

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE
VALENCIA
ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDÍA
Grado en Turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



**“El Guggenheim de Bilbao y los
valores del patrimonio cultural”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor: Arkaitz Celaá Angulo

Tutor: Santiago La Parra López

GANDÍA 2019

RESUMEN

La construcción del museo Guggenheim de Bilbao ha supuesto un antes y un después para la ciudad, por cuanto ha contribuido decisivamente a resituar la capital vizcaína en el mapa cultural del mundo. A través de este TFG se pretende analizar los valores del patrimonio cultural en la ciudad de Bilbao gracias al museo Guggenheim. Con el análisis de diferentes datos se pretende defender la tesis de que el Museo en cuestión ha sido más que rentable para la ciudad de Bilbao, no solo desde el punto de vista cultural sino también económico, social e incluso político y medioambiental.

PALABRAS CLAVE

Museo Guggenheim; Bilbao; patrimonio cultural; gestión cultural; valor del patrimonio.

ABSTRACT

The construction of the Guggenheim Museum in Bilbao has supposed a before and an after for the city, insofar as it has contributed decisively to placing the Biscayan capital on the cultural map of the world. The aim of this Degree's Final Project is to analyse the values of cultural heritage in the city of Bilbao thanks to the Guggenheim Museum. In this way, by studying different data the aim is to defend the thesis that the Museum in question, has been more than profitable for the city of Bilbao, not only culturally but also economically, socially and even politically and environmentally.

KEY WORDS

Guggenheim Museum; Bilbao; cultural heritage; cultural management; heritage value.

Contenido

Agradecimientos	4
1. Introducción	5
a. Objetivos.....	6
b. Metodología.....	6
2. Breve contexto histórico	7
3. La importancia de la Ría de Bilbao.	9
a. Comercio e industria.....	9
b. Crisis de los 70	11
c. Años 80: transformación de Bilbao	13
4. Guggenheim Bilbao	16
a. Primeras gestiones e inauguración	16
b. Funciones del Guggenheim	17
c. Críticas al Museo Guggenheim Bilbao.....	18
d. Primeras crisis	19
5. Resultados	21
a. Culturales.....	21
b. Económicos	25
c. Medioambientales.....	33
d. Políticos	36
6. Conclusiones	43
7. Tabla de ilustraciones	44
8. Bibliografía	46

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi tutor, Santiago La Parra, su profesionalidad, atención, sabiduría y cariño. Gracias también por abrirme los ojos y hacerme darme cuenta de que lo mío es la historia y el arte, actualmente mi pasión.

A mi madre, la cual ha hecho posible que yo haya llegado hasta aquí y esté realizando mi proyecto final para terminar mi grado. Sin ella y sin su apoyo seguramente hubiera abandonado el barco.

A mi familia, que ha tenido que aguantar mis momentos bajos y mis altos, siempre apoyándome y estando cerca de mí.

Finalmente, agradecer a mis amigos por aguantar mis tardes de angustia y estrés y ayudarme a salir adelante con lo que sea. Gracias por demostrarme que querer es poder.

1. Introducción

El patrimonio cultural se ha convertido hoy en día en un potenciador económico, político y cultural entre otros, y el Museo Guggenheim Bilbao es uno de estos casos.

Según el Ministerio de Cultura y Deporte, en 2017 se realizó en España un gasto en cultura de 678 millones de euros, lo que equivaldría al 0,06% del PIB. Por otra parte, según la Encuesta de Presupuestos Familiares Base 2006 (INE), elaborada por la División de Estadística y Estudios del Ministerio, el mundo de la cultura aportó en 2017 cerca de 13.298,4 millones de euros, siendo el gasto medio por hogar de 718,3 euros y el gasto medio por persona 288,6 euros.

Con este TFG pretendemos entender y analizar la figura del museo bilbaíno y conocer los distintos impactos que ha generado en Bilbao y el resto del País Vasco.

La construcción del Guggenheim Bilbao no fue una decisión tomada a la ligera. Esta infraestructura cultural acabaría siendo decisiva para la reconstrucción de un Bilbao sumido en la contaminación proveniente del sector secundario, así como la crisis creada en los 70.

El museo se convertirá en un aliento de esperanza para todos los ciudadanos y para los políticos en especial, que verán cómo mejora la calidad de vida de los bilbaínos, y cómo aumentan sus votos en las urnas. La necesidad de cambio y de mirar al futuro era algo obvio, por eso se propusieron relanzar la imagen de Bilbao para atraer a un turismo que hasta entonces era prácticamente inexistente, en parte también por el incesante terrorismo que asolaba el País Vasco.

El 18 de octubre de 1997, el Museo Guggenheim abrió sus puertas en Bilbao y su éxito sorprendió a todos. Este gran éxito colocaría a Bilbao en el mapa cultural mundial.

Esperanza, vanguardia, modernidad, futuro, todas estas palabras podrían resumir y poner sobre la mesa el valor que el Museo Guggenheim Bilbao ha generado.

Para entender cómo es y hacia dónde va el Museo Guggenheim de Bilbao es de vital importancia saber de dónde viene, sus orígenes y antecedentes. Por ello, se comenzará a explicar la situación de Bilbao y su contexto histórico, seguido de la importancia de la Ría de Bilbao. Después se analizará el Museo Guggenheim y posteriormente se detallarán y explicarán los distintos impactos del museo para entender su valor como patrimonio cultural.

El Museo Guggenheim de Bilbao podrá explicar con el tiempo lo que fuimos, somos y seremos.

a. Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar en este Trabajo Final de Grado son los siguientes:

General

Analizar los valores del patrimonio cultural en la ciudad de Bilbao aportados por el museo Guggenheim.

Específicos

- Definir los valores del patrimonio cultural.
- Investigar el impulso cultural, medioambiental, político y económico de la ciudad gracias al patrimonio cultural.
- Valorar el patrimonio cultural de la ciudad de Bilbao.
- Identificar los distintos resultados con los que el museo Guggenheim de Bilbao ha alcanzado gran reconocimiento a nivel internacional.
- Analizar el impacto del turismo como motor de desarrollo.
- Destacar la importancia del patrimonio cultural.

b. Metodología

Para la elaboración de este proyecto he hecho uso de distintos documentos:

En primer lugar, he podido leer varios artículos de revistas encontrados a través de internet, así como varios trabajos que estaban en la web y varios libros vinculados con el Guggenheim.

La mayor parte de la información ha sido extraída de internet, tanto los apartados históricos como las estadísticas y gráficos. En cuanto a la parte más objetiva, las gráficas, estadísticas y datos, las he extraído de distintas fuentes, como el INE, EUSTAT y Bilbao Air, entre otras. También me han sido de gran ayuda las noticias y artículos de distintas revistas para obtener datos e información de la época tratada.

También me acerqué a la Diputación de Vizcaya en busca de información. Pregunté por cierta información al Archivo Foral de Diputación de Vizcaya, además de acudir a la biblioteca para recopilar más información.

Por otra parte, también me quise reunir con una responsable del Guggenheim para poder entrevistarla, pero sin éxito alguno, aunque cabe destacar que me enviaron algo de información a través del mail.

Quiero agradecer la amabilidad del periodista de *El Correo* Iñaki Esteban, ya que me respondió a distintos correos y se propuso ayudarme en lo que fuera necesario.

Finalmente, fui al mismo museo para la recogida de datos, al igual que la Oficina de Turismo de Bilbao, aunque sin mucha suerte, ya que no me quisieron ayudar en mucho.

2. Breve contexto histórico

La Villa de Bilbao está situada en el norte de la Península Ibérica, siendo la capital de la provincia de Vizcaya. Fue fundada en 1300 por Diego López de Haro V, “El intruso”.

Centrándonos en los orígenes de Bilbao, se podría decir que remonta a la Edad Media. Bilbao comenzó siendo una pequeña aldea de pescadores localizada al lado de la Ría, en lo que es hoy el Casco Viejo, también denominado Siete Calles.

En cuanto al nombre de Bilbao, se podría decir que surgió del término “Bi albo” del euskera, que quiere decir dos lados, haciendo referencia a las dos partes que separaba la Ría.

Cabe destacar que en el desarrollo inicial de Bilbao habría que mencionar la gran influencia que el Camino Jacobeo de la costa ha tenido durante los años. El viejo puente que existía en la Ría de Bilbao permitía a todos los peregrinos cruzar para continuar con su trayecto. Este tránsito de personas desarrolló el comercio en la Villa y la cultura de la zona.

Bilbao era el límite entre Castilla y el mar, por lo que la Ría de Bilbao era un punto estratégico y puerta para introducir mercancías a Castilla y exportar la lana proveniente de toda la península, que se concentraba en Burgos como antesala del puerto de Bilbao y Langreo (Cantabria).

Se podría decir que, lógicamente, el nacimiento y el desarrollo de Bilbao estuvieron muy vinculados a su geografía, los montes que rodean la Villa y la estratégica Ría. Esta última está formada por el río Ibaizábal, que recibe las aguas del Nervión y el Durango.

Debido a la gran importancia de la Ría ya mencionada, se podría decir que la Villa de Bilbao prosperó gracias al transporte y comercio marítimo-fluvial, además de las minas de hierro y de las ferreterías, que ya enriquecían a Bilbao desde mucho tiempo atrás como ciudad comercial y cultural.

Durante los siglos XVI-XVIII comienza a variar urbanísticamente la Villa, en gran medida debido a dos inundaciones y un incendio que destruyen Bilbao. Tras estos graves acontecimientos se decide eliminar la muralla medieval y empezar a construir con piedra en vez de madera, un material más resistente y seguro por incombustible.

En 1876, debido al aumento demográfico y la necesidad de expandirse, se crea el Ensanche de Bilbao, obra de los arquitectos Severino de Achúcarro, Pablo de Alzola y Ernesto de Hoffmeyer.

Adentrados en el siglo XIX, la Villa cambió completamente y poco a poco se empezó a dejar de lado la tradición mercantil y artesanal para dar paso a la gran potencia que cobraría con la industrialización. La artesanía dio paso a fábricas, siderurgias y astilleros, por lo que la industrialización ya comenzó a introducirse en la población vasca.

Podemos afirmar que Bilbao tiene, entre otras, cuatro facetas destacadas en su historia: Bilbao medieval, comercial, industrial y su transformación a finales del siglo XX.



Imagen 1: Bilbao en 1575 (Fuente: blog.agirregabiria.net)

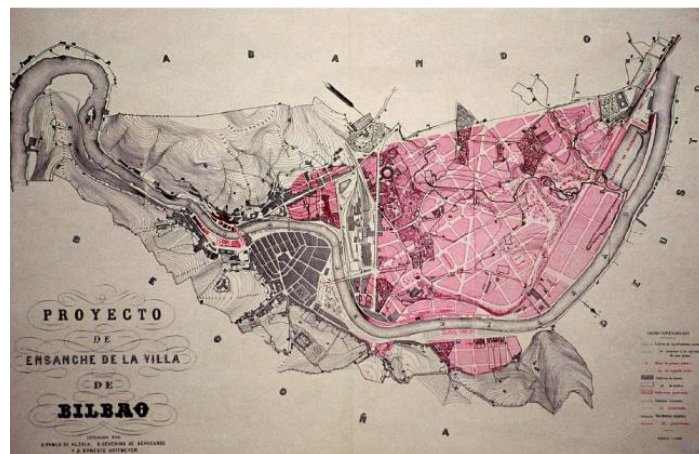


Imagen 2: Ensanche de Bilbao 1876 (Fuente: eblancooliva.com)



Imagen 3: Industria en Bilbao. (Fuente: Bizkaiaalent)

3. La importancia de la Ría de Bilbao.

La Ría ha sido, es y será fundamental para Bilbao, ya que ha aportado riqueza, desarrollo, cultura y ocio a los habitantes de la Villa, y actualmente se ha convertido en atracción para turistas.

La Ría de Bilbao ha sido testigo del incesante trasiego de barcos en época medieval, los cuales sacaban lana y demás productos autóctonos hacia otros países. Ha presenciado también el cambio de sector, logrando convertirse en epicentro de la modernidad industrial y finalmente ha logrado reinventarse para reemplazar una industria que acabó siendo obsoleta.

La historia de Bilbao ha tenido dos actividades muy arraigadas; primero el comercio y posteriormente la industria (siderúrgica, metalúrgica y la minería). Esta última tocó fondo en los años 70 con la crisis del petróleo, entre otros factores, y la ciudad comenzará a esperanzarse en los años 80 con la reinención de la Villa de Bilbao.

a. Comercio e industria

Desde tiempos remotos Bilbao ha estado siempre unido a la Ría y a todas las actividades que se desarrollaban en ella.

Como ya se ha mencionado, Bilbao era “la puerta de salida de Castilla al mar”, de esta manera la actividad comercial en la zona era notable. Desde que en el año 1300 nombrasen Villa a Bilbao, fue el centro de intereses comerciales, sobre todo cuando Doña María Díaz de Haro ofreció a la Villa de Bilbao el privilegio de formar parte de una de las rutas comerciales más importantes de la época. En principio, la ruta comenzaba en Orduña y finalizaba en Bermeo, pasando por Echévarri. Tras este privilegio, la ruta finalizaría en Bilbao en vez de en Bermeo.

El comercio de la Villa comenzó a hacerse cada vez más visible y en 1511 la reina Juana fundó el nuevo “Consulado Casa de la contratación, Juzgado de negocios de mar y tierra y Universidad de Bilbao”.

También cabe destacar que los barcos de vela dieron paso a los de vapor, y los de madera a los de hierro, por lo que ante estas nuevas necesidades la Ría tuvo que mejorar su entrada hacia Bilbao y aumentar su calado. Debido a todas estas decisiones, el comercio en la zona comenzó a ser imparable y en 1829 se creó un nuevo Código de Comercio para hacer frente a la nueva situación de la Ría.

En 1877 se creó la Junta de Obras del Puerto de Bilbao para seguir mejorando las infraestructuras y, así, mejorar las condiciones del comercio del lugar. Entre otras obras, se encargaron de la construcción del muelle de Portugalete y el encauzamiento de la Ría.

Se puede decir que el movimiento portuario de Bilbao refleja características propias de la actividad tradicional hasta mediado del s. XIX. A partir de este momento la actividad

tradicional y el comercio comenzarían a ver su fin debido a la nueva actividad industrial proveniente de Reino Unido.

La década de los 60 del siglo XIX supuso el punto de inflexión para el gran auge de la industrialización en la capital vizcaína. Por una parte se da comienzo a la explotación de mineral de hierro, en parte gracias a la abolición de la prohibición de exportar mineral de hierro en 1876. A partir de esa fecha se comenzó la extracción y exportación de mineral de forma industrial, dejando de lado el previo uso doméstico.

Se empiezan a mejorar las infraestructuras de transporte para, de esta manera, adaptarse a la nueva situación industrial. Entre esas mejoras se encuentra la construcción de ferrocarriles mineros para acercar el hierro a los muelles y así poder transportarlo con facilidad.

Llegaron a la Villa distintas empresas extranjeras para comenzar a sacar provecho del mineral de hierro que se encontraba en la zona. Los Chavarri y los Ybarra fueron propietarios de las minas y crearon sus filiales: *La Luchana Mininng*, *La Orconera* y la *Franco-Belga*.

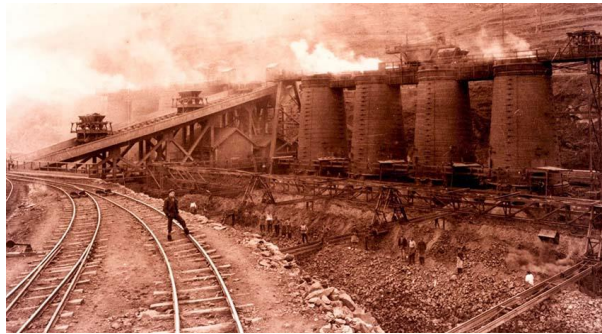


Imagen 4: Hornos y el ferrocarril de Orconera a finales del s. XIX. (Fuente: bioiron.info)

De esta actividad se pudieron sacar numerosos beneficios, con los cuales se financiaron las grandes obras de encauzamiento de la Ría y las demás inversiones necesarias en la actividad siderúrgica.

También se dio paso a la industria siderúrgica y comenzó la construcción de tres plantas en la margen izquierda de la Ría. La primera fábrica en echar a andar fue la de *Santa Ana de Bolueta* en el año 1841. En 1880 se construyó la fábrica *San Francisco de Mudela* en Sestao; dos años después *La Vizcaya*, también en Sestao. Estas dos fábricas se centraron en la producción de lingote para vender y exportar. La tercera fábrica en construirse fue *Altos Hornos de Vizcaya* en Baracaldo, encargada de vender el cuarto de su producción en lingote y el restante lo transformaba en laminados. Esta última fue la más importante de todas y se fundó con la fusión de las fábricas *La Iberia*, *La Vizcaya* y *Altos Hornos de Bilbao*.

Para finalizar con las importantes industrias erigidas en Bilbao en la época de la industrialización, también fue importante la naval.

Como se ha mencionado previamente, el incesante comercio que se desarrolló en la Ría obligó a Bilbao a hacer algo con esto y se decidió comenzar una nueva actividad para así reparar buques, por lo que se necesitó de la construcción naval. Previamente existían astilleros, pero estos carecían de la necesaria tecnología moderna para adaptarse a los

tiempos que corrían. Estos viejos astilleros fueron remplazados por unos nuevos con tecnología puntera a la margen izquierda de la Ría.

En el año 1900 comenzó con su actividad la Compañía de *Construcción y Reparación de Buques Euskalduna*, que ocupaba los terrenos donde se levantan hoy en día el Guggenheim, el Museo Marítimo y el Palacio de la Música Euskalduna.



Posteriormente, en 1915 se puso en marcha *La Naval*, junto a Astilleros Nervión y más tarde esta empresa se hizo también con *Astilleros Celaya* (1965).

Imagen 5: Astillero Euskalduna. (Fuente: sestao.wordpress.com)

Actualmente el Palacio de Congresos Euskalduna, la caseta de bombas, los diques y la grúa Carola son símbolos de la industrialización y el sector naval en especial. Todos estos elementos son parte del Museo Marítimo de Bilbao.

b. Crisis de los 70

Tras el florecimiento de la industria y su éxito en Bilbao, en los años 70 comenzará el declive de la industria por varios factores.

Tras un periodo complicado y de gran inestabilidad, el modelo industrial empieza a decaer. Primeramente, la industria clásica empieza a quebrar debido en gran parte a la crisis del petróleo de 1973. La subida del precio del crudo, que se multiplicó por cuatro en muy poco tiempo, afectó drásticamente al sector secundario y el consiguiente aumento del precio de la energía tuvo como consecuencia la subida drástica de los costes industriales.

Por otra parte, también cabe destacar que la crisis que surgió en los años 70 puso de manifiesto la evidente obsolescencia que primaba en el sector secundario, el atraso tecnológico era evidente.

Este agotamiento industrial ya se dejaba ver en los países más desarrollados en torno a 1967. Estados Unidos manifestó que su industria comenzó a reducir su ritmo de crecimiento. Este freno del crecimiento industrial demostraría que “el modelo de crecimiento basado en la industria electro-mecánica clásica, la utilización de energía barata y la expansión de la industria petroquímica tocaba a su fin.” (Serrano: 2001, 147)

Entre los años 1975 y 1985 fue tan grave la situación de crisis que el crecimiento de la tasa del PIB retrocedió hasta ser negativa (-0,3%).

En gran medida también afectó el momento político que se estaba viviendo, ya que el dictador Francisco Franco falleció en 1975. Durante la vida del dictador la industria estaba sumida en un régimen autárquico, bajo el duro intervencionismo del Estado. Esta situación de crisis continuó durante la Transición tras la muerte de Franco. En este momento existía una importante incertidumbre política y se creó un potente clima de inseguridad agudizando de esta manera la crisis existente.

Junto a todo esto mencionado, comenzó a dar sus frutos la cara más oscura de la crisis. Quiebras, suspensiones de pagos, despidos y cierres de las fábricas por la insostenibilidad de las mismas. Como ejemplo de efectos dramáticos de la crisis tenemos el cierre del astillero *Euskalduna*. En el momento que la empresa dejó de pagar las nóminas a sus trabajadores comenzaron las incesantes protestas que llegaron a durar meses. Durante este tiempo, la crispación en el astillero bilbaíno era notable y no faltó la violencia de los trabajadores. Finalmente los sindicatos lograron llegar a un acuerdo con los ministerios de Industria y Trabajo.



Imagen 6: Desmantelamiento astillero Euskalduna. (Fuente: *Bilbaopedia*)

Cabe destacar que la mayor parte del paro fabril se reunió en el Gran Bilbao, con un porcentaje del 82,2% en total, alejado de las cifras de otras comarcas como el Duranguesado con un 6,8%.

Esta situación de insostenibilidad obligó a muchas de las familias que salieron del mundo rural para emplearse en la industria a emigrar nuevamente hacia otras zonas menos afectadas por la crisis.

Para finalizar con la exposición de las causas de la crisis que afectaron a la zona, hay que añadirle también la desolación que se creó en la Villa tras las inundaciones del año 1983. Bilbao tuvo unas pérdidas de 60.076 millones de pesetas (631 millones de euros), siendo de esta manera la localidad más afectada de todas. Tras esta gran catástrofe el 30% de las pequeñas y medianas empresas no volvieron a abrir sus tiendas.

En definitiva, la crisis de los 70 obligó a reestructurar el sector secundario y en 1975 la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) aconsejó ciertas medidas para adaptarse a esta nueva situación.

En el caso español se decidió no tomar medidas a tiempo para solventar la crisis, por lo que la situación acabó siendo más desesperante aún. En aquella época primó el proceso de demolición del régimen franquista, por lo que la adopción de medidas tuvo que esperar hasta 1977 con la victoria de UCD y Adolfo Suárez como primer presidente de un Gobierno democrático en España. Aunque al llegar al gobierno, Suárez tuvo que

encontrarse con una difícil situación de transición a la democracia agravada por la crisis económica. Todas las decisiones para la corrección de la economía se tomaron con retraso y éstas tuvieron en consecuencia un coste mayor.

La crisis se superó adentrados los años 80, aunque quedó gran parte de la reestructuración industrial sin completar, de la cual tuvo que encargarse el gobierno socialista de Felipe González en 1983. Con el presidente socialista en el gobierno dio comienzo el proceso de reconversión industrial

c. Años 80: transformación de Bilbao

Tras los duros años de la crisis en Euskadi, con graves repercusiones en Bilbao, se comienza a plantear la necesidad de lograr una estrategia económica y de reconversión. En los años 80 la Administración Autónoma se consolidó y comenzaron a hacerle frente a la situación y a establecer las primeras medidas para frenar el deterioro socioeconómico. Todo hay que decirlo que sin la quiebra socioeconómica, seguramente no se hubiera dado el proceso de transformación, por lo que se convirtieron defectos en virtudes.

En la sociedad post-industrial que se sumía la Villa, se pensó en reestructurar la economía creando actividades basadas en el consumo, por lo que se pensó potenciar los servicios y el comercio, haciendo más fuerte al sector terciario. Quisieron centrarse en empresas más pequeñas, innovadoras, tecnológicas, más ágiles y centradas en el cliente. De esta manera, las actividades de ocio, culturales y turísticas serían de vital importancia para la revitalización de la capital vizcaína.

Las márgenes de la Ría hasta hace poco habían estado ocupados por el sector secundario y su incesante actividad industrial. Pero, como previamente se ha explicado, la crisis trajo consigo el cierre de plantas y la zona de Abandoibarra quedó totalmente desolada y degradada, como tantas otras.

Las autoridades se dieron cuenta de que los mejores suelos habían sido ocupados por la industria, sin que pudiera tener acceso la ciudadanía a disfrutar de éstos. Dichas zonas industriales eran totalmente llanas y se situaban muy cerca del centro urbano, por lo que se empezaron a replantear la reconstrucción urbana del área.

En la Imagen 7 se puede ver con claridad la gran transformación urbanística que sufrió Bilbao en los años 80. La zona dominada por el astillero *Euskalduna* pasó a convertirse en símbolo de revitalización como espacio ecológico y cultural. Hoy en día, en vez de un desolado, contaminante y gris astillero se encuentra uno de los museos más importantes de España, el *Museo Guggenheim Bilbao*. Aparte de este importante recurso, nos encontramos con la construcción del *Palacio de Congresos Euskalduna*, la gran *Torre Iberdrola*, la biblioteca de la prestigiosa *Universidad de Deusto*, el Centro Comercial Zubiarte, además de parques y zonas residenciales. La radical transformación es evidente.



Imagen 7: el antes y el después de la zona de Abandoibarra, previamente dominada por el astillero Euskalduna
(Fuente: certalsets.com)

Este increíble cambio tuvo como fin la renovación económica, entre otros aspectos. Algunos puntos fundamentales de este proceso de transformación pueden ser, por una parte, el acuerdo social y político en la necesidad de renovación de la Villa; había que “hacer algo” para darle un futuro novedoso y mejor a Bilbao. Cabe destacar que, a diferencia de Barcelona en el año 1992 con sus Olimpiadas y Sevilla con su Exposición Universal, en Bilbao no existía ningún acontecimiento importante como para su completa remodelación. Este caso «es un proceso “sin evento” concreto, y por tanto, sin fecha de conclusión». (Otaola: 2000, 76)

En el año 1991 se creó el Plan Estratégico para la Revitalización del Bilbao Metropolitano. El principal objetivo de este Plan sería el propósito de convertir Bilbao en «centro económico, financiero y cultural de un área geográfica extendida desde la Cornisa Cantábrica hasta la región de Aquitania, en el sureste de Francia. El lema “Bilbao capital del Eje Atlántico” resumía muy bien esa idea». (Larrinaga: 2011, 65)

Un año más tarde se creó la Asociación Bilbao Ría 2000 (Sociedad para la regeneración urbanística de Bilbao y su entorno) para la creación de nuevos espacios urbanos, la mejora del transporte, proyectos de mejora del medioambiente y la recuperación de las zonas sumidas en la crisis como las zonas industriales.

La Sociedad Anónima Bilbao Ría 2000 está formada en un 50% por la Administración Central del Estado y la mitad restante por las Administraciones Vascas.

La Asociación Bilbao Ría 2000 ha sido fundamental en la revitalización de la villa por su participación en las primeras actuaciones en la mejora de Bilbao, su urbanismo, medioambiente y transporte, entre otros aspectos fundamentales.

Esta asociación quiso aportar distintas propuestas para la consecución y cumplimiento del Plan General y entre las actuaciones realizadas por la asociación Bilbao Ría 2000 podemos encontrar las siguientes:

Primeramente, en el año 1995 se decidió crear una red de movilidad por todo Bilbao, gracias al Metro de Bilbao diseñado por el prestigioso arquitecto Norman Foster. Por otra parte, también se decidió mejorar la accesibilidad a distintos puntos de Bilbao con la creación de nuevos puentes, como el del Euskalduna, diseñado por Javier Manterola, y la polémica pasarela Zubizuri de Santiago Calatrava. Ambas infraestructuras fueron inauguradas en el año 1997. Estas dos propuestas pretenden mejorar las comunicaciones entre las dos márgenes de la Ría.

Se decidió, así mismo, ampliar el aeropuerto de Sondika, con una nueva terminal. Esta construcción, también obra de Santiago Calatrava, se inauguró en junio del año 2000.

En cuanto a comunicaciones y transporte se refiere, también procedieron a la ampliación del Puerto exterior.

Se llevó a cabo el Plan Integral de Saneamiento de la Ría, que era uno de los puntos más negros de contaminación a nivel europeo. De esta actuación se encargó el Consorcio de Aguas, con la consiguiente mejora de la calidad del agua.

Pero las actuaciones más importantes y que más éxito han tenido para Bilbao han sido, sin duda, la construcción del Palacio de Congresos y de la Música de Euskalduna y el gigante de titanio, el Guggenheim Bilbao.



Imagen 8: Proyecto de Abandoibarra por Bilbao Ría 2000 (Fuente: wearethecityheroes.wordpress.com)

Con la ayuda de asociaciones y Administraciones Públicas, Bilbao logro transformar la contaminación, miseria y tristeza de los años 70 en esperanza y florecimiento de la economía bilbaína gracias a las actuaciones tomadas durante estos años.

Entre todas las actuaciones realizadas, la que más repercusión internacional ha tenido y más ha contribuido a posicionar a Bilbao turísticamente, ha sido el Museo Guggenheim Bilbao.

4. Guggenheim Bilbao

El proyecto del Museo Guggenheim Bilbao nació por las inquietudes de determinadas instituciones del País Vasco. Bilbao estaba sumido, como hemos dicho, en una depresión post-industrial con un paisaje desolado por la contaminación. Tras un terrible proceso de reconversión industrial, a raíz de la crisis del petróleo, en los años 80 se pensó en posibles alternativas viables al enorme hueco dejado por una industria obsoleta y que, por tanto, ya no era competitiva.

En definitiva, la construcción del museo trajo consigo la sustitución de la vieja ciudad totalmente industrial por un nuevo Bilbao posicionado a nivel mundial por su arte, arquitectura, gastronomía y cultura.

a. Primeras gestiones e inauguración

Juan Luis Laskurain fue en 1991 el encargado de realizar las primeras gestiones con la *S. R. Guggenheim Foundation* para la construcción del museo. Con esta negociación se vio una gran oportunidad de negocio, con inversión pública y publicidad para Bilbao. El interés por la construcción del museo no era simplemente proporcionar un ambiente cultural a la ciudad, sino también regenerar la Villa y posicionarla como referencia internacional de cultura.

Desde las primeras negociaciones, la Fundación Guggenheim exigió que el edificio en cuestión fuera singular, difícil de olvidar, extraordinario, que significara un hito en la historia de la arquitectura contemporánea.

Para la elección del arquitecto se decidió realizar un concurso rápido entre tres profesionales de renombre: por una parte Arata Isozaki, Coop. Himmenblau y F. Ghery, cuyo proyecto resultó vencedor.

Los materiales más destacados en su construcción serían el titanio, caliza y cristal. Estos elementos generan una combinación singular, con irregularidades y proporciones desmesuradas, que le dan al museo un toque peculiar y distintivo.

En cuanto a la ubicación, el museo está situado junto a la Ría, al lado del puente de La Salve, que divide el museo en dos zonas. Por una parte, la torre y en el otro lado el Museo en sí. Se podría decir que el puente de La Salve está perfectamente integrado con el Museo.



El 18 de octubre de 1997 se inauguró Museo Guggenheim de Bilbao. La

Imagen 9: Los Reyes con el lehendakari José Antonio Ardanza el día de la inauguración en octubre de 1997 (Fuente: *El País*)

nueva institución cultural llegó con gran fuerza a Bilbao, ya que revitalizó la Villa e impactó notablemente en la vida de todos los vascos. El museo es una atracción turística muy potente y se ha convertido, sin duda, en símbolo de Bilbao.

Se podría decir que una de las ideas principales del museo fue embellecer y adornar la ciudad industrial y gris que era Bilbao. El “Nuevo Bilbao” estaba en marcha.

b. Funciones del Guggenheim

Entre otras, el edificio de Gehry cumple las siguientes funciones:

- **Urbanística:** A raíz de la construcción del museo, se tuvo que “adecentar” y limpiar la zona hasta entonces industrial para darle un aspecto adecuado a sus nuevos usos. Como ya se ha mencionado, antes de la construcción del museo, en los terrenos donde se asienta el Guggenheim, había una fábrica y almacén de maderas, contenedores de mercancías, un astillero y barcos. En consecuencia, el paisaje era de hierros oxidados, contaminación y un ambiente lúgubre, que cambiaría para siempre con la construcción del museo.

En 1989, el Plan de Ordenación Urbana apuntó Abandoibarra como lugar idóneo para construir el museo y tapar el vacío que creó la reconversión industrial.

- **Económica:** la creación del museo iba a atraer turistas e inversores y de esta manera revitalizaría Bilbao. El Guggenheim fue pensado, entre otras cosas, también para la creación de empleo con la construcción de nuevos hoteles y apertura de nuevos negocios. Las previsiones que tenían con el Guggenheim eran muy optimista y la realidad las acabó superando por los ingresos directos e indirectos generados por el museo.

- **Política:** el museo estaba pensado para recrear valores positivos, la modernidad, el progreso, vanguardia, confianza... Se buscaba también la rentabilidad política. Bilbao prefirió tener junto a su Ría un museo antes que cualquier otro tipo de negocio mercantil. Los políticos esperaban que el éxito del Guggenheim les beneficiara, identificando el éxito del museo con el suyo propio.

El museo se convirtió rápidamente en un potente elemento publicitario y esto posicionó Bilbao a nivel mundial, acallando noticias sobre el incesante terrorismo de ETA. De esta manera, la gente comenzaría a ver Bilbao de otra manera, alejando los pensamientos de terrorismo, y acercando cada vez más a la gente a un Bilbao renovado con aires nuevos y ciudad para disfrutar.

A partir de la construcción del museo las noticias sobre el País Vasco, en general, y Bilbao en particular, comenzarán a diversificarse, mostrando su cara verdadera como ciudad amable y de acogida, que quedaba oculta hasta entonces.

- **Relaciones públicas:** representantes de las más altas magistraturas (incluidos los reyes), políticos de diferentes administraciones, empresarios y diplomáticos de

todo el mundo fueron los invitados que se dejaron ver durante la inauguración del museo. El Guggenheim se convertiría en “soporte de relaciones públicas en el sentido más técnico de la expresión, como la pantalla para la imagen y los mensajes interesados de partidos políticos, instituciones y empresas” (Esteban: 2007, 23)

c. Críticas al Museo Guggenheim Bilbao

Años antes de la construcción del Museo Guggenheim, comenzó una guerra dialéctica en Euskadi por la disconformidad de muchos artistas vascos con la construcción del museo. Los artistas vascos de los años 1991-1992 veían al Guggenheim como un peligro traído por una institución foránea; en definitiva, una amenaza colonial.

Uno de los artistas vascos más críticos con la construcción del museo fue Jorge Oteiza, el cual pensaba que Euskadi estaba vendiendo la esencia autóctona, además de su rica cultura, al enemigo americano. Oteiza sentenció que el edificio de Gehry era “Euskodisney”, un parque temático de la traición al arte y artistas vascos. Reivindicaba, en consecuencia, que se anulara todo lo pactado entre la institución del Guggenheim y el PNV, encargado de la negociación.

Otro artista vasco muy crítico con el Museo Guggenheim fue Agustín Ibarrola, quien en una entrevista concedida al diario *El Correo* el 23 de enero de 1992 decía: “La ría se convertirá en un canal de Panamá. Los artistas navegaremos durante casi un siglo por aguas propias e internacionales bajo pabellón extranjero. El arte vasco, el arte español que comprará la fundación por valor de 5.000 millones de pesetas, los negociará y ejecutará ¡ella sola!”. Las palabras del artista dejan clara su preocupación por que el arte vasco quedara relegado ante el empuje colonialista del museo.

Otro acto crítico respecto al museo tuvo lugar en julio de 1994. Un grupo de jóvenes artistas visitó la oficina del proyecto del museo. En este encuentro se les explicó el proyecto y se les mostró la maqueta de F. Gehry. Al finalizar la explicación todos los jóvenes se desnudaron para expresar claramente la situación en que quedarían ellos con ese proyecto.

Todos estos artistas también fueron muy críticos con el presupuesto de 23.000 millones de pesetas (más de 138 millones de euros) que se iban a invertir en el museo. Veían, como mucha gente de a pie, un gasto innecesario para la Villa. La ciudadanía creía que las autoridades vascas iban a realizar una inversión multimillonaria, dejando de lado todos los problemas existentes en aquel momento: desempleo, falta de seguridad, terrorismo...

Otras críticas vinieron desde Guipúzcoa. Esta provincia aspiraba a ser ciudad de la cultura, al mismo tiempo que Bilbao aspiraba a ser centro financiero y Álava capital administrativa. Tras la construcción del Guggenheim, la provincia de Guipúzcoa se vio indefensa y se interpretó aquella situación como “cultura de talonario”.

Muchos juzgaron inoportuna la construcción del Guggenheim y entendieron que más que cultura estaban creando un folleto propagandístico; es decir, que estaban vendiendo la cultura por millones de pesetas y dejando indefensos y sin recursos a los artistas vascos.

d. Primeras crisis

El museo ha tenido que hacer frente a varias crisis para salir adelante. Entre otras, el incesante terrorismo de ETA y algún problema con el tema financiero del museo.

Los primeros días de vida del Guggenheim fueron oscurecidos por distintos elementos, que ocasionaron una primera crisis, fundamentalmente política, ya que el Museo en cuestión estaba funcionando mejor de lo que se esperaba.

En primer lugar, el terrorismo de ETA sacudió notablemente el optimismo y la alegría que despertó la puesta en marcha del museo.

Cuatro días antes de la inauguración del Guggenheim, ETA cometió uno de sus atentados a las puertas del museo. Todo ocurrió cuando el *ertzaintza* Txema Aguirre custodiaba las proximidades del museo y observó una furgoneta de jardinería sospechosa. Esta contenía explosivos introducidos en macetas para hacerlos explotar el día de la inauguración con presencia del lehendakari José Antonio Ardanza, del presidente del Gobierno español José



Imagen 10: Acceso al Museo Guggenheim de Bilbao tras el atentado. (Fuente: larioja.com)

María Aznar y el rey Juan Carlos I. Cuando Aguirre procedió a la inspección del vehículo y sus pasajeros, uno de estos le disparó provocándole graves heridas, de las que falleció.

Por otra parte, como ya se ha mencionado, estos mismos etarras intentaron preparar el atentado que querían cometer el día de la inauguración del museo contra la figura del monarca. Se les dieron indicaciones a los terroristas para atacar contra el museo y el rey el día 18 de octubre de 1997. Para ello, se les suministró armamento y material explosivo. Finalmente los terroristas no llevaron a cabo el ataque terrorista el día de la inauguración del museo, ya que la muerte del *ertzaintza* cambió los planes de la banda terrorista y alteró la forma de actuar de la misma.

Eneko Gogeaskoetxea, el presunto autor, se dio a la fuga tras el asesinato de Aguirre y su compañero Kepa Arronategi fue detenido. Finalmente, el autor fue detenido en 2011 en Cambridge (Inglaterra) y condenado a 92 años de prisión, más una indemnización de 500.000€ para la viuda de Aguirre.

Este asesinato y la intención de los terroristas por dinamitar el museo y arruinar su inauguración desvelaron la negrura que se estaba viviendo en el País Vasco en cuanto al terrorismo de ETA se refiere. Incluso con la amenaza constante de terrorismo, el Museo Guggenheim Bilbao logró inaugurarse con éxito y con la presencia de las autoridades. Hay que destacar que, tras el asesinato de Aguirre, ETA dejó de retar al museo, que pudo continuar así con su actividad sin temor por su seguridad.

Otro de los casos que dejó en mal lugar al Guggenheim fue un problema de financiación irregular. En el año 2001 el Tribunal de Cuentas del País Vasco criticó la dificultad de control público de la “empresa” Guggenheim, ya que adoptó la fórmula de Sociedad Limitada a pesar de estar al 50% en manos del Gobierno Vasco y Diputación de Vizcaya.

Este estudio sentenciaba así mismo que hubo una desviación de 2.500 millones de pesetas (15 millones de euros) en el presupuesto de urbanización, construcción y equipamiento del propio museo. Según esta misma investigación, la firma y fecha de los informes para comprar obras de arte eran erróneos y además no existía documentación alguna de los 75 candidatos para las plazas de plantilla existentes.

Según informa el periódico digital *HOY* el 17 de abril de 2008: “El director general del museo, Juan Ignacio Vidarte, destituye a Roberto Cearsolo, su mano derecha, tras confesar que se apropió de medio millón de euros”.

Tras estas acusaciones de opacidad financiera y apropiación indebida, sumadas al incesante terror provocado por ETA, crearon las primeras crisis, que pusieron en duda el funcionamiento del museo y su propia integridad.

5. Resultados

En este apartado se podrá verificar y contrastar distintas afirmaciones hechas durante el TFG. Se analizarán a base de distintas gráficas, estadísticas y datos para demostrar que el Guggenheim ha sido y es más que rentable para la Villa de Bilbao desde distintos puntos de vista.

El Guggenheim no solo ha sido económicamente rentable sino que ha supuesto un antes y un después para la vida de Bilbao, para su proyección internacional y promoción de su rica cultura.

El museo ha logrado que un elemento patrimonial y cultural pueda dar vida a una gran Villa como Bilbao. Su valor se podría resumir como “un bien cultural que se ha transformado en género de comercio a partir del momento en que se le ha adjudicado un determinado valor convertible en moneda y ha aparecido gente dispuesta a pagar por ello” (Ballart: 1997, 222-223)

Todos estos resultados que nos proponemos analizar van a tener en cuenta al turismo y al importante auge de la capital vizcaína. Es decir, la mejora social, económica, política y ambiental, entre otros factores, va a ser fundamentales para el auge del turismo y constituir una ciudad apta para el sector servicios.

La construcción del Museo realzará un turismo estancado en la capital vizcaína. A través de los objetos de análisis se pasará a demostrar el gran impacto que el Guggenheim ha tenido y, con él, el propio turismo de Bilbao. Cabe destacar que el museo fue galardonado con la distinción “Turismo 1998”, lo cual nos confirma su importancia y la del patrimonio cultural para el turismo.

a. Culturales

Comenzaremos con el análisis de los impactos culturales que el museo ha tenido en Bilbao y sus alrededores.

La cultura es un derecho, además de un vehículo de desarrollo, y el museo ha sido desde su inauguración un agente cultural primordial, tanto en Bilbao como Euskadi, así como en el Estado y en toda Europa.

El Guggenheim fue creado como bien cultural, el cual apostaría por el arte, la vanguardia y la modernidad. El museo ha tenido un impacto más que positivo para la cultura, entre otras razones porque desde su inauguración se han incrementado las visitas a los museos, lo que demuestra que el Guggenheim ha aficionado a la ciudadanía al arte.

El museo ha suscitado la necesidad de consumir arte y éste también nos ha hecho valorar y entender el arte moderno de otra forma.

El Guggenheim es uno de los museos más importantes de Europa, no solo por su increíble arquitectura, su continente, sino por el valor e interés de sus exposiciones temporales, su contenido.

En total, el Guggenheim ha tenido 111 exposiciones temporales y 70 presentaciones de la Colección Permanente y además cuenta con 136 obras de colección propia.

A continuación se detallan las exposiciones más importantes a lo largo de la vida del museo, así como la afluencia de visitantes que tuvo por año. Cabe destacar que dos de las exposiciones que el Museo Guggenheim Bilbao ha albergado han sido de las diez más visitadas en el mundo durante 2017: *'Bill Viola, retrospectiva'*(8º puesto) y *'George Baselitz'. Los héroes* (9º puesto).

	Exposición	Año	Visitantes
1	Andy Warhol: sombras	2016	820.618
2	Bill Viola	2017	710.995
3	Richard Serra: obra reciente	1999	681.916
4	Louise Bourgeois. Estructuras de la existencia. Las celdas.	2016	679.532
5	Joana Vasconcelos. Soy tu espejo	2018	649.082
6	¡Rusia!	2006	621.188
7	Yoko Ono: retrospectiva	2014	613.754
8	David Hockney: una visión más amplia	2012	543.398
9	China: 5.000 años	1998	538.479
10	Jean Michel Basquiat	2015	538.475
11	George Baselitz. Los Héroes	2017	534.221
12	Eduardo Chillida: 1948-1998	1999	501.321
13	Jeff Koons: retrospectiva	2015	493.730
14	Chagall. Los años decisivos. 1911-1919	2018	453.182
15	Cy Twombly	2008	223.391

Estas cifras de vértigo hacen sin duda del museo Guggenheim un museo variado, que apuesta por la cultura en todas sus vertientes. Como podemos apreciar en la tabla, la exposición de Andy Warhol en 2016 ha sido la que más visitas anuales ha conseguido, seguido de Bill Viola que, como se ha explicado, ostenta el 9º puesto como exposición más visitada de Europa en 2017. Por lo tanto, queda claro que la acogida por el público para apreciar el arte y cultura es muy notable.

Las exposiciones de arte contemporáneo del museo Guggenheim de Bilbao han logrado culturizar y encontrar a un público cada vez más entendido. La calidad y las programaciones de las exposiciones son, en definitiva, determinantes para atraer a distintos visitantes.

Se acusa en muchas ocasiones al Guggenheim de ser un edificio bonito sin intencionalidad cultural ni artística. Pero los datos de visitantes y el reclamo que ha originado no dicen lo mismo.

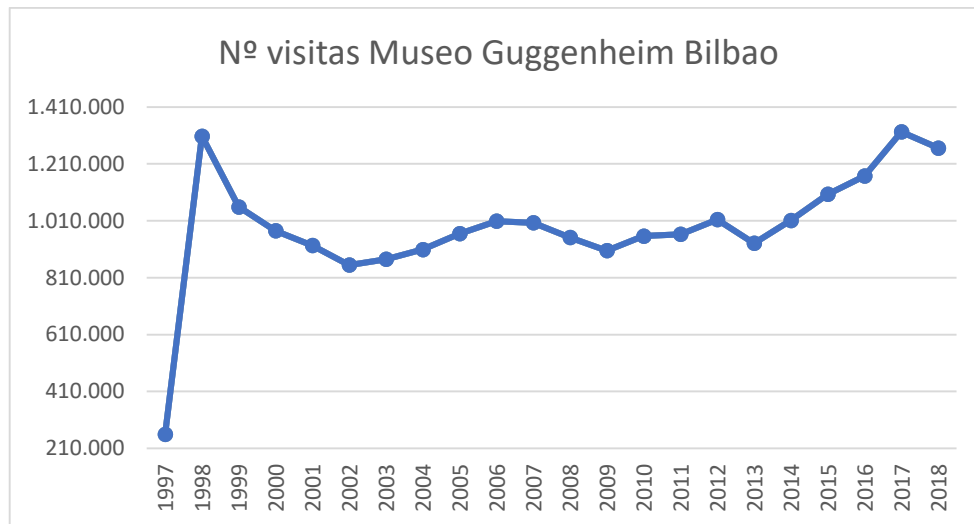


Imagen 11: Visitas al Museo Guggenheim (Fuente: *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*. Vol. 4, Nº 11, diciembre 2011)

En esta grafica se puede apreciar el número de turistas anuales que ha logrado albergar el museo desde su apertura en octubre de 1997 hasta el año 2018.

Queda claro que el primer año de vida del museo ha sido uno de los mejores, hasta el punto de que se puede decir que generó un deseo de apreciar el arte y visitar recintos artísticos y culturales. En el año 1998 se logró una cifra increíble para el museo, nada más y nada menos que 1.307.200 de visitantes.

Después de su inauguración tuvo una bajada de visitantes, tras ir consumiéndose la novedad de la inauguración del museo vanguardista. Posteriormente las visitas comienzan a subir hasta 2007. Tras este año comienza de nuevo la caída de visitantes debido a la grave crisis económica que España estaba sufriendo en ese periodo de tiempo. Posteriormente, en 2013 comienza una subida de visitantes hasta alcanzar máximo histórico en 2017 con 1.322.611 visitantes. La conclusión parece clara y es lógica: las visitas al museo disminuyen en épocas de crisis.

En total el museo ha recibido desde 1997 hasta 2018, 21.729.369 de visitantes, lo cual hace que sea uno de los más importantes de España e incluso de Europa.

La importancia del Museo Guggenheim Bilbao es también notable ya que, según la clasificación de Travellers`Choice de Tripadvisor, el museo bilbaíno ocupa como mejor museo el tercer lugar a nivel nacional y el 22 a nivel europeo.

Todas estas cifras revelan el importantísimo valor del patrimonio cultural y cómo un museo puede acercar el arte a tantas personas en un lugar donde previamente estaba sumido en la crisis y la contaminación.

También es importante mencionar las más de 100 distinciones que el museo ha recibido a lo largo de sus más de 20 años de vida; entre otras, la Medalla de Oro a las Bellas Artes (1998), Museo Europeo del Año (2000), Maravilla del Mundo Moderno (2002), Vasco Universal (2007), Bizkaitar Argia - Ilustre de Bizkaia (2015), Museo Más Transparente

del Estado (2015 & 2016) y Lonely Planet lo incluye dentro de los edificios más hermosos del mundo.

Aparte la repercusión interna del museo y sus aclamadas exposiciones, también cabe destacar su gran labor a favor de la cultura y promoción de actividades educativas. Entre otras, 611.178 estudiantes han visitado el museo, 16.519 educadores han participado en programas formativos y 405.281 han utilizado recursos online, a la vez que 80.215 niños han participado en talleres infantiles.

También cabe destacar que gracias al éxito del Guggenheim se realizaron muchos otros espacios culturales y turísticos, además de poner el foco en otros que ya existían previamente:

El Palacio Euskalduna es uno de estos ejemplos. Se inauguró en 1999, muy cerca del Guggenheim. Ocupa el lugar donde previamente existía el astillero con el mismo nombre, lo cual es un acto muy simbólico. En el mismo caso que en el Guggenheim, se sustituyó un astillero abandonado por un espacio para albergar y distribuir cultura.

Tras la construcción del Palacio Euskalduna, Bilbao se acerca más que nunca a la cultura. Se crea en la Villa el triángulo cultural, que tanto se echaba de menos en la capital vizcaína. Con gran proximidad entre sí, se construyeron el Museo Guggenheim Bilbao y el Palacio Euskalduna, además del ya existente Museo de Bellas Artes de Bilbao. Estos tres elementos van a acercar a Bilbao, sus ciudadanos y los visitantes al Olimpo de la cultura.

Otro aspecto a destacar también es la construcción del Museo Marítimo de Bilbao, situado también en Abandoibarra, como el Euskalduna y el Museo Guggenheim. El museo en cuestión fue inaugurado en 2003 y su principal misión es difundir el patrimonio marítimo ligado a la Ría de Bilbao y su entorno y acercar al mar a la sociedad.

Tras la creciente demanda de turismo cultural en la Villa, también otros espacios han ganado relevancia gracias al éxito del Guggenheim. En definitiva, si la gente se acerca a Bilbao no solo acude al Guggenheim sino que aprovecha la estancia para poder visitar otros lugares. Entre otros lugares influenciados positivamente por el Guggenheim tenemos los mencionados previamente: el Museo de Bellas Artes, el Museo Marítimo y el Palacio Euskalduna. Aparte de estos nuevos reclamos culturales, también podemos encontrar otros como: el Casco Viejo de Bilbao, el Teatro Arriaga, el estadio San Mamés, el Puente Bizkaia de Portugalete y el Centro Azkuna, entre otros.

b. Económicos

Tras conocer los impactos culturales que ha tenido el museo, vamos a proceder a analizar los económicos. Se analizarán distintas variables para, de esta manera, intentar demostrar la gran importancia del museo en cuestión económica. También podremos conocer si el museo ha obtenido durante los años pérdidas o beneficios, para así valorar el éxito económico del Guggenheim.

Como punto de partida estaría bien detallar la inversión inicial que se realizó para la construcción del museo, que fue de 219 millones de euros en total. Según datos del Tribunal Vasco de Cuentas Públicas, la construcción del museo supuso un desembolso de 101,38 millones de euros. Esta cifra corresponde a la suma del coste de la edificación (86,47 millones de euros) y los terrenos, tasas e impuestos (17,9 millones de euros). Finalmente también habría que contabilizar la compra de obras de arte para nutrir la actividad del museo, cuyo coste ascendería a 100 millones de euros, según la Diputación de Vizcaya.

A continuación se detallarán los gastos directos del museo, la generación al PIB y los ingresos a Hacienda que generó el museo desde 1997 a 2010.

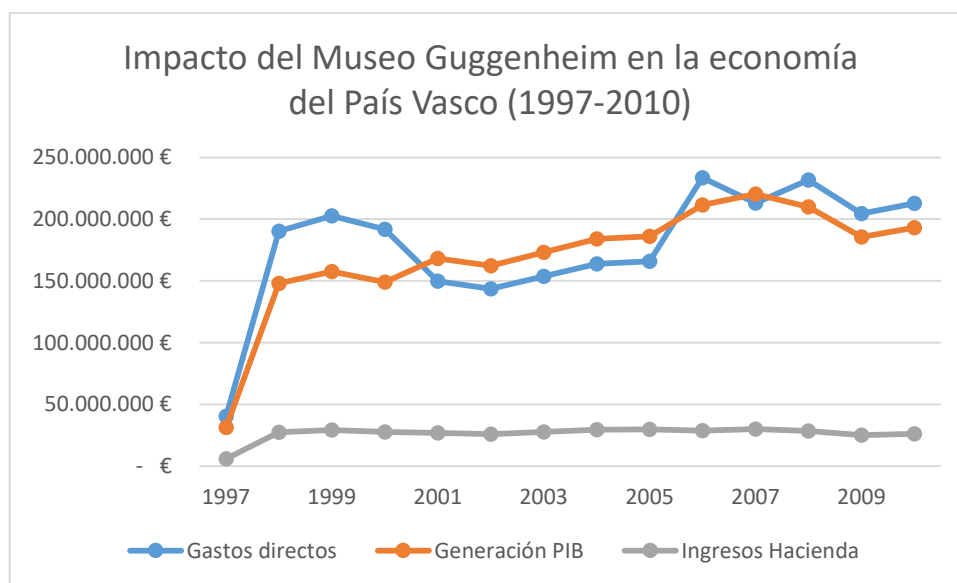


Imagen 12: Impacto económico del Museo Guggenheim 1997-2010. (Fuente: elaboración propia a partir de datos extraídos de la revista *TURyDES*, Vol. 4, N°11, diciembre de 2011).

En este gráfico se puede comprobar el gran impacto económico que tuvo el museo en sus primeros años. Entre 1997 y 2010 generó en total 2.498.223.585 € en gastos directos, 2.380.794.752 € en generación del PIB y 369.520.428 € en ingresos a Hacienda Pública.

Se puede apreciar en la gráfica el gran gasto que se realizó entre los años 2005 y 2007, alcanzando máximos y generando de esta manera más PIB. En cuanto a los ingresos a Hacienda se puede comprobar que han sido bastante lineales durante esos años.

Ampliando estos datos hasta nuestros días más recientes, según informes del propio Museo Guggenheim de Bilbao desde 1997 hasta finales de 2018 ha generado

5.705.623.618 euros de gasto directo, 5.172.724.752 euros en aportación al PIB y 800.320.428 euros de ingresos adicionales a la hacienda vasca.

Según un estudio de la empresa Peat Marwick, el año posterior a la inauguración del Guggenheim el 85% de los visitantes de Bilbao viajó expresamente para conocer el museo o alargó su estancia por este motivo. Los 12 meses posteriores a la inauguración se creó una riqueza de 24.043 millones de pesetas (144 millones de euros). Esto supone el 0,47% del PIB de la Comunidad Autónoma Vasca. Esta situación hizo recaudar a lo largo de 1998 una recaudación extra de 4.480 millones de pesetas (27 millones de euros) de IVA e IRPF para las arcas de hacienda vasca.

Todos estos datos demuestran la importancia del Guggenheim en cuestión económica, ya que desde sus primeros años de vida hasta la actualidad ha logrado unas altas cifras económicas que han ayudado a la generación del PIB y a los ingresos de la Hacienda Pública.

En la siguiente gráfica se puede observar el impacto del gasto fuera del museo durante los años 2001, 2003, 2005, 2007 y 2009.

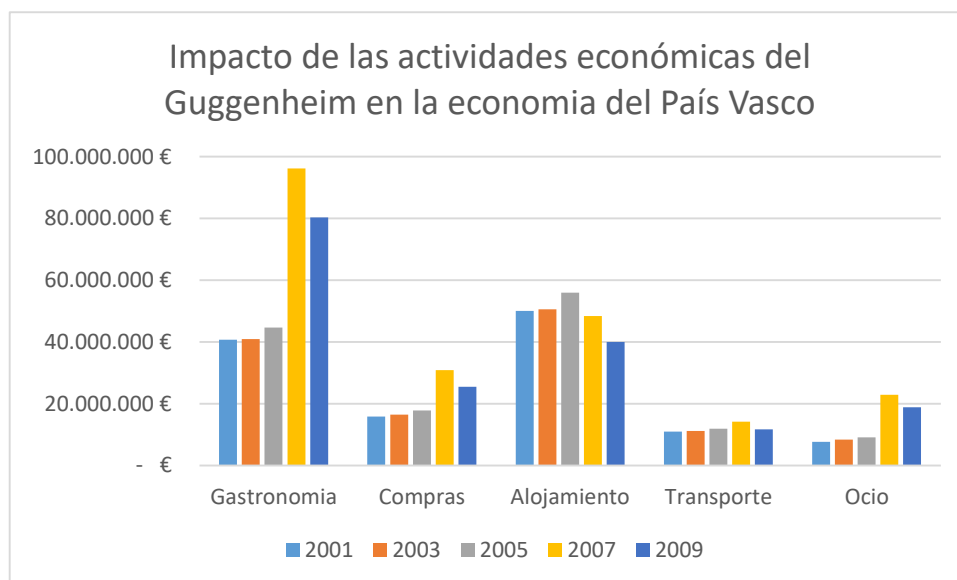


Imagen 13: Gastos indirectos Museo Guggenheim Bilbao. (Fuente: elaboración propia a partir de datos de *Pineda & Cala*, 2011, pág. 509)

En este gráfico de barras podemos apreciar el gasto que se realizó fuera del museo en los años 2001, 2003, 2005, 2007 y 2009. Lo que más llama la atención es la gran importancia de la gastronomía vasca, ya que es en lo que más gasta el turista que viene interesado por el Guggenheim y Bilbao. Se aprecia que el año 2007 fue un gran año para Bilbao, ya que los visitantes gastaron en total aproximadamente 212.409.874 € en gastronomía, compras, alojamiento, transporte y ocio.

Tras analizar la inversión inicial y los gastos que los visitantes han generado, tanto en el propio museo como en Bilbao, cabe destacar que ya en el año 2013 el museo generó 3.224 millones de euros desde su inauguración, lo cual supone 38 veces el coste de su construcción.

Además de todo lo anterior, es oportuno destacar que los importantes ingresos del museo permitieron alcanzar un 68% de autofinanciación en 2016, que se elevó al 71,8% en 2017 con unos ingresos de 32,47 millones de euros. El 2017 fue un año de cifras récord para el museo, tanto por número de visitantes como por ingresos y cuota de autofinanciación.

El Museo Guggenheim Bilbao suscitó tanto interés que tuvieron que ampliar el aeropuerto existente con la nueva terminal de Loiu. En el año 2000 se inauguró el nuevo aeropuerto, que duplicaba la capacidad del anterior, permitiendo acoger hasta 4.000.000 de pasajeros al año. La llegada de turistas pasó de 700.000 en 1985 a 2.250.000 en 1999, por lo que la remodelación esta infraestructura fue oportuna y muy rentable. La remodelación permitió incrementar el tráfico aéreo en Bilbao, convirtiéndose así en el tercer aeropuerto emisor en vuelos internos en toda España.

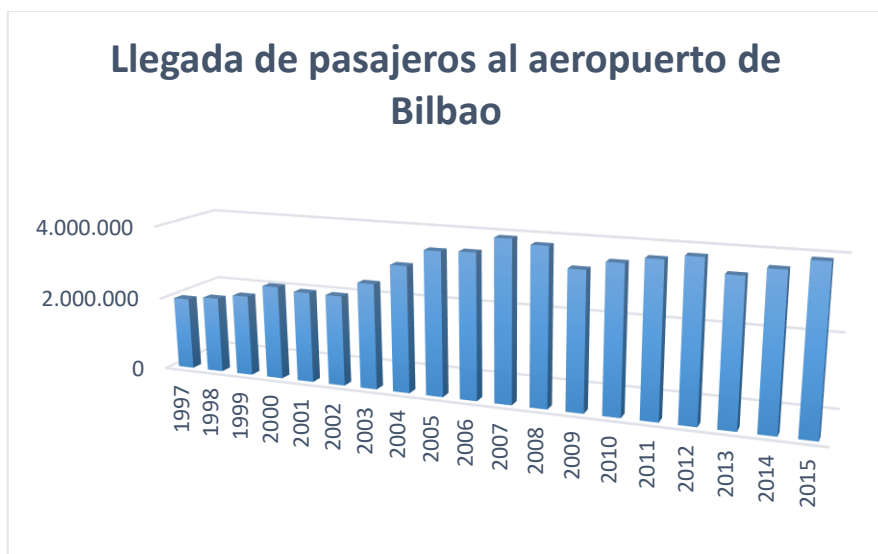


Imagen 14: Llegada de pasajeros al aeropuerto de Bilbao. (Fuente: creación propia con datos de Bilbao Air)

En este gráfico observamos la llegada de pasajeros a Bilbao entre los años 1997 y 2015. Se puede apreciar que durante los primeros años existe una tendencia al alza, que cae en 2008, nuevamente debido a la crisis económica como principal factor.

Hay que destacar que, según datos del Instituto Vasco de Estadística (EUSTAT), entre los años 1998 y 2000 la mayoría de turistas que se acercaban a Bilbao lo hacían por carretera, tanto los nacionales como el turista internacional predominante en la capital vizcaína.

La nueva infraestructura ha permitido una mejor conexión y comunicación de Bilbao con el resto de España y del mundo. Esta nueva vía de comunicación va a permitir incrementar el turismo en la Villa y, por tanto, su economía.

No hay duda, en conclusión, de que el Museo Guggenheim de Bilbao ha sido una de las principales causas para la creación de esta nueva infraestructura.

En cuanto al grado de ocupación de los establecimientos hoteleros, podemos ver cómo tanto extranjeros y nacionales comienzan a estar interesados por el “nuevo Bilbao” y su renovado horizonte cultural.

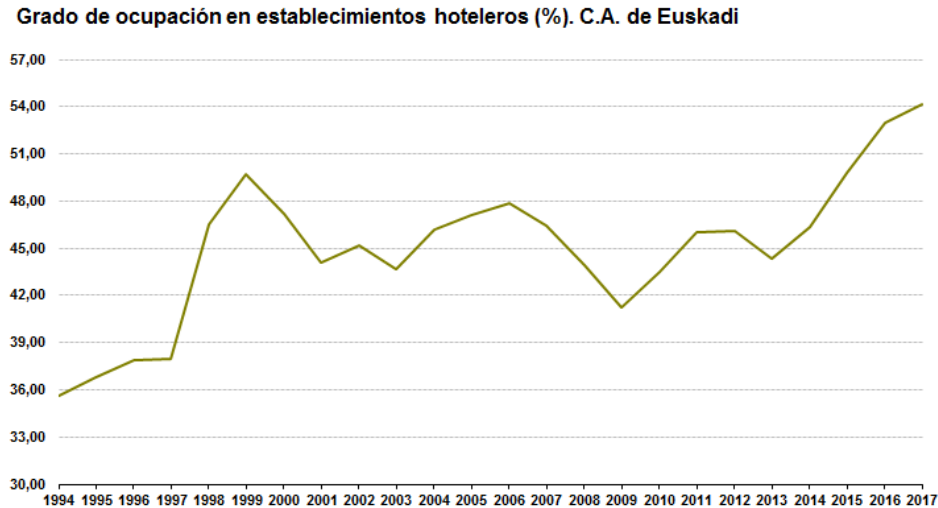


Imagen 15: Grado de ocupación en establecimientos hoteleros (%). C.A. de Euskadi. (Fuente: *EUSTAT*)

En esta gráfica se observa cómo en el mismo año de apertura del Guggenheim el grado de ocupación hotelera de Euskadi aumenta hasta un 50%. Esto está muy ligado al gran interés que despertó el museo y su gran repercusión social y mediática. Posteriormente podemos ver que, tras el paso de este “efecto Guggenheim”, las pernoctaciones a partir de 1999 comienzan a bajar. En 2008, debido a la crisis económica, la ocupación comienza a tomar datos no vistos desde la previa construcción del museo. A partir de 2013, la ocupación comienza de nuevo a aumentar exponencialmente hasta nuestros días como consecuencia directa del crecimiento económico de esos años.

Toda esta mejoría económica va a hacer que cada vez más y más empresas asociadas al sector servicios abran sus puertas en la Villa, generando poco a poco más riqueza. Entre los años 2000 y 2004 se pasó en la Comunidad Autónoma Vasca de 307 establecimientos hoteleros a 352, con lo que los 5,67 millones de plazas hoteleras se convirtieron en 7 millones. Durante estos años la provincia de Vizcaya fue la que más aumentó la oferta hotelera, concentrando 28 de los 45 nuevos establecimientos hoteleros. De esta manera, queda claro el papel fundamental que ha desempeñado Vizcaya y en especial su capital.

En el siguiente gráfico recogemos la evolución de las pernoctaciones en establecimientos bilbaínos entre los años 1992 y 2009:

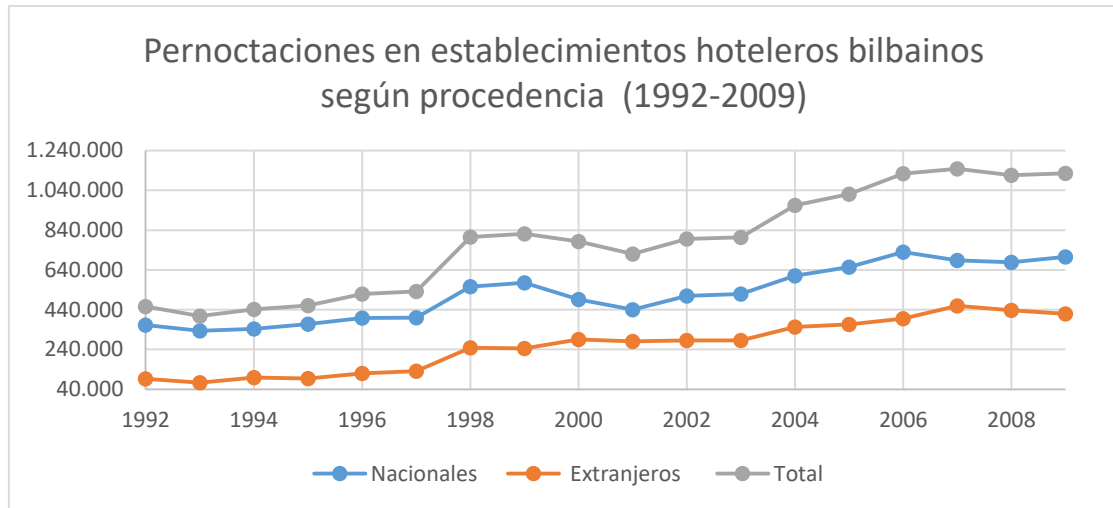


Imagen 16: pernoctaciones en establecimientos hoteleros bilbaínos según procedencia (Fuente: elaboración propia a partir de datos de *Bilbao en cifras* 2009, p. 86.)

Observamos que las pernoctaciones evolucionan al alza, en general, pero sobre todo en el año 1997. Este año será el punto de inflexión para la creación de nuevas instalaciones hoteles y generación de ingresos turísticos. No es casualidad que 1997 fuera el año en que se creó el Guggenheim.

Esta situación de mejoría económica, de incremento del PIB y del gasto directo e indirecto, de fomento del turismo, creación de nuevas empresas (turísticas en especial), lógicamente tendría una repercusión muy positiva en el empleo de la capital vizcaína.

No cabe duda de que el museo Guggenheim ha creado puestos de trabajo y ha contribuido al florecimiento de la economía vasca, tal y como se puede observar en la gráfica siguiente sobre la tasa de ocupación y empleo en el País Vasco:

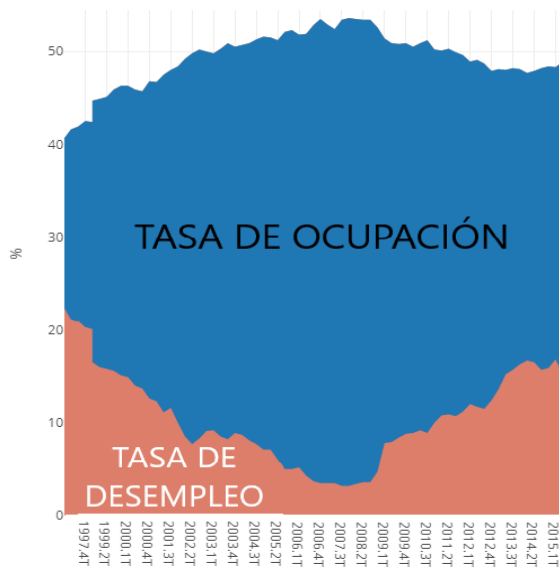


Imagen 17: Tasa de ocupación y desempleo en Euskadi (1997-2015). (Fuente: Deia.eus)

Solo el año siguiente a la inauguración del museo se generó una riqueza de 24.043 millones de pesetas (144.501 millones de euros) y la creación de 3.816 nuevos empleos.

Según la Agenda 21 de la Cultura, el Museo Guggenheim Bilbao generó entre 1997 y 2014 una media de 4.500 empleos anuales (impacto directo, indirecto e inducido).

Centrándonos exclusivamente en datos de Vizcaya, en la siguiente gráfica podemos observar las personas empleadas en establecimientos vizcaínos entre los años 1997 y 2018:

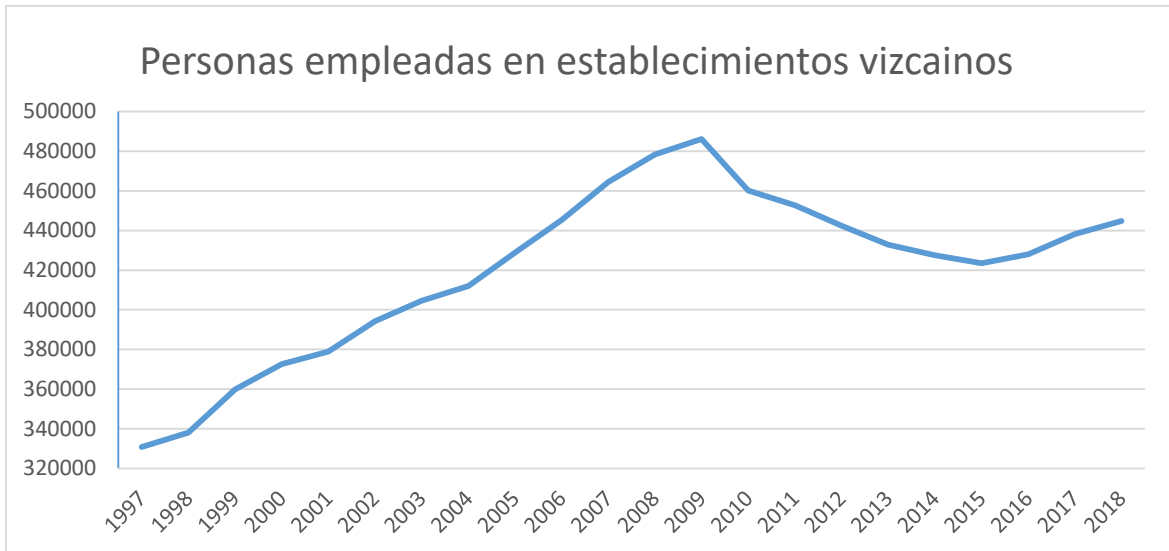


Imagen 18: personas empleadas en establecimientos vizcaínos. (Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUSTAT).

Perfectamente se puede apreciar que el empleo comenzó a crecer en la provincia de Vizcaya en 1997, el mismo año que el Guggenheim abrió sus puertas al público. El empleo comienza a crecer ese año y llegaría a su cúspide en el año 2008. A partir de aquí comenzará la fatídica crisis económica, provocando que el número de personas empleadas disminuya. El Guggenheim ha sido, sin duda, uno de los factores indispensables de la mejora económica y, en especial, un gran generador de empleo para Vizcaya.

Continuando con el análisis económico y los resultados que el Guggenheim ha conseguido para Bilbao y la Comunidad Autónoma Vasca, estaría bien analizar la renta per cápita de los habitantes vascos, que es un indicador de bienestar social:

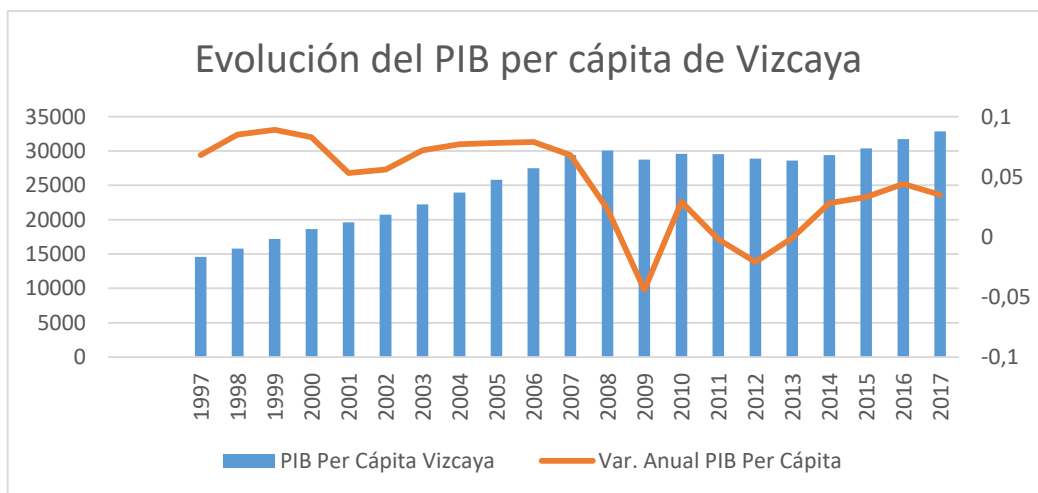


Imagen 19: Evolución del PIB per cápita de Vizcaya. (Fuente: elaboración propia con datos de datosmacro.expansion.com)

En el gráfico anterior podemos apreciar la notable subida del PIB per cápita desde 1997 hasta 2008. La evolución del PIB per cápita es progresivamente positiva, aunque en el apartado de la variación de este indicador podemos observar claramente la principal subida en el año 1997 y la posterior bajada masiva entre los años 2006 y 2009 a consecuencia de la crisis económica. Entre estos años la variación del PIB per cápita alcanza cifras negativas.

A partir de 2014 las cifras de variación de este indicador comienzan a tomar datos positivos hasta hoy en día. A lo largo de este año comienza una leve recuperación económica. En 2014 la economía española creció un 1,4%, siendo el primer número positivo desde 2009.

Otro importante cambio que originó la construcción del Guggenheim fue el precio del metro cuadrado útil de la vivienda en la provincia de Vizcaya. Debido a la gran demanda de vivienda que indujo el museo, subió el precio del metro cuadrado útil, tal y como se recoge en el gráfico siguiente sobre evolución del precio del metro cuadrado desde 1996 hasta 2018:

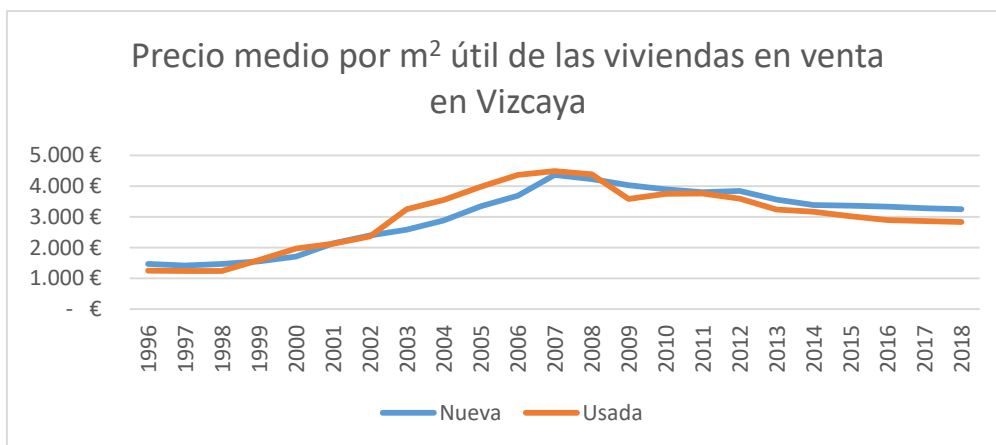


Imagen 20: Precio medio por m² útil de las viviendas en venta en Vizcaya. (Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUSTAT)

Podemos apreciar perfectamente el alza en los precios a partir del año 1998, hasta llegar a un máximo en 2007 y comenzar a decaer por la crisis económica española. Cabe destacar que el importante auge que ha generado el museo Guggenheim coincidió con la burbuja inmobiliaria de 2001, por lo que también los precios se vieron afectados por esta situación.

A partir de la construcción del Guggenheim Bilbao, las viviendas de la zona han incrementado sus precios. Estos vecinos previamente observaban a su alrededor contaminación, astilleros en ruinas y un ambiente de depresión ambiental increíble. Tras la construcción del museo y la revitalización de la zona, ésta se convertirá en codiciada por la mayoría, por lo que de esta manera los precios en Abandoibarra y Deusto aumentaron de manera exponencial.

Hay que destacar el aspecto negativo de esta situación de subida de precios de la vivienda, pues la creación de este nuevo y vanguardista espacio provocó que muchos de los vecinos de la zona fueran desplazados por los precios de la vivienda y los alquileres vacacionales debido al auge del turismo o incluso por inversores. Este nuevo espacio también se podría decir que ha aislado a ciertos ciudadanos y ha convertido la zona en algo elitista.

Por otra parte, la mejoría de la economía vasca a mediados de los 90, alentada por el “efecto Guggenheim”, supuso un cambio importante en el mercado inmobiliario, especialmente en la zona de Abandoibarra. En el año 1993 el metro cuadrado en esta zona era de 650 euros, y en 1999 se disparó hasta los 2.700 euros.



Imagen 21: Zona de Abandoibarra y viviendas existentes cerca del museo (Fuente: *idencityconsulting.com*)

c. Medioambientales

El museo no ha sido fundamental solamente para la economía y la cultura, entre otros, el Guggenheim Bilbao ha ayudado a fomentar la mejora del entorno en cuanto a medioambiente se refiere.

Previamente se ha mencionado la importancia de la Ría para la capital vizcaína. Como sabemos, ésta estaba totalmente contaminada debido a la industria, entre otros factores, de modo que era conocida como la “cloaca de Europa”.

“La Ría recibía diariamente 90 toneladas de residuos sólidos procedentes, principalmente, de las explotaciones mineras; en definitiva, casi 2.000 toneladas diarias de residuos que la convirtieron en una cloaca sin oxígeno.” (Consortio de Aguas Bilbao Bizkaia, 2015)

Para el fomento de Bilbao había que reaccionar también con temas medioambientales. La zona de Abandoibarra, donde se asienta el Guggenheim, era uno de los principales focos de contaminación de toda la provincia de Vizcaya debido a la incesante industria que ejercía sus actividades en la zona. De esta manera, las autoridades vascas y el Consortio de Agua Bilbao Bizkaia se percataron de que para desarrollar la industria había que mejorar la calidad ambiental. De esta manera, ya en el año 1974 las instituciones se pusieron en marcha con el Plan de Saneamiento Integral de la Ría de Bilbao.

El objetivo principal del Plan fue frenar el deterioro causado por la industria en las aguas de la Ría bilbaína y los vertidos líquidos que se vertían desde las casas particulares, en especial en las zonas bajas de la Ría.

Una de las metas finales que se propuso con el proyecto fue que la Ría alcanzase cierta concentración de oxígeno para generar vida acuática en toda el área fluvial.

Estos deseos se comenzaron a materializar en 1984 con una inversión de 660 millones de euros. Esta cantidad de dinero invertida, junto con la alta tecnología empleada, la convierten en la infraestructura medioambiental más importante de todo el País Vasco.



Imagen 22: La Ría de Bilbao. Zona Abandoibarra. (Fuente: bilbaoenconstruccion.com)

En 1990 se inauguró la Estación Depuradora de Aguas Residuales de Galindo en la localidad de Sestao. Gracias a un tratamiento físico-químico se logró eliminar aproximadamente la mitad de la contaminación de las aguas residuales.

La calidad del agua de la Ría ha mejorado exponencialmente tras el arduo trabajo de 30 años. El cierre de los astilleros y fábricas contaminantes tuvieron también mucho que ver en esta mejora. La situación de la Ría era totalmente crítica y en 2001 comenzó el tratamiento biológico de las aguas residuales, que eliminó el 95% de sustancias contaminantes. Un año después, se encontraron por primera vez tres especies de animales acuáticos; cangrejos, quisquillas grises y cabuxinos. En 2008 contará con más de 55 especies debido a la mejora de la calidad del agua.

Está claro que tras la desaparición de astilleros, industrias pesadas, minas y los altos hornos, entre otros, se ha conseguido que la tasa de oxigenación se sitúe al 60%.

Todos estos planes de saneamiento fueron previos a la construcción del museo, lo cual resultó muy positivo para el Guggenheim. Cuando se procedió a instalar el museo, se decidió apostar por materiales respetuosos con el medioambiente para continuar así con el legado ecológico. La gran mayoría del museo está elaborada con planchas de titanio, ya que se descartó el uso de cobre por ser un material tóxico.



Imagen 23: Contaminación de la Ría de Bilbao. (Fuente: planetazul-eskolapioak.blogspot.com)

Según Vicki Eudaly, vicepresidenta de Architectural Titanium para *EL MUNDO* el 7 de octubre de 2015: "El titanio es el único metal arquitectónico que es cien por cien inmune a la corrosión y a las reacciones químicas. Además es respetuoso con el medio ambiente y no precisa de ser restaurado, reparado o reemplazado".

El Guggenheim Bilbao en julio de 2004 obtuvo la ISO 14001 en gestión ambiental. Logró proclamarse uno de los primeros museos europeos con esa calificación. El objetivo primordial de la ISO 14001 es la protección del medioambiente. Ese mismo año también obtuvo la Q de plata a la gestión ambiental, la primera otorgada a un museo en Europa.

Cabe destacar la importancia que el museo le ha dado y da al medioambiente. Éste se encarga de prevenir contaminación, controlar los distintos impactos medioambientales y minimizar residuos gestionándolos adecuadamente. Durante los años 2006-2011 han logrado minimizar el consumo de agua en un 14,7%, el gas natural en un 9% y el consumo eléctrico en 6,75%.

También a través de recogida de residuos y una gestión ecológica han contribuido en 2011 a recoger 500 contenedores de papel y cartón, 210 de plástico y más de 1.000 kg de aceites de fritura.

Por otra parte, hay habilitado un almacén para residuos peligrosos en el propio museo. Gracias a la correcta gestión de estos materiales, entre los años 2006 y 2011 se redujo el consumo de residuos peligrosos en un 40%.

Para un control ambiental se llevan a cabo auditorias medioambientales (externas e internas) anuales y se realiza formación sobre medioambiente a los trabajadores del museo.

Por otra parte, habría que agradecer la mejora medioambiental de la zona a Bilbao Ría 2000, que fue la asociación encargada de la regeneración de Bilbao. Ésta, como ya se ha mencionado a lo largo del proyecto, ha hecho que la Villa renazca renovada con una apuesta de futuro. Las principales acciones fueron urbanísticas, medioambientales y de comunicaciones.

Gracias a los proyectos de asociaciones e instituciones, en la zona donde se asienta el Guggenheim ahora se puede disfrutar de más de 200.000 m² de zonas verdes y un paseo de más de 3km. Lo que previamente era un astillero sumido en la ruina, ahora es un pulmón verde de la capital vizcaína.

La mejora medioambiental también se pudo dar gracias a la instalación de nuevas infraestructuras de transporte público, que ayudó a reducir la contaminación en Bilbao, apostando por formas más ecológicas de transporte. Bilbao comenzó a apostar por la movilidad sostenible una vez empezó el proceso de cambio de la ciudad.

Según datos oficiales de Metro Bilbao, en 2002 este medio de transporte evitó emitir a la atmósfera 45.369 toneladas de dióxido de carbono (CO₂); es decir, lo que hubieran contaminado 156.000 vehículos necesarios para transportar a los 250.000 pasajeros que aproximadamente viajan al día en metro. También hay que destacar que el metro tiene un consumo de energía 5,7 veces menor por pasajero y kilómetro que los medios de transporte privados.

En el año 2002 también se inauguró la línea A del tranvía de Bilbao, operado por *Eusko Tren*, y el año siguiente, debido a la gran demanda de visitantes, decidieron construir la parada del Museo Guggenheim. El tranvía de Bilbao mejoró también en cierta medida las emisiones de CO₂ y otras partículas contaminantes. A la hora de la construcción de este transporte se decidió hacerlo totalmente eléctrico, sin ningún tipo de consumo de carburante sólido.

El empuje del turismo hizo reaccionar a Bilbao en materia ambiental. De esta manera, se decidió construir transporte público de calidad para minimizar las emisiones contaminantes.

d. Políticos

Como se viene explicando a lo largo del TFG, el Guggenheim no solo fue un potenciador económico y turístico sino que también logró potenciar la imagen de Bilbao y posicionar la ciudad como capital de la cultura, vanguardia y modernidad.

El museo ha servido también como elemento catalizador de votos para el PNV, aparte de “arma” para silenciar en cierta medida al terrorismo de ETA. Éste también ha logrado convertirse en foco internacional de cultura, arte, gastronomía y urbanismo, entre otros aspectos.

En cuanto a la visibilidad internacional se refiere, el museo ha tenido un efecto transformador, ha logrado ser un polo de atracción y ha creado un importante impacto mediático internacional.

El Museo Guggenheim Bilbao ha sido sin duda una potente marca para actuar como polo de atracción, generando de esta manera una gran demanda turística. Según datos oficiales del Guggenheim, en el año 2011 para un 81,7% de los visitantes es el principal atractivo turístico de la ciudad. Por otra parte, el 83% de los visitantes opinaban que la existencia del museo en Bilbao ha sido el factor principal de su decisión para visitar Bilbao.

En cuanto al impacto mediático internacional, se puede decir que el museo ha logrado multiplicar notablemente la presencia en medios de comunicación, situando a Bilbao en el mapa y favoreciendo así a su economía. El Guggenheim ha sido para muchos medios internacionales referente arquitectónico y ejemplo de motor de regeneración y revitalización económica.

Uno de los puntos más importantes de la construcción del Museo Guggenheim Bilbao ha sido, sin duda, su potente visibilidad internacional. Una vez los museos generan economía y turismo, muchos logran tener un hueco en el ámbito internacional como referente de calidad. En el caso de Bilbao, como en otras muchas ciudades, el éxito y visibilidad internacional se han logrado a través de un edificio emblemático, icono de arte, vanguardia y regeneración. Como París tiene su Torre Eiffel o Nueva York la Estatua de la Libertad, Bilbao tiene su Guggenheim.

De esta manera, Bilbao decidió utilizar marketing de ciudades, también denominado *place marketing*. La principal intención de esta herramienta sería alcanzar visibilidad a través de regeneración urbana. En el caso de Bilbao se decidió hacer uso de esto contratando a arquitectos reputados universalmente para preparar el renacer de la capital vizcaína. Se decidió contar para esto con el trabajo de Norman Foster (arquitecto del Metro Bilbao), Zaha Hadid (autora de la futura isla de Zorrozaurre) o Frank Gehry (arquitecto del Guggenheim), quien más ha rentabilizado su proyección internacional a su trabajo en la ciudad vasca.

Tanta influencia y posicionamiento internacional ha conseguido Bilbao gracias al museo que en fue elegida Mejor Ciudad Europea 2018. Durante ese año ha sido escenario de múltiples anuncios publicitarios, como el de Coca-Cola, proyectado a nivel global y grabado en el mismo metro de Bilbao. También ha albergado distintos eventos internacionales como los *MTV EMA 2018* y la *Champions* de rugby 2018, entre otros.

Así mismo, en 1999 el Guggenheim fue escenario de una de las películas de James Bond. *El mundo nunca es suficiente* comienza con Pierce Brosnan paseando por Bilbao con la famosa escultura de *Puppy* de fondo. También en los años 2007 y 2012 se rodó frente al Guggenheim la película *Bollywood!*. En 2015 las hermanas Wachowski hicieron uso de la imagen del Guggenheim para su película *El destino de Júpiter* con temática futurista.

Esta repercusión internacional que ha tenido el museo ha sido denominada por muchos el “efecto Guggenheim”. Del Bilbao gris e industrial se pasó a un Bilbao como referente global. A fin de cuentas, el museo ha tenido un importante valor simbólico para la ciudad.



Imagen 24: Pierce Brosnan en la película *El mundo nunca es suficiente* con *Puppy* a las espaldas. (Fuente: El Correo)

Por otra parte, el museo también ha sido un “arma” política para el Partido Nacionalista Vasco. En principio, juzgaban el proyecto desmesurado, veían al Guggenheim como un OVNI aterrizado directamente en Bilbao, pagado por todos los vascos. El lehendakari de entonces, José Antonio Ardanza, veía el proyecto con escepticismo, además de que el arte moderno no era del todo de su gusto. Tras escuchar distintas opiniones dentro del partido, pronto empezó a cambiar esa mentalidad conservadora respecto al museo y finalmente no se opuso al proyecto.

En principio, el PNV tenía una serie de reticencias y temores respecto al museo. Por una parte, el Guggenheim era interpretado como colonialismo americano en Euskadi y muchos otros veían la inversión innecesaria y con un presupuesto multimillonario. También pensaron que, debido a su proyección internacional, la ciudad podría ser un foco a nivel global para sacar a la luz cualquier reivindicación en contra del propio partido.

Superando estas reticencias, tras una reunión en Laguardia (Álava), la mayoría de la ejecutiva del PNV votó a favor del museo y desde ese momento el Ayuntamiento de Bilbao, el Gobierno Vasco y la Diputación de Vizcaya se pusieron manos a la obra.

Por una parte, los nacionalistas creyeron que atraería sustanciales beneficios económicos (cosa que ocurrió), pero por otra parte también pensaron en el éxito electoral que podrían tener tras la construcción del museo. Y, en efecto, esta situación tuvo una mejoría a nivel electoral para los nacionalistas. En las elecciones municipales de 1995, previas a la construcción del Guggenheim, el PNV consiguió con Josu Ortuondo Larrea el 26,92% de los votos. En las siguientes elecciones municipales de 1999, el PNV volvió a ganar con Iñaki Azkuna Urreta y un 33,71% de votos. De hecho, entre 1995 y 1999 el PNV incrementó sus votos municipales en un 6,79%. Este aumento se podría haber dado en parte gracias al éxito del Guggenheim.

La ciudadanía pudo comprobar cómo la economía de la ciudad comenzaba a mejorar gracias a la regeneración y el museo. Esta situación generó confianza en los nacionalistas vascos y ayudó a mejorar sus resultados electorales en años posteriores.

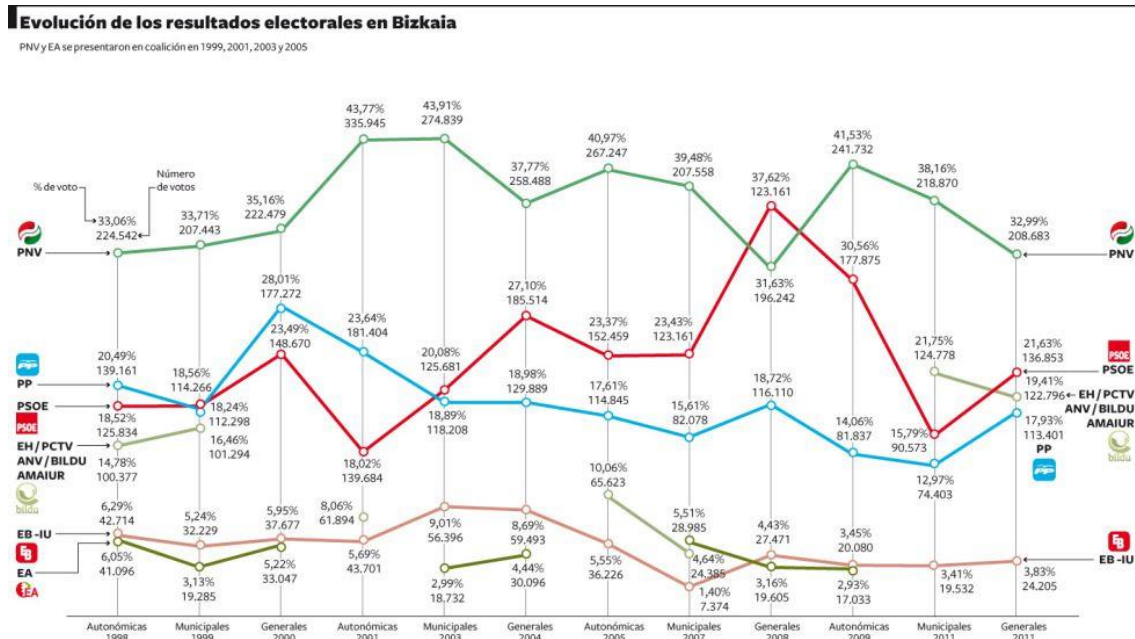


Imagen 25: Evolución de los resultados electorales en Vizcaya. (Fuente: *El país*)

A nivel autonómico, a partir del año 1998 también se puede ver una aplastante mejoría en los resultados electorales del PNV. En 2001 el PNV consiguió en Vizcaya un 43,77% de los votos, aumentándolos de manera considerable respecto a las elecciones autonómicas de 1998, en las cuales obtuvieron el 33,06% de los votos.

En imagen de la evolución de resultados electorales, se puede comprobar cómo a partir del año 1998 los votos del PNV comienzan a incrementarse, alcanzando máximos en 2001 con las autonómicas y en 2002 con las municipales.

Con esto se puede demostrar que a partir de la construcción del museo, exceptuando 1998 debido al escepticismo que creó el museo y la incertidumbre sobre su funcionamiento, el PNV logró ganar cada una de las elecciones vizcaínas (generales, autonómicas y municipales), seguramente gracias al “efecto Guggenheim”.

Por otra parte, el museo se valió de su proyección internacional y de su éxito para silenciar en parte la figura del terrorismo en Euskadi. La ciudadanía pasó de la admiración hacia el “monstruo de titanio” a la incomodidad debido a las amenazas terroristas hacia el museo. Finalmente, gracias a la rapidez de la información y los *media*, muy pocos recordaban y vinculaban la figura del terrorismo al Guggenheim y a la ciudad de Bilbao.

El político Borja Semper, del Partido Popular vasco, opinó que «ETA tenía absolutamente agotada, cabreada y hastiada a la sociedad vasca, que necesitaba oxígeno y aire fresco; había que cambiar una dinámica terrible para presentarse ante el mundo como un lugar

moderno. [...] El museo ha cambiado mentalidades, porque el arte contemporáneo obliga a pensar, a reflexionar, consigue derribar barreras ». (Abad: 2017)

La imagen de Bilbao antes de la construcción del museo estaba totalmente dañada por el terrorismo. De esta manera, el lehendakari Ardanza decidió invertir 4 millones de pesetas (24.040€) para promocionar en medios extranjeros las inversiones en Euskadi. Esta promoción la llevó a cabo el prestigioso diario *The Washington Post*. En el medio americano se describía Euskadi como un territorio con características sociales y económicas muy vinculadas a un tinte ideológico, fundamentalmente nacionalista, con el PNV. *The Washington Post* también destacó la situación en vías de extinción del terrorismo de ETA.

El museo, por lo tanto, ha logrado bastantes beneficios intangibles. La construcción del museo ha conseguido mejorar la calidad de vida de los habitantes de Bilbao y ha mejorado el prestigio internacional del País Vasco y la propia ciudad. En 1998 los archivos del Guggenheim contabilizaron 8.500 registros en prensa, el 60% de ellos en medios internacionales.

La gran influencia de la prensa y de internet queda patente con una búsqueda en Google. La búsqueda “Museo Guggenheim Bilbao” aparece en aproximadamente 4 millones de páginas y, a su vez, la palabra “Bilbao” figura en 152 millones de páginas.¹ Gracias a la fuerza de internet y la potencia de las nuevas tecnologías, el museo ha logrado la visibilidad internacional que ansiaba.

El edificio de Gehry ha otorgado una imagen renovada de la ciudad, pues la prensa ya no hablará tanto de terrorismo y decadencia económica para centrarse en la ciudad cosmopolita y cultural que es Bilbao.

En el momento que el *New York Times* hace protagonista de un hecho cultural a Bilbao en sus páginas, se demuestra que algo está cambiando, ya que previamente solo se mencionaba el incesante terrorismo de ETA.

También comenzaron a llegar importantes figuras de los negocios a Bilbao, como el presidente de la multinacional Revlon. Esto no había sucedido con anterioridad y si todo eso ha sucedido, lo más probable es que haya sido por influencia del Museo Guggenheim Bilbao.

Como se viene diciendo, la imagen de Bilbao en la prensa internacional y la opinión pública respecto al mismo se ha beneficiado, tal y como refleja la gráfica siguiente:

¹ Búsqueda realizada el 16/05/2019

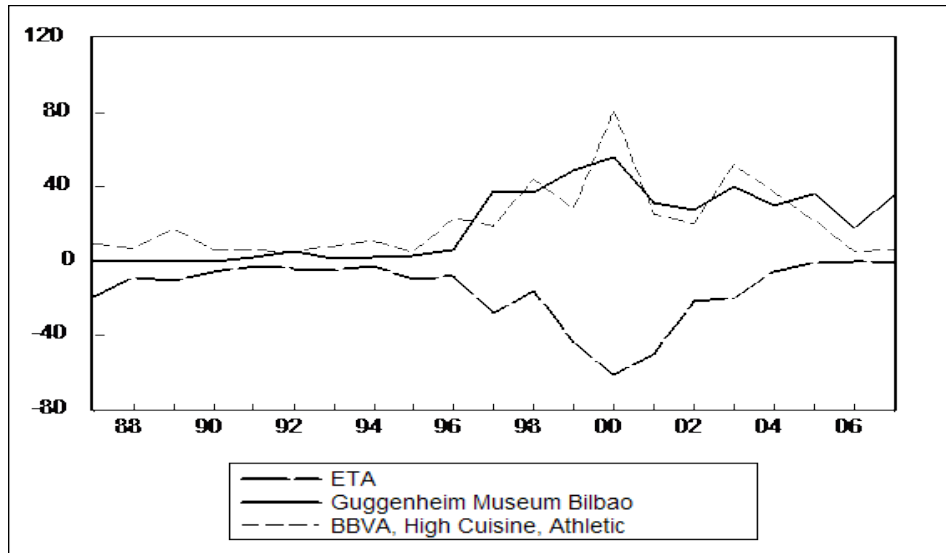


Imagen 26: Noticias sobre Bilbao publicados por el *New York Times* (1987-2007). (Fuente: *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XIV, núm. 335, 10 de septiembre de 2010)

Para la realización de esta gráfica se han tomado el número de noticias que hacen mención a Bilbao en el periódico *New York Times*. La gráfica se mide en noticias positivas (por encima de 0), y noticias negativas (por debajo de 0). Cuando la noticia es positiva (por ejemplo, banco BBVA, alta cocina, Athletic Bilbao, etc.) cada noticia cuenta +1. Por el contrario, cada noticia relacionada con ETA y el terrorismo, cuenta como -1...

Podemos apreciar que las noticias publicadas antes de la inauguración del museo en 1997, estaban vinculadas a aspectos negativos del terrorismo de ETA. La visibilidad global es una condición clave para que un museo sea un reactivador económico eficaz.

La figura de Bilbao en el medio estadounidense era invisible hasta la apertura del museo, previamente no había existencia de prácticamente noticia alguna y tras la apertura, comienza a ganar popularidad en prensa y comienzan a venir cada vez más turistas.

El foco internacional puesto por la prensa en Bilbao, sirve, como es obvio, para la atracción de turismo. A fin de cuentas, elegir Bilbao como centro de noticias nacionales e internacionales es un requisito fundamental para atraer cada vez a más turistas a la ciudad. Cada vez que el *New York Times* publicaba algún artículo nuevo centrado en la figura del Museo Guggenheim Bilbao, se generaban anualmente 22.987 nuevos turistas.

En la siguiente estadística observamos la importancia de cada noticia publicada para la atracción de nuevos turistas a Bilbao:

de crear una emoción global, las autoridades están volviendo una y otra vez a un pequeño grupo de los arquitectos más famosos del mundo.”

Para finalizar con las menciones en medios internacionales sobre el potente efecto del Guggenheim, mencionaremos a Walter Tauber, quien en 1997 hablaba sobre la repercusión que tuvo el museo para el cambio de imagen de la ciudad. Según Tauber, el terrorismo no había finalizado pero la imagen de la ciudad comenzaba a cambiar y a posicionarse globalmente. “Los ciudadanos de Bilbao están contentos de, por una vez, no estar en primera página por la violencia, la crisis o la plaga de las drogas. En la calle se nota el orgullo, aun si pocos tienen muy claro que la obra admirada puede influir en su vida cotidiana” (Niebel: 2003, 204)

En definitiva, el Guggenheim ha sido el causante del efecto transformador de la imagen del País Vasco tanto en España como en el extranjero. De esta manera, el museo ha ayudado a convertir el País Vasco, y en especial Bilbao, en un lugar para visitar y disfrutar.



Imagen 28: Museo Guggenheim Bilbao. (Fuente: *bilbaoactual.com*)

6. Conclusiones

El 18 de octubre de 1997 se inauguró el museo que cambiaría el rumbo del País Vasco y en especial de Bilbao. En muy poco tiempo, el Guggenheim se ha convertido en uno de los museos más importantes de España y de Europa, posicionando de esta manera, a Bilbao en materia artística y cultural.

Los valores del patrimonio cultural pueden desatar una cadena de beneficios tanto monetarios como intangibles, que a veces resultan imprevistos. Un edificio espectacular, vinculado al arte moderno, cambió de manera drástica la forma de vivir de la sociedad. Frente a las incertidumbres y críticas iniciales hacia el proyecto del museo, rápidamente se pasó a la satisfacción por todo lo positivo que estaba otorgando.

Tras una larga y desesperante crisis económica, que hundió el sector secundario, la construcción del museo fue un alivio para todos, ya que poco a poco pudo sacar a flote a Bilbao y al sector servicios, que cobró un gran auge con el mismo. El efecto que logró el museo, visualizó el gran esfuerzo que se produjo para regenerar la Villa de Bilbao.

La importancia del edificio no solo viene referida al arte y a la cultura, sino que ha contribuido de manera muy importante a un exponencial crecimiento económico en la ciudad y, por tanto, también en Euskadi. Contribuyó a mejorar los ingresos a Hacienda, aumentó el PIB de la zona, se abrieron nuevos comercios y hoteles y, además de todo esto, ayudó a reducir la tasa de desempleo producido por el cierre de astilleros.

Aparte, ha revitalizado la cultura en Euskadi, aumentando anualmente las visitas al museo y a sus codiciadas exposiciones. Cada año más gente se siente atraída por lo artístico y cultural, en parte gracias al Guggenheim. Este efecto también se expandió a la creación de nuevos espacios culturales en la ciudad.

La “nueva Bilbao” es una ciudad renovada, moderna y vanguardista. Este nuevo enfoque apostará por la actividad turística, convirtiendo a la capital vizcaína en uno de los lugares más visitados en Euskadi. Se podría decir que el Guggenheim se ha construido en parte también como inversión turística.

Por otra parte, la imagen de Bilbao se ha visto beneficiada por el museo, posicionando a Villa como un lugar de disfrute y de cultura. El enfoque internacional otorgado a la Villa, ha logrado alejar la imagen de Bilbao de la crisis, del paro, de las desgracias y del terrorismo. El Guggenheim vino a explicar y demostrar fehacientemente que Bilbao es mucho más que ETA y que tiene mucho más que aportar a la sociedad.

La regeneración de Bilbao se podría haber intentado de otra manera, porque en aquel momento Bilbao no tenía la necesidad de un Guggenheim. Pero ahora ha quedado claro que sin el museo nada volvería a ser lo mismo.

7. Tabla de ilustraciones

Imagen 1: Bilbao en 1575 (Fuente: blog.agirregabiria.net)	8
Imagen 2: Ensanche de Bilbao 1876 (Fuente: eblancooliva.com)	8
Imagen 3: Industria en Bilbao. (Fuente: Bizkaiatalent).....	8
Imagen 4: Hornos y el ferrocarril de Orconera a finales del s. XIX. (Fuente: bioiron.info)	10
Imagen 5: Astillero Euskalduna. (Fuente: sestao.wordpress.com)	11
Imagen 6: Desmantelamiento astillero Euskalduna. (Fuente: Bilbaopedia)	12
Imagen 7: el antes y el después de la zona de Abandoibarra, previamente dominada por el astillero Euskalduna (Fuente: certalsets.com)	14
Imagen 8: Proyecto de Abandoibarra por Bilbao Ría 2000 (Fuente: wearethecityheroes.wordpress.com).....	15
Imagen 9: Los Reyes con el lehendakari José Antonio Ardanza el día de la inauguración en octubre de 1997 (Fuente: El País).....	16
Imagen 10: Acceso al Museo Guggenheim de Bilbao tras el atentado. (Fuente: larioja.com).....	19
Imagen 11: Visitas al Museo Guggenheim (Fuente: Revista de investigación en turismo y desarrollo local. Vol. 4, Nº 11, diciembre 2011)	23
Imagen 12: Impacto económico del Museo Guggenheim 1997-2010. (Fuente: elaboración propia a partir de datos extraídos de la revista TURyDES, Vol. 4, Nº11, diciembre de 2011).	25
Imagen 13: Gastos indirectos Museo Guggenheim Bilbao. (Fuente: elaboración propia datos de Pineda & Cala, 2011, pág. 509)	26
Imagen 14: Llegada de pasajeros al aeropuerto de Bilbao. (Fuente: creación propia con datos de Bilbao Air).....	27
Imagen 15: Grado de ocupación en establecimientos hoteleros (%). C.A. de Euskadi. (Fuente: EUSTAT)	28
Imagen 16: pernoctaciones en establecimientos hoteleros bilbaínos según procedencia (Fuente: elaboración propia a partir de datos de Bilbao en cifras 2009. p. 86.).....	29
Imagen 17: Tasa de ocupación y desempleo en Euskadi (1997-2015). (Fuente: Deia.eus)	29
Imagen 18: personas empleadas en establecimientos vizcaínos. (Fuente: EUSTAT). .	30
Imagen 19: Evolución del PIB Per Cápita de Vizcaya. (Fuente: elaboración propia con datos de datosmacro.expansion.com)	30
Imagen 20: Precio medio por m ² útil de las viviendas en venta en Vizcaya. (Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUSTAT)	31
Imagen 21: Zona de Abandoibarra y viviendas existentes cerca del museo (Fuente: idencityconsulting.com)	32
Imagen 22: La Ría de Bilbao. Zona Abandoibarra. (Fuente: bilbaoenconstruccion.com)	33
Imagen 23: Contaminación de la Ría de Bilbao. (Fuente: planetaazul-eskolapioak.blogspot.com)	34
Imagen 24: Pierce Brosnan en la película El mundo nunca es suficiente con Puppy y el Guggenheim a las espaldas.....	37
Imagen 25: Evolución de los resultados electorales en Vizcaya. (Fuente: El país)	38

Imagen 26: Noticias sobre Bilbao publicados por el New York Times (1987-2007). (Fuente: revista electrónica de geografía y ciencias sociales, vol. XIV, núm. 335, 10 de septiembre de 2010).....	40
Imagen 27: la influencia de las noticias publicadas en el New York Times sobre el Museo Guggenheim de Bilbao en la afluencia de turistas. (Fuente: revista electrónica de geografía y ciencias sociales, vol. XIV, núm. 335, 10 de septiembre de 2010).....	41
Imagen 28: Museo Guggenheim Bilbao. (Fuente: bilbaoactual.com).....	42

8. Bibliografía

- Abad, A. F. (2 de septiembre de 2017). Cómo el Guggenheim cambió la vida de los vascos. *El País*. Obtenido de <https://smoda.elpais.com/moda/guggenheim-cambio-la-vida-los-vascos/>
- Ballart, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona: Ariel.
- Bilbao Air. (s.f.). *Bilbao Air*.
- Consortio de Aguas Bilbao Bizkaia. (7 de septiembre de 2015). *iAqua*. Obtenido de <https://www.iagua.es/noticias/espana/consorcio-aguas-bilbao-bizkaia/15/09/07/industria-ha-invertido-1188-millones-euros>
- Departamento de turismo, comercio y consumo del Gobierno Vasco. (29 de diciembre de 2016). *Euskadi.eus*. Obtenido de http://www.euskadi.eus/web01-a2turism/es/contenidos/estadistica/frontur/es_def/index.shtml
- Esteban, I. (2007). *El efecto Guggenheim. Del espacio basura al ornamento*. Barcelona: Anagrama.
- Euskonews*. (s.f.). Obtenido de <http://www.euskonews.eus/0322zkb/gaia32201es.html>
- Fox, L. S. (1997). Diary [ETA goes to the Guggenheim]. *London Review of Books*, 33.
- Gómez-Morán, C. C. (7 de octubre de 1997). *CSIC*. Obtenido de <http://informesdelaconstruccion.revistas.csic.es/index.php/informesdelaconstruccion/article/viewFile/931/1014>
- Larraoetxea, C. (4 de diciembre de 2014). *El Economista*. Obtenido de https://www.eleconomista.es/pais_vasco/noticias/6299161/12/14/Bilbao-abonara-la-Fundacion-Solomon-R-Guggenheim-384-millones-por-mantener-la-marca-20-anos.html
- Larrauri, E. (1998 de octubre de 20). *El País*. Obtenido de https://elpais.com/diario/1998/10/20/cultura/908834406_850215.html
- Larrinaga, C. (Diciembre de 2011). Regeneración urbanística y nuevas opciones turísticas de las ciudades post-industriales: el caso de Bilbao. *TST*(21), 56-83. Obtenido de http://www.tstrevista.com/tstpdf/tst_21/articulo21_02.pdf
- Markaida, I. A. (Noviembre de 2014). La Ría del Nervión, motor de la industrialización. *Barakaldo ayer*(1). Obtenido de <http://www.hartuemanak.org/wp-content/uploads/2015/08/Barakaldo-ayer-N%C2%BA.-1-La-R%C3%ADa-motor-de-la-Industrializaci%C3%B3n2.pdf>
- Metro Bilbao. (2002). *Metro Bilbao*. Obtenido de <http://bit.do/eSmUf>
- Niebel, M. A. (2003). Der Bilbao-Song. Visiones de la Villa escritas en alemán. *Bidebarrieta*, XIV, 204.

- Ortega, R. R. (2017). Caras tristes de un proceso histórico. La desindustrialización de la Ría de Bilbao en el último cuarto del siglo XX. *Historia, trabajo y sociedad*(8), 11-33. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6002926>
- Otaola, P. (2000). El Bilbao de Bilbao Ría 2000. *Bidebarrieta*. Obtenido de http://bidebarrieta.com/includes/pdf/Otaola_20141201193516.pdf
- Peña, M. (29 de diciembre de 2016). *Planeta azul- Eskolapioak*. Obtenido de <http://planetaazul-eskolapioak.blogspot.com/2016/12/evolucion-de-la-ria-de-bilbao.html>
- Pineda, N. F., & Cala, A. S. (2011). *Academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/4158452/Del_acero_al_titanio_el_caso_Guggeheim_Bilbao
- Plaza, B., Galvez-Galvez, C., González-Flores, A., & Mas Serra, E. (10 de septiembre de 2010). Arte y economía, un matrimonio de conveniencia: El Museo Guggenheim de Bilbao. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XVI(335). Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-335.htm>
- Portilla, M. G. (1997). Algunas reflexiones sobre la crisis del País Vasco del último cuarto del siglo XX: entre la crisis estructural y las nuevas incertidumbres. *Studia Storica. Historia Contemporánea*, 105-118. Obtenido de https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/80075/1/Algunas_reflexiones_sobre_la_crisis_del_.pdf
- Poyatos, M. D. (2011). La cultura como inversión turística. Una reflexión a propósito del Guggenheim de Bilbao. *TURyDES*, 4(11).
- Puncel, S. L. (2004). "Global Frisson": la transformación de la imagen de Bilbao. *BIBLID*, 159-169.
- Rayón, A. (26 de julio de 2016). *Deia.eus*. Obtenido de <https://www.deia.eus/2016/07/26/sociedad/euskadi-y-bizkaia-en-datos/la-evolucion-del-paro-y-la-ocupacion-en-euskadi-1985-2016>
- Rodríguez, A. (2001). Reinventar la ciudad: milagros y espejismos de la revitalización urbana en Bilbao. *Ciudad y Territorio*(129).
- Serrano, S. (Enero de 2001). *Despegue, expansión, crisis y reconversión. (1860-2000). La vida del eje industrial vertebrado por la ría de Bilbao.*, 133-160. Obtenido de http://www.ehu.es/ojs/index.php/Lan_Harremanak/article/view/5852/5528
- Tellitu, A., Esteban, I., & Carrera, J. A. (1997). *El milagro Guggenheim. Una ilusión de alto riesgo*. Diario El Correo S.A.
- The Economist. (17 de febrero de 2000). Museums Galore. *The Economist*, págs. 82-85.
- Uriarte, I. (s.f.). *retedigital*. Obtenido de http://retedigital.com/wp-content/themes/rete/pdfs/portus/Portus_7/Metamorfosis.pdf