
EXPO 2005: ¿Sabiduría de la naturaleza o sinfonía japonesa?

*El 25 de marzo pasado el príncipe heredero de Japón, **Naruhito**, inauguró la Exposición Internacional de **Aichi**, que permanecerá abierta durante seis meses hasta que sea clausurada el día 25 de septiembre. La Expo se ubica en las colinas orientales de Nagoya, en el distrito de Aichi, en el centro del archipiélago nipón, 300 km. al sudoeste de Tokio. Aichi sucede a la ciudad alemana Hannover, sede de la anterior exposición en el año 2000. Participan 127 países y un considerable número de empresas locales, lo que le da un marcado sentido nacional y exportador. Los organizadores de la EXPO-05 prevén unos quince millones de visitantes, previsión muy modesta, si se la compara con la gran exposición de Osaka (1970) que alcanzó nada menos que 64 millones de visitantes. La diferencia de tamaño entre ambas ciudades explica sólo en parte la reducción de expectativas. Habrá que buscar, además, otras causas, entre las que es necesario considerar la pérdida o cambio de sentido que, en la sociedad de la información instantánea, experimentan estos eventos.*

Los nombres y la realidad

Aranguren empezaba con frecuencia sus clases de Ética planteando las cuestiones de nombre y las de fondo y la relación entre ellas. *Quid*

nominis, quid rei, solía preguntar. Esta pregunta es muy pertinente al referirnos a las exposiciones internacionales, pues no está claro por qué unas se llaman *universales*, otras *mundiales* y otras simplemente *internacionales* ni por qué una misma exposición, según los contextos, adopta alternativamente las tres denominaciones. La historia, los convenios y protocolos internacionales y las necesidades de *marketing* explican este baile de títulos.

La gran exposición de París (1888) fue la primera que llevó el título de *universal*. Seguramente los franceses querían distinguirla «por elevación» de la exposición de Londres (1851), que se había titulado «solamente» *mundial*.

El protocolo de París de 1928 se planteó la regulación de las exposiciones y ferias internacionales. Pero su éxito fue escaso pues ha sido reformado en al menos cinco ocasiones, la última en 1996. Pero, en todas sus modificaciones, ha permanecido el BIE (*Buró Internacional de Exposiciones*) creado por el protocolo de 1928. Esta Oficina Internacional de Exposiciones es la que oficialmente ha determinado que «**Universal** es un genérico que describe las exposiciones mundiales de gran envergadura». Por tanto, la distinción entre exposición mundial y exposición universal sería sólo enfática. La de Sevilla (1992) se llamó «universal», la de Lisboa (1998) alternativamente mundial y universal.

Decisiones diversas del BIE han determinado: la periodicidad de las exposiciones mundiales (universales) es de cinco años y no pueden repetirse en el mismo país antes de veinte años; las exposiciones de Hannover (2000), Aichi (2005) y Shanghai (2010) tienen carácter mundial; entre dos exposiciones mundiales pueden celebrarse una o dos de carácter internacional, que el BIE no reconoce como mundiales, aunque su ámbito pueda ser mundial y tolere que puedan autodenominarse así; éste es el caso de la exposición de Zaragoza de 2008; las exposiciones mundiales duran seis meses, las internacionales sólo duran tres meses.

Bajo el signo del espectáculo

EXPO nace bajo el signo del espectáculo. Desde la inauguración hasta la clausura se sucederán cerca de 7.000 actividades: promociones comerciales, espectáculos, campañas turísticas de los diferentes países, comunicados, fiestas, presentaciones y demostraciones.

El acto inaugural quiso impresionar por su grandiosidad. El presidente de honor, príncipe Naruhito, encendió la luz virtual y dio paso a la interpretación del tema musical *Compartid el mundo*, compuesto por el músico japonés de jazz, **Sadao Satanabe**. A continuación, una «Superorquesta mundial», compuesta por músicos y coros de los seis continentes, ejecutó la *Sinfonía de la Expo 2005* ante más de 2.500 espectadores. Mientras tanto, en una gigantesca pantalla, se sucedían imágenes de los paisajes más espectaculares del Japón.

Una sugerente metáfora

El lema de la EXPO-05 es éste: **La sabiduría de la naturaleza**. La idea que quiere vender esta metáfora es doble: por una parte afirmar la fe en el progreso, mostrando la tecnología más de vanguardia; por otra parte, dar el máximo relieve al cuidado de la naturaleza y a los esfuerzos de la humanidad para paliar los problemas medioambientales. En el primer capítulo se presentan novedades casi de ciencia ficción, como una orquesta de androides, que además son capaces de hablar en cinco idiomas. En el segundo capítulo, se expone, entre otras cosas, el mamut hallado en Siberia el año pasado y un revolucionario sistema de comunicación audiovisual de 360 grados, al que no se le resistirán obstáculos terrestres.

La metáfora se ilustra con dos grandes construcciones que podrían servir de ejemplo para futuros diseños de aeropuertos, puertos y vías de comunicación: se ha creado el aeropuerto internacional de *Chubu Centrair* en una isla artificial y se ha inaugurado el *Límimo*, tren ultramoderno de levitación magnética.

«Esta Expo –dijo **Koisumi**, primer ministro japonés en su discurso de inauguración– debe ser el punto de partida hacia el futuro», expresión redundante *in recto*, pues todo presente es el primer paso del futuro, pero de una profunda carga original *in oblicuo*: la humanidad se enfrenta, incluso por razones de supervivencia, al reto de compaginar progreso acelerado con la aceleración de la conciencia conservadora de la naturaleza, como manifiesta el eslogan de Aichi.

Grandes temas

El siglo XX aceleró tanto el progreso tecnológico como, al servicio del progreso y bienestar, el deterioro de la naturaleza. La EXPO, con su metáfora y sus contenidos, nos quiere invitar solemnemente a compaginar ambos de forma sostenible, algo que se planteó en la cumbre de Río, de la que la Expo de Aichi aprovecha la fuerza inercial. Merodearán por la Expo **Kicoro** (El niño del bosque), que quiere ver y hacer muchas cosas respetando la naturaleza, y **Morizo** (el abuelo del bosque) que ha vivido mucho y aún quiere saber cosas.

El pabellón español

El pabellón español es un bello ejemplo de arquitectura futurista. Ha sido diseñado por **Alejandro Zaera** y está compuesto por 15.000 hexágonos de cerámica. Su coste ha ascendido a 24 millones de euros. Combina sus formas vanguardistas con las tradicionales. Así, al estilo de las catedrales, se organiza todo en torno a una nave central, que se encuentra rodeada de “capillas” en las que se exponen las diferentes áreas de la aportación española, más con intención turística que industrial: Innovaciones tecnológicas (reproducción del robot *Ptinto*, que viajará a Marte), Dieta mediterránea, Año de El Quijote, glorias deportivas... En un lugar de descanso se presentan diversas tradiciones y fiestas.

En torno a la gran Expo y, aprovechando su impulso, España tiene

contratadas siete exposiciones monográficas: *Spain loves Japan*, *Diez miradas sobre España*, *Tapiés*, *Gaudí*, *Dalí*, *Miró* y *Cerámica de Picasso*.

Consideraciones críticas y lecciones

La gigantesca inversión que exige una exposición mundial o internacional y los resultados, hasta ahora parcos en resultados, obligan a realizar algunas acotaciones críticas:

En la sociedad de la información, existen medios tan o más eficaces que la realización física de una exposición. El desplazamiento de muestras, siempre fraccionario e incompleto, se puede suplir ventajosamente con demos informáticas y con informes técnicos a través de Internet.

Hay datos suficientes para pensar que la finalidad de las exposiciones ha dejado de ser la de dar a conocer productos para convertirse en escaparate, sobre todo, del país organizador y, en menor grado, de los demás participantes. Están lejos, y no sólo en el tiempo, las exposiciones de París o Ginebra en las que se presentaban productos novedosos, a los que se les concedían medallas, que reforzaban su lanzamiento comercial.

En gran medida, las exposiciones internacionales de carácter genérico han perdido sentido comercial. Para fabricantes, ingenieros y compradores son más útiles las ferias monográficas, que, además, presentan las novedades con varios años de antelación.

El boato y publicidad de que se han rodeado ha convertido a las exposiciones internacionales en una carrera de prestigio. Los pequeños y medianos países se dejan la piel con tal de parecer más grandes de lo que son.

Quizá lo más provechoso de una Expo es la oportunidad que ofrece al país organizador para crear o modernizar sus infraestructuras. En Japón se han realizado equipamientos magníficos. Las Expos de Sevilla y Lisboa sirvieron para mejorar mucho los sistemas viarios de España y Portugal.

Esperemos que la Expo de Zaragoza sirva para mejorar las infraestructuras del valle del Ebro y regiones limítrofes.

Conseguir la organización de una Expo no debe hacer perder la cabeza. En Lisboa y en Sevilla se hicieron inversiones para el día después, pero también algunas que fueron efímeras y, como las estatuas de cartón, fenecieron con la Expo. Esperemos que, ahora en Zaragoza, se prevea la utilidad posterior de las actuaciones urbanísticas, de equipamientos y representativas.