
EL CENTRO Y EL EFECTO GUGGENHEIM

Alejandro Javier del Valle Cordero
Universitat Pompeu Fabra
Institut Universitari de Cultura

Recibido: 15 de Septiembre de 2011
Aceptado: 15 de Septiembre de 2011

RESUMEN

La definición de centro otorga un valor simbólico asimilado por la cultura y la sociedad que trasciende su poder hacia el mercado del que participan los circuitos artísticos. La ciudad moderna, contenedora de esta industria, se construye como este centro compartido con otras ciudades definidas por simbolismos basados en fundamentaciones antropológicas subyugadas al maquillaje cultural contemporáneo. El resultado transfigurado de este producto se manifiesta en imágenes previstas para el turista quien convierte el objeto artístico en vehículo de potestad y culto; dando como resultando un imaginario al que la memoria debe recurrir para mantenerse unida a la integridad de la obra de arte.

Palabras clave: centro, museo, Guggenheim, montaña, religión, ciudad, industria cultural, turista, fotografía

* * * * *

El centro es definido en geometría como el punto que se encuentra en medio de una figura geométrica o como el punto medio de un segmento —como por ejemplo un círculo o un cuadrado—. De igual modo en política es designada la posición del centro como un término medio entre posiciones tanto de derecha como de izquierda. En álgebra se utiliza para llamar a un conjunto de elementos que conmutan con todos los demás. —Similarmente esto es lo que ocurre en nuestro sistema nervioso central, quien controla y coordina todos nuestros órganos—. También podemos hablar del centro como el punto localizado en un cuerpo cuyo momento resultante es nulo con respecto a la fuerza de la gravedad.

Podríamos decir que centro, mitad, equilibrio y simetría son conceptos intrínsecamente ligados y referidos al propio objeto, sin interferir en un segundo: un círculo tiene su propio centro con respecto a otro círculo, pero también el centro puede pertenecer a varias formas (dos círculos concéntricos comparten el centro). El centro puede actuar además como un foco que irradia energía al entorno, siendo (en el sentido dinámico de las fuerzas) un plano cósmico donde estrellas y neutrones se organizan en torno a una masa dominante. También las personas poseemos un centro geométrico, como

equilibrio en cuanto a la gravedad de la Tierra y otro que se expande y comparte con otros centros. Este centro personal nos relaciona con el mundo desde nuestro propio yo.

Baste recordar que la postura vertical indica que ya se ha superado la condición de los primates (...). Precisamente gracias a la postura vertical puede organizarse el espacio conforme a una estructura inaccesible a los pre-homínidos: en cuatro direcciones horizontales proyectadas a partir de un eje central de “arriba abajo”. En otras palabras: el espacio queda organizado en torno al cuerpo humano, como extendiéndose por delante, por detrás, a derecha, a izquierda, por arriba y por abajo. A partir de esta experiencia original, la de sentirse “proyectado” (...), se elaboran los diferentes medios de orientatio(...). Esta experiencia del espacio orientado en torno a un “centro” explica la importancia de las visiones y particiones ejemplares de los territorios, las aglomeraciones y las viviendas, así como su simbolismo cósmico.¹

Existen asignaciones simbólicas muy importantes referidas al centro. Estos pensamientos mantienen que la conexión entre el cielo, la tierra y el infierno, confluyen en un centro al que todo valor debe ser otorgado como templo sagrado o lugar de veneración. Si bien, los hindúes otorgan valores simbólicos al monte Meru; los budistas de Laos, conceden este emblema a Zinnalo; y así parece que todas las culturas se concentran en un punto o alrededor de él para estar más cerca del mundo simbólico.

El hombre egipcio explicaba su origen a partir de un montículo sobre las aguas². Esta suposición confirió de significado otras creencias³ posteriores que responden al simbolismo sobre el centro:

- a) La Montaña Sagrada —donde se reúnen el cielo y la tierra— se halla en el centro del mundo;
- a) Todo templo o palacio —y, por extensión, toda ciudad sagrada o residencia real— es una <<montaña sagrada>>, debido a lo cual se transforma en centro.
- b) Siendo un Axis Mundi, la ciudad o el templo sagrado es considerado como punto de encuentro del cielo con la tierra y el infierno.

Tomando la montaña como imagen icónica de divinidad cósmica aparecen representaciones como los Zigurat en la que sus siete pisos hacían alusión a los siete cielos planetarios, o los colores del mundo. En Palestina, el monte Tabor podría significar, según los comentarios de Eliade⁴, <<tabbur, es decir “ombligo”, omphalos>>. Si la creación comenzó en la cima de una montaña debió de ser el punto más alto de la tierra.

[...] <<El Santísimo creó el mundo como un embrión. Así como el embrión crece a partir del ombligo, así Dios empezó a crear el mundo por el ombligo y de ahí se

¹ “Aunque ya no sea consciente de su valor <<existencial>>, la experiencia del espacio orientado todavía es familiar al hombre de las sociedades modernas”. M. ELIADE. El mito del eterno retorno: arquetipos y repetición. Madrid: Alianza, 1972, p. 23.

² M. ELIADE, ob. cit, p. 12

³ M. ELIADE, ob. cit, p. 20

⁴ M. ELIADE. ob. cit, p. 22

*difundió en todas direcciones>> [...] En el Rig-Veda (por ejemplo, X, 149), el universo está concebido como si hubiera comenzado a extenderse de un punto central.*⁵

Altura y punto central son acepciones que siguen hoy día actuando a nuestro propósito. Los templos de la Europa cristiana son concepciones de un imago mundi con santuarios donde se reproduce el universo. Desde el interior de cualquier basílica cristiana es reconocible que toda la simbología alude a la ascensión y la búsqueda del centro, recreándose un intento de subir a la montaña más alta para encontrarse con Dios. Las catedrales de la iglesia católica, en pos de una arquitectura más inteligente crecen en altura y transparencia convirtiendo sus interiores en verdaderas escenografías de la potestad divina. Son espacios de integración política ya que crearon la más lograda obra de arte público —aunando cultura social, religión y economía: un cúmulo perfecto de control y estabilidad social—.

Basílicas, edificios y ciudades se van convirtiendo con el paso del tiempo en pequeñas montañas independientes ubicadas dentro del espacio de una comarca. Cuanto mayor pudiera ser su estatura mayor sería su imperiosidad ante lo terrenal convirtiéndose en un icono social para el reconocimiento.

Con esta lectura sobre la conquista del cielo vamos acercándonos a uno de los eventos más importantes en la historia del hombre, un acontecimiento que, según las palabras de Robert Hughes, <<hoy en día solo sería comparable a la llegada del hombre a la luna>>⁶. Trescientos treinta metros de hierro configuran un monstruoso coloso que en 1889 posó los pies sobre la ciudad de París. La gran Torre Eiffel constituye uno de los más importantes iconos de todas las ciudades construidas por el hombre, sirviendo como motivo principal para que millones de personas planeen sus visitas sin dejar de lado este importante monumento mundial. Un entramado de hierro y remaches elaboran con gran sinuosidad la obra maestra en ingeniería para el siglo XX. La ligereza con que se elevaba en el horizonte este icono parisino sirvió de referencia para que artistas de la modernidad utilizaran este emblema en sus pinturas. La ruptura de los muros opacos da paso a un pensamiento moderno, lleno de color y esperanzas sobre un futuro tecnológico. La montaña más alta de París ha posibilitado que cualquier persona pueda conocer la vista de pájaro sin necesidad de usar un avión. El hombre toca el cielo con su “punto de vista” cambiando la referencialidad de los objetos a la que, hasta entonces, estaba acostumbrado. La teoría de la relatividad publicada por Einstein —unos años antes de que Picasso acabara *Las señoritas de Avignon*— no podía llegar en mejor momento ya que la ausencia gravitatoria de los cuerpos podría sentirse subida a bordo del monumento parisino.

Del cubismo al orfismo Delaunay transcribe esta visión sobre formas circulares⁷ alejándose de la pretenciosa Estatua de la Libertad, y siendo foco principal del arte moderno en el mundo. El ombligo de Europa donde emergen la revolución del arte se sitúa en París, creándose un efecto todo poderoso de reconocimiento mundial muy atractivo para el comercio y el desarrollo industrial de un país a la cabeza.

⁵ M. ELIADE. ob. cit, p. 24

⁶ El impacto de lo nuevo [VHS] / directora, Lorna Pegram; escrito y presentado por Robert Hughes. S.l. : s. n., 1979

⁷ Los mismos franceses ofrecieron a los americanos coetáneamente con la construcción de la Torre Eiffel, inaugurada el 28 de octubre de 1886 en Nueva York (EEUU)

Con la antorcha de la libertad alzada en el cielo, los Estados Unidos de América asumen la misión de conquista sobre el horizonte. En un primer plano, Manhattan se ha convertido en un espectacular caso de Skyline. En él la cima de los gigantescos edificios de metal y vidrio se alzan poderosos sobre una ciudad sumida en su propia sombra.

<<Manhattan da la impresión de una ciudad maya>>⁸ dice Casati. Su aspecto acabado en pirámide es debido a que estos edificios podían seguir creciendo estrechándose en un punto en el que terminen ocupando un cuarto del área del suelo.

*Una casita está bajo el sol hasta el día en que un especulador empieza a construir dos rascacielos, el Grande y el Pequeño. El especulador actúa de manera que el techo del grande, el pequeño y el de la casita estén alineados respecto al sol. De esta manera engaña al reglamento: el Grande no proyecta sombra sobre la casita porque no puede proyectar sombra a través del Pequeño; este último no proyecta sombra sobre la casita porque no recibe luz. Al propietario de la casita no se le asigna compensación ninguna.*⁹

Y en un último fin satisfactorio de converger la montaña como centro simbólico citamos el caso más cercano que nos concierne: en 1991 responsables de la administración vasca comienzan los trámites para materializar la idea del Museo Guggenheim de Bilbao. Seis años más tarde una nueva montaña de formas retorcidas y curvilíneas se alza reconocible ante cualquier observador del mundo como una imagen brillante de titanio. La elaboración de este plan estratégico para transformar una ciudad drásticamente (de un antes a un después) ha sido aplicada con gran efectividad y utilizando básicamente las mismas estrategias simbólicas empleadas miles de años antes en las pirámides de Egipto— o en el caso citado anteriormente de la Torre Eiffel—. El edificio del Museo Guggenheim ha pasado de ser un contendor de arte a representar un modelo de ciudad europea conocida en el mundo entero.

*Bilbao deja atrás la decadencia industrial y exhibe un rostro nuevo en el que cultura y servicios son los conceptos clave.*¹⁰

[...] Mientras en los primeros noventa Sevilla estrenaba el primer tren de alta velocidad del país y se engalanaba para celebrar su Exposición Universal, Barcelona exhibía al mundo sus Juegos Olímpicos y Madrid era capital cultural europea, Bilbao, azotada por el declive de la industria pesada y el cierre de acerías y astilleros, habría podido hundirse en la nostalgia de su pasado.

Pero este puerto mercante del norte de España decidió dotarse de un porvenir y borrar su imagen de ciudad gris, que poco tenía que ofrecer si no era su importancia como plaza financiera, sede de los principales bancos del país y de la segunda Bolsa de España.

De la mano de prestigiosos arquitectos de todo el mundo, Bilbao emprendió una revolución que para muchos no ha hecho más que comenzar: limpieza de fachadas,

⁸ R. CASATI. El descubrimiento de la sombra. La historia de un enigma que fascinó a los grandes genios de la humanidad, de Platón a Galileo. Madrid: Debate, 2001, p. 23

⁹ R. CASATI, ob.cit, p. 61

¹⁰ L. IGLESIAS. "Bilbao deja atrás la decadencia industrial y exhibe un rostro nuevo en el que cultura y servicios son los conceptos clave". Consulta online: [www \[Citado en 25 enero 2010; 19:18\]](http://www.unesco.org/courier/1998_09/sp/signes/txt1.htm)

renovación del puerto, un aeropuerto que ha estrenado torre de control y se prepara para recibir más vuelos que nunca con una nueva terminal, un plan de carreteras a 18 años vista, proyectos de drenaje para convertir la ría del Nervión en un espacio apto para la navegación deportiva o de placer...

[...]Paralelamente, la sede bilbaína del Guggenheim se dotaba de una colección propia cuyas obras son en su mayoría de artistas contemporáneos. Willem de Kooning, Andy Warhol o Robert Rauschenberg tienen ya casa en España, junto a figuras vascas como Txomin Badiola, Eduardo Chillida o Prudencio Irazábal.

Por aquel entonces el Guggenheim de Bilbao se mantenía en tercera posición como uno de los museos más visitados de nuestro país (el Prado y el Reina Sofía siguen siendo los museos más visitados) el cual supuso que la ciudad fuera renovada con nuevas instalaciones en su aeropuerto por la llegada masiva de turismo ansioso por conocer el nuevo icono social. Se renueva también el puerto marítimo en vista a la acogida de los cruceros de lujo que atracan junto a los pesqueros.

[...]Y el museo no sólo ofrece arte. Su inconfundible silueta ha sido fondo de spots publicitarios y escenario del estreno internacional del último disco de los Smashing Pumpkins, Adore. Los Simple Minds utilizaron la pinacoteca como decorado en la grabación de su videoclip Glitterball, y los modistos Carolina Herrera y Paco Rabanne transformaron su atrio central en una pasarela en la que presentaron sus colecciones.

A partir del museo se generan una serie de necesidades que desembocan en la mejora de muchos sectores económicos. La circulación de los transeúntes por la sala de este museo convierte el espacio en un contexto atemporal en el que la obra subyace al desamparo de los visitantes. Esto no ocurre solo por un alejamiento de la cultura artística hacia el interés social sino que su incremento es enfatizado por la moralidad que supone el valor económico de las obras de arte exhibidas. Ante tal caso, solo basta con visitar el Louvre e intentar ver La Gioconda a través de cientos de personas con el mismo propósito; y para acceder no más que a unos metros que separan la vitrina blindada de la pintura.

Paralelamente, los mercados se han instalado en antiguos lugares de la jerarquía como la Bienal de Venecia o la Documenta de Kassel, y los han transformado en parques temáticos. La circulación de la mercancía artística responde a los intereses momentáneos de los medio de formación de masas en la misma medida que cualquier otro producto industrial. El mundo simbólico asociado a la democracia global no puede permitirse el sistema altamente cualitativo y antidemocrático del arte, la educación y la cultura del mundo burgués, en los que dominaba el criterio de excelencia sobre el de extensión.¹¹

Las ciudades en este país son conformadas como imágenes arquetípicas de otras ciudades. Todas pretenden corresponderse en juicio a un modelo simbólico que representa la cultura, el ocio y la tecnología: y es que una ciudad reconocida como tal deberá ser aquella que se sostenga sobre un pasado, un presente y como no iba a ser, un futuro:

¹¹ F. DE AZÚA. *Diccionario de las Artes*. Barcelona: Anagrama, 2002, p.15

La ciudad moderna deberá contener un pasado demostrado por la arqueología y costumbres de la zona, con museos de piedra construidos a cal y canto, que sobrecojan enormemente por los conocimientos técnicos de la antigua urbis; que además encuentren en ellos testimonios de emplazamientos antiguos sobre los que poder pisar sin ensuciarse las sandalias, recuperados del soterramiento con buena mano a pico y pala. Deberán conocerse las buenas historias más destacadas que los historiadores hayan escrito sobre aquellos héroes o sacerdotes que enorgullecen y crezcan en la memoria de todos; estas historias serán contadas por guías, quienes no permitirán en absoluto que alguien sepa más que ellos o que se desproporcione su visita. Deberán ser caros y rehabilitados, ocultados y revelados. Deberán tener un logotipo y prohibirse la entrada de bebidas.

La ciudad será ciudad moderna cuando disponga de edificios públicos contemporáneos construidos o rehabilitados por imperantes arquitectos reconocidos en el panorama social-cultural; estos espacios se destinarán al buen uso de sus instalaciones, convirtiéndose en centros que acojan el encuentro de los visitantes aunque en el día de su inauguración, sólo podrá ser recordado por la prensa y medios de comunicación que publiquen la apertura llevada a cabo de la mano de un personaje respetado. Este momento se representará para la posteridad en una brillante placa conmemorativa a fecha y nombre correspondiente, refiriéndose al cometido con tratamiento de dignidad y cargo, dícese por ejemplo: AA. II. (Altezas imperiales); B. M. V. (Beata María Virgen); Excmo. y Rvdmo. Dr. (excelentísimo y reverendísimo doctor); S. M. B. (su majestad británica) o S. M. G. M. (su muy graciosa majestad)¹².

Las ciudades modernas contendrán en sus espacios públicos obras de arte capaces de atraer la atención de los transeúntes para que se hagan fotos con ellas, se las enseñen a sus conocidos y que éstos también visiten la ciudad para hacerse la misma fotografía. Serán sometidas a la renovación tecnológica, debiéndose instalar en ellas los mayores avances en industria que pueda permitirse la sostenibilidad de su estado, encontrándose en ellas aeropuertos que comprometan la comunicación con otras “ciudades modernas”; líneas de metros que transporten a los ciudadanos con una estética alegre y rítmica, (con buenos diseños de cartelera publicitaria y música acorde con el tiempo atmosférico) disponiendo además al usuario de servicios como la hostelería y el comercio dentro de la red. De carreteras amplias con señalizaciones bien pintadas de colores azul, verde, blanco y rojo —se reservará el amarillo para el caso de zona en obras—; será imprescindible informar al conductor que circule por las vías donde se sitúan los espacios más importantes, reconociéndose fácilmente los hospitales, el ayuntamiento, el aeropuerto, sus monumentos y (debiéndose hacer con mayor insistencia) el centro de la ciudad.

El desarrollo de las ciudades modernas es el resultado de la reconstrucción de un espacio equivalente vinculado a la vida del turista, quien debe reconocer en ella los elementos tópicos para contentar su viaje reclamando todos los puntos de vistas posibles de modo inmaterial. Son la respuesta a las necesidades de un público que busca un nuevo paisaje como espacio localizado ni demasiado cerca porque carece de novedad, ni demasiado lejos porque se pierden vínculos en una inmensidad dispersa.

¹² J. MARTINEZ DE SOUSA. Manual de estilo de la lengua española, Gijón: Trea. 2001, p. 612-621.

En cambio, el turista toma la pista completamente trazada de una vía racionalmente determinada, donde todo está regulado lo mejor posible para sus impresiones. Hablando con propiedad, no viaja, no busca, no vive el espacio geográfico en el paisaje. El turista da una <<vuelta>> (hace un tour) con ayuda de una lógica artificialmente importada al espacio geográfico, que a menudo daña el paisaje. Se contenta con confirmar in situ una localidad prevista en el mapa de carreteras o en una postal. Desflora el paisaje con su mirada, a la vez pasiva y apresurada, almacena imágenes y, para terminar, vuelve a su casa sin haber perdido nunca ni sus costumbres ni su confort. El turista observa el espacio geográfico subyugado, sobornado y vencido por la imagen, la hermosa imagen del paisaje domado, dividido, pisoteado a veces. Una vez verificada su conformidad con la imagen, en todas partes se halla en fin como en casa y en seguida verá en ésta lo que ya no podrá descubrir en ninguna parte. A la creación de un espacio geográfico a su imagen lo llama paisaje. No caben aquí ni el más mínimo conocimiento ni el más mínimo descubrimiento. El turista consume, goza y, como no puede acordarse, dispone de prótesis visuales, cámaras oscuras, con ayuda de las cuales todo vuelve al orden prescrito: las imágenes regresan a las imágenes. El álbum de fotografías descansará junto al prospecto de la agencia de viajes en un estante de su biblioteca o en su archivo.¹³

El tiempo que trasciende de la imagen del turista queda reducido a su propio hedonismo, saciándose de placer al padecer un ansia de tiempo invertido-tiempo perdido por completar un proceso de etapas marcadas que no abarca, que no atrapa, conformándose con el desconocimiento de un medio poseído por la mirada. La perspectiva ideal del turista se producirá tras su fuga, la que digiera con su llegada a casa, regocijándose en la evasión de aquel paisaje perturbado por la idealización sobre postales, fotografías, etc.; recreándose una nueva imagen muy alejada de lo que la realidad pudo ser y valorando su estancia a tenor del centro recreativo en este parque temático.

¹³ M. KESSLER. El paisaje y su sombra. Barcelona: Idea books, 2000, p. 19