

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 19 (1992)
Heft: 4-5

Artikel: Ferias mundiales : en busca de una identidad nueva
Autor: Domeniconi, Marco
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-908143>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Ferias Mundiales

En busca de una identidad nueva

Terminada la feria mundial de 1992 en Sevilla, se hace el balance que obliga a considerar dos características que en el futuro determinarán el aspecto de las exposiciones mundiales. Una de ellas es el hecho que siempre hay más eventos de este tipo y el otro es la forma en que se presentarán.

Aunque la situación es controversial en el Bureau International des Expositions (por favor ver el recuadro) a los responsables por el éxito de las exposiciones no les falta trabajo.

Promoción costosa

Por un lado debe frenarse el número de eventos que se siguen con rapidez vertiginosa. Como los gobiernos consideran que las exposiciones mundiales son ex-

Las ferias mundiales

El Bureau International des Expositions (BIE) con sede en París, otorga los permisos para llevar a cabo los siguientes dos tipos de exposiciones mundiales: ferias mundiales y ferias de exposición comerciales.

Desde 1931, se han llevado a cabo 5 ferias mundiales: en Bruselas (1935 y 1958), Montreal (1967), Osaka (1970) y Sevilla 1992.

Desde los principios de los años 80 se han hecho 7 ferias de exposición comerciales: Nashville (1982), New Orleans (1984), Tsukuba (1985), Vancouver (1986), Brisbane (1988), Osaka II (1990) y Genua (1992).

En el calendario del BIE están anotados 4 eventos hasta el año 2000: Taejon, Corea del Sur (1993); Budapest (1996); Lisboa (1998) y Hannover (2000).

celentes inversiones públicas, siempre hay más países interesados en ser los anfitriones de una de ellas, a pesar de los exorbitantes costos (con Sevilla y los Juegos Olímpicos en Barcelona, España persiguió la meta de formar parte integral de la gran Europa unida de 1993).

Por el otro lado, a los países expositores hay que ofrecerles incentivos para que participen, porque muchos de ellos están en apuros económicos dado el ritmo acelerado de las exposiciones.

El aspecto de las ferias mundiales del futuro depende ante todo del concepto que se basará en la nueva identidad de las mismas. Habrá que encontrar nuevas formas de atraer a los visitantes, quienes a fin de cuentas, son los que pagarán la entrada.

Aunque nadie duda que las ferias mundiales son el marco ideal para el encuentro de gentes, pueblos, naciones y culturas, los organizadores están buscando formas nuevas para la autorepresentación, porque el esquema tradicional ya no cumple con este propósito. Después de la revolución industrial (que dió origen a las ferias mundiales) y de la era de competencia entre las naciones y en vista del flujo de información que cada vez es más accesible a todos, todos están de acuerdo que hay que encontrar ideas nuevas. Ideas que incluyan ámbitos extraordinarios y sorprendentes. Marcos dignos para mostrar todo lo especial y nuevo que ofrece nuestro planeta o lo aún desconocido por muchos.

Faltaron ideas nuevas

A pesar de estar conscientes de lo anterior, en Sevilla hubieron muy pocas novedades.

Los pabellones de casi todos los países tenían un aspecto sorprendentemente similar. Al entrar se encuentra un recuento sobre la historia del país, luego hay una serie de ventanillas ocupadas por representantes de varias agencias de viajes y de organizaciones dedicadas al fomento de la economía, la técnica y la

industria nacional. Todo ello acompañado por un bombardeo de películas continuas de video y un tiroteo de diapositivas, rayos laser, películas u hologramas. En medio de este show anticuado y caofónico se encuentran vitrinas con modelos poco comprensibles. De tal modo que al visitante no le quedaba otra que mirar sin la menor oportunidad de establecer un contacto físico con lo expuesto.

Una selección acertada

Ante este fondo parece que los creadores del pabellón suizo tuvieron la idea adecuada.

Al representar la cultura, los artistas y una «Suiza sorprendente» lograron evitar los clichés. Como supieron evadir estos traspies, no faltaron los elogios por su inventiva al presentar un modelo que bien puede servir de ejemplo para los pabellones de las futuras ferias mundiales.

Marco Domeniconi



Sevilla: aunque no faltó el funicular de rigor, faltaron las ideas nuevas. (Foto: Keystone)