

# “NO SÓLO POR EL ÉXITO DEL MUSEO GUGGENHEIM, BILBAO HA RECUPERADO LA AUTOESTIMA”



El arquitecto Ibon Areso, que estuvo a cargo del Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao, es la cara visible de la impactante transformación de esta ciudad. Invitado especial de la III Convención del Comité de Especialidades de la Cámara Chilena de la Construcción, aquí nos cuenta la fórmula.

POR FRANCISCO MALDONADO Y ANDREA GUZMÁN

**G**ran parte del exitoso cambio que ha experimentado Bilbao se debe al Plan General de Ordenación Urbana que fue impulsado por el Ayuntamiento y pretendía transformar radicalmente la ciudad. Desde 1975 venían sufriendo una fuerte crisis económica a nivel local, con altas tasas de desempleo, marginación y emigración, lo que llevó a las autoridades a tomar la decisión de desarrollar fuertemente el sector terciario en desmedro del ya fracasado modelo industrial. ¿El resultado? Bilbao pasó de tener 29 hoteles en 1994 a 51 en 2007. Esto para poder acoger a sus visitantes, que en el mismo periodo crecieron desde poco más de 24 mil a más de 600 mil anualmente.

A la cabeza de este proceso estuvo Ibon Areso, quien comenta que más allá de plantearse un plan regulador, se decidió hacer un plan estratégico: “La administración adoptó algo que hace el mundo empresarial, que es establecer cuáles son los puntos fuertes, los puntos débiles, los objetivos, qué es lo que se quiere conseguir, y generar una planificación como si la ciudad fuera una empresa”. Un aspecto fundamental por decidir era qué tipo de ciudad se quería

construir. La respuesta en este caso era bastante clara. “Tenía que facilitar servicios, empleos y calidad de vida”, explica el urbanista invitado a la III Convención del Comité de Especialidades de la CChC.

**¿Cómo se presenta a la comunidad esta serie de obras que abarca el proyecto, que en algunos casos pueden ser conflictivos o generar polémicas?**

Tengo que decir que no tuvimos grandes oposiciones, porque a raíz de la crisis que vivimos la gente estaba bastante hundida psicológicamente. Más bien lo que había era un poco de incredulidad sobre la eficacia del proceso, y en ese sentido al principio tampoco hubo un apoyo muy entusiasta.

**¿Y cómo se trabaja con una comunidad que está tan dañada anímicamente?**

Creo que en esas circunstancias el procedimiento tiene que ser de bastante liderazgo. En momentos de mayor bonanza la administración puede ser de carácter más participativo, se pueden discutir más los temas con la ciudadanía. En momentos de crisis, en cambio, la democracia tiene que ser representativa: ustedes me han elegido, déjenme actuar y luego, si lo he hecho mal, me echan, y si lo he hecho bien, me reeligen.

**¿Cómo se logró financiar este plan de reconversión?**

Tuvimos suerte, porque contamos con mucho suelo público que provenía de transformaciones ferroviarias, de zonas portuarias que pudimos trasladar a otros sitios y de algunas industrias cuyos suelos pasaron a ser públicos cuando quebraron. Esas zonas problema las convertimos urbanísticamente en zonas de oportunidad.

**¿Cómo funcionó en este sentido, la asociación entre lo público y lo privado?**

No fue algo especialmente difícil. Lo que hicimos fue ofrecer a la empresa privada una rentabilidad razonable: si lográbamos ofrecer estos márgenes, íbamos a contar con ella. De hecho, lo que nos ha resultado más difícil de conseguir -no sólo en Bilbao, sino en general- no es el encuentro entre lo público y lo privado, sino el encuentro entre lo público y lo público. Poner a los distintos niveles de la administración (central, provincial, municipal) a trabajar conjuntamente suele ser a veces más costoso.

**LOS NUEVOS SÍMBOLOS DE BILBAO**

Entre las obras más emblemáticas del proceso de renovación urbana de la ciudad se encuentran el Museo Guggenheim, que fue concebido por el arquitecto norteamericano

Mutual

Frank Gehry-, el Palacio Euskalduna, la ampliación del puerto, la construcción de una red de metro, la ampliación del aeropuerto y el saneamiento de la ría. Este último proyecto tiene como particularidad el que fue financiado por los propios ciudadanos, a través de un recargo en la cuenta del agua. Estas obras le han cambiado la cara a la ciudad, y responden a los cuatro ejes de acción que se plantearon al momento de asumir el desafío de convertir al Bilbao metropolitano en una ciudad post-industrial: la accesibilidad exterior y la movilidad interna, la regeneración medioambiental y urbana, la inversión en recursos humanos, la transformación tecnológica y la centralidad cultural.

**¿Qué criterios se utilizaron al momento de llamar a concurso para los diferentes proyectos?**

Para nosotros, la arquitectura era un elemento muy importante de cuidar. Esto, porque además de querer que la ciudad fuese más terciaria, también tratamos de entrar un poco en el turismo. Nuestro nicho está más bien en el turismo urbano, el turismo cultural, el turismo de congresos. Los congresos suelen tener dos componentes: uno científico -el propio del congreso- y uno más lúdico, de conocer una ciudad, visitar museos, ver algo interesante. Entonces, si tienes una ciudad con más atractivos, tienes más congresos, lo que significa llenar más hoteles, más restaurantes, el comercio vende más regalos, etc. Evidentemente, entre esos proyectos de arquitectura hicimos algunos concursos convencionales. Pero como estamos en una sociedad de marcas, si yo quiero atraer a personas de lejos, tengo que dar nombres de referencia como Calatrava, Gehry o Foster. Como ese tipo de profesionales tiene mucho trabajo y no se presenta normalmente a los concursos que convocan las ciudades, hicimos algo que llamamos "consulta", que es una especie de concurso restringido en que se eligen tres o cuatro nombres reconocidos, se les invita a participar, se les paga una pequeña cantidad por el anteproyecto, y luego se escoge el que ha gustado más, que termina desarrollándolo.

**¿Qué beneficios concretos ha implicado para la ciudad tener obras tan emblemáticas como el Museo Guggenheim?**

El primer beneficio es que el museo costó \$133 millones (US\$170 millones aproximadamente.), y durante su primer año el incremento del PIB de la Comunidad Vasca, derivado exclusivamente de su funcionamiento, fue de \$144 millones. Es decir, la sociedad recuperó esa inversión en menos de un año. Por otro lado,

generalmente los vascos comunicamos noticias negativas, el terrorismo de ETA es lo que llega al mundo. Si hubiéramos diseñado una campaña de publicidad positiva, financiado las horas de televisión, los artículos de periódicos y revistas y el impacto que el fenómeno Guggenheim ha producido en todo el mundo, nos hubiera costado mucho más de los \$133 millones para conseguir el mismo efecto. Además, hay otro tipo de valores más intangibles; una sociedad que estaba en plena crisis, con todos los problemas del desempleo, con un modelo industrial que se agotaba en Bilbao, con muy poca esperanza, ha recuperado la autoestima y la fe en el futuro gracias al éxito del Museo Guggenheim. Y eso es muy importante para que una sociedad avance.

**¿Qué criterios de desarrollo sustentable se introdujeron en este proyecto?**

Tengo que reconocer, aunque no sea políticamente correcto decirlo, que cuando empezamos a trabajar nuestra prioridad no eran ni el medioambiente, ni la sostenibilidad, sino el empleo. Teníamos un 30% de cesantía, y había que ver cómo salíamos de esa situación. Pretendíamos dar trabajo en el sector terciario, pero justamente el deterioro medioambiental es el principal factor de pérdida de competitividad en una ciudad que quiere atraer este tipo de actividades. Por ende, tuvimos que preocuparnos del medioambiente, de la sostenibilidad, de ser una ciudad más cuidada y mejor. Pero no tanto como un objetivo, sino como un medio para conseguir nuestro fin. **EC**



**¿LECCIONES PARA SANTIAGO?**

"Suelo decir que es muy osado y frívolo dar recetas, yo no vengo a enseñar qué es lo que hay que hacer en Santiago o en otras ciudades de Chile, sino que ante una problemática concreta hicimos tal reflexión estratégica, así pensamos, así actuamos y estos resultados concretos tuvimos", responde Ibon Areso al ser consultado respecto de cómo se podrían exportar elementos de esta exitosa experiencia. Sin embargo, para Pilar Giménez, arquitecta de la Gerencia de Estudios de la CChC, más allá de las particularidades del caso de Bilbao, que quizás podrían restar algo de validez a la comparación con Santiago (por ejemplo, el contexto de crisis en que surgió el proyecto, la ubicación privilegiada de Bilbao en el corazón de Europa y las grandes diferencias de ingreso per cápita, de escala y de terrenos disponibles entre ambas ciudades), sí hay elementos que podrían ser rescatados para la realidad chilena, y particularmente para la capital. Entre ellos, Giménez destaca la importancia de la reflexión estratégica de la ciudad, que

en el caso de Bilbao se llevó a cabo en un esfuerzo conjunto de los sectores público y privado, y que, a su juicio, es una reflexión aún pendiente en nuestra sociedad. Y por otro lado, la asociación de lo público con lo público. "Siento que en Chile tenemos muchas esperanzas puestas en la asociación público-privada, pero esa asociación es fácil cuando el sector público genera condiciones para que el privado obtenga una rentabilidad. Lo difícil es coordinar a las distintas instancias que intervienen en la ciudad como el Minvu, las municipalidades, el Ministerio de Transportes, el MOP, e incluso Hacienda o Educación. Que todos ellos empujen hacia el mismo lado es lo difícil", señala. Un tercer aspecto rescatable es la relevancia del espacio público, con una alta prioridad para el peatón por sobre el automóvil. El gran potencial de las riberas de río o mar, así como el concepto de "arquitectura de calidad", que pueden ser elementos centrales en la reactivación económica de una ciudad, son otros aspectos que, a su juicio, podrían recogerse de la experiencia vasca.

Consalud