

**KOBIE** SERIE ANTROPOLOGÍA CULTURAL Nº 16: 131-144  
Bizkaiko Foru Aldundia-Diputación Foral de Bizkaia  
Bilbao - 2012  
ISSN 0214-7971  
Web <http://www.bizkaia.eus/kobie>

## REHABILITACIÓN Y TRANSFORMACIÓN URBANA EN BILBAO: DESDE LA METRÓPOLI POST-INDUSTRIAL A LA CIUDAD CULTURAL PARA EL SIGLO XXI

*Urban renewal and transformation in Bilbao: from the post-industrial metropolis to the cultural city for the XXI century*

**Isusko Vivas Ziarrusta<sup>1</sup>**

(Recibido 20.XI.2011)

(Aceptado 5.XII.2011)

**Palabras clave:** Bilbao. Ciudad. Cultura. Espacio público. Metrópoli post-industrial. Rehabilitación urbana.

**Keywords:** Bilbao. City. Culture. Post-industrial metropolis. Public space. Urban renewal.

**Gako-hitzak:** Bilbo. Espazio publikoa. Hiria. Hiri-berreskurapena. Industriaren osteko metropolia. Kultura.

### RESUMEN

Desde la década de 1990 Bilbao ha estado inmerso en un proceso de rehabilitación y transformación que ha mostrado algunas consecuencias radicales en el espacio público. Ciertamente, la antigua villa a la orilla de la Ría ha cambiado su fisonomía histórica; siguiendo un camino emprendido a partir del primer nudo de población portuaria y comercial hasta la metrópoli post-industrial. Si esa evolución nos ubicó a las puertas de la modernidad en el siglo veinte, otra época finisecular nos caracteriza al comienzo del siglo XXI. Bilbao da la impresión de una aglomeración urbana postmoderna que ha olvidado la etapa industrial a favor de la cultura y de la ciudad de los servicios avanzados, con el frente de agua de Abandoibarra cada vez más ocupado por grandes museos de arte contemporáneo (Guggenheim), palacios de congresos (Euskalduna), centros comerciales (Zubiarte), rascacielos empresariales (Iberdrola), equipamientos universitarios (Deusto, UPV/EHU), cadenas hoteleras internacionales (Sheraton) y operaciones urbanísticas inmobiliarias.

<sup>1</sup> Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Facultad de Bellas Artes. *Departamento de Escultura*. Barrio Sarriena, s/n., 48.940 Leioa (Bizkaia). E-mail: [isusko.vivas@ehu.es](mailto:isusko.vivas@ehu.es)

## SUMMARY

Since the 1990 Bilbao has been undergoing a process of rehabilitation and transformation that has shown some dramatic effect on the public space. Certainly, the ancient village on the banks of the river has changed its historical appearance; following a path taken from the first knot and commercial port town to the post-industrial metropolis. If these developments put us on the threshold of modernity in the twentieth century, another era finisecular characterizes us at the beginning of XXI century. Bilbao gives the impression of a postmodern urban agglomeration that has forgotten the industrial stage for culture and the city of advanced services, with the water front Abandoibarra increasingly occupied by major contemporary art museums (Guggenheim), congress (Euskalduna), shopping (Zubiarte), corporate skyscrapers (Iberdrola), university facilities (Deusto, UPV/EHU), international hotel chains (Sheraton) and estate urban operations.

## LABURPENA

1990eko hamarkadatik hasita, espazio publikoan eragin sakona izan duen berreskurapen eta eraldaketa prozesuaren barnean izan da Bilbo. Ibaiaren bazterreko hiri zaharrak bere fisionomia historikoan aldaketak jasan dituela dudarik ez; komertzio eta portu-hiriko lehen populazio nukleotik industriaren osteko metropolira ibilbidea eginez. Garapen horrek XX. mendeko modernitatearen ateetan utzi bagintuen, mende amaierako beste egoera batek izaera ematen digu XXI. mendeko hastapenean. Kulturaren eta zerbitzu aurreratuen alde etapa industrialahantzia duen aglomerazio urbano postmodernoarean itxura hartua du Bilbok jadanik. Abandoibarrako ur-frontea geroz eta okupatuagoa du: arte garaikidearen museo handiak (Guggenheim), kongresuen jauregiak (Euskalduna), enpresen haize-orraziak (Iberdrola), unibertsitateko ekipamenduak (Deusto, UPV/EHU), hotelen nazioarteko sareak (Sheraton) eta higiezinaren operazio urbanistikoak agertzen zaizkigu.

«Une ère était révolue; une époque avait  
tourné la page».

YASMINA KHADRA (2008)

## 1. INTRODUCCIÓN: LLEGADA A BILBAO Y MIRADA HACIA EL CIELO REFLEJADO EN LA RÍA.

“El proyecto de Bilbao del año 2000 es un  
diseño externo, pensado desde fuera, para atraer  
clientes a la ciudad. El diseño de la personalidad  
de un barrio queda en manos de sus gentes. Y los  
resultados no son los mismos en todas partes”.

JOSÉ SERNA ANDRÉS (1993: 33)

Cuando Frank O. Gerhy fue invitado a Bilbao, a raíz del posible encargo del edificio para albergar el Museo Guggenheim (fruto de la colaboración de las instituciones públicas vascas con la célebre Fundación artística norteamericana)<sup>2</sup>, el conocido arquitecto fue acompañado hasta la magnífica atalaya que históricamente han constituido las estribaciones del monte Artxanda, desde la cual contempló el paisaje urbano de la ciudad. Inmediatamente, F. Gerhy tomó consciencia de ese territorio humanizado que veía ante sus ojos, dividido por una caprichosa hendidura; línea sinuosa que discurría entre la villa comercial y portuaria de origen, el ensanche moderno y los terrenos post-industriales en fase de desmantelación.

Allí donde los ancianos astilleros casi decrepitos convergían con un vigoroso puente sobre la Ría (La Salve), Gerhy atisbó el lugar exacto para la construcción de un monumento peculiar; una ‘arqui-escultura’ resultado de su propia invención arquitectónica, que abrazando al puente vendría a determinar el hito primigenio sobre el que se iba a sustentar el desarrollo urbanístico del Bilbao más contemporáneo. Gerhy creyó percibir en ese mismo momento, un arrebató de inspiración que no solo provocaría, a la postre, el punto de partida y/o de inflexión de todo lo hasta ahora concebido y acontecido; sino que causaría, en su singular percepción del paisaje, una emoción profunda que supo verbalizarla con el lenguaje de la arquitectura y también con las palabras: <<esta es mi (su) idea del cielo>>.

2 Solomon Guggenheim Foundation, con quien los responsables de las administraciones vascas se pusieron en contacto para erigir un monumento, un estandarte del acontecimiento urbano paradigmático de la década de 1990 en Bilbao. “La celeridad con que sucedió el proceso de acuerdo para la realización del Museo forzó, incluso, la necesidad de Modificación del planeamiento estructurante [Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao]. Por eso fue necesario adaptarlo a las determinaciones del nuevo Plan General en tramitación, en el área de Abandoibarra, y recalificar unos terrenos como Uso Dotacional para la ubicación en los mismos del Museo de Arte Contemporáneo, según la nueva delimitación” (Martínez Callejo 2009: 347)

Ciertamente, el cielo grisáceo envuelto por la niebla que cubría Bilbao se ha disipado en un cielo mucho más despejado, paralelamente a como las turbias aguas de la Ría se han ido liberando de los antaño contaminados residuos industriales<sup>3</sup>. No obstante, la subida al monte Artxanda de la periferia bilbaína debió de resultar para Gerhy la actualización de una suerte de rito iniciático, no completamente diferente de la mítica ascensión al Mont Ventoux que, salvando varios siglos de distancia, Francesco Petrarca practicaba en aquellos años finales de la Edad Media, justamente en los prolegómenos del inminente Renacimiento<sup>4</sup>.

Gerhy intuyó desde las alturas cómo la ciudad discurriría por los terrenos llanos de las vegas metropolitanas, su olor perfumado a salitre ya menos acusado, sus ruidos sordos y sonidos rítmicos, los estruendos y los susurros, la vibración de los colores, las luces y el movimiento. El arquitecto del ‘universo bilbaíno postmoderno’ sintió quizás el alma de una vieja ciudad viva, ralentizada y decadente en aquellos años finales y radicalmente convulsos de la década de 1980, cuando las humeantes chimeneas del acero bronco se apagaban lentamente para ser derribadas algún tiempo después. Una ciudad cuyo corazón férreo había olvidado gran parte de su potencia anterior y latía tenuemente, a la espera de lo que para entonces se estaba perfilando como ‘el milagro de Bilbao’. Milagro para el que Gerhy y la susodicha Fundación norteamericana serían la piedra angular, la clave de toda construcción catedralicia; siendo siempre conscientes de que entre el vidrio coloreado, el hierro desnudo y el reflectante titanio en Bilbao hemos pasado de las catedrales religiosas a las ‘catedrales industriales’, a las ‘catedrales deportivas’ y últimamente a las ‘catedrales de la cultura’<sup>5</sup>.

3 Hasta las décadas de 1970 e incluso 1980 Bilbao se encontraba inmerso en lo que autores como Colin Clark han denominado concepto de ‘escala creciente’, con la alteración de las formas de producción, elevada curva de crecimiento poblacional, la multiplicación de los puntos de concentración urbana y los cambios derivados de la asunción de una economía urbana industrial. Así, se transforma la naturaleza de la empresa, alcanzando un importante colectivo de asalariados y se conforman nuevos grupos profesionales y de ámbito directivo. Hacia el final de la década de 1970 dicho modelo entra en lento pero continuo declive con breves repuntes momentáneos, hasta que a partir de 1985 el Gobierno Vasco y el Estado español acuerdan la creación de la denominada Zona de Urgente Reindustrialización del Nervión. Despojando a la urbe y sus aledaños de la tradición industrial de la última centuria, para la fuerte apuesta del sector servicios se prioriza el puerto, con la ampliación y conversión en superpuerto europeo durante esos mismos años (aparte del Instituto Europeo de Software, para cuya atracción hubo una dura pugna internacional y que Bilbao Metrópoli-30 exhibió entonces como una de las operaciones ‘estrella’ paralelamente al Guggenheim).

4 Con las *Confesiones* de San Agustín bajo el brazo, Petrarca reconocía la fuerza y el poder de ‘su paisaje interior’ en el hecho mismo de escrutar con la mirada atenta las llanuras y el horizonte, que yacían no únicamente en el territorio-paisaje circundante, sino más que nada en la intimidad del paraje anímico del ser humano ante el reto de su soledad vagamente compartida.

5 Es obvio que, como apuntala Ignacio Español Echaniz, la apuesta por el consumo cultural favorece unas determinadas esferas y valores, presentando los espacios urbanos plenos de matices en el



Figura 1. Vista del Bilbao actual desde el monte Artxanda (agosto de 2011, Isusko Vivas).

## 2. EVOLUCIÓN Y ‘MUSEALIZACIÓN’ DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO: UNA VISIÓN DESDE EL ARTE Y LA CULTURA.

seno de unos movimientos para la atracción del consumo de ocio que resultan, al final, tremendamente banalizados y convencionales. “Una función icónica similar tienen las inversiones públicas en grandes equipamientos culturales. Estas se han extendido últimamente por todas las ciudades medias. Un gran auditorio o un museo de arte contemporáneo han dejado de ser una singular excepción para convertirse en un requisito imprescindible para una ciudad contemporánea que se considere como tal. Estos nuevos vistosos equipamientos no necesitan una justificación desde el plano cultural. [...] El espacio simbólico construido por los grandes operadores mediáticos se vuelve espacio físico en estas operaciones que acaban construyendo una realidad física a medida de los grandes intereses especulativos inmobiliarios. Hay una cierta entrega del agente del espacio colectivo, autoridades públicas democráticamente elegidas, a los intereses de grupos inversores que actúan sobre la realidad proponiendo una interpretación vistosa espectacular y fuertemente seductora. Una operación que se cierra dejando el espacio fuertemente transformado”. (Español Echaniz 2008: 79-81). Muchas de esas instantes obras de autor son recibidas como elementos competitivos de dinamización, y su inauguración coloca instantánea aunque efímeramente a la ciudad en la globalidad del espacio simbólico de la contemporaneidad, consolidando aquellos grupos sociales de estatus más pudiente en detrimento de la diversidad social. Las cirujías de imagen traen consigo procesos igualmente dudosos de excesivo consumo de territorio y costes ambientales, en una competición aparatosa por el progreso cosmopolita en pos del negocio a corto plazo. Así, todas las ciudades que osen alzar la cabeza han de tener un auditorio, unos puentes espectaculares, tranvías hiper-tecnológicos y centros de arte vanguardista, aparte de un presupuesto más o menos saneado (o simularlo) para conseguirlo.

«Rien de ce qu'on pensait n'est plus vrai, à les entendre; on a changé tout ça».

PATRICK SÜSKIND (1986: 65)

El ‘proceso Guggenheim’ se ideó y se gestó desde un pensamiento político más pragmático que idealista<sup>6</sup>, acaso más económico que ideológico (aunque sin excluir de lleno esto último), pero en todo caso sujeto a un empeño de semi-secretismo más vinculado a una clase política acostumbrada al ostracismo cívico, con un cierto regusto de despotismo postmoderno más que nada por los inciertos e infundados temores a la manifestación de la opinión pública.<sup>7</sup> Ante todo, había que

6 “El hecho simbólico que dio el pistoletazo de salida para convertir Bilbao en una marca registrada no había sido sino el resultado de un complejo trabajo de ingeniería política: la más eficiente tarea de demolición social. [...] Esta ruptura con el pasado social y el consiguiente naufragio ha dado como resultado una sociedad compuesta por individuos huérfanos de otra identidad que no sea la que otorga el consumo masivo. [...] Esta nueva ideología complaciente, narcisista, inconsciente y felizmente alienada se asienta sobre una invasiva y descontrolada forma de totalitarismo, el mercantil” (Larrea y Gamarra 2007: 7-9).

7 “El Guggenheim se implanta en Bilbao –rodeado además de cierta aureola novelesca la negociación– por la intuición y tesonera voluntad de dos personas, el Consejero de Cultura del Gobierno Vasco (Joseba Arregui) y el Diputado de Hacienda de

conjurar el milagro y para ello resultaba altamente tentador aprovechar cualquier coyuntura que se brindase oportuna, sobre todo, si derivaba del ámbito internacional con algún organismo de bastante relumbrón:

“Si ‘Glasgow’ s Miles Better y otras campañas similares constituyen ejemplos de ‘marketing’ publicitario cuyo propósito no es solo atraer visitantes a la ciudad sino también fomentar un cierto cultivo del orgullo interno, algo muy parecido se puede afirmar del Museo Guggenheim de Bilbao. En ambos casos, el imaginario de la ciudad fue reconstruido, de forma que el intento de crear un aura de dinamismo cultural y sofisticación, aparte de tener como objetivo al consumidor de alto poder adquisitivo y a los visitantes y turistas (Hubbard, 1996), también desempeñó un rol ideológico con ecos de la vieja lógica de ‘pan y circo’, como Harvey (1989) viene señalando con énfasis respecto a la proliferación de escenarios urbanos espectaculares” (Gómez García 2007: 185)<sup>8</sup>.

Así es como unido al Plan de Revitalización<sup>9</sup>, germinó un pensamiento que apostó definitivamente por

la Diputación Foral de Bizkaia (José Luís Laskurain). [...] Cuestionar el proceso [...] o apuntar crítica alguna a los resultados, cuando [...] han alcanzado tanto éxito, resulta chocante. El éxito contribuye sin duda a amortiguar, cuando no a eliminar, todo cuestionamiento, que solo de forma colateral, y académica, puede de hecho abordarse. [...] Si la ciudad (¡o metrópoli!) se hubiera planteado pagar campañas para asegurar lo que el museo ha significado para posicionar Bilbao en el mundo, nunca habría habido recursos suficientes” (Borja & Muxi 2004: 36-37, 47, 49).

- 8 “Según el ‘lehendakari’, este proceso tenía lugar en el mismo escenario en el que el País Vasco había experimentado la revolución industrial, gracias a la cual la riqueza y la prosperidad habían llegado a la zona. La crisis industrial posterior había representado un duro mazazo, pero con acciones como la inauguración del museo, los vascos estaban consiguiendo revivir y mirar de nuevo al futuro” (El Correo 1997; El Mundo 1997).
- 9 Con la intención de configurar el Bilbao metropolitano del siglo XXI apoyado en el concepto de sociedad del conocimiento, se definían unos ejes principales determinados por el urbanismo, la accesibilidad, la movilidad, el medio-ambiente y la gestión coordinada, que vertebraron el arranque del Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de Bilbao y el Plan Territorial Parcial (PTP) del Bilbao Metropolitano, en base a un entorno favorable de servicios avanzados. Las conexiones con los grandes nudos europeos (viarios, portuarios y aeroportuarios) era un asunto de privilegio, junto con los sistemas de planificación que recuperaban la Ría como factor diferenciador y crucial para la remodelación, calidad de vida y atractivo de la urbe de cara a su proyección externa por medio de la pujante industria cultural asociada al arte y la arquitectura. Las ventajas competitivas y recursos cualificados producirían un efecto de llamada para clusters empresariales innovadores, centros de desarrollo y estudios de postgrado. El documento denominado *Bilbao 2010: reflexión estratégica* de 1999 ha tenido su continuidad con la reciente revisión: *Bilbao 2010. La Estrategia*. Sin embargo, el Museo Guggenheim hizo su aparición siguiendo una ruta algo diferente y ajena a la planificación. “La mayor parte de estas iniciativas representaron ejercicios de renovación que gravitaban fundamentalmente en torno a la imagen y a las prácticas de ‘marketing’ publicitario, aunque también vio la luz otro tipo de programas que se distanciaron de este objetivo, como el Plan Interinstitucional para la Revitalización de la Margen izquierda que parecía constituir un intento de regeneración más serio para la zona más deteriorada.

la detección o ‘reinención’ de aquellas ‘necesidades culturales’ para el acontecimiento mediático y la proyección exterior de las que Bilbao al parecer carecía. Las instituciones vascas buscaban una ubicación en el área metropolitana de Bilbao para un museo de arte contemporáneo de prestigio internacional, que impusiese una poderosa presencia y externalizase un afán de competir en los circuitos culturales a los que se adscribían numerosas ciudades europeas de escala intermedia.

En ese empeño, se toparon con la marca Guggenheim que era sinónimo de impacto en el turismo y en el supuesto desarrollo comercial-cultural, lo cual se supo unir con acierto efectista al carácter emblemático de los edificios concebidos por un arquitecto que se encontraba en la cresta de la ola mundial. Con todo, la ruta que siguió el Guggenheim hasta recabar en Bilbao fue un tanto incierta y repleta de ambigüedades, resultado de una serie de coincidencias más bien que del fruto de una concienzuda planificación, ya que el Plan Estratégico recogía una conveniencia general de crear un museo de arte contemporáneo en Bilbao pero sin más señalización específica. Por la época la Fundación norteamericana y su director Thomas Krens estaban intentando solventar problemas financieros con un sistema de franquicias que en el ámbito de las actividades culturales escasamente se había ensayado con anterioridad, basado en el funcionamiento de las empresas multinacionales. Según diversas versiones, Krens intentó vender la iniciativa en numerosas ciudades de Estados Unidos, Europa y Japón (Boston, Venecia, Viena, Moscú, Tokyo), e incluso en Madrid, Sevilla, Salamanca o Santander, hasta encontrarse con la generosa acogida de las instituciones vascas, con un acuerdo que iba a durar 75 años y a raíz del cual la Fundación se aseguró el control absoluto de los aspectos económicos y artísticos (exposiciones, ventas y promoción), además de la localización del museo<sup>10</sup>.

[...] Como resultado de este debate, se encargó a Arthur Andersen Consulting el diseño de un plan para la revitalización del área metropolitana de Bilbao que comenzó a ponerse en marcha en 1992 [...]. A finales de 1991 nació la asociación para la revitalización del área metropolitana de Bilbao, Bilbao Metrópoli-30. Según Rodríguez (1996), el objetivo de esta institución fue proporcionar el impulso para que se desarrollara el Plan Estratégico, uniendo acciones públicas y privadas en el esfuerzo común de revitalizar el área metropolitana de Bilbao. En 1994, Bilbao Metrópoli-30 agrupaba más de 100 miembros, incluyendo instituciones locales y regionales, la Cámara de Comercio, las universidades, grandes empresas y organizaciones privadas” (Gómez García 2007: 140).

- 10 “Krens, el director del Museo Guggenheim, fue el inventor de lo que la prensa neoyorquina dio en llamar ‘McGuggenheim’ [o Guggenheim ‘euskodisney’ (Jorge Oteiza)]. Su proyecto más ‘renovador’ y ambicioso es el de crear una serie de Museos Guggenheim satélites del neoyorquino, que actuarán como franquicia del primero. [Así] en un footing de última hora de la tarde, mientras cruzaba el puente de La Salve, decide la ubicación del futuro museo, y además, concibe él mismo que el puente debe ser integrado en la arquitectura del museo. [...] El concurso organizado por el Gobierno Vasco para elegir arquitecto se convocaría varios meses después, pero hacía tiempo que el premio estaba dado” (Larrea y Gamarra 2007: 63, 72). La estética ‘dura’ de la que se impregnó Gehry, anunciaba que era suficiente



Figura 2. El museo Guggenheim 'abrazado' literalmente al puente de La Salve (foto 2006-2007, I. V.).

La Diputación vizcaína y el Gobierno Vasco iban a proporcionar inmensas cantidades de dinero durante muchos años y en contrapartida, los vascos iban a recibir 'futuro, imagen, prestigio y milenio':

*"Por todos estos motivos, la Consejería de Cultura del Gobierno Vasco fue criticada. Se estimaba que el coste de mantenimiento anual alcanzaría cifras elevadísimas, por lo que escritores, artistas, actores, periodistas y gente del mundo del cine fundaron la asociación Kultur Kezka expresando así su preocupación sobre la política cultural del Gobierno Vasco. Al mismo tiempo, el arquitecto del Guggenheim, Frank Gehry, proclamaba que las administraciones vascas habían sido los mejores clientes que había tenido en su vida (Zulaika, 1997). [...] Por otra parte, el famoso crítico de arte Calvo Serraller (1997) afirmaba que el valor tradicional de los museos responde a su colección permanente, razón por la cual el Guggenheim no era un museo en toda su extensión de la palabra o lo era sólo desde un punto de vista virtual, dada la pobreza de su colección. Según Calvo Serraller (1997), [...] el valor del Guggenheim parecía residir únicamente en su arquitectura [...], que era un producto con propósito decorativo y básicamente destinado a la promoción internacional"* (Gómez García 2007: 154-155).

su museo arquí-escultura-símbolo para transformar todas las ruinas industriales en 'visión gloriosa'. Mientras tanto, el secretismo en la negociación crispó los ánimos críticos e incluso la prestigiosa revista italiana de arte *Flash Art* expuso claramente en 1992 que el Museo Guggenheim suponía un 'oscuro fraude' para el pueblo vasco.

La otra iniciativa estrella del céntrico emplazamiento post-industrial en Bilbao (Abandoibarra), sería el Palacio de Congresos y de la Música Euskalduna<sup>11</sup>, perfilado también en el Plan de Revitalización ante un real o virtual incremento en la demanda de cursos y seminarios profesionales, jornadas específicas y eventos congresuales en general. Contando igualmente con un marco incomparable para la celebración de conciertos, acontecimientos musicales y operísticos; en una 'caja de resonancia' polivalente que incluyera múltiples actividades.

## 2.1. Entre el cielo y el infierno.

*«Esos edificios que nos han dado trabajo y vida; cuando termina su vida, su trabajo, viene el abandono».*

NISA GOIBURU (1999: 47)

A partir de ahí, el imaginario de la villa varada junto a la Ría, labrado durante muchos siglos de relaciones

11 En los primeros años de esa década de 1990 el ente Foral vizcaíno (Diputación) constituyó la Sociedad Anónima Euskalduna Jauregia para la gestión del Palacio, cuyas obras estaban a punto de comenzar, después de que el Instituto Nacional de Industria (INI) cediese los terrenos desafectados a la Sociedad Bilbao Ría-2000. Fruto de ello, "en 1992, la Diputación Foral de Bizkaia organizó un concurso de arquitectura para el diseño del Palacio de la Música y Congresos, que fue ganado por los arquitectos Federico Soriano y Dolores Palacios, con su proyecto titulado <<El buque fantasma... de Wagner naturalmente>>. Uno de los rasgos principales de este proyecto es la integración de elementos tradicionales del astillero de Euskalduna en el nuevo conjunto" (Bilbao Metròpoli-30 1994: s/p.).

humanas entre personas y con el medio eco-geográfico, se ha ido transformando en otro imaginario asociado al evento continuo, a la atracción turística, a los viajes de negocios y al trasiego congresual. La ciudad rotunda da paso a la ciudad seductora, donde la botadura de los grandes buques reverbera simbólicamente en la imagen peculiar de las moles ancladas en el cauce fluvial que ocupan unos espacios urbanos reconvertidos en escenografías arquitectónicas por doquier. Las cuales pierden al anochecer parte de su vitalidad y todo el devenir diurno, para transmutarse en monumentos iluminados de enorme fantasmagoría y dramatismo. Dramatismo que otrora se plasmaba en los resplandores rojizos que al atardecer disipaban la divisoria entre el agua y el cielo, rota solamente por el negro perfil quebrado de grúas escultóricas y factorías; cuando los potentados industriales enriquecidos con los réditos y dividendos de las divisas anglosajonas, así como un clima político favorable, observaban igualmente desde el parque recreativo de Artxanda los lugares más idóneos para las instalaciones productivas<sup>12</sup>.

Aquella concepción decimonónica del territorio y del espacio dibujó una metrópoli con todas sus contradicciones que se han ido agravando, extendida desde el núcleo primitivo hasta el puerto exterior del Abra: una continuidad holística que en modernidad estuvo llamada a ser una intensa máquina teleológicamente dirigida de generación de riqueza. En el instante finisecular que ahora nos concierne en el resquicio entre los siglos XX y XXI, el Bilbao postmoderno se fragmenta en ámbitos de remodelación urbanística, rehabilitación edilicia, conservación de algunas estructuras existentes, revitalización socio-comunitaria y desaparición de lo inviable. El recambio de los imaginarios funciona con mecanismos reactivos de pura imagen que han pretendido incluso la sustitución o suplantación de símbolos, donde las propias autoridades municipales reconocen que se ‘construye cultura’ donde antes se bautizaban barcos y se encauzaba el mineral hacia el mar.

Los equipamientos para el arte y la cultura pretenden descubrir la piedra filosofal de una nueva urbanidad como forma de vivir y de transitar la urbe que, sin embargo, aun no oculta por completo las fricciones y tensiones con los recuerdos y las evocaciones que a veces afloran como pequeñas erupciones del manto sedimentario. Siguiendo con el símil volcánico, Bilbao siempre ha mostrado un aspecto tectónico larvado por lo magmático; magma del hierro colado que invadió nuestras memorias para escribir con sangre y fuego unos sentimientos concretos y unas identidades largamente acuñadas.

12 Y es que el espectáculo de la transformación del acero creaba parajes admirados por las visitas familiares y profesionales, con la Ría y sus fábricas al fondo o en primer plano, con la tecnología puntera que un día constituyeron los Altos Hornos de Sestao y Barakaldo.

Si Gerhy se quedó prendado del Bilbao post-industrial expresándolo metafóricamente con <<la (su) idea del cielo>>, para la idiosincrasia de esta ciudad tanto las bocaminas como los gigantescos y numerosos hornos de la Ría representaban las puertas de entrada al infierno; un infierno dantesco entre sublime y turbador que no podemos más que traerlo a presencia estética e imaginariamente. El tiempo de las famosas navieras ultramarinas, las entidades crediticias y financieras, las empresas navales y el sector del metal deja paso a los valores intangibles de relativa virtualidad y fluctuación apoyados por los gestores de Bilbao Metrópoli-30<sup>13</sup>, a medida que Bilbao Ría-2000<sup>14</sup> se

13 Junto con el Plan de Revitalización se atisbó la necesidad de encauzar los retos de las estrategias en él identificadas por medio de un organismo que asumiera dicha tarea, para lo cual nada más comenzar la década de 1990 se fundó la Asociación para la Revitalización del Bilbao Metropolitano (Bilbao Metrópoli-30), a iniciativa del Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Bizkaia y el Ayuntamiento de Bilbao, incorporándose posteriormente infinidad de entidades público-privadas tales como: Autoridad Portuaria de Bilbao, Altos Hornos de Vizcaya, Bilbao Bizkaia Kutxa (caja de ahorros gestionada por la Diputación Foral vizcaína), Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Bilbao, Asociación de Municipios Vascos EUDEL, Iberdrola, Telefónica, RENFE, Petronor, Universidad del País Vasco/EHU, Universidad de Deusto, algunas otras entidades financieras y empresas de sectores energéticos y tecnológicos, gestorías, editoriales e inclusive asociaciones culturales y religiosas (diócesis) de Bilbao y posteriormente del área metropolitana, hasta contar con más de un centenar de ‘socios’ (fundadores, de número y colaboradores) hacia el ecuador de dicha década de 1990. Bilbao Metrópoli-30 se instituye así atendiendo a su bicefalía operativa y especulativa; esto es, como grupo reflexivo y materia gris un tanto gaseosa aunque pensante, abarcando en su seno un modelo de ciudad postmoderna en consonancia con un modelo de sociedad anónima y empresarial diseñada para alcanzar unas cotas de competitividad de la que ahora estamos intuyendo sus primeros resultados, pero sobre lo que no podemos realizar una pertinente valoración moral dada su complejidad y reducido espacio. También afrontaba proyectos de estudio que profundizaban en la comparación con otras metrópolis similares no solo de occidente, promoviendo la cooperación entre los sectores público y privado para el mutuo interés y resolución de problemas. Desde la vertiente más práctica que con el transcurso de los años ha quedado quizás algo más sublimada y realmente ingerida por otras plataformas como Bilbao Ría-2000, sus funciones se plasmaron básicamente a la puesta en marcha del Plan de Revitalización.

14 En esos mismos años se estableció Bilbao Ría-2000, con el objetivo de dirigir las operaciones de remodelación previstas en los antiguos espacios industriales de Bilbao y posteriormente de la metrópoli. Constituida como sociedad anónima, surgió con el compromiso de colaboración de las administraciones públicas de diferentes escalas para convocar, agilizar y organizar las obras a realizar con un horizonte temporal de varios lustros. Al Gobierno Vasco, la Diputación Foral y el Ayuntamiento de Bilbao les correspondía un 15% de participación, y un 5% al Ayuntamiento de Barakaldo. De hecho, los ayuntamientos “*pasan sólo en un segundo momento a formar parte de la empresa de regeneración del área metropolitana de Bilbao y sólo dentro de contextos interadministrativos en los que sus competencias quedan muy mermadas. Finalmente, el papel que les toca a los alcaldes de los municipios afectados por las reformas es el de portavoces y animadores de un plan diseñado desde instancias políticas y económicas superiores, que van más allá de las propias administraciones vascas*”. (Larrea y Gamarra 2007: 43). En este sentido, “*si repasamos cualquier número del boletín que publica Bilbao Ría-2000, podemos ver que, entre las obras financiadas, el mayor número se concentra en el municipio de Barakaldo, aunque seguramente no el mayor presupuesto*” (Larrea y Gamarra 2007:

ocupa de proporcionar renovado semblante a unos escenarios rediseñados con arquitecturas exuberantes, monumentos y esculturas, centros culturales y artísticos rodeados de unos paisajes donde el mobiliario urbano significativo, e incluso los signos gráficos, unas veces apelan y otras sustituyen los elementos portuarios e industriales de cultura material que unificaban el entorno<sup>15</sup>.

Sobre los antiguos muelles y al lado de viejas dársenas en desuso que el Consulado de Bilbao fue paulatinamente disponiendo desde los albores del siglo XVI, tal y como unos saberes técnicos y populares habían demostrado en oriente y occidente la capacidad para una correcta organización de los frentes de agua en los bordes marítimos o ribereños, el ‘milagro’ bilbaíno recupera así las cenizas del pasado a modo de arte, de cultura y diseño. Todo ello con unas intervenciones básicamente económicas no totalmente desvinculadas de la escurridiza esfera de lo ideológico:

*“Hoy día se ha acuñado, en estudios urbanísticos, la expresión de ‘efecto Bilbao’: la importancia que puede tener una obra emblemática de arquitectura en un proceso de rehabilitación, y en el posicionamiento de una ciudad en el mercado. [...] Más una ciudad del parecer que del ser; ciudad del espectáculo, atracción de feria [que pone] en circulación ‘logotipos del deseo’. La ciudad, necesitada del ‘capital simbólico’*

100). El Estado español estaba presente a través de las entidades públicas: ADIF, FEVE, Autoridad Portuaria y SEPEs. A las propuestas urbanísticas en espacios industriales en declive les siguió la nueva red de transportes dibujada para ambos márgenes de la metrópoli (en las orillas de la Ría del Nervión), así como la estructuración de proyectos de envergadura europea asociados a los planes URBAN y FEDER. Los compromisos se ampliaron desde las instituciones vascas hacia los ministerios que mantenían competencias en obras públicas, industria y transporte, con el fin de liberar terrenos hasta entonces ocupados en zonas céntricas. Los accionistas de la Sociedad cederían la posesión de suelos industriales susceptibles de recalificación y parcelación por parte del Ayuntamiento, logrando unas plusvalías inmobiliarias con las que financiar físicamente las infraestructuras ferroviarias y todas las actuaciones urbanísticas e infraestructuras culturales como catalizadoras de la promoción de la ciudad en el exterior, planteando estrategias de ejecución y proyectos factibles con efectos sobre la mejora de la calidad económica y social del tejido urbano. Otra sociedad municipal denominada Promobisa y actualmente Bilbao Next se encarga de promocionar los grandes eventos y candidaturas de la villa como el reciente premio de Shangai, asumiendo totalmente que la transformación es un producto de venta de Bilbao.

15 No obstante, agencias como Bilbao Ría-2000, no eran nuevas en otros países: *“a veces desarrollan un frente de agua, otras veces infraestructuras ferroviarias o áreas industriales, [...] todas estas agencias son prácticamente iguales (Pablo Otaola). [...] La agencia actúa como si sus intereses fueran privados, excepto por el hecho de que sus recursos de suelo y financiación son públicos. Son los fondos públicos los que asumen todo el riesgo para facilitar la rentabilidad subsiguiente del sector privado. Bilbao Ría-2000 ejemplifica otra versión de lo que Jessop (1996) describe como nuevas formas de intensificación de la competitividad. Haciendo uso del estilo emprendedor o empresarial, Bilbao Ría 2000 utiliza formas de actuación que tradicionalmente han sido vistas como distintivas del sector privado, a pesar del componente primordialmente público de la agencia”* (Gómez García 2007: 146-147).

*que la habilite para competir en la nueva economía, busca ‘arquitectos estrella’. [...] En esta economía de mercado de ‘bienes simbólicos’, el deseo ocupa un lugar preponderante”* (Bikandi 2007: 182-183)

Mientras tanto, desde un marco de aproximación más cercano a las ciencias sociales y humanas se viene perfilando un pensamiento que no meramente corrobora los cambios y transformaciones, sino que analiza minuciosamente con actitud crítica los nuevos dispositivos culturales y museísticos que instauran tanto remozados escenarios urbanos como imaginarios que alteran esa raigambre patrimonial de la/s cultura/s pertenecientes a los enclaves. Así, el insigne antropólogo Joseba Zulaika desde el centro de estudios vascos en Reno (Nevada), viene esbozando una reflexión que dilucida cuestiones de identidad y de imagen en torno a la macro-operación que ha significado el Guggenheim para la historia, la actualidad y el porvenir de Bilbao. Aprovechando para ello la senda colateral o tangencial abierta por Manuel Delgado acerca del fraude y engaño del modelo Barcelona, utilizado y reclamado por muchos como ejemplo paradigmático<sup>16</sup>.

El Guggenheim y el puente de La Salve por el otro lado entrelazan sus reflejos en la Ría<sup>17</sup>, sabedores que toda ciudad necesita un pasado mítico anterior incluso a la propia historia de los lugares, aunque sea en ‘unos tiempos que agonizan’. En lo que a nosotros nos concierne, estamos de acuerdo con A. Bikandi en que *“la parte del museo que da a la corriente de agua, se refleja en un estanque-jardín curvo que integra el flujo de la Ría, en la que se sumerge el mismo edificio. [...] Herbert Muschamp, crítico del New York Times, lo ve,*

16 También Llätzer Moix en un reciente libro titulado *Arquitectura milagrosa* hace mella en la credibilidad de las construcciones ‘dépasse’ con exorbitantes costes que posiblemente detendrá o menoscabará la crisis mundial. En este sentido, se critica la primacía de la forma sobre la función dado que alcaldes, promotores y gobernantes en general han estado declarándose profundos amantes de la cultura para encargar proyectos faraónicos con el apoyo incondicional y la connivencia de arquitectos estelares, como garantía de visibilidad global y estímulo local que para este autor constituye poco menos que un falso argumento, ya que la promoción económica y conexión con la escena internacional por medio de estas grandilocuentes obras puede decaer y agotarse, a pesar del ‘éxito planetario’ de Bilbao.

17 Mítico cordón umbilical de la memoria y el imaginario que se refleja en la iconografía marítima e incluso en la toponimia (la vega de Lamiako, por ejemplo, alude al lugar frecuentado por las sirenas o ninfas de agua que constituían unos arenales pantanosos hasta la llegada de la industrialización). Y es que el ‘curvado trazado de la Ría’ provocaba ‘agujeros’ cóncavos y convexos, creando paisajes fluviales de notable identidad cultural y entidad territorial-urbana. Todo ello inundado por la marea, era una especie de alegoría a la respiración ‘espacial’: alternando bajar y pleamar, expiración e inspiración. Proceso en el cual Zunzunegui veía una alegoría similar con la arteria aorta de la villa, que llega hasta el mar en un recorrido febril y fabril con el ritmo incansable de la sístole y la diástole. Evidentemente, es preciso dejar constancia escrita de la infinitud de estrofas poéticas y versos dedicados a Bilbao y su Ría, símbolo de una cultura con fuerte apego a la maritimidad y que hará notar igualmente el apego al cronotopos histórico, desde el Bilbao antiguo a la metrópoli industrial, su desafección y reconversión en ciudad espectáculo postmoderna.



Figura 3. "Guggenheim Bilbao Museoa" desde la otra orilla de la Ría de Bilbao (foto 2008, I. V.).

como el País Vasco, un lugar de 'fronteras disputadas'" (Bikandi 2007: 185)<sup>18</sup>. El Guggenheim 'regresa' así a la Ría enlazando de alguna manera con los orígenes de Bilbao, aunque el templo heráldico de San Antón y el museo demiúrgico se establezcan en márgenes diferentes que, sin embargo, 'conversan' a través de los puentes. El espectáculo urbano que se genera al otro lado, con el Puppy de Jeff Koons, la entrada del edificio con sus carteles anunciadores y demás es ya otra historia.

## 2.2. La consecución del milagro en la ciudad renacida de sus brasas.

<<Con el espectáculo, todo se aleja hacia la representación>>.

AINHOA AKUTAIN (2011)

Con operaciones de marketing como el Guggenheim y las arquitecturas 'ensimismales' (coro disonante de 'voces solistas' y melodías sin pentagrama común) se asiste al hecho de que lo más reconocido sea lo más famoso en boca de T. Adorno, con el 'éxito asegurado' de 'arquitecturas' con puro valor de cambio<sup>19</sup> mediante

18 "El edificio es como una gran escultura, pero va mucho más lejos. Es tiempo congelado: un terremoto inmovilizado, una irrupción de placas tectónicas que han quedado detenidas. Esta Pompeya postmoderna ha atrapado el movimiento, la energía, en formas arquitectónicas" (Bikandi 2007: 184).

19 Ya decía B. Brecht que "cuando una obra artística se transforma en mercancía, el concepto de obra de arte no resulta ya sostenible en cuanto a la cosa que surge". (Benjamín 1973: 30). Autores como el propio Jean Baudrillard, en su pensamiento filosófico

'acuerdos sociales' que "erigen la apariencia de lo inmediato" para la "realización de aquello que todo el mundo hace" (Adorno 1966: 33), dentro de la 'cultura oficial' dirigida a la 'liquidación del individuo'. Así es que "Bilbao no se mira en el icono museístico sino que lo vende", de modo que lo han pretendido convertir en 'ciudad franquicia', puesto que también 'sirve para ello'<sup>20</sup>. Bajo el 'marketing urbano' se esconde un argot que encubre descaradamente la privatización del

dedican un espacio a identificar cómo en la vorágine del desarrollo del consumo en las sociedades avanzadas, los objetos llegan a perder su valor de uso para convertirse en elementos de los sistemas de símbolos.

20 A este respecto, el arquitecto Davide Ponzini por ejemplo, profesor del Departamento de Arquitectura y Planeamiento del Politécnico di Milano hacía referencia en un reciente artículo dedicado al fenómeno bilbaíno, a la reconversión del depauperado puerto industrial en destino turístico, con la remodelación sobre todo del 'waterfront' (frente de agua) de Abandoibarra que iza su bandera con símbolos comparables a la Opera de Sydney o la mismísima Torre Eiffel, si reclusamos hacia el pasado histórico pero moderno. El efecto 'tarjeta postal' necesita grandes nombres para seducir, para consolidar la transformación asimilable al cuento de Cenicienta. La buena arquitectura no es suficiente, en tanto que la narrativa urbana se apropia del consumo de alta tecnología arquitectónica que induce una fatua emoción estética a favor de un impacto económico que puede terminar en graves inconsistencias entre esas narraciones y los desarrollos justificados y legitimados en similares decisiones político-antológicas. Las regiones en declive industrial han fagocitado así la 'máquina del entretenimiento' en expectativas turísticas seducidas por el 'skyline' de acumulación edificatoria y de firmas que aparecen como champiñones tras la lluvia, con la mayoría de los riesgos asumidos por el sector público y situaciones paradójicas que pueden tener desenlaces perversos. En esa maquinaria, la homogeneización internacional del paisaje urbano puede dar lugar a una cada vez mayor indiferencia que ralentice los potenciales

espacio público, con el surgimiento de un modelo de ciudad volcada a la ‘vigilancia-espectáculo’ y la ‘mercantilización del objeto ciudad’ con la ‘consolidación de la economía simbólica’. La operación, sin embargo, consiste en recalificar para equipamientos y viviendas los terrenos de los socios (las entidades públicas), de forma que Bilbao Ría-2000 ha intervenido en función de suelos disponibles y las oportunidades del mercado inmobiliario:

*“Bilbao Metrópoli-30 imagina el Bilbao del 2010 como ciudad internacional de clase mundial en la nueva Sociedad del Conocimiento, [...] marco de los valores para el desarrollo competitivo y sostenible –fíjense en el orden de los factores– de una ciudad de dimensiones medias. [...] Se trataba de poner en contacto a todas las administraciones con competencias sobre estos terrenos en los que se acumulaban las ruinas industriales”* (Larrea y Gamarra 2007: 91).

En ese momento surgió el dilema entre la industria y los servicios<sup>21</sup>, hecho que un siglo antes ya se había dado por ejemplo en Donostia-San Sebastián y con menos virulencia en Bilbao, a medida que algunas personas reconocían que no se podía dejar de lado o borrar de un plumazo nuestra tradición cultural y laboral. Lo que urgía recuperar o conservar ciertos elementos del pasado salvaguardando su funcionalidad; hecho que sería a la larga la opción claramente perdedora de la batalla ideológica. La industria no podía ser en adelante la clave del proceso de revitalización que se estaba generando, apelando siempre a la ambigüedad del término ‘servicios avanzados’. Esa corriente un tanto subversiva llegó a criticar la primacía de la ‘imagen de marca’, incluso desde algunas instituciones semi-oficiales recién creadas como el CEDEMI (vivero empresarial), anteponiendo la regeneración del tejido industrial para que los servicios puedan operar. La atracción de nuevas inversiones hacia el área de Abandoibarra, por ejemplo, no se garantizaba con el mero cambio físico en cuanto a imagen y aspecto estético, a pesar de los mensajes que pretenden comunicar una idea de cosmopolitismo, como símbolo del recambio, que nada tiene que ver con la realidad pasada del contexto urbano<sup>22</sup>.

---

flujos a causa del hastío y el evidente hartazgo de la población tanto nativa como visitante.

21 *“Se puso en marcha una nueva estrategia orientada al intento de crear una nueva economía de servicios, basada en la promoción inmobiliaria, la construcción de imagen y la utilización de la cultura como herramienta económica en sentido amplio. La especificidad del caso bilbaíno hace referencia muy especialmente al complejo entramado de instituciones públicas (el Gobierno Vasco, la Diputación provincial y los ayuntamientos) que constituyen el marco de su actividad política al que, en el contexto de las nuevas estrategias, se añadieron nuevas agencias locales”* (Gómez García 2007: 111).

22 Desde esta perspectiva, la impresión que producen los frentes de agua una vez remodelados o la emergencia de determinados elementos culturales es la de ‘islas de renovación’ supuestamente transmisoras de mensajes de revitalización y símbolos visibles de la remodelación urbana. Este tipo de ejercicios, también busca transformar las imágenes tradicionales de la ciudad industrial en

En todo caso, *“es un afortunado acontecimiento exclusivamente arquitectónico, escasamente museístico y apenas cultural, de curiosidad colectiva, efectos lúdicos y sociales convulsivos cuya influencia durará todavía unos pocos años más”*. También en arquitectura y en urbanismo *“la superestructura de la apariencia no es mera y simplemente el encubrimiento de la esencia, sino que surge de esta misma esencia de modo coercitivo. La igualdad (homogeneidad) de lo ofrecido, que todos tienen que aceptar, se enmascara en la rigidez del estilo universalmente vinculante”* (Uriarte 2004: 24). Lo mismo sucede en las artes plásticas (contenido del continente; el museo contemporáneo o continente reconvertido en contenido), de manera que las ‘masas’ son en ocasiones vilmente engatusadas por los ‘fetiches’. Reconvertidos en ‘rutas y rutinas’ de cultura consumible, lo que interesa en los museos es que el visitante, turista o ciudadano extraño en su propia ciudad, pueda ‘ver’ sin más, contemplándose a sí mismo en el ‘gran mecanismo público’ de Adorno, aunque no logre ejercer sobre este ni la más mínima influencia. Afuera quedan los restos industriales; los ‘residuos depravados’ y en putrefacción del individualismo romántico.

Para el anteriormente mencionado antropólogo J. Zulaika, el Museo Guggenheim representaba el poder demiúrgico y la admirable importancia que en nuestro contexto sociocultural de la post-modernidad han re-adquirido los ‘mitos urbanos’. Abandoibarra en su conjunto iba a constituir el proyecto más emblemático para la ciudad que enlazaría Bilbao con el mercado internacional, como seña de identidad y espejo de la metrópoli vizcaína. Etiquetada como ‘la joya de la corona’, mientras que el Guggenheim y en menor medida el Palacio Euskalduna –más foráneo el primero y más ‘patrio’ el segundo incluso en su estética epidérmica– eran claramente los ‘buques insignia’. Antes bien, Abandoibarra no dejaba de ser un proyecto más que nada clásico de frente de agua en el antiguo corazón de la ciudad, con el eco de sus latidos aún retumbando en ese imaginario naval, obteniendo ingentes cantidades de suelo mixto destinado tanto a servicio como a viviendas e infraestructuras de comercio y de entretenimiento (en todo caso, movimientos y operaciones claramente inmobiliarias). El Plan Territorial Parcial del Bilbao Metropolitano *“ilustra bastante bien esta idea, aunque el ejemplo supremo a este respecto es Abandoibarra, el proyecto concebido como actuación típica de las áreas con frente de agua”*. Abandoibarra se convirtió en *“la pieza clave del intento de cambiar la imagen de la ciudad y transformarla en emplazamiento atractivo”* (Gómez García 2007: 166).

Esa reclamada colaboración público-privada más deseable que real es a lo que Cesar Pelli transmite a modo de visualización arquitectónica, liviana pero

---

declive en otras distintas, nuevas, vitales y cargadas de optimismo.



Figura 4. “Torre Iberdrola” en el frente fluvial de Abandoibarra (foto 2011, I. V.).

contundente, de un semblante empresarial: “*el Museo Guggenheim y el Palacio Euskalduna albergan importantes funciones culturales públicas. Son edificios relativamente bajos con formas escultóricas muy elaboradas*”. La Torre Iberdrola, por el contrario, “*alberga funciones básicamente privadas, es alta y su forma es muy simple. Es un hito, visible a larga distancia, que marcará el centro de Abandoibarra contra las nubes*”<sup>23</sup> (Larrea y Gamarra 2007: 95). Por el contrario, en la ciudad ‘reinventada’ y ‘teledirigida’ resulta obvio que:

“*La tolerancia, la calidad de vida, las opciones culturales y educativas, las infraestructuras físicas y digitales de conexión internacional y, especialmente, la idiosincrasia, las señas diferenciales de identidad, y el diseño de un modelo de ciudad y de territorio coherente y atractivo, van a ser los factores críticos de competitividad y de magnetismo en el siglo XXI*” (De las Rivas 2005: 13).

Esta frase de Alfonso Vegara (2005: 1), presidente de la Asociación Internacional de Urbanistas, esconde, si nos fijamos, la manida y últimamente multiplicada apuesta por el ‘crecimiento económico’ encubierto

23 “*En su página ‘web’, Pelli señala como objetivo prioritario rellenar el hueco que, tras la desindustrialización, se abre entre el Ensanche y la ría*”. (Larrea y Gamarra 2007: 95). Ese ‘hueco’ es Abandoibarra, la mayor ‘oportunidad del área metropolitana de Bilbao’. Bilbao Metrópoli-30 tenía que lograr transformar el área en un ‘bulevar del arte’, un centro de cultura, entretenimiento, actividades terciarias y servicios avanzados.

bajo el mito permeable de la ‘sostenibilidad’ necesaria, difundida pero verbalizada en escenarios un tanto impersonales. Sin alejarnos de las líneas precedentes, para el conocido arquitecto-paisajista Michael Swarzewski-Rodrian, que también ha recalado ocasionalmente en Bilbao, nos encontramos ante una nueva creatividad que se centra en el diseño de los paisajes urbanos con criterios de ‘sostenibilidad’ que han de regir las nuevas concepciones puestas en marcha en base a una combinación de perspectivas estratégicas y un modelo que incluye intereses públicos y privados.

### 3. BREVE EPÍLOGO SOBRE EL CAMINO RECORRIDO: CASI 20 AÑOS DESPUÉS.

<<El punto de partida y el resultado son cosas distintas>>.

IBAI FERNÁNDEZ-VALDÉS (2010)

El ‘milagro’ de la transformación bilbaína ha sido el producto de un momento finisecular y unas circunstancias propiciatorias que indujeron el hallazgo de una lámpara mágica en medio del desierto post-industrial. Su frotación despertó al ‘genio de la Ría’ para volver a deslumbrar en el mundo, aunque con una clara reposición de imaginarios industriales e imaginarios postmodernos o ‘sobremodernos’ (Augé 1996), donde uno de los druidas-arquitectos de nuestro tiempo –Frank Owen Gerhy–, actuó a la vez de chaman contemporáneo y de oráculo de los nuevos ritos del arte y



Fig 5. “Isozaki Atea” en los muelles de Urbitarte (fotografía desde el punto de llegada del funicular de Artxanda, 2011).

tótem ‘glocalizados’ (mundializados a partir de un emplazamiento específico)<sup>24</sup>.

Sabemos que por época, en Bilbao tocaba que toda una era industrial tornase la página, arribase a su fin que raramente coincide con el punto de partida, en una especie de revolución silenciosa que ha teñido de abandono aquellos edificios asociados a modos de producción y explotación que trajeron la prosperidad económica y modelaron el carácter social de una cultura. El espectáculo del hierro da paso al espectáculo del titanio. El espectáculo resultante deviene representación y “*aquel Bilbao está pasando de las zonas portuarias e industriales a los espacios de los constructores del ‘Tercer Milenio’*” (Balledor 2005: 6-7).

El proyecto materializado, el ‘sueño palpable’; esto es, el emblemático frente de agua de Abandoibarra posee todo lo necesario para que los que tienen que

tomar decisiones estén encantados. Concepto y figura, y un ‘pozo de mezcolanzas reflejada en la Ría’ que constituyen todos los iconos arquitectónicos, escultóricos, de mobiliario y diseño urbano. El salpicón de hitos ha llegado a ser tan abundante que ese notable espacio de borde fluvial ha adquirido un semblante mucho más impostado que imponente, repleto de logotipos y marcas, acaso superpoblado en las tardes soleadas de primavera y otoño; pero de una inconfundible escenografía pseudodramática en las horas crepusculares, cuando las amplias avenidas, las plazas, los parques, los paseos de ribera y las zonas estanciales se vacían —y los edificios se encienden— tal que monstruos que ya no rugen de las entrañas de la tierra hacia el cielo brumoso sino que yacen bajo el óvalo celeste despejado<sup>25</sup>. Es entonces cuando la calle (el espacio público), se convierte en maqueta a escala 1/1, y

24 Otros también dieron su ‘do de pecho’, lo que nos recuerda una frase del escritor Paulo Coelho a propósito del célebre compositor que interpretaba dificultosas piezas en los túneles del metro: <<Me habría detenido yo a escuchar a Joshua Bell? No lo sé. Creo que, como todo el mundo, yo también estoy condicionado por los ritos del arte...>>, reconociendo la complejidad de esos rituales, ya que “la alta cultura plantea problemas que en el fondo no se pueden resolver y por eso sus héroes acaban mal. Si se pudiera reducir a una fórmula lo que es el valor artístico, no habría problema para fijar los límites” (Arnaiz et al. 2008: s/p).

25 Muestran así sus símbolos tal que acrónimos de poder de extremo a extremo, desde el Guggenheim hasta el Euskalduna, pasando por el hotel de una cadena internacional (Sheraton), el rascacielos de una empresa energética (Iberdrola), el centro comercial de una firma prestigiosa (Zubiarte), la biblioteca de una universidad jesuítica (Deusto) y el paraninfo de otra universidad pública (UPV/EHU) financiada por una conocida Caja de Ahorros (BBK). En todo caso, no podemos olvidar la ironía de que “un banco es para un bilbaíno algo intocable e imbatible que está en la línea de lo taumatúrgico... [...] Si sales a la calle, ves que los edificios más lujosos, los más ostentosos, los más céntricos, son los Bancos”, cuando dichos bancos se asemejaban a las basílicas clásicas (Bikandi 2007: 152-153).

cuando eso sucede, parece como si alguien observase desde una posición superior...

Una posición que también tomó el arquitecto A. Isozaki, al igual que anteriormente lo habían hecho muchos otros: “*el japonés subió al monte Artxanda, contempló desde allí la ciudad de Bilbao, y como Moisés en el Sinaí, tuvo su visión. Bilbao necesitaba una puerta en ese lugar en que remata la calle Ercilla. Una puerta, simbolizada en dos torres de viviendas*” (Borja y Muxi 2004: 28). Muchas décadas antes, “*desde la altura del monte Artxanda, así veía Bilbao en 1935 el escritor argentino Roberto Arlt, en un artículo para el periódico bonaerense El Mundo: <<Bilbao, a doscientos cincuenta metros de profundidad, ofrecía un aspecto de mariposa negra con las dos alas manchadas de puntos luminosos>>*” (Bikandi 2007: 33). Y es que todo ello nos remite a la época cuando Bertolt Brecht estrenó la comedia “Happy End”, el 2 de septiembre de 1929 (muy poco antes del ‘crack’ de la Bolsa de Nueva York, que cambiaría tantas cosas y sumiría a medio mundo en una profunda crisis). “*No tuvo mucho éxito, pero una pieza musical que formaba parte de ella, <<La canción de Bilbao>>* (‘Der Bilbao-Song’) *si lo tendría: <<hoy está renovado y muy decente; con palmeras y helados, [...] vieja luna de Bilbao...*”. (Bikandi 2007: 133).

A otra obra de teatro recientemente estrenada en New York, su autor le puso el título “*Bilbao effect*”; drama que cuenta la historia de un arquitecto ‘endiosado’ al que le acusan de que los diseños de sus edificios inducen el suicidio colectivo de la gente que los habita. Esta exageración literaria, hace alusión a ese ‘efecto Bilbao’ que decíamos; carrera para lograr la resurrección económica salpicada de arquitecturas icónicas relacionadas a veces con otro “palabro” anglosajón: ‘*vanity projects*’<sup>26</sup>, transitando ahora desde la época de las ‘vanidades’ hacia la post-era de las crisis financieras. En Bilbao, los proyectos de remodelación y revitalización al albor de la bonanza económica han servido, asimismo, para el logro de inversiones y de capital. A la postre, con el advenimiento de la crisis se percibe que el urbanismo no es un método ni una técnica para conseguir dinero. En cuanto a disciplina estaría también asumiendo su propia situación crítica ante los abrumadores ‘acontecimientos’ del nuevo milenio.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

##### Adorno, T.

1966 *Disonancias. Música en el mundo dirigido*, Rialp, Madrid.

26 Lo cual aportaría una larga y duradera prosperidad, pero que en unas pocas décadas ha dejado entrever una ‘turbo-economía’ (Sanpedro 2011) de rápido ascenso y desigual permanencia en la cresta de una pendular ola que convierte las ciudades en sucesiones de ‘acontecimientos concatenados’ para autores como Amendola.

##### Arizkun, J.

2011 “Hirigintza, atzo, gaur... bihar”, *Administrazioa Euskaraz* 74, Gobierno Vasco. Instituto Vasco de Administración Pública (IVAP), 19-22.

##### Arnaiz, A.; Eloriaga, J.; Laka, X.; Moreno, J.

2008 *La colina vacía. Jorge Oteiza - Roberto Puig. Monumento a José Batlle y Ordóñez 1956-1964*, Universidad del País Vasco/EHU - Press), Fundación Museo Jorge Oteiza, Bilbao.

##### Augé, M.

1994 *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la Surmodernité*, Seuil, París.

##### Balador, J.

2005 *Ur hiritik begira. Miradas desde el agua*, Fundación BBK Fundazioa, Bilbao.

##### Benjamín, W.

1973 *Discursos interrumpidos I* (“La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”), Taurus, Madrid.

##### Bikandi-Mejías, A.

2007 *Bilb@o. Diálogo espacial*, Ellago, Zaragoza.

##### Bilbao Metrópoli-30

1994 “El Bilbao metropolitano en el horizonte de 2000. Los retos del futuro y las respuestas proyectadas”, en VV. AA.: *Bilbao. Hiri Buruak*, Bilbao, Sendoa, Bilbao.

##### Borja, J.; Muxi, Z.

2004 *Urbanismo en el siglo XXI. Bilbao, Madrid, Valencia, Barcelona*, Ediciones UPC, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona, Barcelona.

##### De las Rivas, J. L.

2005 “Pensando en un futuro creativo para BLV (Bilbao La Vieja)”, *Bilbao Ría-2000* 12, 13.

##### Español Echaniz, I.

2008 “Ilusión y realidad en el espacio público del nuevo milenio”, *Fabrikart. Arte, tecnología, Industria, Sociedad* (‘Cambio de siglo’) 8, 79-81.

##### Goiburru, N.

1999 *Nisa Goiburru. Arte simbiosis* (catálogo exposición), Palacio Aranburu, Tolosa.

##### Gómez García, M<sup>a</sup> V.

2007 *La metamorfosis de la ciudad industrial. Glasgow y Bilbao: dos ciudades con un mismo recorrido*, Talasa, Madrid.

**Khadra, Y.**

2008 *Ce que le jour doit à la nuit*, Julliard, París.

**Larrea, A.; Gamarra, G.**

2007 *Bilbao y su doble. ¿Regeneración urbana o destrucción de la vida pública?*, Gatazka Gunea, Bilbao.

**Martínez Callejo, J.**

2009 *Bilbao. Desarrollos urbanos. Ciudad y forma 1960-2000*, Gobierno Vasco (Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca), Colegio Oficial de Arquitectos Vasco Navarro (COAVN), Ayuntamiento de Bilbao, Vitoria-Gasteiz.

**Sanpedro, J.**

2011 “The <<Bilbao Effect>>... is over”, *Hiripublika* (publicación electrónica), [www.unibertsitatea.net](http://www.unibertsitatea.net), UEU (Udako Euskal Unibertsitatea: Blog Komunitatea), entrada: 24/04/2011.

**Serna Andrés, J.**

1993 “Dos Bilbaos”, *Bilbao (periódico municipal)* 63, 33.

**Süskind, P.**

1986 *Le Parfum*, Fayard, París.

**Uriarte, I.**

2004 “Metamorfosis del espacio portuario fluvial de Bilbao”, *Portus* 7, 24 y ss.

**Vegara, A.**

2005 “Territorios inteligentes”, *Bilbao Ría-2000* 11, 1.