



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**EL TURISTA COMO ESPECTADOR DEL ARTE CONTEMPORÁNEO.
ESTUDIO DE CASO: EL MUSEO GUGGENHEIM.**

Presentado por Ángela de la Cruz Calles

Tutelado por María Teresa Pilar Cortón de las Heras

Segovia, Junio 2024

Agradecimientos

*A Javier, por enseñarme el Museo Guggenheim por primera vez.
A mis padres.*

A Teresa, por su trabajo y apoyo.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
-----------------------------	----------

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1. El arte contemporáneo.....	7
1.1.1. Pintura contemporánea.....	9
1.1.1.1. Expresionismo.....	9
1.1.1.2. Futurismo.....	10
1.1.1.3. Cubismo.....	12
1.1.1.4. Dadá.....	13
1.1.1.5. Surrealismo.....	14
1.1.2. Escultura contemporánea.....	16
1.1.3. Otras tendencias vanguardistas.....	18
1.2. El turista como espectador del arte contemporáneo.....	23

CAPÍTULO 2. ARTE CONTEMPORÁNEO EN LOS MUSEOS

2.1. El arte contemporáneo en la oferta museística.....	27
2.1.1. Museos contemporáneos reconocidos.....	29
2.2. El arte contemporáneo en la oferta museística española.....	37
2.3. La marca turística a través de las figuras artísticas contemporáneas.....	42

CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE CASO: EL MUSEO GUGGENHEIM

3.1. Guggenheim.....	47
3.1.1. La red de Museos Guggenheim.....	47
3.1.2. La Fundación Guggenheim.....	50
3.2. Museo Guggenheim Bilbao.....	51
3.2.1. Historia del Museo Guggenheim. Su implantación.....	52
3.2.2. Desarrollo del Museo Guggenheim. El museo como dinamización turística...56	
3.2.2.1. Impacto y recepción de turistas.....	58

4. CONCLUSIONES.....61

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....64

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.

Consejo Internacional de Museos, ICOM, 2007.

RESUMEN

El arte contemporáneo y el turismo se han unido generando una nueva tipología de turismo cultural con gran poder y presencia en la industria turística. El museo de arte contemporáneo es el gran exponente al alza del conjunto de la industria museística. Esta tipología de museo ofrece visitas que se ajustan a las nuevas experiencias demandadas por el turista del siglo XXI y la era digital. El turista se establece como espectador de arte contemporáneo en grandes casos de éxito como el caso Guggenheim, objeto de este estudio. El Museo Guggenheim de Bilbao es el centro de la dinamización turística de la ciudad. Este proyecto supuso un antes y un después en la concepción interna y exterior de la ciudad vasca. Los valores y conceptos atribuidos al arte contemporáneo permiten generar un motor turístico en espacios previamente no atractivos. Los museos contemporáneos son símbolos del nuevo turismo cultural del siglo.

Palabras clave: Arte contemporáneo, turismo, museos, Guggenheim.

ABSTRACT

Contemporary art and tourism have united to generate a new type of cultural tourism with great power and presence in the tourist industry. The museum of contemporary art is the great exponent of the museum industry. This type of museum offers visits that fit the new experiences demanded by the 21st century tourist and the digital era. The tourist establishes himself as a spectator of contemporary art in great success cases such as the Guggenheim case. The Guggenheim Museum in Bilbao is the centre of the city's tourist activity. This project represented a before and after in the internal and external conception of the Basque city. The values and concepts attributed to contemporary art allow to generate a tourist engine in previously unattractive spaces. Contemporary museums are symbols of the new cultural tourism of the century.

Key words: Contemporary art, tourism, museums, Guggenheim.

INTRODUCCIÓN

Arte y turismo son dos disciplinas que han funcionado conjuntamente en la historia moderna. El turismo se nutre de las producciones artísticas para generar su economía. El turismo cultural es una de las tipologías turísticas con mayor presencia. En 2022, “en el 22,9% de los viajes de residentes en España se realizaron actividades culturales, cifra que alcanzó el 35,1% entre las entradas de extranjeros” (Ministerio de Cultura y Deporte, 2022).

Arte y turismo siempre han mantenido una estrecha y compleja relación, conviviendo de diferentes formas a lo largo de la historia. Hay que entender esta relación en dos vías. En primer lugar, el arte ha sido un reclamo turístico de primer orden. Es incontestable el poder de atracción que tienen ciertos edificios, restos arqueológicos, obras artísticas, etc. (...) Desde esta perspectiva, el uso de estas imágenes para incentivar la afluencia de visitantes dando a conocer las excelencias de un país está en la base de lo que hoy llamamos turismo cultural, un fenómeno que, sin embargo, se remonta a siglos atrás. Por otro lado, la industrialización del turismo se ha servido del arte y de sus artífices para crear una imagen más o menos idealizada de los distintos lugares, con el fin de atraer nuevos turistas. O, dicho de otra manera, ha fomentado la creación artística con fines turísticos. (Arroyo, 2014, p.17)

La fascinación por el arte por parte del turista ha conseguido generar una gran riqueza económica en la disciplina artística. El arte, que en su esencia no tiene un objetivo económico sino sentimental, aparece en la economía gracias a la expectación de la obra por parte del turista. **La admiración** artística y cultural se remonta a varios siglos anteriores. Tal y como señala Arroyo (2014), la imagen atractiva de España para los ciudadanos europeos se formaba ya en la literatura del siglo XVIII. La riqueza artística española ha permitido que sus creadores sean reconocidos por todo el mundo, desde el siglo XVIII hasta la actualidad. Como ejemplos, Velázquez, Goya, Picasso o Dalí.

El arte supone uno de los emblemas del país. Cuenta con una riqueza cultural que es ansiada por disfrutar por el turista local y extranjero. Esta realidad se ve reforzada en una actualidad interconectada que transmite las experiencias de viaje a través de internet. Dichas experiencias transmitidas por el turista anónimo son, hoy en día, el mejor reclamo para los destinos turísticos. El arte y la idea que lo rodea convierte la experiencia de su visita en lujosa, erudita, alternativa...

Actualmente, el turismo, genérico y cultural, se entiende desde la experiencia. La observación del arte es una experiencia concreta. En lo que respecta al arte contemporáneo su disfrute implica una concepción distinta al arte de épocas anteriores. El estudio de la admiración del arte contemporáneo es mucho más complejo gracias a las circunstancias en las que se engloba. La realidad social en la que se forma y percibe este “nuevo arte” desarrolla una tipología del turista diferente al turista cultural común.

CAPÍTULO 1
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1. El arte contemporáneo

El arte contemporáneo tiene una definición compleja. Algunos autores lo sitúan desde el siglo XX hasta la actualidad y, sin embargo, otros desde finales del siglo XIX hasta el momento actual. Mientras que ciertos autores señalan que debido al carácter actual del arte contemporáneo puede definirse, también, como arte moderno. Sin embargo, para Groys (2009), la concepción del arte contemporáneo difiere de las definiciones de arte moderno y postmoderno.

El arte contemporáneo de nuestros días más bien demuestra cómo lo contemporáneo se expone a sí mismo (el acto de presentar el presente). En ese sentido, el arte contemporáneo es diferente del arte moderno, que se dirige hacia el futuro, y diferente también del postmoderno, que es una reflexión histórica sobre el proyecto moderno. El “arte contemporáneo” privilegia el presente con respecto al futuro o el pasado. Por lo tanto, para caracterizar adecuadamente a la naturaleza del arte contemporáneo, parece pertinente situarlo en su relación con el proyecto moderno y su re-evaluación postmodernista. (Groys, 2009, p. 1)

El arte contemporáneo se enmarca en un presente “carente de temporalidad”. Es difícil enmarcar la posición temporal de este arte. “Se trata de un presente atravesado por los rastros de otras temporalidades” (Giunta, 2014, p. 5). Es una tipología artística sujeta a las circunstancias del presente que bebe de corrientes artísticas posteriores y futuras. La dificultad de definición de este tipo de arte da lugar a un atractivo tanto para el espectador profesional como amateur.

La concepción artística contemporánea es radicalmente diferente a las décadas posteriores. El ojo del espectador está acostumbrado históricamente a unas características del arte que se rompen en la era contemporánea. No obstante, la concepción del arte (en genérico) siempre ha resultado difícil de acotar.

Siendo necesario remarcar la complejidad que caracteriza a este arte. Se pueden demostrar ciertos “síntomas” no rasgos de estilo, especificado así por Andrea Giunta (2014) “Contemporáneo, *con-tempus*, estar con el propio tiempo, mezclados con el vértigo del cambio, pero buscando percibirlo. Veloz, simultáneo, confuso, anacrónico, el tiempo vivido no es, definitivamente, homogéneo” (Giunta, 2014, p. 8). El arte contemporáneo se distancia del lenguaje artístico para situarse como un arte independiente de lo previamente establecido.

La autonomía de la obra en este tipo de arte resulta en un arte de cambio sin unas características concretas e identificables. Esta autonomía deriva en una vasta amplitud de aquello considerado como arte contemporáneo.

Desde el paradigma de la modernidad, se entiende que el arte progresa. A cada transformación del lenguaje sucede otra, que resuelve problemas que dejó pendiente

la anterior. En esta lectura evolutiva todo parece conducir a la abstracción, ya sea geométrica o informal. (Giunta, 2014, p. 9)

A pesar de la falta de consenso entre los profesionales, si aunamos el conjunto de las tipologías artísticas “presentes” (arte moderno, contemporáneo y postmodernista) logramos obtener diferentes corrientes artísticas desde el siglo XIX que dan lugar y evolución a lo que hoy en día se entiende como arte contemporáneo. Riutort en su libro “Arte Contemporáneo” (2010) establece la siguiente lista:

Arquitectura	Pintura	Escultura
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Modernismo. ➤ Racionalismo. ➤ Otras corrientes: Estructuralismo, Arquitectura Orgánica, Arquitectura Contemporánea Española, Arquitectura totalitaria. ➤ Fin de siglo: Libertad y tecnología, Arquitectura-escultura, High-tech, Posmodernidad, Deconstructivismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingenuismo. ➤ Fauvismo. ➤ Expresionismo. ➤ Muralistas Mexicanos. ➤ Realismo socialista. ➤ Futurismo. ➤ Cubismo. ➤ Dadá. ➤ Surrealismo. ➤ Abstracción. ➤ Expresionismo abstracto. ➤ Otras tendencias vanguardistas: Art Autre, Op-Art, Arte Cinético, Pop-Art, Minimal, Happening, Body-Art, Arte Conceptual., Arte digital.arte 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escultura tradicional. ➤ Escultura de Vanguardia.

Fig. 1. Movimientos artísticos: arquitectura, pintura y escultura
Fuente: Riutort, A. (2010) “Arte Contemporáneo” y elaboración propia.

Asimismo, la irrupción de la tecnología en el siglo XXI ha traído consigo un nuevo arte que se enmarca en el arte contemporáneo. El Arte Digital es la representación artística a través de la tecnología.

Con el arte digital posmoderno la imagen pasa a ser una manifestación secundaria -un epifenómeno material, por así decirlo- del código abstracto que, de este modo, se convierte en el vehículo principal de la creatividad. (...) La imagen ya no existe por derecho propio (...). (Kuspit, 2010, p. 12)

1.1.1. Pintura contemporánea

El siglo XX continúa, por una parte, la tradición de la pintura del siglo XIX, con derivaciones postimpresionistas, y por otra, realizará grandes innovaciones vanguardistas. Ya en 1910 surge la abstracción, inicialmente algo tímida, muy cercana aún al figurativismo. Los dada, artífices del ready-made, lo serán también de los collages (...). La libertad de expresión y de lenguaje es la tónica dominante: se pasa de la abstracción pura a un crudo realismo; de un expresionismo paroxístico a la frialdad geométrica de las líneas rectas. París es el centro de la pintura de vanguardia (...). Su puesto será heredado por Nueva York, capital artística de los Estados Unidos, que florece con la savia de artistas europeos escapados al nazismo. (Riutort, 2010, p. 125)

En el presente proyecto se han seleccionado para su estudio una serie de corrientes artísticas presentes en los museos contemporáneos.

1.1.1.1. Expresionismo.

Según señala Shulamith Behr en su libro “Expresionismo: Movimientos en el Arte Moderno”, de la Serie Tate Gallery, de todas las corrientes artísticas conocidas como “ismos” de los inicios del siglo XX el Expresionismo se presenta como la más compleja de definir. “El término ha pasado a formar parte del lenguaje común (...), cualquier artista que distorsione las formas de modo exagerado o aplique pintura de manera subjetiva, intuitiva y espontánea, se le considera expresionista” (Behr, 2000, p. 6).

Tal y como apunta Behr (2000), el Expresionismo no fue nombrado así por los artistas, sino que el nombramiento nace de las críticas artísticas y promociones, tal y como también ocurrió con el Cubismo y Fauvismo. El autor apunta que el término fue utilizado, en un principio, para calificar únicamente a artistas franceses cercanos a Matisse (exceptuando a Picasso), excluyendo al resto de artistas de Alemania (cuna del movimiento).

En “Notas de un pintor” (1908) Henri Matisse dice lo siguiente:

La expresión, para mí, no reside en la pasión que aparecerá en el rostro o que se afirmará por un movimiento violento. Consiste en la disposición de mi cuadro: el lugar que ocupan los cuerpos, los vacíos en torno a ellos, las proporciones, todas estas cosas tienen un significado. La composición es el arte de combinar de manera decorativa los diversos elementos con los que el pintor cuenta para expresar sus sentimientos. En un cuadro, cada parte será visible y jugará el papel que le corresponda, principal o secundario. Todo lo que no tenga utilidad en el cuadro será, por eso mismo, nocivo. Una obra comporta una armonía de conjunto: todo detalle superfluo ocupará, en el espíritu del contemplador, el lugar de otro detalle esencial. (Angarmegia, 2024)

El Expresionismo nace en el siglo XX en el país germano. No obstante, sus precedentes se sitúan a finales del siglo XIX y son considerados impulsores del movimiento. Estos son: el noruego Edvard Munch y el belga James Ensor. Ambos representantes de la desesperación y la acidez. El Grito (1893) de Edvard Munch es el punto de arranque del movimiento, en la obra se retrata la soledad y angustia a través de una composición arbitraria y colores llamativos (“El Arte por el Arte”). Las características de este movimiento artístico nacen en contraposición del impresionismo. En el Expresionismo se representa la realidad de forma deformada.

Esta corriente se adentra en lo más profundo de los sentimientos, ideas y emociones del individuo, de donde afloran temáticas oscuras y tabús fruto del contexto histórico (la Alemania de entreguerras): la soledad, la miseria, el pesimismo y la muerte se ven representados por colores y mezclas imponentes. (IFEMA Madrid, 2021)

El Expresionismo busca la expresión a través de colores altamente llamativos acompañados de trazos distinguidos. “Utilizando estas dos técnicas, estos fusionaban la ridiculización de esa misma sociedad con la expresión de su espiritualidad” (IFEMA Madrid, 2021). Ambas singularidades estaban acompañadas de otros rasgos como la liberación artística, la alteración de la composición o la improvisación.

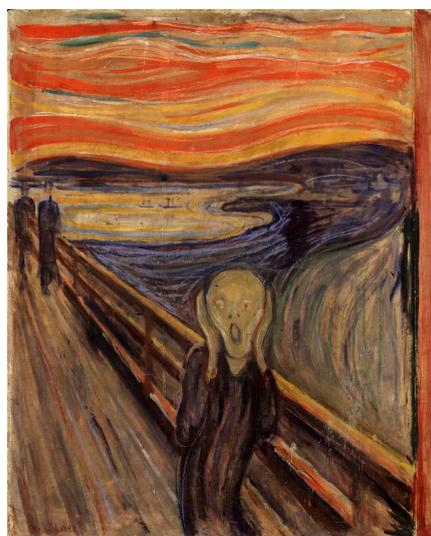


Fig. 2. El Grito, 1893, Edvard Munch, Noruega
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/el-grito>

1.1.1.2. Futurismo.

En 1909, el poeta Filippo Tommaso Marinetti, en el contexto del fascismo italiano (del que era adepto), lanza el “manifiesto futurista”. Siendo, desde entonces, considerado el padre de este movimiento artístico definido por el propio Marinetti como “la estética de la violencia y de la sangre” (Torrent, 2009).

Las palabras de Marinetti dicen así:

Es desde Italia donde lanzaremos al mundo este manifiesto nuestro de violencia atropelladora e aventureros que huelen el horizonte, en las locomotoras de pecho ancho que pisan los raíles como enormes caballos de acero embridados de tubos y al vuelo resbaladizo de los aviones cuya hélice cruje al viento como una bandera y parece que aplauda como una loca demasiado entusiasta incendiaria, con el cual fundamos hoy el “futurismo”, porque queremos liberar este país de su fétida gangrena de profesores, arqueólogos, de cicerones y de anticuarios. Ya durante demasiado tiempo Italia ha sido un mercado de antiguallas. Nosotros queremos liberarla de los innumerables museos que la cubren toda de cementerios innumerables. (Historia/Arte, 2015)

El arte se nutre de las realidades sociales a la vez que se enmarca en el contexto, es decir, es precursor social y, a la vez, receptor y expositor de la sociedad. El Futurismo, siendo otro de los “ismos” del siglo XX, se enmarca en la irrupción fascista. Por consiguiente, el Futurismo representa la crudeza y violencia de su momento histórico. Tras la Segunda Guerra Mundial dicho movimiento fue rechazado, no obstante, el tiempo ha traído de vuelta la apreciación artística del movimiento (Torrent, 2009).

Precisamente por su impulso de subversión este movimiento artístico continúa hoy llamando nuestra atención, pero además porque, como ninguna otra de las vanguardias históricas, el Futurismo supo conjugar una gran multitud de facetas. Empezó siendo discurso literario y continuó siendo pintura, escultura, proyecto arquitectónico, música, diseño, cocina o moda, ... y fue también ideología, una ideología que empañó su trayectoria y que le condujo, caso único en la historia de las vanguardias, a formar su propio partido político, el Partido Futurista Italiano, con innegables analogías con las agrupaciones fascistas de la época de Mussolini. En cualquier caso, este hecho le acerca todavía más al planteamiento de las propias vanguardias, que no quisieron ser meramente movimientos artísticos sino movimientos vitales, movimientos que se implicarán en la vida de las personas. (Torrent, 2009, p. 27)

A parte de los ideales fascistas como el nacionalismo o la misoginia, el Futurismo representa el progreso de una nueva sociedad: velocidad, máquinas, dinamismo. Una contraposición de valores tradicionales con el avance tecnológico y vanguardista que se vivía a principios del siglo XX (Enciclopedia Humanidades, 2024). Si se observan las obras futuristas se encuentran los diferentes rasgos: uso excéntrico de la luz y el color llamativo, movimiento y dinamismo, fuerza y captación del mundo moderno.

El movimiento salió de las fronteras de Italia y llegó a otros países europeos como España y cruzó el océano atlántico llegando a los países de América Latina. De estos destaca el movimiento futurista en Rusia iniciado por el poeta Vladimir Mayakovski, defensor de la Revolución Rusa (Enciclopedia Humanidades, 2024).

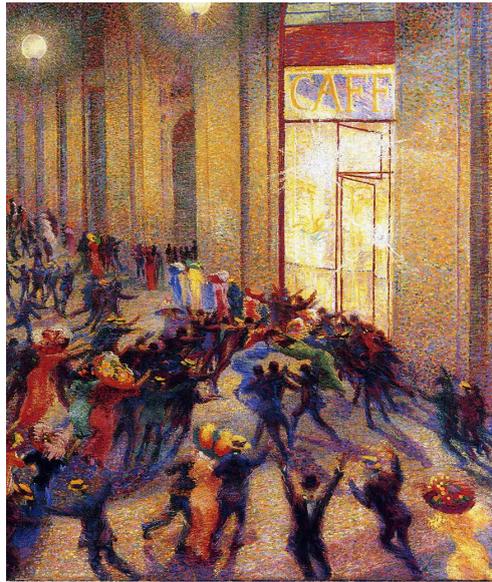


Fig. 3. Disturbios en la Galería, 1910 Umberto Boccioni, Italia
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/disturbios-en-la-galeria>

1.1.1.3. Cubismo

En 1908 el crítico de arte Louis Vauxcelles visitó una exposición de Georges Braque y se escandalizó de lo que vio. Ahí dijo lo siguiente: “Son géometras ignorantes que reducen el paisaje y el cuerpo humano a insípidos cubos” (Historia/Arte, 2015). Fue así como recibió nombre este movimiento artístico. Como ya se ha mencionado previamente, dicho movimiento no recibe el nombre de los propios artistas lo que establece una irónica paradoja ya que en realidad en el Cubismo no hay cubos. La representación de un cubo, que es tridimensional, supone radicalmente lo contrario a la bidimensionalidad característica del Cubismo.

Para mirar un cubo, hace falta un sólo punto de vista, y lo que querían artistas como Braque o Picasso, inspirados por Cézanne, es mirar un objeto desde todos los puntos de vista posibles. Para entendernos, es como desmontar una caja de cartón y dejarla completamente abierta en una superficie plana, mostrando todo a la vez, y entrelazado. (Historia/Arte, 2015)

El Cubismo nació en Francia entre los años 1907 y 1914 con el antecedente de Paúl Cézanne que rompió con la corriente impresionista (Fundación Telefónica, 2024). De todos los artistas destacan George Braque y el artista español Pablo Picasso, que es uno de los artistas más representativos del arte contemporáneo y, asimismo, una de las grandes figuras culturales y artísticas de España.

El impacto de este movimiento es tal que es el predecesor de la abstracción y conceptualidad que caracteriza al arte contemporáneo. “Por primera vez, se supeditaba la

función representativa del cuadro, su referencia a la realidad, a las ideas del artista” (Fundación Telefónica, 2024).

No obstante, a pesar de la vanguardia que supuso la irrupción del Cubismo las representaciones eran convencionales, es decir, el artista cubista pintaba los clásicos como los bodegones, pero con su peculiaridad (Historia/Arte, 2015). Las particularidades del movimiento son: ruptura de imitación a la naturaleza, síntesis y geometrización, superposición de planos con una supresión de la perspectiva y, finalmente, el uso de técnicas no pictóricas como el collage (que inspirará movimientos futuros) (Imaginario, 2019).



Fig. 4. Mujer leyendo en la playa, 1937, Pablo Picasso, España
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/mujer-leyendo-en-la-playa>

1.1.1.4. Dadá

Nadie ha obtenido la respuesta de lo que significa la palabra “Dadá”. Tal y como señalan en la Historia/Arte (2015), “una de las múltiples leyendas sobre el origen del nombre dice que Tristan Tzara abrió un diccionario y encontró esa palabra al azar”. El propio Tzara decía que “Dadá no significa nada. Si alguien lo considera inútil, si alguien no quiere perder su tiempo con una palabra que no significa nada (...) El primer pensamiento que revolotea en esas cabezas es de índole bacteriológica (...)” (Historia/Arte, 2015).

Es, por lo tanto, el poeta rumano Tristan Tzara el padre de este movimiento artístico de destrucción, rebeldía y caos. Otro de los fundadores del dadaísmo es el escultor Hans Arp que afirmaba:

Tristan Tzara había encontrado la palabra Dada el 18 de febrero de 1916 a las seis de la mañana. Estaba presente con mis doce hijos cuando Tzara pronunció la palabra por primera vez (...) Ocurrió en el café de la Terrase en Zurich (...). (Historia/Arte, 2015)

El mundo de destrucción creativa que trajo el Dadá o Dadaísmo se define como la antítesis a todo, sin nada teórico y escrito es el disfrute de la belleza del caos. Irrumpe así en el panorama artístico con obras más allá de la pintura como Fuente (1917) de Marcel Duchamp. La relevancia de este estilo radica en la influencia clave para el desarrollo de tendencias posteriores como el surrealismo (un dadaísmo teórico) o artes más recientes como el Pop-Art o el Street-Art (Historia/Arte, 2015).

La controversia del dadaísmo es un pilar fundamental en los museos contemporáneos ya que supone una fuerte atracción para la recepción de visitantes. Una máxima del Dadá es la negativa a los valores tradicionales políticos, el artista Dadá rechaza la burguesía y todos sus valores. En cierta manera puede entenderse, también, como un arte de denuncia. En la obra que aquí se incluye se observa un collage del conjunto de la sociedad de la época (incluyendo a personajes dadaístas junto con militares y políticos) realizado por la artista alemana Hannah Höch (Historia/Arte, 2015).

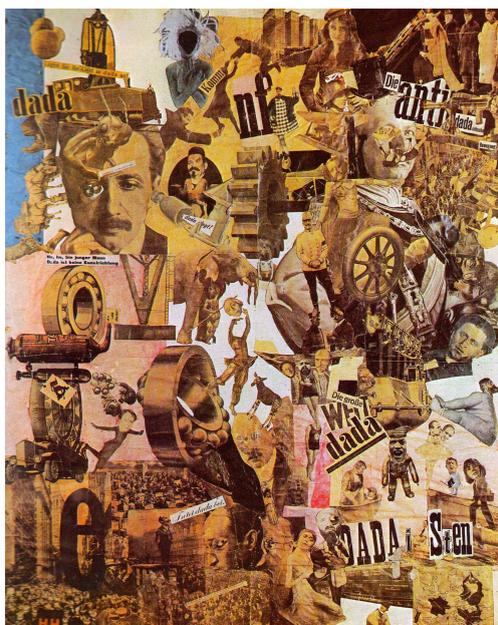


Fig. 5. Corte con cuchillo de cocina dada, 1919, Hannah Höch, Alemania
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/corte-con-el-cuchillo-de-cocina-dada>

1.1.1.5. Surrealismo

En la web Historia/ Arte (2015) ya consultada en este estudio previamente, se señala a André Bretón, poeta, como padre del surrealismo. Bretón formaba parte del movimiento dadaísta y fue instigador en realizar una base teórica que conlleva al movimiento surrealista, siendo dicho movimiento una extensión de la concepción de la destrucción creativa del Dadá.

Bretón había sido camillero en hospitales psiquiátricos durante la guerra, y ahí conoció tanto la obra de Sigmund Freud como conoció la extraña realidad oculta tras

la locura. Bretón quería, con esa locura como herramienta, unir eso de Rimbaud de cambiar la vida con eso de Marx de transformar el mundo. Nace así el surrealismo. (...) En principio, esta vanguardia, aún viva hoy en día, quería incorporar los conceptos psicoanalíticos de Sigmund Freud a la mentalidad Dadá. (Historia/Arte, 2015)

El año 1924 asiste a la creación oficial del grupo surrealista. Sus lineamientos se han hecho ya lo bastante resistentes como para dar una buena trama. Se dice que una cosa está “en el ambiente” y esto pasaba con el surrealismo. (...) Al final el movimiento se congrega en torno de Bretón, rico de una experiencia única y el único capaz de darle su declaración de principios en el Manifiesto del surrealismo. (Nadeau, s.f. p. 59)

Como señala la autora Nadeau (s.f.), la definición de Bretón el surrealismo es la siguiente:

“Surrealismo. Automatismo psíquico puro por el que uno se propone expresar, ya sea verbalmente, por escrito o de cualquier otra manera, el funcionamiento real del pensamiento. Dictado del pensamiento, ajeno a toda fiscalización de la razón, fuera de toda preocupación estética o moral.

Enciclop. Filos. El surrealismo se apoya en la creencia de la realidad superior de ciertas formas de asociaciones no tenidas en cuenta hasta ahora, en la primacía del sueño, en el mecanismo desinteresado del pensamiento. Tiende a destruir definitivamente todas las demás fórmulas psíquicas y a sustituirlas en la solución de los principales problemas de la vida...”.

En cierta manera el movimiento surrealista se entiende como la oposición al movimiento realista. De hecho, los padres del movimiento detestan el realismo, oponiéndose a todos los valores de su movimiento “antagonista” (Nadeau, s.f.).

A nivel pictórico el movimiento alcanza su pico con artistas célebres como “Salvador Dalí, Marx Ernst, Man Ray, Joan Miró y Yves Tanguy” (Sienra, 2022). Tal y como señala este autor, en la web My Modern Met, el surrealismo ocurre cuando dichos pintores conciben en la pintura y en la subconciencia de su creatividad pictórica la técnica del automatismo, propia de los escritores surrealistas como André Bretón.

El surrealismo nace del mundo onírico de aquellos artistas que lo practican. Es un ansia en la búsqueda de una libertad creativa que no se desarrolla únicamente del Dadá sino, también, recoge características de otros movimientos previos como el cubismo, expresionismo y postimpresionismo (Sienra, 2022).

El artista español Salvador Dalí es uno de los personajes surrealistas más reconocidos, cuyo trabajo no se restringía a las artes plásticas. No obstante, la obra más reconocida del

artista es la Persistencia de la Memoria (1931), una representación del subconsciente de Dalí que ha traspasado fronteras y atrapado miradas.

Esta obra de arte surrealista muestra un simple paisaje marino en el que se puede ver una extraña criatura durmiendo o inerte sobre la arena, así como unos relojes que se derriten sobre ella. Según el propio Salvador Dalí, se inspiró en los quesos camembert de la región francesa de Normandía y en la teoría de la relatividad de Einstein. Enamorado de la ciencia, Dalí siguió el trabajo del científico e hizo de los relojes un símbolo inconsciente de la relatividad del espacio y el tiempo. (Danis, 2019)



Fig. 6. La Persistencia de la Memoria, 1931, Salvador Dalí, España
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/la-persistencia-de-la-memoria>

1.1.2. Escultura contemporánea

Valdearcos (2008) establece que la escultura contemporánea es la tipología artística que experimenta un cambio más radical en el siglo XX. Este autor señala, también, que la escultura contemporánea evoluciona pareja a la pintura y son muchos artistas pictóricos vanguardistas los que también experimentaron con la escultura contemporánea.

Este autor en su proyecto “La escultura contemporánea” (2008) establece una diferenciación entre la escultura de la primera mitad del siglo XX y la escultura de la segunda mitad del siglo hasta nuestros días, que continúa experimentando evolución.

La escultura contemporánea está, en comparación, menos estudiada que la pintura contemporánea lo que supone un esfuerzo para establecer unas características y tipologías. Valdearcos (2008) destaca la irrupción de la nueva escultura contemporánea a principios del siglo XX gracias a la tendencia artística ya mencionada: el cubismo.

El Cubismo supone la ruptura definitiva con la tradición. La figura humana pierde su omnipresencia para dejar paso a las formas geométricas. Pero, además de esta, la otra gran característica de la escultura contemporánea es una cierta propensión al patetismo y que convierte al lenguaje escultórico en otro medio de expresión de la angustia del hombre actual. Estas dos líneas, la geometrización, la abstracción y la inclusión de espacios por un lado y el expresionismo y la trascendentalización de las formas por otro, son las dos grandes líneas de la escultura, al igual que pasó en la pintura. (Valdearcos, 2008, p. 2)

Del conjunto de la escultura contemporánea de la primera mitad del siglo pasado Valdearcos (2008) destaca al artista Brancusi que partió del movimiento cubista al expresionista dando una evolución a la escultura contemporánea, influida por el suceso de la Segunda Guerra Mundial.

En esta primera evolución de la escultura contemporánea se observa una evolución cada vez más obvia hacia la presencia de figuras deconstruidas y cuerpos abstractos, como es el caso de las obras tituladas como Figura Reclinada de Henry Moore.

Una de las obras más conocidas de Moore, junto con La familia, es esta Figura Reclinada, donde se observa una evolución hacia formas cada vez más abstractas. Las deformaciones de los miembros y la potencia sugestiva de los espacios vacíos que separan las figuras anticipan los huecos o espacios internos de la escultura posterior. (Valdearcos, 2008, p. 3)



Fig. 7. Figura Reclinada, 1938, Henry Moore, Reino Unido
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/figura-reclinada>

La evolución de la escultura desde la segunda mitad del siglo XX hasta nuestros días radica en una continua búsqueda de la abstracción, así como la incorporación del movimiento, como señala este autor. A dicha situación debe incorporarse la nueva era digital que ha generado una nueva concepción escultórica, del mismo modo que destacan las instalaciones contemporáneas en muchos museos y espacios de arte contemporáneo.

La evolución escultórica actual pasa por la abstracción y, dentro de ella, la escuela denominada Constructivismo busca la forma al margen de la masa, prefiriendo un desarrollo de las superficies en el espacio, como si la obra creciera sobre sí misma encerrando espacios. Por eso se prefieren formas ahuecadas antes que los volúmenes cerrados. (Valdearcos, 2008, p. 3)

En lo que respecta a la incorporación de movimiento en la escultura evoluciona a través de tres pasos, así lo señala el autor, que son los siguientes: la superposición de láminas, incorporar espacio en la escultura para obtener un volumen abierto que genere una continuidad en el espacio y la escultura cinética.

La otra gran incorporación a la escultura contemporánea es el movimiento. La escultura tradicional había reflejado el movimiento fijo, como en una instantánea (...) Pero el último paso lo da la escultura cinética, inspiradora de obras que se sostienen de manera inestable sobre un precario punto de apoyo, que giran con el viento o que se mueven de forma continua por un sistema descompensado de pesos. Así surgen, por ejemplo, los Móviles de Calder. (Valdearcos, 2008, p. 3)

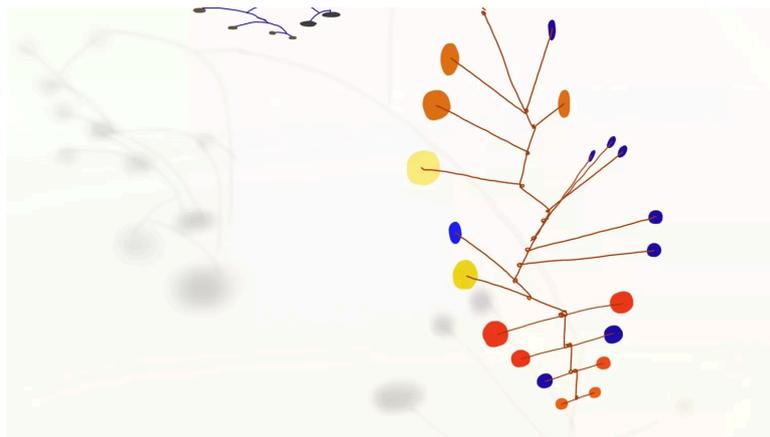


Fig. 8. Gamma, 1947, Alexander Calder, Estados Unidos
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/gamma-de-calder>

1.1.3. Otras tendencias vanguardistas

En lo que respecta a las nuevas tendencias contemporáneas encontramos vanguardias que resuenan en la actualidad. El nuevo arte contemporáneo no pierde de vista la abstracción en el conjunto de sus obras. Según la Galería de Arte 1819 (2024), unos movimientos vanguardistas que destacan en las últimas tendencias. Dichos movimientos son: expresionismo abstracto, arte conceptual y arte urbano. Asimismo, en la nueva era digital una vanguardia que gana la partida es el arte digital, cada vez más presente en museos y también en las calles a través, por ejemplo, de acciones publicitarias.

En primer lugar, en lo que respecta al expresionismo abstracto nace tras la “abstracción posterior a la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto” (Historia/Arte, 2015).

Se considera el primer movimiento genuinamente estadounidense y se dice por ello que incluso fue directamente financiado por la CIA en el contexto de la Guerra Fría. (...) El país, líder ahora en el mundo libre, necesitaba un arte propio que liderara el arte occidental. Y qué mejor que un arte individual cuya principal característica es la libertad. (Historia/Arte, 2015)

Así como señalan en Historia/Arte (2025), el expresionismo abstracto es, por tanto, un arte que se abandera de los conceptos individualistas en el que se valora la unicidad de la obra. Su obra se desarrolla, también desde una perspectiva surrealista envuelta en la práctica automática. El proceso de pintar, muy relevante, se construye como un proceso espiritual en el que destacan características como la improvisación.

Artistas como Jackson Pollock y Mark Rothko exploraron la abstracción gestual y el uso del color para transmitir emociones profundas, rompiendo con las formas figurativas tradicionales y desafiando al espectador a interpretar el arte de manera subjetiva. (Art Gallery 1819, 2024)



Fig. 9. No.1. (Royal red and blue), 1954, Mark Rothko, Estados Unidos

Fuente: <https://historia-arte.com/obras/no-1-royal-red-and-blue>

En lo que respecta al arte conceptual, se basa en el concepto de la idea. A pesar de que la relevancia de la idea en la creación del arte estaba previa al arte vanguardista ciertos movimientos rechazan esa idea, por tanto, en la década de los 60 del siglo XX se reconecta con conceptos que ya venían presentes y de alguna manera ensalzarse para crear un movimiento en el que se entienda el arte desde el arte.

Nace así el Arte Conceptual como movimiento artístico, donde la ejecución es algo superficial. Lo realmente importante es la planificación y las decisiones que se toman

de antemano. A veces la obra de arte conceptual es el boceto y no la obra final. (Historia/Arte, 2015)

El pensamiento de poner en valor la idea que se busca transmitir mediante al arte frente a la estética de la obra es un pensamiento que es imperante en la concepción artística en la actualidad. En ferias y exposiciones de las nuevas tendencias artísticas, como la Feria Arco que ocurría este año 2024 se encontraban innumerables piezas encajadas en el movimiento del arte conceptual, mostrando el valor del arte en sí mismo. Es, en cierta manera, un movimiento que reivindica el poder del “arte como arte”. A destacar que este movimiento se aleja desde la perspectiva pictórica y es difícil de definir en una tipología.



Fig. 10. Jardín, Narcisos, 1966, Yayoi Kusama, Japón
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/jardin-de-narcisos>



Fig. 11. Yayoi Kusama, 1966, la Bienal de Venecia.
Fuente: <https://historia-arte.com/obras/jardin-de-narcisos>

Dicho estado de ensimismamiento, que define gran parte de la producción de las vanguardias, ofrece un tipo de obras de arte que no remiten sino a sí mismas y que no indican otra cosa que su mera presencia: *la obra de arte —señala Rubert de Ventós— no significa nada; simplemente, es.* (Sánchez/ Torres, 1999. p. 32)

El arte urbano o *street art* nace de la reivindicación de los jóvenes de llevar el arte a la calle, así como de la búsqueda de la queja y demanda política a través de ocupar el espacio público. Como señala Saisho Magazine (s.f.), el arte urbano ha ocupado los espacios de la calle y ha ido evolucionando hasta convertirse en una vanguardia artística que reclama la atención de muchos espectadores.

Un ejemplo de la reivindicación del arte urbano que, a su vez, ha causado admiración es el artista Banksy.

La entrada en escena del grafitero Banksy se produce en los años 80, época también conocida como el boom del aerosol en el mundillo del arte urbano. Su trabajo se centra en obras de carácter político, social o sobre la cultura pop, tratadas desde una perspectiva satírica y reivindicativa. (Arte y Periodismo, 2016)



Fig. 12. Mona Lisa con Bazooka, (2007-2008), Banksy, Londres
Fuente: <https://banksyexplained.com/mona-lisa-bazooka/>

Finalmente, en lo que respecta al arte digital es el nuevo arte nacido “en el año 1965 en el que el pionero alemán Georg Ness realizó la primera exposición de gráficos creados a partir de un ordenador” (Manifiesto de Arte, 2023). Es un arte que implica una creación o idea generada a través de un ordenador.

En 1968 aparece en Londres la primera exposición colectiva sobre Arte Digital, llamada *Cybernetic Serendipity*. Una exposición que iba a ser clave para el Arte Digital. Con esta exposición se empieza a intuir cómo sería el arte del futuro (...). En la década de los 80, con la invención del ordenador portátil se conquistó el territorio del gran público. A partir de ese momento y hasta nuestros días, la evolución será imparable. (Manifiesto de Arte, 2023)

En lo que respecta a la clasificación la historiadora Lourdes Fané en Manifiesto de Arte (2023) señala que en la actualidad el arte digital se puede clasificar según la diferenciación realizada por Darío Lanza. Dicha diferenciación establece dos grandes grupos: propuestas que entienden el digital como herramienta y propuestas que entienden el digital como medio.

En los casos del arte digital comprendido como herramienta tenemos diferentes tipologías como la Fotografía Digital, la Pintura Digital o la Escultura Digital.



Fig. 13. Coriolis XV, Bruce Beasley

Fuente:

<https://3dprintingindustry.com/news/an-interview-with-iconic-artist-bruce-beasley-on-3d-printing-sculptures-42536/>

Y en el caso del arte digital como medio se encuentran los artes nombrados como Arte Generativo y Software Art, Big Data Art, Ned Art o el Cine y Animación Digital (que en la actualidad podemos encontrar en diversos museos contemporáneos).



Fig. 14. Deepascii de Vuk Cosic, 2007, vídeo interactivo

Fuente: <http://manifestodearte.com/el-arte-digital/>

1.2. El turista como espectador del arte contemporáneo

Dentro de este nuevo paradigma que genera el arte contemporáneo se crea, lógicamente, un nuevo turista que responde como espectador y visitante de las nuevas obras artísticas que se le ofrecen. La ya mencionada falta de comprensión del arte contemporáneo convierte al turista, en muchas ocasiones, en un espectador expectante al sentido que no consigue comprender. No obstante, la realidad posmoderna en la que se enmarca el nuevo arte hace que el impedimento de la comprensión no perjudique al número de espectadores de la obra.

Este espectador —no ha de ser olvidado— es el producto directo y evidente de una cultura, mentalidad y forma de mirar determinados, cortados con el patrón de la Postmodernidad, que, en tanto que estado de pensamiento generalizado e imperante en nuestros días, impregnará con sus poliédricos y, en ocasiones, contradictorios rasgos constitutivos cada uno de los conceptos empleados aquí para definir al turista en tanto que consumidor del arte actual. (Sánchez/Torres, 1999. p. 31)

Como señalan las autoras Cruz Sánchez y Marín Torres (1999), en los inicios del desarrollo de las vanguardias la insistencia por parte del arte contemporáneo de generar reacción y pensamiento hacia el espectador ha generado una situación contradictoria en el que el propio espectador reacciona al arte desde una visión introspectiva carente de diálogo.

No existía, pues, juego, diálogo, desafíos lanzados por el autor a su interlocutor, ya que el arte se bastaba a sí mismo para justificarse, para legitimar su razón de ser. (...) La construcción de un «espectador fuerte», capaz de desplegar todas sus potencialidades hermenéuticas, es una tarea que ha sido acometida desde la década de los sesenta a través del complejo y multiforme panorama artístico postmoderno. (Sánchez/Torres, 1999. p. 32)

La pieza fundamental de que la admiración del turista se mantenga por algo que no comprende, independientemente de si existe interacción o no por parte del artista y espectador, es el contexto en el que se enmarca el arte contemporáneo. En respuesta a las Tres Edades de la Imagen que establece Régis Debray (2000) en su libro “Vida y muerte de la imagen: historia de la mirada en Occidente” la imagen contemporánea responde a la etapa que el autor denomina como Videosfera. Esta imagen remite al sistema capitalista que centra su arte en el consumo. En la Videosfera se produce, según Debray (2000), una destrucción del sentido y lenguaje artístico acompañada de la necesidad del medio económico.

Aquello que enmarca Debray (2000) se acompaña por la extensa presencia comunicativa del individuo en que la experiencia de la visita al museo se sobreexpone. Así, la contemplación del arte contemporáneo, por lo que el propio arte contemporáneo significa, se convierte en una obligación a compartir pues genera una falsa idealización del usuario en redes sociales respondiendo a un falso estatus social y educativo. El arte contemporáneo se presenta así mismo como un objeto de deseo.

Este último aspecto referido —es decir, la transformación, por parte de los mass media, del arte en espectáculo— lleva implícito el hecho de que el espectador, el turista, sólo reaccione y se sienta atraído por aquellos aspectos del texto que, en puridad, únicamente pueden ser considerados como periféricos, contextuales y vehículos para la proyección el mismo al espacio social. (...) Un porcentaje muy alto de turistas y, por ende, de espectadores de arte contemporáneo no visitan el Museo Guggenheim, de Bilbao, el Centro de Arte Reina Sofía, de Madrid, o el IVAM, de Valencia, para disfrutar de una determinada exposición (...) sino, más bien, para satisfacer una suerte de deseo implícito, generado por la sociedad de consumo y de comunicación en la que están insertos, y que consiste en constatar por sí mismo ese aura de grandeza y prestigio que poseen cada una de las instituciones mencionadas, así como, en ocasiones, sus propias particularidades arquitectónicas, que (...) elevan al «envoltorio», al continente, por encima del contenido. (Sánchez/Torres, 1999, p. 36)

El arte contemporáneo crece y florece gracias a la realidad en la que se encuentra inmerso. Su observación, entendida como experiencia, supone un reclamo turístico tan alto que ha situado ciudades gracias a los espacios de arte contemporáneo que estas tienen. Los museos de arte contemporáneo son el reclamo perfecto para la búsqueda de la fotografía en redes sociales. Por ello, el arte contemporáneo no puede comprenderse sin la visión capitalista que encuadra su apreciación. A pesar del rechazo por parte del mundo profesional de la vanguardia, la vanguardia necesita de ese *esnobismo* que envuelve la visita a los museos vanguardistas. La admiración del arte se comprende por parte del espectador genérico como un ocio insustancial, marginando, en cierto modo, de la visita a aquellos considerados como profesionales.

Es el caso de ARCO en España, en la que se están originando grandes problemas para acoger a galeristas y a los visitantes que en cada edición se agolpan para poder participar y contemplar el arte más actual (Sánchez/Torres, 1999. p. 42).

CAPÍTULO 2
ARTE CONTEMPORÁNEO EN LOS MUSEOS

2.1. El arte contemporáneo en la oferta museística

En el estudio de la definición y significación de la museología como disciplina se recoge la definición expuesta por el autor Oscar Navarro (2006) en la ponencia del XXIX Congreso Anual del ICOFOM con el título “Museología e Historia: un campo de conocimiento”. Dicha definición se basa en el estudio de museólogos anteriores como Ivo Maroevic.

La museología es una disciplina científica que estudia cierta relación entre los seres humanos y su medio y conlleva la expresión, valoración y afirmación de varias formas de identidad y por consiguiente, tiene una significación social amplia. Si bien la museología estudia en parte los procesos internos de los museos (i.e., investigación, documentación, registro y exhibición de objetos) sus alcances trascienden las paredes del museo, estudia el lugar y el papel de los museos en la sociedad, sus raíces políticas, sociales y económicas, así como su posible rol en el mejoramiento de la sociedad en la que se enmarcan. (Navarro, 2006, p. 1)

El estudio del museo contemporáneo desde esta disciplina está estrechamente relacionado con lo que los autores denominan museología crítica, concepto relacionado con la filosofía crítica estudiada por Theodore Adorno y Max Horkheimer (Navarro, 2006).

Nos referimos a una teoría que propone que museología tradicional, así como sus principios básicos (v.gr., musealidad) son un producto de la sociedad en las cuales son creados es decir, definidos por el contexto histórico, político y económico en el cual los museólogos y los museos están inmersos. (...) Es decir, la museología crítica va más allá del aspecto comunicacional de los objetos y las instituciones para analizar las determinaciones históricas de esta cualidad. Así, la museología crítica defiende que el conocimiento producido y expuesto en los museos está cultural, social, política y económicamente determinado y por consiguiente refleja un momento específico de la sociedad que lo produce. En este sentido si se desea entender y administrar dichas instituciones se debe ser consciente del marco socio-político y económico en que se desenvuelven. (Navarro, 2006)

Desde esta perspectiva, Lorente (2003:15) en “Museología Crítica y Arte Contemporáneo” hace hincapié en que:

Son los museos de arte moderno o contemporáneo los que ahora ocupan el ojo del huracán y centran las mayores expectativas de los políticos, la prensa y el público, pues son considerados buques insignia de la cultura local/global, y como reclamos turísticos capaces de estimular el turismo, activar el sector terciario, regenerar un barrio marginal y revitalizar una ciudad en decadencia.

En este libro recopilatorio José Ramón Alcalá (2003:73) señala que la problemática actual de la museología, en torno a la concepción del museo de arte contemporáneo, reside en que la delimitación de esta tipología de museo es controvertida. En primer lugar, la situación

temporal de este arte que destaca por su falta de historia, debido a que “todo lo contemporáneo supone de por sí una actividad en progreso”. Por tanto, el autor establece que el museo de arte contemporáneo “deberá contemplar necesariamente aspectos como la experimentación y su evolución en una dimensión en la que el tiempo funciona en un eje representado a escala real (1:1)” (Alcalá, 2003, p. 73). Esto supone un reto en sí mismo para todo museo que busque ser un escenario de divulgación para estas obras y movimientos artísticos que continúan en proceso.

Otro de los grandes retos del museo de arte contemporáneo es, según este autor, que las propuestas que se enmarcan en esta situación temporal lleguen al público generalista. Ya se ha expuesto en este trabajo la dificultad de comprensión del arte contemporáneo y la necesidad de “re-educación de urgencia” (Alcalá, 2003, p. 73). La necesidad de re-educación artística del público generalista siempre ha estado presente en todo cambio y revolución en el mundo del arte, no obstante, es un reto arriesgado al que los museos deben enfrentarse. Este reto deriva en el segundo reto que establece el autor.

El segundo reto es comprender que proponer este tipo de actividades como objetivo de la divulgación museística reduce drásticamente los rankings de asistencia/audiencia, lo que encaja bastante mal con los propósitos propagandísticos que la política cultural actual pretende respecto al arte, entendiéndola más como un espectáculo de masas que proporcione un gran efecto mediático y que la convierta en el motor de otras parcelas económicas (...). (Alcalá, 2003, p. 74)

La implicación económico-política del museo contemporáneo como motor turístico deriva en una concepción errónea. Según expone el autor (2003:74), de lo que estas instituciones divulgativas deberían suponer en el mundo artístico. Esto deriva en que este tipo de museos que son “ídolos de masas” apuestan por “las vanguardias artísticas de todo (...) el siglo XX (...) que hayan sido necesariamente referenciadas -de forma previa- en los libros de Arte e Historia del Arte por la reputada crítica oficial”. Mientras que estos museos difunden el “arte contemporáneo ya establecido” existen los centros de arte contemporáneo que apuestan por la obra actual, se establece el debate entre la divulgación y el apoyo al creador y su arte. Ante esta disyuntiva, este autor (2003:77) señala la necesidad de revisión de “la institución museística y sus mecanismos de abordar el hecho artístico”.

Fundir la necesidad de crear centros de producción artística que alberguen propuestas contemporáneas de los discursos del arte contemporáneo con la necesaria revisión del concepto y de los objetivos del museo de arte y su inevitable distinción entre museo de arte moderno (perteneciente a la clase de museos de Historia) y centros de arte contemporáneo. (Alcalá, 2003, p. 77)

El museo contemporáneo, por su cualidad contemporánea, es una realidad compleja a la que se enfrentan diversos museólogos partiendo como perspectiva común de dicha necesidad de revisión.

La irrupción de la tecnología va de la mano con el nuevo desarrollo del arte contemporáneo y, como ya se ha señalado, otorga una nueva realidad que debe ser representada “a escala real (1:1)” (Alcalá, 2003, p. 73).

En la esfera del arte contemporáneo y la museología, la conexión de ordenadores a través de internet ofrece numerosas potencialidades de uso. Las instituciones depositarias de la memoria colectiva (bibliotecas, museos y archivos) se han ocupado tradicionalmente de la pervivencia del conocimiento. El siglo que acabamos de terminar fue testigo de la aparición de los medios de comunicación (en concreto, la radio, la televisión y el vídeo). En las últimas décadas han surgido medios alternativos, caracterizados por su naturaleza cambiante y, sobre todo, nuevas formas de arte contemporáneo (arte cinético, performance), vídeo y televisión interactivos e internet. (Martínez, 2003, p. 78)

Como se ha mencionado, la museología aborda el arte contemporáneo desde la complejidad que reside en esta tipología de arte. Un factor diferencial al resto de museos es que el museo de arte contemporáneo debe dar cabida al progreso inherente a la obra contemporánea. Dicho progreso está sometido al constante cambio de la revolución tecnológica de nuestros días. Asimismo, el hecho de que el museo contemporáneo se haya expuesto al público como un turismo de masas, como es el caso del Museo Guggenheim aquí expuesto, complica la labor del museo como cultivadores de los creadores y de las obras y no exclusivamente, como divulgadores del arte ya aceptado por la crítica.

2.1.1. Museos contemporáneos reconocidos

Una vez expuesta la disyuntiva en que se encuentran las instituciones de divulgación del arte contemporáneo se exponen aquí dentro de esta tipología de museos los que más atención reciben del público. Los museos mejor posicionados en los rankings y que tienen una mayor afluencia de turistas a lo largo del mundo son: Tate Modern (Londres), MoMA (Nueva York), Centro Pompidou (París), San Francisco Museum of Modern Art (San Francisco), MAC USP (Sao Paulo), TMoCA (Teherán) y SAM (Singapur). En lo que respecta a los museos españoles dentro de la lista de los más visitados se sitúan dos: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Madrid) y Museo Guggenheim (Bilbao) (Iberdrola, 2024).

I. Tate Modern

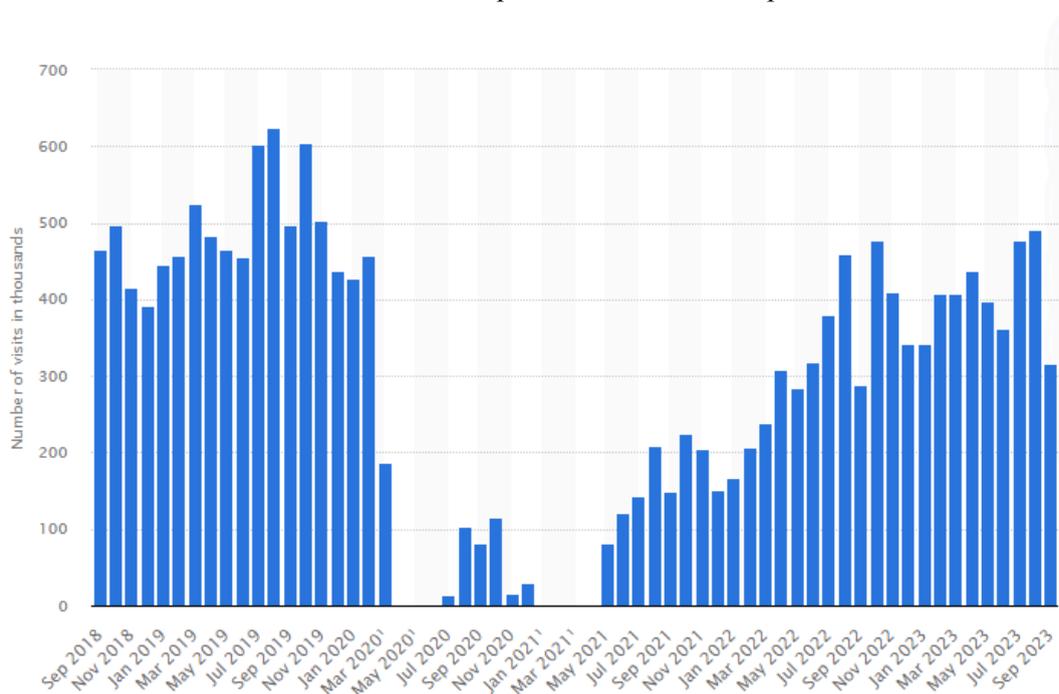
La historia del Museo Tate Modern se remonta a su apertura en 1897 (Tate, 2024). Este museo es en la actualidad uno de los más visitados del mundo; en 2022 ocupaba la cuarta posición mundial con 3,89 millones de visitantes, siendo el más visitado en ese año (Hosteltur, 2023).

Cuando Tate abrió sus puertas al público por primera vez en 1897, tenía un solo sitio, que exhibía una pequeña colección de obras de arte británicas. Hoy contamos con cuatro sitios principales y la colección nacional de arte británico desde 1500 hasta la

actualidad y arte moderno y contemporáneo internacional, que incluye casi 70.000 obras de arte. (Tate, 2024)

Tate fue un gran mecenas de los artistas prerrafaelitas y dio un legado de 65 pinturas a la Galería Nacional incluía “Ofelia” (1851-2) de John Everett Millais y “La dama de Shalott” (1888) de J. W. Waterhouse. Los fideicomisarios rechazaron el legado porque no había suficiente espacio en la galería. Se inició una campaña para crear una nueva galería dedicada al arte británico. Con la ayuda de una donación de £ 80.000 de la propia Tate, la galería de Millbank, ahora conocida como Tate Britain , se construyó e inauguró en 1897 (Tate, 2024).

Tabla 1: Visitas al Tate Modern: septiembre 2018 hasta septiembre 2023



Fuente: <https://www.statista.com/statistics/508181/tate-modern-monthly-visits-england-uk/>

Exceptuando el parón de visitantes durante la prohibición de visita por el COVID-19 en los meses de 2020 y sus consecuencias post-pandemia, se observa la gran afluencia de visitantes que recibe el museo mensualmente. La tendencia se mantiene en aumento con una evidente subida de visitantes en los meses de temporada alta frente al resto de meses (Statista, 2023).



Fig. 15: Museo Tate Modern, Londres

Fuente: <https://arquitecturaviva.com/obras/proyecto-de-tate-modern>

La ampliación del museo data del año 2005 (como inicio del proyecto) hasta el año 2016 (Arquitectura Viva, 2021); ejemplo de cómo los museos de arte contemporáneo deben de resultar llamativos tanto en su interior como en su exterior. De esta manera, se genera una experiencia turística completa.

La recientemente finalizada ampliación del museo, conocida como Switch House, continúa esta vocación, pues aporta nuevo espacio público y conecta el Támesis con Southwark a través de un pasaje entre el frente norte y una nueva plaza en el sur, pasando por la Sala de Turbinas. (...) Dispuestos de una manera radical e innovadora, los ladrillos crean una pantalla perforada que filtra la luz del día y que brilla por la noche. (Arquitectura Viva, 2021)

II. MoMA - Museo de Arte Moderno

La historia de este museo se remonta a finales de la década de los 20 del siglo pasado (MoMA, 2024).

(...) tres mecenas de las artes progresistas e influyentes, Lillie P. Bliss, Mary Quinn Sullivan y Abby Aldrich Rockefeller, percibieron la necesidad de desafiar las políticas conservadoras de los museos tradicionales y establecer una institución dedicada exclusivamente al arte moderno. Ellos, junto con los fideicomisarios originales adicionales A. Conger Goodyear, Paul Sachs, Frank Crowninshield y Josephine Boardman Crane, crearon el Museo de Arte Moderno en 1929. Su director fundador, Alfred H. Barr, Jr., tenía la intención de que el museo se dedicara a ayudar a la gente a

comprender y disfrutar las artes visuales de nuestro tiempo, y que podría proporcionar a Nueva York el mayor museo de arte moderno del mundo. (MoMa, 2024)

Una fecha relevante en la historia del museo fue enero del 2000 —lo que hoy en día se conoce como MoMA PS1—, es un centro de arte contemporáneo que nace de la afiliación del museo con el Centro de Arte Contemporáneo PS1. El museo se entiende como el “único miembro corporativo del MoMA PS1”, no obstante, el centro cuenta con una independencia de decisión tanto en lo artístico como en lo corporativo (MoMA, 2024).

El paso previo al momento actual es el año 2006, en dicho año el museo “completó el proyecto de construcción más grande y ambicioso de su historia hasta ese momento” (MoMA, 2024). Así, el espacio duplicó en tamaño para acoger más exposiciones y actividades.

En la actualidad es uno de los museos de arte moderno más visitados, situándose como una de las principales atracciones turísticas en la ciudad estadounidense. Según el propio museo, “este año (2023) recibimos a casi 2,7 millones de visitantes en nuestras galerías para más de 17 exposiciones, además de ciclos de películas y actuaciones” (MoMA, 2024).



Fig. 16. MoMA, The Museum of Modern Art (Nueva York)

Fuente: <https://www.archdaily.com/430903/ad-classics-the-museum-of-modern-art>

La arquitectura del museo vuelve a presentarse como un elemento artístico más para ofrecer al visitante. La contemporaneidad del edificio se envuelve en el paisaje de Manhattan ofreciendo la sensación que todo el escenario forma parte de un conjunto.

La entrada al Museo de Arte Moderno está escondida debajo de una recatada fachada de granito y vidrio en Midtown Manhattan . Sus planos limpios y regulares marcan la

incorporación de Yoshio Taniguchi a la secuencia de fachadas del MoMA en 2004, que conservó como un registro de su forma. (Archdaily, 2024)

III. Centro Pompidou

El Centro Pompidou es presentado por el propio museo como el primer centro de arte contemporáneo de Europa (entendiéndose como exclusivamente contemporáneo), este centro contemporáneo y museo nace en 1969 gracias a la idea e impulso de Georges Pompidou (Centre Pompidou, 2021).

En 1969, el presidente Georges Pompidou decide dotar a Francia de un museo de arte moderno y contemporáneo de envergadura internacional, una gran biblioteca pública (Bpi), un centro de creación industrial y un centro de creación musical (Ircam) reunidos en un solo edificio en pleno centro de la capital francesa. Tanto Georges Pompidou como su mujer Claude son firmes partidarios de su democratización (Centre Pompidou, 2021).

Por su colección inigualable, sus excepcionales monografías y sus exposiciones-eventos el Centre Pompidou se ha convertido en el gran epicentro artístico del mundo, con más de tres millones de visitas al año. Entre las exposiciones que han marcado época, cabe señalar "París-Nueva York", "París-Moscú" y "París-Berlín" (1977-1981), "Manifiesto" (1992), "elles@centrepompidou" (2009), sin olvidar las exitosas monografías como las dedicadas a Pierre Soulages en 2009, Salvador Dalí en 2013, Jeff Koons en 2014, René Magritte en 2016 o Francis Bacon, en 2019, que recibieron entre 500 y 800 000 visitas. (Centre Pompidou, 2021)

El objetivo divulgativo de la organización ha hecho que el Centro Pompidou haya expandido sus fronteras fuera de París y Francia.

El museo busca su internacionalización y adopta los valores que dice representar, como la apertura y democratización, expandiendo sus centros a otras ciudades que son Málaga, Bruselas, Shanghái y Metz (Centre Pompidou, 2021). Así, ampliando sus fronteras, extiende también su público. Más allá de objetivos de apertura y divulgación, esta estrategia permite que su marca se difunda más allá de las fronteras de Francia.

En lo que respecta a los visitantes, el Centro Pompidou es una de las atracciones turísticas de París más visitadas, junto con el Louvre que es el museo que recibe más visitas de París y el más visitado a nivel mundial en el año 2022 (Hosteltur, 2023) (Infobae.com, 2024).

El Centro Pompidou acogió en 2023 a 2.621.696 visitantes, una cifra inferior a los 3 millones, y todavía a distancia de los 3,27 millones registrados en 2019, antes de la pandemia por Covid. El número de visitantes de la colección del Museo Nacional de Arte Moderno, adscrito al Centro Pompidou, fue de 1,4 millones. (Infobae.com, 2024)



Fig. 17. Centro Pompidou (París)

Fuente:

<https://www.archdaily.cl/cl/956235/el-centro-pompidou-de-paris-cerrara-durante-tres-anos-para-dar-paso-a-restauraciones>

La arquitectura del Centro Pompidou de París es bastante llamativa. “El exterior es un remolino de tuberías y conductos que hace que parezca que el edificio se ha vuelto del revés” (Forbes.es, 2023). Uno de los aspectos controvertidos actualmente es la renovación del espacio que conlleva un cierre del museo en 2025, durante 5 años (Forbes, 2023).

Las renovaciones abordarán cuestiones como la corrosión y otros problemas relacionados con el deterioro generalizado. Pero los directores del Pompidou también acometen el proyecto porque además tienen ambiciosos planes de expansión para su futuro. El Pompidou añadirá 20.000 metros cuadrados de espacio subterráneo mediante la ampliación de un antiguo garaje de autobuses. Los nuevos espacios incluirán salas de cine, así como espacios para exposiciones multidisciplinarias y creaciones contemporáneas. (Forbes, 2023)



Fig. 18. Centro Pompidou (Málaga)

Fuente:

<https://www.getyourguide.es/centre-pompidou-malaga-110244/entrada-centro-pompidou-malaga-t211791/>

En lo que respecta al centro situado en la ciudad española su estructura destaca. El cuadrilátero de colores frente al mar y no rodeado de otros edificios ha conseguido que este sea una imagen turística más de Málaga.

IV. SFMOMA - San Francisco Museum of Modern Art

El Museo de Arte Moderno de San Francisco abre sus puertas por primera vez el 18 de enero del año 1935, como así lo establece la propia organización del museo. Su inicio es gracias a Grace McCann Morley, primera directora y fundadora del museo. La apertura es en el cuarto piso del War Memorial Veterans Building en Van Ness Avenue (SFMOMA, 2023).

El inicio de la exposición de obras nace de una donación de Albert M. Bender. Dicha donación incluía obras de artistas reconocidos mundialmente como Frida Kahlo. Es así como se establece el núcleo de lo que es la colección permanente del museo. Según señala la propia institución, “Bender donó más de 1.100 objetos al museo, incluidas fotografías, y creó su primer fondo para compras antes de su muerte en 1941” (SFMOMA, 2023).

Hay otros dos años fundamentales que marcan la historia del museo, estos son el año 1936 y 1995. En 1936 el museo realizó una exhibición de Henri Matisse que comenzó a darle gran relevancia, en este mismo año el museo consideró la fotografía como un arte para exhibirse. Por otro lado, en 1995 el museo abre su nuevo edificio incorporando trabajos de artistas como Pablo Picasso o Andy Warhol. El edificio ha experimentado cambios que han supuesto grandes mejoras como la expansión en el año 2009 (SFMOMA, 2023).

SFMOMA se enfrenta a una desafiante recuperación pospandemia. A pesar del crecimiento en el número de visitantes desde la reapertura en marzo de 2021, nuestra asistencia en el año fiscal 2023 fue aproximadamente el 65 % de lo que fue en el año fiscal 2019 (...). (SFMOMA, 2023)

El edificio ampliado en el año 2016 expresa, de nuevo, la modernidad del espacio a través del exterior. El arte contemporáneo se convierte en un atractivo turístico para el visitante desde la arquitectura del propio edificio.

El edificio del sitio (...) ampliado de SFMOMA, fue diseñado por el renombrado estudio de arquitectura Snøhetta, integra perfectamente el edificio existente del museo proyectado por Mario Botta, que debutó en 1995 y fue completamente renovado durante la expansión. (...). La fachada de la ampliación se inspiró en las aguas y la niebla de la Bahía de San Francisco y, a lo largo del día, el movimiento de luces y sombras anima naturalmente su superficie ondulada. (SFMOMA, 2018)



Fig. 19. SFMOMA, San Francisco
Fuente: <https://goo.su/GG0iQKW>

V. SAM - Museo de Arte de Singapur

El Museo de Arte Singapur se abre en 1996 presentándose como el primer museo de arte de Singapur y, también, como el museo de arte contemporáneo desde la perspectiva de los artistas sud-asiáticos. Se presenta como un museo de arte contemporáneo que ofrece otra mirada cultural de esta tipología artística que ha sido inicialmente estudiada y realizada desde la cultura occidental.

El arte contemporáneo puede considerarse tanto arte del presente como arte de una categoría histórica, que para la región del sudeste asiático puede considerarse como un arte emergente de la década de 1970 y, en el caso de Singapur, que ha alcanzado una coyuntura crítica en la década de 1990. (SAM, 2024)

El museo cuenta con dos edificios antiguos: “edificio de la St. Joseph 's Institution (SJI) en Bras Basah Road y el edificio de la escuela secundaria católica en Queen Street” (SAM, 2024). Ambos edificios fueron remodelados en el año 2019. El museo logra combinar la arquitectura previa con la nueva y moderna arquitectura para convertir el edificio en un espacio atractivo. Como añadido, el antiguo edificio de SJI, está declarado Monumento Nacional (SAM, 2024).



Fig. 20. SAM, Singapur

Fuente: <https://www.singaporeartmuseum.sg/About/Buildings>

2.2. El arte contemporáneo en la oferta museística española

En lo que respecta a los museos contemporáneos españoles se indican aquí los ya mencionados previamente como dos museos exponentes en el panorama internacional del arte contemporáneo. Ambos museos son los museos de referencia para la visita de arte contemporáneo en España.

I. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

Es conocido que el Museo Reina Sofía se encuentra en un edificio previo que correspondía a un hospital. El edificio no se convirtió en museo hasta el año 1990 (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024).

La apertura del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía en 1990 supuso la creación de un museo de arte moderno y contemporáneo en España de nivel internacional, aunque no han sido pocos los avatares sufridos por el edificio hasta alcanzar tal fin. La primera fundación del Hospital San Carlos, actual sede del Museo se debe al rey Felipe II, quien, en el siglo XVI, centralizó en este lugar todos los hospitales que estaban dispersos en la Corte. En el siglo XVIII, Carlos III decidió una nueva fundación, al resultar insuficientes las instalaciones para la ciudad. El actual edificio es obra de los arquitectos José de Hermosilla y Francisco Sabatini, debiéndose a este último gran parte de la obra. (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024).

El edificio experimentó modificaciones hasta el año 1965, momento en el que se cierra el hospital y cambia su función a “Ciudad Sanitaria Provincial”. El edificio logra sobrevivir gracias a que en 1977 se declaró por real decreto como Monumento

Histórico-Artístico, calificación que le impedía ser derruido (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024).

En 1980 comienza la restauración del edificio, realizada por Antonio Fernández Alba; en abril de 1986 se abre el Centro de Arte Reina Sofía, utilizando las plantas 1 y 2 del antiguo hospital como salas de exposiciones temporales. A finales de 1988, José Luis Íñiguez de Onzoño y Antonio Vázquez de Castro llevarían a cabo las últimas modificaciones, de entre las que cabría destacar especialmente las tres torres de ascensores de vidrio y acero, diseñadas en colaboración con el arquitecto británico Ian Ritchie. (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024)



Fig. 21. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid
Fuente: <https://www.museoreinasofia.es/visita>

El Museo funciona como un organismo autónomo que depende del Ministerio de Cultura, esto fue establecido a través del Real Decreto 535/88 de 27 de mayo de 1988. Se constituye así el Museo Reina Sofía cuya sede es el Hospital de San Carlos de Madrid, dicho museo contaba con los anteriores fondos artísticos pertenecientes al previo Museo Español de Arte Contemporáneo (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024). “El 10 de septiembre de 1992, Sus Majestades los Reyes D. Juan Carlos y Dña. Sofía, inauguraron la Colección Permanente del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, que hasta ese momento había acogido únicamente exposiciones de carácter temporal” (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024).

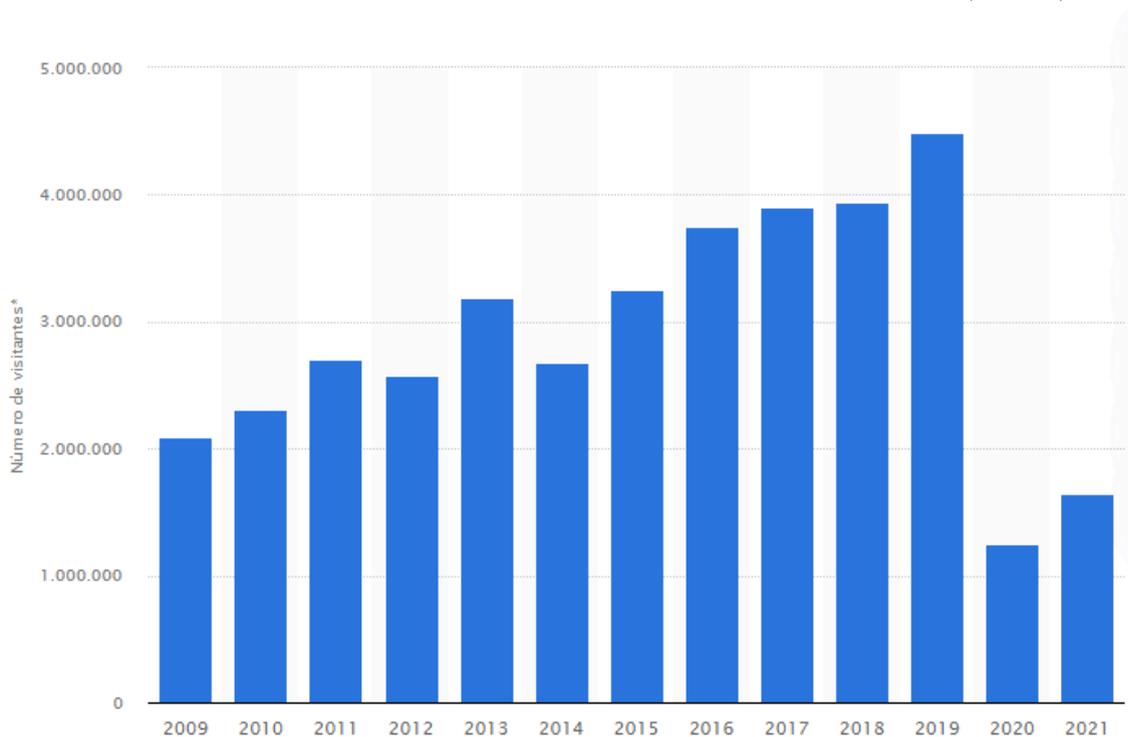
Junto con el edificio principal del museo, el Hospital de San Carlos, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía gestiona, también, el Palacio de Cristal en el Parque del Retiro y el Palacio Velázquez, además de la biblioteca del museo. El Reina Sofía es, sin duda,

una de las atracciones turísticas principales en la capital de España. Entra dentro del conjunto de la ruta turística de museos que ofrece Madrid: Museo Nacional del Prado, Museo Nacional Thyssen -Bornemisza...

Durante 2023, el Museo Reina Sofía recibió un total de 2.530.560 visitantes (3.063.092 en 2022), de los que 1.409.113 corresponden a la sede principal, lo que supone un incremento del 20% con respecto al año 2022, en que se recibieron 1.171.367 visitas en el mismo espacio. En cuanto a las sedes del Parque de Retiro, el Palacio de Cristal, cerrado desde el mes de abril para realizar obras de mejora en sus instalaciones, ha recibido 479.281 visitantes en 2023 (1.318.823 en 2022), y el Palacio de Velázquez 536.425 (491.086 en 2022). (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024)

Un aspecto que facilita la visita es la gratuidad del acceso en determinados horarios y a determinados usuarios (como estudiantes universitarios). “Otros datos significativos han sido que el 64,2% de los visitantes de la sede principal accedieron al Museo en la franja horaria de acceso gratuito” (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2024).

Tabla 2. Visitantes 2009 - 2021 al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Madrid)



Fuente: <https://es.statista.com/estadisticas/677472/visitantes-del-museo-reina-sofia-en-madrid/>

Aparte de las tres torres de ascensores, realizadas por los arquitectos ya mencionados José Luis Íñiguez de Onzoño y Antonio Vázquez de Castro en colaboración con Ian Ritchie, un aspecto que reivindica la característica de contemporáneo del museo es la escultura que se encuentra en el exterior de la plaza del museo. La escultura es una réplica de la obra del artista Alberto Sánchez y se llama: El pueblo español tiene un camino que conduce a una

estrella. La maqueta de la obra original de “12,5 metros de altura” (Museo Nacional Reina Sofía, 2024) puede encontrarse dentro del museo ya que la original no se conservó tras su exposición. El hecho de que esta escultura presida la entrada es el primer encuentro del turista con el arte que alberga el centro, una declaración de intenciones. La obra original se expuso “en el exterior del Pabellón Español de la Exposición Internacional de París de 1937” (Museo Nacional Reina Sofía, 2024).



Fig. 21. El pueblo español tiene un camino que conduce a una estrella, Museo Reina Sofía, Madrid
Fuente: <https://goo.su/tJoarYp>

Destruída al terminar la muestra, se conservó al menos los bocetos y la maqueta. A partir de éstos, y por encargo del Ministerio de Cultura, Jordi Ballester y Agustín Villanueva, escultores de fallas, realizaron una réplica a escala natural para anunciar y acompañar la exposición antológica de Alberto Sánchez, celebrada en 2001 en el Centro Nacional de Arte Reina Sofía. Tras la exhibición, inaugurada el 26 de junio, se pensó trasladar la réplica al patio del museo, pero finalmente se mantuvo en su posición inicial, en el acceso principal al edificio. (Patrimonio Cultural y Urbano, 2024)

Esta cultura nace de la proclama política del artista tras la Guerra Civil, es una oda al progresismo, pero, también, en el mundo del arte se ha entendido como una alabanza al arte contemporáneo frente al arte realista (Museo Nacional Reina Sofía, 2024).

II. Museo Guggenheim

En este apartado se procede a realizar una breve introducción de lo que se desarrollará en profundidad en el siguiente capítulo de este estudio.

Una de las grandes características de este museo que lo permite diferenciar del resto de museos contemporáneos es que este es, sin duda, el gran emblema de la ciudad en la que se encuentra. El edificio y alrededores son, de por sí, una obra que se expone a los ojos del turista que visita la ciudad.

En 1991, el gobierno del País Vasco contactó a la Fundación Solomon R. Guggenheim con la idea de construir un nuevo museo Guggenheim en la capital de la región, Bilbao. El área portuaria de la ciudad—que alguna vez fue la principal fuente de ingresos de Bilbao -se encontraba en decadencia, por lo que el gobierno vasco buscaba darle un nuevo impulso turístico y económico a la zona. La ciudad financiaría todos los costos de construcción, mientras que la fundación estaría a cargo del manejo del museo. (My Modern Met, 2020)

Tras las diversas decisiones políticas que se tomaron y la estrategia de cambio que supuso para la región vasca y todo el país, “la construcción del nuevo museo inició en 1993 bajo el mando de Frank Gehry” (My Modern Met, 2020).

Fundada en 1937, la Solomon R. Guggenheim Foundation tiene como misión promover la comprensión y apreciación del arte, la arquitectura y demás manifestaciones de la cultura visual moderna y contemporánea, fundamentalmente, así como coleccionar, conservar e investigar el arte de nuestro tiempo. (Museo Guggenheim Bilbao, 2024)

El acercamiento y resultado del Gobierno Vasco con la Fundación Solomon R. Guggenheim fue todo un acierto para la apuesta económica y turística de Bilbao. Bilbao es, en la actualidad, un centro para el nuevo arte contemporáneo. La idea de la ciudad está asociada con los valores que transmite dicha tipología artística. Los visitantes continúan su ascenso a lo largo de los años, superando los datos negativos que adquirieron todos los museos en los años de la pandemia COVID-19.

El año recién finalizado ha sido de récord absoluto para el Museo Guggenheim Bilbao gracias a los 1.324.221 visitantes recibidos (35.074 más que en 2022), de los que 1.152.072 procedían de fuera del País Vasco. Estas cifras representan un logro excepcional si tenemos en cuenta que, en otros años de gran éxito de público, como 2017 y 2022 (20º y 25º Aniversario del Museo, respectivamente) decenas de miles de vascos accedieron gratuitamente gracias al programa conmemorativo *Apertura al territorio y Denontzako BBKartea* para todos. (Prensa Guggenheim Bilbao, 2024)

En lo que respecta a la escultura de los museos ya mencionados es uno de los que más destaca, cumple la regla ya expuesta de la atracción al visitante mediante el exterior del museo. El Museo Guggenheim y la ciudad de Bilbao comprenden a la perfección valores de marketing para hacer de la visita toda una experiencia. No es únicamente la arquitectura del edificio, sino que también le acompañan obras exteriores como es el caso de la famosa escultura Puppy de Jeff Koons (Museo Guggenheim, 2024). Esta y las otras esculturas son un atractivo. Es curioso observar cómo el visitante del museo una de las primeras acciones que realiza para inmortalizar su visita es hacerse la foto con Puppy.



Fig. 22. Museo Guggenheim Bilbao y su entorno
Fuente: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/el-edificio>

2.3. La marca turística a través de las figuras artísticas contemporáneas

Más allá de los museos de arte contemporáneo encontramos otros recursos turísticos que se asocian también a este tipo de arte. Estos son aquellos que giran en torno a los artistas y a las figuras contemporáneas. Un claro ejemplo es la marca turística en España alrededor de Pablo Picasso. “La marca Picasso” es un recurso turístico fundamental en nuestro país.

En el presente apartado se ejemplifica este recurso turístico a través de los pintores contemporáneos más reconocidos en nuestro país y cómo han generado una marca turística.

Érica F. Rosendé (2014) nos presenta en su trabajo “Picasso como recurso turístico y cultural: El caso A Coruña” lo que se denomina como el “triángulo picassiano español”.

El triángulo español de Picasso se puede definir como aquella figura geométrica que dibuja sobre el mapa de la península ibérica las tres principales residencias de la familia Ruiz Picasso en España. Por orden cronológico son Málaga, ciudad en la que nació y en la que vivió hasta los nueve años, A Coruña, ciudad en la que residió durante casi cinco años y en la que comenzó sus estudios de arte y finalmente

Barcelona, ciudad en la que culminó sus estudios artísticos y evolucionó como artista. (Rosendé, 2014)

En lo que respecta a Málaga, en el Portal Oficial de Turismo de España se presenta una ruta de la ciudad y un reclamo turístico bajo el nombre: “La Málaga de Picasso”. En esta ruta se informa entorno a una visita de la ciudad a través de distintos puntos como son Fundación Picasso - Museo Casa Natal, Museo Picasso Málaga o el Colegio de San Rafael (infancia del artista) (Turespaña, 2024).

La ciudad catalana, Barcelona, también cuenta con un museo al pintor y su portal de turismo ofrece una ruta por diferentes enclaves por los que pasó el artista tras la mudanza de su familia en 1895. De hecho, el Museo Picasso de Barcelona es el primer museo del mundo dedicado al pintor (Barcelona Turisme, 2024). Es reseñable como las ciudades españolas “compiten” por atraer al turista bajo el nombre del pintor.



Fig. 23. Museo Picasso Málaga
Fuente: <https://www.museopicassomalaga.org/>

De igual modo, la Costa Brava y su visita no puede entenderse sin la figura de Salvador Dalí. “De su Figueres natal a Portlligat, pasando por el Castillo de Púbol. Lo llaman el Triángulo de Dalí, un Grand Tour surrealista que recorre los lugares que inspiraron al genio catalán” (Ad Magazine, 2023).



Fig. 24. Teatro - Museo Salvador Dalí (Figueres)
Fuente: <https://goo.su/kGzdx>

El Teatro-Museo Salvador Dalí fue construido por el propio artista con la intención de dar espacio a su mundo interior. El espacio permite al turista conocer toda la obra del artista y, asimismo, conocer más al pintor (Fundació Gala-Salvador Dalí, 2024). Este enclave surrealista permite generar un vínculo pasional entre el turista, el artista, el arte, el edificio y el municipio.

Desde la muerte de Salvador Dalí, en 1989, también se puede visitar la cripta con su tumba, situada en el centro del Museo; este espacio fue remodelado en 1997 para acoger una colección de joyas de oro diseñadas por el artista. (Fundación Gala-Salvador Dalí, 2024)

No es únicamente los lugares dónde han vivido los artistas los que utilizan la marca del artista para un beneficio turístico y económico, también los lugares que han cautivado y han sido inspiración para su arte se benefician de poder etiquetarse bajo el nombre de los contemporáneos. Es el caso de algunos pueblos catalanes de costa que han servido de inspiración a Joan Miró o Pablo Picasso (La Vanguardia, 2023).

Que dos genios universales como Joan Miró y Pablo Picasso se inspirasen y creasen parte de su obra en dos pueblos como Mont-Roig del Camp, entre la playa y las montañas de la Costa Dorada, y Horta de Sant Joan, en un enclave alucinante del parque natural de Els Ports, es una bendición para la Catalunya Sud, alejada de los grandes museos. Un reclamo turístico cultural de calidad que se ha explotado, pero que tiene camino por recorrer. (La Vanguardia, 2023)

Es innegable que el artista contemporáneo se utiliza en la industria turística no solo desde la perspectiva de la exposición de su arte como reclamo turístico. La figura del artista, que ha generado un impacto en el público nacional e internacional y en la crítica tiene un lugar privilegiado en la agenda turística de los municipios. Las casas-museo y los lugares de

culto de personalidades (contemporáneas y no contemporáneas) han sido explotados turísticamente a lo largo de los años. No obstante, la irrupción de una nueva tipología de artistas enmarca este tipo de recursos turísticos en un nuevo turismo cultural que emana del arte moderno y contemporáneo.

Esta no es una práctica exclusiva de nuestras fronteras; es otro ejemplo de cómo la nueva tipología del arte, a través de los artistas, impulsa la dinamización turística. Lugares como Málaga se comprenden a través de la marca de Pablo Picasso, que permite la asociación y el tándem de Málaga, marca turística, con la picassiana. Es decir, en esta práctica turística, a los ojos del turista, se iguala el municipio con el artista.

CAPÍTULO 3
ESTUDIO DE CASO: EL MUSEO GUGGENHEIM

3.1. Guggenheim

El museo se ha convertido en escenario clave para los turistas-espectadores de hoy día, por su creciente protagonismo público y por cómo le ha afectado la nueva civilización del ocio. (Sánchez/Torres, p. 36)

La Red Guggenheim que, como ya se ha mencionado, fue fundada por Solomon R. Guggenheim en 1937, según Museo Guggenheim Bilbao (2024), es un exponente en la difusión al público de la cultura artística y visual de la sociedad contemporánea. Su éxito reside en su red de museos como en su marca.

Richard Amstrong, ex-director del Museo Guggenheim de Nueva York, realizó en el año 2015, cuando todavía era director, una entrevista para el periódico El País (2015) donde respondía lo siguiente: “No olvidemos que Guggenheim es una marca global en sí misma, como ustedes saben bien en España. El Museo Guggenheim es, por tanto, mucho más que un conjunto de museos. La Fundación Guggenheim se sitúa como la gran marca del arte contemporáneo a nivel global. De hecho, cuando el periodista Quinno Petit le pregunta en dicha entrevista sobre la posibilidad de abrir un museo en la capital de España, Amstrong responde: “Nuestros amigos del Centro de Arte de Reina Sofía no estarían muy contentos si esto ocurriera” (El País, 2015). Dicha respuesta ejemplifica la capacidad de impacto que tiene un museo de la Red Guggenheim allí dónde se establezca.

En este tercer capítulo se analiza la dimensión de la Red de Museos Guggenheim y se estudia, concretamente, el impacto turístico y económico de la implantación del Museo Guggenheim Bilbao.

3.1.1. La Red de Museos Guggenheim

La Red de Museos Guggenheim consiste en el Solomon R. Guggenheim Museum, de Nueva York, la Peggy Guggenheim Collection en Venecia y el Museo Guggenheim de Bilbao (Museo Guggenheim Bilbao, 2024). Según el Museo Guggenheim de Bilbao (2024), la Solomon R. Guggenheim Foundation posee y gestiona los dos primeros y con el museo presente en Bilbao sus funciones son aportar programación y gestionar recursos.

El Solomon R. Guggenheim Museum (Nueva York) fue el primer museo de la Solomon R. Guggenheim Museum que nace junto con la fundación en el año 1937 (Museo Guggenheim Bilbao, 2024). El museo está situado en un gran edificio muy icónico diseñado por el arquitecto Frank Lloyd Wright, presentando el museo como atractivo turístico ya desde el exterior. Este museo nace con el objetivo de que el coleccionista Solomon R. Guggenheim expusiera al público su colección de arte contemporáneo (Museo Guggenheim Bilbao, 2024).

La colección permanente del Guggenheim refleja la singular trayectoria de esta institución, que ha vivido y catalizado el desarrollo del arte en los siglos XX y XXI, y su historia es, fundamentalmente, la historia de una serie de coleccionistas privados,

con pulsiones artísticas muy diversas, cuyos fondos se han reunido y ampliado gracias a las adquisiciones realizadas bajo el liderazgo de los directores, curators, y patronos de la Fundación. De este modo, se ha conformado una extraordinaria colección compartida y global que refleja la fecunda trayectoria del arte desde el siglo XIX hasta nuestros días. (Museo Guggenheim Bilbao, 2024)



Fig. 25. Solomon R. Guggenheim Museum (Nueva York)

Fuente:

<https://www.archdaily.cl/cl/762964/clasicos-de-arquitectura-museo-guggenheim-solomon-r-frank-lloyd-wright>

Según señalan desde Guggenheim, el museo que disponen en Venecia es uno de los más importantes de Italia gracias a su “Colección de arte europeo y norteamericano de la primera mitad del siglo XX” (Museo Guggenheim Bilbao, 2024). El espacio del museo corresponde a lo que en su momento fue la antigua residencia de Peggy Guggenheim. El edificio se llama Palazzo Venier dei Leoni y está situado en el Gran Canal de Venecia. El museo se inaugura en 1980 con la colección personal de la propia Peggy Guggenheim, depositada en la fundación en 1976 (Museo Guggenheim Bilbao, 2024).

La Colección cuenta con obras maestras del Cubismo, el Futurismo, la Pintura Metafísica, la Abstracción, el Surrealismo o el Expresionismo Abstracto, a cargo de algunos de los artistas modernos más extraordinarios como Brancusi, Braque, Calder, Dalí, de Chirico, Duchamp, Ernst, Giacometti, Kandinsky, Klee, Léger, Magritte, Miró, Mondrian, Picabia, Picasso, Pollock o Severini. (Museo Guggenheim Bilbao, 2024)

A estos dos museos (junto con el de Bilbao) hay que añadir un futuro museo que estará presente en Abu Dabi; el Museo Guggenheim más grande del mundo, que pretende explotar un arte contemporáneo previamente olvidado, el de los artistas de Oriente Medio (Museo Guggenheim Bilbao, 2024).

El nuevo Museo Guggenheim Abu Dabi estará ubicado en el Distrito Cultural de la Isla Saadiyat, en Abu Dabi, capital de los Emiratos Árabes Unidos (EAU). Diseñado por Frank Gehry, arquitecto del Museo Guggenheim Bilbao, ocupará más de 40.000 m² y albergará su propia colección de arte moderno y contemporáneo, además de ofrecer exposiciones especiales con obras pertenecientes a la extensa colección de la Solomon R. Guggenheim Foundation. (Museo Guggenheim Bilbao, 2024)



Fig. 26: Peggy Guggenheim Collection, Venecia
Fuente: <https://www.guggenheim-venice.it/en/the-museum/>



Fig. 27. Prototipo Museo Guggenheim Abu Dabi
Fuente: <https://www.traveler.es/articulos/guggenheim-abu-dhabi-frank-gehry>

3.1.2. La Fundación Guggenheim

El libro “Crónica de una Seducción. Guggenheim Bilbao” de Joseba Zulaika (1997:11) comienza con una cita de Thomas Kerns, antiguo director de la institución Guggenheim:

La seducción: ese es mi negocio. Soy un *séducteur* profesional. Yo no gano dinero, pero lo recaudo, y lo tengo a base de seducir. Seduzco a la gente para que haga donaciones de 20 millones de dólares. La seducción consiste en hacer que la gente desee sin que se lo hayas pedido. Se trata de una transferencia del deseo (...).

En opinión de Alicia Fernández (2014:16), la historia de la Fundación Guggenheim es un relato apasionante que corresponde a una de las fortunas norteamericanas más importantes del siglo pasado y del actual. Esta autora sitúa el inicio de dicha institución en el abuelo de la familia Meyer Guggenheim perteneciente a una familia judía que emigró desde Suiza a los Estados Unidos. Comenzó su andadura por el país norteamericano como comerciante (de vendedor ambulante a tener su propia tienda de comestibles); poco a poco consiguió ganar dinero y adentrarse en otros tipos de negocios, como la importación de encajes y bordados. La gran fortuna se debió sobre todo a la explotación de una mina de plomo en Colorado. Es entonces cuando nace su imperio de metales (oro, plata y cobre).

Una de las grandes obsesiones de Meyer Guggenheim sería conseguir que su apellido fuera conocido mundialmente y por ello insistió en que sus hijos participaran en sus negocios (Fernández, 2014:16). Aunque, como ya hemos comentado, la riqueza y fortuna de la familia se había obtenido a través de explotación de recursos mineros y la consiguiente contaminación, sus hijos optaron por invertir en ámbitos científicos y culturales (entre ellos, el arte contemporáneo).

Solomon R. Guggenheim se casó con Irene Rothschild, perteneciente a otra familia adinerada estadounidense; juntos comienzan una colección artística de paisajistas americanos del siglo XIX y de pintores impresionistas franceses de la Escuela de Barbizon (Fernández, 2014:16). La valoración Guggenheim por el arte contemporáneo nace de otra admiración, la que sentía por la artista y baronesa Hilla Rebay, y es precisamente ella quien le muestra todas las nuevas corrientes del arte.

Hilla Rebay abre unos locales en Nueva York para un museo que promoció el arte “no-objetivo” que ella defendía. Sin embargo, ante los ojos del mundo, figura Solomon Guggenheim como el pionero del arte contemporáneo, gracias a la apertura de unas exposiciones.

Con la inauguración del Museo Guggenheim de arte “no-objetivo”, bajo las directrices de Hilla Rebay, empiezan a surgir los problemas, algunos de carácter pasional que van a dar lugar al encarcelamiento de Rebay en Boston, al ser acusada de ser una espía nazi. En ese momento, Solomon Guggenheim sugiere a la baronesa que deje de ser directora del museo, pero se niega. Rebay sale de prisión decidida a crear un nuevo museo con una

estética exterior llamativa y contacta con el arquitecto Frank Lloyd Wright (Fernández, 2014).

En opinión de Fernández (2014), la muerte del patriarca supuso pensar en su sucesor en la dirección de la Fundación Guggenheim. Solomon había dejado parte de su fortuna para la construcción del Museo Guggenheim y, también, para asegurar su futuro. Harry Frank, sobrino de Guggenheim, fue el encargado de tomar el testigo y resolver los problemas. Uno de los conflictos más sonados estuvo protagonizado por el director James Johnson Sweeney, -sustituto de Rebray- y Harry Frank. Ambos tenían una visión diferente sobre la Fundación Guggenheim y sus museos. Mientras que el primero optaba por defender el museo como lugar del aprendizaje; el segundo, lo hacía como escenario de entretenimiento. Por este motivo, la Fundación Guggenheim va a ser mucho más que una promotora de arte contemporáneo, al basar su éxito en su comprensión, es decir, considera que estos museos son productos atractivos para el panorama turístico.

Thomas Kerns fue el impulsor de la seducción como negocio (Zulaika, 1991); comprende y pone en valor el tándem entre el museo y el turista, necesario para existir. A pesar de las críticas de expertos de arte, como ya se ha mencionado previamente en este trabajo, la Fundación Guggenheim consigue su reinado en el mundo del arte.

La Fundación Guggenheim es una de las grandes “reinas” del panorama artístico y cultural de nuestro tiempo. Sus museos representan aquello que el visitante quiere obtener de la visita: una experiencia. Lejos del experto que quiere enriquecerse, el turista comprende estas visitas como una vivencia inmersiva en el arte contemporáneo. Así, la Fundación Guggenheim ha sabido comprender al museo como conjunto formado por el escenario mediático y económico.

Los diferentes entramados históricos y personales, derivados en lo que es la Fundación en la actualidad, exponen que las grandes fundaciones y museos son un gran entramado de relaciones políticas, económicas y personales. Así, en el futuro, la resolución de los conflictos de dichas relaciones puede llevar al triunfo o al fracaso. Los museos son un entramado que engloba mucho más que la exposición artística.

3.2. Museo Guggenheim Bilbao

El Museo Guggenheim de Bilbao, que finaliza su construcción y abre sus puertas en 1997 (Museo Guggenheim Bilbao, 2024), es el gran ejemplo de la comprensión del funcionamiento de la experiencia turística.

El Museo Guggenheim consigue situar a Bilbao en el mercado turístico, cuando anteriormente la ciudad no era considerada atractiva por gran parte de los turistas. El espacio fue construido “en un antiguo muelle de uso portuario e industrial” (Museo Guggenheim Bilbao, 2024). Según el propio museo supuso la reurbanización de la ciudad, la revitalización de la ría de Nervión y de su oferta cultural y de ocio.

El Museo Guggenheim se alza como núcleo de la ciudad de Bilbao y, a su vez, centro de la dinamización turística, El muelle reformado es un espacio de ocio que enmarca la experiencia de la visita al museo. Este cuenta con espacios para el paseo, deporte y descanso, sin necesidad de visitar al museo, integrando el museo con el espacio urbano. Tanto el local como el turista, que entre o no al museo, tendrá espacios que le ayuden a comprender la ciudad como conjunto dentro de la marca Guggenheim.

Desde la explanada al aire libre, podemos mirar hacia abajo por la larga escalinata de piedra caliza que recorre el lado oeste del museo y ver el borde del río Nervión que fluye por debajo de nosotros junto al paseo público situado detrás del museo. Aunque en un principio el museo parece situarse al nivel de la ciudad, el edificio conecta e integra en su diseño los 16 metros de diferencia de altura entre la ciudad y el río. (Organización Guggenheim, 2024)

Asimismo, el Museo Guggenheim expone esculturas en los exteriores de su fachada. El ejemplo más icónico que une al museo con la ciudad es la escultura del artista Jeff Koons “Puppy” (1992). Según el propio museo, “con *Puppy*, Koons aúna pasado y presente, pues emplea un sofisticado modelo de ordenador para crear una obra que hace referencia a un jardín clásico europeo del siglo XVIII”. Esta escultura representa la unión del espacio urbano-museo; hace referencia a la decoración urbana popular, tanto al esculpir arbustos como con el perro, animal de compañía. “Puppy” (1992) no es la mascota del Museo Guggenheim sino la de todos los bilbaínos.

Koons ha diseñado esta escultura pública con la irrevocable finalidad de atraer, suscitar optimismo e infundir, en sus propias palabras, "confianza y seguridad". *Puppy*, majestuoso y robusto al tiempo que hace guardia a las puertas del Museo, llena a los espectadores de admiración y de alegría. (Museo Guggenheim Bilbao, 2024)

La experiencia Guggenheim es, por tanto, marca-icóno de la ciudad vasca. Por este motivo, en el siguiente apartado se explora el proceso y obtención de este logro por parte de la Fundación Guggenheim y de las instituciones turísticas, que han convertido a Bilbao en un referente turístico.

3.2.1. Historia del Museo Guggenheim. Su implantación

En este epígrafe se analiza la implantación del Museo Guggenheim y su nacimiento como proyecto de seducción, para convertirse en la propia seducción de todo el que visita Bilbao. Se plantea aquí lo descrito en el libro de Joseba Zulaika “Crónica de una Seducción” (1997).

La historia de la creación del Museo Guggenheim Bilbao es un relato de poder político en el que todos los actores jugaron sus cartas hasta obtener el gran resultado. En otoño de 1990 -según relata Zulaika (1997)-, el gobierno y pueblo vasco buscaban un nuevo

impulso económico que les salvara de la decrepitud industrial. Tras muchas falsas promesas aparece una figura clave en el cambio de siglo del País Vasco y la ciudad de Bilbao: Thomas Kerns.

Pero, desarrollemos los hechos. Por entonces, había una figura relevante en el entorno político del País Vasco que supo afrontar y predecir la crisis de los 90, Juan Luis Laskurain. A este político, diputado de Hacienda y Finanzas, “le tocó la ingrata tarea de demostrar que cultura y economía no pertenecen a universos contrapuestos” (Baza, 2014:13). La opinión de Laskurain es que el proyecto se fue gestando poco a poco; de hecho, tanto Gobierno Vasco como Diputación Foral ya pensaban en un museo de arte como impulsor económico de Bilbao. Y es en ese momento cuando aparece la Fundación Guggenheim. Los responsables políticos del proyecto visitaron diferentes ciudades europeas donde pudieron comprobar que su amplia oferta cultural repercutía en una economía fuerte (Baza, 2014:13). Es entonces cuando se preguntaron: “¿Y en Bilbao, por qué no?”

Según Zulaika (1997:21) las necesidades de ambas instituciones (Fundación Guggenheim y Gobierno Vasco) se cruzaron gracias a diferentes casualidades y circunstancias. Se rumoreaba que algunas ciudades habían rechazado la propuesta de realizar un “McGuggenheim, un McDonald del arte, como lo bautizó cruelmente la prensa especializada de Nueva York”. En España, primero se valora Madrid, pero Thomas Kerns conoce a Carmen Giménez, directora de exposiciones del Centro Nacional de Exposiciones de 1983 a 1989 que, aunque en un primer momento, plantea el traslado de fondos de la Fundación Guggenheim al Museo de Arte Reina Sofía, finalmente, se decide el traslado a la Fundación Bilbao-Vizcaya tras su fusión, con el fin de poder utilizar sus edificios vacíos; no obstante, no se obtuvo el resultado esperado por ambas partes.

Aunque en la mente de Giménez había otras ciudades españolas, al final se planteó la ciudad de Bilbao -las instituciones españolas conocían la idea de los poderes políticos vascos de crear un museo de arte contemporáneo para revitalizar la maltrecha economía-. Al instalarse la Colección Thyssen-Bornemisza en Madrid, se consideró que la Fundación Guggenheim debía hacerlo en Bilbao para hacer de España un lugar referente en la oferta museística contemporánea (Zulaika, 1997). Como señala Ibon Areso, concejal de Urbanismo en 1997, la explicación de la elección de Bilbao reside en su “planificación estratégica municipal y supramunicipal de transformación de esa ciudad desastre en un enclave moderno y postindustrial” (Baza, 2014:12). Al mismo tiempo, estaba convencido de que la decisión fue complicada e incomprensible por la población de la ciudad:

Si entonces hubiésemos hecho un referéndum posiblemente entre el 90 y el 95% de la ciudadanía habría dicho no. En aquel momento de crisis se entendía que todos los recursos públicos debían destinarse a sostener el aparato productivo y gastar 22.000 millones de pesetas en un museo era una frivolidad. La diferencia estaba en que los que apostábamos por ella trascendíamos el hecho cultural, creíamos que un museo podía además ser generador de riqueza y empleo. (Baza, 2014, p. 12)

Es verdad, que ya se habían intentado otros proyectos culturales como el Cubo de Gorordo en Bilbao que, a pesar de que según Gorordo un 70% de la población estaba de acuerdo, fue tanta la controversia por el gasto y lo grande del proyecto que se rechazó (Zulaika, 1997).

El planteamiento de abrir “museos satélites” no era solo de Thomas Kerns, también Lawson-Johnson (presidente y nieto de Solomon) buscaba generar una industria internacional, tomando como precedente la Colección de Peggy Guggenheim en Venecia (Zulaika, 1997). Esta apuesta por comprender la realidad, a la que se enfrentaban los museos al final del siglo XX, es lo que permitió a la Fundación Guggenheim situarse como referente mundial del arte.

Los diferentes pasos de encuentro con Thomas Kerns no fueron sencillos. “Ello requería seducir al seductor o dejarse seducir por él” (Zulaika, 1997:39). El trato de las instituciones vascas a Kerns en su visita a Bilbao fue lo que Zulaika (1997) denomina como “un paseo por las nubes”. Tras su visita a Bilbao, en mayo de 1991 “Laskurain y Arregi estaban en la sede del Museo Guggenheim para firmar un nuevo documento de intenciones” (Zulaika, 1997:86), donde era fundamental su ubicación en la Alhóndiga (Zulaika, 1997:87).

Tal y como señala Zulaika (1997:93), Kerns se da cuenta de que los políticos vascos deslumbrados por el poder de Manhattan no ponen pegos y optan por otra idea, realizar un edificio nuevo. Es entonces, en mayo 1991, cuando aparece el arquitecto Frank Gehry, que visitará con Kerns la ciudad. La visita a la Alhóndiga se realizó junto a Areso, concejal de Urbanismo, “el encargado de la corporación municipal ante el Guggenheim”; resulta revelador que no fuera el concejal de cultura sino el de urbanismo el que gestionara el proyecto, debido a que lo que se pretendía era un impulso económico y urbanístico, más que cultural. Como se ha mencionado previamente, aunque los políticos buscaban el atractivo de la oferta cultural contemporánea para revitalizar y cambiar Bilbao, tras la era industrial, sobre todo querían un proyecto de marca ciudad y atracción turística.

El arquitecto Gehry se opuso a su emplazamiento en la Alhóndiga, por lo que Kerns propuso ubicarlo en la curva de la ría del Nervión, en una parcela alargada que pertenecía a una antigua fábrica abandonada. Sin duda, Kerns había descubierto “el corazón sagrado de la ciudad, localizado en el triángulo cultural que incluye la Universidad de Deusto, el Museo de Bellas Artes y la Casa de la Ópera (Teatro Arriaga)” (Zulaika, 1997:101).

“El juego de la seducción había dado ya paso al de la conversión” (Zulaika, 1997:111). En mayo de 1991, Kerns había realizado la primera oferta antes de dejar Bilbao. Al mes siguiente, se reencontraron en la reunión del comité internacional de expertos del Guggenheim en Roma. La relación entre ambas instituciones era estrecha y todo parecía ir sobre ruedas. Sin embargo, en este momento se plantearon dos cuestiones del proyecto que, en un inicio, se concebían como problemas: la imagen de los vascos en España y la petición de las autoridades vascas de llevar a cabo un concurso para el proyecto (Zulaika, 1997).

“La aventura de todo el museo era transformar la imagen de vascos, igual a terroristas en vascos, igual a amantes de las artes” (Zulaika, 2014:17). Los políticos vascos no quieren que el proyecto se dé “a dedo”; Frank Gehry, aunque no le agrada, participa en el concurso del proyecto en Frankfurt, ciudad neutral, que resolvería los dos problemas planteados.

Los políticos vascos encuentran en Frankfurt el concepto de ciudad que querían para Bilbao. Sienten admiración por la ciudad alemana, ejemplo de centro económico y cultural. Se dan cuenta de que convertir a Bilbao en una realidad similar cambiaría la percepción de la ciudad y de los vascos. Al mismo tiempo, deciden que el único capaz de llevar a cabo un proyecto a la altura de lo que necesitaban era Frank Gehry y es elegido.

Las autoridades vascas confiaban ciegamente en Thomas Kerns, “tiburón de negocios”; este personaje podía convertir a Bilbao en la ciudad del nuevo milenio -Bilbao 2000-, abandonando la asociación de la población vasca con el terrorismo (Zulaika, 1997). Rodríguez- Ponga, abogado español del Guggenheim, señaló que nunca tuvo claro que existieran dos partes en la negociación: “para la Fundación Guggenheim nunca hubo nada que defender, el acuerdo estaba siempre hecho de antemano” (Zulaika, 1997:147), por lo que no llevó a cabo un asesoramiento legal.

En octubre de 1991, Arregui (uno de los negociadores de las autoridades vascas) pone pegas al preacuerdo, por lo que se incluye la condición de poder admitir cambios futuros. Según Zulaika (1997:167) su firma “se llevó a cabo una vez más en absoluto secreto; solo los miembros del PNV implicados en la negociación sabían de ello”. Aunque las dudas de Arregui no se disiparon, entra en escena el último golpe de seducción del gran maestro Thomas Kerns, el chantaje a través de un miembro de su patronato llamado Gianni De Michelis, ministro italiano de Asuntos Exteriores; además, desde noviembre de 1991, Italia presidía la Unión Europea. Así, aunque Arregui dudara del conocimiento artístico de Kerns, el juego político les obligó a no demorar la firma.

Aunque la opinión pública se enfrentó al proyecto, la firma supuso el triunfo de la “cultura/espectáculo” (Zulaika, 1997:225). Conviene tener presente que, con la firma se iba a producir una revolución arquitectónica en el espacio donde se iba a ubicar el Museo Guggenheim. Las autoridades vascas obviaron la crítica pues Frank Gehry iba a ofrecer el modelo con el que estaban soñando: un Frankfurt 2.0.

Se pueden formular muchas preguntas: ¿Por qué el juego de poder había funcionó en Bilbao y no en otras ciudades? o los motivos que posibilitaron que el Museo Guggenheim funcionara en Bilbao frente al fracaso de Berlín. En opinión de Michelis “los vascos utilizarán el Guggenheim para su propio beneficio” (Zulaika, 1997:191). Ante la necesidad inminente de los poderes vascos de reconvertir la ciudad, Bilbao se convirtió en la opción ideal para el proyecto y, al mismo tiempo, el beneficio de modificar su concepción urbanística, resultaba ser un éxito para toda Euskadi; y así fue frente a otros casos.

3.2.2. Desarrollo del Museo Guggenheim. El museo como dinamización turística

En 1997 el Museo Guggenheim Bilbao comienza su recorrido (Museo Guggenheim Bilbao, 2024); punto clave en la creación de un nuevo modelo de dinamización urbanística y turística de la ciudad a través de la creación de una oferta cultural. El museo se presenta como centro de desarrollo, al permitir unificar los valores del arte contemporáneo con Bilbao, marca y concepción de la ciudad vasca. Se produce un tándem que iguala a Bilbao con el arte contemporáneo.

El modelo que implanta el caso Guggenheim en Bilbao reside en crear un espacio urbanístico como núcleo y centro de la ciudad. Lo que iba a ser el centro de Fundación Guggenheim en Europa se convirtió en un referente mundial de modelo urbano y turístico del nuevo siglo XXI.

Como ya hemos analizado en el apartado anterior, las instituciones vascas eran conscientes de la necesidad de regenerar la ciudad de Bilbao.

Es en este contexto que, en 1992, fruto de la colaboración interinstitucional entre las administraciones nacionales, regionales y locales, se crea la sociedad ‘Bilbao Ría 2000’. Creada como un organismo privado, ‘Bilbao Ría 2000’ opera en la práctica como una agencia cuasi-pública. Será la encargada de recuperar algunas de las zonas degradadas y áreas industriales en desuso, mejorando el entorno urbano. (...) El buque insignia de las estrategias de regeneración ha sido Abandoibarra, una antigua área industrial y portuaria localizada en el centro de la ciudad sobre la ribera izquierda de la Ría. (Plaza et al., 2010)

La reurbanización de Bilbao diseñado por el arquitecto Frank Gehry parte del centro y sus alrededores. El edificio del museo y su espacio circundante son un emblema turístico de la ciudad vasca. La mentalidad de concepción de la cultura como atractivo -instalada en la Fundación Guggenheim-, es adoptada por aquellas autoridades vascas que crearon el proyecto; hay que entender el envoltorio del museo como un espectáculo en sí mismo sin una supuesta necesidad de valorar lo que este alberga. Sin embargo, el éxito del proyecto deriva de diferentes aspectos como la puesta en valor del exterior o el cuidado de la experiencia interna que ofrece el museo.

Bien es cierto que el éxito del Guggenheim Bilbao superó con creces las expectativas de sus promotores hasta llegar a conformar un patrón en sí mismo, cuyas estrategias fueron imitadas en el resto del mundo. Si algo ha quedado claro es que el tan ansiado ‘efecto Guggenheim’ supuso un arma de doble filo para muchos de los ideólogos que creían que habían dado con la clave del éxito en sus municipios, que conseguirían ese resultado sin profundizar en las graves consecuencias que podría traer embarcarse en un proyecto de cifras estratosféricas subvencionado con el erario público. (Notario, 2022, p. 339)

El Museo Guggenheim ha conseguido su éxito gracias a la comprensión del museo como producto en su conjunto. Gehry, como estrella arquitectónica, diseñó el exterior de forma llamativa, pero tanto el espacio exterior como el interior son icónicos e invitan al turista a experimentar la visita. Como se ha señalado en capítulos anteriores de este proyecto, su visita (y, probablemente, las fotografías en redes) genera una sensación de estatus sociocultural que el turista del Guggenheim quiere alcanzar.

Por tanto, no es únicamente el exterior del museo y toda la reforma urbanística lo que ha conseguido un desarrollo turístico de Bilbao; el efecto Guggenheim va más allá, mediante un cuidado de los recursos “espectáculo-culturales” ofrecidos.

Según indica Zulaika (1997), el gran ejemplo es el “Guernica” (1937) de Pablo Picasso, el cuadro que otorgaría al museo mucho más que la obra. En la actualidad, se encuentra expuesto en el Museo de Arte Reina Sofía, en Madrid. Si el cuadro de Picasso estuviera en el Museo Guggenheim de Bilbao, con el significado político e histórico que tiene para los vascos, sería un gran recurso económico. Así, en 2020 se expuso una reinterpretación del famoso cuadro de Picasso “En torno al Guernica (2009 - 2020)” del fotógrafo José Manuel Ballester, como indica la web del Museo Guggenheim Bilbao (2024), con gran éxito. Tres años antes, en el Museo de Arte Reina Sofía se inaugura una exposición sobre la historia del Guernica; los visitantes de la muestra avalan el impacto que supuso.

En total, desde la apertura de Piedad y terror en Picasso: el camino a Guernica, el pasado 5 de abril, hasta este domingo 3 de septiembre, han pasado por las salas un total de 676.318 personas, según datos que ha facilitado el museo a Europa Press con motivo de su clausura. (El Mundo, 2017)

No obstante, a pesar de no poder exponer “El Guernica”, el Museo Guggenheim Bilbao ha recibido mucho público, al albergar en sus salas otras pinturas icónicas como, a modo de ejemplo, los “Tulipanes” de Jeff Koons (1995-2004). La visita a este tipo de museos convertidos en un producto turístico o en marca ciudad va más allá de sus obras. La experiencia de la visita depende en gran medida del espacio, la iluminación, el ambiente, la distribución o los aspectos pedagógicos y didácticos. Es necesario pensar que no solo hay que tener en cuenta el envoltorio: el museo es un universo, un todo, que debe ser explotado y comprendido en su totalidad. Sin duda, el museo como “marca” envuelta en una idea y estrategia de publicidad poderosa se erige como templo cultural y centro de una ciudad, como Bilbao.

En este sentido, el Guggenheim Bilbao, como tantos museos “marca” que han expandido sus imperios por el mundo, han conseguido con sus estrategias que no visitemos los espacios museísticos por las exposiciones que ofrecen, simplemente se han convertido en los templos del siglo XXI. (Notario, 2022, p. 339)

3.2.2.1. Impacto y recepción de turistas

El museo “marca” convertido en símbolo que cuenta con tal poder que revierte en la concepción cultural y turística de Bilbao: el proyecto Guggenheim es un ejemplo de éxito. En opinión de Zulaika (2014:117) “la aventura de todo el museo era transformar la imagen de los vascos igual a terroristas, en vascos igual a amantes de las artes”. A continuación, se detallan los datos objetivos y estadísticos que certifican su éxito y el impacto turístico.

La evolución de los turistas es notable desde la apertura del museo en 1997. Su consolidación museística se aprecia en el incremento notable del número de visitantes (tabla 3).

Tabla 3. Evolución de visitantes del Museo Guggenheim 1997- 2008

Año	Nº de visitantes
1997 Oct-Dec	259.234
1998	1.300.274
1999	1.065.459
2000	974.976
2001	930.000
2002	851.628
2003	874.807
2004	909.145
2005	965.082
2006	1.008.774
2007	1.002.963
2008	951.369
TOTAL	11.093.711

Fuente: Museo Guggenheim Bilbao.

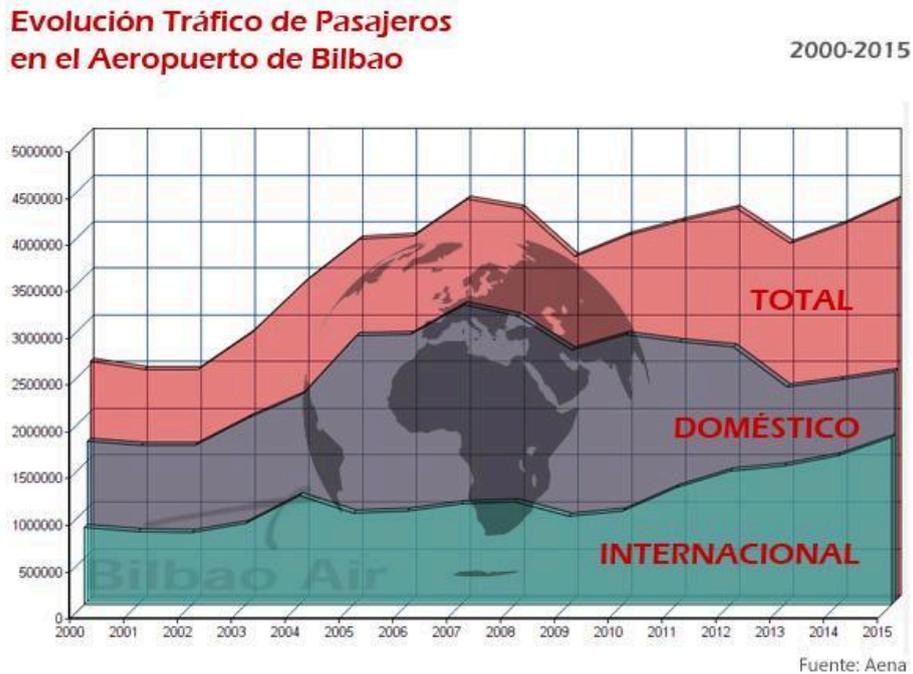
Fuente: Plaza et al., (2010) “Arte y economía, un matrimonio de conveniencia: El Museo Guggenheim en Bilbao”.

Este incremento al alza continua. En 2012, año de su XV aniversario, el museo logró el millón de visitantes (Prensa Guggenheim Bilbao, 2013). En 2019, año anterior a la pandemia, se alcanzó un total de 1.170.669 visitantes (Prensa Guggenheim Bilbao, 2020). Finalmente, en 2023 se rompieron todos los récords; las cifras son indicativas de que la institución sigue creciendo de forma exponencial, veintiséis años después de su apertura, con 1.324.221 visitantes (Prensa Guggenheim Bilbao, 2024). Sin duda, son muchas las razones que avalan este crecimiento, pero la visita experiencial en este museo de arte contemporáneo resulta fundamental, ya que su comprensión sigue siendo difícil y compleja para un público general. Además, conviene resaltar el papel de las redes sociales, que están más en sintonía con las manifestaciones artísticas más en vanguardia.

El aumento del número de visitantes del museo va íntimamente unido al de la ciudad. Ya nos hemos referido al tándem entre los turistas del Museo Guggenheim con los que visitan Bilbao; las pernoctaciones han ido ascendiendo, con excepción del periodo de la pandemia.

En 1996 Bilbao recibió la visita de 265.832 turistas, cifra que, en 1998, el primer año completo del nuevo museo, ascendió hasta 434.686 viajeros, con un crecimiento del 63 por ciento, un número de turistas que se mantuvo con pocas variaciones hasta 2004, cuando de nuevo comenzó a aumentar hasta llegar a los 605.512 registrados en 2006. Si el salto en el número total de turistas que recibe Bilbao es importante durante estos diez años, aún lo es más en el caso de los visitantes extranjeros, que casi se han cuadruplicado, al pasar de 54.696 en 1996 a los 198.293 de 2006. (Efe, 2007)

Tabla 4. Evolución de tráfico de Pasajeros en el Aeropuerto de Bilbao 2000-2015



Fuente:

<https://www.bilbaoair.info/index.php/estadisticas-del-aeropuerto-de-bilbao/resumen-estadisticas-1990-2015>

De igual modo, el crecimiento en número de visitantes se percibe en la evolución del tráfico de pasajeros (tabla 4). El salto de pasajeros en el aeropuerto de Bilbao desde el año 2000 -tercer año de apertura del museo- hasta el año 2015 es de 2,5 millones de pasajeros a más de 4 millones. El impacto del Museo Guggenheim es notable en años como el 2007, décimo aniversario del museo, en el que el número de pasajeros crece significativamente. En este año los pasajeros domésticos alcanzan los 3 millones de visitantes. Tras el año 2007, el aumento del volumen de pasajeros recae en el incremento de llegadas de visitantes internacionales, que sobrepasa el millón y medio en el año 2015.

En esta última década, el museo aporta un alto número de viajeros a la ciudad vasca (tabla 5). El incremento de entradas de viajeros en establecimientos hoteleros se mantiene a lo largo de estos últimos años, exceptuando el año 2020 donde el número cae sustancialmente debido a la pandemia del COVID-19. Incluso, se posiciona como destino turístico nacional tras las restricciones de la pandemia. El total de entradas de viajero doméstico en el año 2021 es de 445.491. La normalización de la situación en el año 2020 permite no solo aumentar el

número total de viajeros sino también el número de entradas de visitante extranjero que supera los 500.000.

Tabla 5. Evolución de entradas de viajeros en establecimientos hoteleros en Bilbao 2018-2022.

Entradas de viajeros, según procedencia							
	2018	2019	2020	2021	2022	Δ 2022/2021	
						Nº	%
Entradas viajeros	932.771	992.890	349.737	631.481	1.038.192	406.711	64,4
Estado	497.486	522.972	249.000	445.491	570.603	125.112	28,1
Extranjero	435.285	469.918	100.737	185.990	467.589	281.599	151,4
Distribución (%)	100	100	100	100	100	--	--
Estado	53,3	52,7	71,2	70,5	55,0	--	--
Extranjero	46,7	47,3	28,8	29,5	45,0	--	--

Fuente: Eustat. Encuesta de establecimientos turísticos receptores (ETR)

Fuente:

<https://www.bilbaoekintza.eus/wp-content/uploads/2023/04/Informe-tematico-Turismo-en-Bilbao.-Balance-2022.pdf>

Los récords en visitantes van ascendiendo tras la pandemia, Bilbao se reivindica como destino turístico tras la crisis del COVID-19 de otros destinos como el de sol y playa. En el verano de 2023 se alcanzó un “total de 454.828 turistas, es decir, un 3,6% más que en el mismo periodo de 2022” (Deia.eus, 2023). Lo más positivo es que las pernoctaciones y el tiempo de estancia también asciende “de 1,96 pernoctaciones el pasado 2022 a superar las 2 por turista durante este año, y alcanza el 2,08 en el caso del turismo de procedencia extranjera” (Deia, 2023).

El futuro turístico de la ciudad vasca es prometedor. El proyecto iniciado en la década de los 90 que partía de una crisis social y económica se convierte en éxito gracias a lo ya conocido como el “efecto Guggenheim”. Este caso, en cierta medida único, es la ejemplificación del poder del turismo cultural, del arte contemporáneo y la institución museística en la revitalización de una ciudad y un pueblo. La cultura y su turismo son una apuesta segura en la evolución y progreso de las ciudades del siglo XXI.

CONCLUSIONES

Este Trabajo de Fin de Grado permite demostrar la estrecha relación entre el turismo cultural y el impacto turístico en una región o ciudad concreta. En particular, expone el impacto turístico del arte contemporáneo y ratifica que las manifestaciones artísticas de la contemporaneidad son un atractivo relevante para el visitante. Asimismo, señala la potencia de la institución museística en la llamada industria turística y como el museo de arte contemporáneo es uno de los grandes reclamos culturales de nuestro siglo.

De igual modo, se ha podido comprobar cómo un museo de arte contemporáneo es, sin duda, un gran impulsor económico para una ciudad. En el siglo XXI, el museo, como reclamo y atractivo turístico, se mantiene al alza. Sirva de ejemplo, el que hemos analizado, el Museo Guggenheim de Bilbao, producto turístico de primer orden.

Tras esta investigación podemos exponer algunas conclusiones:

- En primer lugar, destacamos que el arte contemporáneo es un recurso turístico explotable. Dicho recurso depende de la nueva era en la que se desarrolla y, aunque su concepción de visita puede resultar artificial para sectores expertos, la doble visita -real y en redes- presenta un turismo cultural propio del siglo XXI. El arte contemporáneo excede los límites del museo para convertirse en símbolos turísticos promocionados en medios no convencionales por parte de usuarios privados, y no solamente por las instituciones. Así, el motor de la industria artística contemporánea nace gracias a los actores que la consumen.
- El visitante de las exposiciones o museos de arte contemporáneo busca la experiencia y el concepto más allá que la apreciación de la obra, convirtiendo a los museos en iconos y símbolos. Diferentes instituciones museísticas son símbolos de las ciudades en donde se encuentran. Los casos de éxitos cuentan con grandes colecciones de artistas reconocidos que llaman la atención del turista y una nueva arquitectura que abruma al visitante y le recuerda que el propio museo es ya una obra de arte a visitar.
- En tercer lugar, el caso Guggenheim, también denominado “efecto Guggenheim”, es considerado como un gran ejemplo de éxito de un proyecto museístico contemporáneo. Dentro de las fronteras de nuestro país este museo simboliza y representa el poder de la institución museística y, más aún, de la experiencia contemporánea de dinamización turística. El Museo Guggenheim evidencia la necesidad de desarrollar un nuevo turismo, que demanda la actualización y reivindicación de otros atractivos turísticos más en consonancia con la experimentación cultural del siglo XXI.
- El Museo Guggenheim reivindica el papel del “museo como producto”. En el sistema en el que se enmarca el arte contemporáneo, el éxito económico y turístico nace del juego de seducción **entre** la institución y el visitante. La Fundación Guggenheim tiene una finalidad crematística; hace negocio del arte contemporáneo: una realidad que cuenta con efectos positivos y negativos:

- Por un lado, el gran éxito del Museo Guggenheim no se habría producido en las mismas circunstancias sino se hubiera planteado un museo igual a un producto. Así, el espacio del museo revitalizó toda la zona, siendo el complemento perfecto para otros proyectos urbanísticos. El Museo Guggenheim se sitúa como un núcleo cultural en el País Vasco, integrándose con la cultura de la región para formar parte de su identidad.
- Por otro lado, puede producirse un detrimento del aprendizaje cultural del museo. El museo comprendido como producto conlleva a realizar estrategias puramente económicas, por ejemplo, escogiendo únicamente obras de artistas reconocidos. La divulgación artística y cultural es relegada a un segundo plano, creando un turismo-espectáculo. Planteamos para próximas investigaciones una búsqueda y análisis de proyectos que aúnen una buena promoción turística con una divulgación de artistas más independientes.
- Así mismo, tras el estudio del caso Guggenheim se determina que los intereses de un museo son un conjunto de decisiones políticas y económicas. Por ende, se invita a la revisión de la promoción turística y cultural de las instituciones político-económicas que controlan la red de museos españoles. Reivindicamos una toma de decisiones que actualicen al conjunto de la oferta museística española con el objetivo de que todos los museos que la conforman puedan alcanzar su máxima de impacto, como en el caso aquí descrito. El buen desarrollo del turismo cultural recae en unos museos competitivos.
- Finalmente, consideramos que el trabajo aquí expuesto expone el gran impacto turístico del Museo Guggenheim de Bilbao, como ya se ha mencionado. Por consiguiente, planteamos el caso Guggenheim como modelo de dinamización turística para otras ciudades españolas. El ejemplo aquí descrito ratifica que la estrategia turística se puede redirigir y actualizarse en función de las necesidades del turismo del siglo XXI.

En este contexto que hemos descrito las instituciones museísticas tienen la posibilidad de establecer acciones/relaciones sostenibles que activen dinámicas que entrelacen la conservación, formación, puesta en valor y reproducción identitaria de un pasado y un presente que nos pertenece a todos por pleno derecho.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

AD Classics: The Museum of Modern Art. (2024, 7 mayo). ArchDaily. Recuperado de: <https://www.archdaily.com/430903/ad-classics-the-museum-of-modern-art>
(Último acceso: 15/05/2024)

Ad Magazine. (2023, 26 julio). De Figueres a Portlligat: la ruta favorita de Salvador Dalí por la Costa Brava. *Architectural Digest España*. Recuperado de: <https://www.revistaad.es/articulos/de-figueres-a-portlligat-la-ruta-favorita-de-salvador-dali-por-la-costa-brava>
(Último acceso: 21/05/2024)

Angarmegia. (2024). *Notas de un pintor - Ciencia, Cultura y Educación*. Recuperado de: <http://angarmegia.wikidot.com/mcarte-matisse-notas>
(Último acceso: 17/03/2024)

Architecture · SFMOMA. (2018, 2 noviembre). SFMOMA. Recuperado de: <https://www.sfmoma.org/about/our-expansion-2016/architecture/>
(Último acceso: 18/05/2024)

Arquitectura Viva. (2021, 27 agosto). Ampliación Tate Modern, Londres - Herzog & de Meuron *Arquitectura Viva*. Recuperado de: <https://arquitecturaviva.com/obras/ampliacion-tate-modern-londres>
(Último acceso: 15/05/2024)

ARTE URBANO PINTURA: cuadros y murales. (2020, agosto 10). SAISHO. Recuperado de: <https://saishoart.com/blog/pintura-arte-urbano>
(Último acceso: 20/03/2024)

Arroyo, C. M. (2014). Arte y turismo. De la construcción del mito romántico a la imagen propagandística de España. *Visite España: La memoria rescatada*, 16-45. Recuperado de: <https://www.bne.es/es/publicaciones/visite-espana>
(Último acceso: 13/03/2024)

Banksy: arte urbano y reivindicativo. (2016, 17 junio). ARTE Y PERIODISMO. <https://arteneablog.wordpress.com/2016/06/17/banksy-arte-urbano-y-reivindicativo/>
Barcelona Turisme. (2024). *Ruta Picasso - Visit Barcelona*. Recuperado de: <https://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/page/77/ruta-picasso.html>
(Último acceso: 14/04/2024)

Baza, N. (2014). Guggenheim Bilbao. X Aniversario. Recuperado de: <https://www.bilbao.eus/bld/bitstream/handle/123456789/18169/gu12-13.pdf?sequence=1&rd=003123652407429510>
(Último acceso: 15/06/2024)

Behr, S. (2000). *Expresionismo: Movimientos en el Arte Moderno (Serie Tate Gallery)*. Encuentro.

Centre Pompidou. *¿Quiénes somos?* (2021). Centre Pompidou. Recuperado de: <https://www.centrepompidou.fr/es/el-centre-pompidou/quienes-somos> (Último acceso: 18/05/2024)

Cubismo. (2015). HA! Recuperado de: <https://historia-arte.com/movimientos/cubismo> (Último acceso: 17/03/2024)

Dadaísmo. (2015). HA! Recuperado de: <https://historia-arte.com/movimientos/dadaismo> (Último acceso: 17/03/2024)

Danis, M. (2019, septiembre 12). *Recopilamos las mejores obras de arte surrealistas y a sus flamantes autores*. Architectural Digest. Recuperado de: <https://www.admagazine.com/cultura/las-mejores-obras-surrealistas-y-su-exponetes-2019-0912-5888-articulos> (Último acceso: 19/03/2024)

Deia. (2023, 31 octubre). Recuperado de: <https://www.deia.eus/bilbao/2023/10/31/bilbao-cierra-verano-record-7452812.html> Bilbao cierra un verano de récord con cerca de medio millón de turistas. *Deia*. (Último acceso: 18/06/2024)

Descubre las Últimas Tendencias del Arte Contemporáneo y su Impacto Cultural. (2024). 1819 Art Gallery. Recuperado de: <https://1819.es/descubre-las-ultimas-tendencias-del-arte-contemporaneo-y-su-impacto-cultural/> (Último acceso: 10/04/2024)

Efe. (2007, 17 octubre). Bilbao duplicó el número de turistas desde 1997 y cuadruplicó el de extranjeros. *Público*. Recuperado de: <https://shre.ink/DZBf> (Último acceso: 18/06/2024)

El Mundo. (2017, 4 septiembre). *Alrededor de 680.000 personas visitan la exposición del «Guernica» del Reina Sofía*. ELMUNDO. Recuperado de: <https://shre.ink/DZBW> (Último acceso: 17/06/2024)

El País. (2015, 2 enero). Guggenheim, la marca global del arte. *El País*. Recuperado de: <https://shre.ink/DZBT> (Último acceso: 17/06/2024)

Expresionismo Abstracto. (2015). HA! Recuperado de: <https://historia-arte.com/movimientos/expresionismo-abstracto>
(Último acceso: 17/03/2024)

Fané, L. (2023, septiembre 25). *Arte Digital, el arte del S.XXI*. Manifiesto de Arte. Recuperado de: <http://manifiestodearte.com/el-arte-digital/>
(Último acceso: 18/04/2024)

Fernández, A. (2014). Historia de la Fundación Guggenheim. Recuperado de: <https://www.bilbao.eus/bld/bitstream/handle/123456789/18171/gu16-17.pdf?sequence=1>
(Último acceso: 18/06/2024)

Forbes. (2023, 29 mayo). *El Centro Pompidou de París cerrará en 2025 para una renovación de cinco años*. Forbes España. Recuperado de: <https://forbes.es/lifestyle/286292/el-centro-pompidou-de-paris-cerrara-en-2025-para-una-renovacion-de-cinco-anos/>
(Último acceso: 18/05/2024)

Fundació Gala - Salvador Dalí. (2024). Fundació Gala - Salvador Dalí. Recuperado de: <https://www.salvador-dali.org/es/museos/teatro-museo-dali-de-figueres/historia/>
(Último acceso: 18/05/2024)

Futurismo. (2015). HA! Recuperado de: <https://historia-arte.com/movimientos/futurismo>
(Último acceso: 17/03/2024)

Futurismo: características, pintura, literatura y representantes. (2024). Enciclopedia Humanidades. Recuperado de <https://humanidades.com/futurismo/>
(Último acceso: 19/04/2024)

Giunta, A. G. (2014). *¿ Cuándo empieza el arte contemporáneo?*. Fundación arteba.

Groys, B. (2009). La topología del arte contemporáneo. Recuperado de: <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-nacional-de-las-artes/lenguaje-visual-i/topologia-del-arte-contemporaneo/79289042>
(Último acceso: 15/03/2024)

Hosteltur. (2023, 20 junio). Los ocho museos más visitados del mundo en 2022. *Hosteltur*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/157483_los-ocho-museos-mas-visitados-del-mundo-en-2022.html
(Último acceso: 14/05/2024)

Iberdrola. (2024). *Descubre los templos del arte del siglo XXI*. Recuperado de: <https://www.iberdrola.com/cultura/museos-arte-moderno>
(Último acceso: 14/05/2024)

Imaginario, A. (2019, octubre 9). *Cubismo: qué es, características, autores y obras*. Cultura Genial. Recuperado de: <https://www.culturagenial.com/es/cubismo/>
(Último acceso: 19/04/2024)

Infobae. (2024, 4 enero). Los grandes museos franceses superan la crisis: en 2023, recibieron más visitantes que antes de la pandemia. *Infobae*. Recuperado de: <https://goo.su/lr0cE>
(Último acceso: 17/05/2024)

Kuspit, D. (2007). *Arte digital y videoarte*. Círculo de Bellas Artes.

Lafón, Z. (2011, diciembre 8). *El expresionismo y sus precedentes*. ATELIER. Recuperado de: <https://www.elarteporelarte.com/clases-cultura-visual/el-expresionismo-y-sus-precedentes/>
(Último acceso: 18/04/2024)

La Vanguardia. (2023, 21 agosto). Miró y Picasso elevan el paisaje como reclamo turístico de calidad. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20230821/9177204/miro-picasso-elevan-paisaje-reclamo-turistico-calidad.html>
(Último acceso: 25/05/2024)

Letter to the Community · SFMOMA. (2023a, noviembre 10). SFMOMA. Recuperado de: <https://goo.su/UOakk>
(Último acceso: 18/05/2024)

Letter to the Community · SFMOMA. (2023b, noviembre 10). SFMOMA. Recuperado de: <https://goo.su/eOkRI4>
(Último acceso: 18/05/2024)

Lorente, J. P. L. (2003). *Museología crítica y arte contemporáneo* (pp. 1-410). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=3258>
(Último acceso: 15/05/2024)

Ministerio de Cultura y Deporte. (2022). Gob.es. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:463043db-a54c-4d36-8cc4-90a04d512691/turismo-cultural-2022.pdf>
(Último acceso: 10/03/2024)

MoMA. (2024). MoMA. Recuperado de: <https://www.moma.org/about/mission-statement/>
(Último acceso: 18/05/2024)

MoMA. *Annual Report FY23*. (2024). MoMA. Recuperado de:
<https://www.moma.org/about/annualreportFY23>
(Último acceso: 18/05/2024)

Museo Guggenheim. (2024a). *El Exterior | The Guggenheim Museums and Foundation*.
The Guggenheim Museums And Foundation. Recuperado de:
<https://www.guggenheim.org/audio/track/bilbao-el-exterior>
(Último acceso: 18/06/2024)

Museo Guggenheim. (2024b). *En torno al Guernica | Guggenheim Bilbao Museoa*.
Recuperado de:
<https://www.guggenheim-bilbao.eus/la-coleccion/obras/en-torno-al-guernica>
(Último acceso: 18/06/2024)

Museo Guggenheim. (2024c). *La construcción del Edificio | Guggenheim Bilbao Museoa*.
Recuperado de: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/el-edificio/la-construccion>
(Último acceso: 17/03/2024)

Museo Guggenheim Bilbao. (2024d). *La Red Guggenheim | Guggenheim Bilbao Museoa*.
Recuperado de:
<https://www.guggenheim-bilbao.eus/acerca-del-museo/el-museo/la-red-guggenheim>
(Último acceso: 17/06/2024)

Museo Guggenheim. (2024e). *Puppy | Guggenheim Bilbao Museoa*. Recuperado de:
<https://www.guggenheim-bilbao.eus/la-coleccion/obras/puppy>
(Último acceso: 18/06/2024)

Museo Guggenheim Bilbao. (2024f). *Tulipanes | Guggenheim Bilbao Museoa*.
Recuperado de: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/la-coleccion/obras/tulipanes>
(Último acceso: 18/06/2024)

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2024a). *Alberto (Alberto Sánchez) - El pueblo español tiene un camino que conduce a una estrella (maqueta)*. Recuperado de:
[https://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/pueblo-espanol-tiene-camino-que-conduc
e-estrella-maqueta](https://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/pueblo-espanol-tiene-camino-que-conduce-estrella-maqueta)
(Último acceso: 22/05/2024)

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2024b). *Historia | Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía*. Recuperado de: <https://www.museoreinasofia.es/museo/historia>
(Último acceso: 22/05/2024)

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2024c). *Prensa - Aumenta un 20% el número de visitantes a la sede principal del Museo Reina Sofía en 2023*. Recuperado de: <https://goo.su/i7TO>

(Último acceso: 22/05/2024)

My Modern Met. (2020, 14 septiembre). *Museo Guggenheim Bilbao: conoce la historia y la colección de este hito de la arquitectura*. My Modern Met En Español. Recuperado de: <https://mymodernmet.com/es/museo-guggenheim-bilbao/>

(Último acceso: 15/06/2024)

Nadeau, M. (s/f). *Historia del surrealismo*. Edu.ar. https://www.terras.edu.ar/biblioteca/9/9AyE_Nadeau_6_Unidad_4.pdf

(Último acceso: 10/04/2024)

Navarro, Ó. (2006). MUSEOS y MUSEOLOGÍA: APUNTES PARA UNA MUSEOLOGÍA CRÍTICA. *Universidad de Costarica*. Recuperado de: https://icofom.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/18/2018/12/Actas_XXII_Encuentro_-_Buenos_Aires.pdf

(Último acceso: 20/05/2024)

Our history · SFMOMA. (2023, 6 febrero). SFMOMA. Recuperado de: <https://www.sfmoma.org/read/our-history/>

(Último acceso: 18/05/2024)

Patrimonio Cultural y Urbano. (2024). *El Pueblo Español tiene un camino que conduce a una estrella - Patrimonio cultural y paisaje urbano*. Recuperado de: <https://shre.ink/DZsV>

(Último acceso: 22/05/2024)

Plaza, B., Galvez-Galvez, C., Gonzalez-Flores, A., & Serra, E. M. (2010). Arte y Economía, un matrimonio de conveniencia: el Museo Guggenheim en Bilbao. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 14. Recuperado de: <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-335.htm>

(Último acceso: 19/06/2024)

Prensa Guggenheim Bilbao. (2013, 31 enero). *El millón de visitantes en 2012 | Sala de prensa del Museo Guggenheim Bilbao*. Sala de Prensa del Museo Guggenheim Bilbao|. Recuperado de:

<https://prensa.guggenheim-bilbao.eus/notas-de-prensa/corporativo/el-millon-de-visitantes-en-2012/>

(Último acceso: 18/06/2024)

Prensa Guggenheim Bilbao. (2024, 2 enero). *El Museo Guggenheim Bilbao vive el mejor año de su historia* | Sala de prensa del Museo Guggenheim Bilbao. Sala de Prensa del Museo Guggenheim Bilbao |. Recuperado de: <https://shre.ink/DZsy>
(Último acceso: 18/06/2024)

Prensa Guggenheim Bilbao. (2020, 8 enero). *1.170.669 personas visitan el Museo Guggenheim Bilbao en 2019* | Sala de prensa del Museo Guggenheim Bilbao. Sala de Prensa del Museo Guggenheim Bilbao |. Recuperado de: <https://prensa.guggenheim-bilbao.eus/notas-de-prensa/corporativo/1-170-669-personas-visitante-el-museo-guggenheim-bilbao-en-2019/>
(Último acceso: 18/06/2024)

¿Qué es el Expresionismo? Artistas y obras. (s/f). Ifema.es; IFEMA MADRID. Recuperado de: <https://www.ifema.es/noticias/arte/que-es-el-expresionismo>
(Último acceso: 23/03/2024)

Régis Debray. (2000). *Vida y muerte de la imagen : historia de la mirada en Occidente*. Paidós, D.L.

Riutort, A. (2010). *Arte contemporáneo*. Firmas Press.

Rosende, É. F. (2014). *Picasso como recurso turístico y cultural: el caso de A Coruña*. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4888264>
(Último acceso: 27/05/2024)

SAM. (2024). *About | Singapore Art Museum*. Recuperado de: <https://www.singaporeartmuseum.sg/about>
(Último acceso: 20/05/2024)

Sienra, R. (2022, julio 13). *Conoce la historia del surrealismo, una corriente experimental y revolucionaria*. My Modern Met en Español; My Modern Met. Recuperado de: <https://mymodernmet.com/es/que-es-surrealismo-significado/>
(Último acceso: 19/04/2024)

Statista. (2023, 12 diciembre). *Number of monthly visits to the Tate Modern in England 2018-2023*. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/508181/tate-modern-monthly-visits-england-uk/>
(Último acceso: 14/05/2024)

Tate. (2024). *History of Tate | Tate*. Recuperado de: <https://www.tate.org.uk/about-us/history-tate>
(Último acceso: 14/05/2024)

Telefónica, F. (2024). Fundaciontelefonica.com. Recuperado de: <https://intangibles.fundaciontelefonica.com/ecuador/noticias/el-cubismo-1907-1917/> (Último acceso: 19/04/2024)

Torrent, R. (2009). *Cien años de futurismo*. Collblanc. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10234/35760> (Último acceso: 19/04/2024)

Turespaña. (2024, 25 enero). *La Málaga de Picasso*.Spain.info. Recuperado de: <https://www.spain.info/es/descubrir-espana/picasso-malaga/> (Último acceso: 27/05/2024)

Valdearcos, E. (2008). *La escultura contemporánea*. Recuperado de: <http://clio.rediris.es/n34/arte/24%20La%20Escultura%20Contemporanea.pdf> (Último acceso: 19/04/2024)