

# El efecto Guggenheim

Ramón  
Chehade  
Herrera

Abogado



viación, en Bilbao, España.

La espectacular edificación y la puesta en funcionamiento del singular museo terminaron por revolucionar toda una ciudad en términos de desarrollo urbano, provocando una demanda turística jamás vista en Bilbao y generando insospechados ingresos tanto a la economía de la ciudad como al fisco local. Todo ello amén del regocijo de la población que experimentó orgullosa el renacer de su ciudad marginada del turismo gracias a esta magnífica obra del arquitecto Frank Gehry que ha logrado convertirse en un

símbolo indiscutible para la ciudad de Bilbao y en todo un ícono para la arquitectura moderna. Se dice incluso que esta obra devolvió el optimismo a la gente de la ciudad. A todo esto se le conoce como el efecto Guggenheim.

Solo en el 2006, el millón de visitantes del Guggenheim gastó 211 millones de euros en comidas, hoteles y compras, contribuyendo al mantenimiento de más de cuatro mil puestos de trabajo y dejando cerca de 30 millones de euros para el fisco vasco.

El Guggenheim Bilbao fue posible gracias a la donación muni-

cipal de un área de 32.000 metros cuadrados y a la activa participación de las autoridades de la ciudad, la Unión Europea, la Fundación Salomón Guggenheim y la empresa privada.

Respecto de la relación de este coloso de titanio con el planeamiento urbanístico de Bilbao, debe reconocerse que su construcción jamás estuvo dentro de los planes de desarrollo de la ciudad. Es más, fue una decidida acción contra el planeamiento que terminó por lanzar a la ciudad a una nueva categoría turística con sorprendentes beneficios para la ciudad.

Luego de constatar el éxito generado por este ambicioso proyecto, muchas ciudades del mun-

do sueñan ahora con tener su propio efecto Guggenheim.

El extraordinario éxito de este museo debe hacernos reflexionar sobre el enorme potencial que tienen diversas zonas de nuestra capital, donde puedan ahora forjarse nuevos desarrollos inmobiliarios que contengan modernos conceptos urbanos. A su vez estos impulsarían la inversión público privada contagiando un nuevo dinamismo al uso del suelo que catapulte un verdadero desarrollo donde se promueva la oferta cultural de nuestro país.

El Guggenheim Bilbao ha demostrado al mundo el renacer de una apagada ciudad industrial que hoy se ha convertido en uno de los destinos culturales más visitados

de toda Europa. Si hoy en día se les informara a los visitantes del museo que están parados en lo que hasta hace unos años era un basurero industrial, probablemente no lo creerían. Para muchos, el singular edificio es más que un museo, es un verdadero monumento a la estética urbana que embellece grandemente su ciudad y los hace sentirse orgullosos de ella.

Este es un vivo ejemplo de que la renovación urbana es posible cuando todos los involucrados creen y apuestan decididamente por su realización. Lima también merece contar con su propio efecto Guggenheim. Tenemos espacios de sobra para ello, pero naturalmente está en nuestras manos hacerlo realidad. ■■