dio lugar a tres intervenciones diferentes: un desfile monumental por el downtown de Kansas City, con haces de trigo de dos metros que simbolizaban el fin de la cosecha, cosechadoras móviles simulando espantapájaros, una carroza en forma de corona tirada por tractores, bandas de *majorettes* con cuberterías gigantes y con veinte chuletas de cerdo y chuletones de porexpan, así como la carroza de fibra de vidrio *Tri-Uni-Corn*, formada por un buey, un cerdo y un cordero dispuestos en orden piramidal, todo ello presidido por la reina de la American Royal Fair; una exposición en la Nelson Atkins Gallery Art, con las carrozas utilizadas, bocetos de todo el proyecto, vídeos

documentales acerca del desfile y una instalación aromática hecha con granos de maíz, y, por último, una ceremonia interactiva en la Bolsa de Cereales de Kansas City, uno de los mercados de cereales más grandes del mundo, que abrió sus puertas por primera vez al público con este trabajo.

Finalmente, como tercer lenguaje posible a través del cual se “comunican” los proyectos de Miralda con sus espectadores, encontramos el banquete, que además de explorar las conexiones culturales y culinarias a través de la comida, también construye espacios de socialización, lugares donde las categorías de identidad, consumición e intercambio viven desplazamientos inesperados.

Entre los primeros conviene destacar *Food Situation for a Patriotic Banquet* (1972-73), instalación con tres “espacios-tiempo” cuyo elemento principal era una gran mesa con ocho bandejas de arroz que reproducían las banderas de las potencias más poderosas en aquel momento, las cuales iban descomponiéndose durante el transcurso de la exposición donde fueron mostradas; *Thanksgiving. The Animals’ Banquet* (1981), que invitó a conocer los hábitos alimenticios de distintas especies del Bronx Zoo de Nueva York, y *Santa Comida* (1984-1989), conjunto de altares que mostraban alimentos vinculados con las ofrendas a las siete divinidades más conocidas de los Orishas.

Por otra parte, entre los segundos, son importantes proyectos como *El Internacional* (1984-1986), realizado con la restauradora Montse Guillén, y que consistió en la remodelación del famoso restaurante neoyorquino Teddy’s, de los años cincuenta, donde se llevaban a cabo intervenciones artísticas, celebraciones de muy distinta naturaleza e, incluso, donde se editó un periódico propio; y *Bigfish Mayaimi* (1996-97), verdadero lugar de encuentro situado en una zona industrial de la orilla sur del río Miami, donde podían degustarse especialidades culinarias desarrolladas por Montse Guillén y, al mismo tiempo, participar en las intervenciones creativas de Miralda.

Finalmente, dentro de esta especie de *promenade* por el trabajo de Miralda y por los aspectos comunicativos que éste explora, resulta ineludible referirse a dos proyectos –*Honeymoon*

*Project* (1986-1992) y *FoodCulturaMuseum* (1996-...)- que, debido a su dimensión y complejidad, condensan y amplifican una parte importante de las cuestiones que hemos ido desgranando hasta el momento.

*Honeymoon Project* fue concebido y realizado durante un período que duró seis años, como una serie de acciones ceremoniales alrededor de la boda imaginaria entre dos monumentos –Colón y Liberty– que se contemplan a un lado y otro del Atlántico, los dos ubicados en el mismo paralelo, con la misma edad, cien años, y que personifican, además, el intercambio de productos, ideas y tradiciones que han ligado el Viejo y el Nuevo Mundo desde 1492.

La unión simbólica de ambos marcó el inicio de un conjunto de “celebraciones” que provenían del acontecimiento y la *performance*, las cuales implicaban a los participantes en rituales interactivos basados en temas como el casamiento y los regalos.

Con este proyecto se pretendía desmitificar y liberar a los dos monumentos de su saturado simbolismo, abriendo un diálogo entre éstos y los humanos, ampliando, así, sus respectivas “familias”.

El valor simbólico de Colón y de Liberty, así como las peliagudas circunstancias de la propia efeméride del Quinto Centenario del Descubrimiento de América, en 1992, actuaron como un telón de fondo que aportaba gran densidad a la propuesta pero que, al mismo tiempo, generó no pocas controversias, las cuales dejaban entrever la existencia de intereses cruzados y de razones tácticas, económicas y, por supuesto, políticas.

Por el contrario, *FoodCulturaMuseum* se concibió como una estructura de presentación del concepto “Food Culture” desarrollado por Miralda. Estrictamente no se trata de un museo, sino de un conjunto de mecanismos a partir de los que violentar los arquetipos museográficos –opacos, impenetrables y jerárquicos–, creando otras formas de patrimonialización, clasificación y participación acordes con la propia naturaleza de los materiales compilados desde hace casi cuarenta años, los cuales configuran un vasto archivo acerca de cómo se desarrollan las culturas culinarias en todo el mundo.

A pesar de tener la comida, la nutrición o el hecho alimentario como ejes, el concepto “Food Culture” explora, en realidad, cuestiones de un calado más amplio, que tienen a ver con los modos a partir de los cuales se manifiestan las identidades humanas, sus rituales universales, su relación con la memoria autóctona, sus procesos de mestizaje, sus estrategias de preservación y cohesión, sus vehículos para transmitir o subvertir las tradiciones o sus prácticas sociales contemporáneas.

Se trata, por tanto, de una investigación abierta a cualquier nuevo cambio de paradigma, atenta a cualquier nuevo foco de interés. En este sentido, la comida es, tal vez, el primer y más esencial elemento de cohesión comunitaria, pues refleja los condicionamientos sociales, económicos e ideológicos colectivos pero, al mismo tiempo, los resignifica, situándolos en un escenario desprovisto de inflaciones políticas o de engordamientos mediáticos.

Lógicamente, esta exploración acumulativa y en permanente estado de cambio no podía desarrollarse dentro del perímetro estricto de un museo tradicional, sino en la ausencia de cualquier coordenada física, expandido por los más diversos lugares, mimetizado con las distintas culturas, presentado en los formatos más diferentes, como plantean *Sabores y Lenguas* (1997-2007) y *Power Food* (2010), entre otros.

Un mercado y un estómago, un archivo y una boca, un centro de intercambio y un cerebro, un laboratorio y una lengua; todos estos conceptos son útiles para definir el FoodCulturaMuseum, un espacio sin muros dedicado a la comunicación, la investigación y la historia global de la comida, las costumbres, las experiencias culturales y el arte.