

*Santiago Burutxaga*

## **Guggenheim: 25 años de un museo espectacular**

*Galde, 39, invierno 2023.*

La impactante pinacoteca bilbaína celebra su primer cuarto de siglo con una gran exposición de su colección propia (Secciones/Intersecciones) que ocupa todas sus salas. Son más cien obras de entre las 145 adquiridas desde su inauguración a artistas contemporáneos. Abarcan desde la mitad del siglo XX a nuestros días y complementan los extensos fondos de la casa matriz de Nueva York. Con motivo de la conmemoración en determinadas fechas la entrada será gratuita para la población vasca.

UNA HISTORIA DE ÉXITO MITIFICADA. El balance cuantitativo del museo en estos años muestra una fortaleza difícilmente cuestionable, superando incluso las previsiones optimistas que justificaron su construcción: una media cercana al millón de visitantes anuales, muy superada algunos años, el 61%, extranjeros, autofinanciación superior al 60%, de las más elevadas en una institución cultural europea, 111 empresas e instituciones implicadas en su sostenimiento más una importante aportación a la economía local.

Existe ya un relato canónico sobre el origen del museo y su papel en la revitalización de la ciudad, citado e imitado en otros muchos lugares del mundo y objeto de estudios académicos. Es el llamado Efecto Guggenheim. Según esta narrativa, a finales de los años 80, Bilbao estaba sumido en una grave crisis económica y social. Quebrada la industria naval y siderometalúrgica, la tasa de paro se acercaba al 25%. El fuerte descontento social, la drogadicción y la violencia de ETA sembrando de muerte el país, imponían un profundo desánimo. En otro mundo, la Fundación Guggenheim de Nueva York buscaba explotar sus fondos y para ello concebía la idea de un nuevo modelo museístico deslocalizado. Tras intentarlo en otros lugares, firma un primer acuerdo en 1991 con el Gobierno Vasco y en 1993 se inicia la construcción del museo. Comienza el milagro Guggenheim. Le serán atribuidas automáticamente todas las evidentes mejoras y el cambio de percepción sobre la ciudad producido desde entonces.

Sin embargo, la realidad es más compleja. Ningún museo, por icónico que sea, revitaliza por sí mismo una ciudad. La regeneración de Bilbao incluía en su momento unas setenta actuaciones, entre las que un centro cultural era solo una pieza más. El éxito necesitaba de un gran consenso político, y este se logró con el Pacto de Ajuria Enea de 1988. Este acuerdo y la financiación europea, estatal, autonómica y local, hicieron posible la creación de la sociedad de capital público Bilbao Ría 2000, que fue el cemento que aportó coherencia a la estrategia urbanística. Infraestructuras como el metro, el superpuerto, el aeropuerto o la regeneración de la ría, por un lado, y por otro, la apuesta por la formación de capital humano, los servicios y la búsqueda de industrias de mayor valor añadido, transformaron una ciudad que hoy sigue compitiendo internacionalmente para encontrar su lugar en la nueva economía posindustrial.

El Efecto Guggenheim nació, por tanto, de una atípica confluencia de factores. El acuerdo con la fundación neoyorquina fue fruto de la necesidad, tan arriesgado y desequilibrado que podía haber acabado mal. Básicamente consistía en que las instituciones vascas pagaban un canon por usar la marca, edificaban el museo con un arquitecto de gran prestigio y corrían con todos los gastos. La matriz de Nueva York se reservaba en exclusiva la gestión del

programa artístico. Como se dijo en su momento: «en Bilbao solo se cuelgan los cuadros». Por primera vez en el mundo un museo cobraba por abrir una sucursal.

Surgió entre el escepticismo de una ciudadanía que desconocía el poder del turismo cultural de masas y la abierta oposición etarra y de su entorno, que lo calificó de «museo antivasco» (el ertzaina Txema Agirre fue asesinado mientras lo custodiaba y se frustró otro atentado con una docena de granadas). Oteiza lo tildó de «negocio repugnante» y reclamó la expulsión del consejero Arregi.

UN BALANCE DE LUCES Y ALGUNAS SOMBRAS. El público va al Louvre a contemplar la Gioconda o al Prado a ver Goya o Velázquez. Al Guggenheim se va a ver el edificio de Gehry, reconocido ya como un hito de la arquitectura del siglo XX. Complementariamente, se mira lo que se expone en su interior. El museo tradicional basa su actividad en una colección propia que conserva, estudia y expone. En este caso, el icono es la pieza principal y los fondos son como una baraja de cartas que los comisarios de exposiciones combinan según convenga al discurso artístico. El resultado ha de ser siempre sorprendente, atractivo y adaptado a lógicas de mercado. De hecho, algunas de sus más celebradas exposiciones ni siquiera han sido artísticas sino de motocicletas o automóviles. Dijo Bauman que «la cultura de la modernidad líquida ya no tiene ningún pueblo al que pueda cultivar, sino clientes que seducir».

El museo ha cumplido su misión de traer visitantes que consumen en el comercio y la hostelería local. También potencia una imagen de ciudad creativa y moderna en la que invertir. Esta supeditación de la cultura a la rentabilidad económica y a la generación de riqueza estuvo presente en la operación Guggenheim desde el principio. No en vano la negociación la llevaron a cabo los departamentos de Hacienda y el único director-gerente que ha tenido la institución es un economista sin vinculación con el mundo del arte.

La cuestión es si no se debe exigir un mayor protagonismo de la cultura local que equilibre la cuantiosa inyección continuada de dinero público a la fundación matriz. De las 140 exposiciones presentadas en 25 años, solo cinco han sido de artistas vascos. Algunos otros han participado en muestras colectivas. Tan solo un 15% de las visitas son de población vasca, incluyendo el público cautivo estudiantil. Se ve que la identificación emocional con el museo no implica el hecho de visitarlo.

Guggenheim nació como un extraño buque de titanio varado a orillas de la ría, ajeno a la trama artística del país, y tras estos 25 años permanece inaccesible. La escena artística bilbaína (creadores, galerías...) sigue siendo anémica y el incremento de profesionales en diseño, audiovisuales o videojuegos, se debe mucho más a la demanda de una sociedad de servicios que a la existencia del museo. Tampoco es desdeñable el fenómeno de gentrificación de su zona de influencia con la proliferación de pisos turísticos y los altísimos alquileres de locales comerciales, ocupados por marcas internacionales que en épocas de crisis los abandonan. El milagro Bilbao no da para tanto.

EXPANSIÓN A URDAIBAI. Quizá la euforia del aniversario ha llevado a la Diputación de Bizkaia a resucitar su fracasado intento de ampliar el museo a la comarca de Urdaibai, proyecto que chocó frontalmente con el gobierno de Patxi López. Se ubicaría ahora parte en Gernika y parte en los astilleros en desuso de Murueta. Una franquicia de la franquicia por partida doble. El argumento vuelve a ser el valor de la cultura como motor económico, en este caso revestido de discurso verde y sostenible, conveniente para una Reserva de la

Biosfera de la Unesco. Serán 120 millones a pagar entre la Diputación, los fondos europeos vía Gobierno Central y el Gobierno Vasco. Este último, de momento, no compromete partida alguna hasta ver más claro el proyecto. Urdaibai lleva años sometido a esta tensión entre el compromiso protector del ejecutivo vasco y la Diputación, más proclive a los intereses urbanísticos de propietarios de terrenos y ayuntamientos políticamente afines.

Se entienden los recelos. No parece una buena idea la presencia de 140.000 visitantes cada año en las marismas de un pequeño río; un ecosistema frágil protegido internacionalmente. Menos aun cuando se especula con que solo funcione en temporada veraniega. Quizá tan solo se trate de un globo sonda de un proyecto artístico que todavía dará muchas vueltas y podría acabar siendo algo distinto de un museo.