

¿ES EL MUSEO GUGGENHEIM UN MUSEO?

Iñaki Esteban

I. Introducción: Stendhal en Bilbao

Las sensaciones más sublimes suelen remitir, en nuestra época, a explicaciones pedestres. Stendhal creyó que los mareos que padecía al visitar los palacios florentinos se debían a contemplación copiosa y continuada de una belleza desbordante. Hoy sabemos que el origen de sus males radicaba en la colocación de los cuadros, muy altos para que el ojo los pudiera ver con naturalidad. El esfuerzo del globo ocular para mantener la mirada alzada provocaba esa molestia, que Stendhal confundía con un efecto maravilloso.

Muchos visitantes del Museo Guggenheim Bilbao se quedan maravillados con las voluptuosas elevaciones del edificio de Frank O. Gehry, con el aire de monumentalidad generado por sus huecos y por las obras que entre ellos se cobijan. Pero también son muchos los que salen mareados como Stendhal, con una vaga sensación de haber desfilado, al final ya con cierta fatiga, ante unas atracciones quizá vistosas pero no muy comprensibles.

A primera vista, y a los dos años de su inauguración, el éxito del Guggenheim no admite dudas. Sus cifras de visitantes amenazan la hegemonía del mismísimo Museo del Prado. Las empresas patrocinan sus actividades muy por encima de las previsiones más optimistas. La cara y el ambiente social de Bilbao han mejorado, a pesar de los continuos calvarios políticos. Si es así, ¿qué peros caben buscarle al Guggenheim? ¿Qué motivos hay para aguar la fiesta?

La balsa de la Medusa, 51-52, 1999.

157 Todos los éxitos de un museo no pueden reducirse a los números, ya sean de asistencia, de patrocinio o de los beneficios económicos causados por la afluencia de turistas. Tampoco parece muy justificable construir museos solamente para crear imagen y levantar la moral ciudadana. Los hay que todavía definen a esas instituciones mediante unas funciones diferentes a éstas, nada despreciables, y que consistirían en, 1) presentar adecuadamente unas obras; 2) establecer un vínculo comunicativo con el espectador, de manera que éste pueda rastrear en los sentidos de lo expuesto y se pueda educar en la apreciación del arte; 3) conservar una colección, y 4) investigar sobre ella y sobre temas emparentados.

No es una definición extravagante, sino la que suele dar como válida el ICOM (consejo internacional de museos, asociado a la UNESCO). Y si se cotejan estas funciones con lo ocurrido hasta ahora en el Museo Guggenheim, difícilmente podrá afirmarse que éste es, con propiedad, un museo.

Para demostrar esta tesis analizaremos primero el concepto de institución museística que sostiene Thomas Krens, director de la Fundación Solomon R. Guggenheim de Nueva York y máximo responsable de la programación artística de Bilbao. Después colocaremos frente a frente cada una de las funciones citadas y las grandes exposiciones que se han sucedido en el seductor edificio de Gehry.

Antes de comenzar quiero ahuyentar malentendidos buscados o simplemente encontrados, y me apresuro a decir que no trato de oponer dos visiones dispares del museo: la primera academicista y encerrada en el gabinete de los expertos; la segunda volcada en el consumo de sus clientes, los turistas y eso que suele denominarse, con una rapidez imprecisa, el gran público.

En contra de cualquier tipo de elitismo, la presunción de la que parte este texto es que debe aprovecharse todo el potencial del Guggenheim para el mayor disfrute, comprensión y educación de los visitantes, del mayor número posible de ellos. La oposición entre el museo profesoral y el museo espectáculo es hoy innecesaria. Todo el mundo da por sentado que cualquier exposición *también* debe entretener y estimular, sin que por esto haya que renunciar a una presentación de las obras de acuerdo a un discurso inteligible, comunicable. Estimular, entretener, deleitar y dar que pensar son cosas imprescindibles en el proceso de comunicación cultural.

Las arremetidas de raíz contra el espectáculo se acercan muchas veces a una postura puritana y partidaria de la academia sin concesiones. Todas las vanguardias han jugado más o menos intensamente con ese elemento espectacular.

Iñaki Esteban es periodista. Autor de *El milagro Guggenheim. Una ilusión de alto riesgo* junto a Alberto Tellitu y J. A. González Carrera (Editorial El Correo).

Aun así, conviene ir al caso concreto de una exposición o de un museo para ver si el espectáculo se queda en una hueca escenografía de impacto o si se trata de una presentación seductora que beneficia la voluntad de aprender y de gozar inteligentemente que muestran muchos espectadores¹.

II. El museo posmoderno según Thomas Krens

Sorprende la seguridad con la que algunos teóricos –y no tan teóricos– decretan el fin de lo moderno y el inicio de la posmodernidad. Habitualmente se intenta probar esta idea mencionando un método de conocimiento racional supuestamente agotado, aun cuando las ciencias –para bien, para mal o para ambas cosas– conserven todo su vigor. O también se apunta el descrédito de las formas de pensamiento basadas en las identidades y las definiciones, siempre parciales y reductivas, y se airea su pretendida superación por el juego de reverberaciones entre lo real y lo irreal, tan del gusto posmoderno.

Thomas Krens es de los que no tiene dudas respecto a nuestra entrada en la posmodernidad, una época a la que lógicamente correspondería un nuevo tipo de museo. En uno de sus escasos textos, *Museums and History: The Dynamics of Culture in a Postmodern Era*², Krens defiende (inspirado en el Foucault de *Las palabras y las cosas* y *La arqueología del saber*), que «la edad de la historia»³, que vio la luz a finales del siglo XVIII, ha sido superada y con ella terminado un modo de conocer preocupado por el origen y la evolución de sus objetos, por la sucesión lógica de los acontecimientos. En esta época también se produce una división de las ciencias (la biología, la lingüística, etc.) de acuerdo a las distintas funciones que estudien.

La aproximación posmoderna a lo real pone de manifiesto, según Krens (en una lectura más bien retórica e interesada de Foucault), la «virtualmente infinita interacción» entre «los discursos científicos, naturales, económicos, políticos y culturales»⁴. Llevado este planteamiento al terreno del arte, nos encontramos con que el discurso modernista habla en términos de evolución de las formas, rastrea las continuidades y superaciones de estilos sucesivos que son clasificados con rigidez. En opinión de Krens, este modelo enclaustrado en la esfera de lo artístico, aislado de la influencia de los otros discursos, se vuelve anticuado y

¹ José Jiménez constata la ampliación de público de la cultura y el arte en las últimas décadas y la aparición de un nuevo espectador, «cada vez más exigente y participativo», que propicia y exige cambios y transformaciones culturales. Vid. Jiménez, J., «Introducción», en *El nuevo espectador*, Madrid, Argenteria/UAM/Visor, 1998, pp. 13 y ss.

² Facilitado por la Fundación Guggenheim y enviado al que esto escribe por fax, sin más referencias, aunque este texto parece ser el preámbulo de una memoria sobre el proyecto, frustrado, de construir un museo Guggenheim en Salzburgo.

³ Expresión con la que Michel Foucault encabeza el primer apartado del capítulo VII de *Las palabras y las cosas*, pp. 213-217. Trad. Elsa Cecilia.

⁴ Véase el artículo de Krens.

demasiado estático. El museo posmoderno debe ser, por contra, «un agente de intercambio, transformación y discurso»⁵ que proporcione «instantes de plenitud intensos y acumulativos, pero aislados y atemporales»⁶.

Pero además de estos aspectos teóricos, Krens también aspira a solventar un problema práctico. La idea enciclopédica de mostrar los tesoros acumulados se ha vuelto insostenible, pues para ello hemos creado unas casas o unas cajas («boxes», suele decir Krens), a las que llamamos museos y en las que ya no cabe un alfiler. Antes de que se abriesen los espacios de Bilbao y Berlín, la Fundación Guggenheim sólo podía mostrar, en Nueva York y Venecia, un 4% de una colección de aproximadamente 15.000 obras. El resto quedaba desaprovechado en la oscuridad de los sótanos.

Dice Krens sobre este punto: «Yo vi que la idea de los museos de arte como casa de los tesoros, como recipiente para la acumulación de la cultura material, estaba anticuada. Y al mismo tiempo esa misma idea había cambiado desde los años sesenta y setenta. Desde entonces, los museos son una forma de divertimento sofisticado, algo que sirve para ocupar los ratos de ocio. La gente decide si un día va al cine, a la playa o a un museo»⁷.

El director de la Fundación Guggenheim pensó que estos problemas podían deshacerse poniendo en marcha un plan de expansión por distintas ciudades del planeta, como Bilbao, Berlín, Salzburgo, otro espacio en Venecia (aparte del palacio de Peggy Guggenheim), Seúl, incluso llegó a mencionarse Vietnam y en últimos meses ha saltado el nombre de Lyon.

Si la globalización manda en la economía, ¿por qué no puede hacerlo en el arte, si ambos discursos están relacionados? Con los nuevos lugares expositivos, Krens podría presentar partes de la colección Guggenheim *simultáneamente*, lo cual le permitiría explotarla con una mayor rentabilidad. También abarataría los costes de las muestras temporales, puesto que cada ciudad tendría que satisfacer una parte de la factura de producción, en caso de que las disfrutara.

Recapitulando, podemos dibujar el concepto de museo de Krens con los siguientes trazos: ordenación contextualizada, relacional y no sucesiva (o no cronológica) de las obras; colección y exposiciones en movimiento por los centros Guggenheim esparcidos por el mundo, para reducir costes; y un mimo especial por ofrecer ese «divertimento sofisticado» al que nada oponemos, aunque la equivalencia con el día de playa o cine parece una exageración que no tiene que ver mucho con la realidad⁸.

⁵ *Ibid.*

⁶ Según explica María Bolaños al referirse al modelo de Krens en: *Historia de los museos en España*, Gijón, Trea, 1997, p. 432.

⁷ Vid. Tellitu, A.; Esteban, I.; González Carrera, J. A., *El milagro Guggenheim. Una ilusión de alto riesgo*, Bilbao, Ed. El Correo, 1997, p. 92.

⁸ Recientes estudios, nacidos de la experiencia, no dejan de subrayar el aspecto del placer, de la diversión, pero también de la educación, de la comunicación, del deseo del visitante de sentir y dotar de sentido a las obras. Véase el excelente libro de Eulalia Bosch, *El placer de mirar. El museo*

Quizá lo más decepcionante no sea el concepto de Krens sostiene, pese a que en algunos sentidos sí pone en peligro, como veremos más adelante, las funciones del museo que hemos considerado deseables y necesarias. Quizá una mayor desilusión proceda del hecho de que, en lo que se refiere a la presentación de obras en Bilbao, Krens se ha saltado olímpicamente sus propias ideas posmodernistas.

La primera muestra de Bilbao, una antología panorámica de la colección Guggenheim se caracterizó por el desorden y la falta de información y contexto; la segunda, *China: 5.000 años*, por el empacho informativo, académico y cronológico. La tercera, una retrospectiva sobre el trabajo de Robert Rauschenberg, resultó algo más asequible para el visitante, si bien no se prescindió del criterio de ordenación histórico ni se prodigaron las pistas sobre el recorrido a seguir, lo que en ocasiones confundía al espectador, como veremos. Sólo las últimas muestras de Richard Serra y Eduardo Chillida –esta última ni organizada ni concebida por el Guggenheim– dejan un rastro convincente y estimulante.

III. Despistados en el laberinto

En la «*casa de los tesoros*» que menciona Krens, los cuadros cubrían casi cada centímetro de las paredes, del techo al suelo, y se presentaban al espectador como un caótico pastiche que mostraba la peor cara de la «*acumulación de la cultura material*» a la que se refiere el director de la Fundación Guggenheim.

Desde entonces, desde el siglo XVIII y XIX, los museos han perfeccionado mucho su manera de presentar las obras con el fin de que susciten el disfrute del público y su interés por conocer. Cierto es que se ha abusado y aún se abusa de los criterios cronológicos y formalistas, que relatan un período artístico de acuerdo a la secuencia del origen, desarrollo y caída; que se acercan a la obra de un artista según las rígidas etiquetas de las etapas sucesivas; que se aproximan a un grupo o escuela bajo la ensimismación de sus evoluciones formales; que dejan de lado las imposiciones y los estímulos del entorno, las conexiones con otras ramas del saber, y presentan las vanguardias como fetiches de consumo artístico, totalmente vaciadas a su contenido e intenciones, convertidas en objetos de admiración acrítica⁹.

del visitante, Barcelona, Actar, 1998. Según una encuesta realizada en Gran Bretaña, en 1988, los visitantes acuden, generalmente, motivados por las exposiciones y las colecciones. En segundo lugar, buscan una forma de diversión para pasar el día. Véase, Hooper-Greenhill, E., *Los museos y sus visitantes*. Trad. Alfredo Álvarez, Gijón, Trea, 1998.

⁹ Sobre todo a partir de los años sesenta, la vanguardia pierde sus propiedades provocadoras y queda totalmente aprisionada en el sistema del arte: institucionalizada por los museos, convertida en un objeto académico en las universidades, sometida a la especulación y la comercialización de marchantes y galerías y museos, reducida a objetos cuyo contenido se ha neutralizado para que pudan ser consumidos por un nuevo público masivo. Como dice Remo Guideri, citando a Calvesi,

Desde esta perspectiva, el enfoque racional de Krens resulta interesante y provocador: un desafío para conservadores y comisarios, para educadores e investigadores, para visitantes. Qué mejor que una exposición indique la relación entre el brote de unas obras y el *humus* que le corresponde (político, económico, científico, ético y estético). Esas conexiones facilitan la comprensión, el conocimiento, la educación. Incluso ciertos teóricos avezados como Tony Bennet piden que los comisarios no se limiten a exhibir unas obras y escribir un texto, sino que revelen cómo han elegido las obras, con qué medios materiales han contado, a través de qué negociaciones se ha conseguido lo que se presenta a los ojos de un visitante cada vez más consciente y activo, con más deseos de saber los entresijos que conforman la muestra¹⁰.

La perspectiva posmoderna de Krens no tiene por qué contradecir necesariamente los fines (modernos) de conservar una colección, comunicar con el visitante e investigar sobre temas de interés para el museo. Más bien al contrario. Más bien ese modo relacional de conocer y exponer potenciaría esas funciones. Sin embargo, la trayectoria del Guggenheim Bilbao no ha seguido los principios con los cuales Krens pretende identificarse.

Hagamos un ejercicio de memoria y revisitemos la exposición inaugural, *Los museos Guggenheim y el arte de este siglo*, que se desarrolló desde la fecha de apertura, el 19 de octubre de 1997, hasta junio de 1998. Siguiendo el itinerario sugerido se subía a la tercera planta y nada más salir del ascensor se encontraba el visitante con un espacio dedicado a Damian Hirst, uno de los nuevos salvajes británicos apadrinado por Charles Saatchi y por Bruno Bischofberger, galerista suizo muy amigo de Krens y pieza clave para entender por qué se exhibe en Bilbao a Schnabel, Basquiat y al propio Hirst, entre otros. En el centro de esa sala se exponía una obra –*Anoche soñé que no tenía cabeza* (1997)– que constaba de una cama deshecha, colocada sobre un suelo donde se esparcían pantalones, zapatillas deportivas y revistas pornográficas abiertas. Tras la cama, separado por una cortina de cristal, se hallaba un oso en actitud amenazante. Todo ello, de tamaño natural (como diría Berlanga) y metido en una gran urna de vidrio.

Enfrente reposaba una enorme pelota de badminton firmada por Claes Oldenburg y su mujer, Cosjee van Bruggen. Por un desvío hacia la izquierda se accedía a otro balcón, éste con vistas a una sala del piso de abajo, cuyas paredes habían sido pintadas según las indicaciones de Sol Lewitt (esta era la única obra del recinto, titulada *Mural n.º 831*).

De esta ensalada hecha a base de neodadaísmo con algún tropiezo de conceptual, aliñada con algo de pop y ofrecida en un servicio minimalista, se «la vanguardia de masas» significa, llanamente, la muerte de las vanguardias. Vid. Remo Guideri, *El museo y sus fetiches. Crónica de lo neutro y de la aureola*. Trad. Isabel Touet de Matallana, Madrid, Tecnos, 1997.

¹⁰ Vid. Tony Bennet, «Museums und 'The People'», en R. Lumley (ed.), *The Museum Time-Machine: Putting Cultures in Display*, London, Routledge, 1988, pp. 63-68.

pasaba –sin solución de continuidad, sin ninguna explicación– a los espacios *sucesivos y cronológicos* de las vanguardias *históricas*, que comenzaban con el cubismo hasta llegar al surrealismo. Ahí se demostraba el poderío de la colección Guggenheim, los picassos, los klee, los kandinskis: apenas se echaba en falta algún nombre del *who is who* de las vanguardias anteriores a la Segunda Guerra.

Este poderío era, sin embargo, de carácter ambiental, atmosférico, reverencial. Se iba allí para admirar la gloria de las vanguardias y la osadía de las últimas tendencias. Y al parecer sólo bastaba con colgar las obras –data y título a un lado, eso sí, en los tres idiomas *oficiales*: euskera, inglés y español–, como si su contexto o un breve encuadre histórico fuera totalmente superfluo, como si no hubiera que decir por qué Picasso aparecía nada más entrar y reaparecía más tarde con una obra sensiblemente diferente. El visitante, despistado, salía de asombrarse con las audacias de Hirst para entrar, de golpe, en el mausoleo de las vanguardias: imposible buscar el sentido de tan abrupto trayecto.

Algo se remedió cuando se imprimieron unos folios explicativos. Lástima que el remedio tardara meses en materializarse, lo cual indica la poca importancia que habían atribuido a este aspecto.

Recordemos que Krens concebía el museo posmoderno como un «*agente de intercambio, transformación y discurso*». Precisamente lo más notorio de la muestra inaugural era la anemia de discurso, de discusión, de conexiones intelectuales, de ideas. El mismo título de la exposición, *Los museos Guggenheim y el arte de este siglo*, reflejaba una orientación –consciente o inconsciente– demasiado rasa y simplista: mostrar, quizá con un atisbo de soberbia, los *tesoros* de la fundación neoyorquina en la nueva y fabulosa *casa* construida por Frank Gehry.

Algunas partes del museo parecían un parque de atracciones, con los niños haciendo cola para introducirse en la escultura titulada *Laberinto*, de Richard Morris. Otras parecían enormes salas de estar en las que se habían colocado unos cuadros y no otros «*porque quedaban bien*», como llegó a decir un responsable del Guggenheim cuando intentó explicar el *criterio*.

Se respiraba un cierto aire de fiesta, grato y positivo. Pero qué distinto habría sido si además de eso nos hubieran dado pistas para intentar comprender lo que allí pasaba. La democratización del arte no consiste en que todos puedan entrar a los museos sin otro inconveniente que el pago de una entrada asequible, sino en el acceso del mayor número de personas posible al gusto y la educación artística. Así lo entendieron Solomon R. Guggenheim y otros mecenas que levantaron los museos norteamericanos. Algunos de sus gestores actuales están empeñados en llevarles la contraria.

IV. *La muralla china y el ti vivo de Rauschenberg*

Sigamos ejercitando la memoria. En la siguiente muestra, *China: 5.000 años*, nos encontramos con el envés exacto de la primera exposición: una sobre-

carga de información imposible de asimilar, un academicismo abrumador, un escrupuloso y milimétrico orden de las piezas según materiales y épocas que ejemplificaba la ansiedad clasificadora propia de la «*edad de la historia*» e impropia de un posmodernista como Krens.

En cada uno de los pequeños espacios en que se había dividido el Guggenheim se pintó un texto general que aglutinaba aproximadamente a una decena de piezas. Pero, además, cada obra, o cada par, se relacionaba con otro texto. Como ya hemos dicho, en la exposición había unas trescientas piezas, distribuidas en aproximadamente veinticinco salas. Un visitante con una velocidad normal de lectura tardaba unos 25 minutos sólo para leer los textos –por otra parte comprensibles y bien colocados– de cada sala. En total, más de doce horas de lectura, a las que había que añadir la visión de las piezas. Por si fuera poco, el catálogo se publicó en dos volúmenes, que sumaban 830 páginas y costaban cerca de las 30.000 pesetas.

La muestra requería un tiempo que no se acompasa con el ritmo habitual del espectador del Guggenheim, que suele tardar, a lo sumo, unas tres horas en recorrerlo. En las tres veces que visité la exposición –temporal, con pocas posibilidades de que el foráneo repita la visita– no vio a nadie que leyera los textos más allá de las cuatro o cinco primeras salas.

La muestra fue sin duda un festín para la vista. Pero el objetivo de un museo no puede residir solamente en ofrecer este tipo de excursiones exóticas, por muy asombrosas que sean. Si el Guggenheim se hubiera arrogado exclusivamente este fin, podría haberse evitado toda esa labor de explicación que transmiten las palabras pintadas en la pared. Y a quien quiera rebatir este argumento aduciendo que también hubo auriculares y guías que conducían al espectador por ese prodigioso festival de arte chino, se le podría contestar igualmente que, de ser así, por qué tomarse la molestia de incluir los textos, cuyo propósito no es otro que garantizar que el espectador pueda aprender y disfrutar de la exposición privadamente, con ese placer solitario y algo misántropo que suelen buscar quienes acuden con frecuencia a los museos.

Se trataba de una muestra lineal, con la clásica devoción profesoral por las secciones, los apartados, los períodos, las descripciones definitorias: un tocho espeso y aburrido para quien se la tome seriamente y, sin ser un especialista, quiera sacar algo más que la visión de unos bonitos jarrones, unos preciosos adornos de jade o unos cuadros *kitsch* de grandes dimensiones pintados a mayor gloria de Mao.

La retrospectiva sobre Rauschenberg, celebrada de noviembre de 1998 a marzo del 99, resultó sin duda la más entretenida y pedagógica, aunque adolecía de esa pesada cantidad inseparable de las grandes exposiciones y también de errores de bulto, como la mala señalización de las flechas del recorrido: en la tercera planta, mientras unos espectadores iban en una dirección otros caminaban en la contraria, como *zombies* mareados en el tiovivo que formaban las obras del artista americano. Lo triste de todo este barullo es que nadie se

preocupó de corregir el error en los cuatro meses que duró la muestra, y que uno entiende el embrollo después de haberlo padecido.

Ese mismo mes de marzo llegó la exposición *De Durero a Rauschenberg*, con un planteamiento discutible, pero con un planteamiento al fin al cabo: no sólo demostrar la importancia del dibujo en la concepción de la obra, sino también afirmar la propia entidad del mismo como pieza artística en sí, esencial y espontánea a un tiempo. Esta vez también había textos explicativos, que sin embargo no decían nada sobre las especificidades del dibujo en tal o cual artista y la relación con sus cuadros. Esta vez nos dijeron dónde había nacido Durero, quién era su padre y nos contaron sus viajes de juventud por Italia, cosas que aparecen en cualquier enciclopedia. Nada sobre sus dibujos. Y así con todos.

Solamente las últimas grandes muestras de Richard Serra y sus monumentales elipses de acero, y la antología de Eduardo Chillida, que ya se vio en el Reina Sofía, han satisfecho las expectativas de un espectador para quien pasárselo bien también significa aprender algo.

V. *A vueltas con una colección a vueltas*

La colección es uno de los elementos que mayor fuerza definitoria da a un museo, aquello que mejor le distingue en referencia a otros de su misma clase. Pero decíamos que uno de los mayores problemas actuales radica en el volumen de las colecciones y que sólo un 4% de los fondos de la Fundación Guggenheim podía salir a la luz, mientras el resto quedaba dormido en la noche continua de los almacenes.

Krens brinda una respuesta atrevida para solucionar este mal endémico en los museos: la colección móvil. Su idea consiste en formar una red de edificios (de momento, como ya hemos apuntado, dos en Nueva York y uno en Venecia, Berlín y Bilbao¹¹) por los que vayan rotando las obras de la colección. Veamos lo que da de sí esta estrategia.

Para la muestra inaugural llegaron unas 350 obras de la colección, de las que se expusieron alrededor de 150, luego retiradas en su mayor parte para dejar espacio a las reliquias de la cultura china. Y esas reliquias chinas, a su vez, fueron sustituidas por las piezas de Rauschenberg y luego por las de Chillida. Los metros cuadrados del Guggenheim no dan más de sí y cada vez que se monta una gran exposición hay que retirar lo que se ha expuesto anteriormente.

A estas alturas cabe preguntarse si el Guggenheim tiene el propósito de ser un museo que aspira a presentar una colección o si quedará como un deslum-

¹¹ El periodista Michael Kimmelman denomina a esa red pretendida por Thomas Krens la *World Wide Web* del arte. Véase su artículo «The Globe Straddler of the World», publicado en *The New York Times* el 19 de abril de 1998.

brante recipiente preparado para albergar muestras temporales, entre ellas también algunas con obras de los fondos de Nueva York, por cuyo derecho de exhibición el Gobierno vasco y la Diputación de Vizcaya pagaron 2.000 millones de pesetas (una cifra que también incluía el asesoramiento técnico de la fundación norteamericana y el permiso de explotación de su *marca*).

La falta de una mínima presencia de estos fondos, fundamentales para que la gente pueda educarse en el arte moderno y gozar con él, el desmantelamiento de salas completas compradas por el Guggenheim Bilbao, como las dedicadas a Anselm Kiefer y Francesco Clemente, provocó cierto malestar entre los propios impulsores del museo. Quizá por esta razón, se elaboró un programa de exposiciones de la «colección permanente» —¿«permanente»?— con títulos generales como *Las vanguardias artísticas y el expresionismo en el siglo XX*, *El arte pop americano*, *Arte contemporáneo vasco y español*, *Pintura y escultura moderna* y otras, que sucesivamente llegarán hasta el año 2000.

A tenor de lo visto, el resultado es más bien decepcionante. Bajo un título ambiguo, *Las vanguardias artísticas y el expresionismo en el siglo XX*, se presentaron obras de Marc Chagall, Albert Gleizes, Amedeo Modigliani, Joan Miró y Oskar Kokoschka, todas ellas anteriores a la Segunda Guerra Mundial. A continuación se vieron piezas de los expresionistas, principalmente americanos, de la mitad de los cuarenta en adelante (Mark Rothko, Willem de Kooning, Robert Motherwell, etc.), y se concluyó con el neoexpresionismo de Baselitz, Kiefer, Cucchi, Barceló, Basquiat y Schnabel.

Al leer el rótulo de la exposición, de tamaño reducido para tan vasto período, se esperaba una aproximación al nacimiento del expresionismo en el seno de las vanguardias históricas y a su posterior evolución. Pero lo que uno se encontraba era con una sala dedicada a la mayor parte de esas vanguardias —el cubismo, el constructivismo, el surrealismo, también el primer expresionismo— y otras dos con los cuadros de los expresionistas de mediados de siglo y los actuales. No existía la relación entre las partes que el título parecía prometer, sino dos secciones inconexas, las vanguardias por un lado y el expresionismo en el siglo XX por otro. Sin esa conexión, y sin más explicaciones que un somero apunte descriptivo en una hoja a la entrada, la muestra se ofrecía sin otro propósito que el de la contemplación aislada de unas obras maestras, bellas sin duda, pero despojadas de contexto e intriga.

Esa exposición desapareció para dar paso a la del arte pop, compuesta por una docena de obras, ninguna de ellas importante dentro de esta corriente y desperdigadas sin orden ni concierto. Las muestras sucesivas se han caracterizado por la misma generalidad y falta de idea rectora y explicativa de lo que se expone.

Sin una cierta estabilidad en los fondos no puede haber investigación. No es difícil imaginarse a un investigador frustrado porque al intentar ver de nuevo una pieza importante para su estudio se encuentra con que ya ha desaparecido. Nadie irá al Guggenheim Bilbao para investigar sobre historia del arte y sólo esta apreciación sirve para caer en la cuenta de la distancia que le

separa de los museos *clásicos* de cierta entidad y de su no menos clásico trajín de investigadores¹².

¿Es importante la investigación desde el punto de vista del público general? Pues sí, porque se descubren nuevos datos sobre la colección o sobre temas conexos que suscitan nuevas presentaciones y que así ayudan a mejorar la comprensión y la educación.

El Guggenheim nunca pretendió destacarse como centro investigador. La arquitectura nunca es inocente y sólo hay que ver la ínfima sala de la biblioteca y el archivo, todavía hoy, dos años después de inaugurarse en museo, sellada al público.

VI. La arquitectura como monumento

Desde los inicios del proyecto, Thomas Krens exigió que la arquitectura fuera un elemento esencial y excepcional, un reclamo visible y elogiado que sobresaliese en el mapa mundi de los museos. El antecedente de la estrategia estaba en casa: si el Guggenheim de la Quinta Avenida sale con foto en las guías turísticas y se recomienda su visita, es gracias a la forma de su edificio, a la inaudita elipsis levantada por Frank Lloyd Wright.

Todo el mundo coincide en que la arquitectura de Frank O. Gehry —gótica por su deseo de elevación a los cielos, barroca por su desprecio de la línea recta— no sólo constituye la piel de Guggenheim, sino también su corazón.

Una encuesta elaborada por la propia institución a los dos meses de la apertura del museo resulta en este punto reveladora. Si la práctica totalidad de los visitantes elogia el edificio, un 20% contesta sin ningún reparo que el arte expuesto no le gusta, mientras que otro significativo 20% no sabe o no contexta. Otro (escalofriante) resultado de la misma encuesta dice que el 48% de los visitantes no había entrado en su vida a un museo. Este dato es fundamental para explicar el éxito de afluencia del Guggenheim y los requerimientos de Krens sobre la espectacularidad del edificio: si uno quiere atraer a unas masas que en su 50% no ha acudido nunca a museo, ¿qué reclamo debe proponer para que rompan con sus costumbres?

Uno de esos caramelos puede ser la arquitectura. Los edificios históricos o singulares son desde hace mucho tiempo una parada obligatoria de las rutas turísticas. La mirada del turista vacía a la arquitectura de su función utilitaria —la vivienda, la actividad laboral, cultural, política, etc.—, y la transforma en un monumento mediante una contemplación ociosa, fascinada, admirativa. Los no aficionados al arte lo visitan con la misma actitud que si estuvieran en las

¹² Valeriano Bozal y Tomás Llorens señalan las deficiencias en cuanto a la investigación de los museos españoles respecto al British Museum y al Victoria & Albert de Londres. La diferencia sería aún más abismal con el Guggenheim de Bilbao. *Vid.* Bozal, V., y Llorens, T., «Los museos en España», en *Revista de Occidente*, 177 (febrero de 1996), p. 92.

pirámides de Egipto, en la Empire State Building o en la Tour Eiffel: les encanta estar en sus alrededores, o en su interior.

El Guggenheim ha dado prioridad a la arquitectura respecto al arte: es, antes que nada, un monumento y luego quizá un museo.

VI. *Una apuesta por la ambición*

Parecen hoy lejanos aquellos primeros días del proyecto, cuando el Guggenheim sólo existía en las maquetas y sobre ellas caían unas cargas llenas de prejuicios e intereses personales que ya, felizmente, han perdido toda su fuerza. Unos pretendía borrar los primeros planos de Gehry bajo la acusación de un supuesto colonialismo cultural, ya que la Fundación Guggenheim tiene su domicilio en Estados Unidos. No escuchaban a quienes, con un básico sentido común, decían que las obras de su colección proceden de todas las partes del mundo y que su valor es sencillamente universal. Si la fundación hubiera estado en Italia, no se les habría ocurrido censurar el supuesto colonialismo italiano. Sus razones procedían de un antiamericanismo tosco, un refrito de ideas hechas, un precocinado ideológico fácil de consumir.

El aplastante éxito del centro, en cuanto a cifras se refiere, ha minado esas críticas maximalistas y ha demostrado que la cultura no tiene por qué ser, toda ella, la hija tonta y totalmente subvencionada del presupuesto. El edificio de Gehry ha generado entusiasmo entre la ciudadanía vasca, como lo testimonian las 90 empresas que contribuyen (algunas con cifras de muchos ceros) a sufragar sus operaciones, y los cerca de 10.000 abonados con los que cuenta su asociación de amigos. Por si fuera poco, se han registrado más de dos millones de visitantes, entre la inauguración, el 19 de octubre de 1997 y junio de 1999.

No creo que todas estas medallas, que irremediablemente se pueden colgar del edificio de titanio, se fundamenten en las carencias que hemos venido señalando. Al Guggenheim cabe pedirle una mayor claridad expositiva y comunicativa, una mayor presencia de la colección aunque sea ésta de carácter rotatorio, un apoyo a la investigación, de momento inexistente. No sé hasta dónde quiere llegar Krens con su posmodernismo y su antimodernismo. Pero, en cualquier caso, ¿no resulta chocante pensar que una presentación comprensible, provocadora, que levante el ánimo de saber, que incite a la educación y la investigación, está ya muerta o superada?

Quizá una de las razones de estas penurias se daba a la falta de un director artístico propio —una plaza que aún no ha sido convocada, dos años después de la inauguración del centro—, que tenga capacidad de maniobra para organizar exposiciones y presentar la colección con unos enfoques innovadores y más didácticos y comunicativos respecto a la historia del arte de este siglo.

Thomas Krens ha dicho repetidamente que él es el único director artístico del Guggenheim Bilbao. Si esto es así, si el centro solamente cumple la misión de recibir exposiciones pensadas y organizadas en Nueva York, habrá que con-

cebir el espacio como una franquicia, un término que han intentado evitar las instituciones vascas y que, no obstante, es el que mejor describe la realidad.

El Guggenheim ha logrado lo más difícil: que la gente vaya a visitarlo. Pero el éxito no sólo puede calibrarse en cifras, a pesar de que también en las artes vivamos bajo el imperio de la cantidad —la películas más cara, el libro más vendido, etc.—. Para que el museo triunfe de verdad también tiene que satisfacer la legítima y loable pasión por conocer que mueve a muchas personas cuando eligen visitar un museo en vez de ir a la plaza. Si estos cientos de miles de espectadores quedan decepcionados y confusos por no haber aprendido nada, si sólo recuerdan las sensaciones obnubiladas de un espectacular edificio-monumento, y el agobio de las cosas y empujones de los otros visitantes, la ambición del Guggenheim sólo será una triste ambición a medias.