

El Museo Guggenheim Bilbao y las políticas culturales. La marca del cambio de paradigma.

Cuando el Museo Guggenheim Bilbao abrió sus puertas en 1997 ni los más optimistas podían prever el cambio que su influencia traería a la ciudad. Aunque el objetivo de las diferentes instituciones que fomentaron el proyecto era de carácter más urbanístico y económico que artístico, con la clara intención de activar la economía de servicios en una ciudad duramente azotada por la crisis de la industria, no podían imaginar que el éxito en ese aspecto fuera a ser tan radical y tan rápido. Así, la ciudad de Bilbao y su relación con el museo se bautizó como *Efecto Guggenheim* y pasó a ser un caso de estudio analizado desde diferentes vertientes por académicos y académicas de todo el mundo.[\[1\]](#)

Entre estas vertientes, y a pesar de que todo esto ocurre a raíz y en torno a un museo de arte contemporáneo, una de las que menos atención recibió fue la del arte y la cultura. Existen múltiples estudios que analizan el modo en que creció la economía en Bilbao, o cómo se intentó replicar este efecto en muchas otras ciudades[\[2\]](#); entre todos ellos, cuesta encontrar alguno que analice en profundidad el tipo de exposiciones que se realizan en la institución, o cómo han podido influir en la vida cultural de la ciudad o en sus políticas culturales[\[3\]](#).

Esto llama la atención precisamente porque el Museo Guggenheim Bilbao ha marcado en gran manera las políticas culturales de la Comunidad Autónoma Vasca (CAV) desde su creación. El concepto de cultura y su forma de relacionarse con la sociedad ha cambiado radicalmente en los últimos 25 años, y de la misma

manera que el *Efecto Guggenheim* ha sido un indicador de los cambios urbanísticos y económicos del cambio de siglo, las políticas culturales que se han construido en torno a él también han ido marcando cambios culturales globales que iban aterrizando, y a menudo golpeando, el entorno cultural de la región.

Por ello, en este artículo intentaré analizar de qué manera ha influido el Guggenheim Bilbao en las políticas culturales del País Vasco desde su creación hasta el inicio de la pandemia, en 2020, puesto que esta ha supuesto un giro aún difícil de calibrar tanto en la práctica de los museos y su relación con el espacio virtual y con el público presencial, como en las políticas culturales del futuro. Para ello, analizaré diferentes fases de cambio comenzando desde 1991, cuando se comenzó a plantear el proyecto de museo. Las dos primeras fases coinciden de manera amplia con las propuestas por Ramón Zallo en su estudio para el Observatorio Vasco de la Cultura del Gobierno Vasco realizado en 2015, unas fases que enumera sin llegar a profundizar en ellas (Zallo, 2016), por lo que en el análisis aquí propuesto se ofrece un mayor análisis tanto de algunos elementos nombrados por Zallo como de otros nuevos que considero dignos de atención.

Debo señalar que no intento defender que estas tendencias hayan nacido en la CAV; se trata de tendencias globales, profundamente influidas por factores como el auge del neocapitalismo y el desarrollo del turismo global, que han sido analizadas desde perspectivas más amplias (por ejemplo, por Yúdice, 2002). Sin embargo, sí que han tenido influencias locales específicas, que en algunos casos han llegado a exportarse, conjuntamente a dicho *Efecto Guggenheim*. El gigante de titanio y las decisiones que se han tomado a su alrededor respecto a lo que debe ser la cultura nos ofrecen una oportunidad única para seguir los pasos de este cambio en un espacio y tiempo concretos, identificarlos y analizar sus efectos.

Por lo tanto, lo que se intenta presentar aquí es la forma en que la globalización de la cultura, marcada por la apertura del Museo Guggenheim Bilbao en esta ciudad, ha influido paulatinamente en las políticas culturales de la región hasta transformarlas totalmente, y cómo esta transformación posiblemente haya sido menos beneficiosa que la urbanística y económica. Al mismo tiempo, quiero proponer que este cambio no ha sido anecdótico ni puntual, sino que ha marcado un cambio de paradigma que conlleva la transformación del modo en que entendemos la cultura, su relación con la sociedad y las políticas que las instituciones deben desarrollar para su fomento.

¿Qué tiene que ver el Guggenheim con el arte y la cultura?

La literatura sobre los cambios económicos, urbanísticos y sociales que creó el Museo Guggenheim Bilbao es muy variada. No hizo falta inaugurar el museo para empezar a escribir: ya en septiembre de 1997, Herbert Muschamp, escribiendo en la revista del *New York Times*, consideraba un milagro el número de amantes de la arquitectura que viajaban a Bilbao en « peregrinación », y anunció que pronto serían más (Muschamp, 1997). No acertó, pero no por ser demasiado optimista: sus previsiones se quedaron cortas, puesto que ni los políticos más implicados en el proyecto habían llegado a soñar con un millón de visitantes anuales.



Imagen 1: El museo Guggenheim en 1998, con Abandoibarra en construcción. Fotografía de Mikel Arrazola. Irekia / Gobierno Vasco.

La influencia del museo en la ciudad era y es indiscutible: el éxito inesperado definió por completo el urbanismo de los años siguientes y tuvo claras influencias en varias de las decisiones económicas que se adoptaron (Imagen 1). Poco a poco se fue construyendo un tipo de imagen urbana global que alteró de manera profunda la anterior identidad industrial de Bilbao, una ciudad con fama de gris, fea y sucia, hasta el punto que al cabo de una década la estrategia y sus huellas estaban claramente asentadas. El periodista Iñaki Esteban, así como varios académicos internacionales, no dudaron en calificarlo de *Efecto Guggenheim* (Esteban, 2007). La expresión se utiliza ahora a nivel internacional para definir el resurgimiento económico a través de las instituciones culturales de una ciudad golpeada por la crisis.

Aunque fue Esteban quien escribió la obra divulgativa y ensayística que se tituló como el famoso efecto, no fue el primero en tratarlo: eran varios los que habían contemplado el

fenómeno antes que Esteban. Dos años antes, por ejemplo, Joseba Zulaika y Anna María Guasch habían organizado unas jornadas internacionales en la Universidad de Reno, a la que artistas, investigadores y políticos fueron invitados para lanzar una mirada crítica (o acrítica) a lo que ocurría en Bilbao. En 2007, junto a la obra de Esteban, llegó el resultado escrito de esta reflexión en el libro *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao* (Guasch & Zulaika, 2007). Por lo tanto, el décimo aniversario del museo sirvió para mostrar la confirmación de su influencia y su indudable reconocimiento social.

Si analizamos estos libros, así como las noticias y artículos sobre el impacto del cambio producido en Bilbao, nos llamará la atención lo poco que se habla de cultura a pesar de partir de una institución cultural. Encontramos estudios sobre economía, gentrificación, industria, hostelería, análisis sobre la imagen de los vascos o lecturas políticas, pero los cambios que ha supuesto la construcción del museo en el ámbito cultural apenas se abordan. La cultura, dicen con frecuencia estos textos, se convierte en una excusa para el desarrollo económico, en una vana herramienta para cultivar la imagen de la ciudad moderna.

Por ejemplo, Iñaki Esteban utiliza la palabra « ornamento » para definir la función del Guggenheim en Bilbao (Esteban, 2007); Jon Azua, vicelehendakari en el momento en que se cerró el acuerdo del Guggenheim, habla sobre todo en términos económicos, calificando a la cultura como un motor para el desarrollo de la economía (Azua, 2007: 89); El director del Museo de Bellas Artes, Javier Viar, hace referencia a las influencias que el Guggenheim ha tenido en los modelos de gestión de su museo, así como a los "diversos servicios de alta calidad" que debe ofrecer la ciudad (Viar, 2007: 110), y el propio Zulaika se refiere a las tácticas que utiliza el director general del Guggenheim, Thomas Krens, para atraer al público de cualquier manera (Zulaika, 2007: 153-178). Él es,

por cierto, el único escritor que alude al escaso papel que han desempeñado en ese proyecto las y los artistas, autores y creadores locales, aunque presta menos atención a este punto que a todos los anteriores (Zulaika, 2007: 166).

Por tanto, ¿cómo ha influido el Guggenheim y los valores que se desarrollaron con él en las políticas culturales de la Comunidad? Para analizarlo, tendremos que dividir los últimos 30 años en distintas fases, para poder observar la transformación a través de cambios que se produjeron lentamente.

Primera fase (1991-2001): el arte como inversión

La política cultural se decantaba a partir de 1992, fecha en que se pone en marcha el proyecto del Museo Guggenheim Bilbao, hacia las grandes obras y una cierta tecnocratización basada en subvenciones fijas sin una estrategia clara. La cultura empieza así a despegarse de su base social. (Zallo, 2016: 36).

Ramón Zallo, en su informe de 2015 sobre el estado de la cultura publicado por el Gobierno Vasco, sitúa en 1992 un claro cambio de tendencia, en el que algunos políticos se encaminan hacia una nueva visión de la cultura. Zallo señala brevemente pero con acierto, que en la base de este cambio no se encontrará una reflexión profunda y un plan estratégico hacia la actividad cultural, sino un deseo general sin rumbo claro: reactivar la economía a través de la cultura. Qué tipo de cultura, qué contenido, qué elaboración de imagen e identidad se buscará queda en un segundo plano, por debajo de la búsqueda de la reactivación económica.

Debemos tener en cuenta que la práctica artística en el País Vasco de las décadas anteriores había estado muy relacionada con los movimientos populares y en muchos casos fuertemente vinculada a la identidad y la cultura vascas, en gran medida

como respuesta a la terrible represión sufrida durante el régimen franquista. El arte vasco, sobre todo la escultura abstracta, se relacionaba fuertemente desde los años 50, aunque principalmente desde finales de los 60, con las luchas por la defensa de las prácticas culturales populares y el idioma, y durante los primeros años 80 esta tendencia siguió, adecuándose a los nuevos tiempos y ampliando los lenguajes que se sumaban a este tipo de colaboraciones [4]. Sin embargo, los años 90 llegarán marcados por la globalización, que en Bilbao se verá fuertemente representada por el Guggenheim y que influirá en la forma que tendrán las instituciones de ver las prácticas culturales tradicionales vascas.

Así, los primeros pasos de este cambio tuvieron efectos contrapuestos. Por un lado, como mencionó Zallo y subrayó Arantza Mariscal en las jornadas *Eta kultura autodeterminatuko balitz* celebradas en 2016 en Baiona, la cultura comenzó a alejarse de la base social recurriendo a visiones cada vez más institucionalizadas y de mayor envergadura. Se echa en falta un estudio económico que analice de qué prácticas culturales se desviaron fondos hacia la construcción de la gran infraestructura y cuál fue su impacto en la actividad cultural. Conocemos el caso del efecto que tuvo sobre el bertsolarismo, un tipo de improvisación cantada en verso muy popular en el mundo vasco. Mariscal, que por aquel entonces era coordinadora de la Asociación de Bertsolaris, señaló en estas jornadas que dicha asociación estuvo a punto de desaparecer entre los años 1995 y 1996, cuando se les retiraron todas las subvenciones con las que contaban hasta ese momento y se suspendió el programa que producían en la televisión vasca desde 1988.

En las artes visuales, en cambio, esta época tuvo aspectos positivos, al menos en cuanto al fomento de espacios para el arte, como han analizado Plaza, Tironi y Haarich (2009). En un primer momento, la inversión en arte no se contemplaba simplemente como una atracción turística: se esperaba que los

artistas se trasladaran también a Bilbao, se crearan nuevas galerías y se desarrollara un ambiente creativo importante, y para dar respuesta a este movimiento eran necesarias infraestructuras y ayudas. El centro de arte Arteleku de San Sebastián, que desde los años 80 existía como espacio de producción, vivió en la década de los 90 unos años espléndidos organizando seminarios, talleres y jornadas, ofreciendo un marco de trabajo y formación a una generación de artistas muy prolífica. De hecho, se intentó replicar un centro similar en Bilbao, pensando en la atracción de este perfil artístico, y así se fundó el centro de producción y residencia BilboArte en 1996-1997, coincidiendo con la apertura del Guggenheim, para ofrecer un espacio de trabajo a los jóvenes artistas que se esperaban en la ciudad. También es destacable la creación de la Sala Rekalde en 1991, fecha que he tomado como inicio de esta fase adelantándome a la cronología propuesta por Zallo, puesto que esta sala supuso un antecedente del Guggenheim; en ella se expusieron durante estos primeros años importantes artistas contemporáneos, en gran medida en línea con la colección de la Fundación Guggenheim en Nueva York, con la clara intención de crear hábito y afición por el arte contemporáneo en una ciudad que no se caracterizaba por este amor al arte. Se desarrollaron aquí grandes exposiciones de arte internacional del siglo XX, y en 1995 se añadió una segunda sala donde muchas exposiciones se dedicaron al arte vasco.

Esta época no vio solo el nacimiento de diferentes instituciones artísticas; también se desarrollaron muchas propuestas independientes de artes visuales, a menudo mediante subvenciones de las propias instituciones públicas. Ejemplo de ello es la productora de arte Consonni creada en 1997 de la mano de Franck Larcade, uno de los pocos artistas foráneos atraídos por el nuevo ambiente creativo que Bilbao iba a ofrecer. Otro ejemplo es el Espacio Abisal, un espacio expositivo y creativo gestionado por un colectivo de artistas en la zona de San Francisco de Bilbao en 1996, formado por

jóvenes creadores y experimentales de diferentes perfiles artísticos cuyas necesidades no iban a tener cabida en el Guggenheim.

Por lo tanto, se puede decir que, a pesar de dedicar grandes cantidades de dinero en esta época a la construcción de nuevas infraestructuras gigantes, también se fomentó un espacio artístico alternativo y menos vistoso, organizado en espacios de producción cerrados y a través de asociaciones autogestionadas. Las artes visuales resultaron beneficiadas frente a otras prácticas culturales menos susceptibles de ser globalizadas, como el citado bertsolarismo. No obstante, las prácticas más experimentales crecían a la sombra de las grandes infraestructuras. Mientras los políticos prestaban atención a las construcciones y a la imagen global general de la ciudad, los profesionales del ámbito desarrollaban contenidos gracias a las fortalecidas ayudas, sin que las políticas culturales les prestaran mayor atención; podríamos hablar de un *laissez faire*. De hecho, la década de los noventa fue rica en producciones y propuestas en el ecosistema de las artes visuales, mientras que los proyectos culturales más sociales y populares, así como de otras disciplinas, echaban en falta apoyos y se veían relegadas a un segundo plano. Aunque centros como Arteleku en Donostia, poco visibles y más centrados en las necesidades contextuales, siguieran siendo lugares de referencia para la producción y el pensamiento artístico, la inversión visible se centró en Bilbao, que se convirtió en el centro de esta burbuja.

Segunda fase (2001-2011): la expansión del megamuseo.

La situación cultural que se estaba desarrollando centrada en Bilbao se transformó por completo nada más comenzar la expansión y globalización del llamado *Efecto Guggenheim*. Hemos señalado que el cambio provocado por el museo fue más drástico de lo esperado y, a partir de 1997, el turismo se multiplicó

en una ciudad cuya vocación turística era antes inexistente. El Guggenheim pasó a recibir de manera regular un millón de visitantes anuales, la mayor parte de ellos turistas que viajaban a la ciudad solo para visitar el museo. Así, vino la ampliación de la oferta hostelera, la gentrificación, el estallido de proyectos constructivos y el planteamiento de megaproyectos urbanísticos. Bilbao llamó la atención de otras ciudades sumidas en crisis industriales y el *Efecto Guggenheim* comenzó a intentar ser imitado por doquier.

Los grandes museos nacionales dieron el primer paso encargando nuevos edificios o ampliaciones de los antiguos a reconocidos arquitectos: la Tate Modern abrió sus puertas en Londres en el año 2000 y el Museo Centro de Arte Reina Sofía de Madrid estrenó su ampliación en 2001. Después, ciudades más pequeñas intentaron poner en marcha sus propias maravillas; son muchos los ejemplos, desde el MUSAC de León, de 2005, hasta la Conservera de Ceutí, Murcia, de 2009, pasando por el CAC Málaga de 2003, por nombrar tres de ellos.

Sin embargo, no hizo falta alejarse de Bilbao para ver la onda expansiva de este efecto: también dejó una clara huella en la CAV. A pesar de lo reducido del territorio, se proyectaron en poco tiempo gran número de infraestructuras culturales, siempre ligadas a grandes y costosos proyectos constructivos, y muchas veces sin una visión sostenible clara a largo plazo. Así se pusieron en marcha el museo Artium (en 2001 las primeras planificaciones para su apertura en 2002), los primeros pasos de Tabakalera en 2004 (imagen 2) y los del centro de producción Krea, que no llegó a inaugurarse, en 2006. Los primeros años de esta fase que delimitamos aquí, de 2001 a 2007, se asocian fundamentalmente a la planificación de nuevos centros, una tendencia que se enmarca dentro del panorama de inversión en arte que especifican Plaza, Tironi y Haarich (2009). Junto con esto, a partir de 2001 se van consolidando una serie de elementos que venían definiéndose de la fase anterior que van a tener una incidencia básica en las

políticas de los años siguientes.



Imagen 2: Centro Internacional de Cultura Contemporánea Tabakalera, Donostia-San Sebastián. Wikimedia commons.

El primero de estos elementos será la importancia del número de visitantes. Hasta la creación del Guggenheim Bilbao los museos de la CAV no medían de manera sistemática el número de visitantes; esto cambió de manera radical con la creación del museo de titanio puesto que, pese a ser la entrada más cara de la CAV, se ha mantenido en una marca superior al millón de visitantes a lo largo de los años hasta el 2020. La enorme afluencia de público consolidó la tendencia que señalaba Yúdice en esa misma década: la de considerar la cultura como un recurso para la consecución de otros fines, generalmente económicos (Yúdice, 2002: 23). Así, la década de los 2000 conllevó para el resto de museos de la CAV la obligación de contar y ampliar su número de visitantes. Javier Viar, en las jornadas celebradas en Reno en 2004, destacaba que en el Museo de Bellas Artes sufrieron la presión de las instituciones en este sentido, porque el vecino museo atraía a tanta gente que se exigió del Bellas Artes logros similares. Así, se dieron los primeros pasos para vincular calidad y cantidad, un

elemento que desde entonces ha marcado en gran manera las políticas culturales de la región. Se asumió y se transmitió, en parte también gracias al discurso triunfalista reflejado en la prensa, que la gran afluencia de visitantes certificaba la calidad del museo. Esto ocurría mientras se seguía sin analizar el programa expositivo del mismo, e incluso se hacía oídos sordos al sistema artístico local que criticaba la falta de líneas conceptuales de la programación y el recurso a hits comerciales, como la exposición *El arte de la motocicleta* que se celebró en el 2000.

La calidad no solo se unirá con la cantidad de público, sino directamente con la economía, relacionándola de manera directa al beneficio económico que la cultura pueda generar en el entorno. Subir la tasa de visitantes supone ganar más en entradas, así como un mayor gasto en restaurantes, hoteles y tiendas. El impacto económico del Guggenheim empezó a medirse matemáticamente, y la idea de calidad se unió al lucro tanto en el imaginario del gran público como en el de los políticos. Esto conllevó a una mercantilización de la cultura: la inversión pública comenzó a comprenderse realmente como una inversión en el sentido más literal de la palabra, es decir, la dedicación de dinero a un proyecto que reportará beneficios económicos. Esta visión empezó a influir en la forma en que se comprendían las ayudas a las instituciones, puesto que la exigencia de retorno financiero palpable se incrementó de manera evidente.

Una tendencia sutil pero importante que ocurrió en esta fase nos ofrece una visión clara de esta mercantilización que lleva a la privatización de la cultura: se trata del cambio en el sistema de gestión que sufrirán los grandes museos. De hecho, el Museo Guggenheim Bilbao, en lugar de ser una institución pública, nació como una fundación privada que recibe dinero público. Aunque varios patronos son representantes de instituciones públicas, la fundación en sí no lo es y tiene un estatus legal especial. Esto, por ejemplo, le dota de una

mayor libertad a la hora de componer la colección, de programar o de ofrecer contratos, a pesar de que muchos de estos se financien con dinero público. Pues bien, siguiendo el modelo del Guggenheim, el Museo de Bellas Artes de Bilbao pasó en el año 2000 de ser público a conformarse como fundación[5], y el museo Artium de Vitoria se constituyó directamente como fundación en su creación por las mismas fechas, concretamente en 2001[6]. Queda pendiente un mayor análisis de cómo ha influido en estas instituciones el hecho de conformarse como fundaciones; por el momento, retengamos la idea de que el Guggenheim Bilbao propició un claro giro en la gestión de los museos de la Comunidad Autónoma Vasca.

Estos no eran los únicos cambios que se daban en la forma de comprender la cultura como espacio de inversión. He señalado antes que en los primeros años de apertura del Guggenheim se confiaba en que Bilbao se transformara en un pequeño Nueva York, un centro en el que se asentaban galerías comerciales y al que se mudaban artistas, tanto jóvenes como de reconocido prestigio (Plaza, Tironi y Haarich, 2009). Sin embargo, estos autores ya apuntaban en 2009 que se apreciaba una falta de empuje en el sector, y veían difícil que el mercado del arte llegara a despegar como se había esperado. De hecho, esto nunca llegó a materializarse y quedó claro que el retorno económico que iba a proporcionar el museo no sería a través del mercado del arte, sino del turismo.

Esta tendencia se consolidó con fuerza desde los primeros años de existencia del museo, y propició que en la década de los 2000 la CAV depositara todas sus esperanzas de desarrollo económico en esta área. Sin pensar en la sostenibilidad, se trabajaron estrategias para atraer cada vez más turistas. Ejemplo de ello es la entrevista realizada en 2006 a Santi Eraso a raíz de su nombramiento como director de contenidos de Tabakalera al mismo tiempo que ejercía como director de Arteleku. “No se trata de pensar sólo en el público de San Sebastián, que siempre estará, sino de inscribirnos en redes

internacionales”, dice Eraso, quien subraya la idea de hacer el centro atractivo internacionalmente en varias ocasiones durante la entrevista (Moyano, 2006).

Hablan aún con más claridad los agentes entrevistados por Mitxel Ezquiaga en la serie de reportajes sobre turismo de Gipuzkoa realizados para El Diario Vasco el mismo año: “En el marketing de las ciudades en busca del turismo es también fundamental presentar eventos extraordinarios, como una capitalidad cultural o una exposición con gran resonancia mediática que pongan de moda el destino” (Ezquiaga, 2006), dice Violeta Matas, Directora de la Federación Española de Pueblos y Países, en esta declaración de 2006, que parece marcar la agenda para Donostia, pues parece poco casual que la ciudad fuera Capital Europea de la Cultura en 2016. Y más previsiones que acabaron haciéndose realidad de mano de Victoria Álvarez de Sotomayor, directora de Iberia Escapades:

Echo de menos ofertas suplementarias como un San Telmo remozado, una Tabacalera con personalidad como centro cultural o un Arteleku más activo. Por no hablar de una hostelería y comercio más competitivos: no puede ser que todos los buenos restaurantes cierren los lunes, por ejemplo (Ezquiaga, 2006).

Así pues, a mediados de la década de 2000 ya se definió la relación que la cultura debía tener con el turismo y la economía, poniendo en estos dos últimos ámbitos tanto el protagonismo como el beneficio, y planteando planes estratégicos para aumentar su impacto. Esos modelos que nos muestra la prensa no solo se normalizaron en el seno de la clase política: queda por analizar el modo en que influyeron los medios de comunicación en acuñar el cambio de significado de la cultura en el público general, pero me atrevería a adelantar que han sido decisivos. La televisión pública vasca y los periódicos de mayor tirada (*El Diario Vasco* y *El Correo*) han proyectado permanentemente el proyecto Guggenheim como una excelente e indiscutible imagen de la cultura vinculada al

beneficio económico y turístico; de hecho, antes de la creación del Guggenheim la sección de cultura ocupaba un pequeño espacio en las últimas dos páginas de *El Correo*, y tras la inauguración del museo este pasó a ocupar la portada en numerosas ocasiones[7]. En cualquier caso, es obvio que los cambios en las políticas culturales no han sido mal aceptados por el público en general, sino todo lo contrario, y que entre los elementos que han contribuido a esa aceptación han sido fundamentales los medios de comunicación.

Sin embargo, a pesar de la consolidación del turismo y la economía como áreas preferentes a la hora de juzgar la cultura, y debido en gran medida al bienestar económico de estos años, todavía existió la posibilidad de trabajar en el ámbito de las artes visuales a partir de contenidos y de forma profesional e independiente. Grandes instituciones, como el Museo de Bellas Artes de Bilbao, sufrieron una mayor presión para incrementar su público, como declara Viar, pero aún se permitió el desarrollo de proyectos independientes con financiación pública, que ofrecieron un espacio experimental y puntero en la práctica artística. Esto se dio principalmente en los últimos años de la década que hemos marcado, desde 2007 a 2011. Antes de sufrir la repercusión de la crisis económica, la CAV presencié el florecimiento de los últimos rincones que escapaban a la lógica del turismo y la economía, ayudados por las últimas pinceladas del bienestar económico.



Imagen 3: Kalejira con orquesta en julio de 2009 organizada por Asamblea Amarika. Fotografía de Asamblea Amarika.

Tres son las instituciones que se deben destacar en este sentido: en Vitoria-Gasteiz, el Centro Montehermoso bajo la dirección de Xabier Arakistain (2007-2011) y varias salas municipales gestionadas por la Asamblea Amarika (2008-2011) (imagen 3); y, en Bilbao, la Sala Rekalde, primero bajo el comisariado de Chus Martínez (2004-2005) y después con el de Leire Vergara (2006-2009). Del primero se debe destacar su programa marcadamente feminista, el primero en aplicar la Ley de Igualdad de Género aprobada en 2005 en la CAV, y que se convirtió en centro de referencia europeo en este ámbito. Del segundo, la gestión asamblearia y comunitaria que se depositó en un amplio grupo de agentes culturales locales, lo cual fomentó el fortalecimiento del entorno de creación local y el refuerzo de sus redes. Sobre el último, la sala Rekalde, cabe destacar sus ambiciosas exposiciones de producción propia, que trajeron a Bilbao artistas experimentales de reconocimiento internacional (imagen 4).



Imagen 4: Exposición *Máquinas extraordinarias* de Abigail Lazkoz, sala rekalde, Bilbao, 2009. Fotografía Begoña Zubero.

En los tres casos se debe subrayar que estos proyectos aunaban producción y exposición, creando contenidos propios. Es decir, en lugar de traer exposiciones comisariadas en el exterior, como ha hecho el Guggenheim hasta fecha muy reciente y sigue haciendo con sus mayores exposiciones, estos centros invitaron a artistas a desarrollar nuevos proyectos que se materializaban en exposiciones que a menudo respondían a intereses locales. Ofrecían a los y las artistas un importante presupuesto para crear nuevas obras, de manera que fomentaban la calidad de producción y la profesionalidad independiente de la venta en el mercado del arte. Junto a ello, organizaban iniciativas que enriquecían la teoría y el discurso artístico, como fueron los catálogos de Rekalde o las jornadas y presentaciones de Montehermoso a las que acudieron las más importantes investigadoras de la historia del arte feminista[8].

Sin embargo, y a pesar de su interesante oferta cultural,

estos centros tuvieron una bajísima visibilidad pública y su público fue muy reducido; claramente, la idea de que la cultura debía servir para atraer al turismo ya estaba calando en los medios y el público, y la concepción del arte contemporáneo como lugar de encuentro entre sociedad y creadores y creadoras prácticamente ya se había diluido.

En resumen, podríamos decir que en estos últimos años de la segunda fase, a pesar de que el camino de la turistización y la transformación en espectáculo de la cultura ya estaba muy avanzado a nivel político y popular, el bienestar económico permitió que sobrevivieran estructuras y agentes que trabajaban desde los contenidos y la reflexión, sin pretender configurarse como mero atractivo turístico y más centrados en las redes profesionales de su entorno. Pese a que se mantuvieron durante algunos años, lo hicieron con gran esfuerzo y teniendo que defenderse de los constantes ataques por parte de medios de comunicación y políticos, quienes continuamente comparaban los bajos números de estos centros con su supuestamente abultado presupuesto. Un presupuesto mucho menor que los megaproyectos que ya entonces se desarrollaban en Donostia y Bilbao (CICC Tabakalera, Capitalidad Europea de la Cultura, Azkuna Zentroa...) y a los que, en cambio, los medios no dedicaron ninguna crítica^[9].

Tercera fase: las marcas del cambio de paradigma (2012-2020)

Es la desaparición de estos proyectos independientes la que marca el comienzo de la tercera fase. 2011 supuso el fin de los proyectos vitorianos, Montehermoso y América. Sería largo y complejo explicar las diferentes circunstancias y elementos que se alegaron para su cierre, pero baste decir que los recortes económicos fueron evidentes y considerables: la nueva dirección que se nombró en Montehermoso contaba con un 80% de personal menos y un presupuesto infinitamente más bajo que el del equipo anterior, lo que hizo que dejara de producir

exposiciones (Artundo, 2012), y algunas de las salas que gestionaba Amárca dejaron de programar radicalmente. Esto no fue una sorpresa, pues ya se habían dado pasos en esta dirección antes de esa fecha: por ejemplo, tras el despido de Leire Vergara en 2009 se eliminó el papel de comisaria en Sala Rekalde, por lo que se pasó a importar un buen número de exposiciones “empaquetadas”, gestionadas fundamentalmente por fundaciones de bancos. Es decir, una de las principales características de esta época fue el abandono de la producción de contenidos propios, excluyendo a los agentes dedicados a esta labor.

La excusa principal para dar estos pasos fue la crisis. Y por supuesto, la crisis existía: es sabido que entre 2011 y 2012 la CAV notó su golpe y tuvo que hacer múltiples recortes. Sin embargo, la coyuntura sirvió para poner sobre la mesa las prioridades y dejar claras las nuevas políticas culturales. Las decisiones impulsadas por estos recortes nos muestran cuáles son los valores de la cultura que la política quiere promover: se mantuvieron las subvenciones a los grandes proyectos, como el Guggenheim o el sobrecoste de la Alhóndiga (hoy Azkuna Zentroa), y se siguieron subvencionando grandes eventos, como la Capitalidad Europea de la Cultura que se celebró en 2016[10]. Sin embargo, los centros de producción, que no entraban dentro de esta lógica de atracción turística, sufrieron fuertemente y pagaron por atraer a un público más especializado y reducido, así como por impulsar reflexiones que no siempre eran cómodas. Arteleku fue paulatinamente abandonado en esta época, con la supuesta intención de retomar sus actividades en el nuevo proyecto que se estaba gestando en Tabakalera, aunque esto nunca llegó a materializarse de manera clara. Tomados en conjunto, estos acontecimientos representaron un cambio más profundo y completo que simples acciones puntuales: mostraron una clara tendencia hacia la homogeneización de la cultura.

La homogeneización tiene una base sólida en la economización

de la cultura. En palabras de Zallo:

Pero esa tendencia expansiva no está exenta de riesgos. Por un lado banaliza y reduce la cultura a la exigencia de permanente novedad que pide el mercado y, paradójicamente, limita la capacidad de las políticas culturales ante la apropiación de las áreas institucionales económicas del discurso de lo creativo, cada vez más mezclado con la I+D+i, con su consiguiente reducción a mera industria y el peligro de que el ingrediente cultural se vaya diluyendo (Zallo, 2016: 25).

Es decir, se consolida la sumisión de la cultura al beneficio económico y a las lógicas de producción capitalista. Buena muestra de ello fue el festival Folklife dedicado a la cultura vasca organizado por Smithsonian el verano de 2016 en Washington, Estados Unidos, que se tituló *Basque: innovation by culture*. A pesar de que el evento se presentó en prensa como dedicado a “su cultura, su lengua y su economía”, las áreas del Gobierno Vasco que trabajaron en este proyecto fueron Industria, Desarrollo, Economía y Turismo, sin participación cultural; de hecho, la encargada de presentar y orquestar el proyecto en EEUU fue Arantxa Tapia, consejera de Desarrollo Económico y Competitividad (Anónimo, 2016).

Que en los eventos de promoción de la cultura vasca en el extranjero no participen encargados culturales dice más de las políticas culturales de este periodo que cualquier documento legal. La visión oficial de la cultura pasó en este periodo, de una forma clara y transparente, a considerarla como un elemento de fomento económico y turístico.

Esta mercantilización de la cultura también se vio reflejada en las ayudas a proyectos, que desde 2015 incluyeron una partida especial y amplia para las llamadas Fábricas de Creación [\[11\]](#). Esta convocatoria está destinada a “propuestas artísticas y culturales que promuevan la innovación y la singularidad a través de la investigación, la experimentación,

el diálogo y la intersección entre disciplinas tanto artísticas como sociales”, como indica la propia convocatoria, y ya en 2015 contaban con un presupuesto de un millón de euros. En general, se destinan a lo que se ha considerado industrias culturales, es decir, a asociaciones o pequeñas empresas de creación que estén imbricadas dentro de un sistema productivo que produzca beneficio económico. Aunque han servido para estabilizar algunas propuestas de creación alternativa, como puede ser el caso de la productora y ahora editora Consonni, creada gracias a las ayudas que florecieron con el Guggenheim y que ha ido saliendo adelante a través de diferentes tipos de ayudas y subvenciones, también han incluido a una serie de sectores como los videojuegos, dirigidos a espacios más comercializados y globalizados, o a prácticas como el marketing creativo y la fotografía comercial.

A pesar de que la CAV es un territorio con un gran apoyo económico a las prácticas artísticas en comparación con otros territorios del estado, este espíritu emprendedor ha implicado que se extienda el sentido de la competencia en las políticas culturales; de hecho Azua ya utilizaba el término «técnica coopetitiva » para definir el nuevo sistema que une competencia y cooperación (Azua, 2007: 79), que se instauró en la década de los 2000 y que se vio incrementado a raíz de los recortes de la crisis. Esto provocó que el diálogo entre los diferentes sectores se volviera cada vez más deficiente, pues cada uno de ellos se sentía perjudicado por el beneficio del otro, y dificultó aún más si cabe la colaboración entre agentes.

Con estos principios comerciales y competitivos, la cultura se vio obligada a asumir una responsabilidad comercial; debía regirse por los principios de los mercados de producción o, en su defecto, colaborar para enriquecerlos desde otros aspectos (atrayendo turistas, por ejemplo). Esta nueva función tan concreta ha llevado en la última década a reducir la

flexibilidad y la permisividad que podía haberse dado en épocas anteriores.

La homogeneización consiste, por tanto, en favorecer una imagen única, unificada y vendible de la cultura fomentada por esta política; se trata de una cultura relacionada con el ocio y no con la reflexión, el debate, la experimentación o la diversidad. Para lograr esta homogeneización, el sistema de subvenciones se ha blindado en torno a una serie de proyectos estratégicos; ni que decir tiene que el Guggenheim es uno de ellos. Según Zulaika, en 2004 el museo ya llevaba el 80% del presupuesto acordado para todos los museos de la CAV (Zulaika, 2007: 154). Es difícil saber si esta proporción se mantiene en la actualidad, porque la mayor parte de la información sobre el Guggenheim es confidencial e inaccesible, una circunstancia que ha sido a menudo criticada desde el ámbito cultural sin recibir respuesta desde las instituciones.

Esta homogeneización llevó a un mayor control de la cultura: para atraer al turista de clase media se quiere ofrecer una ciudad limpia, moderna y global, cómoda y tranquila. Mientras que en las fases anteriores se permitió, hasta cierto punto, la convivencia de esta imagen con otras alternativas culturales, en los años posteriores a la crisis la tendencia de censurar prácticas divergentes se volvió más común. El ejemplo más claro se aprecia en el cierre de centros okupados y autogestionados, como ocurrió en primer lugar con el centro Kukutza, en el barrio Rekalde de Bilbao, que coincide plenamente con el comienzo de esta fase, en 2011. Este centro cultural autogestionado se encontraba en una fábrica abandonada y okupada, y había funcionado con gran participación vecinal durante 15 años, desde 1996; sin embargo, en 2011 fue desalojado a la fuerza, después de que el Gobierno Vasco se negara a recalificar el edificio como espacio cultural protegido, y el ayuntamiento no recalificara el terreno como destinado a equipamiento vecinal (Anónimo, 2011)(Imagen 5). Algo similar ocurrió con otro centro cultural

autogestionado, Kortxoenea, en Donostia. En este caso, el cierre coincidió de pleno con la inauguración del centro Tabakalera en el mismo barrio de Egia, en 2015; esto propició tensión y desconfianza por parte de los agentes sociales del barrio hacia el centro, que entendieron como una imposición cultural que intervenía en las dinámicas de la zona.



Imagen 5: Manifestación de protesta por el cierre de Kukutza, 2011. Pikara Magazine.

Se trata, hasta cierto punto, del secuestro de la imagen de la ciudad y de la cultura, para crear una imagen homogénea dirigida al turismo, una pantalla de decorado, con gran presencia del ocio, sin carácter crítico y sin profundidad de lecturas. Las tendencias más agresivas por parte de las instituciones en estos años consistieron en erradicar las prácticas que no se correspondían con esa imagen y que no aportaban beneficios económicos, como okupas, arrinconando la autogestión y las redes populares y locales.

A esto se sumó la banalización y turistización de la cultura vasca, que pasa ella también a cumplir un cometido decorativo; el mejor ejemplo de ello es el festival Basque Fest que se

implantó en Bilbao en 2013 para “dinamizar” la ciudad durante la Semana Santa con vistas a atraer turismo, en contrapartida a otras celebraciones populares del estado, como las procesiones andaluzas. La diferencia entre estas y el festival Basque Fest es que las primeras nacen de una tradición local y están dirigidas en primer lugar a su entorno, mientras que, como su propio nombre indica, el festival folk de Bilbao se convierte en un desfile de parque de atracciones para entretener a los visitantes puntuales, y no en una fiesta popular autóctona.

De hecho, la proliferación de festivales es una característica evidente de esta última fase, característica que se vio incentivada con la crisis. En esta fase se acabaron dos grandes infraestructuras que fueron planificadas y comenzadas en la fase anterior pero se retrasaron a raíz de la crisis (la Alhóndiga en 2012 y Tabakalera en 2015), pero no se iniciaron proyectos de nuevas instituciones permanentes; en cambio, sí se buscaron grandes eventos internacionales, como la Capitalidad Cultural Europea de Donostia, que se celebró en 2016 y que supuso una enorme inversión (una parte con ayudas europeas, lo cual fue sin duda uno de los factores decisivos para concursar) y que desapareció sin dejar casi rastro con los últimos días de diciembre de aquel año.

Junto con estos eventos extraordinarios, Bilbao comenzó a especializarse en festivales puntuales; esto se debió no solo a la crisis, sino al tipo de turismo que ha atraído el Guggenheim. Se trata de un turismo de fin de semana, que pasa en Bizkaia una media de dos noches (Observatorio Turismo en Bizkaia, 2018). Además, una buena parte de este tipo de turismo que viaja para ver el Guggenheim no vuelve, puesto que no les interesan las exposiciones, sino el edificio, y una vez visitado prioriza otros destinos para sus próximos viajes.

Por todas estas razones, las instituciones bilbaínas promovieron un número creciente de festivales de dos o tres días o de grandes eventos culturales o deportivos que

favorecieran las visitas de estas características a la ciudad. El Basque Fest es un buen ejemplo (un festival de cinco días en fechas festivas y de gran movimiento turístico), pero en la misma línea se encuentran el BBK Live, un festival de música que a pesar de existir desde 2006 se transformó en 2011 para incluir grupos pop de prestigio internacional y multiplicar su venta de entradas; o los eventos puntuales como la gala “The World’s Best 50 Restaurants” (que encaja perfectamente con el otro reclamo del territorio, la gastronomía de autor), la final de la Rugby Champions Cup o el MTV Music Award, todos ellos en 2018. Durante estos eventos la ciudad rebosaba de turistas que obstaculizaban la vida diaria y que desaparecían con el lunes.

Conclusiones postpandémicas.

Cuando la pandemia llegó a la CAV, las políticas culturales se encontraban reforzadas en torno a los ejes que hemos ido señalando: generosas ayudas a proyectos de industria cultural, una tendencia que podríamos ver reforzada por la creación del polo de Zorrozaurre, relacionado con la creatividad, el diseño y las nuevas tecnologías, y formado en su totalidad por universidades y empresas privadas; apoyo incondicional a los llamados proyectos estratégicos, entre ellos el Guggenheim, aunque esto pueda suponer una merma de ayudas para otros proyectos; y una tendencia a la festivalización de la cultura con el objetivo de atraer a turismo de consumo rápido.

La llegada de la pandemia alteró profundamente la vida cultural de todo el mundo, y es difícil predecir cuáles son las tendencias que van a imperar en los próximos años. Sin embargo, en cuanto a la CAV se refiere, querría reseñar dos cuestiones. La primera, que la pandemia puso en evidencia la situación de precariedad en la que se encuentran los y las agentes creativos, y llevó a la asociación de agentes de diferentes ámbitos para defender sus derechos. Esto ayudó a

superar la disgregación que las políticas culturales “coopetitivas” habían impuesto en los últimos años.

Pero al mismo tiempo, parece que la evidente crisis no ha hecho que las instituciones vascas vean la necesidad de realizar una verdadera hoja de ruta con objetivos culturales claros, independientes del turismo y la hostelería. Al contrario, una vez pasada la crisis anterior y con la posibilidad de acceder a fondos europeos, los dos grandes proyectos culturales que se presentan para los próximos años son, de nuevo, infraestructuras: la ya confirmada ampliación del Museo de Bellas Artes de Bilbao a manos de Foster, que se llevará a cabo hasta 2023 con un proyecto espectacular cuyo presupuesto ya se ha doblado desde el primer anuncio de la propuesta (Esteban, 2022); y la muy deseada construcción de un nuevo Guggenheim, en este caso en Urdaibai, un proyecto que se abandonó en 2011 a raíz de la crisis económica pero que parece haber renacido ante la opción de los fondos europeos. Vemos que ambos proyectos siguen aferrándose a las arquitecturas monumentales por delante de los contenidos, y a grandes infraestructuras con vistas a la atracción de turismo más que a reforzar y asegurar las redes de creación del contexto.

Aunque pueda parecer que el Guggenheim Bilbao y el BBK Live son dos eventos muy diferentes, sin una relación clara entre ellos, en realidad la creación de uno y los valores económicos y culturales que significa han llevado al otro; el museo de titanio es una brillante marca del cambio de paradigma cultural que hemos vivido en los últimos 25 años.

[1] Este texto se contextualiza en las tareas de investigación desarrolladas en el proyecto I+D “Desnortadas. Territorios de género en la creación artística contemporánea” (PID2020-115157GB-I00).

[2] Valgan como ejemplos el estudio de Angulo-Baudin, Klein y

Tremblay (2017), que se centra en regeneración urbana, o el de Vicario y Martínez Monje (2005) centrado en la gentrificación, así como el de Hammett y Shoal (2003) desde la perspectiva del turismo.

[3] Lllaman la atención algunos casos como el de Plaza, Tironi y Haarich (2009) que parecen centrarse en el fenómeno artístico, pero que en realidad analizan el sistema artístico desde una perspectiva económica de consumo. Además, aunque importante, este estudio se centra en los diez primeros años del museo y por lo tanto necesitaría actualización. El análisis que más se ha acercado a un análisis de contenidos y de producción artística, no meramente económica, es la reciente tesis doctoral de Oihane Sánchez Duro, defendida en 2020 en UPV/EHU, que dentro de su estudio general de las políticas culturales en la CAV dedica un apartado al *Efecto Guggenheim* desde la perspectiva de la producción y la creación (Sánchez Duro, 2020).

[4] Son muchos los ejemplos y la bibliografía que podríamos citar aquí. Los artistas del grupo *Gaur* tuvieron una fuerte implicación social en este sentido: por ejemplo, el testigo de la *Korrika*, gran evento popular bianual instaurado en 1980 para el fomento del euskara y la financiación de los *euskaltegis* (escuelas de euskara para adultos) fue realizado por Mendiburu; Chillida diseñó varios de los logos de grupos ecologistas y políticos. Para una recopilación de este tipo de prácticas es recomendable el catálogo de la exposición ***Laboratorios 70. Poéticas/políticas y crisis de la modernidad en el contexto vasco de los setenta*** comisariada por Fernando Golvano en Sala Rekalde en 2009. La relación entre artistas y movimiento feminista de los 80 está siendo analizada por Garazi Ansa, quien ha publicado parcialmente sus resultados (Ansa, 2020). Recientemente el Museo de Bellas Artes de Bilbao adquirió y mostró el mural antinuclear realizado en 1980 por Zumeta, Ameztoy y Arrastalu.

[5] Puede consultarse la inscripción como fundación en la

siguiente página del Gobierno Vasco: <https://www.euskadi.eus/fundazioa/fundacion-museo-de-bellas-artes-de-bilbao-bilboko-arte-ederren-museoa-fundazioa/web01-s2oga/eu/> (última consulta, 21/06/2022).

[6] Las bases reguladoras, la visión y la misión de esta fundación pueden consultarse en la página web del museo: <https://www.artium.eus/es/la-fundacion> (última consulta, 21/06/2022).

[7] Sería interesante realizar un estudio de la influencia del Guggenheim en la forma de presentar la cultura en los medios; por mi parte, adelanto esta simple información tras un análisis superficial de este periódico entre 1993 y 1998.

[8] Estas jornadas se celebraron anualmente entre 2008 y 2011 bajo el nombre “Producción artística y teoría feminista del arte: nuevos debates”, y sus actas fueron publicadas.

[9] Merece la pena contrastar la noticia “El declive de la Sala Rekalde” (Olavarri, David S., 2009) publicada tras la destitución de Leire Vergara como comisaria y Pilar Mur como directora en la que no se hace mención del reconocimiento internacional del que gozó la sala y en cambio se subraya su alto coste (un millón de euros al año) y se anuncia con cierta satisfacción que su presupuesto ya ha sido recortado; y “El presupuesto de la Alhóndiga salta por encima de los 70 millones de euros” (Teresa Bajo, 2010), en el que se reconoce que el presupuesto de la obra de este nuevo centro ha saltado de 45 a 70 millones de euros, pero se explica que este sobrecoste es “totalmente normal”.

[10] En el caso de esta, existen estimaciones de su coste y los beneficios que produjo: el coste ascendió a 46,8 millones y el beneficio a 47,1 (Ormazábal, 2017).

[11] Puede consultarse la primera convocatoria de Fábricas de Creación en la página web del Gobierno Vasco: https://www.euskadi.eus/ayuda_subvencion/2015/sormen_lantegiak

</web01-tramite/es/> (última consulta 21/06/2022)