

Los grandes eventos como acciones de Relaciones Públicas del Estado: Las Exposiciones Universales

Dra. María Teresa Otero Alvarado

Universidad de Sevilla
moa@us.es

Resumen

Las Exposiciones Universales constituyen una de las acciones más eficaces de Relaciones Públicas de los Estados. Ocasiones únicas para definir y mostrar la propia identidad, aparecen como plataformas comunicativas idóneas para transmitir sistemas de valores y planteamientos sociopolíticos y económicos, o recientemente, los principios de desarrollo y sostenibilidad imprescindibles hoy en el planeta Tierra.

Analizamos la teoría general de las Exposiciones y en especial lo que supuso a efectos de Relaciones Públicas la Exposición Universal de Sevilla 1992, que inició junto a las Olimpiadas de Barcelona la gran eclosión y el despegue comunicativo en notoriedad, popularidad e imagen pública para España.

Descriptores

Relaciones públicas, grandes eventos, exposiciones universales.

Abstract

The Universal Exhibitions constitute one of the most effective actions of nation's public relations. The best occasions to define and show the own identity, appear as communicative suitable platforms to transmit systems of values and socio-political, economic approaches or recently the indispensable beginning of development and sustainability in the planet Earth.

We analyze the general theory of the Exhibitions and especially what supposed to effects of public relations the Universal Exhibition of Seville 1992, which initiated close to the Olympiads of Barcelona the great appearance and the communicative takeoff in reputation, popularity and public image for Spain.

Key words

Public relations, events, universal exhibitions.

1. Las Exposiciones Universales

1.1. Introducción: orígenes e historia

Las Exposiciones Universales surgen en la Europa de comienzos del siglo XIX ante la necesidad de las naciones de conseguir la notoriedad y el prestigio imprescindibles para su supervivencia y primacía. Si bien sus orígenes se remontan a las ferias medievales, difieren de éstas en su carácter no comercial, apareciendo las primeras exhibiciones sin finalidad mercantil directa en paralelo a la revolución industrial y a los cambios que ésta ocasiona (Rodríguez Bernal, 1994: 32). El gran despegue expositivo no se produjo en Europa hasta la segunda mitad del siglo XIX, con el liberalismo económico y la industrialización, celebrándose en 1851 la primera Exposición Universal en Londres con el objetivo proclamado de inaugurar una “pacífica y bienhechora rivalidad entre los pueblos, lejos de las guerras”, pero con la intención real de mostrarse como la nación más poderosa del mundo y hacer gala de grandes adelantos en un clima político de fuertes nacionalismos. 14.000 expositores y más de 6.000.000 de visitantes dieron paso a una importante pugna: todas las naciones y ciudades querían presentar las últimas novedades tecnológicas y científicas y el urbanismo más vanguardista (Anexo 1).

En un mundo que comenzaba a expandirse también comunicativamente y que se iba a convertir en un gigantesco mercado donde posicionar no sólo productos y servicios, sino identidades nacionales y sistemas de valores, las grandes muestras llevadas a cabo por los países más industrializados supusieron una llamada de atención a la opinión

pública internacional, y una excelente ocasión para dar a conocer su potencial económico, industrial y tecnológico sin olvidar los aspectos nacionales que individualizaban la oferta.

La proliferación de grandes Exposiciones pronto planteó la necesidad de su regulación, y la Convención de 1928, firmada en París por multitud de Estados (entre otros España), creó el **Bureau International d'Expositions** (BIE), organismo encargado de reglamentar el objeto y la frecuencia de estas Exposiciones y velar por la calidad de las mismas, aclarando con toda precisión su duración superior a tres semanas, su carácter no comercial y titularidad estatal, donde las invitaciones son cursadas por vía diplomática a otros Estados.

Esta referencia al carácter no comercial de las Exposiciones Internacionales es de enorme importancia para comprender bien los objetivos perseguidos, que no van enfocados a la venta directa de bienes o servicios expuestos, sino a conseguir un posicionamiento prestigioso en la mentalidad colectiva como países a tener en cuenta en el concierto de las naciones.

En la actualidad, el BIE está compuesto por noventa y ocho miembros y cualquier Estado puede solicitar su adhesión a la Convención de 1928. El Secretariado General reside en París y las cuotas de los Estados miembros están vinculadas a los porcentajes de cotización a Naciones Unidas, financiándose principalmente de los derechos de registro de las Exposiciones y de un porcentaje sobre la venta de entradas. El Presidente es elegido en Asamblea General, que se reúne dos veces al año en París, y es asistido por un Comité Consultivo.

Es el Gobierno de la nación solicitante de una Exposición quien debe dirigir la solicitud de inscripción al BIE, incluso si no es el encargado final de organizarla o financiarla, y esta oficina fija los plazos, documentación y contribuciones exigidas, concediendo la inscripción si se cumplen todos los requisitos. En el caso de que se presenten varias candidaturas, es la Asamblea General del BIE la que decide, teniendo en cuenta razones especiales de carácter histórico o moral, el tiempo transcurrido desde la última muestra o el número de ellas ya organizadas por ese país para decidir una u otra opción.

Entre la primera Exposición Universal de Londres (1851) y el día de hoy han tenido lugar sesenta y dos muestras internacionales, y sólo las últimas han convocado a varios cientos de millones de visitantes y han

afectado a las ciudades que las albergan produciendo unas transformaciones espectaculares en el paisaje urbano, atrayendo a grandes masas de visitantes.

1.2. Definiciones y Tipologías

1.2.1. Definiciones de Exposición Universal

El *Convenio sobre Exposiciones Internacionales* (París, 22 de noviembre de 1928) modificado por los Protocolos de 10 de mayo de 1948, 16 de noviembre de 1966 y 30 de noviembre de 1972 las define así (art. 1):

Una Exposición es una manifestación que, cualquiera que sea su denominación, tiene como fin principal enseñar al público, haciendo un inventario de los medios de que dispone el hombre para satisfacer las necesidades de una civilización y poniendo de relieve, en uno o varios sectores de la actividad humana, los progresos realizados o las perspectivas futuras.

La definición del BIE, (Lougovoy y Huisman, 1981: 449) es ésta:

Une exposition est une manifestation non périodique ayant pour but de faire l'inventaire des moyens dont dispose l'activité humaine pour satisfaire aux besoins d'une civilisation en faisant ressortir les progrès réalisés depuis une époque déterminée, prise comme terme de comparaison et en assurant une présentation rationnelle.

Las Exposiciones Universales se presentan como una manifestación pública de la identidad de las naciones, a través de estrategias comunicativas que dan información y proporcionan un mejor conocimiento sobre ellas mismas y con el objetivo de que redunde en beneficio de sus relaciones con su universo. El país organizador expone en ellas sus principales realizaciones científicas, técnicas, económicas y sociales, y la presencia de determinados productos tiene como misión fundamental mostrar su valor y utilidad y contribuir a su buen nombre e imagen. Pero una Exposición es sobre todo un acontecimiento que permite al público conocer o conocer mejor también a las empresas, los sectores

económicos o las naciones participantes y a todos ellos implementar sus vínculos positivos y consolidar la confianza mutua.

1.2.2. Tipologías de Exposiciones Universales

Se consideran Exposiciones internacionales cuando participa en ellas más de un Estado, pudiendo además ser participantes Estados oficialmente representados agrupados en secciones nacionales; organizaciones internacionales; Estados no representados oficialmente y todas aquellas entidades que estén autorizadas a ejercer otra actividad, especialmente las empresas colaboradoras o patrocinadoras y los concesionarios. El *Convenio* distingue entre dos tipos de Exposiciones según su tipología y periodicidad, (siempre que no excedan de los seis meses), debiendo fijarse las fechas de inauguración y clausura en el momento de la inscripción (art. 4.1, 4.2).

- Exposiciones universales: las que realizan el inventario de medios utilizados y progresos realizados en varios sectores de la actividad humana. En un mismo Estado han de estar separadas por veinte años, en distintos por diez.
- Exposiciones especializadas: las dedicadas a un sector de esta actividad. Han de estar separadas en un mismo Estado por diez o cinco años (según sean de idéntica o distinta naturaleza) y en distintos por cinco y dos.

2. Exposiciones Universales y Relaciones Públicas

La convocatoria de una Exposición Universal constituye quizá, junto a la de unos Juegos Olímpicos, la acción de Relaciones Públicas más efectiva conocida para las naciones, al permitir al país organizador y a los organismos participantes convocar a sus públicos en un ámbito y condiciones inmejorables, desarrollando un modelo de comunicación bidireccional y simétrica donde los roles de emisor y receptor se reparten en ceremonias diferentes. Nos referimos a los acontecimientos especiales, actos o eventos, una especialización de las Relaciones Públicas de tal importancia que han originado la confusión de la parte o el instrumento (organización de estos eventos) con el todo o la disciplina (las Relaciones Públicas organizacionales).

Conceptualmente, las Exposiciones Universales son macro-acontecimientos especiales a su vez compuestos por infinidad de otros de menor entidad: inauguración y clausura; días nacionales y de honor; visitas a stands o pabellones; *cocktails*; conferencias de prensa; jornadas técnicas con conferencias; manifestaciones culturales como conciertos, obras de teatro o desfiles; lugar de celebración de eventos ciudadanos; y sobre todo, ámbito ideal de encuentro entre personas y grupos distintos.

2.1. Los acontecimientos especiales

Los acontecimientos especiales son (Otero, 2005: 131) hechos extraordinarios de carácter puntual que tienen lugar en la vida de las organizaciones, con carácter festivo o conmemorativo, y que no suelen estar directamente relacionados con su actividad habitual. Se enmarcan en la gestión de públicos y la transmisión de la identidad de la organización a través de la comunicación verbal y no verbal que proporciona el ámbito ceremonial enmarcado en la organización de eventos. Las Relaciones Públicas son las responsables de configurar este mensaje y transmitirlo con los instrumentos y métodos idóneos para hacerlo llegar con fidelidad, a través de la verbalidad de discursos, vídeos o publicaciones institucionales y de la retórica no verbal de las ceremonias, ámbito específico en que tiene lugar la interacción por la que diferentes sujetos utilizan conjuntamente el tiempo, el espacio, los movimientos, las posturas y signos corporales como sistema de comunicación.

El valor primordial de los acontecimientos especiales se centra en posibilitar el contacto directo de las organizaciones con sus públicos en un marco idóneo para consolidar las relaciones interpersonales. Constituyen además una forma privilegiada de ejercer la responsabilidad social con su universo, al que ofrecen la posibilidad de participar en actividades concretas que posiblemente no se llevarían a cabo sin su apoyo, y han de estar motivados por la propia dinámica de la organización, definiendo su identidad y generando a través de ella credibilidad y confianza, que se consolidan también en reputación corporativa (Otero, 2000: 142).

El valor primordial sobre el que hemos de reflexionar es que las Exposiciones Universales constituyen la mejor ocasión para que las naciones organizadoras establezcan contacto directo con sus públicos sin la intermediación de factores distorsionantes, con legítimos intereses pero ajenos

a los propios. Son la oportunidad y el ámbito idóneo para que se produzca una relación interpersonal, bidireccional y simétrica de primer orden entre la organización emisora del mensaje y los públicos receptores del mismo. Las Exposiciones Universales son por tanto acciones de Relaciones Públicas que las entidades organizadoras emprenden mostrando lo mejor de sí mismas o lo más adecuado a sus públicos internos o externos, con el objetivo de ser conocidas mejor y/o de concitar simpatías hacia su iniciativa que se transformen en confianza y apoyo organizacional.

2.2. El ceremonial, elemento definidor de los acontecimientos especiales según los modelos de Relaciones Públicas

Las ceremonias que componen los acontecimientos especiales cuentan una historia y conforman un ámbito propio de reconocimiento. En sociedades democráticas el acto, el evento, se convierte en un espacio y un tiempo que compartir y en el que coincidir como consecuencia del acuerdo de voluntades, un *locum in unum* común fuera de cual sólo hay divergencias pero que cuenta con el respeto mutuo por haberse establecido sobre el consenso. En ninguna otra acción de Relaciones Públicas se puede hablar con tanta propiedad de bidireccionalidad y simetría. A ese espacio común de convergencia se accede exclusivamente por invitación aceptada, y los niveles de penetración con mayor o menor cercanía al líder protagonista y convocante dependen no sólo del posicionamiento institucional, sino de la fortaleza o debilidad de los vínculos existentes entre los distintos públicos participantes e incluso del momento en que se encuentren sus relaciones.

Hablamos de una práctica que puede encuadrarse con toda propiedad en el denominado “quinto modelo” o “modelo de motivación mixta”, enunciado por Dozier, Grunig, J. y Grunig, L. (1995), donde lo verdaderamente significativo es la aparición de este ámbito propio de relación, un lugar de consenso en medio de un cúmulo de intereses legítimamente contrapuestos que momentáneamente se dejan de lado para buscar la confluencia del espacio común. Las organizaciones son divergentes, y no sólo se posicionan por su identidad, por lo que son, sino por sus relaciones con el resto de los participantes y su status en la comunidad en función del sistema de fuerzas y poderes imperante y del grado de compromiso comunitario.

3. Exposición Universal de Sevilla 1992

3.1. Antecedentes

En España se habían organizado Exposiciones de tipo nacional (1826, 1827, 1828, 1831, 1837, 1840, 1845 y 1850), y tras la de Barcelona (1888), Sevilla tenía intenciones de celebrar una Exposición, puesto que contaba con la experiencia de la Feria de Abril desde 1874 y en el siglo XIX había organizado siete Exposiciones modestas (1857, 1874, 1878, 1880, 1896, 1897 y 1899). La ciudad no había participado en el proceso de industrialización general del XIX, y la mentalidad dominante (Rodríguez Bernal, 1994: 41-42) se caracterizaba por la contradicción entre el pasado idealizado y el presente, de modo que la realización de una Exposición divulgaría el nombre de Sevilla, creando trabajo, beneficios y prestigio para los sevillanos.

La Exposición Iberoamericana de Sevilla en 1929 es el antecedente inmediato de la Exposición de 1992, y a los efectos comunicativos que nos interesan, la política de Relaciones Públicas de los eventos en ella comprendidos, hemos de mencionar las ceremonias de inauguración (9-13 de mayo de 1929); las “Semanas” de homenaje a los Estados participantes, precedentes de los “Días Nacionales y de Honor” de la Exposición de 1992; las grandes fiestas coincidentes con las visitas de los Reyes; los solemnes actos del 12 de octubre (1929), la estancia del Presidente portugués Carmona (22 de octubre-4 de noviembre de 1929); la Cabalgata Histórica en Plaza de España (1 de noviembre de 1929); la Cabalgata de Carnaval (4 de marzo de 1930); las fiestas sevillanas de primavera (16 de abril-3 de mayo 1930) y la clausura a cargo del Príncipe de Asturias (21 de junio de 1930).

Todos estos acontecimientos quedaron reducidos en la práctica a festejos minoritarios dirigidos “a las autoridades y a la alta sociedad sevillana” en palabras de Rodríguez Bernal (1994: 359), dado que se trataba de una comunicación selectiva interpersonal y colectiva intraestatal, restringida a las instancias de poder real que bajo la dictadura de Primo de Rivera constituían la estructura de fuerzas en España: la Monarquía y la Corte, el Gobierno y los estamentos tradicionales. En cuanto a relaciones interestatales de alto nivel, sólo asistieron el Presidente de Portugal y un ministro de Panamá, con lo que la proyección exter-

na de la identidad de España y Sevilla debió quedar bastante limitada. Y los visitantes “de a pie”, no llegaron al millón (Rodríguez Bernal, 1994: 385).

Según estos datos, el público objetivo directo a quien debía dirigirse la acción comunicativa de España para obtener una buena imagen queda muy limitado a las fuerzas vivas del país, escasísima representación diplomática, los habitantes de Sevilla y esos pocos visitantes anónimos.

3.2. Gestación

La Exposición Universal de Sevilla conforma junto con los Juegos Olímpicos y la Conmemoración del Quinto Centenario del Descubrimiento de América una tríada de macro-acontecimientos especiales que el Estado español prepara para 1992 con el objetivo de llamar la atención a la comunidad internacional sobre los cambios acaecidos desde la muerte de Franco hasta la fecha, que supondría los diez años de gobierno socialista.

El 3 de marzo de 1982, España presenta oficialmente la candidatura ante el BIE para Sevilla, y en 1983, el BIE concede la licencia a Sevilla para celebrar la Exposición en 1992 en conmemoración del V Centenario del Descubrimiento de América, compartiendo sede con la ciudad americana de Chicago, en torno a la idea “El Nacimiento de un Nuevo Mundo”, y debiendo ser una Exposición conmemorativa con proyección de futuro, y bajo el lema “La Era de los Descubrimientos, la modernidad comienza en 1492”. El BIE cancela el registro de la Exposición de Chicago y en 1987 queda Sevilla como única sede.

En palabras de José Álvarez (1997: 58), la Exposición de Sevilla inaugura el nuevo modelo de la comunicación y el espectáculo y se convierte en un gran foro de encuentro donde tiene cabida la diversidad levantando acta de grandes innovaciones: la revolución de la información, el dominio de las tecnologías, y las grandes mutaciones sociales que se verifican en este final del siglo XX. Pero también es una ocasión única para modernizar una región, Andalucía, con grandes carencias estructurales en urbanismo, redes viarias y de comunicación, equipamientos, transporte o rehabilitación del patrimonio.

3.3. Definición y objetivos

La Exposición de Sevilla 1992 es registrada aprobándose en su reglamento por la Asamblea General del BIE la máxima categoría de las reconocidas a las Exposiciones Internacionales –Universal– y el lema “La Era de los Descubrimientos”. Se establece su sede en la ciudad de Sevilla, en 215 hectáreas junto al Guadalquivir y se fijan las fechas de comienzo (20 de abril de 1992) y clausura (12 de octubre de 1992).

Según el *Reglamento General de la Exposición Universal Sevilla 1992* (1990, 5), la Exposición: *pretende analizar el camino recorrido por la humanidad en los últimos cinco siglos, rendir un homenaje a la capacidad descubridora del hombre y escudriñar los enigmas del futuro*. Y en el Preámbulo aparece una Exposición de los motivos que han llevado oficialmente al Gobierno de la Nación a solicitar la Exposición Universal:

- a) El reconocimiento de la importancia universal del Descubrimiento del Nuevo Mundo.
- b) La vinculación de la ciudad de Sevilla, sede de la conmemoración, con América.
- c) El papel esencial de España en el Descubrimiento del Nuevo Mundo y la contribución de los pueblos americanos en todos los sectores del esfuerzo humano.
- d) Destacar los grandes avances del mundo en lo cultural y los conocimientos en esos quinientos años, así como los previstos para el futuro.

El intercambio cultural, científico y tecnológico que tendrá lugar durante la Exposición ha de permitir una estrecha vinculación entre todos los países del mundo, resaltando la relación creada por el viaje de Colón entre el Viejo y el Nuevo Mundo.

3.4. Estructura

Administrativamente, la Exposición está bajo la autoridad del Comisario General del Gobierno de España, responsable y garante del cumplimiento de disposiciones legales y actos materiales, nombrado por el Gobierno y su representante en todos los asuntos relativos a la Exposición y ante la Oficina Internacional de Exposiciones. El catedrático sevi-

llano de Derecho Mercantil Manuel Olivencia fue nombrado Comisario (1984) en primer lugar, y lo sucedió el diplomático Emilio Cassinello (1991).

La preparación, organización, funcionamiento y gestión de la Exposición es responsabilidad de la “Sociedad Estatal para la Exposición Universal Sevilla 1992, Sociedad Anónima”, constituida con el objeto de cumplir dichas responsabilidades y que tuvo también dos presidentes, Emilio Cassinello y Jacinto Pellón, y en sus *Estatutos* (art. 2) se establece como su objeto social “ejecutar, de conformidad con lo previsto en el Real Decreto 487/1985 de 10 de abril, los actos necesarios para la preparación, organización y gestión de la citada Exposición, así como las actividades conexas y derivadas de las anteriores que resulten necesarias o convenientes, con cuantas funciones y facultades le atribuye el Reglamento General de la Exposición Universal Sevilla 1992, publicado por resolución de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Asuntos Exteriores de 28 de septiembre de 1988” (BOE de 5, 20 y 26 de octubre).

El emisor primario de la comunicación en esta gigantesca acción de Relaciones Públicas es por tanto el Estado español, que lo hace a través de la Muestra personificado en dos sujetos en todas las ceremonias que tienen lugar: el Ministro de Jornada, representante directo del Gobierno, y el Comisario General de EXPO'92, representante directo de la Exposición en sí.

3.5. Participantes

En las Exposiciones Universales se distingue entre participantes oficiales y organismos internacionales (*Reglamento*, art. 9.1 y 9.2), a los que habría que añadir los participantes no oficiales. El *Reglamento Especial n.º 1 relativo a las condiciones para la participación de Estados, Organizaciones Internacionales y Expositores Privados* (1989), establece la delimitación entre participantes:

- a) Participantes Oficiales: Estados y Organizaciones Internacionales invitados oficialmente por el Gobierno de España y que hayan aceptado la invitación. Dadas las peculiares condiciones de nuestra Constitución, se consideran también Participantes Oficiales las Comunidades Autónomas y “otros entes territoriales de carácter público que suscribieran un contrato de participación con la Or-

ganizadora". La lista de participantes oficiales a 3 de abril de 1992 está compuesta por ciento nueve países y veintitrés organizaciones internacionales, a las que habría que añadir las diecisiete Comunidades Autónomas, quedando por tanto un total de ciento cuarenta y nueve. El orden a seguir entre ellos está basado en el criterio de antigüedad en participar en la Muestra, siendo España la nación más antigua y Lituania la más moderna.

- b) Participantes no oficiales: Expositores privados que han sido invitados o han mostrado su deseo de participar siendo aceptados. Son las empresas interesadas en estar presentes, y tienen un Director de Pabellón, y no un Comisario. El 20 de abril de 1992 la Organizadora establece que son cinco.
- c) Empresas participantes, concesionarios y patrocinadores: Hay un último grupo de cincuenta participantes que son los concesionarios oficiales, las empresas que han obtenido los contratos de servicios en exclusiva, y patrocinadores varios, que a veces tienen Pabellón.

Los representantes oficiales de los participantes en la Muestra son los Comisarios Generales de Sección, regulados por el *Reglamento especial n.º 10 relativo a los beneficios y ventajas de los Comisarios Generales de Sección*, (BOE n.º 57, de 7 de marzo de 1990). Representan a sus Gobiernos ante el Comisario General de la Exposición y, por tanto, ante el Gobierno español, y son los responsables de sus secciones nacionales.

4. Conclusiones

Hemos visto los objetivos oficialmente declarados, pero como una ampliación a estos motivos, podemos aventurar los objetivos no declarados ni publicados como tales a tener en cuenta desde nuestra óptica y que constituyen –junto a los citados– la magna operación de Relaciones Públicas a que nos estamos refiriendo:

- a) La necesidad de transmitir al mundo la identidad real de una España que nada tenía que ver con la percepción internacional de nuestro país.

- b) La imperiosa urgencia de desarrollo del sur del país, deficitario de las más elementales infraestructuras y comunicaciones.
- c) La oportunidad de vincular el proyecto a la ciudad de Sevilla y repetir urbanísticamente el efecto de la Exposición de 1929, expandiendo el desarrollo de la urbe deshaciendo el cinturón que la ahogaba (las vías de ferrocarril) e incorporando la Isla de la Cartuja al tejido urbano.
- d) Realizar una importante inversión en la ciudad, en equipamientos urbanos y restauración de patrimonio con el esfuerzo conjunto de las distintas administraciones y la iniciativa privada a través de otra acción de Relaciones Públicas idónea: el patrocinio sustentado por desgravaciones fiscales.
- e) Proyectar una gran muestra expositiva vinculada filosófica y estéticamente a la ideología dominante del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) que cumplía en 1992 su décimo aniversario de gobierno.
- f) Atraer a España en general y a Sevilla en particular a los principales líderes de opinión y de poder de todo el mundo para que pudieran contemplar en directo y en las mejores condiciones lo que España y los españoles habían sido capaces de organizar. Estos líderes efectuarían a su regreso efectos “de altavoz” y “de canal múltiple”, transmitiendo la transformación sufrida en selectos foros internacionales que redundarían en nuestro favor.
- g) Estrechar lazos de unión con todos aquellos colectivos y personas con que el Estado español ha de relacionarse en el ámbito institucional oficial (Corona, Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, Comunidades Autónomas y Administración Local), y el no oficial y privado (organizaciones empresariales y sindicales, asociaciones y organismos ecologistas, artísticos, profesionales, deportivos, culturales, empresas, corporaciones, fundaciones...), sus públicos internos y externos dentro de su territorio.
- h) Mostrar al mundo a través de los medios de comunicación masivos, la Exposición Universal, Sevilla, Andalucía y España, como los lugares a visitar en 1992. Esta exhibición mediática convertiría a los destinatarios primarios de la comunicación selectiva institucional interpersonal y colectiva no masiva de las ceremonias (los líderes de opinión invitados individualmente o en pequeñas delegaciones en sus Días Nacionales o de Honor) en meros actores de

un espectáculo, una representación televisiva que actuarían de reclamo ante millones de telespectadores para acudir a visitar la Muestra y asegurar su éxito.

Nuestro análisis se centra en el proyecto de comunicación institucional basado en un proyecto organizacional (el fondo), una estética (la forma) y una formulación concreta (la manera de expresar ambas realidades) que hemos definido como ceremonial y protocolaria y que va a constituir el discurso o mensaje persuasivo a transmitir desde el emisor, por la vía aristotélica del *ethos* referida a las creencias sobre el carácter de dicha fuente. Pero también va a llegar al receptor por la vía del *pathos*, de la emoción suscitada, que consiga propiciar en éste la intención del emisor. EXPO'92 es el *logos*, el referente del discurso, aquello sobre lo que se habla y que sirve de pretexto a la comunicación.

El artículo 1 del *Reglamento* confirma plenamente nuestra consideración de la Exposición Universal como una acción de Relaciones Públicas:

Contribuir a la comprensión de sí mismo y de sus semejantes por parte del hombre, a través de una demostración de sus logros, y estimular la coparticipación y el intercambio de ideas que permitan sentar las bases para mayores descubrimientos y para la coexistencia en los años futuros.

En las puertas del siglo XXI, España asume el reto de buscar una fórmula válida que adecue el logro de sus objetivos a los nuevos tiempos, ya que el mundo y las relaciones entre países han cambiado considerablemente. Si en sus orígenes fueron concebidas como recintos donde aglutinar los últimos hallazgos de las ciencias para su difusión internacional a mayor gloria de las naciones promotoras, hoy el desarrollo de los medios de comunicación y especialmente de la televisión las convierte en un acontecimiento de masas y un pretexto para atraer a millones de visitantes a través de los contenidos expositivos, que actúan como reclamos para la formación de imagen. La misma Organizadora es concluyente al afirmar (*Cuaderno de Trabajo 0*, 1987: 4):

La Exposición de 1992 ha elegido un camino que permitirá revitalizar la tradición de las grandes muestras universales. Para ello, concederá a los medios de comunicación un papel protagonista, convirtiendo al recin-

to en centro de interés mediante la organización de espectáculos de gran audiencia que convocarán a las cámaras de las televisiones todo el mundo. EXPO'92 es también la primera Muestra universal que llegará vía satélite a cualquier lugar de los cinco continentes

Ateniéndonos tanto a los objetivos oficialmente reconocidos como a los no publicados y anteriormente expuestos, y a las definiciones elaboradas por sus propios organismos responsables, parece claro concluir que las Exposiciones Universales e Internacionales son claras acciones de Relaciones Públicas organizacionales emprendidas por los Estados que las solicitan con el objetivo de posicionarse favorablemente en el imaginario colectivo internacional y de estrechar sus vínculos con los públicos con que se interrelacionan.

Referencias bibliográficas

1. Bibliografía

- ÁLVAREZ MARCOS, J. (1997): *Una experiencia de Periodismo Cibernético: Diario EXPO'92*. Sevilla (Tesis doctoral sin publicar).
- DOZIER, D.M., GRUNIG, L.A. y GRUNIG, J. (1995): *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Mahraw, Lawrence Erlbaum.
- KUNCZIK, M. (1997): *Images of nations and international public relations*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- LOUGOVOY, C. y HUISMAN, D. (1981): *Traité de Relations Publiques*. París, Presses Universitaires de France.
- OTERO ALVARADO, M.^a Teresa (2002): "Las funciones del ceremonial y el protocolo en la reputación corporativa". *Sphera Publica*, n.º 2. Murcia, Universidad Católica San Antonio. Pp. 135-147.
- OTERO ALVARADO, M.T. (2005a): "La aplicación de las bases de datos a la investigación en protocolo: un modelo de Relaciones Públicas bidireccional simétrico en los Días Nacionales de la Exposición Universal Sevilla 1992". ASOCIACIÓN DE INVESTIGADORES EN RELACIONES PÚBLICAS: *Investigación y Relaciones Públicas*. Madrid. AIRP. Pp. 521-548.

- OTERO ALVARADO, M^a Teresa (2005b): “Los acontecimientos especiales como acciones de Relaciones Públicas: el ceremonial y el protocolo”.
CASTILLO ESPARCIA, A. (Coord.): *Comunicación Organizacional. Teoría y estudios*, Ed. Clave, Málaga. Pp. 123-163.
- RODRÍGUEZ BERNAL, Eduardo (1994): *Historia de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929*. Sevilla, Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento.

2. Memorias e Informes Varios

- EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE SEVILLA 1992 (1993): *Memoria General de la Exposición Universal de Sevilla 1992*. Sevilla, AGESA.
- PROTOCOLO DEL ESTADO (1992): *Memoria de Actividades 1991-1992*. Madrid, Secretaría General de Coordinación y Servicios de la Presidencia del Gobierno.

3. Normativa Exposiciones Internacionales y EXPO'92

- BUREAU INTERNACIONAL D'EXPOSITIONS, (1928): *Convenio sobre Exposiciones Internacionales* (www.bie-paris.org)
- SOCIEDAD ESTATAL EXPO'92 (1990): *Legislación EXPO 92*, 3^a ed. Madrid, Sociedad Estatal EXPO'92.
- SOCIEDAD ESTATAL EXPO'92 (1990): *Reglamento General. Reglamentos especiales*. Madrid, Sociedad Estatal EXPO'92.
- SOCIEDAD ESTATAL EXPO'92 (1990): *Reglamento Especial n.º 1 relativo a las condiciones para la participación de Estados, Organizaciones Internacionales y Expositores Privados*. BOE n.º 57 de 7 de marzo de 1990.
- SOCIEDAD ESTATAL EXPO'92 (1990): *Reglamento especial n.º 10 relativo a los beneficios y ventajas de los Comisarios Generales de Sección*. BOE n.º 57, de 7 de marzo de 1990.
- SOCIEDAD ESTATAL EXPO'92 (1987): *Un nuevo modelo de Exposición*, Madrid, Cuaderno de Trabajo 0, Sociedad Estatal para la Exposición Universal Sevilla 1992.

ANEXO 1: Las Exposiciones Internacionales

1851 Londres-Inglaterra	1935 Bruxelles-Bélgica	1965 Munich-Alemania
1855 París-Francia	1936 Stockholm-Suecia	1967 Montreal-Canadá
1862 Londres-Inglaterra	1937 París-Francia	1968 San Antonio-EEUU
1867 París-Francia	1938 Helsinki-Finlandia	1970 Osaka-Japón
1873 Vienne-Austria	1939 Liege-Bélgica	1971 Budapest-Hungría
1876 Philadelphie-EEUU	1939 New York-EEUU	1974 Spokane-EEUU
1878 París-Francia	1947 París-Francia	1975 Okinawa-Japón
1880 Melbourne-Australia	1949 Stockholm-Suecia	1981 Plovdiv-Bulgaria
1888 Barcelona-España	1949 Port-au-Prince-Haítí	1982 Knoxville-EEUU
1889 París-Francia	1949 Lyon-Francia	1984 N. Orléans-EEUU
1893 Chicago-EEUU	1951 Lille-Francia	1985 Tsukuba-Japón
1897 Bruxelles-Bélgica	1953 Jerusalem-Israel	1985 Plovdiv-Bulgaria
1900 París-Francia	1953 Rome-Italia	1986 Vancouver-Canadá
1904 Saint Louis-EEUU	1954 Nápoles-Italia	1988 Brisbane-Australia
1905 Liege-Bélgica	1955 Turín-Italia	1991 Plovdiv-Bulgaria
1906 Milán-Italia	1955 Helsingborg-Suecia	1992 Gene-Italia
1910 Bruxelles-Bélgica	1956 Beit Dagon-Israel	1992 Sevilla-España
1913 Gant-Bélgica	1957 Berlín-Alemania	1993 Taejon-Corea
1915 San Francisco-EEUU	1958 Bruxelles-Bélgica	1998 Lisboa-Portugal
1929 Barcelona-España	1961 Turín-Italia	2000 Hanovre-Alemania
1933 Chicago-EEUU	1962 Seattle-EEUU	2005 Aichi-Japón
