

La transformación física y simbólica del paisaje urbano bilbaíno desde el arte como herramienta al servicio del neoliberalismo

The physical and symbolic transformation of the urban landscape of Bilbao from art as a tool at the service of neo-liberalism

Varona Sánchez, Iñigo

Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibersitatea
Facultad de Bellas Artes - Arte Ederren Fakultatea
Departamento de Escultura y de Arte y Tecnología/
Eskultura eta Artea eta Teknologia Saila
inigovsl@gmail.com

BIBLID [ISSN: 1137-439X, eISSN: 2243-9940 (2022), 40; 9-36]

Recepción: 04.12.2022
Aceptación: 29.12.2022

Resumen: el proceso de transformación urbana bilbaína pasa por la asimilación de un modelo económico neoliberal globalizado. Proponemos un análisis estético materialista del paisaje para desvelar cómo el arte y la creatividad cumplen un papel destacado en dicho proceso hegemónico. En el nuevo Bilbao, el arte y las grandes infraestructuras culturales son una herramienta fundamental no solo para la producción del espacio bajo las lógicas capitalistas, sino para la construcción de una nueva esfera pública burguesa que invisibiliza los conflictos de clase bajo un nuevo sentido común dominante.

Palabras clave: Arte y transformación urbana. Espacio urbano. Efecto Guggenheim. Esfera pública burguesa. Bilbao.

Laburpena: Bilboko hiri-eraldaketa prozesua eredu ekonomiko neoliberal globalizatu bat barneratu beharrean aurkitzen da. Paisaiaren azterketa estetiko materialista bat proposatzen dugu, arteak eta sormenak prozesu hegemoniko horretan zeregin nabarmena betetzen dutela agerian uzteko. Bilbo berrian, artea eta kultura-azpiegitura handiak funtsezko tresna dira, ez bakarrik logika kapitalisten pean espazioa ekoizteko, baita esfera publiko burges eraberritu bat eraikitzeke ere, klase-gatazkak zentzu komun nagusi berri baten azpian ikusezin bihurtzen dituen.

Gako hitzak: Artea eta hiri-eraldaketa. Hiri-espazioa. Guggenheim efektua. Esfera publiko burgesa. Bilbao.

Résumé: Le processus de transformation urbaine de Bilbao passe par l'assimilation d'un modèle économique néolibéral globalisé. Nous proposons une analyse esthétique matérialiste du paysage pour révéler comment l'art et la créativité jouent un rôle important dans ce processus hégémonique. Dans le nouveau Bilbao, l'art et les grandes infrastructures culturelles sont un outil fondamental non seulement pour la production de l'espace selon les logiques capitalistes, mais aussi pour la construction d'une nouvelle sphère publique bourgeoise qui rend les conflits de classe invisibles sous un nouveau sens commun dominant.

Mots-clés: Art et transformation urbaine. Espace urbain. Effet Guggenheim. Sphère publique bourgeoise. Bilbao.

Abstract: The process of urban transformation in Bilbao goes through the assimilation of a globalised neoliberal economic model. We propose a materialist aesthetic analysis of the landscape to reveal how art and creativity play an important role in this hegemonic process. In the new Bilbao, art and large cultural infrastructures are a fundamental tool not only for the production of space under capitalist logics, but also for the construction of a new bourgeois public sphere that invisibilises class conflicts under a new dominant common sense.

Keywords: Art and urban transformation. Urban space. Guggenheim effect. Bourgeois public sphere. Bilbao.

INTRODUCCIÓN

En este artículo trataremos de abordar algunos aspectos que relacionan el proceso de transformación urbana bilbaína –económica, social y cultural–, con el papel que juega el arte y sus instituciones en la producción del espacio bajo las nuevas formas de acumulación y producción capitalista. Andeka Larrea y Garikoitz Gamarra –antropólogo y filósofo vizcaínos– ven cómo esta “reconversión industrial” es de sobra conocida, pero quizás no lo es tanto el cambio cultural e ideológico que conlleva” (Larrea y Gamarra, 2007: 44); no solo se produce una pérdida física de la ciudad, sino que acelera un proceso de invisibilización de los movimientos sociales. Estos grandes actores políticos del pasado reciente, son suplantados por una ciudadanía desplazada al papel de espectador, que observan pasivamente el desarrollo del “gran parque arquitectónico” bilbaíno. Es por ello que abordamos en este artículo la construcción de un nuevo sentido común y la consolidación de una esfera pública burguesa bilbaína, bajo el marco de cambio cultural posmoderno y neoliberal que se vehicula a partir de los discursos y relatos que giran alrededor de la transformación urbana y los símbolos del “nuevo Bilbao”.

Nos acercamos a la urbe bilbaína destacando algunos de los grandes hitos simbólicos que configuran la nueva esfera pública burguesa, principalmente en torno a algunas de las grandes infraestructuras culturales –Guggenheim Bilbao, Azkuna Zentroa– o de algunas manifestaciones artísticas, desde el *Puppy* de Jeff Koons, al mural *Soñar* (2015) del artista urbano Spy. Con ello buscamos desvelar la operación hegemónica y cuestionable del consenso existente entre las élites económicas y las instituciones públicas, sobre la gestión de las políticas culturales en el nuevo Bilbao. Desplegaremos la respuesta dada por una serie de artistas contra el modelo cultural bilbaíno, destacando entre ellas las críticas proferidas al museo Guggenheim Bilbao. Estudiaremos también otros proyectos artísticos en el entorno de Abandoibarra que visibilicen la implementación del discurso hegemónico en torno a la ciudad, que edulcoran o condenan el proceso histórico, los conflictos de clase y las luchas sociales desactivándolas.

1. BILBAO MARCA EL NUEVO BILBAO

Bilbao fue galardonada como la mejor ciudad europea, gracias a los premios *The Urbanism Awards* 2018, otorgados por la organización sin ánimo de lucro *The Academy of Urbanism*. Este organismo califica y premia a las ciudades europeas participantes bajo unos parámetros de calidad referidos a la innovación, la sostenibilidad y el urbanismo. Durante la gala de premios en Londres el 8 de noviembre de 2017 el alcalde de Bilbao Juan María Aburto Rike anunció la dirección que debe asumir la ciudad en el presente y hacia el futuro:

Un Bilbao basado en firmes valores que se forja como ciudad universitaria, museística y de negocios (...) Bilbao ya no es sólo el ‘efecto Guggenheim’. Es el ‘efecto Bilbao’, (...) Me gustaría que la gente lo sintiera como suyo. Que sientan este premio porque los auténticos protagonistas de esta historia son los bilbaínos y bilbaínas (...). Ya nos quieren llevar a Escocia para exponer nuestro modelo. Tenemos que seguir sembrando (Aburto, 2017).

Las palabras del alcalde *jeltzale*¹ no dejan lugar a dudas de cuáles son las estrategias de desarrollo que debe seguir la ciudad, y cuál es el discurso que deben asumir los y las bilbaínas, el modelo neoliberal globalizado por medio de una atractiva *ciudad marca*. La construcción de una *ciudad marca*, se relaciona con la influencia de las estrategias de *marketing* del mundo empresarial. La ciudad se convierte en mercancía y como tal debe tener en cuenta más que nunca lo cualitativo, lo inmaterial y lo simbólico. En este sentido es interesante recuperar las palabras de la periodista, escritora y activista canadiense Naomi Klein de su ensayo *No Logo: el poder de las marcas* (1999); en él analiza el funcionamiento y la influencia social de las marcas multinacionales: “lo principal que producían estas empresas no eran cosas (...) sino imágenes de sus marcas” (Klein, 2002: 22). Esta premisa es la que parece sostener los gestores y políticos bilbaínos en sus esfuerzos por generar nuevos espacios, escenarios y eventos que permitan vender mediáticamente por imágenes los resultados de dichas actuaciones.

La inauguración del metro de Bilbao (1995) y posteriormente del museo Guggenheim (1997) da inicio a un gran proceso de regeneración urbana acompañado de la redefinición de su esfera pública, que es conocido como “efecto Guggenheim” o “efecto Bilbao”. En su implementación se recurre a lo conocido como “marketing urbano” que el antropólogo Manuel Delgado define como:

1. Término con el que se denomina a los miembros del Partido Nacionalista Vasco.

Una estrategia de promoción y venta cuyo objeto no es otro que la propia ciudad, mercancía que requiere una adecuada combinación de teorización de las apariencias y de un vocabulario debidamente trufado de invocaciones a los valores abstractos del pensamiento políticamente correcto (Delgado, 2010: 40).

Las dos infraestructuras mencionadas, se erigieron simbólicamente como precursoras de un proceso de configuración hacia una nueva sociedad urbana posindustrial. La esfera pública emergente se construye bajo las nuevas necesidades del capital, gestando una nueva identidad principalmente gracias a los símbolos de la ciudad marca. El arte, la cultura y la creatividad juegan un papel fundamental y ello se revela en afirmaciones como las de Juan Ignacio Vidarte, –director del museo Guggenheim Bilbao– economista de formación y de profesión, previa a la dirección del museo:

La cultura no solo merece el apoyo público por sus propios méritos como factor de estímulo de la creatividad, medio de expresión artística o desarrollo de la identidad colectiva, sino que puede utilizarse como variable instrumental para conseguir objetivos ligados a políticas de desarrollo económico o de revitalización urbanística (Vidarte, 2004: 89).

La sociedad bilbaína deja atrás una vida urbana marcada por la ciudad moderna-industrial, gris, sucia, repleta de conflictos sociales, políticos y económicos: “el Guggenheim se ideó como un ornamento para estetizar una ciudad brusca, feíta y en crisis” (Esteban, 2007: 10). Desde el exterior el “efecto Bilbao” se revela como de éxito, este paradigma permitió superar los trances económicos y sociales tras el *shock* del colapso industrial, y llevó a convertir a la ciudad en competitiva y atractiva dentro del *ranking* mundial de ciudades marca. A partir de este modelo se construye una esfera pública que debe asumir el éxito con orgullo, abrazando el sentido común neoliberal como herramienta de progreso. Gracias al trabajo y las alianzas público-privadas se dan por superadas o eliminadas las desigualdades y los conflictos socio-económicos que son ya cosas del pasado. Bilbao se erige, así como una ciudad ejemplar que recupera su desarrollo económico, se estabiliza socialmente y con boyante proyección internacional.

La ciudad como ya hemos avanzado, se transforma de tal manera que llega a ser un objeto consumible –para los turistas, pero también para los y las vecinas más acomodadas–, gracias a la proliferación y reapropiación del espacio urbano a través de la construcción de escenarios estetizados. Al unísono de otras ciudades postindustriales del ámbito global se adapta al servicio de las nuevas necesidades del capital, convirtiéndose en urbe exclusiva y excluyente para las personas no aptas o incómodas. Las autoridades y técnicos bilbaínos –acompañados mediáticamente– enarbolan sus éxitos. Nosotros sin duda asumimos los aspectos “beneficiosos” en mejoras de equipamientos y producción masiva de exteriores, pero cada vez es una ciudad más desigual. Lo que buscamos denunciar es la especulación, la privatización y la expulsión, ya que después de producir escenarios para la vida pública estos acaban en manos de entidades privadas o financieras. Cada actuación de rehabilitación en los denominados *espacios de oportunidad*², lleva aparejado una subida del precio del suelo edificable cuyos beneficios no suelen redundar en los ciudadanos. Debido a las necesidades sistémicas la transformación urbana ya no solo se restringe a una centralidad delimitada, sino que se expande hacia barrios obreros y periféricos –generalmente abandonados o poco atendidos– para ser explotados como nuevas centralidades dentro de la urbe. El afán de las instituciones por la construcción de una ciudad perfecta, pasa por acabar con lo azaroso, lo opaco y confuso, que le es intrínseco a la sociedad urbana.

Para comprender mejor el concepto de “marketing urbano” es procedente mencionar los decálogos que debe acometer una ciudad marca propuestos por Toni Puig, asesor del Ayuntamiento de Barcelona durante más de treinta años:

Ciudades que optan por una mejora en la calidad de vida, innovadoras, que brillan, despiertas y piensan, se rediseñan de forma inclusiva junto a la ciudadanía en la toma de decisiones, a través de la comunicación y proyectos. Buscan posicionarse como referentes dentro de una red de ciudades globales.

2. Expresión utilizada desde los medios de comunicación gubernamentales o privados y los cargos públicos en Bilbao –*Bilbao Ría 2000*, *El Correo*, *Deia*, Ayuntamiento de Bilbao y el alcalde de Bilbao Juan María Aburto Rike entre otros–, para designar porciones o parcelas de terreno urbano que antes ocupaban industrias o infraestructuras de transporte las cuales con el desarrollo urbano han quedado integradas en una nueva centralidad de la trama urbana y son susceptibles de ser transformadas para otro uso, generalmente viviendas de renta libre.

1. *Quieren jugar en primera división.* En todos los niveles, es decir: regional, estatal, internacional o global, son ciudades orgullosas que se ven capacitadas y con posibilidades siendo muy activas e inconformistas.
2. *Tiene un rediseño contundente para la ciudad.* Existe un proyecto a futuro, para reinventarse, re-imaginarse, revalorizarse.
3. *Implica: suman.* Fomentan el diálogo y el consenso a través de las diferencias y las diversidades, es una ciudad inclusiva a la hora de tomar decisiones teniendo en cuenta a la ciudadanía, a organizaciones políticas o sociales, *ciudad con todos y desde todos.*
4. *Liderazgo municipal responsable.* Construir un equipo de gobierno municipal abierto, relacional, inclusivo que es empujado por la ciudadanía, asociaciones, empresas y medios de comunicación. *Jamás manda, dicta u ordena.*
5. *Tienen estrategia.* A largo plazo no condicionada según manden las legislaturas de turno.
6. *Asumen un sueño a futuro.* El autor se atreve incluso a instrumentalizar la figura de Martin Luther King y parafrasea *tengo un sueño que será realidad con todos y en todos: se llama igualdad!* Elogia la encumbración de un líder, estrategia inteligente que trabaja sobre un plan emprendedor y en buscar y hallar financiación para su estrategia.
7. *Gestión.* Ideas oportunas y hacer cosas a través de otros.
8. *Visibilizan mejor.* Comunican desde el principio los logros y escuchan, usan una doble vía.
9. *Fidelizan.* Un rediseño, que implica la inclusión de la ciudadanía en este, generando una confianza mutua, y aceptando las complejidades de una ciudad plural.
10. *No paran.* Las *ciudades marca* trabajan, cambian y se rediseñan, no paran hasta alcanzar todos los barrios, conseguir todas las infraestructuras y llegar a abordar la ciudad física y humana. Una vez lo consiguen lo mantienen y realizan los reajustes necesarios.
11. *Buscan información para el rediseño.* Habla de su decisión como ciudad en acceder a una competición dentro de la red de ciudades marca sin tregua. Generar red con otras ciudades para intercambiar, aprender, cooperar (Puig, 2009: 27-31).

Estos decálogos revelan y se perciben como el sentido común hegemónico aplicado en Barcelona pero que debe asumir cualquier ciudad que quiera ser competitiva y de éxito en el *ranking* mundial, como es el caso específico de Bilbao. Al fin y al cabo, detrás de dichas pretensiones, como describe el antropólogo Manuel Delgado en su libro *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del modelo Barcelona* (2010), lo que se busca es “producir y vender ciudad”.

2. EL DISCURSO O RELATO DEL EFECTO BILBAO

En este apartado presentamos una descripción de la estrategia acometida en la construcción del discurso hegemónico del nuevo Bilbao, que como ya hemos advertido va más allá de la transformación del modelo productivo y la modificación física del paisaje. El proceso de desindustrialización dejó unas alarmantes cifras de paro y un paisaje urbano desolador, degradación de todo tipo de edificios y de espacios urbanos, pabellones abandonados, chatarras industriales oxidadas. La integración en la Unión Europea y en el mercado único, supuso asumir la neoliberalización de la economía y la destrucción de la actividad productiva industrial, que fue desplazada siendo sustituida progresivamente por el sector terciario, la especulación inmobiliaria y el turismo³. Al final de la década de 1980, Bilbao inició una vorágine de cambios. Tras dos siglos dominados por la industria siderometalúrgica todo se desvanecía tras el colapso económico acontecido en los últimos años del franquismo. La esfera pública era un hervidero, la adaptación al libre mercado europeo generó un aumento de los conflictos sociales, huelgas y el crecimiento de la fuerza sindical y obrera. Las inundaciones que acontecieron en 1983 devastaron la ciudad y aquellos años fueron los años más duros del conflicto político vasco desde las diferentes formas de terrorismo tanto las del movimiento vasco de liberación como la de los grupos parapoliciales del Estado. Todos estos factores contribuyeron a un contexto general de colapso, que generó un hastío general, minó las conciencias de una ciudadanía que veía truncadas sus aspiraciones por un contexto duro y gris.

3. Entre los años 60 y 70 la urbanización y sobre todo el turismo fueron un factor económico determinante para el desarrollismo, además de cumplir una función propagandística simbólica de viabilidad y legitimación política del régimen franquista. En el caso de la capital vizcaína, la vivienda en propiedad y la especulación urbanística fueron promovidas por el régimen, este hecho, principalmente, tuvo un gran desarrollo en la capital vizcaína.



Figura 1

Cartel cerámico de elaboración propia, que contiene el logotipo corporativo de Bilbao hackeado por el símbolo utilizado en 2007 por *Bilboko Okupazio Mugimendua*, Movimiento por la ocupación de Bilbao (Fotografía: Iñigo Varona Sánchez)

Es ya a partir de la década de los 90 del siglo XX cuando comienzan las no pocas estrategias de seducción, que activaron los políticos y gestores urbanos, anunciando el renacimiento del “nuevo Bilbao”. Este significante se erigiría como el salvador de la ciudadanía bilbaína, que permanecía desconcertada e impotente al observar la destrucción y desfragmentación de sus modos de vida. Este escenario de colapso y de desesperanza, se presenta como una situación propicia para ejecutar grandes cambios y se aproxima a la estrategia que la escritora, activista y periodista Naomi Klein denominó como *doctrina del shock o capitalismo de la catástrofe*:

Así funciona la doctrina del shock: el desastre original –llámese golpe, ataque terrorista, colapso del mercado, guerra, tsunami o huracán– lleva a la población de un país a un estado de shock colectivo. (...) las sociedades en estado de shock a menudo renuncian a valores que de otro modo defenderían con entereza (Klein, 2008: 23-24).

Pero la utilización del espíritu de supervivencia de la ciudad no es algo nuevo, el sociólogo vizcaíno José Ignacio Ruiz Olabuénaga afirma en su artículo “Bilbutopías”:

Bilbao es probablemente una de las ciudades más controvertidas en su desarrollo histórico. Su supervivencia es resultado de una continuada planificación utópica. Bilbao solo es entendible en clave de futuro. Bilbao es el resultado de Seis asaltos al futuro: La conquista de la hegemonía sociopolítica. La garantía de una democracia mercader. El control del mercado exterior. El paso de Villa a ciudad, la organización del Gran Bilbao, la fijación de Capital del Eje Atlántico. Sueños, Pesadillas y Bilbutopías. Bilbao ha crecido al impulso de una serie de sueños expansivos (más bien pro) (Ruiz-Olabuénaga, 2000: 53-72).

La intensidad y la velocidad de la reestructuración urbana –iniciada a principios de los años 90 del siglo XX– es coordinada por el sector público, y la regeneración urbana se convierte en el principal eje vertebrador de las políticas públicas en la ciudad. Para Arantxa Rodríguez Álvarez, profesora de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad del País Vasco, de Sarriko, el modelo se sustenta por tres ejes principales:

1. El planeamiento territorial urbano y metropolitano al servicio de la regeneración, dirigido al aprovechamiento de los espacios liberados por la desindustrialización, la reforma de las infraestructuras portuarias y ferroviarias.
2. Los grandes planes urbanísticos y de infraestructuras, es decir la obtención de plusvalías de los *espacios de oportunidad* que permitan el cambio de usos como forma de crecimiento urbano.
3. Adoptar un modelo de gestión competitiva, eficaz, ágil y flexible buscando la colaboración entre las diferentes administraciones públicas y el sector privado, un nuevo modelo de gobernanza a través de organismos como *Bilbao Ría 2000* y *Bilbao Metrópoli 30*.

El ciclo se concluiría al principio de la década del 2010, al dar inicio a una nueva “revolución del conocimiento”, “ciudad creativa”, ciudad de la cultura, ciudad de la innovación, etcétera (Rodríguez, 2018).

La función hegemónica y la construcción de la esfera pública burguesa son fundamentales para comprender la transformación urbana y el paisaje bilbaíno. Nuestro acercamiento sensible al espacio urbano bilbaíno, desde cuestiones estéticas y materiales, busca analizar e identificar los sistemas de significación y de representación a partir del paisaje urbano. Se hace fundamental, por tanto, señalar las estrategias discursivas y semióticas que giran en torno a la construcción de los escenarios y los significantes que configuran el “nuevo Bilbao” o el reconocido como “efecto Guggenheim”. La continua transformación del paisaje va acompañada de un proceso de redefinición de las subjetividades dirigida a asumir el sentido común neoliberal, apelando a la construcción de una identidad colectiva a partir de asumir como propios los símbolos de la acumulación y expropiación capitalista de la ciudad.

Es por estos motivos, que muchos de los esfuerzos de las clases dominantes y dirigentes bilbaínos están enfocados a la construcción de una nueva identidad, una nueva esfera pública burguesa, que permita consolidar y legitimar su poder económico, político y cultural. La identidad procura dar sentido a la ciudadanía, esta es constituida a partir de un proceso de individualización, pero ¿bajo qué parámetros y por quién se establecen las identidades colectivas?: “las identidades legitimadoras generan una sociedad civil, es decir, un conjunto de organizaciones e instituciones, así como una serie de actores sociales estructurados y organizados” (Castells, 2003: 36).

Lo que queremos destacar, es que el discurso dominante se gesta a partir de las necesidades ideológicas y materiales de la clase dominante, y por tanto el consenso que defienden, se legitima bajo la desacreditación de todos aquellos sectores que se opongan al proceso “modernizador” del nuevo Bilbao. Las reivindicaciones de los sectores populares o las luchas políticas y sociales de izquierdas se tachan de “antidemocráticas”, “retrógradas” o directamente de “enaltecer la violencia y el terrorismo” frente a la paz.

Todo consenso se manifiesta como la estabilización de algo esencialmente inestable y caótico. El caos y la inestabilidad son irreductibles, pero esto es, a un tiempo, un riesgo y una oportunidad, ya que una continua estabilidad significaría el fin de la política y de la ética (Mouffe, 2003: 147).

El periodista y escritor Ekaitz Cancela afirma al respecto de lo mencionado anteriormente:

Así se justifica, a golpe de norma establecida, la gentrificación en una ciudad que a finales de los 80 “no tenía ley”, como apunta un hombre en el barrio de Las Siete Calles; o de manera más realista: que estaban por destruir. “Antes la sensación de lucha recorría Bilbao”. Pero quien no supo hacer la revolución, como siempre ocurre, deja la puerta abierta a que la burguesía la emprenda (Cancela, 2018: s/p.).

Hoy el orgullo bilbaíno se erige bajo formas modernizantes y estéticas del diseño posmoderno, la construcción de rascacielos y las torres corporativas se elevan por encima de la ciudad. Las bocas de metro o las nuevas marquesinas de autobús⁴, el Puppy de Jeff Koons junto al museo Guggenheim de Ghery, la renombrada como torre Iberdrola de Cesar Pelli, o la reciente rescatada Torre Bizkaia, por nombrar algunas de ellas. Todas estas arquitecturas se erigen como símbolos del nuevo Bilbao y del nuevo capitalismo que ha llegado para quedarse.

4. Ambas diseñadas por el arquitecto británico Norman Foster, las primeras incluso fueron rebautizadas “popularmente” como ‘fosteritos’ en homenaje al arquitecto, uno de los primeros símbolos del nuevo Bilbao. Recientemente se le ha concedido la ampliación del Museo de Bellas Artes.

Las sociedades posmodernas capitalistas, se sirven de una serie de representaciones simbólicas —edificios, monumentos esculturas— que organizan el espacio reproduciendo las relaciones de producción y se erigen como vehículos de la ideología dominante. En palabras del arquitecto y teórico del arte Javier Maderuelo “una plaza, un monumento y un edificio público no son sólo el vocabulario estético y arquitectónico de la ciudad, sino también los signos de la ideología dominante cargados de connotaciones y valores” (Maderuelo, 1990: 155). El espacio resultante se erige como democrático, neutro, pluralista, facilitador de la coexistencia, de la cohesión social, símbolo de triunfo del desarrollo y del progreso económico y social de la villa. Se estimula la estetización o incluso la exotización de las zonas en proceso de ser transformadas, a través de diferentes recursos simbólicos estimulados desde agresivos procesos de gentrificación. El poder institucional legitima y expande su modelo de forma monumentalista y grandilocuente, fomentando la terciarización, la especulación, la espectacularización; convirtiendo a la ciudadanía en consumidores que ven agonizar un estado de bienestar sin relevancia. La ciudadanía observa o asume cómo sus espacios colectivos son tematizados y arquitecturizados, se convierten en mercancía, en soportes de simulacros, eventos y festivales, que se erigen como símbolos de la nueva ciudad y de orgullo e identidad para la “nueva ciudadanía”.

Pero si tenemos que destacar un significativo por encima de todos, ese es el museo Guggenheim Bilbao, que es símbolo —incluso un logotipo— de progreso, de internacionalización, de futuro, de buena gestión, de éxito, de autogobierno y puso a Bilbao en el mapa —como se dice “popularmente”—, erradicando una época pasada de paro, ruinas industriales y violencia. Existe un consenso de cara a las virtudes y beneficios que procura el Guggenheim que van más allá de lo cultural, se erige como una inversión estratégica que condicionó la evolución urbana de la ciudad. Este caso específico lo ampliaremos en el próximo apartado 2.1. *El efecto Guggenheim y su museo.*

Un concepto útil que nos permite referirnos al proceso de resignificación colectiva, que es implementado tanto por las instituciones públicas como las privadas, es el de “imaginarios urbanos”. Este término busca agrupar significantes portadores de valores estéticos y planificadores, que a su vez operan como reclamos para mercantilizar y promocionar la ciudad desde la reapropiación capitalista del espacio. Estos se construyen y se organizan bajo intereses de clase y económicos. El concepto de imaginario, es desarrollado ampliamente por el filósofo francés Jean-Paul Sartre (1968), que lo describe tanto como la capacidad para producir imágenes, como el resultado alienante de identificación con ellas. Los imaginarios urbanos tienden a identificarse con una imagen determinada y racional de la ciudad, planificada por los urbanistas ortodoxos, la propaganda institucional o la publicidad comercial presentada bajo el apelativo “nuevo Bilbao”. En estos casos los imaginarios se muestran cargados de tópicos y clichés destinados a una ciudadanía consumidora, sumisa y pasiva, y al servicio de la promoción técnica-comercial orientados a la venta inmobiliaria, a las clases medias o al turismo como especies depredadoras de identidades locales, viejas o nuevas. Se marca un contexto de reapropiación capitalista de la ciudad, reconvertida en un producto idealizado y tranquilo. Este imaginario hegemónico permanece en conflicto con la pluralidad propia y heterodoxa de los imaginarios urbanos, manteniendo una pulsión constante con la cultura y los imaginarios propios de las clases subalternas o populares.

El proceso urbano bajo el capitalismo, desde la década de los 90 del siglo XX, se vale de la retórica de la creatividad y la cultura. Para dicho fin, además de la utilización de la arquitectura y el arte en el espacio urbano, se estimula el asentamiento de nuevas subjetividades portadoras del halo creativo en territorios en proceso de gentrificación. Esta operación estética urbanística, utilizada por la clase dirigente, deja ver la falta de un sólido proyecto productivo, es decir, las inversiones pasan por captar los flujos de capital extranjero bajo un mercado laboral flexible y subsumido a la competencia internacional. La compatibilización de lo local con los nuevos modos de vida y la comunicación global perdurará hasta que la tradición se agote. El nuevo Bilbao se erige encima de lo que fueron sus antiguos símbolos de desarrollo, como los astilleros en Abandoibarra, los Altos Hornos de Vizcaya en las zonas de Galindo y Ansio, escenarios de confrontación y testigos de la lucha de clases:

La memoria oculta de estas luchas, los lugares destruidos que han sido sustituidos por brillantes objetos arquitectónicos, supone un esfuerzo ideológico por privar a Bilbao del recuerdo de los acontecimientos históricos que han conformado su identidad en las últimas décadas, hacer de la ciudad un espacio sin historia, en un intento ridículo de lograr una mal entendida “armonía” social (Larrea y Gamarra, 2007: 17-18).

Pero todas estas transformaciones no solo se constituyen a partir de lo simbólico, sino que funcionan como motor de cambio económico, social y cultural. Lejos de presentar un modelo propio y original, que con tanta insistencia recuerdan las autoridades locales y sus medios afines –bajo las múltiples acepciones como el nuevo Bilbao, el efecto Guggenheim, el efecto Bilbao–, no es más que una adhesión a las políticas urbanas globales y neoliberales. La nueva imagen que proyecta debe ser sólida, a pesar de su rápida e incesante transformación, como nos recuerdan los artistas, docentes e investigadores bilbaínos Amaia Lekerikabeaskoa e Isusko Vivas:

(...) es crucial llenar cuanto antes los ‘huecos en el plano’ por los peligros del denostado ‘horror vacui’; como podía ser el plano inacabado del ensanche decimonónico. Nos encontramos ante la práctica de un urbanismo terriblemente veloz y ‘apresurado’ en el sentido contemporáneo que ha de responder a los clústeres de competencia y competitividad entre ciudades de similares escalas (Lekerikabeaskoa y Vivas, 2013: 11).

Como mencionan Amaia Lekerikabeaskoa e Isusko Vivas es necesario llenar y resignificar rápidamente el espacio urbano, la memoria aparece velada por los nuevos y brillantes edificios posmodernos y el arte público, que se emplazan sobre los testigos de un pasado reciente: desarrollo industrial, luchas sociales y acontecimientos históricos. La administración de una amnesia histórica programada es palpable, los símbolos que han conformado la identidad bilbaína desaparecen por todos los lados de la ciudad. El paisaje urbano vende, a través del marketing urbano, se produce por tanto una cosificación del paisaje, a través de la monumentalización y la “hiperestetización” del espacio urbano y de las arquitecturas.



Figura 2

Foto desde la avenida Zarandoa del canal de Deusto, antes de unirlo con la ría y de urbanizar sus márgenes en 2018 (Fotografía: Iñigo Varona Sánchez)

2.1. El efecto Guggenheim y su museo

El Museo Guggenheim Bilbao fue inaugurado el 18 de octubre de 1997 en la conocida como “Campa de los Ingleses”; pero ya en el Plan de Ordenación Urbana de 1989 se planteaba transformar aquel espacio. Un lugar estratégico que debía ser transformado eliminando todas las instalaciones industriales y logísticas. El Museo Guggenheim-Bilbao se convertiría en el buque insignia de la transformación urbana de la ciudad, –referente de éxito internacional de regeneración urbana– que fue precursor del inicio de una gran transformación que se expandiría desde Abandoibarra a todos los barrios e incluso a municipios limítrofes. A través de un “ca-

pitalismo asistido” (Delgado, 2010: 39) la administración municipal se compromete como diseñadora, garantizando los intereses privados y forjando grandes alianzas entre el sector público y el privado, haciendo realidad la utopía de los promotores inmobiliarios. El nuevo Bilbao se consolida gracias a grandes operaciones de transformación urbana, en los denominados *espacios de oportunidad*, zonas industriales o logísticas obsoletas integradas en la centralidad de la ciudad –como Abandoibarra, Ribera de Deusto, Zorrotzaurre entre otras– promovidas por consorcios público-privados como *Bilbao Ría 2000* y la gestora *Plan Zorrotzaurre*.

La construcción del museo Guggenheim respondió principalmente a una política económica, convirtiéndose en el precursor fundamental de la renovación total de la ciudad, cuyo fin fue y es convertirla en una metrópoli global de tamaño medio. Esta ha de ser competitiva tanto en el área cultural como en el de servicios avanzados y por supuesto atraer tanto al turismo como a corporaciones transnacionales y como apunta Arantza Rodríguez, economista y profesora de la Universidad del País Vasco:

Independientemente de los logros de la recuperación de Abandoibarra, el naufragio de la estrategia direccional revela la incapacidad del proyecto del “nuevo Bilbao” para impulsar una nueva centralidad económica en la ciudad (Rodríguez, 2018: s/p.).

El “efecto Guggenheim” se presenta como un mito y un modelo a imitar por otras urbes aspirantes a engrosar la lista de ciudades marca a escala global. Este paradigma de regeneración de una ciudad posindustrial en decadencia, produce beneficios económicos vinculados a nuevos negocios –sector servicios principalmente–, la construcción de infraestructuras –hoteleras, culturales y de transporte–, y por supuesto la construcción de viviendas acompañada por la propia urbanización del espacio. El discurso épico de recuperación de la ciudad discurre por todas partes, este es asimilado por la ciudadanía bilbaína como un triunfo, como parte de su identidad dentro de una sociedad que avanza, progresa y se construye continuamente.

Los museos se han convertido en el buque insignia de las industrias culturales, a través de un modelo de gestión neoliberal norteamericano y británico⁵, que en la capital vizcaína se inició con la inauguración del Guggenheim Bilbao, símbolo de la hegemonía cultural posmoderna. Por ello no debemos dejarnos seducir por su “brillo cultural”, ya que su construcción es producto de una política económica más que de una política cultural:

El reconocimiento de estas necesidades económicas se manifiesta en el apoyo institucional de todo tipo puesto a disposición del arte más nuevo, desde las fundaciones y subvenciones hasta los museos y otras formas de mecenazgo. De todas las artes, la arquitectura es la que se encuentra por su esencia más próxima a la economía, ya que, a través de concesiones municipales y los valores inmobiliarios, mantiene con ella una relación prácticamente inmediata: no hay que sorprenderse, por tanto, de encontrar el extraordinario florecimiento de la arquitectura posmoderna sustentado en el patronazgo de empresas multinacionales, cuya expansión y desarrollo son estrictamente contemporáneos de ella (Jameson 1995: 18).

La democratización de la cultura en el Guggenheim Bilbao pasa por atraer un público interpelado por la industria turística y a su vez atraído por la gran puesta en escena de la arquitectura posmoderna –la escenografía, el artificio, lo mediático y el simulacro–convertida en símbolo, que se eleva al punto de redefinir la ciudad entera. La catedrática e historiadora del arte Anna María Guasch y el antropólogo Joseba Zulaika en su libro *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao* (2007), afirman:

Los museos ya no compiten por sus colecciones, sino que son las ciudades las que están representadas por sus museos y pueden ser regeneradas por ellos. Y el Guggenheim demuestra también que es posible promocionar una ciudad entera más allá de crear una colección artística (Guasch y Zulaika, 2007: 17).

Zulaika describe cómo la operación llevada a cabo entre Thomas Krens –por aquel entonces director de marca Guggenheim– y el Gobierno Vasco, estuvo marcada por enormes concesiones de la administración pública en favor de Krens. El Gobierno Vasco tuvo que poner 20 millones de dólares sobre la mesa para empezar a trabajar, la negociación no fue transparente ni tampoco hubo opción al debate, fue impuesta unilateralmente. A pesar de ello el modelo de gestión del museo es mixto, público-privado y la inversión ha sido recuperada en un corto plazo de tres años según relata Juan Ignacio Vidarte, director del museo (Vidarte, 2004: 92). Zulaika

⁵ En el próximo capítulo veremos la influencia de las políticas culturales del gobierno británico a la hora de diseñar un plan de fomentar la creatividad y la cultura como generadores de crecimiento económico en Bilbao.

acuñó el término “krensificación” para referirse a la operación llevada a cabo por Krens con el museo Guggenheim Bilbao:

1) una franquicia global 2) que basa su estrategia en la política de la seducción y la apuesta 3) aprovechándose de la dinámica de la gentrificación y de la arquitectura emblemática entre las ruinas, 4) para obligar hábilmente a los medios a producir imágenes espectaculares que fomentan el deseo de los turistas, 5) que acuden atraídos por estridentes exposiciones que requieren algo más que obras de arte, 6) cosa que provoca toda clase de reacciones en el mundo artístico de la ciudad; 7) siguiendo además una política inmobiliaria promovida por los dirigentes locales, 8) lo cual traslada al museo la cultura neoyorquina de las casas de subastas, además de los altibajos de Wall Street (Guasch y Zulaika, 2007: 153).

La llegada del museo Guggenheim a Bilbao fue apoyada por grandes figuras del arte vasco, pero no fue celebrado por la mayoría de la comunidad artística vasca, generando cierto escepticismo y rechazo al modelo cultural que este representaba. Uno de los opositores más representativos fue el escultor Jorge Oteiza –tanto por motivos personales como políticos–, que peleó contra él hasta los últimos años de su vida y juró que jamás daría su consentimiento de exponer en el museo Guggenheim. Solo fue posible tras su muerte y gracias a un convenio con Juan Huarte –mecenas del artista y presidente de Fundación Museo Jorge Oteiza de Alzuza, en Navarra– realizar la exposición *Oteiza: mito y modernidad* con unas 140 piezas, comisariada por Txomin Badiola y Margit Rowell. A pesar de los esfuerzos de los políticos y directivos nacionalistas del Partido Nacionalista Vasco en presentar al museo como “vasco e internacional” el aspecto ideológico de lo vasco del museo, introduciendo obras de Chillida y Oteiza y algunos artistas vascos⁶ no se vio ejecutado e incluso intentaron reclamar el *Guernica* de Picasso. La operación de presentar al museo como “vasco e internacional” y de éxito a nivel mundial, pasa por el símbolo que representa, una visión de país que a través de una imagen demostró el prestigio de lo vasco.

El neoimperialismo o neocolonialismo cultural norteamericano, establecido por la corporación Guggenheim, busca difundir la propaganda neoliberal, la hegemonía cultural y su propio relato del proceso histórico. Pero el Guggenheim no tiene problema en asumir una crítica o un debate meramente cultural, sobre si es un museo espectáculo o su modelo franquiciado se acerca a la “MacCultura” (Lippard, 2007: 73). Su estrategia populista de familiaridad, espectáculo y homogenización propia de las atracciones turísticas, tanto a través de su edificio como de su colección está destinada a calmar la sed de cultura y establecer la hegemonía cultural americana sobre la europea:

Éste es el momento de llamar la atención del lector sobre algo obvio: a saber, que toda esta cultura posmoderna, que podríamos llamar estadounidense, es la expresión interna y superestructural de toda una nueva ola de dominación militar y económica (Jameson, 1995: 19).

El museo cada vez demuestra más su valor de espectáculo, presentándose en su “propia condición espectacular”, por ello no es de extrañar las actividades que acoge el museo como *Art After Dark* –programa nocturno de música y arte a ritmo de DJs internacionales– o los eventos que suceden a su alrededor como por ejemplo, *Red Bull Cliff Diving World*, competición de Saltos sobre la ría desde el puente de la Salve. Dentro de su estrategia espectacular y efectista, las esculturas que rodean el museo cumplen un papel fundamental: el *Puppy* de Jeff Koons, *Mamá* –araña– de Louise Bourgeois o la más extrema *Fuente de fuego* de Yves Klein, que literalmente son chorros de fuego que nacen del estanque trasero del museo. Esto supone ir más allá en la experiencia del museo, ya es prescindible acceder a su interior, el edificio se desborda para acercarse al espectador. Traemos aquí a colación las palabras del crítico de arte Hal Foster sobre los museos marca de arte contemporáneo:

La experiencia visual se traslada no solo a la forma exposición sino al edificio museo como espectáculo. Es decir, como una imagen que puede circular por los medios de comunicación al servicio de la marca propia y del capital cultural. Esta quizás sea la forma primordial del arte público hoy en día (Foster, 2004: 78).

Para concluir, señalamos que la recuperación de la Campa de los Ingleses, como se conoce a la explanada que hasta el año 2002 almacenaban contenedores TECO junto al museo Guggenheim, permitió liberar una extensión de terreno de 348.000 m² eliminando la estación logís-

6. Joseba Zulaika reconoce cómo el papel de los artistas vascos en activo dentro del propio museo es poco representativo, y poco difundido en el ámbito internacional, a pesar de que a algunos de ellos se les cuasi forzó a acudir a pasar un tiempo en Nueva York.

tica y otras naves industriales. Una oportunidad que se basó en recuperar un espacio industrial para las necesidades colectivas de la ciudadanía bilbaína, que como puntualiza el arquitecto e investigador Iñaki Uriarte:

Es un lugar que después de más de un siglo proporcionando enormes rendimientos económicos y redimido a costa del esfuerzo y trabajo de una sociedad con todas las servidumbres que originaron, merecía una consideración más socializante y no ser un espacio de especulación para obtener descomunales plusvalías. (...) La arquitectura, incluso siendo de buena calidad, no garantiza en absoluto por sí sola la mejora de las ciudades y un edificio, aunque sea emblemático, mucho menos. Es por lo tanto un error habitual, fruto de la ligereza de los análisis, confundir espectacularidad arquitectónica, sensacionalismo mediático, mercadotecnia y difusión con regeneración urbana (Uriarte, 2004, s/p.).

En el próximo apartado trataremos de recuperar algunas de las expresiones antagónicas más relevantes de la comunidad artística contra lo que supuso y supone la aceptación del modelo cultural del museo Guggenheim Bilbao.

2.2. El cuestionamiento del Guggenheim Bilbao desde el arte

A continuación, enumeramos una serie de proyectos o acciones artísticas que buscan confrontar o hacer una crítica explícita de lo que es y representa el museo Guggenheim Bilbao. Uno de los artistas más críticos y mediáticos, que se enfrentó a la política cultural y la construcción del Guggenheim, fue el escultor Jorge Oteiza. Este culpabilizó directamente a los gobernantes de destruir y desarmar la cultura vasca:

El Parlamento no ha recogido las denuncias y análisis responsables con los que debía haber condenado Guggenheim genocidio cultural la pura estafa euskodisney. Gobernantes analfabetos culturales, teólogos rebotados a la carrera digo a la carrera política como bandoleros. (...) Se alquila ahora este infortunado país nuestro, será para un turismo pobre (Oteiza, 2009: s/p.).

La recopilación y presentación de estos proyectos artísticos, viene motivada por la búsqueda de recuperar un arte crítico y comprometido, que impugne el modelo cultural dominante, en este caso representado por el museo franquicia. Hay que destacar que algunos de los proyectos que presentamos fueron censurados por parte del Guggenheim, como veremos no tolera ningún ataque y menos que se utilice de forma crítica la imagen del museo, que ya adelantamos, está registrada por la compañía.

En junio de 1994 los cuatro componentes del colectivo artístico autodenominado SEAC (Selección de Euskadi de Arte de Concepto), Beni (Juan Martínez Ilduya), Pepo Salazar, Natxo Rodríguez y Arturo Fito Rodríguez llevaron a cabo una acción o *performance* vinculada al museo. Se personaron en las obras de construcción de lo que iba ser el Guggenheim Bilbao con la intención de hacer una inspección, hablaron con los obreros, les retrataron fotográficamente y posteriormente se personaron en la caseta de la dirección de obra –delicadamente diseñada– vestidos con el equipamiento deportivo de la selección de Euskadi de fútbol. En ella se presentaron como miembros de dicha selección y fueron recibidos por Juan Ignacio Vidarte –director del museo– que les mostró maquetas y planos a la vez que iba respondiendo sorprendido a las preguntas –especialmente técnicas en términos artísticos o museísticos– que le esbozaban jugadores de fútbol. Como continuación de esta acción se presentó un breve texto, acompañado de 15 acciones o *performances* en 1996:

Las escenas cómicas solo duran un instante”. El minimalismo, transitoriedad y casualismo, –tres “técnicas” fundamentales en la obra de la SEAC– se definen también en uno de sus textos primerizos: “Frente al objeto, el valor de cambio, la colección y la especulación, la SEAC reivindica la idea de proyecto, la multiplicidad de historias, lo inmaterial y efímero como soporte (Marzo, 2016: 4-6).

En 1995 el colectivo SEAC volvió a la carga, pero esta vez llevando a cabo una obra colectiva contra el Guggenheim, una acción-videoperformance realizada frente al Palacio de Congresos Euskalduna, titulada GDB: goma de borrar y Guggenheim de Bilbao. En ella se vuelve a discutir y cuestionar la política cultural del museo, se repartieron entre los miembros del grupo y otros asistentes unas gomas selladas y numeradas acompañadas de unos folletos. El texto que esgrimía el folleto hacía una apología al uso de la goma de borrar como herramienta de creación, más que como simple corrector. Posteriormente los asistentes llevaron a cabo un test proyectado mediante diapositivas y concluyeron la acción dibujando una enorme silueta con la

forma del museo Guggenheim, en cuyo interior interpelaron al fundador de la franquicia Solomon Guggenheim escribiendo: *Salamón no molas*.

Frente a una G.D.B. oficial, que en base a exclusiones y a interpretaciones sesgadas comenta la 'historia', el SEAC propone un uso activo de nuestra (individual o colectiva) G.D.B. (la capacidad de organizarse es una cuestión de voluntad). G.D.B. para todos (Marzo, 2016: 9).

Otro artista que impugnó la construcción del museo, fue el escultor y profesor de la Facultad de Bellas Artes (Universidad del País Vasco) de Leioa, Xabier Laka, que trabajó a partir de la idea de *souvenir* –mercancía propia de la industria cultural-turística– con su obra *% 100 titaniko eta garden - 100% titánico y transparente*-. Este trabajo data de 1997, aunque según el escultor es una idea que tenía guardada y vio la luz coincidiendo con la inauguración del Museo Guggenheim Bilbao. La pieza se presentó en Bilbao en *Félix Likiniano Kultur Elkarte*⁷, haciéndose eco también en San Sebastián en la galería *Altxerri* bajo el título *Herriceberg* junto a otras piezas.

La pieza en *Likiniano* consistió en la exposición y venta de unas latas reproducidas en serie, la mitad opacas y la otra mitad traslucidas, todas ellas con el logotipo del Guggenheim, presentadas a modo de *souvenirs* del museo que está por venir. El artista elige la lata por el juego semántico que proporciona, al igual que los materiales, uno pesado –plomo– y otro ligero resina. Laka advierte cómo lo traslúcido se vuelve opaco, haciendo referencia al proceso de construcción del museo Guggenheim. Este fue un proceso de todo menos transparente, todo se gestó desde el secretismo y la desinformación para debilitar y minimizar la crítica por falta de datos como mencionamos a través de Anna María Guasch y el antropólogo Joseba Zulaika en su libro *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao* (2007). Hacer un museo o no, en caso de hacerlo cómo y qué contenido debe albergar ese debate ha sido secuestrado por el poder como menciona Laka en una entrevista en el periódico *Egunkaria*.

El poder ha intentado tapar en una huida hacia adelante toda su incapacidad política, económica y social. Y para intentar defender toda esa incapacidad ha utilizado métodos torpes. No han hecho el más mínimo esfuerzo por intentar convencer a nadie y después de hacer lo que han querido pretenden que estemos convencidos. Eso tiene un nombre: prepotencia. La cuestión es de qué forma se hacen las cosas. No dicen que la política está ligada a la ética, pero si quieres construir un pueblo lo que tendrás que hacer será inventar o hacer soñar al pueblo; lo que no puede ser es crear a tu antojo y al resto obligarles a soñar (Laka, 1997: 32).

También cabe mencionar que las latas de Xabier Laka son reproducciones por molde que como señala el historiador y crítico de arte Kirby Gookin, en su artículo "Copie y haga circular" (1997: 16-17), los múltiples son una forma de "arte público". Para Gookin las técnicas de reproducción permiten la manipulación o *hackeo* tanto de imágenes como de objetos, que pueden ser presentados, modificados o no. Posteriormente se puede mercadear con ellos, trabajando fuera de las fronteras tradicionales del arte y permitiendo al artista penetrar en otras esferas más cotidianas⁸.

Peor destino o suerte corrió la *Pasta Bilbao* del artista Fausto Grossi, una pasta alimenticia de diferentes sabores y colores elaborada junto a Victoria de las Heras Piña en el año 2000. Con la forma del Guggenheim y con la leyenda "Bilbao" inscrita, fue envasada en paquetes que esgrimían la frase "cuestión de pasta", siendo expuesta en la tienda de souvenirs y galería *Basandere* –en la calle Iparraguirre a escasos metros de la explanada del museo Guggenheim Bilbao–. La exposición se valió de estrategias publicitarias y de escaparatismo para el montaje, dentro de la tienda sobre una peana se erigió una pirámide de paquetes de pasta y junto a ella un paquete colgado del techo por un hilo que le hacía girar. El escaparate se intervino cubriéndolo parcialmente con papel de estraza, produciendo dos ventanas por las que se observaban: en una de ellas un paquete de pasta en movimiento sobre un tocadiscos y en la otra se mostraban delicada y elegantemente en una caja negra, sobre tres palitos, tres *macaroni* de la pas-

7. Espacio crítico a la cultura institucionalizada bilbaína en la calle Iturrubide 56, creado a principios de los 90 –tras el cierre del histórico *gaztetxe* del Casco Viejo ubicado en la calle Banco de España–, que constaba de librería, distribuidora de material alternativo, espacio de encuentro y debate, albergó jornadas y charlas con la intención de procurar un lugar de encuentro y trabajo entre las diferentes posturas ideológicas combativas de las izquierdas bilbaínas. El nombre del espacio que cerró sus puertas en 2006, hace referencia al histórico militante libertario guipuzcoano Félix Likiniano.

8. Si bien es cierto esta afirmación, la contrapartida es también la proliferación y el aumento de la producción de productos o mercancías por artistas bajo la lógica fetichista, más vinculada a lógicas de mercado y de consumo que a lógicas emancipadoras o socializantes.

ta Bilbao como si de joyas se trataran. La jocosidad y la crítica que profirió la propuesta de Fausto no tardó mucho en ser respondida por el equipo jurídico del museo Guggenheim Bilbao, siendo este amenazado y obligado a retirar su “pasta Bilbao” a riesgo de ser denunciado. Este conflicto llegó a hacerse eco en varios medios escritos como en el libro *Museum Highlights: The writings of Andrea Fraser* (2005), la artista y performer estadounidense Andrea Fraser menciona cómo el museo actúa en función del artista que procure una crítica hacia él. Mientras que a Fausto le penalizan, con ella hacen la vista gorda –en un par de párrafos explicamos la acción de Fraser– debido a su posición de artista de reconocimiento internacional con la acción que veremos a continuación.



Figura 3
Pasta Bilbao del artista Fausto Grossi, elaborada junto a Victoria de las Heras Piña en el año 2000
(Fotografía cedida por cortesía de Fausto Grossi)

La quimera de Fausto no quedó aquí zanjada, ya que con motivo de la feria Arco del año 2001 –cuyo país invitado fue el Reino Unido–, el artista italiano afincado en Bilbao realizó una acción sin permiso, buscando denunciar la política represiva y mercantilista del museo Guggenheim. Para ello, tras ser desplazado en dos ocasiones, desplegó un cartel de gran tamaño que enunciaba *Tomad y comed esta es mi pasta* y repartió paquetes de su controvertida Pasta Bilbao, acompañados de las copias de la carta amenazante de los abogados del Guggenheim Bilbao⁹. Respecto a la controversia de la *Pasta Bilbao*, el doctor y profesor de Comunicación Audiovisual de la Universidad del País Vasco, Gabriel Villota Toyo, hace la siguiente reflexión:

Si Grossi en efecto se hubiese inspirado en dicho edificio para moldear sus macarrones, ¿cuál sería el delito? ¿Acaso la imagen del Museo no forma parte, como el resto, del paisaje urbano bilbaíno, siendo por tanto susceptible de ser fotografiada, copiada, pintada, dibujada, moldeada o esculpida como el resto de edificios y arboles de nuestro entorno? ¿O se piensa la Fundación dedicarse a pleitear con cualquier pintor dominguero o fotógrafo aficionado que ose reproducir su imagen y luego –por qué no– venderla? ¿Con el dinero de quién se pagó ese edificio? ¿No se nos contó acaso que confiáramos que con esa inversión multimillonaria se reactivaría la economía local? ¿O se le olvido a alguien especificar la economía de quién? (Villota, 2002: 10).

En 2001 Andrea Fraser artista que trabaja desde la crítica institucional y el feminismo, es invitada por la productora bilbaína Connsoni para llevar a cabo un *performance* recorriendo el museo Guggenheim Bilbao. En ella interactúa con lo que le sugería la voz masculina de la audioguía del propio museo, la acción fue grabada en video y presuntamente sin permiso. Posteriormente fue editada bajo el título *Little Frank and his Carp* y acompañada de un texto, que posteriormente publicó en el 2003, “*Isn’t this a Wonderful Place?*” (*A tour of a Tour of the Guggenheim Bilbao*). En el artículo Fraser nos descubre el funcionamiento neoliberal del museo franquicia y cómo este se relaciona con el público. La concepción del arte contemporáneo, la arquitectura del propio museo y la muestra permanente busca abrumar al espectador mediante lo espectacular, la escala y el exceso que emana. Fraser a través de la acción-*performance*, su escenificación y reforzada por el relato de la audioguía hace un énfasis en dejarse embriagar por el discurso del museo:

A medida que miramos a nuestro alrededor notamos que todas las superficies de este espacio se curvan. (...) Dichas curvas son suaves, pero, dado su enorme tamaño, resultan poderosamente sensuales. No será difícil ver a alguien tocando los muros mientras sube las escaleras; incluso usted mismo se verá tentado a hacerlo. La atracción inmediata que ejercen estas superficies curvas no tiene nada que ver con la edad, la clase social o la educación” (Fraser, 2005: 240-241).

Fraser una vez más advierte cómo los espectadores son interpelados por la institución a través del espectáculo, la experiencia cultural acrítica, que dice diluir las diferencias de clase y hace alarde de un consumo rápido a través del espacio “sensual” del museo. La triada cultura, turismo y negocio, se hace explícita a través del efecto Guggenheim y el patrocinio público-privado. Gracias al reconocimiento y la trayectoria artística de Fraser, el museo no la sancionó ni le hizo retirar el video a diferencia del caso de Fausto y su pasta.

La última obra que presentamos arremetiendo contra el museo Guggenheim Bilbao es *Offensive*, un fotomontaje sobre una lona de 2.000 m² que fue colocada sobre un andamio en un edificio en obras en la calle Gran Vía de Bilbao. *Offensive* es una obra de los artistas Paul McCarthy y Mike Bouchet que ejecutaron con motivo de una exposición que ambos presentaron en Portikus 2014, Frankfurt. La lona llevaba impresa la imagen del museo invertida y retocada como si de un buque de guerra se tratase, con sus cañones y demás, una metáfora sobre la industria cultural con la industria armamentística expresiones del imperialismo americano. La lona sufrió la misma desdicha que la pasta de Fausto, no fue admitida por el museo y fue retirada a los pocos días de su colocación por las amenazas proferidas desde el consorcio Guggenheim a los artistas por utilizar la imagen-marca del museo. Hay que destacar como denunció el bilbaíno Ricardo Antón –artista y mediador miembro de *Colaborabora*– a través de un artículo, cómo la corporación Guggenheim no arremete contra la industria del *souvenir*, que mercadea con un sinfín de objetos folclóricos portando explícitamente la imagen del museo, pero si lo hace contra acciones artísticas que usan su imagen (Antón, 2014). Lo que pudieron desconocer o no los responsables del museo es que detrás de la autoría de la gran lona, dis-

9. Entrevista realizada a Fausto Grossi 9 de febrero de 2021 en el barrio de Rekalde, Bilbao.

puesta en los formatos publicitarios de las grandes marcas del capitalismo multinacional, se encontraban Paul McCarthy y Mike Bouchet. Ambos artistas expusieron con anterioridad en el interior del museo Guggenheim Bilbao dentro de la Colección Daskalopoulos (2011) y en la colectiva *Barroco Exuberante; de Cattelan a Zurbarán* (2013) como nos revela el crítico Peio Aguirre en el artículo *¿Censura o crítica institucional en el Guggenheim Bilbao?* (2014).

Es destacable cómo en los últimos años las críticas hacia el museo Guggenheim, por parte de las nuevas generaciones de artistas y de la comunidad cultural vasca es casi inapreciable respecto a la oposición y la controversia que generó dicho museo-franquicia en el pasado. Algunas de las estrategias de seducción del Guggenheim para evitar las críticas pasan por sus programas de becas a artistas emergentes¹⁰ y por otro lado la tímida inclusión de artistas vascos reconocidos y activos dentro del museo.

La producción artística local, lejos de beneficiarse de la nueva situación, ve cómo esos contenedores se rellenan con exposiciones enlatadas itinerantes que atraen grandes masas de visitantes que rentabilizan la inversión. Esta cuestión deriva en un modelo de ciudad, que sustituye los elementos identitarios característicos de cada lugar por otros globalizados que bien podrían pertenecer a otras ciudades de otros países. (...) Mientras, los artistas locales agotan los limitados circuitos de distribución domésticos y no pueden tener más aspiraciones por no existir una red de exhibición-distribución que llegue más allá del público local (Lauzirika y Rodríguez, 2014: 43).

Estas son algunas claves de cómo una amplia mayoría de la esfera pública del ámbito cultural o artístico permanece a merced de las lógicas neoliberales y dista mucho de luchar o trabajar hacia una esfera pública contrahegemónica. No son pocos los escenarios subversivos y políticos alternativos dentro del territorio bilbaíno, arraigados y sostenidos gracias a la existencia de una fuerte cultura popular combativa y autogestionada. Hasta ahora parece complicado articular un compromiso y una complicidad colectiva por parte de los artistas en construir un arte emancipador que fomente la crítica, la producción de subjetividades políticas o alianzas con espacios culturales combativos. Las propias condiciones de producción, reproducción y distribución del arte, se basan en carreras profesionales individuales, competitivas, aderezadas de amplias dosis de entusiasmo, emprendizaje y autoexploración. Dentro de la construcción de la nueva esfera pública burguesa, se erige un sujeto social que destaca por encima de todos, como fuerza productiva-consumidora ejemplar, la clase creativa del “nuevo Bilbao”.

3. ALGUNOS PROTAGONISTAS DE LA TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO URBANO BILBAINO

El proyecto de revitalización del Bilbao Metropolitano es acometido por la Asociación Bilbao Metrópoli 30 –creada en 1991–, encargada de acometer proyectos estratégicos de planificación, estudio y promoción urbana sin fijar unos límites geográficos. Esta entidad aglutina entre sus socios instituciones públicas –Gobierno Vasco, Diputación Foral de Vizcaya, Ayuntamiento de Bilbao, otros ayuntamientos de municipios colindantes, la universidad pública vasca Universidad del País Vasco y museos, entre otros muchos– y un gran número de organizaciones de la sociedad civil como bancos, patronal, empresas transnacionales, instituciones y asociaciones privadas, y medios de comunicación.

Bilbao Metrópoli 30 es el organismo encargado de trazar el plan estratégico de la ciudad, abarcando ámbitos como el económico, el político y el cultural, bajo una marcada perspectiva neoliberal que busca construir una ciudad atractiva y competitiva, que atraiga inversión y facilite el desarrollo económico¹¹. Para ello es necesario promover una ciudadanía obediente, cívica y comprometida con su progreso. *La estrategia* es el nombre elegido por esta entidad, para el

10. Véase <https://www.guggenheim-bilbao.eus/empleo-y-practicas/basque-internships> (consultado el 19 de marzo de 2021).

11. Asociación que diseña el plan estratégico para la revitalización del Bilbao que definió ocho temas vitales como: 1. Recursos humanos, 2. Metrópoli de servicios avanzados en una moderna región industrial, 3. Movilidad y accesibilidad, 4. Regeneración medioambiental, 5. Regeneración urbana, 6. Centralidad cultural, 7. Colaboración público-privada, 8. Acción social. Esto se implementó en diferentes fases: primera 1991-2000 fase de las infraestructuras: ambiciosa renovación que debiera abarcar todo el bajo Nervión; segunda 2001-2015 fase de valores: implementar a largo plazo la innovación, la profesionalidad, la identidad, la comunidad y la apertura al exterior; y la tercera 2015-2035 la búsqueda del nuevo paradigma basado en dos triángulos que soporta, descritos desde la base a la cúspide: el primero: valores, visión, misión; el segundo: objetivos, variables clave, principios de actuación. Para más información véase <https://www.bm30.eus/wp-content/uploads/2017/09/RE-BM2035-ES.pdf>.

proyecto presentado en el museo Guggenheim Bilbao en el año 2001 presidido por el *Jendakari* Juan José Ibarretxe, en el que se contemplaba los elementos básicos del gran plan. Una de las máximas fue la consolidación a futuro del reconocimiento de Bilbao como una metrópoli que destaque a nivel mundial y enmarcada dentro de la sociedad del conocimiento. Se ve necesario potenciar y atraer a personas con liderazgo, potenciar actividades económicas con alto valor añadido, innovadoras y creativas y hacer de la ciudad un lugar habitable que atrajera a estos nuevos habitantes, al turismo y a las inversiones empresariales. Crear una ciudad para la innovación, el conocimiento y la cultura que estimule el desarrollo económico y la revitalización urbanística, algunos ejemplos son las grandes operaciones urbanísticas de Abandoibarra y Zorrotzaurre, dirigidas a convertir la ría en el eje vertebrador de la ciudad. Como colofón se invita a la higienización, la limpieza y la “decoración del espacio urbano” que ayuden a implementar la imagen corporativa de Bilbao (Garrido, 2004: 36-38).

Lo que busca la pretendida estrategia es posicionar a Bilbao dentro de un eje Atlántico europeo, como metrópoli de tamaño medio y una de las de mayor crecimiento económico del sur de Europa. Se adapta de forma ortodoxa a las nuevas necesidades económicas bajo los parámetros de lo que debiera ser una ciudad global: competitiva, atractiva, abierta, moderna, cultural y creativa. Esto implica dar una visibilidad de cara al exterior, de imagen sólida controlada y gestionada cuasi como un producto, bajo parámetros y herramientas propias del *marketing*. No es de extrañar, que en uno de los foros organizado en 2001 por *Metrópolis-30*, entre los ponentes estrella estuviera Anthony Giddens, sociólogo y asesor del ex primer ministro Británico Tony Blair y precursor de la *Tercera Vía* (Marzo, 2021).

En el año 1997 con la llegada al poder en Reino Unido de Tony Blair las industrias culturales ocuparon un lugar predominante y el gobierno británico diseñó un plan de estímulo económico, por el que la creatividad y la cultura se convierten en motores de crecimiento. Inauguraron un proceso que supuso la privatización de las actividades culturales abriéndose a la economía de mercado, que hasta ese momento dependían mayoritariamente de ayudas estatales. Se implementó la figura del emprendedor como mediador de flujos culturales, y su figura se ensalzó:

El emprendedor debe saber detectar dónde se generan nuevos lenguajes, nuevas tendencias, nuevos movimientos culturales y nuevos saberes para capturar las redes heterogéneas de conocimiento y empaquetarlas en objetos culturales concretos (Rowan, 2016: 29).

Este modelo de industria cultural es el que busca implementar la clase dirigente en la capital vizcaína –parecería un intento por recuperar los antiguos vínculos históricos y económicos entre bilbaínos e ingleses–, abrazando las dinámicas de la globalización neoliberal, la desregulación de las relaciones productivas y la glorificación de la figura del emprendedor como nuevo sujeto productivo. Dicho modelo fomenta e implementa en Bilbao unas políticas culturales que los productores artísticos y culturales deben asumir.

Para abordar la gran transformación física del territorio, es necesario la cooperación y colaboración entre las diferentes entidades propietarias de las grandes superficies de suelo, tanto públicas-estatales –Ministerio de Fomento, Renfe, Adif, Autoridad Portuaria– como las administraciones vascas –Gobierno Vasco, Diputación de Vizcaya, Ayuntamientos de Bilbao y Barakaldo–. En 1992 se configura la sociedad anónima de capital público *Bilbao Ría 2000*¹², que es la encargada de facilitar la toma de decisiones de las grandes operaciones urbanísticas en la recuperación y transformación del espacio urbano. Un modelo de gestión urbana que parte del sector público, pero parece emular la gestión privada, buscando oportunidades de inversión y rentabilización recuperando plusvalías. Los grandes proyectos urbanísticos estratégicos dan lugar a los lugares emblemáticos y simbólicos del nuevo Bilbao, desde infraestructuras y equipamientos –de servicio público o privado, o público privado– a edificios de viviendas, que dirigen el desarrollo hacia la ciudad deseada. Para llegar a estos fines los medios no suelen ser muy transparentes, eludiendo la participación ciudadana o escenificándola bajo un todo ya decidido, como por ejemplo el proceso participativo sobre la revisión del Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao de junio de 2016 a mayo de 2017. La apuesta por ciertos espacios se dirige a revalorizar, unos, frente a otros, fomentando el desarrollo desigual y potenciando los procesos de gentrificación a lo largo de toda la ciudad.

12. Véase <https://www.bilbaoria2000.org/>

Para comunicar la nueva ciudad, las instituciones públicas y privadas se valen de los medios de comunicación afines –algunos de ellos miembros de *Bilbao Metrópoli 30*– dando cobertura y escribiendo artículos o reportajes con un claro fin propagandístico, que ayuden a difundir y afianzar un discurso a favor de su gestión. Desde medios de prensa, radio, televisión o en la red muestran la superación del modelo de ciudad moderna industrial en favor de una nueva ciudad de éxito internacional, obviando los problemas sociales y la desigualdad. Entre las publicaciones existentes, cabría destacar la revista divulgativa de la sociedad *Bilbao Ría 2000*. En ella se fija explícitamente los elementos discursivos de la transformación urbana, acompañados de las imágenes resultantes de las operaciones ejecutadas en el entorno construido, con la finalidad de reescribir la imagen de la ciudad (González, 2000: 491-506). La narrativa utilizada se acerca a lo épico, especialmente cuando se relata el derribo de edificios, la eliminación de fronteras urbanas –vías ferroviarias, puentes, zonas industriales– y la recuperación de barrios degradados en favor de la construcción de espacios de calidad recuperados a los reductos de la fría, oscura y gris ciudad industrial. La configuración de estos nuevos espacios permite generar nuevas centralidades, en supuesto favor para el beneficio de la ciudadanía, obviando las grandes operaciones de especulación y exclusión que los acompañan. Se presenta el paisaje heredado del desarrollo industrial como nocivo y excluyente, que usurpa el valor de uso a la ciudadanía y debilita o frena el desarrollo social o económico de la sociedad actual. Lo feo, lo contaminante, la ruina, lo industrial es derrotado en favor del ocio, la cultura y las zonas verdes. Todo ello se muestra en reportajes monográficos acompañados de una descripción narrativa y visual, presentando los hitos de las grandes operaciones urbanísticas que recuperan con heroicidad la ciudad de Bilbao.

Aquí hacemos un breve inciso, para trazar un paralelismo recordando el alto valor simbólico y estético de las imágenes resultantes por la destrucción de monumentos, edificios o estatuas, tanto en el siglo pasado como en el presente, que refleja el derrocamiento de un régimen o la pérdida del poder político en diversos contextos. Por otro lado, recordamos que la construcción de monumentos está dirigida a redescibir la historia o eliminar cualquier vestigio incómodo o contrario al discurso hegemónico. Esto es claramente lo que se está acometiendo en la ciudad de Bilbao en diferentes escenarios a través del urbanismo, la arquitectura posmoderna y el arte en el espacio urbano. Un ejemplo paradigmático que aglutina la acción de derribo y construcción de monumentos son los sucesos de la “semana sangrienta” de la comuna de París de 1871. En un primer momento se acometió el derribo de la columna *Vendôme*, construida por Napoleón III como símbolo del triunfo de la revolución y la derrota del poder autoritario. Tras la derrota de la comuna, años después en 1873, se construyó la basílica del *Sacre-Coeur* en la cima de la colina *Montmartre*. En dicho lugar fue donde se inició la revolución de la Comuna de París, la basílica fue edificada en el mismo lugar buscando resignificar el espacio bajo el triunfo del conservadurismo religioso y como herramienta “para expiar los pecados pasados cometidos durante la Comuna”. El edificio se erige como símbolo de la brutal represión del gobierno de la época, que en la actualidad parece velado ya que por encima de todo es un monumento de destino inevitable para el turismo.

Otro hecho histórico que comunica la derrota de un régimen y el cambio de ciclo económico, social y político, con la destrucción de monumentos –en este caso registrado desde las artes cinematográficas–, es la escena sobre el derribo de la estatua del zar Nicolás II de Rusia, en la película *Octubre* (URSS, 1928) de Serguéi Eisenstein. En ella el cineasta soviético registra y analiza la imagen del poder a través del monumento al zar. La escena transcurre con una multitud dirigiéndose a una plaza donde se erige el monumento, este es derribado de su pedestal con una maraña de cuerdas por el pueblo. Eisenstein trabaja la película moviéndose entre dos polos: por un lado, la multitud de personas y el espacio real con el que representa la Revolución y por otro la ideología y los espacios formales del enemigo por medio de estatuarias. A Eisenstein no le interesa la escultura como reproducción de una imagen, sino desde su capacidad a la hora de simbolizar ideas y actitudes, para él, la escultura y el arte es principalmente ideología, es decir una superestructura desde la teoría marxista.

La recuperación de los espacios urbanos bilbaínos es generalmente mediatizada en tono épico, contribuyendo a la mejora en algunos aspectos de la calidad urbana, evidentemente, pero lo que cuestionamos aquí es el desarrollo desigual y la neoliberalización encubierta. Como nos advierte el geógrafo marxista Neil Smith el desarrollo desigual es central para el capitalismo. Esto genera la reestructuración espacial y el espacio convertido en medio de producción, “la renta del suelo juega el papel fundamental de mediación en la diferenciación geográfica del

espacio urbano” (Smith, 1984), bajo una dicotomía de las rentas altas del centro, frente a las rentas bajas del suelo en la periferia. A la hora de tasar dicha renta entran factores como sus propiedades: tamaño, uso del suelo, orografía del terreno; y su relación con infraestructuras o lugares: centro urbano, medios de transportes, instalaciones y servicios. La recuperación de dichos espacios pasa por su recapitalización, es decir, pasar de una devaluación inicial a un aumento sustancial de la renta potencial de uso, esto hace posible su gentrificación y su regeneración.

4. APROXIMACIÓN AL NUEVO ESPACIO URBANO BILBAÍNO A PARTIR DE SUS MONUMENTOS

La construcción del nuevo espacio urbano bilbaíno como acabamos de mencionar en el apartado anterior, se vale de resignificar los lugares simbólicos del pasado reciente. En esta operación se busca vaciar de significado y eliminar los vestigios del pasado reciente que puedan recordar la convulsión y la conflictividad de una sociedad inmersa en un conflicto de clases explícito e intenso como en las últimas décadas del siglo XX en la capital vizcaína. El paisaje revela las viejas y nuevas formas de acumulación que desde una mirada sensible y un análisis materialista nos permite analizar el proceso histórico a partir de las arquitecturas y el arte en el espacio urbano.

4.1. La arquitectura y las infraestructuras culturales

Fredric Jameson en su ensayo *El posmodernismo o la lógica del capitalismo avanzado* (1984) identifica la integración de la producción estética en la producción de mercancías. Este tipo de producción recibe apoyo institucional por diferentes vías como subvenciones por entidades públicas o privadas, centros culturales o museos que estimulan generar todo tipo de arte nuevo. La economía en la posmodernidad necesita una continua reproducción de géneros novedosos, la innovación y la experimentación estética. Jameson observa la primacía del espacio dentro del marco categorial de la concepción posmoderna, destacando el papel de la arquitectura en el cambio cultural del capitalismo tardío (Jameson, 1995 edición manejada). Nosotros añadiríamos además el arte en el espacio público como otra herramienta fundamental en dicho cambio.

La teórica y crítica de arte Rosalyn Deutsche considera el espacio como reflejo de las relaciones de poder, “está en la agenda política como nunca lo había estado antes” (Deutsche, 2001: 55). El espacio se despliega mediante su producción-reproducción, territorialización-desterritorialización, construcción-destrucción.

A continuación, abordaremos el análisis crítico de algunos de los símbolos del “nuevo Bilbao” ubicados en el espacio urbano, e identificados dentro de lo que se reconoce institución arte: ya sean arquitecturas, esculturas o monumentos a intervenciones relacionadas más con el denominado *street art*. Como ya hemos advertido en varias ocasiones la construcción o redefinición de “edificios singulares”, abre un ciclo de fetichización del espacio urbano y su consolidación como producto, referido a ello David Harvey afirma:

El hecho de que la arquitectura posmoderna se considerase asimismo como ficción y no como una función parece ser más que pertinente a la luz de la reputación de los financieros, los agentes inmobiliarios y los especuladores que organizan sus construcciones (Harvey, 1998: 128).

Sobre su aspecto formal este tipo de arquitecturas o bien son símbolos o pretenden funcionar de modo simbólico, especialmente las que se engloban dentro de lo reconocido como arquitectura posmoderna. La arquitectura y el diseño urbano en la época del desarrollismo¹³ se basaba en una planificación a gran escala del conocido como Gran Bilbao¹⁴, el espacio era racional, funcional y la arquitectura austera y despojada de ornamentos, exceptuando los estilos regionalistas de los años previos a la guerra civil. Sin embargo, el posmodernismo actual

13. Período de crecimiento económico a partir de 1960 durante la dictadura franquista que basó su desarrollo en la industria, el sector servicios –principalmente el turismo– y un gran proceso urbanizador que estimuló el mercado inmobiliario.

14. Término que surgió como unidad administrativa regional en la época franquista, con el plan comarcal de 1964, coordinaba territorialmente y estructuraba comarcalmente Bilbao junto a todos los municipios. Se convirtió también en una política urbana del desarrollismo, cuya premisa era “cuanto más crecimiento demográfico y urbano, mejor” que improvisaba en función de la llegada de inversores.

profesa un tejido urbano desfragmentado y descentralizado, e incluso en ocasiones efímero: arquitecturas o espacios temporales, y arquitecturas en las que se superponen “estructuras modernizantes”¹⁵ sobre edificios más antiguos a modo de *collage*.

Desde el Guggenheim de Frank Gehry a la futura ampliación de Museo de Bellas Artes, proyectada por Norman Foster, son edificios emblemáticos de la ciudad de Bilbao que funcionan y funcionarán como significantes propios de la ruptura entre la forma y la función. Respecto a dicha ruptura el filósofo esloveno Slavoj Žižek comenta:

El vínculo entre la forma y la función queda cortado, no hay ninguna relación causal entre ambas; la forma ya no sigue a la función, la función ya no determina la forma y el resultado es la estetización generalizada. Esta estetización alcanza su clímax en los centros de artes escénicas contemporáneos, cuya característica es el espacio vacío entre la piel y la estructura (Žižek, 2012: 271).

La ruptura entre la forma y la función, según Žižek, da como resultado la estetización de la arquitectura que alcanza su mayor expresión precisamente en los centros de arte. Fredric Jameson califica a la arquitectura posmoderna como una suerte de “populismo estético tal y como sugiere el propio título del influyente manifiesto de Venturi y Brown, *Aprendiendo de Las Vegas*” (Jameson, 1995: 12). Jameson reconoce el mérito a este tipo de arquitecturas por acontecer en ellas una de las características determinantes del posmodernismo cultural, la ruptura entre la alta cultura y la cultura comercial o de masas. Retomando a Žižek, realmente lo que condensa este tipo de edificaciones es un mensaje cifrado de la ideología dominante. La jerarquía claramente definida por distinciones de clase, a pesar de querer mostrarse como democráticas y accesibles es precisamente “el populismo antielitista en la arquitectura el modo de aparición de su opuesto, el de las diferencias de clase” (Žižek, 2012: 271: 283).

En repetidas ocasiones Žižek señala que la arquitectura posmoderna representa la desregulación de la propia disciplina, en la que el pastiche globalizado recurre a un historicismo radical anclado en un presente sincrónico. Esta noción de pastiche se puede ver en algunos de los edificios emblemáticos del nuevo Bilbao, en torno a la plaza Euskadi en Abadoibarra, como el edificio de viviendas *Artklass* de los arquitectos Robert Krier, Marc y Nada Breitman o el centro comercial *Zubiarte* de Robert Stern. Pero sin duda un ejemplo de pastiche, que nos atañe más debido al tipo de uso que tiene como infraestructura cultural –biblioteca, mediateca, salas de exposiciones– y de otros servicios como cines, restaurantes, bares, una tienda de diseño, un gimnasio e incluso una piscina es el Azkuna Zentroa Alhóndiga Bilbao. Fue un antiguo almacén de vinos construido por el arquitecto Ricardo de la Bastida en 1909 reconvertido en Centro de Ocio y Cultura Alhóndiga (2010) diseñado por Phillippe Starck, que pasó a renombrarse en 2015 como Azkuna Zentroa –en homenaje al fallecido alcalde *jeltzale* Iñaki Azkuna– y a partir de 2019 es redefinido como Centro de Sociedad y Cultura Contemporánea Azkuna Zentroa-Alhóndiga Bilbao. La intervención en el antiguo almacén proyectada por Starck, comporta el mantenimiento de la fachada exterior, pero vaciando el interior del edificio –una práctica muy extendida en la arquitectura posmoderna y propia de las estructuras modernizantes comentadas anteriormente– construyendo en su interior tres cubos exteriormente forrados de plaqueta de ladrillo y un levantamiento de una altura por encima del edificio original, todo ello sostenido por 43 columnas de diferentes estilos. Destaca el amplio atrio de entrada con una gran pantalla luminosa que proyecta un sol que ilumina su interior, y el uso de dicho espacio que simula una gran plaza cubierta que alberga diversas actividades ya sean públicas o privadas. Hay que mencionar la existencia de otro proyecto de intervención previo sobre el viejo almacén, en este caso diseñado por los arquitectos Francisco Javier Sáenz de Oiza, Daniel Fullaondo y el escultor Jorge Oteiza que daría a lugar al Centro Cultural Alhóndiga de Bilbao. Para un completo estudio del caso cabe mencionar la publicación de Iskandar Rementería –investigador, músico y docente de la Universidad del País Vasco, *Proyecto no concluido para la Alhóndiga de Bilbao. Una propuesta sobre la estética objetiva de Jorge Oteiza como método de investigación* (2012).

15. Palabra que nosotros designamos referido a la colocación de fachadas ventiladas, sistema SATE –sistema de aislamiento térmico (de) por el exterior– con un fuerte protagonismo estético posmoderno con materiales de colores llamativos, asépticos o cristal y acero, utilizados en la construcción de nuevos edificios o sobre uno ya existente bajo criterios dudosos de conservación. Dicha preservación de arquitecturas se reduce a la preservación de elementos singulares como fragmentos de la fachada, los dinteles de entrada o simplemente la estructura del edificio para posteriormente ser o parasitados por estas estructuras modernizantes o superponiéndoles nuevas alturas.

Este centro cultural no ejecutado, compitió frente al Guggenheim Bilbao como proyecto estratégico que marcaría el cambio de rumbo de la ciudad, habiendo grandes diferencias entre ambos modelos. Entre 1988 y 1989 se produjeron las gestiones para la creación de un museo de arte contemporáneo. Los investigadores, docentes y artistas Isusko Vivas y Amaia Lekeri-kabeskoa en su artículo *Bilbao Blade Runner* (2014), advierten que la decisión de elegir un proyecto frente a otro se decidió en términos estratégicos, entre Bilbao como capital de Euskadi o en colocar a Bilbao en el mapa del mundo. La elección pasó por la creación de un museo de arte vasco en el antiguo almacén de vinos modernista ya integrado en una trama urbana consolidada o la construcción de una franquicia-museo de arte como el Guggenheim. La elección de este último –una firma internacional– reactivaría por completo una enorme superficie de terreno industrial, transformándolo en una nueva centralidad de la ciudad y en un espacio de oportunidad inmobiliaria, que estimularía una operación económica y urbana sin precedentes. No es casual por tanto la elección de un modelo frente a otro, el Guggenheim Bilbao de Thomas Krens, Frank Gehry, Richard Serra y Jeff Koons –entre otros– o el proyecto del Centro Cultural Alhóndiga Bilbao de Jorge Oteiza, Javier Sáenz de Oiza y Juan Daniel Fullaondo. El proyecto de la Alhóndiga respondía a una concepción del arte cercana a Oteiza y a la Nueva Escultura Vasca bajo parámetros distintos e incluso antagónicos:

En una época en la que la cultura y los fenómenos estéticos potencian cada vez más aquellos aspectos alienantes para el sujeto denunciados por Oteiza, estos artistas reconocerán en el arte, y su deseo de que éste influya en la vida de forma positiva, una herramienta capaz de desarticular los mecanismos de representación de los medios de masas y de la industria cultural (Rementeria, 2017: 251).

El Centro Cultural Alhóndiga de Bilbao fue una propuesta tardo-moderna de un espacio cultural que albergaría además del museo de arte vasco, un Instituto de Investigaciones Estéticas, la Biblioteca Foral, el conservatorio y una casa de cultura que hacía frente a una propuesta como el Guggenheim que representaba a la industria cultural neoliberal posmoderna (Rementeria, 2017). La llegada del Guggenheim Bilbao junto a sus gestores y artistas estrella, hizo aterrizar las políticas culturales, sociales y económicas del neoliberalismo. La opción del Guggenheim Bilbao se dirigía claramente a una rentabilidad económica, urbanística y política, basada en la atracción del turismo y la publicidad, más que a una apuesta comprometida con la cultura y el arte. El desembarco de esta franquicia cultural norteamericana conlleva aparejada una clara apuesta por una gestión cultural neoliberal, con tintes nacionalistas que consolida el modelo público-privado bilbaíno.

Desde la década de 1990, había sido icono de la remodelación urbana, en buena medida gracias al “éxito” del paciente cero de la regeneración creativa e impulsada por la cultura: el museo Guggenheim de Bilbao. Pero, más que limitarse a estimular la gentrificación con sabrosos proyectos emblemáticos, se convierte en vehículo para la corporativización del conocimiento público.

Los museos, las galerías y las bibliotecas modernas tenían la combinación adecuada de intelectualismo, diversidad cultural y encanto de la vieja escuela para atraer a estos tipos de ataduras, ágiles y enérgicamente creativos. Así pues, cuando se redujo la financiación de estas instituciones a través de las medidas de austeridad, tuvieron que recurrir a los acuerdos de patrocinio y a los filántropos para solucionar sus problemas de financiación (Mould, 2019: 113-114).

Se abre pues un cambio de ciclo cultural que destruye los símbolos que configuraban la identidad bilbaína e incluso vasca hasta el momento, tachándolos de obsoletos o negativos y adoptando unos nuevos imaginarios vinculados al progreso y la innovación del posmodernismo. Todo vestigio del “pasado” debe ser eliminado tanto del paisaje como de la sociedad, ya sean cosas más concretas como barriadas, edificios, actividades industriales, o cuestiones más abstractas como la lucha de clases, los conflictos laborales, la desigualdad, los movimientos sociales y la cultura combativa. El pueblo vasco y en concreto la ciudadanía bilbaína siempre ha destacado por una fuerte cultura popular, muy comprometida con la lucha social, la autogestión y los movimientos emancipadores.

4.2. El arte en el espacio urbano bilbaíno

Una vez mencionados algunos de los casos más relevantes de arquitecturas o infraestructuras culturales que jerarquizan y resignifican física o simbólicamente el espacio, vamos a citar algunos casos que operan igual, pero desde el arte ubicado en el espacio urbano. Las nuevas

centralidades del nuevo Bilbao además de infraestructuras, equipamientos y nuevas viviendas de diseño, recurren al emplazamiento de monumentos ya sean reconocibles como esculturas u otro tipo de dispositivos artísticos como murales y obras cercanas al *street art*. Su ubicación en los espacios “regenerados” contribuyen a la producción de un espacio urbano, estetizado, limpio y modernizado que es ordenado a partir de una tabula rasa casi total. En Bilbao proliferan este tipo de obras artísticas, como por ejemplo en Abandoibarra y su paseo de esculturas diseminadas, o todas las esculturas instaladas –o “dejadas caer”– a lo largo de los márgenes de la ría. Estas a su vez compiten con las arquitecturas de arquitectos marca, con el equipamiento mobiliario de carácter monumental –que funcionan como creación de ambientes– e incluso con algunos vestigios del pasado marítimo plastificado (Vivas, 2013). Todo ello se muestra como un batiburrillo o pastiche de diferentes expresiones artísticas o culturales, que se sobreponen unas a otras compitiendo entre ellas. Debido a la saturación y el exceso se anulan unas a otras, al respecto de ello el antropólogo Manuel Delgado comenta:

La instalación de piezas de arte en espacios públicos ha querido servir para paliar por la vía ornamental las carencias de legitimidad simbólica. Nos encontramos de este modo ante lo que podríamos llamar artistización de las políticas urbanísticas, es decir, producción de efectos embellecedores del espacio público que han sido demasiadas veces puro maquillaje destinado al autoenaltamiento de las instancias políticas o empresariales que han hecho el encargo o a ocultar fracasos estructurales, cuando no ambas cosas a la vez (Delgado, 2002: s/p.).

Es a partir de los años 70 del siglo XX cuando la escultura comenzó a ocupar el espacio urbano con los medios físicos, materiales y conceptuales propios de la arquitectura, se produce una relación más que evidente entre ambas. En un principio ha existido una subordinación de la escultura a la arquitectura, colocándose una junto a la otra, pero en muchas ocasiones no se produce una simbiosis y estas experiencias tienden a fracasar. Maderuelo identifica este problema en afirmaciones como las que realiza el arquitecto Robert A. M. Stern:

En mi opinión esta generación de artistas no comprende la escala pública de los edificios; se limitan a coger pequeñas maquetas y ampliarlas (Wines, 1987: 62).

Esta operación parece aplicarse en muchas de las esculturas esparcidas en los márgenes de la ría de Bilbao en estas últimas décadas, que antes nos hemos referido a ellas como “dejadas caer”, ya que para nada se ha tenido en cuenta una colaboración entre el escultor, el urbanista y estos a su vez con el espacio donde se emplazan. Parece reproducirse en muchas ocasiones una lógica de rellenar los “huecos libres” y con esta operación se ha buscado diferentes fines: dotar de significado a espacios que carecían de ello, como paliativo para ocultar fracasos estructurales de operaciones urbanas, casos puramente especulativos o sobrecargar y centralizar los recursos estéticos en un escenario urbano determinado. Estas operaciones consisten mayoritariamente en la instalación de esculturas o la realización de murales en diferentes territorios del espacio urbano bilbaíno, que en muchos casos permanecen en proceso de transformación urbanísticas-especulativas. Uno de los casos más explícitos en la utilización fraudulenta del arte vinculada al sector inmobiliario se dio en el año 2013, cuando fueron retiradas varias esculturas en dos espacios de referencia en lo que se refiere al urbanismo del nuevo Bilbao.

Una de ellas la escultura de Eduardo Chillida *Buscando la luz IV*, ubicada entre las famosas Torres de Isozaki en Abandoibarra y otras dos esculturas del norteamericano Richard Serra, ubicadas en el exterior del Museo de Bellas Artes, *Monumentum* y *New Unión*. El motivo de su retirada fue la puesta en venta por parte del grupo inmobiliario y hotelero Urvasco –constructora de hoteles y viviendas incluidas las propias Torres Isozaki– propietario de estas esculturas ubicadas en el espacio público, que debido a la quiebra de su empresa tuvo que liquidarlas. La escultura de más de 8 metros de Eduardo Chillida fue subastada por la casa *Christie’s*, batiendo un propio récord de precio de obra del autor donostiarra y las dos esculturas de Richard Serra fueron recompradas por el propio autor (Cirilo, 2013).

A partir del proceso de resignificación o limpieza del paisaje urbano –de todo vestigio del pasado industrial y lo que ello supone como ya hemos comentado– por medio del arte, presentaremos a continuación varios casos que nos permiten constatar las afirmaciones e ideas esgrimidas hasta el momento. La primera de ellas es la intervención llevada a cabo, en el conocido como Puente de La Salve y oficialmente nombrado como “Príncipes de España” –puente proyectado por el ingeniero Juan Batanero García-Geraldo en 1972–. La operación estética del Puente de La Salve, nos parece relevante, más allá de la resolución formal de recubrir su estructura –metálica verde en forma de H y de fuerte connotación industrial que antes de la cons-

trucción del Guggenheim tenía un color rojizo oxidado—, es quién lo diseñó. Tras la construcción del Guggenheim Bilbao el puente quedo abrazado por la arquitectura de Frank Gehry, como parte de una operación de su integración formal por parte del arquitecto. Con motivo del décimo aniversario (1997-2007) el Museo Guggenheim Bilbao encargó un proyecto para intervenir en la estructura que se erige sobre el puente de La Salve. Se declaró que con dicha actuación se contribuía por un lado al patrimonio artístico de la ciudad —dotándola de otra obra artística en el espacio urbano— y ya de paso a la Colección Propia del museo¹⁶.

La propuesta fue ofrecida a tres artistas Daniel Buren, Liam Gillik y Jenny Holzer, el primero de estos fue el seleccionado con su propuesta *Arcos Rojos* que según dicta la página del museo, Buren detectó que el arco que corona el puente no está visualmente conectado con la elegancia del museo. Buren opta por cubrir con paneles rojos de Formica la estructura, generando en la mediatriz tres círculos, produciendo una armonía cromática, formal y un juego de reflejos entre el museo, el puente y la ría tomando en cuenta las características del contexto en el que se enmarca. Además, incluyó en los bordes unos paneles traslúcidos, de rayas negras sobre fondo blanco —un motivo habitual en la obra del autor—, que por la noche emanan unos juegos de luces, que buscan dialogar con el dinamismo de los coches que atraviesan el puente.

La operación de recubrir y ocultar bajo un halo modernizador —evidentemente posmoderno— y esteticista, pasa por eliminar cualquier vestigio de la época anterior como ya superada, y más aún en una zona ya resignificada y saturada de símbolos, la Campa de los Ingleses. Lo que llama la atención es el papel que juega aquí Daniel Buren, un reconocido representante de la conocida como crítica institucional¹⁷, que abordó tanto la producción desde textos críticos, que visibilizan tanto la función como los roles de la institución museística y la relación que mantiene el canon académico con los valores de mercado del arte. El artista en sus textos señala cómo los museos ocultan la violencia institucional que ejercen, mediante la limitación, es decir, imponen un conocimiento selectivo que mistifica la realidad, que es presentado como neutro y beneficioso para la sociedad. Desde este espacio de privilegio, el museo desempeña fundamentalmente tres roles: el estético, el económico y el místico. A partir de estas ideas Buren afirma:

El arte no está más allá de las ideologías, sino que es parte o incluso, en aquello que concierne a las vanguardias, reflejo de la ideología (...) dominante. En nuestra sociedad, el arte es la expresión de la ideología burguesa y de lo que esta supone; en la sociedad americana es la expresión y afirmación del imperialismo (Buren, 2019: 96).

Retomando la intervención *Arcos Rojos* de Buren en el puente de La Salve, destacamos los perfiles laterales, por el uso de su icónico y reconocido grafismo de líneas paralelas bicolor, pero en esta ocasión reproducido con efectismos de luz-movimiento. El efectismo y la espectacularización que dota en este caso el autor a su conocido recurso plástico nos choca, ya que no podemos evitar recordar la obra que realizó para el Centro George Pompidu de París, *Les couleurs: sculptures (1975-1977)* con el mismo recurso de las líneas. En este caso desde la azotea de dicho edificio —Centro George Pompidu de París—, se emplazaron unos catalejos que permitían ver a *Les couleurs*: un total de 15 telas rectangulares de 2x3 m estampadas con franjas de colores sobre fondo blanco, como las mencionadas anteriormente. Pero en este caso las telas se disponían en forma de bandera, como símbolo vacío erigido en el mismo lugar donde edificios destacables suelen portar la bandera nacional como: el Gran Palais, el Louvre o el Palais Chaillot. El título *Le couleurs* hace referencia a la denominación popular de la bandera nacional francesa, con ello el artista busca destacar cómo la bandera nacional cohabita con otras corporativas en lo alto de edificios de empresas multinacionales, museos y galerías comerciales. Lo que muestra Buren con esta obra, es que la resignificación del espacio urbano se basa cada vez más en la lógica de la mercancía y del consumo, es el emblema reconocible del capitalismo neoliberal. Haciendo hincapié en cómo el arte contemporáneo permanece cada vez más condicionado por el espectáculo o por lógicas corporativas. Es el caso de los otros edificios que menciona Buren.

Teniendo en cuenta la obra anteriormente mencionada, *Les couleurs: sculptures*, nos llama la atención la propuesta de los *Arcos Rojos* en el puente de La Salve, ya que en este caso pa-

16 <https://www.guggenheim-bilbao.eus/exposiciones/la-salve>, consultado el 19 de marzo de 2021.

17 "(...) el trabajo de la crítica institucional (...) atiende al ámbito del arte y la cultura como espacios en los que está en juego la construcción y legitimación de los imaginarios simbólicos que nos interpelan, la concepción que tenemos del arte y de sus agentes (incluido el público), sus modos de producción, distribución y exhibición o las relaciones sociales en las que se estructura" (Aldaz, 2019: 30).

rece contrariar lo defendido anteriormente. En *Arcos Rojos* destaca precisamente el espectáculo, la lógica corporativa, los roles estéticos y económicos; el artista se pone al servicio de esas estrategias a sabiendas de lo que significa el Guggenheim Bilbao y el espacio urbano sobre el que actúa.

El territorio que estamos analizando es Abandoibarra y los márgenes de la ría, lugar que no opera solo como un marco que alberga actividades o acciones artísticas de una forma neutra. Afirmar lo contrario más que un error, puede connotar una posición ideológica como ya hemos mencionado en numerosas ocasiones —el espacio público elevado al nivel de ideología defensora de los valores cívicos y democráticos liberales—. Los cambios producidos en el entorno construido aglutinan la combinación del arte, esculturas, eventos, intervenciones o acciones en el espacio urbano. Esto delimita o restringe las actividades, los comportamientos o las expresiones culturales-sociales que son permitidas o toleradas en el espacio urbano. Se incorpora a ellas un arte activista o artivismo (Delgado, 2016: 66-81), que parte de la utilización de cierto simbolismo radical y político que por lo general demuestra su institucionalización y su desactivación como contracultural. Estos se perciben en un incremento de dispositivos instalados en el espacio urbano que buscan una interacción o una participación directa del espectador, a través de prácticas colaborativas o de mediación. En este sentido Bilbao como cualquier otra ciudad competitiva dentro de las conocidas como ciudades marca, apuesta por fomentar este tipo de prácticas artísticas contemporáneas, entre las que se encuentra el muralismo o *street art*.

Este tipo de acciones artísticas se presentan como una expresión de contracultura que incluso en algunas ocasiones incorporan la crítica social, pero quedan muy distantes de lo que fue el muralismo político u otro tipo de expresiones culturales como el *graffiti*. El muralismo o el *street art* generalmente están vinculados a procesos de higienización o *artwashing* (Mould, 2018: 183-185): lavado artístico. Entre los espacios urbanos intervenidos destacan en cantidad los que sufren fuertes procesos de gentrificación, por lo que su ubicación no es baladí. Un foco de concentración de este tipo de muralismo se concentra en los barrios de San Francisco y Bilbao la Vieja. En muchas ocasiones estas prácticas reciben el patrocinio de instituciones culturales y de administraciones públicas, convirtiéndose en herramientas de legitimación de las políticas culturales.

Es a través del análisis estético y materialista del paisaje cuando detectamos una intervención artística de arte público, *street art* o muralismo en el entorno próximo al Guggenheim, que destaca por encima de las demás, es la obra *Soñar* del artista Spy en la medianera de un pabellón industrial en el barrio de Olabeaga. El triángulo que conforman los barrios de Abandoibarra, Olabeaga, Ribera de Deusto-Zorrotzaurre, es un territorio que desde hace más de una década sufre agresivos procesos de transformación urbana y gentrificación. El caso de Spy con su obra *Soñar* podemos mencionar que parece recuperar la oda populista a los elementos superpuestos y a los signos reivindicados por Denise Scott Brown y Robert Venturi en su publicación *Aprendiendo de Las Vegas* (1972). La palabra “soñar” en grandes letras negras sobre fondo blanco se impone en el paisaje como un gran letrero que adquiere un papel significativo dentro del entorno que le rodea. En un espacio hipertrofiado de símbolos y en continua transformación —configurado por la centralidad de Abandoibarra y Zorrotzaurre junto con sus zonas de afección y expansión— este mural se eleva como un “significante vacío”. El concepto de “soñar” se enmarca dentro del discurso hegemónico de progreso, innovación, creatividad y entusiasmo del nuevo Bilbao, subsumido bajo los intereses neoliberales globales y el control político de quienes han ocupado el poder político durante cuarenta años.

Es pretendida la utilización del concepto “significante vacío” buscando acercar las teorías del populismo del filósofo argentino Ernesto Laclau que permite comprender las estrategias discursivas utilizadas por las clases dominantes:

(...) cuando hablamos de “significantes vacíos” (...) queremos decir: que existe un punto, dentro del sistema de significación, que es constitutivamente irrepresentable; que, en ese sentido, permanece vacío, pero es un vacío que puede ser significado porque es un vacío dentro de la significación (Laclau, 2013: 136).

Laclau reflexiona sobre la construcción de la identidad popular que se produce a partir de una articulación entre lo universal y lo particular, es decir la construcción de un pueblo es cristalizada en prácticas e instituciones que se dan a partir de palabras e imágenes contingentes que mediante una cadena de equivalencias configuran un discurso. El desplazamiento de las demandas individuales a las colectivas —o populares— se facilita bajo la construcción de víncu-

los equivalenciales, y para ello debe darse un denominador o demanda común que adquiera centralidad. La hegemonía no sería posible sin antes construir una identidad colectiva o popular a partir de demandas democráticas. Cuando insertamos aquí las ideas de Laclau, es por la constatación de un interés por las clases dominantes y la burguesía bilbaína de regenerar y reactualizar su hegemonía a través de un sentido común y una esfera pública burguesa renovada. Una manifestación palpable del discurso dominante, permanece objetivado físicamente en el espacio público, mediante la arquitectura, el arte y las infraestructuras culturales.

La palabra *Soñar* de Spy nos advierte de lo que está por acontecer y cambiar, una palabra que se entremezcla con los anhelos, las aspiraciones y las esperanzas de un progreso y crecimiento colectivo como ciudad y como comunidad. Un *Soñar* que se cristaliza bajo un desarrollo desigual, un *Soñar* neoliberal que se convierte en consenso por consentimiento, bajo la promesa de un progreso creativo cimentado entre otras cuestiones por la especulación inmobiliaria y la acumulación capitalista. Un “soñar”, que se expande geográficamente sobre los denominados espacio de oportunidad, más como valor de cambio que como valor de uso.



Figura 4

Intervención del artista Spy *Soñar* en la medianera de un pabellón industrial en el barrio de Olabeaga (Fotografía: Iñigo Varona Sánchez)

Otro caso similar se ubicó muy cerca –pero en este caso de forma temporal–utilizando de nuevo la palabra como significante, *Buen trabajo/Lan Bikaina* en letras blancas sobre un contenedor de transporte marítimo de color rojo instalado en la explanada de Itsasmuseum Bilbao, anteriormente denominado Museo Marítimo Ría de Bilbao. La instalación temporal se debe a la convocatoria que mantiene el museo con la Facultad de Bellas Artes de la Universidad del País Vasco, *Bilbao Art Distric* y la empresa *Aurtenetxea Containers* para ejecutar intervenciones artísticas sobre contenedores de transporte marítimo. La autora, Laura Martínez Martín ganadora de la 7ª edición en 2019 con su propuesta *Buen Trabajo/Lan Bikaina*, busca el reconocimiento a los antiguos trabajadores de astilleros que permitieron el desarrollo industrial y económico de la villa. En concreto a los trabajadores de los astilleros de La Naval, y para ello utilizó en el diseño los colores y la tipografía de la extinta empresa. Debido a la resolución formal del proyecto y su ubicación –un espacio que ha sufrido y sufre grandes obras de transformación urbana–, este se anunciaba como un eslogan propio de la propaganda institucional. Es decir, la similitud de colores y tipografías con los corporativos de la propia imagen de la Diputación Foral de Bizkaia, parece emular o ser uno más de los eslóganes gubernamentales. Hay

que tener en cuenta que en la misma explanada, junto al puente Euskalduna, se apila una columna de contenedores con diversa publicidad institucional y de los patrocinadores del propio museo. Nuevamente al igual que la obra anterior—el *Soñar de Spy*—, la obra *Buen trabajo/Lan Bikaina*, se erige como “significante vacío” muy próximo al sentido común hegemónico, el entusiasmo de lo bien hecho, la buena gestión, en definitiva, un elogio al espíritu neoliberal en uno de los espacios más mediatizados de la ciudad. Por ello, en esta ocasión es otro significativo vacío más que se integra y complementa un espacio saturado de símbolos del poder, siendo subsumida la intencionalidad inicial de la artista por el entorno donde se ubica la obra.



Figura 5

Intervención *Buen trabajo/Lan Bikaina* de Laura Martínez Martín sobre la explanada de Itsas Museum Bilbao, en 2019 (Fotografía: Iñigo Varona Sánchez)

Ambos casos nos hacen recordar y recuperar el trabajo de la artista norteamericana Jenny Holzer y su serie *Truisms* (1977-79), por el que, la artista valiéndose también de una serie de mensajes textuales, eran mostrados bajo diferentes formatos en las calles de Manhattan, ya fuera mediante *posters* o enunciados en grandes paneles electrónicos-luminosos. Los mensajes que esgrimían se correspondían con expresiones del sentido común dominante, propios de la uniformidad ideológica de la esfera pública burguesa, por ejemplo: *Una actitud positiva marca la diferencia* o *Recuerda que siempre tienes la libertad de elección*. Incluso alguno de los mensajes más críticos, aparentemente, que la artista disponía en los paneles permanecían subsumidos y desactivados asemejándose a la propaganda publicitaria o gubernamental. La artista buscaba mediante estas acciones confrontar con el viandante sobre su frágil presencia del sujeto democrático. “La ambigüedad de los textos proyectados establece un juego entre lo que leemos y lo que sugiere lo que leemos que trataría de construir las ideologías soterradas bajo la falsa transparencia de los medios de comunicación y la industria cultural contemporáneos” (Vindel, 2015: 64). Los dos ejemplos que hemos propuesto compuestos por las expresiones *Soñar* y *Buen trabajo* directamente encumbran el sentido común dominante sin tan siquiera hacerle un mínimo cuestionamiento, crítica o mucho menos demostrar su oposición.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, Peio. *¿Censura o crítica institucional en el Guggenheim Bilbao?*, 24 de abril de 2014, <https://a-desk.org/magazine/censura-o-critica-institucional-en/> (consultado el 8 de febrero 2022).
- ALDAZ, Maite. *Hans Haacke y la crítica institucional*. Madrid: Tierradenadie ediciones, 2019.
- ANTÓN, Ricardo. “¿Qué pensaría Yoko Ono de estar exponiendo en un buque de Guerra?”, *El diario.es*, 21 de abril de 2014, https://www.eldiario.es/norte/kulturaabierta/pensaria-Yoko-Ono-exponiendo-guerra-Guggenheim_6_252034808.html (consultado el 8 de febrero 2022).
- BLANCO, Paloma *et. al.* (eds.). *Modos de Hacer: Arte crítico, esfera pública y acción directa*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2001.
- BUREN, Daniel. “Ecrits, Tomo 1: 1965-1976”, en: ALDAZ, Maite. *Hans Haacke y la crítica institucional*. Madrid: Tierradenadie ediciones, 2019.
- CANCELA, Ekaitz. “Bilbao, ¿la capital o “El capital?”, *Hordago*, 22 de febrero 2018 en <https://www.elsaltodiario.com/ciudad-marca/gentrificacion-urbanismo-bilbao-el-capital> (consultado el 22 de junio de 2021).
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza Editorial, 2ª ed., 2003.
- CIRILO, Santos. “Richard Serra recompra dos obras suyas instaladas en el Museo de Bellas Artes”, *El País*, edición del País Vasco, 2013. https://elpais.com/ccaa/2013/06/26/paisvasco/1372253398_651690.html (consultado el 19 de marzo de 2021).
- DELGADO, Manuel. *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del “modelo Barcelona”*. Madrid: Catarata, 2ª ed., 2010.
- DELGADO, Manuel. “Arte y espacio público”, *El País*, edición Cataluña, 28 de enero 2002.
- DELGADO, Manuel. *Ciudadanismo. La reforma ética y estética del capitalismo*. Madrid: Catarata, 2016.
- DEUTSCHE, Rosalyn. “Uneven Development: Public Art in New York City”, en: BLANCO, Paloma *et. al.* (eds.), *Modos de Hacer: Arte crítico, esfera pública y acción directa*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2001.
- EISENSTEIN, Serguéi. *Octubre*. URSS, 1928.
- ESTEBAN, Iñaki. *El efecto Guggenheim. Del espacio basura al ornamento*. Barcelona: Anagrama, 2007.
- FOSTER, Hal. *Diseño y delito*. Madrid: Akal, 2004.
- FRASER, Andrea. *Museum Highlights: The writings of Andrea Fraser*. Cambridge: The MIT Press, 2005.
- GARRIDO-MARTÍNEZ, José. “Bilbao y sus transformaciones”, *RIEV. Dossier. Revista Internacional de Estudios Vascos*, Donostia-San Sebastián, 2004.
- GOOKIN, Kirby. “Copie y haga circular”, *Zehar 34*, Donostia-San Sebastián: Arteleku, 1997.
- GÓMEZ DE LA IGLESIA, Roberto (dir.). *Arte, empresa y sociedad. Más allá del patrocinio de la cultura*. Vitoria: Grupo Xabide, 2004.
- GONZÁLEZ-CEBALLOS, Sara. “Re- escribiendo el Bilbao metropolitano según Bilbao Ría 200”, *Bidebarrieta. Revista de humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*, VIII, Bilbao, 2000.
- GUASCH Anna María, ZULAIKA, Joseba. *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao*. Madrid: Akal, 2007.
- HARVEY, David. *La condición de la posmodernidad. Investigación y orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amarrortu, 1998.

- JAMESON, Fredric. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós, 1995.
- KLEIN, Naomi. *No logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós, 2002.
- KLEIN, Naomi. *La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre*. Buenos Aires: Paidós, 2008.
- LACLAU, Ernesto. *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 7ª ed., 2013.
- LAKA-ANTXUSTEGI, Xabier. "Nire zalantzak agertu ditudan bezalaxe ikusleak bereak agertzea nahiko nuke" (Al igual que yo he expuesto mis dudas me gustaría que el espectador expusiera las suyas), *Kultura Egunkaria*, domingo 29 de junio, 1997.
- LARREA, Andeka; GAMARRA, Garikoitz. *Bilbao y su doble ¿Regeneración urbana o destrucción de la vida pública?*. Bilbao: DDT Gatazka Gunea, 2007.
- LAUZIRIKA-MOREA, Arantza; RODRÍGUEZ-ARKAUTE, Natxo. "Arte y trabajo", en: *Áreas emergentes e innovación en el sector cultural y creativo vasco*. Leioa: Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 2014.
- LEKERIKABESKOA, Amaia, VIVAS, Isusko. "Bilbao Blade Runner, desde las sombras del titano.... Tácticas estéticas e iconográficas de construcción del paisaje urbano en la remodelación del centro cultural de la Alhóndiga", *Ankulegi: gizarte antropología aldizkaria*, 18, Donostia-San Sebastián, 2018, consultado el 22 de marzo de 2021 en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5216373>
- LEKERIKABESKOA-GAZTAÑAGA, Amaia; VIVAS-ZIARRUSTA, Isusko. "La redimensión estética del espacio público de la ciudad relecturas de los imaginarios urbanos en Bilbao", *Kobie. Antropología cultural*, 17. Bilbao: Diputación Foral de Bizkaia, 2013.
- LIPPARD, Lucy. "Acerca de cómo vi el Guggenheim Bilbao", en: GUASCH Anna María, ZULAIKA, Joseba, *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao*. Madrid: Akal, 2007.
- MADERUELO, Javier. *El espacio raptado*. Madrid: Mondadori, 1990.
- MARZO, M. Josefa. "Bilbao Global city", *Periódico Bilbao*, mayo de 2001. <https://www.bilbao.eus/bld/bitstream/handle/123456789/33886/06.pdf?sequence=1>, (consultado el 17 de junio 2021).
- MOUFFE, Chantal. *La paradoja democrática*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- MOULD, Oli. *Contra la creatividad. Capitalismo y domesticación del talento*. Madrid: Ed. Anafabeto, 2019.
- OTEIZA, Jorge. "Oteiza abandona el País Vasco (prólogo 2)", en: *Quousque tandem...! Ensayo de interpretación estética del alma vasca*. Pamplona: Pamiela, 7ª ed., 2009 [1963].
- PUIG, Toni. *Marca ciudad. Como rediseñarla para asegurar un futuro espléndido para todos*. Barcelona: Paidós, 2009.
- REMENTERÍA, Iskandar. *Proyecto no concluido para la Alhóndiga de Bilbao. Una propuesta sobre la estética objetiva de Jorge Oteiza como método de investigación*. Alzuza (Navarra): Fundación Museo Jorge Oteiza: Alzuza, 2017.
- RODRÍGUEZ-ÁLVAREZ, Arantxa. "Bilbao, la fábula posmoderna (I): Las claves de la regeneración urbana", *Hordago*, 14 mayo, 2018. <https://www.elsaltodiario.com/urbanismo/bilbao-fabula-posmoderna-nuevo-bilbao-abandoibarra> (consultado el 17 de junio de 2021).
- ROWAN, Jaron. *Cultura libre de Estado*. Madrid: Traficantes de sueños, 2016.
- RUIZ-OLABUÉNAGA, José Ignacio. "Bilbutopías", *Bidebarrieta, Revista de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*, VIII, 2000.
- URIARTE PALACIOS, Iñaki, "Metamorfosis del espacio portuario fluvial de Bilbao", *Portus*, 7, 2004.

- SARTRE, Jean-Paul. *Lo imaginario. Psicología fenomenológica de la imaginación*. Buenos Aires: Losada, 1968.
- SEAC. *Selección de Euskadi de Arte de Concepto*. Vitoria-Gasteiz: Artium, 2016.
- SMITH, Neil. *Desarrollo desigual. Naturaleza, capital y la producción del espacio*. Madrid: Traficante de sueños, 2020.
- VIDARTE, Juan Ignacio. "Nuevas infraestructuras culturales como factor de renovación urbanística y regeneración económica", en: GOMEZ DE LA IGLESIA, Roberto (dir.), *Arte, empresa y sociedad. Más allá del patrocinio de la cultura*, Vitoria-Gasteiz: Grupo Xabide, 2004.
- VILLOTA-TOYOS, Gabriel. "Cuestión de pasta", *Gara* (Muga 10), sábado 29 de junio 2002.
- VINDEL, Jaime. *Transparente opacidad. Arte conceptual en los límites del lenguaje y la política*. Madrid: Brumaria, 2015.
- VIVAS-ZIARRUSTA, Isusko. *Estudio antropológico signitivo y simbólico del espacio urbano en los frentes de agua. Tres ciudades junto al mar: Bilbao, Donostia-San Sebastián y Baiona* (tesis doctoral). Badajoz-Cáceres: Universidad de Extremadura, Facultad de Formación del Profesorado, Departamento de Psicología y Antropología, 2013.
- WINES, James. *De-Architecture*. Nueva York: Rizzoli Internacional Publications, 1987.
- ŽIŽEK, Slavoj. *Viviendo en el final de los tiempos*. Madrid: Akal, 2012.