

Espectáculo de Identidades Nacionales
Presentación de Colombia en las Exposiciones Internacionales de 1992, 1998, 2010

Monografía de pregrado para optar por el título de
Historiador
Programa de Historia
Escuela de Ciencias Humanas
Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Presentada por:
David Bonilla Pardo

Dirigida por:
SvenSchuster

Semestre II, 2016

Tabla de contenido

<i>Agradecimientos</i>	4
-------------------------------------	---

<i>Introducción</i>	5
----------------------------------	---

Sección 1 - Contexto

<i>Capítulo 1. ¿Cómo funciona una Exposición Internacional (Expo)?</i>	10
• El Pabellón.....	11
• Desarrollo y evolución.....	12
• La imagen como promesa.....	15
• Un futuro promisorio.....	21
• “Negocios son negocios”.....	22
• Introducción al caso colombiano.....	24

<i>Capítulo 2 - Colombia en el ámbito de las Ferias Mundiales y las Expo</i>	28
• El siglo XIX; una lenta y frustrante creación de la imagen nacional en el exterior.....	29
• El siglo XX; un demorado camino de posicionamiento.....	32

Sección 2 – Colombia en las Expo de Sevilla, Lisboa y Shanghái

<i>Capítulo 3 –Proyecciones de la imagen nacional. Una mirada analítica a tres Expo</i>	
• Expo Sevilla 92.....	39
○ La Expo.....	40
○ Colombia en Expo 92.....	42
○ Diversidad Étnica y Cultural.....	44
• Expo Lisboa 98.....	51
○ Colombia en Expo Lisboa.....	52
○ Fundamento para la Expo.....	55
○ Patria de Tres Mares.....	58
• Expo Shanghái 2010.....	67
○ Colombia en Expo Shanghái 2010.....	69
○ El Pabellón.....	71

○ “A través de su corazón”... ¿pero cuál corazón?.....	82
○ ¿Y el impacto?.....	85
Reflexiones finales a modo de conclusiones.....	88
Bibliografía.....	90
Anexos.....	97

Índice de Imágenes

Figura 1. Ejemplo “ <i>Crucimar</i> ”.....	54
Figura 2. Hectáreas de manglar desaparecido entre 1969 y 1996 en los departamentos de la costa Pacífica colombiana.....	59
Figura 3. Logo Patria de Tres Mares.....	60
Figura 4. Diseños relativos a las culturas indígenas en el Pabellón de Colombia en Expo Shanghái.....	72
Figura 5. Montaje “Región Atlántica” Expo Shanghái 2010.....	75
Figura 6. Montaje “Región Central” Expo Shanghái 2010.....	76
Figura 7. Montaje “Región Orinoquía” Expo Shanghái 2010.....	77
Figura 8. Captura “ <i>Isla Malpelo</i> ” Video Expo Shanghái2010.....	78
Figura 9. Visitantes al Pabellón Colombia por nacionalidad.....	80
Fig. 10. Logo de Colombia en Expo Shanghái.....	82

Agradecimientos

Este trabajo es la culminación de mis estudios de pregrado de la historia como ciencia y disciplina, además de mis previos e inconclusos estudios en Jurisprudencia los cuales me ayudaron a entender y apreciar los archivos, la disciplina, el orden y la justicia por encima de los prejuicios y de lo que uno alegremente decida creer o pensar; en cierto modo el Derecho y la Historia no son muy distintos. Ambos se sostienen sobre las bases del empirismo, los hechos, la rigurosidad y la responsabilidad, pues mientras que en el primero depende el futuro de la gente, en la segunda se interpreta el pasado de la misma. Siendo así, agradezco a mi amado Claustro rosarista, el cual me dio la oportunidad de estudiar ambas disciplinas bajo su manto y lineamiento.

A mi familia, por estar siempre pendiente de mi progreso en la carrera y en este trabajo, mostrando no sólo interés por mis estudios, sino también por mi vida y futuro como persona y profesional.

A mis profesores, quienes con su espíritu, conocimiento y sabiduría me han guiado hasta este punto y hoy siento que de una u otra forma aportaron para este proyecto o para mi vida en general. Franz Hensel, Esteban Rozo, Paula Timcke, Natalia Urbano, Camilo Gutiérrez, son algunos de ellos. Igualmente a mi director y también profesor Sven Schuster, no sólo por su paciencia a la hora de revisar mis avances, sino también por su inspiración y lineamientos para hacer de este trabajo una realidad.

A mis amigos tanto de Historia como de Jurisprudencia así como las personas que han pasado por mi vida, estén o no ahora en ella, les debo el mantenerme cuerdo y feliz durante toda la carrera y sobre todo, durante el desarrollo de este trabajo. A Sandra Bessudo y al Ministerio de Relaciones Exteriores por su paciencia y sus invaluable aportes al archivo y desarrollo de este trabajo sin el cual no hubiera sido posible.

Mil gracias!!!

Introducción

“Ave, Imperator, nos morituti te salutant” (Ave, César, los que vamos a morir te saludamos); expresión popularizada de la Roma Antigua iniciada por los combatientes que representarían una naumaquia en el lago Fucino hacia año 52d.C, como saludo al emperador de ese momento, Tiberio Claudio Druso, quien les respondió *“Quasi venia data”* (Salud a vosotros). Acto seguido, y a pesar de ser un evento que representa un aspecto dramático de la cultura que lo realiza, quienes iban a morir se rehusaron a pelear al interpretarlo como un acto de indulto. Luego de una serie de deliberaciones y una “actitud ridícula, ruegos y amenazas” según Suetonio, se decidieron a pelear¹.

Aunque han pasado más de mil años desde aquel suceso, es interesante traerlo a la mente en esta oportunidad ya que si bien los espectáculos ya no son a muerte, sí tienden a formar o destruir referentes de imagen, reputación, honor y competición. Las exposiciones internacionales no son ajenas a este juego; se fundamentan en la forma como los países u organizaciones multilaterales juegan y compiten entre sí para mostrar quien va en la ruta del progreso, la gloria y la fama y, aunque ya no hay un emperador que decida sobre la vida y la muerte de los competidores, sí existe una institucionalidad que puede dar vida o muerte jurídica a los participantes en ella, además de tener el público asistente, entre espectadores corrientes y delegaciones oficiales de gobiernos y del sector privado, como parte del auditorio y en cierto modo como jueces de estas justas haciendo que la presentación de un invitado sea un éxito o un fracaso otorgando la muerte, el indulto o la gloria.

Este trabajo de tesis se desarrolló con la intención de mostrar cómo estas representaciones, ya no de naumaquias sino del progreso y la imagen de las naciones y países, son un punto relevante y conveniente para impulsar la afirmación y divulgación de formas, contenidos y manifestaciones de identidad nacional que se configura de acuerdo a las necesidades comerciales, pero sobre todo a las aspiraciones colectivas de las delegaciones que hacen posible estas presentaciones en un discurso oficial.

No obstante representa una problemática muy particular, pues estas aspiraciones no necesariamente son colectivas o incluso aceptadas por el común denominador de los

¹Cayo Suetonio, *Los Doce Césares* (Madrid: Iberia, 1985), 185.

ciudadanos que se quiere representar y es ahí cuando la nación se muestra como forma institucionalizada de la cultura y la política de una sociedad² se impone para lograr un objetivo mucho mayor que ella misma: un destino manifestado en la congregación de distintas poblaciones e intereses que se unen de una u otra forma para ser superiores a sí mismos y a los demás. Se genera un sentimiento público y colectivo que presenta no todo, pero sí lo más significativo de la nación o del país y con lo que la gran mayoría puede aceptar como suyo y de los demás.

A pesar de ser festejos, porque también lo son, las exposiciones internacionales pueden caracterizarse con una doble ironía. Una primera puede ser sutil; la supresión de las voces o situaciones que menos representan o convienen al país que se exhibe. Es sutil porque a no ser que se tenga conocimiento pleno sobre esas situaciones, su ausencia no causará mayor traumatismo en la presentación del discurso final y oficial, ratificando así a Walter Benjamin cuando afirma que “no hay documento de cultura que no lo sea al mismo tiempo de barbarie. Y como él mismo no está libre de barbarie, tampoco lo está el proceso de transmisión en el cual ha pasado desde el uno al otro”³. La presentación de un país en las exposiciones internacionales son documentos culturales en la medida que son testimonios de una forma de ver y concebir su propio mundo apoyado en lo más popular ya la vez en lo más conveniente económica y políticamente hablando, por lo tanto, su planeación no puede verse opacada por una situación que le sea adversa, contraria o desconocida, pues hay mucho más en juego que el proceso de transmisión y divulgación.

Una segunda ironía frente a estos festejos puede ser bastante cruel y bien palpable además, a tal punto que se merece el cuestionamiento de si es correcto moralmente dejar de lado ciertas problemáticas sólo por festejar la reunión de las naciones en un acontecimiento internacional; esto se refiere específicamente a las coyunturas sociales que inevitablemente se generan en el mundo y que generan conflictos muy serios entre diferentes poblaciones siendo las directamente afectadas, además de opacadas por este tipo de fiestas mundiales.

En 1992 mientras se llevaba a cabo la Exposición Universal de Sevilla, no sólo había problemas de terrorismo al interior de España llevados a cabo por el ahora extinto grupo

²Rogers Brubaker, *Nationalism reframed. Nationhood and the national question in the New Europe* (Cambridge: Cambridge University Press, 2005), 16.

³Walter Benjamin, *Escritos políticos* (Madrid: Abada Editores, 2012), 172.

terrorista vasco ETA, sino que, más grave y cruel aún, a menos de dos horas de vuelo de Madrid, se estaba llevando a cabo la guerra más cruenta y sanguinaria que se tenía sobre el territorio europeo desde la Segunda Guerra Mundial: la disolución de Yugoslavia, donde además de presentarse genocidios y masacres sistemáticas, existía una apatía y negligencia muy grave y preocupante por parte de las Naciones Unidas para terminar esta guerra fratricida, situación y destino que África compartió también. En el año 2010 y para la celebración de Expo Shanghái, mientras China se preparaba para mostrarse como la segunda potencia económica más poderosa del planeta, era a su vez acusada de ataques cibernéticos a Google, retenciones ilegales de disidentes como Feng Zhenghu y el desplazamiento de casi 20.000 familias para hacer la construcción del recinto de exposiciones.

Las situaciones anteriores suponen una contradicción muy grande y es que mientras por un lado se celebre la conquista de la civilización, por el otro se padezca la falta de ésta. Pero hay que tener en cuenta otras circunstancias y es el hecho de que por más crueles que sean estas contradicciones (unas sí lo son), el mundo no se detiene y es simplemente demasiado grande, incluso para 1992, y aunque exista una guerra fratricida en el tercer mundo africano o en la mal llamada “Europa del Este”, hay un escenario que es todavía más fuerte y que pesa sobre estas situaciones: la política y el comercio mundial; dos de las razones principales para hacer estas ferias, haciendo de la imagen nacional el anzuelo con el que se pretende pescar la reputación y el cariño del público asistente, al tiempo que se persiguen vitales objetivos políticos y económicos detrás de ella.

Esta investigación centra su interés en descubrir cómo esa imagen tiene un discurso claro y predeterminado y una intención definida y orientada a atraer no sólo gente y admiración, sino también reconocimientos políticos o diplomáticos, inversiones, transacciones económicas o un cambio de percepción frente a un país o tema en particular, mostrando las posibles tensiones y distorsiones que subyacen, que se manifiestan, que existen y que tienen una lógica y una explicación.

Este trabajo analiza históricamente el caso de Colombia y su imagen nacional en el exterior a través de la participación en las Exposiciones Internacionales de Sevilla en 1992, Lisboa en 1998 y Shanghái en 2010, debido a que en estas tres exposiciones se han desarrollado aproximaciones y concreciones distintas de la imagen nacional, en correspondencia con momentos y coyunturas decisivas en la historia del país.

En la Exposición de Sevilla, el país se mostró al mundo con una nueva ley fundamental y suprema de organización política y social, la Constitución de 1991; la cual sería el derrotero para las futuras aspiraciones mancomunadas del país, reconociéndose a sí mismo como una nación con diversidad étnica y cultural, que para efectos de este trabajo estarán agrupados bajo el término de minorías étnicas. Estas no sólo fueron reconocidas oficialmente, sino que el Estado garantizaba su protección y reivindicación en una serie de artículos consagrados en esta nueva constitución así como por medio de normas jurídicas desarrolladas posteriormente las cuales pretendían hacer efectivas estas garantías inspiradas y sustentadas en esta carta política, además de ser parte de la imagen oficial de Colombia en el evento.

Para Expo-Lisboa, se reconoce y muestra otra faceta de la identidad nacional, los mares y regiones costeras, expresados en biodiversidad, apropiación territorial y desarrollo socioeconómico. Para lo cual, se tiene en cuenta el hecho de que el 44.86% del territorio nacional son los mares⁴ generando dinámicas propias a nivel sociocultural y jurídico, así como el hecho de que el Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras, INVEMAR, estimara que para 1998 en Colombia se encontrara el 10% de la biodiversidad mundial, haciendo de Colombia un país “megadiverso”. Bajo este planteamiento, los mares son una referencia fundamental debido a que “una medida de la importancia de la biodiversidad marina está en el hecho de que, excluyendo a los insectos, el 65% de las especies del planeta son marinas”⁵. Siendo así, casi la mitad del territorio colombiano estaría aportando a ese 65% mundial de flora y fauna, sólo en áreas marinas, lo cual amerita una referencia a nivel mundial, más allá de figurar en la literatura especializada.

En Expo Shanghái se expone al mundo la estabilidad y prosperidad económica y política del país, a través de sus programas de inversión económica, productos comerciales y turismo, tomando como eje central la estabilidad macroeconómica, el talento de la mano de obra nacional y las posibilidades de inversión directa. Esto, debido a que en el 2010 Colombia es calificada por el Foro Económico Mundial como la economía número 68 a nivel mundial “mostrando una fuerza de competitividad en la calidad de su ambiente macroeconómico, amplio tamaño de su mercado y negocios relativamente sofisticados, adaptando exitosamente la tecnología y realzando la innovación”⁶, situación que es aprovechada para lanzar al mundo

⁴Comisión Colombiana del Océano, «Mapa Esquemático de Colombia» (Bogotá, 2012).

⁵INVEMAR, «Informe del estado de los ambientes marinos y costeros» (Santa Marta: INVEMAR, 1998), 22.

⁶World Economic Forum, «The Global Competitiveness Index 2010 – 2011.», 2011, 36.

una imagen que procure alejar las referencias con el crimen y la corrupción, reemplazándolas con el trabajo, el talento nacional y las posibilidades reales de comercio internacional.

Para el desarrollo de este trabajo, se realiza una división en dos secciones presentadas en tres capítulos que explicarán más en detalle estas tensiones y su desarrollo. La primera sección consta de dos capítulos; el primero que aborda el material teórico sobre el cual descansa este proyecto, además de presentar el contexto de las exposiciones internacionales; cómo funcionan, cómo han evolucionado y como es su dinámica política, económica y cultural ligado a la imagen nacional. El segundo capítulo de esta sección, plantea la presentación de Colombia en las exposiciones internacionales a las que ha asistido, realizando un barrido histórico generalizado de la participación colombiana en estas exposiciones desde el siglo XIX hasta 2012.

En la siguiente sección se aborda un capítulo único dividido en tres secciones, las cuales analizan las tres exposiciones seleccionadas, mostrando la puesta en escena colombiana de las propuestas seleccionadas en cada Exposición; marítima, étnica y económica. Qué imágenes fueron utilizadas, con qué fines, qué entidades aportaron con su conocimiento o bases de datos para estas presentaciones en las que crearon un discurso y una imagen de Colombia en tres distintos aspectos. Estas imágenes serán contrastadas con las situaciones que les son adversas, contrarias o desconocidas, haciendo ver las tensiones que efectivamente existen en estos discursos visuales y cuál es su lógica.

Una vez finalizado, se presentan las conclusiones donde se recapitularán las tensiones de esas imágenes con la gestión, administración y cuidado de los mencionados sectores, además de comentarios finales sobre la investigación y recomendaciones a futuro que pueden ser viables a partir de esta investigación.

Sección 1 – Contexto

Capítulo 1. ¿Cómo funciona una Exposición Internacional (Expo)?

Desde su creación en la Edad Media, las ferias han sido concentraciones comerciales itinerantes de menor duración que los mercados tradicionales, con una periodicidad por lo general anual y muy controladas por sus creadores en cuanto contenidos y mercancías.⁷ A pesar de entrar en decadencia en el siglo XIV debido a factores de seguridad, abandono de rutas y el surgimiento de la industria textil italiana⁸, lograron sobrevivir a medida que se adaptaban a nuevos actores comerciales, políticos y sociales; hoy día la dinámica de las ferias se ha adaptado a medida que se crean intereses comerciales o culturales.

Durante la Revolución Industrial se creó una clase de feria que tenía como objetivo vender y dar a conocer la cultura y logros de una comunidad nacional al mundo entero, la cual nació con el nombre de *World's Fair* y que en la actualidad se conocen genéricamente como Exposiciones Internacionales, las cuales además de promocionar valores de paz, entendimiento y conocimiento, también tienen el espíritu comercial y político como eje central de desarrollo y objetivo principal de los organizadores e invitados, entre los que se encuentran países, organizaciones internacionales y empresas comerciales líderes en sus sectores o en el mundo entero.

Organizadas por la Oficina Internacional de Exposiciones, o *BIE* por su nombre en francés (*Bureau International des Expositions*), estas exposiciones son eventos mundiales de carácter periódico que por medio de la cesión de áreas dedicadas, los países, organizaciones internacionales públicas y privadas y empresas de diversos sectores de la economía se presentan al mundo, promoviendo sus logros políticos, económicos, sociales o productos acabados, haciendo de esta conjunción de factores su identidad, la cual tiene la intención de generar posibilidades de inversión en cualquier materia que se necesite vender o promocionar, teniendo como resultado no sólo un impacto en su imagen internacional, sino

⁷Jerome Baschet, *La civilización feudal. Europa del año mil a la colonización de América*. (México: Fondo de Cultura Económica, 2009), 154.

⁸Jacques Le Goff, *Mercaderes Y Banqueros de La Edad Media* (Argentina: editorial Universitaria de Buenos Aires, 1986), 26.

también el desarrollo de otro tipo de actividades ya sean económicas o diplomáticas⁹, diversificando así el público al cual se comparece, ya que desde sus inicios estas ferias han reunido los elementos fundacionales de las naciones modernas, manifestado en la necesidad de darle continuidad al crecimiento económico, sumado a la estabilidad política y social de un país y que derivan en la construcción de la identidad nacional del país que se presenta en ellas¹⁰.

El Pabellón

Uno de los requisitos, tal vez el más básico, para la participación de un país o de una organización internacional en las exposiciones internacionales es tener un pabellón o un stand donde pueda presentarse ante el mundo¹¹. Para el diseño de estos espacios Allan Sekula afirma que el diseño arquitectónico de una estructura, en este caso un pabellón, tiene un mensaje para un público particular y específico que sólo ellos son capaces de entender, pues responde a una lógica de uso, por lo tanto es físicamente visible para el público en general e invisible para aquellos que no comprendan o entiendan el uso que se le da a dicho espacio, pues cada aspecto de diseño debería estar en concordancia con los valores, pensamientos y formas de ver el mundo de las personas a quien va dirigido¹², pues es un recinto que por medio de “la configuración y concatenación de espacios debe producir un resultado formal altamente adaptado a la actividad que alberga”¹³, creando no sólo un espacio sino también una experiencia.

Siendo así, la concepción y construcción del pabellón es prioritaria y fundamental debido a que su forma y diseño definirán las actividades que se desarrollarían en el mismo¹⁴, otorgando así la experiencia final y la posibilidad de alcanzar objetivos económicos o políticos. El diseño propio del espacio tiene unos lineamientos que deberían ir acorde a la temática del evento y a la preponderancia que el país anfitrión tenga en un tema en particular, que posibilite la organización de eventos y reuniones de promoción de negocios así como de

⁹Bureau International des Expositions, «What is an Expo?», s. f., <http://www.bie-paris.org/site/en/expos/about-expos/what-is-an-expo>.

¹⁰Robert Rydell, «All the World's a Fair; Visions of Empire at American International Expositions, 1876 - 1916. » (Chicago: The University of Chicago Press, 1987), 18.

¹¹Ministerio de Relaciones Exteriores, *Colombia Un compromiso de costa a costa* (Bogotá: Uriceochea Publicidad, 2012), 156.

¹²Allan Sekula, «Geography Lesson: Canadian Notes», *Assemblage* 6 (junio de 1988): 45.

¹³Juan Pablo Aschner Rosselli, « ¿Cómo concebir un proyecto arquitectónico?», *dearquitectura* 05 (Diciembre de 2009): 36.

¹⁴Aschner Rosselli, « ¿Cómo concebir un proyecto arquitectónico?», *dearquitectura* 05, 36.

divulgación científica y cultural, teniendo como resultado la posibilidad de acceder directamente a las líneas políticas y comerciales de los países, empresas u organizaciones multilaterales asistentes con el fin de generar acuerdos o reforzarlos ya existentes, reflejados en la firma o ratificación compromisos o convenios entre las partes involucradas.

Una ventaja adicional de estos eventos es la posibilidad de generar un espacio familiar, amigable y de integración entre las caras visibles de los expositores. Esta es una ventaja que no sería conveniente despreciar, pues no sólo se interactúa con potenciales aliados económicos y políticos, sino también está en juego el prestigio y la imagen nacional, corporativa o política de los asistentes, ya sea por sus pares o por el público asistente, pues permite cambiar o generar nociones sobre un determinado país, empresa u organización.

Desarrollo y evolución

Desde finales del siglo XVIII han existido exposiciones para satisfacer la creciente necesidad de comercio e intercambio de bienes. La primera exposición de importancia y relevancia comercial se celebró en Francia en el año de 1797, donde se realizó la primera exposición de bienes en la entrada del palacio real del Louvre, realizada por el Marqués d'Avèze y François de Neufchâteau¹⁵. No obstante esta feria no fue internacional, ya que esta característica se la lleva la “Gran Exhibición” de Londres del 1 de mayo al 11 de Octubre de 1851.

Realizada ésta en el ya calcinado Crystal Palace dentro del Hyde Park, en el Centro de Londres, aquella fue la primera exposición de bienes y productos que Inglaterra incluyó no sólo a sus provincias internas, como ya había ocurrido en Francia y el Reino Unido (bajo el auspicio de la Royal Society of Arts), sino también a 28 países más entre los que se incluyen no sólo países europeos tales como Austria, Bélgica, Dinamarca o España, sino que además incluyó países de los otros continentes entre los cuales están las apartadas “Islas de la Sociedad”, un protectorado francés en el Océano Pacífico, actualmente conocido como la Polinesia Francesa, China, Egipto, Estados Unidos de América, Perú y la República de la Nueva Granada¹⁶.

¹⁵Paul Greenhalgh, *Fair World. A History of World's Fairs and Expositions, from London to Shanghai, 1851 - 2010* (Berkshire: Papadakis, 2011), 15.

¹⁶Greenhalgh, *Fair World. A History of World's Fairs and Expositions, from London to Shanghai, 1851 - 2010*, 26.

De igual manera cabe anotar que desde este evento, así como los siguientes durante la época de los imperios (1851 por ser la fecha de la primera Exposición Internacional hasta 1945 con el fin de la Sociedad de las Naciones y el sistema imperial internacional que sustentaba), tanto Inglaterra, Francia y todas aquellas naciones que tuvieran posesiones coloniales presentaron los logros no sólo del centro de poder imperial, sino también los logros y avances de sus respectivas colonias, en gran parte para mostrar la lógica de funcionamiento y los beneficios que este sistema colonial trae consigo.

Organizada por Henry Cole, esta feria puede ser leída como el producto de un sistema político colonialista en donde Inglaterra y Europa en general eran los que dictaban el orden social y cultural del mundo occidental, regulando la cultura, las formas de producción, las gentes y la vida cotidiana bajo un proceso de civilización y progreso definido bajo sus propios términos. Esta es una teoría conocida como el difusionismo clásico eurocentrista en el que el progreso y la civilización eran consideradas desde Europa hacia sus colonias y que explicaba cualquier evento o proceso histórico desde Europa misma, ignorando el resto del mundo.

Esta teoría se sustentaba en que la evolución cultural en Europa es progresiva, auto generada, autónoma, natural y más o menos continua, pues la racionalidad europea es una cualidad que se refleja ya sea una superioridad racial o cultural, y que se originó en tiempos medievales, antiguos o gracias al medio ambiente superior europeo. En consecuencia, las regiones no europeas cambian como resultado de la interacción directa o indirecta con el ambiente europeo, ya que este cambio en los espacios fuera de Europa no puede ser autónomo ni tener causas internas, por lo tanto entre más interacción exista entre Europa y su periferia, más progreso tendrá dicha periferia, debido al intercambio de información, objetos e ideas; elementos que constituyen una civilización. Pero a su vez esta acción civilizatoria de Europa con su periferia tiene que verse reflejado en un retorno de bienes como forma de agradecimiento, creando así el pago por medio de metales preciosos, productos naturales, arte y objetos valiosos para el actor civilizador.¹⁷

Bajo esta premisa, lo no europeo era visto casi generalmente como exótico y bajo este contexto, es casi inevitable que se vuelva una atracción al ser una curiosidad y en cierto modo

¹⁷James Morris Blaut, *Eight Eurocentric Historians* (New York: The Guilford Press, 2000), 7.

una novedad, la cual con cierta frecuencia se volvía morbosa y un tanto degradante y humillante.¹⁸ No obstante su orientación de la idea de progreso y el desarrollo de la ingeniería, tuvo también un discurso dual que incluía “la paz, el amor, y la asistencia dispuesta, no sólo entre individuos, sino entre las naciones de la tierra”¹⁹, pues a pesar de su ámbito imperialista, esas colonias y países periféricos y exóticos también estaban dentro del tren del progreso y eran actores con los que necesariamente tenían que interactuar y construir relaciones económicas.

Pero las exposiciones han cambiado mucho desde aquella feria industrial en el Hyde Park. Actualmente han generado una institucionalidad internacional a través de su órgano regente, el BIE, el cual escoge los países de las futuras exposiciones, provee la logística y experiencia política, diplomática y financiera al país anfitrión de la siguiente *Expo* y regula su organización de acuerdo a unas reglas establecidas de presentación que tanto los anfitriones como los participantes tienen que cumplir. Además, y en respuesta a la generación de diversos productos y bienes de consumo, estas empezaron a “especializarse en un producto en particular²⁰” o una temática particular, como el desarrollo sostenible (Expo Hannover, 2000), la planificación de ciudades (Expo Shanghái, 2010) o conmemoración de acontecimientos significativos para occidente (Expo Sevilla, 1992 y Expo Lisboa, 1998).

Este cambio, reside principalmente en una clasificación realizada por el BIE que ha venido transformándose en el tiempo; en la actualidad existen dos clases de exposiciones cobijadas por la BIE:

- *Registrada*: son conocidas como “mundiales”, “universales” o “generales” cuya temática debe ser referida a un tema de preocupación mundial (calidad de vida, o salud), se realiza cada cinco años, como mínimo y tiene una duración máxima de 6 meses. En este tipo de exposición, los participantes son los responsables de diseñar, crear y montar su propio pabellón y no existen mayores lineamientos para ello, puesto que el tamaño físico de la sede puede ser ilimitado.

¹⁸Timothy Mitchell, «“The world as exhibition”», *Comparative studies in society and history* 31 (1989): 218.

¹⁹Robert Ellis, *Official Descriptive and Illustrated Catalogue of the Great Exhibition of the works of industry of all nations*, vol. 1 (Londres: Spicer Brothers, Wholesale Stationers; W. Clowes and sons printers, 1851), 35.

²⁰Burton Benedict, *The Anthropology of World's Fairs* (Berkeley: University of California Press, 1983), 59.

- *Reconocida*: también conocida como “internacional” o “especial”, son exposiciones especializadas en una temática particular, como los mares o el desarrollo sostenible, pero que también cubren temáticas como transportes, ocio y tecnología o la cinegética y genealogía animal. Se realiza en un tiempo no mayor a 5 años y tiene una duración de al menos 3 meses. El país organizador provee los pabellones para que los expositores monten sus respectivos stands bajo las reglas del BIE y después de consulta con los demás participantes, esto ya que el área de la sede es limitada a un máximo de 25 hectáreas.²¹

La imagen como promesa

Durante el siglo XX la imagen ha sido interpretada como “un proceso de manipulación consiente por parte de las agencias publicitarias, de sus fotógrafos, y de sus *analistas de motivaciones*, pero para el público es en gran medida inconsciente”²², generando así un efecto que Peter Burke denomina como “técnicas subliminales de persuasión por medio de la asociación”²³, la cual por medio de una cuidadosa y crítica lectura, tiene el poder de descubrir historias²⁴ y revelar sucesos del pasado. Esto debido a que la imagen es una forma de modelo para otras cosas además de tener un estatus entre paradigma y anomalía²⁵, el cual le da el poder de desarrollar nuevas formas de visualización e ilusión o de destruir lo que sus creadores inicialmente desarrollaron²⁶. Siendo así, tiene un papel mucho más influyente que los textos escritos, pues las imágenes no sólo tienen un discurso pactado entre ellas y el espectador, sino que toda imagen es un signo caracterizado por una retórica tendenciosa generada por la inversión de una persona para la creación de ese mensaje²⁷.

Dado lo anterior, la imagen adquiere un papel potencialmente más influyente que cualquier discurso escrito. El hecho de que una imagen pueda revelar sucesos y a la vez influenciar mentes, hace que sea una herramienta muy útil y práctica para poder llegar a un fin determinado. Puede influenciar y modificar el comportamiento y las acciones de las personas,

²¹Ministerio de Relaciones Exteriores, *Colombia Un compromiso de costa a costa*, 26.

²²Peter Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico* (Barcelona: Crítica, 2005), 118.

²³Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, 118.

²⁴Darren Newbury, «Picturing an “ordinary atrocity”: The Sharpville Massacre», en *Picturing Atrocity; Photography in crisis*, Jay Prosser (Londres: Reaktion Books, 2012), 209.

²⁵W.J.T Mitchell, *Picture Theory* (Chicago: The University of Chicago Press, 1994), 13.

²⁶W.J.T Mitchell, *Picture Theory*, 15.

²⁷Allan Sekula, «On the invention of photographic meaning», en *Thinking photography*, de Victor Burgin (New York: Palgrave Macmillan, 1988), 87.

puede crear, modificar o destruir sociedades, culturas o tradiciones; todo depende de ese proceso motivacional que generó esa imagen en particular.

Y es por eso que la imagen no siempre revela las cosas “tal como son”, lo cual exige preocuparse por el quién el cómo y por qué para una cuidadosa lectura, generando una descripción y narración orgánica, la cual, de acuerdo con Gilles Deleuze, “trata de una narración verídica, en el sentido que aspira a la verdad, aún en la ficción”²⁸. Esto es posible dado que la imagen desarrolla un discurso que puede ser definido como un sistema o plataforma de intercambio de información, la cual tiene la propiedad de ser tendenciosa y presentar los mensajes con manifestaciones de interés teniendo un acuerdo tácito entre las partes que intervienen en esta comunicación.²⁹

Adicional a lo anterior, Allan Sekula afirma que la imagen (fotográfica en su caso) tiene un *poder metonímico*, el cual trasciende el campo perceptual hacia el afectivo, codificando la totalidad de una experiencia y haciendo de esta un fenómeno similar a estar en *ese* sitio en particular³⁰, generando una forma un fetiche que evoca el significado imaginado de esa experiencia, haciéndolo trascendental y volviéndolo una verdad casi mágica, por medio de la evocación de una plataforma cargada de afectos y sentimientos de nostalgia que lo materializa³¹

Como resultado de lo anterior, se hace viable la construcción de un mundo posible; “un discurso audiovisual a partir de premisas de un modelo previamente establecido”³². Es un fetiche que ilustra la visión de un mundo imaginado al mismo tiempo que lo crea e intenta volver algo común al pretender asociar ese fetiche con una situación en el mundo real la cual es posible encontrar. No obstante, siempre necesita estar enmarcado en un contexto que pueda hacerlo posible y creíble, dado que la “construcción narrativa equivale a una situación sin contradicciones, consistente en un conjunto de enunciados que describen esa situación”³³.

²⁸Gilles Deleuze, *La imagen – tiempo. Estudios sobre cine 2* (Buenos Aires: Paidós, 2009), 173.

²⁹Allan Sekula, «On the invention of photographic meaning», 85.

³⁰Allan Sekula, «On the invention of photographic meaning», 100

³¹Allan Sekula, «On the invention of photographic meaning», 94

³²Jordi Pericot, *Mostrar para decir; la imagen en contexto* (Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2002), 61.

³³Jordi Pericot, *Mostrar Para Decir; La Imagen En Contexto*, 66

A esto se le llama “*representación*”; un proceso en el cual se construye el mundo que nos rodea, así sea de una simple escena aleatoria, pero que hace que se le dé un sentido y un significado a ello³⁴; por eso es posible imaginar un mundo aparte que hace evocar una plataforma llena de afectos y sentimientos de nostalgia materializados en una imagen

En las Exposiciones Internacionales este “*fetiché*” es un factor fundamental, puesto que la imagen allí es esencial para tener éxito ya sea como expositor o como anfitrión y ha sido un patrón muy regular durante toda su existencia. En la Exposición de Portland y Seattle en 1907, por ejemplo, se decía que “la belleza implicaba conciencia en la planificación y ejecución. Significaba honestidad. Significaba amor por el hogar y el país. Belleza en las estructuras cívicas significaba belleza en la vida cívica”³⁵, siendo explícita la importancia de que toda esa construcción de un mundo ideal, se vea reflejada en armonía pero también que resalte a la vista y exponga el contexto social y cultural que intenta dar a conocer.

En la actualidad la imagen sigue siendo preponderante para el éxito de estas ferias. Ya no es sólo la arquitectura de los pabellones nacionales o las áreas comunes sino, más que todo, es la forma en que se promocionan los valores e ideales que una determinada feria desea transmitir. Para las Exposiciones seleccionadas es crucial esta promoción por medio de imágenes. Si se expone sobre el medio ambiente, la biodiversidad en la tierra y los espacios marinos y oceánicos, la relación que el hombre tiene con su entorno en las ciudades o la creación de una identidad nacional soportada en la multiculturalidad, el uso de la imagen visual (fotos, videos, herramientas interactivas), resulta siendo más que conveniente, pues no sólo asociaría a un determinado país u organización internacional con un discurso de responsabilidad ambiental o protección a minorías étnicas sino que además lograría impactar mucho más en aquellos que ven esa imagen determinada.

Esta situación podría deberse principalmente a una coyuntura que ha sido denominado como “cultura visual”; un giro pictórico en donde la imagen es una poderosa arma que está disponible en un mundo dominado por estas a escala global³⁶, demostrando así la complejidad en las relaciones de poder existentes en la producción y circulación de las

³⁴Marita Sturken y Lisa Cartwright, *Practices of looking. An introduction to visual culture* (New York: Oxford University Press, 2001), 14.

³⁵Rydell, «All the World's a Fair; Visions of Empire at American International Expositions, 1876 - 1916.», 188.

³⁶Mitchell, *Picture Theory*, 15.

imágenes³⁷. Este giro se caracteriza por estar en una cultura dominada por las imágenes, el espectáculo, la supervisión y las exhibiciones visuales³⁸, además de tener una relación compleja “entre la visualidad, el sistema, las instituciones, discursos, cuerpos (...) en la realización de tener la posibilidad de ser el espectador”.³⁹ No obstante no es un concepto de una sola categoría, pues no sólo involucra un despliegue de imágenes y espectadores, sino además también de miradas y contemplaciones las cuales pueden ser voyeristas o sádicas, así como también apasionantes o encantadoras.⁴⁰

Siguiendo con lo anterior, la adopción del *performance* dentro de estas Exposiciones complementa esta cultura visual. Concebido como un cambio paradigmático en las humanidades y ciencias sociales de los años 1950 a 1970 aproximadamente, el *performance* tomó métodos inspirados en la actuación y en las situaciones como sujetos metodológicos y de investigación, enfocados en prácticas íntimas y encarnadas como fuente para entender a la sociedad y cuya idea fue la de buscar un entendimiento de los significados de los eventos que tuvieron relevancia en las complejas negociaciones entre los humanos y sus ambientes físicos y sociales⁴¹, que muestran como resultado que las artes y la sociedad se amalgaman para generar cambios en esa misma sociedad puesto que “el *performance* se mantiene a la distancia entre el arte y la vida cotidiana, creando en su camino un espacio definido en la realidad social”⁴², haciéndolo más ajustado a las realidades y necesidades sociales y políticas.

Definida como “mostrar lo que se hace”⁴³, esta forma de *performance* está delimitada por un contexto, un tiempo, un mensaje, una imagen y la interacción de lo humano con lo no humano⁴⁴ y se define como un todo de sus partes, pues es sólo cuando estas están interactuando entre sí y para el público, generando una relación entre “el sujeto y el objeto, el observador y el observado, el artista y su audiencia”⁴⁵. Esto es muy importante, ya que de

³⁷Sturken y Cartwright, *Practices of looking. An introduction to visual culture*, 345.

³⁸Absjörn Grønstad y Øyvind Vågnes, «What do pictures want? Interview with W. J. T. Mitchell», *Image and Narrative*, 2006, <http://www.visual-studies.com/interviews/mitchell.html>.

³⁹ Mitchell, *Picture Theory*. Pg. 16

⁴⁰Sturken y Cartwright, *Practices of looking. An introduction to visual culture*, 87.

⁴¹Valérie Lamontagne, «Wearable technologies: from performativity to materiality», *Studies in Material Thinking* 7 (2007): 2.

⁴²Peter Dirskmeier y Ilse Helbercht, «Time, non-representational theory and the “performative turn”», *Forum: qualitative social research* 9, n.º 2 (2008): 3.

⁴³ Peter Dirskmeier y Ilse Helbercht, «Time, non-representational theory and the “performative turn”», *Forum: qualitative social research*, 3

⁴⁴Lamontagne, «Wearable technologies: from performativity to materiality», 2.

⁴⁵Barbara Bolt, «A performative Paradigm for the creative arts?», *Working papers in art and design*, n.º 5 (2008): 2.

acuerdo con William J.T. Mitchell, y haciendo una alusión a la física y la energía, “la imagen (al igual que la energía) no puede ser destruida⁴⁶” y en este giro la imagen no es sólo lo visual sino también involucra un mensaje que ella pretende divulgar.

Al generar dinámicas entre unos objetos retratados de la naturaleza colombiana y unos potenciales inversionistas que al establecer una relación de afinidad y atraídos por esos fetiches, se originan no sólo referencias que unen a Colombia con “Biodiversidad” o “culturas precolombinas”, sino también beneficios económicos de diversa índole, algunos extractivos y no renovables, otros sostenibles y “verdes” que a su vez están respaldados por las asociaciones creadas para un mundo posible que muestra fotografías de una Colombia ambiental o étnicamente responsable.

Gustavo Lins Ribeiro asegura que “los modos de representar colectividades se sustentan, por lo general, en estereotipos; en reducciones de las características y diferenciaciones internas de un determinado grupo social complejo y, por definición, heterogéneo”⁴⁷. Adicional a esto, Francisco Robles asegura que para el contexto internacional se crea una “dinámica de la identidad nacional” la cual define como “la existencia de una relación directa y estrecha entre la opinión pública masiva dentro de una nación y las relaciones internacionales de la misma (...) (y) que es el resultado de la actividad y las circunstancias políticas domésticas en cada nación”⁴⁸.

De igual manera hay que tener en cuenta que este discurso generalmente está creado por lo que Robles denomina como “un grupo pequeño y poderoso de personas que toman las decisiones de política exterior”⁴⁹ el cual genera una “narración que selecciona de manera más o menos arbitraria algunos acontecimientos de una vida con el fin de darles una coherencia de conjunto”⁵⁰ puesto que “el Estado – Nación ha sido históricamente una máquina de crear

⁴⁶Grønstad y Vågenes, «What do pictures want? Interview with W. J. T. Mitchell», 5.

⁴⁷Gustavo Lins Ribeiro, «Tropicalismo y europeísmo; modos de representar a Brasil y Argentina», en *La antropología brasileña contemporánea; contribuciones para un diálogo latinoamericano*, Gustavo Lins Ribeiro y Alejandro Grimson (Buenos Aires: Prometeo, 2004), 165.

⁴⁸Francisco Robles, «Identidad e imagen nacional: variables internas de la política exterior», *Revista Colombia Internacional*, n.º 33 (marzo de 1996): 5.

⁴⁹Francisco Robles, “Identidad E Imagen Nacional: Variables Internas de La Política Exterior,” *Revista Colombia Internacional*, no. 33 (Marzo 1996): 7.

⁵⁰Mauricio Martuccelli, «Los tres ejes de la identidad», en *Epistemología de las identidades: reflexiones en torno a la pluralidad*, Daniel Gutiérrez Martínez (Mexico: UNAM, 2009), 65.

homogeneidad”⁵¹, sin embargo no hay que caer en la trampa de creer o suponer que “las imágenes nacionales son impuestas por el grupo poderoso sobre la masa”⁵² pues esta imagen nacional es un “juego de espejos contruïdos por ellos mismos y por otros actores y agencias con los cuales históricamente mantuvieron contactos e intercambios (y que son en gran medida) aceptados tanto por las élites como por las masas”⁵³; la creación de una imagen o discurso de nación “es el conjunto de diversas imágenes (incluso conflictivas) existentes al interior de la misma, y que está compuesta por las múltiples imágenes que existen en el exterior de la nación”⁵⁴, reafirmando así que es posible la creación de un mundo ideal de manera física y con la posibilidad de obtener ganancias tanto materiales como inmateriales dentro de un escenario político y económico.

Al ingresar a los escenarios donde las ciencias, las tecnologías y la sociedad se integran en un área de actuación, el performance entra en acción desafiando y repensando las formas de producción de conocimiento y contenido al propiciar un cambio del modelo representacional hacia uno donde se desplacen y moldeen los paradigmas de conocimiento científico, los cuales están codificados en documentos, textos y otras formas tradicionales de captura y creación de conocimiento⁵⁵.

Como resultado de la creación de este performance que materializa visualmente el discurso de una imagen, la identidad nacional “hace referencia a una serie de perfiles sociales y culturales propios de los individuos en las sociedades modernas”⁵⁶ y que se apoya principalmente en diseminar representaciones simbólicas de imágenes proyectadas⁵⁷. De esta forma, la presentación de las aspiraciones de Colombia en este ámbito global puede generar una imagen de referencia nacional. La segunda es en relación con las proyecciones y alcances económicos o políticos que este tipo de imágenes en estos eventos multitudinarios pueden lograr una vez sean presentados en público por medio de la influencia y manipulación que tiene este *fetich*e para lograr objetivos más allá de una consolidación de imagen pública.

⁵¹Lins Ribeiro, «Tropicalismo y europeísmo; modos de representar a Brasil y Argentina», 165.

⁵²Robles, «Identidad e imagen nacional: variables internas de la política exterior», 8.

⁵³Lins Ribeiro, «Tropicalismo y europeísmo; modos de representar a Brasil y Argentina», 177.

⁵⁴Robles, “Identidad e imagen nacional: variables internas de la política exterior” 7.

⁵⁵Lamontagne, «Wearable technologies: from performativity to materiality», 4.

⁵⁶Martuccelli, «Los tres ejes de la identidad», 61.

⁵⁷Anthony Smith, «¿Gastronomía o geología? El rol del nacionalismo en la reconstrucción de las naciones», en *La invención de la nación: Lecturas de la identidad de Herder a Homi Bhabha*, Álvaro Fernández Bravo (Buenos Aires: Manantial, 2000), 190.

Un futuro promisorio

Las Exposiciones Internacionales, sean o no reconocidas por la BIE, han tenido siempre un trasfondo político y económico; estas “reflejaron y solidificaron la muy arraigada creencia de la jerarquía entre naciones y personas de progreso y retroceso”⁵⁸, además de reflejar o difundir cualidades morales para poder llegar a ese anhelado progreso y estar más arriba en esa jerarquía, pues estas exposiciones eran vistas como una “cornucopia de símbolos de estatus (...) en donde el prestigio y la imagen lo eran todo”⁵⁹, aún por encima de los costos que tuvieran que correr por hacerlas realidad.

Este progreso solía estar medido por factores industriales, científicos y económicos; países que pudieran ser capaces de desarrollar y generar industria y productividad económica de algún tipo eran los más avanzados, mientras que aquellos que ofrecían otros productos nunca fueron vistos como de avanzada o a la vanguardia. Un ejemplo que muestra esta ponderación de cualidades de progreso serían los espacios dedicados a los edificios y sus temáticas en la Feria Mundial de Chicago de 1893.

Los edificios y espacios dedicados a las maquinarias y manufacturas superaban el millón de dólares en su montaje y presentación además de tener los espacios más grandes (Hall de maquinarias: 1.2 millones / 842 x 492 más un anexo de 490 x 550 pies. Edificio de manufacturas y artes liberales: 1.7 millones / 1687 x 787 pies). Entre tanto, el edificio dedicado a la mujer y a la reivindicación de sus derechos o un edificio dedicado a la Antropología no tuvieron la misma dedicación; (Edificio de las mujeres: 138.000 dólares / 199 x 388 pies. Edificio de Antropología: 88.000 dólares / 415 x 225 pies)⁶⁰ (Ver Anexo 1). No sólo el presupuesto sino también el espacio cedido para estas presentaciones marcan una gran diferencia con las tendencias de progreso.

El edificio de las mujeres pudo haber sido visto como un proceso de progreso social y cultural, pero en cambio fue visto como “la continuidad de un protocolo establecido por otras ferias mundiales y tal vez para apaciguar unos cuantos grupos de mujeres rivalizando por un

⁵⁸Rydell, «All the World's a Fair; Visions of Empire at American International Expositions, 1876 - 1916.», 18.

⁵⁹Benedict, *The Anthropology of World's Fairs*, 3.

⁶⁰Norman Bolotin y Christine Laing, *The World's Columbian Exposition; The Chicago World's Fair of 1893* (Champaign: University of Illinois Press, 2002), 44.

espacio de exposición”⁶¹. No obstante el presupuesto y esa intención, logró ser un gran éxito a futuro, pues ayudó al reconocimiento de la mujer y sus derechos durante todo el siglo venidero⁶².

De igual manera sigue existiendo un orden sobre cómo los espacios deben ser utilizados, clasificándolos de acuerdo a su función y oferta de productos, además de priorizar los valores de la sociedad del anfitrión y, actualmente, los valores de la Exposición. Estos sistemas de clasificación ayudaban a perpetuar no sólo el pensamiento de estatus social, sino que reforzaban la conciencia del país anfitrión, su planificación y su ejecución a la hora de emprender con grandes proyectos a futuro, demostrando así que un mundo posible puede ser materializado y puesto en exhibición. Aunque han existido múltiples ferias mundiales, se ha podido crear una categorización sobre los productos que en general son presentados allí:

*Materias primas, maquinaria pesada, productos alimenticios, artes liberales, agricultura y horticultura, artes finas, productos decorativos, productos químicos, petróleo y electricidad, transportes y comunicación y educación, salud y vida social*⁶³ (Ver Anexo 2), han sido las categorías más comunes en estas exposiciones, aunque en ciertas ocasiones se pueden agrupar varias categorías en una sola y su priorización depende del anfitrión. Por ejemplo, en la Centennial Exhibition de Filadelfia en 1876, conmemorando los 100 años de independencia de los EEUU, se establecieron 10 departamentos donde se podían ubicar los expositores con sus “mercancías”, no obstante se hizo especial énfasis en la necesidad de que las materias primas fuera la categoría más importante y la prioritaria, puesto que estas eran los fundamentos y las bases físicas para el progreso⁶⁴.

“Negocios son negocios”

Si bien es cierto que esta aspiración al progreso y la vanidad de cada nación por resaltar su papel en el tren del progreso es la motivación más explícita para asistir a estos escenarios mundiales, es la necesidad de comercio la motivación principal para la participación en estas exposiciones desde sus inicios en el siglo XIX. “Estas exposiciones son mercados muy

⁶¹Bolotin and Laing, *The World's Columbian Exposition; The Chicago World's Fair of 1893*, 42.

⁶²Bolotin and Laing, *The World's Columbian Exposition; The Chicago World's Fair of 1893*, 43

⁶³Benedict, *The Anthropology of World's Fairs*, 28.

⁶⁴Rydell, «All the World's a Fair; Visions of Empire at American International Expositions, 1876 - 1916.», 21

extensos en donde los bienes son trasladados a un lugar central desde distancias considerables y son intercambiados”⁶⁵, facilitando el intercambio comercial al igual que la participación de la empresa privada en estos escenarios, no sólo como parte de la exhibición sino además como financiadores de las mismas, haciendo de esta una dinámica que se ha mantenido en el tiempo.

En la feria de Portland y Seattle, en 1905 y 1909 respectivamente, los acuerdos que de allí se derivaron no sólo produjeron grandes ganancias sino también generó lazos diplomáticos entre el gobierno de Japón y EEUU expresados en acuerdos migratorios, políticos, geopolíticos y comerciales, tales como el *Gentlemen's Agreement* de 1907 o el Acuerdo Root – Takihara de 1908, producto de la participación del Imperio del Japón en esta exposición;⁶⁶

Para el año de 1939, cuando el fascismo se oponía a los valores democráticos promovidos por EEUU, en la Feria Mundial de New York en 1939 la compañía Westinghouse en su intención de promocionar la ciencia como herramienta democratizadora y antifascista contribuyó con los equipos y logística requerida para elaboración de esta Expo, con el fin de presentar la ciencia atractiva para los jóvenes así como una herramienta para el desarrollo y el futuro del país⁶⁷ y la humanidad, promoviendo no sólo la industria y la economía, sino también ciertos valores y principios que eran deseables en la sociedad estadounidense y de aquellos que participaran en esta feria. Gracias a este enfoque, La Westinghouse se promocionó a sí misma como un referente industrial y de conocimiento incluyente a toda la sociedad⁶⁸, demostrando de esta manera no sólo las oportunidades de desarrollar ingeniería, ciencia y, a futuro, formar parte de la economía, sino también de promover la inclusión social, educación masiva y valores democráticos y republicanos fundados en la democracia y en oposición al fascismo totalizador y todo aquello que no fuera democracia.

⁶⁵Benedict, *The Anthropology of World's Fairs*, 3.

⁶⁶Rydell, «All the World's a Fair; Visions of Empire at American International Expositions, 1876 - 1916.», 204.

⁶⁷Sevan Terzian, *Science education and citizenship; Fairs, Clubs, and Talent Searchers for American Youth, 1918 – 1958* (New York: Palgrave Macmillan, 2013), 64.

⁶⁸Terzian, *Science Education and Citizenship; Fairs, Clubs, and Talent Searchers for American Youth, 1918 – 1958*, 60

Introducción al caso colombiano

Dada la necesidad económica que tienen las políticas nacionales, la poca atención que se le dan a los asuntos ambientales en la formulación de éstas y un descuido generalizado hacia este sector, resulta irónico que en el mundo Colombia tenga una imagen de país megadiverso. Así mismo, llama la atención la precaria situación social y económica de las minorías étnicas en Colombia que, si bien figuran en la legislación colombiana como grupo protegido y reconocido, su protección y reconocimiento real, dista mucho de ser el ideal o el proclamado por la legislación. El mismo caso puede verse en la estabilidad económica y política del país durante la primera década del 2000, pues no sólo éramos un país marcadamente desigual, sino que además la institucionalidad política era sumamente precaria, bastante cuestionada e investigada por corrupción y otros delitos tanto administrativos como penales.

De otro lado, Colombia es un país que siempre ha sido visto y referenciado como un país violento, atrasado económica y socialmente y cuya referencia en el exterior es el problema del narcotráfico y específicamente la producción de cocaína. Este estereotipo e imagen nacional en el exterior es confirmado no sólo por noticias a nivel internacional que hablan sobre este flagelo y la delincuencia transnacional que la maneja, sino por la creación de leyendas sobre la delincuencia que hacen una inevitable referencia a Pablo Escobar el cual es visto como el *Capo de Capos* o también como una de las personas más adineradas del mundo en su momento. Como nada de lo anterior es falso, el mejor recurso para dar a conocer una realidad alternativa y mucho más positiva resulta siendo contraatacar con el mismo medio: la imagen.

Para cada presentación en las exposiciones internacionales, Colombia envía un equipo de trabajo liderado por un *comisario* que guía la puesta en escena del pabellón, coordina sus actividades⁶⁹, además de ejercer como la cara visible de la agenda diplomática y económica de Colombia en estos escenarios. En el caso propio de las exposiciones referenciadas en este trabajo (Sevilla, Lisboa y Shanghái), si bien es cierto que parte de la intención general de estas tres exposiciones era dar a conocer la relación de Colombia con sus mares y biodiversidad en general, sus múltiples culturas y grupos étnicos o “mostrar a Colombia a través de su corazón”, como fue el lema de Colombia en Expo Shanghái, el cual será explicado más adelante, esto no significó que detrás de este amigable objetivo no se

⁶⁹Ministerio de Relaciones Exteriores, «Decreto 4757 de 2011», 2011, 2.

maquinara una dinámica comercial, económica y política paralela, ya que estos factores visibles sirvieron de plataforma para intereses adicionales más allá de los meramente ambientales o culturales.

Esto puede significar una intervención a los ecosistemas, al medio ambiente y en ciertos casos, a las comunidades de minorías étnicas asentadas en los territorios en que se desarrollarían dichas inversiones, ya que si bien es cierto que todas las políticas nacionales tienen un componente ambiental y de consulta a las comunidades, es sabido que es muy pobre e ineficiente su cumplimiento. Entonces, es aquí donde ese mundo ideal, donde esa imagen creada para dar un discurso de responsabilidad ambiental y social en las políticas públicas y de los compromisos que se generan o se fortalecen en estos escenarios, revela su otra faceta. Una faceta que no es mostrada, porque no hay necesidad de mostrarla si se puede mostrar algo mejor, y que en el caso colombiano tampoco es muy tenida en cuenta.

Esta situación genera lo que se denomina una política de resignación⁷⁰ en donde interactúa el cinismo por medio de la negación o la atención básica de los efectos colaterales que puedan surgir de ella, además de ser presentado de una forma tan emotiva y bien lograda, que si la política de la resignación se pone en evidencia, la imagen haría desviar este cinismo, o al menos no hacerlo tan evidente.

Lo inmediatamente anterior es confirmado por Guillermo Rudas, economista y consultor en medio ambiente, quien afirma que existe un “desbalance entre el discurso externo y unas prioridades internas, (...) y que puede estar ligado con la intención de ser aceptado en el grupo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE, (además de) una debilidad muy fuerte en la institucionalidad ambiental”⁷¹.

No obstante la observación de Rudas se fija en el medio ambiente, esta problemática es visible también en las comunidades afectadas por los mismos factores económicos pues el panorama en esta área sigue siendo precario. Aunque existe un bloque de constitucionalidad

⁷⁰Peter Benson y Stuart Kirsch, «Capitalism and the politics of resignation», *Current Atropology* 51, n.º 4 (2010): 460.

⁷¹Guillermo Rudas, “El Doble Discurso Ambiental de Santos,” *Razón Pública*, Octubre 2014, www.youtube.com/watch?v=87DM8vM_kwM.

definido⁷² y unas normas tanto jurídicas como políticas, un estudio realizado en el año 2003 la UNICEF encontró que la ubicación geográfica que les concedió el Estado en zonas de frontera, los aisló y separó de los centros de desarrollo, poniéndolos en escenarios propicios para el incremento de la colonización indiscriminada, la producción de cultivos ilícitos, el uso y control del territorio político, convirtiéndolos en víctimas de la violencia y confrontación armada entre paramilitares, guerrillas, colonos y terratenientes, provocando desplazamientos masivos de individuos y comunidades hacia otras comunidades Indígenas dentro del país⁷³.

Estas exposiciones visibilizan los fetiches de ese mundo posible descrito por Pericot. En Expo-Lisboa, por ejemplo, su eslogan “Los océanos, un patrimonio para el futuro”⁷⁴ concuerda con las campañas publicitarias realizadas para la promoción de Expo-Lisboa en Colombia, pero contrastan con las débiles políticas de protección que se tienen para las áreas marinas; eso sin contar las deterioradas y pésimas realidades socioeconómicas y ambientales tales como la pobreza, violencia y contaminación; imágenes paradisiacas sobre el pacífico marítimo colombiano o de las minorías, mientras se deja a un lado no sólo la pobreza económica y social de las zonas costeras y de estas poblaciones sino la fragilidad y ausencia de una institucionalidad ambiental y social.

Esto desemboca en lo que Peter Benson y Stuart Kirsch denominan como el “fetiche de la calidad del lenguaje” en donde palabras claves se vuelven simulacros carentes de significado y las realidades semánticas están completamente divorciadas de las realidades sociales⁷⁵ en donde se niegan los problemas para evitar los costos y los daños realizados se minimizan de una manera tal que se vea una voluntad de esfuerzo⁷⁶.

Las exposiciones que se analizan en este trabajo han sido realizadas con la ayuda de estos tipos de materiales y eslóganes que pueden mostrar una idea de país que le importa su medio ambiente y grupos minoritarios, pero no necesariamente significa que al interior se practiquen

⁷²El concepto de “bloque de constitucionalidad” surge en Francia a principios de la década de 1970, el cual denomina a una serie de principios que designan a un conjunto de normas jurídicas de diferente denominación, para ser situadas al mismo nivel que el de la Constitución. De igual manera, revelan unidad de materia, relación y solidez entre ellos mismos y la Constitución, con la idea de ser concordantes entre sí. (Gaspar Caballero Sierra y Marcela Anzola Gil, *Teoría Constitucional* (Bogotá: Temis, 1995), 66.)

⁷³UNICEF, *Los pueblos indígenas en Colombia. Derechos, políticas y desafíos* (Bogotá: Gente Nueva, 2003), 25.

⁷⁴Presidencia de la República, «Decreto 1085 de 1997», 1997, 1.

⁷⁵Peter Benson y Stuart Kirsch, «Corporate Oxymorons», *Dialect Anthropol*, 2010, 46.

⁷⁶Benson y Kirsch, «Capitalism and the politics of resignation», 465.

a cabalidad, pues no sólo existen prioridades internas, tal y como lo mencionaba Guillermo Rudas, sino que gran parte de la economía colombiana siempre ha estado ligada a las actividades de explotación de recursos no renovables afectando tanto el medio ambiente como las poblaciones vulnerables, además de debilitar la credibilidad en la institucionalidad nacional.

De hecho, esto es algo que se corrobora de manera inmediata en las convocatorias a las exposiciones. Para el informe anual que el Ministerio de Relaciones Exteriores da al Congreso de la República sobre sus actividades, en este caso sobre Expo-Lisboa, se establece claramente que “desde un primer momento se tuvo claro que en Expo-Lisboa ’98 no se trataba de mostrar imágenes bellas y aspectos exóticos, sino de incluir al país urbano y moderno con miras a ofrecer una oportunidad de negocios a través de sus mares”⁷⁷ y para Expo Shanghái se establece que la asistencia a esta Exposición es la oportunidad de posicionar a Colombia como el socio estratégico preferente ante China y el Mundo, mostrando una imagen renovada y positiva del país cimentada en el potencial de la gente, los recursos y las oportunidades, la capacidad innovadora del sector privado y los esfuerzos de las entidades del sector público que trabajan por desarrollo del país en general⁷⁸.

⁷⁷Camilo Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998* (Bogotá: Fondo Editorial Cancillería San Carlos, 1998), 128.

⁷⁸Proexport, «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010» (Bogotá: Proexport, 2011), 5.

Capítulo 2 - Colombia en el ámbito de las Ferias Mundiales y las Expo

La presencia de Colombia en las Ferias Mundiales y las Exposiciones Internacionales ha sido más que centenaria aunque de carácter intermitente. Esto es debido a que si bien se ha presentado desde la primera feria mundial en el Hyde Park de Londres en 1851, a pesar de contar con pocos objetos para mostrar y un reducido presupuesto, su participación no ha sido recurrente o continua. Durante el auge de estas Ferias en el siglo XIX, Colombia figuró en algunas de estas ferias, tales como las de París de 1855, 1867, 1878 y 1889, así como en la Exposición Histórico-Americana de Madrid de 1892 y la de Chicago de 1893; estas dos últimas dedicadas a la conmemoración del IV Centenario de la llegada de Cristóbal Colón al Nuevo Mundo.

El qué y cómo se presentó Colombia en ellas será abordado más adelante, pero es importante señalar desde ya que la intención era mostrar al mundo las riquezas naturales del país con la intención de ser aprovechadas industrialmente por los países que tuvieran esa capacidad, a la vez que se evidenciaban el conocimiento y desarrollo en las artes e investigación histórica y natural, dando a entender que esta no era una patria bárbara sino unos cuantos vagones atrás en el tren del progreso.

Durante el siglo XX la participación de Colombia en estas ferias sufre un retroceso mayor. Luego de la presentación en la Feria Mundial de Chicago en 1893, Colombia vuelve a participar en la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929 con una muestra de productos agrícolas. Después de esta exposición, Colombia vuelve a tener presencia en estos eventos masivos de una manera más seguida, retomando desde Osaka y Okinawa en la década de 1970, es decir, 40 años más tarde de haber firmado y ratificado su inclusión en la BIE en 1930 y habiendo pasado al menos 25 exposiciones, hasta el año 2015 en Milán, Italia.

Los motivos de esta intermitente y baja presencia de Colombia en estos escenarios internacionales, son diversos, entre los que se encuentran la falta de voluntad política, la falta de presupuesto o simplemente la falta de coordinación entre los actores públicos y privados que podrían hacer parte de esta empresa. No obstante y a pesar de los múltiples inconvenientes, hay que resaltar que Colombia de alguna forma siempre se ha esforzado por mostrar al mundo una cara más amena y civilizada de lo que es internamente con resultados

relativamente ambivalentes y poco afortunados al principio, pero que ha venido mejorando con el paso de los años.

De la presentación de materias primas junto a sus derivados y objetos personales de colombianos residentes en el exterior y en los países anfitriones de estas Ferias, pasando por producciones artesanales, agrícolas, literarias, científicas e industriales, a la presentación de compromisos políticos en agendas multilaterales, Colombia ha sabido mejorar su presentación en las Ferias y Exposiciones Internacionales, mostrando no sólo materias primas y productos manufacturados sino además una imagen impactante que la haga conocida, atractiva y prometedora frente al mundo y a la sociedad en el exterior. Pero ha sido un camino, lleno de desinterés, negligencia y falta de presupuesto, políticas y consensos.

El siglo XIX; una lenta y frustrante creación de la imagen nacional en el exterior

Como anteriormente se mencionó, Colombia ha figurado en estas exposiciones desde 1851 en Londres. No obstante, en dicha feria el país no era propiamente Colombia sino que era la República de la Nueva Granada, conformada por las actuales naciones de Colombia y Panamá. Así mismo, para esta presentación no se contó con apoyo oficial y tuvo poco apoyo privado, haciendo de esta una menguada colección compuesta de las posesiones personales de Rufino Cuervo, junto a un grupo de entusiastas compatriotas –Lino de Pombo, José Manuel Restrepo, Pedro Fernández Madrid y Juan Manuel Arrubla, quienes fueron sus artífices.

Los diarios oficiales de esta exposición relatan que los países invitados tenían un espacio que era considerado como justo, dependiendo las proporciones del expositor y el cual podía disponer de él de forma absoluta; la Nueva Granada participó con un área de 500 pies cuadrados, poco más de 45 metros cuadrados, ubicada en el área Sur, S.1⁷⁹. Sobre los productos presentados, estos fueron principalmente cacao, tapioca, nuez moscada y algunas esmeraldas de Muzo⁸⁰ las cuales estaban en estado *en bruto* y vienen en diferentes estados de pureza. Las de mayor tamaño tienen un color suave y con pocos defectos. Además de ser clasificadas dentro de la Clase 1 del Reino Unido y al ser comparadas con otros ejemplares,

⁷⁹Robert Ellis, *Official Descriptive and Illustrated Catalogue of the Great Exhibition of the works of industry of all nations*, vol. 1 (Londres: Spicer Brothers, Wholesale Stationers; W. Clowes and sons printers, 1851), 16.

⁸⁰Frédéric Martínez, *El nacionalismo cosmopolita. La referencia europea en la construcción nacional en Colombia, 1845 - 1900* (Bogotá: Banco de la República, 2001), 277.

mostraron una gran ventaja y superioridad⁸¹. Este tipo de reconocimiento también lo obtuvo el tabaco, el cacao y los metales⁸².

En los años de 1855, 1867, 1878 y 1889 son celebradas en París las siguientes exposiciones universales. La presentación de Colombia en estas exposiciones no varía mucho de lo que se hizo en Londres. Además de las esmeraldas presentadas en Londres, se presentan otros minerales tales como el oro, la plata, el hierro y el cobre, así como productos botánicos tales como las hojas del tabaco, granos de café, y quina, además de sus derivados de manufacturas⁸³. En 1867 se presentan productos naturales gracias al botánico José Jerónimo Triana, quien también era cónsul en París. Sin embargo es básicamente “un envase de tintura verde extraída de la chilca, una planta que crece en el Sur de Colombia, con el cual gana un premio de 3000 francos y un diploma”⁸⁴.

Para la Exposición de 1878 se muestra evidencia del progreso de Colombia en los campos de la botánica y la pedagogía, los cuales se traducen en una premiación en ambas categorías. El área de pedagogía gana una medalla de bronce y en el área de la botánica gana una medalla de oro gracias a los trabajos realizados a partir de la Comisión Corográfica, especialmente por el estudio de la quina⁸⁵, además de un reconocimiento por las autoridades gubernamentales de Colombia⁸⁶. No obstante este reconocimiento, Colombia llegó a último momento, sin mayor presupuesto ni “riquezas” y su comitiva fue alojada en un pequeño espacio dentro del pabellón de Guatemala⁸⁷.

A pesar de estos pequeños éxitos, la presentación de Colombia en la exposición de 1889 estuvo cerca de no llegar a buen término debido a que el comisionado para dicha presentación en Colombia, el señor Vicente Restrepo aconsejó al gobierno prescindir de figurar en dicha

⁸¹Robert Ellis, *Official Descriptive and Illustrated Catalogue of the Great Exhibition of the works of industry of all nations*, vol. 5 (Londres: Spicer Brothers, Wholesale Stationers; W. Clowes and sons printers, 1851), 1430.

⁸²Ellis, *Official Descriptive and Illustrated Catalogue of the Great Exhibition of the works of industry of all nations*, 1851, 1:203, 1430.

⁸³E. Panis, *Catalogue Officiel de L'Exposition de L'industrie de toutes les nations* (París, 1855), 224.

⁸⁴Frédéric Martínez, *El nacionalismo cosmopolita. La referencia europea en la construcción nacional en Colombia, 1845 - 1900* (Bogotá: Banco de la República, 2001), 277.

⁸⁵Cara Isabel Botero, *El redescubrimiento del pasado prehispánico de Colombia: viajeros, arqueólogos y coleccionistas 1820 - 1945* (Bogotá: ICANH - Universidad de los Andes, 2006), 125.

⁸⁶Martínez, *El nacionalismo cosmopolita. La referencia europea en la construcción nacional en Colombia, 1845 - 1900*, 278.

⁸⁷Cara Isabel Botero, *El redescubrimiento del pasado prehispánico de Colombia: viajeros, arqueólogos y coleccionistas 1820 - 1945*, 125.

exposición⁸⁸. Sin tener apoyo oficial, el cónsul Triana vuelve a organizar la presentación en dicho escenario y debido a la falta de apoyo oficial, la comitiva estuvo alojada bajo el pabellón de la República de Uruguay⁸⁹.

A pesar de los contratiempos, esta presentación tuvo un cambio muy significativo en cuanto a la concepción de riquezas nacionales. Además de mostrar esmeraldas y productos naturales en bruto, se exhibieron también las formas de vida cotidiana, tipos de razas en modelos de cera, y la representación cartográfica del territorio nacional, creadas a partir de la Comisión Corográfica. Fue la primera vez que hubo un catálogo de biodiversidad, pues “por primera vez, la historia natural introdujo en la escena internacional diversas variedades de mariposas, insectos, aves y serpientes”⁹⁰, demostrando no sólo que el país se conoce a sí mismo y a sus riquezas, sino también planteando el hecho de que las riquezas también pueden ser naturales y humanas y no solamente industriales.

Empero, lo más destacado fueron los artefactos de las culturas prehispánicas, no tanto por su oro, ya que también había cerámicas exhibidas, sino porque esto supuso la presentación de Colombia con un pasado prehispánico ante el mundo; aunque es discutible hasta qué punto era la posición oficial del gobierno nacional y no una posición tomada de manera unilateral por el cónsul Triana. Sin embargo esto significó que se aceptaba que Colombia antes de ser hispánica era indígena, lo cual daba pie para imaginar y “perfilar a Colombia como una nación con una historia milenaria.”⁹¹ Muestras de cerámicas de Antioquia, Chiriquí y Panamá, pinturas del sitio arqueológico de San Agustín además de orfebrería en oro tales como figuras humanas, cascos, junto con detalles de su proceso hicieron parte de esta muestra.

A pesar de lo anterior, la representación de Colombia en estas exposiciones era sumamente reducida tanto en piezas de exposición, como en presupuesto. Los más grandes logros, tales

⁸⁸ Botero, *El redescubrimiento del pasado prehispánico de Colombia: viajeros, arqueólogos y coleccionistas 1820 - 1945*, 125

⁸⁹ Rebecca Earle, *The Return of the Native; Indians and Myth-Making in Spanish America, 1810 - 1930* (Durham: Duke University Press, 2007), 148.

⁹⁰ Botero, *El redescubrimiento del pasado prehispánico de Colombia: viajeros, arqueólogos y coleccionistas 1820 - 1945*, 125

⁹¹ Botero, *El redescubrimiento del pasado prehispánico de Colombia: viajeros, arqueólogos y coleccionistas 1820 - 1945*, 126

como “leyes, instituciones, promesas y esperanzas republicanas”⁹² eran intangibles y los tangibles (el patrimonio artístico prehispánico, productos minerales, vegetales o artesanales⁹³) no mostraban progreso, mostraban barbarismo y atraso, al menos industrialmente hablando.

Debido a esta inconsistente y pequeña figuración en las Exposiciones Internacionales durante el siglo XIX, es probable que Colombia no dejara de tener una imagen de ser un país pequeño, sin industria y atrasado más no un país bárbaro; los reconocimientos obtenidos por sus avances en las ciencias, la lingüística y la botánica y zoología, daban cuenta de un país en progreso y relativamente comprometido con ello, pero definitivamente no de uno industrializado y moderno, motivo por el cual Colombia no pudo obtener la tan anhelada inmigración que se necesitaba para industrializar el país, tal y como el cónsul Triana deseó.

El siglo XX; un demorado camino de posicionamiento

Para el siglo XX la situación no era muy diferente de la del siglo anterior. A pesar de los reiterados reclamos de personajes que insistían en una mejor participación de Colombia en las Exposiciones Internacionales, han sido muy pocos y muy lentos los pasos que se han dado para el posicionamiento de Colombia en el exterior a través de estas vitrinas mundiales.

Desde el ámbito interno, se evidencia que sigue una apatía muy fuerte con respecto a la realización de las Exposiciones por parte de los encargados de realizarlas. Cuando se realizó la Exposición del Centenario en Colombia, en 1910, la junta organizadora redacta una carta de renuncia en la que se comenta con cierta frustración y decepción que dicha junta:

Durante sus labores se vio rodeada de indiferencia, de una frialdad generalizada que paralizaba sus actos y neutralizaba sus esfuerzos. En la nación faltaba no solamente falta de entusiasmo sino fe, certidumbre en la realización de los festejos (pues) el país revela más que nunca la ausencia de espíritu público⁹⁴.

Esta mencionada “ausencia de espíritu público” puede ser un tanto exagerada, tratándose de la sola participación en las Exposiciones Internacionales, aunque sí hace cuestionar sobre la

⁹² Martínez, « ¿Cómo representar a Colombia? De las exposiciones universales a la Exposición del Centenario, 1851 – 1910», 321

⁹³ Martínez, « ¿Cómo representar a Colombia? De las exposiciones universales a la Exposición del Centenario, 1851 - 1910», 322

⁹⁴ Martínez, « ¿Cómo representar a Colombia?», 321

promoción de Colombia en el exterior, pues al ser una vitrina de tipo mundial no sólo se pierden oportunidades de negocios o incluso de estar actualizados en la dinámica y cambiante política internacional, sino que también resulta mucho más compleja la labor de crear imaginarios sobre el país y generar una opinión positiva sobre este, a través de nuestra cultura, riquezas naturales y productos industriales.

A pesar de lo anterior, y de sólo haber asistido a 13 de las 58 exposiciones aceptadas por la *BIE* las asistencias de Colombia han sido relativamente positivas y generado un gran impacto entre los asistentes tanto a la exposición como al pabellón. En el caso de asistir, se muestra un esfuerzo muy importante en hacer que Colombia no quede mal y se muestre de una forma que valga la pena ser recordado. Desde la Exposición Iberoamericana de Sevilla hasta Expo Milán, la participación de Colombia ha sido admirada y ha ganado cada vez más elogios en sus participaciones como la participación en Expo Milán 2015 donde el pabellón de Colombia fue el más votado en una encuesta realizada por el diario italiano *La Repubblica*⁹⁵, además de mantener cordiales las relaciones diplomáticas con los países invitados y principalmente con el anfitrión.

En 1929 se celebró en España la Exposición Iberoamericana de Sevilla, la primera Exposición Internacional del siglo XX reconocida por el *BIE* posteriormente. Aunque Colombia tuvo una participación un tanto accidentada al principio, probó ser un gran éxito, no sólo por sus productos de impresionante calidad, sino por el mismo pabellón, el cual resaltaba por sobre los demás al ser un interesante y novedoso ejemplo de sincretismo tanto arquitectónico como religioso y cultural.

Para esa oportunidad, los encargados de dirigir la presentación fueron el cónsul colombiano en Sevilla, el señor Ernesto Restrepo Tirado, y el Comisario General de la Exposición, el señor Roberto Pinto Valderrama. El pabellón fue construido en dos etapas y por dos personas distintas, generando así el sincretismo arquitectónico. Se trataban del arquitecto español José Granados de Vega, quien

⁹⁵Ministerio de Relaciones Exteriores - Sala de prensa, «El Pabellón de Colombia en Expo Milán es el más votado en encuesta del diario La Repubblica», junio de 2015.

“trató de evocar la arquitectura colonialista⁹⁶ que impera en la República sudamericana, recordándonos la tipología de la arquitectura monumental, recogida fundamentalmente en las iglesias católicas que se construyeron durante los virreinos españoles del siglo XVIII”⁹⁷.

No obstante, los delegados de Colombia reconsideraron la evidente hispanidad del edificio y decidieron que lo más conveniente para Colombia, era exaltar nuevamente su *pasado milenario*, pues a pesar de ser hijos de España, había algo mucho más antiguo y digno de presentar como propio, “constituyéndose como el mejor símbolo de indigenismo en la Iberoamericana y la mejor síntesis de manifestaciones artísticas que reflejan el relato cosmológico y el origen del hombre como expresión de la identidad nacional”⁹⁸.

Siendo esto un problema, aparentemente muy importante, se pensó en el escultor colombiano Rómulo Rozo, pues “no era un artista académico europeo ni un colombiano con formación tradicional. El perfil apropiado era el de un artista arriesgado y novedoso”⁹⁹. Rozo pronto se apropió del edificio y modificando aspectos de diseño y simbolismo, creó un espacio donde confluía el diseño arquitectónico colonial español con uno de tipo cultural prehispánico; un exterior occidental con un interior aborígen, donde lo español guarda bajo robustas paredes llenas de tradición ibérica un tesoro histórico indígena todavía más antiguo, valioso y poderoso.

Esculturas de serpientes flanqueando la entrada del pabellón, una gran escultura de la diosa Bachué ubicada en el centro del pabellón, marquesinas hechas de vitrales que iluminaban el interior del pabellón, esculturas de ranas sosteniendo las torres principales y cuyos capiteles estaban moldeados con rostros que evocaban a los habitantes precolombinos y frisos de

⁹⁶ Aunque el texto original se refiere a “colonialista”, se considera que el término apropiado es “colonial”, pues no sólo se está refiriendo a la época colonial de Colombia, sino además el término “colonialista” indica una acción (la de colonizar) mientras que el término “colonial” es un adjetivo que describe no sólo una época, sino también una cultura y su pertenencia a esta.

⁹⁷ José María Cabeza Méndez, «Pabellón de Colombia», *Aparejadores* 22 (junio de 1987).

⁹⁸ Amparo Graciani, «La Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929: contextualizando la presencia colombiana», en *1929. El Pabellón de Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla*, de Amparo Graciani y Christian Padilla (Bogotá: Editorial la Bachué, 2014), 34.

⁹⁹ Christian Padilla, «Una fachada para mostrar: Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla (1929 – 1930)», en *1929. El Pabellón de Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla*, de Amparo Graciani y Padilla Christian (Bogotá: Editorial la Bachué, 2014), 45.

esmaltes multicolores, entre otras esculturas y obras de arte¹⁰⁰, formaron parte de la historia y cultura prehispánica que se quiso reconocer en la madre patria por medio de la estructura misma del pabellón nacional.

Los productos presentados fueron en gran medida muy similares a los de las demás exposiciones; manufacturas con materias primas como tapices, fotografías de paisajes y costumbres, mapas de la geografía nacional mostrando accidentes geográficos y extensión comparada con España, productos agrícolas y minerales, libros y catálogos y el tesoro de los Quimbayas; una colección de 123 piezas funerarias de oro puro que impacta no sólo por su gran cantidad de piezas sino porque muestra la destreza técnica y calidad artística que logró este pueblo para manejar el precioso metal.

Este tesoro, sin embargo, no era propiedad del Estado Colombiano. Debido a que en su momento no se pensaba su valor como patrimonio histórico o cultural, pues el concepto de patrimonio cultural no fue desarrollado sino hasta 1972 por la UNESCO en su convención número 17, este tesoro fue entregado por el presidente Carlos Holguín a la Reina María Cristina de España en 1893 como forma de agradecimiento a la regente española por ayudar en el laudo arbitral para establecer las fronteras entre Colombia y Venezuela favoreciendo a Colombia, haciendo a España propietaria. Pero a pesar de lo anterior, es una parte muy importante de la historia prehispánica colombiana, razón por la cual se le pidió prestado al Gobierno Español. De igual manera hubo dos productos que se llevaron la atención y admiración de los asistentes. Las esmeraldas, avaluadas en unas 40 millones de pesetas, y el café, que empezó a tener el potencial de ser el producto insignia de Colombia en el exterior.¹⁰¹

Durante este tiempo sucedió un acontecimiento que cambiaría la forma de concebir las exposiciones; desde el año de 1928 hasta 1931, se fundó y entró en funciones el *Bureau International des Expositions*, BIE con el fin de darle orden, sentido y calidad a las exposiciones internacionales que se estaban realizando y se realizarían. Esto debido a que los Estados anfitriones dictaban sus propias reglas en cuanto a la organización, diseño,

¹⁰⁰Ricardo Rivadeneira, «Colombia y el mundo en la obra de Rómulo Rozo», en 1929. *El Pabellón de Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla*, de Amparo Graciani y Christian Padilla (Bogotá: Editorial la Bachué, 2014), 110.

¹⁰¹Padilla, «Una fachada para mostrar: Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla (1929 – 1930)», 72-76.

planeación y fecha, evidenciando la carencia de reglas claras y coordinación a la hora realizar estos eventos mundiales.¹⁰²

Debido a esta nueva situación, Colombia mostró su interés en anexarse a este Bureau desde su fundación que se tradujo en la firma en París por parte del delegado del gobierno el señor José de la Vega de la “*Convención referente a las Exposiciones Internacionales, su Protocolo y el Protocolo de firma*”, el 22 de Noviembre de 1928, no obstante y debido a los protocolos de firma y ratificación por parte de los Estados signatarios, que otorgaba un plazo de firma hasta 1929, no fue ratificado en Colombia sino hasta 1930 bajo la ley 52 del mismo año. A pesar de lo anterior, es necesario aclarar que dicha ley no implica una política pública para las Exposiciones Internacionales en Colombia, solamente perfecciona la anexión a un organismo multilateral, la cual no genera obligaciones de participación.

A partir de la Exposición en Osaka en 1970, Colombia empieza a figurar no sólo en las exposiciones nuevamente, sino que empieza a ingresar en mercados extranjeros con productos que son exhibidos en su pabellón. La selección de café colombiano logra afianzar su posición adquiriendo renombre en el mercado asiático¹⁰³. El pabellón fue diseñado por el artista Omar Rayo y es recordado por albergar obras de Alejandro Obregón y Fernando Botero; la música de La Negra Grande de Colombia y esmeraldas, que dieron pie para el lanzamiento de la marca Emerald Mountain, destinada a generar el comercio de esmeraldas entre Colombia y Japón.¹⁰⁴

En exposiciones recientes se ha visto todavía una mayor actividad tanto comercial como política y cultural. Desde 1992, con la celebración del V Centenario del descubrimiento de América, en la Exposición de Sevilla y Génova, Colombia ha tenido una participación mucho más fuerte y reiterada, además de más documentada y rica en productos y resultados. Un ejemplo es la participación de Colombia en Expo Hannover 2000, donde Colombia brilló por dos motivos. El primero por el éxito del pabellón diseñado por el bogotano Daniel Bonilla y la exhibición de las riquezas orfebres del museo del Oro.¹⁰⁵ El segundo motivo de

¹⁰²Bureau International des Expositions, «Our History», s. f., <http://www.bie-paris.org/site/en/bie/our-history>.

¹⁰³Redacción, «Colombia en otras expo Colombia en la historia de las exposiciones internacionales», *Expo Millan 2015*, 2015, <http://www.colombiaexpomilan.co/expo-2015/colombia-en-otras-expo>.

¹⁰⁴Gonzalo Robledo, «Juan Valdez a la japonesa», *El Espectador*, 29 de septiembre de 2012, <http://www.elespectador.com/noticias/economia/juan-valdez-japonesa-articulo-378312>.

¹⁰⁵Redacción, «Colombia en otras expo Colombia en la historia de las exposiciones internacionales».

enaltecimiento de Colombia en Expo Hannover, vino por el reconocimiento al Pabellón Zeri del Arquitecto Simón Vélez el cual fue creado con un discurso donde afirmaba que” la solidez y simetría perfecta de la guadua finamente instalada da testimonio de un país donde ningún mal le doblega sus ansias de salir adelante”¹⁰⁶.

En Expo Zaragoza 2008, cuyo comisionado fue el ex gobernador de Cundinamarca, Álvaro Cruz, el café de Colombia de la mano de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, participó con una muestra de café nacional sirviendo degustaciones diarias (alrededor de 3000) posicionando de esta forma no sólo el producto, sino la marca y denominación de origen del café colombiano y su calidad única¹⁰⁷.

Si bien es cierto que durante un excesivo tiempo no ha existido una política pública con respecto a esta materia, los gobiernos y particulares en el exterior, especialmente en el siglo XIX, han sabido improvisar bastante bien las salidas a esta desafortunada falta de interés, políticas y presupuesto, en este caso culturales y de política exterior, pues es reiterativa la observación de los escasos recursos presupuestales que se asignan a estas empresas en los informes al Congreso.

En el libro oficial de Colombia en Expo Yeosu 2012, “Colombia: Un compromiso de costa a costa”, se habla de la necesidad de crear una política pública con el fin de concebir una institucionalidad con respecto a estos eventos. Este llamado fue escuchado por el Ejecutivo y el 12 de Agosto de 2014 fue expedido el Decreto 1510 de 2014 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

*Por el cual se regula la participación del Estado Colombiano en las exposiciones internacionales oficialmente registradas o exposiciones internacionales oficialmente reconocidas por la “Oficina Internacional de Exposiciones”.*¹⁰⁸

Este nuevo marco normativo crea una comisión intersectorial la cual se encargaría de coordinar y gestionar la participación de Colombia en las Exposiciones Internacionales,

¹⁰⁶Gabriel Gaviria Ángel, «Expo Shanghái: la oportunidad de oro», en *Colombia y China: treinta años de amistad y cooperación* (Bogotá: Comité Editorial Ministerio de Relaciones Exteriores, 2010), 52.

¹⁰⁷Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, «Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario», 2008, 65.

¹⁰⁸Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, «Decreto 1510», 2014, 1.

definiría las funciones del Comisario General, el Secretario técnico y la asignación y destinación inicial de los recursos, más no establece una normatividad que exprese una asignación presupuestal fija de alguna entidad, sino que lo deja a la capacidad que tenga la Comisión de conseguir recursos, lo cual no cambia el panorama presupuestal con respecto a la planeación de las demás exposiciones.

A pesar de lo anterior, esto es un desarrollo muy positivo e interesante de nuestro ordenamiento jurídico, en la medida en que estas exposiciones son un escenario ideal que tiene Colombia para presentarse ante el mundo de una manera relativamente honesta pero muy optimista a través de su cultura, su potencial como país emergente y como aliado de una economía con ansias de crecer más al diversificar de manera notable y rápida sus aliados en las materias que se traten en la exposición a la que se asiste, además de aportar su experiencia y conocimiento para la construcción de un mejor futuro para la humanidad, cumpliendo así el objetivo humanista de las Exposiciones: “llevar la paz, el amor, y la asistencia dispuesta, no sólo entre individuos, sino entre las naciones de la tierra”.

Desafortunadamente este desarrollo fue posterior a las exposiciones que serán objeto de análisis en el siguiente capítulo así que su efectividad no puede ser examinada. Aun así esto no es necesario para analizar la identidad nacional que se presenta en estos eventos, ya que esta política no ofrece ninguna guía sobre selección de contenidos, participantes o montajes. Lo que sí es importante rescatar es que se ha notado una intención verdadera en hacer ver al país de una forma diferente y positiva, alejada de los muy fuertes y marcados estereotipos de violencia y narcotráfico que se tiene de Colombia en el exterior.

Aunque afortunadamente para los inversionistas, empresarios y políticos nacionales, estas presentaciones han tenido un éxito que no sólo supera las expectativas iniciales, sino además ha generado un referente en el exterior que puede rivalizar con el estereotipo generalizado, desplazándolo por un tiempo mientras se desarrolla la expo y Colombia se presenta como un país productor de un gran talento artístico, investigativo o simplemente como un país rico en historia y cultura ancestral, generando así distintos referentes sobre el país, su gente, sus productos y, por supuesto, su economía y facilidades de inversión y negocios. Pero generar estos nuevos referentes es más complejo de lo que se podría pensar, no tanto por su logística o presupuesto, sino más que nada por la generación de estos referentes y la interpretación que se le pueda dar. Así que, ¿Cómo lo hacen?

Sección 2 – Colombia en las Expo de Sevilla, Lisboa y Shanghái

Capítulo 3 – Proyecciones de la imagen nacional. Una mirada analítica a tres Expo

Expo Sevilla '92

Siendo la conmemoración del V Centenario de la llegada de Cristóbal Colón al continente americano, las organizaciones culturales del mundo y de España, más propiamente, no estuvieron ajenas a este evento. Celebración de regatas en honor a la ruta de Colón, revitalización de centros históricos españoles, cooperación con organizaciones indígenas y afroamericanas o programas de investigación sobre arqueología naval y submarina hicieron parte de las actividades españolas para conmemorar esta fecha¹⁰⁹.

Al llegar el V Centenario de la llegada de Colón a América uno de los eventos más esperados fue esta exposición que tenía la intención de mostrar la relación histórico-cultural de España con América Latina, aunque luego la Expo proporcionó una imagen lúdica y consumista, acorde con la modernidad europea y más sometida a la economía *yankee-japonesa*, pues más que una celebración por este acontecimiento, resultó siendo en su mayoría una exhibición de mercado y negocios dentro del recinto de exposición pero ocultando las escasas y muy pobres relaciones entre España y sus antiguas colonias¹¹⁰.

Para esta ocasión Colombia se presentó con una imagen renovada en todo sentido. No sólo quiso mostrarse ante el mundo para crear una imagen positiva, de estabilidad y nuevas oportunidades económicas, reemplazando así la pobre y mala imagen que se tenía gracias a la violencia, narcotráfico y corrupción, sino también para exaltar las nuevas relaciones que el Estado colombiano tenía con las comunidades minoritarias, sean indígenas, negros o raizales gracias a la nueva Constitución Política, proclamada hacía menos de un año. Esta hacía oficialmente de Colombia un país con múltiples etnias y culturas y, aunque el desarrollo de esta nueva visión política era incipiente, al menos se tenía la imagen e intención de profundizar no sólo en su reconocimiento, sino también en su protección.

¹⁰⁹Jordi Borja, «El V Centenario y la imagen de España en el mundo», *Anuario Internacional CIDOB* 1 (1992): 91.

¹¹⁰Jordi Borja, «El V Centenario y la imagen de España en el mundo», 93

La Expo

Creada oficialmente por el Real Decreto 775 de 1989 pero planeada desde por lo menos 1987 cuando se aprobó el reglamento general para dicha exposición en la Asamblea General de la Oficina de Exposiciones Internacionales¹¹¹, la Exposición Internacional de Sevilla se llevó a cabo entre el 20 de abril y 12 de Octubre de 1992 en la ciudad de Sevilla en España. Según datos oficiales del BIE tuvo una asistencia de 41'814.571 personas y tuvo una extensión de 215 hectáreas en la Isla de la Cartuja, a orillas del río Guadalquivir, proporcionándole así una forma de acceso acorde con la temática de navegación; en barco por el río. La entrada por cualquiera de sus seis puertas (Aljarafe, Real, Triana, Guadalquivir, de la Barqueta e Itálica) costaba 150 pesetas que para el cambio colombiano eran alrededor de mil pesos colombianos¹¹². Su mascota oficial se llamaba *Curro*, una especie de pájaro blanco con patas de elefante, cresta y pico cónico multicolor el cual ha llegado a convertirse en un ícono y el recuerdo más grato de Expo Sevilla a tal punto que todavía, luego de 23 años, se siguen vendiendo representaciones de peluche de este personaje¹¹³, así como llaveros y demás elementos de promoción comercial.

Para el desarrollo temático de esta exposición, se diseñaron varios pabellones que desarrollaban las distintas áreas de interés para los organizadores. Entre ellos se encuentran el Pabellón de la Naturaleza cuya idea era la de mostrar la flora de América en un invernadero. El Pabellón de la Navegación cuya idea fue mostrar la historia de la navegación, las expediciones científicas, los descubrimientos y el desarrollo de las técnicas de ingeniería naval. Adicional a esto, se amarraron réplicas de las tres carabelas con las que Cristóbal Colón llegó a las costas caribeñas, además de la Nao Victoria, la primera embarcación de España en ser enviada a las Islas de las Especias, hoy el archipiélago de las Molucas. El pabellón Siglo XV el cual fue dedicado a la historia de Europa durante ese siglo los cuales incluyeron avances en la técnica (impresión), la sociedad (el renacimiento), lo político (nuevas concepciones de Estado) y el descubrimiento de América como hito de este siglo.

Uno de los pabellones más prometedores y a su vez polémico fue el Pabellón de los Descubrimientos, pues estuvo pensado para hacer de este una suerte de museo del

¹¹¹Presidencia del Gobierno, «Real Decreto 775/1989 Por el que se crea la Sección Española en la Exposición Universal de Sevilla 1992», 1989, p. art. 1.

¹¹²Pilar Tafur, «Expo Sevilla metro a metro», *Credencial*, Agosto de 1992, 42.

¹¹³ Una de las empresas que participaron en la promoción de Expo Sevilla, «*Peluches Cel*», fabrica y vende estos ejemplares a un precio de 18 euros.

descubrimiento de América. Esto presentaba un problema muy grande, pues se decía que la Exposición tenía una visión desde el punto de vista peninsular cuando debía ser desde un ángulo americano y esto pudo haberse visto reflejado en esta visión del descubrimiento. A juicio de Germán Arciniegas, presidente de la Comisión para el V Centenario en Colombia, esta era una fiesta de y para América, pues los indios, los mestizos y los blancos son los que construyeron el continente americano y no los españoles desde la península¹¹⁴. Desafortunadamente el pabellón tuvo un desenlace muy trágico debido a que sufrió un incendio dos meses antes de la apertura de la Exposición del cual sólo se salvó un teatro, poniendo así cualquier interpretación sobre el mismo una suerte de especulación y prejuicio.

Estos, junto con el Pabellón del Futuro y el Monasterio de La Cartuja de Santa María de las Cuevas, célebre por ser el hospedaje final de Cristóbal Colón durante el siglo XVI, fueron los pabellones temáticos que hicieron parte de esta exposición. Pabellones destinados a mostrar la historia del Imperio Español por medio de los descubrimientos que hizo y los desarrollos tecnológicos e intelectuales que lo hicieron posible.

En referencia a los pabellones nacionales, se organizaron dependiendo los países. Con la excepción de México, Puerto Rico, Chile, Cuba y Venezuela, los pabellones de España, sus comunidades autónomas y los demás países iberoamericanos, se ubicaron alrededor de un lago artificial creado para la ocasión¹¹⁵, estos últimos albergados en un gran edificio llamado Plaza de España. Los demás países fueron ubicados en las distintas áreas destinadas a la construcción de pabellones que había en todo el lugar de exposiciones. Esta configuración de pabellones tiene una connotación política muy poderosa en este acontecimiento, pues el hecho de que el pabellón de España fuera el más grande de la Exposición y tuviera no sólo a sus comunidades autónomas rodeando este pabellón, sino también a las antiguas colonias americanas, arroja dos lecturas diferentes.

La primera, es hacer ver el espíritu de amistad y unión entre España y sus colonias, además de mostrar la relación histórico-cultural de España con América Latina, como efectivamente era la intención oficial de esta exposición. La segunda, más aceptada entre americanistas y críticos a la exposición, es mostrar no tanto la relación que hubo entre España con América

¹¹⁴Redacción, «La pelea del quinto centenario», *Semana*, s. f., <http://www.semana.com/nacion/articulo/la-pelea-del-quinto-centenario/14492-3>.

¹¹⁵Ayesa, «Plano General de la Expo - 92.» (Sevilla: AYESA, 1992).

Latina, sino mostrar su poder y primacía política frente a los países de la Plaza de América, llegando a hacer pensar incluso que los países latinos no eran invitados especiales sino que aparecían más por cortesía y para ser mostrados como los parientes pobres¹¹⁶ de España mientras esta contaba su triunfante relato de la llegada a América con réplicas de las carabelas de Colón e imágenes de su época de conquista a través del pabellón más grande de toda la exposición.

Esto tiene sentido en cuanto al hecho de que esta plaza está junto a las comunidades autónomas españolas; territorios constitucionalmente españoles y los cuales conforman el reino actual y de la época, todos dentro de la misma área, delimitada y apartada del recinto general de exposiciones (Ver Anexo 4, Expo Sevilla 1992). ¿Podría ser que en cierto modo España siguiera viendo a América Latina como una extensión de sí misma; como un territorio de “ultramar” o una suerte de *Commonwealth* hispánica? En principio no, pero es una lectura válida, no sólo por la particular ubicación espacial asignada sino también por las críticas que de ella surgieron.

Colombia en Expo ‘92

La participación de Colombia en Expo Sevilla ‘92 fue la excusa perfecta para dar a conocer el nuevo país que pretendía ser. Hacía menos de un año que se había anunciado la creación una nueva carta política, la Constitución Política de Colombia de 1991 que fue proclamada el 4 de Julio de 1991 en el salón elíptico del Capitolio Nacional. Esta nueva carta política significó avances sociales y en derechos colectivos, así como una nueva forma de pensarse a sí mismo y cuyo fin era el de “fortalecer la unidad de la Nación”¹¹⁷. Esto se reafirmó gracias a la inclusión de comunidades que antes no estaban reconocidas ni protegidas por esta norma suprema, y aunque el artículo que las reconoce es algo abstracto, sí es explícito en afirmar su reconocimiento y protección; “El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana”¹¹⁸.

Siendo múltiples los avances y cambios de esta constitución con respecto a la anterior de 1886, el factor étnico y cultural es fundamental y principal para Expo ‘92, pues es gracias a este que Colombia exaltó su identidad en la mencionada exposición. En una reseña realizada

¹¹⁶Marina Waisman, «Una mirada americana. La Expo desde el otro lado del Atlántico», *Monografías de Arquitectura y Vivienda*, 1992, 34.

¹¹⁷República de Colombia, *Constitución Política de Colombia* (Bogotá: Temis, 2015) Preámbulo.

¹¹⁸República de Colombia, *Constitución Política de Colombia*, art. 7.

por la directora del Museo del Oro de Colombia, Clemencia Plazas, a la Sociedad Estatal para la Exposición Universal de Sevilla 92, afirmó que los grupos y culturas que antecedieron a la conquista y a la colonia, recuerdan y reafirman que Colombia es una sociedad multiétnica y de los cuales Colombia se siente orgullosa.¹¹⁹

Partiendo de ese punto, la identidad de Colombia en esta exposición tendría como fundamento este tipo de culturas y nuevas gentes que antecedieron a los españoles y sobrevivieron a pesar de ellos y de la época de la República donde ya se era libre de España pero se vino una catástrofe social para ellos, pues no sólo eran excluidos de la sociedad sino que sus tierras y dominios ancestrales fueron sistemáticamente invadidos por terratenientes, latifundistas y empresarios despojándolos así no sólo de derechos sino de su propio territorio.

Esto puede ser leído como un giro no sólo a las políticas públicas, sino a la forma en cómo estas comunidades son abordadas y tenidas en cuenta. Históricamente las comunidades étnicas han sufrido una constante discriminación por parte del Estado, paradójicamente desde la creación de la República en el S. XIX. Esta discriminación es confirmada oficialmente con las múltiples constituciones nacionales que Colombia tuvo durante su nacimiento como república en todo el siglo XIX, donde no existe ni una sola mención a los grupos indígenas, afrocolombianos o incluso grupos marginados como los campesinos.

Desde mediados del siglo XIX hasta mediados del siglo XX estas situaciones sociales se caracterizaron por “una agresiva política contra las tierras comunales indígenas, principalmente las de la región andina”¹²⁰ fomentando una política de negación de las culturas y de las sociedades indígenas, debido al planteamiento de Laureano Gómez en su conferencia “*Interrogantes sobre el progreso de Colombia*” en el año de 1928, en el cual tácitamente se refiere a los indios y a los “negros” con estigmas de inferioridad racial y que no eran compatibles con la visión de un Estado en progreso¹²¹.

¹¹⁹Clemencia Plazas, «Museo del Oro del Banco de la República, Bogotá», en *El oro de América* (Sevilla: Centro de Publicaciones Expo'92 S.A., 1992), 14.

¹²⁰Myriam Jimeno Santoyo, «Los indígenas colombianos, hoy: su situación real, problemas y alternativas», *Credencial Historia*, 1992, 1.

¹²¹Roberto Pineda Camacho, «ESTADO Y PUEBLOS INDIGENAS EN EL SIGLO XX La política indigenista entre 1886 y 1991», *Credencial Historia*, febrero de 2002, <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero2002/estado.htm>.

Entrada la segunda mitad del siglo XX se empezó a tener una conciencia de estas comunidades. La Ley 135 de 1961 genera un proceso llamado “Reforma Agraria”, la cual implicó el reconocimiento de tierras a los grupos indígenas quienes empezaron a hacer reclamos sobre sus tierras colonizadas, un proceso que duró hasta mediados de la década de 1980, que si bien les dio la oportunidad de tener su propia tierra, no significó que fuera efectivo, pues estaban en la periferia de la frontera agrícola y eran terrenos baldíos que la Nación había cedido para tal fin.¹²² No obstante ese detalle que parece más un saludo a la bandera que una verdadera legitimación y reparación a estas comunidades, era el inicio de estas comunidades para recuperar sus tierras de las manos de los colonos y latifundistas.

No obstante estos intereses políticamente prehispánicos, la participación de Colombia también se dio por motivos comerciales. De acuerdo con un documento del Departamento de Planeación Nacional creado para organizar esta presentación, la asistencia y razón principal de Colombia para asistir a este escenario es poder “proyectar al mundo, y a Europa en particular, una imagen positiva y realista de su historia, su presente y su proyección hacia el futuro” al igual que también se destaca que la meta esperada más que generar una buena imagen o hacer ver al mundo lo incluyente que es Colombia ahora, la promoción de inversión extranjera en Colombia por medio de la proyección de nuestra historia, presente y aspiraciones futuras¹²³. Siendo así, la historia prehispánica toma un papel central en esta exposición, otorgándole la razón a Arciniegas cuando afirmó que esta era una fiesta de América y no de España, ya que esta historia es no sólo nuestro pasado reconocido sino también la justificación para asistir y el atractivo del país para atraer negocios y modificar la dañada imagen internacional que tenía el país con la intención de que “al menos el europeo medio oiga hablar de nosotros de una manera diferente”¹²⁴.

Diversidad Étnica y Cultural

Si bien es cierto que fueron múltiples los actores públicos y privados que invirtieron en esta presentación, sí parece haber un entendimiento entre la temática prehispánica como identidad e imagen nacional y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios. La puesta en escena tuvo una inversión de más de seis millones de dólares¹²⁵ en donde el 66% fue aportado por

¹²²Jimeno Santoyo, «Los indígenas colombianos, hoy: su situación real, problemas y alternativas», 2

¹²³Departamento Nacional de Planeación, «Documento CONPES DNP-2553-UDIT. La participación de Colombia en Expo-Sevilla.», 1992, 3.

¹²⁴Redacción, «En pista el V Centenario», *El Tiempo*, 1992.

¹²⁵Exactamente fueron 6'034.000 dólares

empresas del sector público tales como Proexpo, la Federación Nacional de Cafeteros, el Banco de la República, CARBOCOL, ECOPETROL y TELECOM. El 44% restante fue aportado por el Estado por medio de una partida del presupuesto nacional a petición del documento CONPES DNP-2553-UDIT el cual envía esta solicitud al Ministerio de Hacienda.

Siendo el centro de la inspiración para esta exposición, el pasado y la historia precolombina fueron creados en varias formas. Dentro del pabellón se realizó un video sobre la leyenda de El Dorado, dando a conocer así la historia y cultura chibcha junto a las riquezas precolombinas, mencionadas por Clemencia Plazas¹²⁶. De igual manera, se creó una exposición dedicada a estos grupos de antepasados y todavía vigentes expresado en cerámica precolombina y el Tesoro Quimbaya en la Plaza de América, junto con el del Señor de Sipán del Perú. Estas exposiciones fueron muy elogiadas por la prensa española la cual afirmó que era una colección única y de un incalculable valor además de no haber encontrado ningún tesoro de valor similar de acuerdo con las palabras de la directora del Museo de América, María Paz Cabello Carro¹²⁷, además de ser reseñada como “una de las mayores exposiciones organizadas sobre el oro precolombino”¹²⁸.

Por otro lado la investigación y aportes al conocimiento de las culturas precolombinas a partir de este evento son notables para el momento y la ocasión. En primer lugar se editó un libro dedicado a la memoria de estos pueblos llamado “El Oro de América” financiado por la Sociedad Estatal para la Exposición Universal Sevilla 92 donde se exponen y reseñan los pueblos indígenas suramericanos más diestros en manipular el oro, Colombia y Perú. Para el caso colombiano, la reseña la realizan la antropóloga y directora del Museo del Oro de Colombia para la época, Clemencia Plazas y el arqueólogo y curador principal del Museo de América en Madrid, Salvador Rovira Lloréns.

En su artículo, Plazas explica la función del museo (del oro), su creación y de porqué además del servir como bóveda artística para figurillas de oro es el patrimonio más importante que tiene Colombia en torno a sus poblaciones indígenas, pues en este se ven mucho más que oro; se evidencia el patrimonio artístico y cultural de numerosos pueblos colombianos que a la

¹²⁶Jaime Álvarez Corral, «Juan Valdez, de la tele al Pabellón de Colombia», *Expo Hemeroteca*, junio de 2013, <http://www.legadoexposevilla.org/juan-valdez-de-la-tele-al-pabellon-de-colombia/>.

¹²⁷Andrés Fernández Rubio, «400 piezas de oro evocarán la misteriosa leyenda de Eldorado», *El País*, Abril de 1992, http://elpais.com/diario/1992/04/28/cultura/704412001_850215.html.

¹²⁸Redacción, «El Pabellón de América presenta 400 piezas de oro precolombino», *El País*, Abril de 1992, http://elpais.com/diario/1992/04/25/cultura/704152804_850215.html.

llegada de los españoles manipulaban el oro y cuyo legado fueron esas riquezas, tanto artísticas como económicas. Describe así mismo las áreas auríferas del territorio en un mapa junto con las culturas prehispánicas que las habitaron, haciendo no sólo una descripción cultural e histórica de estas gentes en su forma de vida sino además explicando su forma de manipular el metal ya sea puro o en aleación con otros metales. Estas regiones y culturas auríferas están exclusivamente en la zona de las montañas, pues en la Orinoquía o la Amazonía no se muestra evidencia de estas culturas auríferas.

Rovira Lloréns por su parte se dedica a hacer un estudio arqueológico un poco descriptivo sobre el Tesoro de los Quimbaya. Comienza hablando sobre la tarea arqueológica que ha requerido el estudio de los pueblos precolombinos del Caribe para pasar a hablar sobre los Quimbaya, los cuales los exalta a nivel social, político y cultural, así como en su técnica y pericia para manipular el oro para luego pasar a describir el mencionado tesoro; su origen prehispánico describiendo las posibles técnicas utilizadas por este pueblo para manipular el preciado metal ya sea en estado puro o con aleaciones de otros metales como el cobre o la plata, pasando por su descubrimiento a manos de huaqueros a finales del siglo XIX hasta llegar a la cesión de este por parte del presidente Holguín. Finaliza su reseña con una descripción física de algunos de los elementos que componen este tesoro, describiendo las figuras de algunos de los objetos (detalles como las caras o motivos solares que adornaban a algunos de ellos) y dando una posible explicación sobre su uso ya sea ceremonial, funerario o de uso cotidiano.

No obstante esta es una situación utilizada exclusivamente en retrospectiva y con el único fin de decir “esto es lo que tenemos y esta es nuestra historia”; que si bien “estamos orgullosos” del patrimonio prehispánico que tenemos, como aseguró Clemencia Plazas anteriormente, esto no significa que se evaluara o presentara la situación social o incluso histórica de aquellos pueblos por fuera de su pasado prehispánico. Un informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, CIDH, publicado en el año 1993 se refiere en su capítulo XI a los derechos de los indígenas en Colombia, menciona la vulnerabilidad que sufren estos grupos frente a la violencia física de la que todavía son víctimas ya sea de

escuadrones de la muerte o de grupos guerrilleros que frustran sus intentos y reclamaciones de acceso a la tierra¹²⁹.

Del mismo modo, se concluye que gracias al desconocimiento de las autoridades estatales sobre la legislación indígena y su forma de proceder frente a esta, se presentan numerosas trabas para hacer efectivo el reconocimiento de tierras y derechos por parte de estos grupos, no sólo usurpando o desplazando la autoridad legítima indígena sino también abriendo la posibilidad a crear normas contradictorias a la constitución en materia de tierras para estas poblaciones, restringiendo así las garantías de estas al acceso de la tierra y su efectivo dominio y control¹³⁰ haciendo notar de esta forma una serie de deficiencias que deben ser superadas.

La situación anterior es un ejemplo de cómo la imagen es un proceso y a la vez un juego de manipulación en donde los actores involucrados se enfrentan en un tira y afloje para darle o no validez o legitimidad a las situaciones planteadas. A pesar de que efectivamente para esta presentación se realizó un esfuerzo por estudiar y dar a conocer los grupos indígenas, esta forma de representarlos, por medio de objetos arqueológicos y un discurso de orgullo nacional o cultural, esta resulta siendo una información tendenciosa, pues según Sekula, las imágenes tienen un poder muy grande cuando se presentan al público, no sólo porque materializa ese discurso de orgullo exhibido en estos objetos y discursos oficiales, sino porque que lo pregonado en el discurso de Clemencia Plazas estuvo orientado de tal forma que se pensara que la situación de estas gentes era cuando menos aceptable, pues si se está orgulloso de un elemento es natural pensar que se procure por su cuidado y conservación. Siendo así, los objetos arqueológicos expuestos no parecían tener otra intención más que la de informar a los espectadores sobre la riqueza histórica indígena y étnica que tenía el país, más no mencionar la precaria situación social y cultural por la que pasan, como sí fue puesta en evidencia por la CIDH. Pretender presentar un pasado glorioso no es algo malo ni tendencioso ni manipulador, lo que sí es tendencioso y manipulador es valerse de ese pasado para desinformar y omitir el detalle que ese glorioso pasado era ahora un vergonzoso presente.

¹²⁹Organización de los Estados Americanos y Comisión Interamericana de Derechos Humanos, «Los derechos de los indígenas en Colombia», en *Segundo Informe sobre la situación de los Derechos Humanos en Colombia* (Washington, D.C., 1993), 369.

¹³⁰Organización de los Estados Americanos y Comisión Interamericana de Derechos Humanos, «Los derechos de los indígenas en Colombia», 369

Aun así, la étnica no era la única imagen que Colombia quiso dar al mundo. Como una estrategia de imagen comercial, se creó también un referente de imagen nacional, gracias a la Federación Nacional de Cafeteros la cual envió el símbolo internacional de Colombia en cuanto a café se refiere; Juan Valdez. Interpretado por el caficultor antioqueño Carlos Sánchez y acompañado de su mula, Conchita. La idea de este personaje era representar fielmente al trabajador promedio de los cafetales colombianos, quien además de saber sobre el proceso de procesamiento del café, promocionaba el café colombiano durante el mes que duró su estadía en la Expo '92¹³¹.

La presencia de Juan Valdez tuvo la intención de generar una imagen de Colombia como país caficultor, pues no sólo el personaje ayudó a cimentar una imagen del campesino colombiano sino que la promoción del café como producto principal de exportación que, aparte de ser apreciado en el mundo, era un producto que tenía la intención de reemplazar a la cocaína como producto de exportación por el cual Colombia era conocido. Esto, ayudado también del aroma a café que venía del pabellón impregnaba toda la Plaza de América, así como de las muestras gratis de café a todo aquel que pasara por el pabellón.

A nivel cultural, se presentó un video en el pabellón sobre la Colombia actual, la gente y su cultura a manera de introducción al país¹³². Así mismo, la imagen del país se vio reforzada por la presentación del escritor Gabriel García Márquez, quien el 30 de julio y con la oportunidad de ser el día nacional de Colombia en la exposición, el Premio Nobel, vestido con el mismo *liqui liqui* que llevaba puesto en la ceremonia de premiación, realizó el lanzamiento y presentación oficial de su último libro a la fecha “*Doce cuentos peregrinos*”, así como una exhibición de arte moderno con obras de Botero, Alejandro Obregón, Luis Caballero, María de la Paz Jaramillo, Saturnino Ramírez, Edgar Negret entre otros así como la presentación de los cantantes Martha Senn y Rafael Puyana así como la directora de la Compañía de Producción Artística Misi, María Isabel Murillo.

La intención de esta exposición, en palabras de la presidenta de la Comisión Colombiana del V Centenario, Ana Milena Muñoz de Gaviria, es mostrar la “creatividad colombiana actual, constituyendo el mejor testimonio de que estamos conmemorando el encuentro de dos culturas que en quinientos años no han dejado de enriquecerse, alimentarse e iluminarse

¹³¹Álvarez Corral, «Juan Valdez, de la tele al Pabellón de Colombia».

¹³²Tafur, «Expo Sevilla metro a metro», 47

mutuamente en el ámbito artístico e intelectual”.¹³³ Así mismo, se escoge este periodo principalmente porque, en palabras de su curador, “ilustra un lapso de vital importancia en nuestra evolución artística, porque corresponde con el momento en que la pintura y la escultura colombiana se pusieron al día, se actualizaron con relación al desarrollo de ambos medios internacionalmente”¹³⁴.

Partiendo de lo anterior, la imagen de Colombia se creó a partir de dos de las poblaciones más vulnerables y olvidadas por el Estado, los campesinos y los indígenas. Hay que anotar sin embargo que esta exposición se realiza con apenas año y medio de haberse promulgado la Constitución del 91, lo cual es razonable que después de años de negligencia y abandono se presenten este tipo de situaciones adversas a estas comunidades. El reconocimiento y la protección explícita de los derechos y garantías por parte de esta constitución es de por sí un gran avance y ofrece el respaldo necesario para reparar los reclamos y críticas que hace el informe, pues aunque puede demorar el mismo Estado garantiza su acción y cumplimiento, mostrando que el interés por estas nuevas personas en Expo Sevilla era algo legítimo y apegado a la realidad, aunque circunstancial y para legitimar procesos políticos y sociales, tal y como sucedió en el siglo XIX.

De igual manera se presenta nuevamente la carta de los avances no materiales de Colombia para la presentación en una Exposición Internacional donde se supone que son avances materiales e industriales lo que se debe mostrar; sucedió en el siglo XIX con el Cónsul Triana y su exposición de avances científicos, literarios y filológicos y en el XX con la conmemoración de IV Centenario en la Exposición Iberoamericana de Sevilla, donde el principal atractivo de Colombia fueron sus esmeraldas y café; materias primas explotadas de forma artesanal.

Siendo el arte, el desarrollo de las humanidades, las ciencias ambientales y las riquezas naturales los bienes que Colombia ha presentado con éxito hasta esta exposición en su recorrido de alrededor de siglo y medio, permite deducir que el país ha sido un país poco industrializado pero con la capacidad de crear y transformar las materias primas en codiciados bienes y retratar la sensibilidad humana a través de la expresión artística, literaria y científica.

¹³³ Comisión V Centenario Colombia. *Arte Colombiano Contemporáneo* (Sevilla: OP Gráficas Ltda., 1992), 7

¹³⁴ Comisión V Centenario Colombia. *Arte Colombiano Contemporáneo*, 8

Esto generó una representación del país donde sus componentes culturales y étnicos estuvieron fundamentados en una imagen que crea referentes de identidad nacional apoyados en dos áreas: elementos del pasado presentados como actuales y expresiones culturales. Struken afirmó que la representación es un proceso para construir con algún sentido y significado ese mundo que nos rodea; es como el “mundo posible” entra en acción y se manifiesta con un contenido cierto pero desenfocado y altamente tendencioso. Siendo así, no es que se desinforme sobre las poblaciones étnicas o la cultura nacional para generar un referente nacional por medio de imágenes como el arte, el café, los campesinos o indígenas. El problema radica en el hecho de que esa imagen de productividad artística e intelectual, alimentada con la presentación de la multiculturalidad como un factor relevante en el Estado Colombiano no es de todo legítima, pues el apoyo al arte, la cultura o las comunidades anteriormente mencionadas es muy poco. No es que no haya, pero tradicionalmente el sector cultural siempre ha sido el más bajo. Para 1992 la partida asignada para este sector en el Presupuesto Nacional fue apenas del 0.26% del PIB nacional y es una tendencia que no ha mejorado mucho en los últimos años.

Así mismo, tampoco es muy claro como esta apuesta por la multiculturalidad y el reconocimiento de estas “nuevas” personas, su pasado, cultura y el pasado y cultura misma de la nación colombiana permeara al interior de esta. A nivel legislativo, sólo hasta 1994 se puede hablar de una mención a las comunidades minoritarias al sancionar la Ley 145 de 1994 que aprueba el “Convenio Constitutivo del Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe”, suscrito en Madrid el 24 de julio de 1992, dentro del marco de la segunda cumbre de los Estados Iberoamericanos; un evento que no tuvo relación con la Expo, aunque se haya realizado en la misma fecha y que básicamente establecía mecanismos que apoyaban procesos de autodesarrollo de estos pueblos.

Más allá no existe una clara referencia a las poblaciones minoritarias, haciendo pensar que realmente muy poco cambió a nivel interno. Hubo avances muy importantes, tales como el cambio en los referentes sobre lo que es un indígena o mejores metodologías para la intervención en estas comunidades¹³⁵, pero esto es algo que se ha conseguido luego de casi 10 años, así que no se desprendió de esta exposición. Estas poblaciones siguieron marginadas de la sociedad e incluso hasta del Estado, sirviendo sólo como referencia gráfica y exótica de un

¹³⁵UNICEF. 2003. *Los pueblos indígenas en Colombia. Derechos, políticas y desafíos*. Bogotá: Gente Nueva, 86

pasado prehispánico, así que si esta exposición permitió permear y generar una conciencia y apropiación de estas poblaciones en la sociedad en general, no parece haber sido mucho.

Siendo así, la nación se construyó por medio de una representación que muestra imágenes discordantes de discursos bien intencionados y situaciones poco realistas. No sólo la conciencia de esta identidad a nivel interno era muy baja sino también con poca representación tanto en el imaginario nacional así como en las políticas públicas que se destinaban a estos sectores o poblaciones. Se creó y presentó una imagen de diversidad y cultura desarrollada, estudiada y protegida, además de ser parte del orgullo nacional y esto difería demasiado de la situación del momento y de los siguientes años, especialmente las poblaciones indígenas quienes fueron usadas de la misma forma en las siguientes dos expo analizadas y cuyo nivel de vida o protección por parte del Estado siguió siendo bajo y poco desarrollado. Fue la presentación de ese mundo posible de Pericot aplicado en forma de artes, cultura y diversidad.

Expo Lisboa 98

En 1998 se llevó a cabo la segunda Exposición Internacional dedicada a los espacios oceánicos, marítimos y costeros bajo el lema de “*Los océanos, un patrimonio para el futuro*”, esta vez en la ciudad de Lisboa, en Portugal entre el 22 de Mayo y el 30 de Septiembre de 1998 con el fin de conmemorar los 500 años de la llegada de Vasco da Gama a la India. No obstante hubo una coincidencia que hizo también memorable a Expo Lisboa. La UNESCO declaró el año de 1998 como el Año Internacional de los Océanos con el fin de “proveer una ocasión para generar un pensamiento fresco, el debate y la conciencia sobre un asunto global en el que sus Estados miembros y la gente del mundo consideren de importancia y de especial atención” en este caso los océanos, debido no sólo a la importancia que los espacios oceánicos han tenido en la última década en la legislación internacional, sino también debido al alarmante incremento de fenómenos que lo afectan tales como la polución marítima, el florecimiento de algas peligrosas, el cambio en el nivel del mar conectado con el calentamiento global y las sequías o inundaciones relacionadas con el Fenómeno del Niño a nivel mundial.¹³⁶

¹³⁶Federico Mayor, «1998—International Year of the Ocean», s. f., <http://www.unesco.org/bpi/eng/unescopress/97-250e.htm>.

La organización de la Expo estuvo vinculada a una investigación penal en Portugal por fraude que “consistió en simular diversos pagos a la Expo por parte de una cooperativa de viviendas que ha construido edificios en la muestra (...) (y existe) un conflicto de intereses entre los funcionarios de la muestra y las empresas suministradoras de esos servicios”¹³⁷, adicional a la muerte de 3 de los 4 tiburones del oceanario, la principal atracción de la Expo.¹³⁸

No obstante estos vergonzosos incidentes, y otros más como cancelaciones de conciertos de manera indefinida¹³⁹, Expo-Lisboa 98 fue un relativo éxito puesto que, aunque no recaudó grandes sumas de dinero sino todo lo contrario ya que tuvo un déficit de 60.000 millones de pesetas, el responsable de la Expo Antonio Mega Ferreira afirmó que Expo Lisboa

*Ha logrado difundir la imagen del nuevo Portugal. Además, ha lanzado el mensaje de la preservación de los océanos como una de las fuentes de riqueza natural más importantes del planeta y ha desencadenado un movimiento de autoestima y orgullo para todos los portugueses.*¹⁴⁰

Colombia en Expo Lisboa

Para esta Expo, el Estado colombiano a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, aprobó la presentación de Colombia en dicha exposición por medio del decreto 1085 del 18 de Abril de 1997 para crear la Comisaría General Expo-Lisboa 98 bajo el lema de “*Colombia, Patria de tres mares*”, propuesto por el historiador, diplomático y navegante Mauricio Obregón Andrew. Se designó a la entonces directora del Instituto Colombiano de Cultura, COLCULTURA, Isadora de Norden, como Comisaria General de la Exposición para “asistir al Presidente de la República y al Gobierno Nacional en la planeación, organización y ejecución del programa presidencial "Comisaría general para la presencia de Colombia en ExpoLisboa-98"¹⁴¹ entre otras múltiples funciones de asesoría, coordinación y logística con otras entidades y ejecución.

¹³⁷Javier García, «La policía lusa investiga nuevas irregularidades en la Expo», *El País*, agosto de 1998, http://elpais.com/diario/1998/08/23/internacional/903823211_850215.html.

¹³⁸Redacción, «Mueren tres de los cuatro tiburones de la Expo de Lisboa», *El País*, marzo de 1998, http://elpais.com/diario/1998/03/24/sociedad/890694011_850215.html.

¹³⁹Javier García, «Colombia protesta a la Expo por cancelar el concierto de Vives», *El País*, 9 de junio de 1998, http://elpais.com/diario/1998/06/09/cultura/897343203_850215.html

¹⁴⁰Javier García, «La Expo de Lisboa cierra sus puertas con el sentimiento de orgullo de un nuevo Portugal», *El País*, 1 de octubre de 1998, http://elpais.com/diario/1998/10/01/cultura/907192804_850215.html.

¹⁴¹Departamento Administrativo de la Presidencia, «Decreto 1085», Abril de 1997.

El pabellón de Colombia tuvo un área de 650 metros cuadrados ubicados al borde del río Tajo y frente al pabellón de Japón y Arabia Saudita; la fachada estaba decorada con enormes fotografías que ilustraban indígenas de las etnias Tucano y Wayúu así como también lugares turísticos y exóticos de Colombia como lo son el Amazonas, San Agustín o Cartagena.¹⁴² Tenía un área de 35 metros cuadrados con el mapa oficial del país que daba el inicio a un recorrido virtual por el país a través de sus mares. Tenía capacidad para 200 personas, muestras de café de Colombia, la Exposición del Museo del Oro, artesanías, presentaciones de conciertos¹⁴³ y suvenires tales como camisetas, libros, afiches o réplicas de orfebrería. Teniendo en cuenta a Allan Sekula, el mensaje de este pabellón podría estar enfocado a mostrar no sólo la riqueza material del país, sino también a unir las potencialidades turísticas nacionales a través de sus paisajes y territorios exóticos en los “tres” mares propuestos; el Caribe representado por Cartagena, punto central de referencia cultural, económica, política e histórica del caribe y no sólo colombiano; el Amazonas representado por la etnia Tucano quienes habitan en las selvas del Vaupés en zona amazónica compartida por Colombia y Brasil; el Pacífico por el ecosistema manglar que tiende a ser predominante en la región.

La participación de actores tanto del sector público como privado fue muy alta y activa, muy contrario a lo reprochado por la junta asesora de la Exposición del Centenario en 1910. En primer lugar el presupuesto fue tanto público como privado y ascendió a 3'400.000 dólares, de los cuales 1'500.000 vinieron de Proexport y el restante 1'900.000 lo aportó el Estado. Adicionalmente, las diferentes empresas del sector público y privado tales como la Sociedad Portuaria de Cartagena, La Previsora S.A., el Seguro Social, Telecom y Ecopetrol, aportaron 445'000.000 de pesos, que fueron utilizados para promocionar la Exposición en Colombia y hacerle propaganda¹⁴⁴.

Esta propaganda se realizó por medios masivos, tales como periódicos, revistas, televisión e incluso internet. El periódico *El Tiempo* realizó un concurso llamado “Crucimar”, un crucigrama de términos marinos, para llevar a una persona a Expo-Lisboa en el cual resultó como ganadora la bióloga marina Lina María Saavedra Díaz¹⁴⁵. También tuvo una sección

¹⁴²Camilo Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998* (Bogotá: Fondo Editorial Cancillería San Carlos, 1998), 127.

¹⁴³Redacción, «Océanos: debate en Expo Lisboa 98», *El Tiempo*, 18 de mayo de 1998, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-761822>.

¹⁴⁴Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998*, 1998, 130.

¹⁴⁵Tony Pérez Mier, «Lina María, rumbo a Expo-Lisboa», *El Tiempo*, Abril de 1998, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-840577>.

llamada “*Voces desde Lisboa*” en donde se nombraban “curiosidades sobre las riquezas que el país muestra al mundo en Expo-Lisboa (...) (así como) una muestra de los procesos de deterioro de algunos ecosistemas, como ejemplos que no se deben imitar”¹⁴⁶ y que contenía bien sea lo que comúnmente se conoce como “datos de cultura general” pero sobre los mares y los espacios marítimos y costeros, así como cuencas hidrográficas del país, o en ciertas oportunidades, se publicaba un diccionario de términos geográficos y de cultura, destinados a generar una cultura marítima y costera en los colombianos. De igual forma se obsequiaron CD-Roms con información sobre los “tres” mares de Colombia y el libro de la Exposición, *Colombia, Patria de Tres Mares*, por medio de sorteos de este mismo diario.

ULTIMA D/EL TIEMPO/LUNES 13 DE ABRIL DE 1998

S O C I A L

CRUCIMAR

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										

Horizontales

- Movimientos periódicos y alternativos de ascenso y descenso de las aguas del mar, producidos por la atracción del Sol y de la Luna. Posesivo.
- Otro nombre para el sábalo, pez marino de la misma familia que la sardina. Postura poco natural.
- Bahía o ensenada en el mar, donde pueden anclar los buques al abrigo de vientos y corrientes. Desacierto.
- No faltará a Expo-Lisboa'98. Agencia informativa. Prefijo que indica separación.
- Vocales abiertas. San Andrés, Providencia y Santa Catalina, por ejemplo.
- Pez marino de cuerpo alargado y li-

Verticales

- Terreno bajo inundado que suelen ocupar las aguas sobrantes de las mareas en sus encuentros con las aguas dulces, en las desembocaduras de los ríos; se conoce además como el lago que forma el mar en las orillas. Símbolo del miliamperio.
- El mismo alero. En botánica, cara inferior de la hoja, opuesta al haz.
- Cercar. Amarró.
- Pronombre demostrativo. Ondulación de gran amplitud que se forma en la superficie de las aguas del mar, a consecuencia de fenómenos atmosféricos. Forma de prefijo, antes de b y p.
- Alcohólicos Anónimos. Arrogante, engreída.
- Palabra que designa a los animales que viven sobre otros, pero sin extraer sustento de ellos ni explotarlos de otra manera, ya que el huésped suministra solo soporte; por ejemplo los octoparásitos que habitan sobre el tiburón ballena.
- Símbolo químico del praseodimio. Sur América. Comienza la carcajada.
- Conjunto de facultades del espíritu, por contraposición a físico. Color para el mar que forma un golfo del océano Índico, entre Arabia y África.
- Línea usada en cartografía, que resulta de unir todos los puntos de la superficie del mar que tienen la misma profundidad. Antigua moneda romana.
- Así empieza el dilema de Hamlet. Robará de a pocos.

SOLUCION DEL ANTERIOR

Horizontales Falsete. Ir. Oh. Ola. Acá. Hábitat. Diosa. Aria. Odra. Cl. Os. SO. El. Hilero. Ol. Liga. trago. Eta. Raeria. Yo. Huracán.

Verticales Fondos. Ley. Ah. Id. Hito. Hormiga. Soasa. La. Elba. Se. Ru. Tai. Cortar. Tai. Orea. Aar. ARC. Ictología Ra. As. Loan.

Fig. 1 Ejemplo “Crucimar”.
Fuente: Comisaría para Expo Lisboa “Crucimar” en *El Tiempo*. (Abril, 1998) Pg. Última D

¹⁴⁶Redacción, «Voces de Lisboa», *El Tiempo*, Agosto de 1998, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-750370>.

Fundamento para la Expo

Como la participación en estas exposiciones no es obligatoria sino opcional, en este caso en particular es válido preguntarse por qué Colombia se presentó en esta oportunidad en particular y las respuestas son oficialmente dos. La primera y más importante fue por motivos comerciales y económicos. El informe presentado al congreso sobre el resultado de la participación en Expo Lisboa, establece tácitamente que “no se trataba de mostrar imágenes bellas y aspectos exóticos, sino de incluir al país urbano y moderno con miras a ofrecer una oportunidad de negocios a través de sus mares”¹⁴⁷.

La segunda razón fue más de tipo cultural e interno y se generó gracias a esta coyuntura. Es por eso que también se realizaron campañas de promoción de la expo al interior del país, promoviendo más o menos los mismos valores culturales que se perseguían en Lisboa, pero enfocados específicamente en los espacios marinos, su comprensión, entendimiento y apropiación de este territorio. Es por eso que también en el mismo informe mencionado anteriormente se afirmó que

*Teniendo en cuenta el grado de desconocimiento que el país tiene de la situación ecológica y del potencial económico de los mares, así como de las investigaciones y trabajos científicos que se adelantan, se decidió poner en marcha programas masivos que llegaran al mayor número de personas, buscando dejar una semilla para el futuro*¹⁴⁸

Esto sugiere que además de promover la economía por medio de los mares, al interior de Colombia lo que se pretendía también era generar una conciencia marítima que incluyera aspectos no sólo científicos, ambientales y biológicos, sino también culturales, antropológicos, territoriales, políticos y económicos. Es por eso que propuestas como el *Crucimar*, la sección “*Voces desde Lisboa*” y el ofrecimiento de los CD-Roms y el libro oficial tuvieron fundamento; para generar conocimiento y nuevas visiones sobre los mares colombianos en la población nacional. A su vez, este objetivo interno complementa la razón comercial, pues las oportunidades económicas promovidas en Expo Lisboa, también aplican a

¹⁴⁷Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998*, 128

¹⁴⁸Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998*, 1998, 126.

los inversionistas nacionales y a la población que también se quiera ver beneficiada económicamente de los espacios marítimos.

De acuerdo a lo anterior, la idea es generar nuevos modelos de economías a través de los mares así como también la generación de una conciencia de los habitantes nacionales y los espectadores internacionales sobre los cuerpos de agua de Colombia, sean marítimos o ribereños. Mitchell asegura que las imágenes tienen el poder para desarrollar nuevas formas de visualización así como generadora de modelos para otras situaciones. Partiendo de esto, no es casual que la apuesta para el éxito de esta presentación se fundamentara en hacer ver al país con posibilidades de inversión, turismo e investigación a partir de las imágenes presentadas en el pabellón y de las intenciones tanto económicas como de generación de conciencia canalizadas a través de estos espacios. Es la creación de un referente de identidad nacional que permite crear recursos económicos a través de sus cuerpos de agua los cuales no sólo tienen el potencial geográfico para lograrlo, sino además una cultura atada a los mismos por parte de las comunidades que los habitan.

Así mismo, y con el fin de cubrir aspectos ambientales, científicos, políticos y sociales, se realizaron eventos paralelos auspiciados por la Comisaría que pretendían llenar los vacíos de conocimiento que existían en relación con los mares. Por ejemplo, se realizaron unos talleres dirigidos donde se educó a la gente de las costas en materia ambiental y de contaminación. Una de las personas involucradas en la coordinación de estos talleres fue la bióloga marina Sandra Bessudo con el apoyo de las seccionales territoriales de Parques Nacionales Naturales y los Consejos Regionales de Planificación, CORPES, quien fue escogida directamente por la Comisaria General, Isadora de Norden para tal fin por “saber sobre el tema de Océanos y costas y el haber buceado y conocer casi todas las costas del país”¹⁴⁹. Así mismo se realizó en la ciudad de Cartagena de Indias el seminario *Los Espacios Marítimos Colombianos y su Proyección al Siglo XXI* con la participación de todas las entidades participantes en el esfuerzo de Expo-Lisboa cuya intención fue la de no sólo la de familiarizar a los colombianos con los espacios marinos sino también la de ver el mar como una oportunidad económica y política sustentable y viable tal y como lo afirma el director de Proexport de la época y ponente en el seminario, Lázaro Mejía:

¹⁴⁹Sandra Bessudo, Participación Expo Lisboa, Enero de 2016.

*La presencia de Colombia en tres mares no puede seguir siendo simplemente un motivo de inspiración y orgullo en las clases de geografía colombiana: tiene que convertirse en un reto para su explotación racional y sostenible, un hermoso reto en lo turístico y en lo económico y comercial que, enfrentado con éxito, nos genere mayores posibilidades de bienestar en todos los órdenes*¹⁵⁰

Estas iniciativas en principio son muy positivas. No sólo generan una imagen de interés más o menos genuino sino que también ayuda a generar una conciencia marítima, económica y ambiental en la población y en los sectores cercanos al poder, dándoles a conocer o entender no sólo los problemas de estos espacios sino también las posibles herramientas para subsanarlos, demostrando no sólo que son eficaces sino también viables a nivel ambiental, social y económico.

Infortunadamente estas iniciativas no pueden salir adelante sin una política pública, situación que no se dio de manera clara sino hasta el año 2000 con la expedición de la Ley 611 para el manejo sostenible de especies de Fauna Silvestre y Acuática y otras dos (576 y 607) que si bien regulan la administración de los recursos naturales por medio de instituciones o las carreras profesionales de zootecnia, estas no generan una conciencia marítima y ambiental, haciendo que los esfuerzos y reclamos del seminario y los talleres de Bessudo sean más unas medidas contingentes a problemas cotidianos que soluciones permanentes, haciendo de ellos una tarea que no es sostenible y que no ataca los problemas de raíz, simplemente los esconde, generando abandono y deterioro de estos espacios y de sus problemas.

En cierto modo estas iniciativas pueden ser vistas como parte de una cultura visual ya que la imagen que estas dan cumple con todas las características que Mitchell les otorga; espectáculo y exhibición visual, en el sentido que es público y con cierto despliegue mediático, al tiempo que se hace bajo el discurso de “estamos limpiando las playas de basura”, por dar un ejemplo. Supervisión, porque estos planes no pueden funcionar sin una logística determinada por las instituciones que la hacen posible, ya sea con personal, recursos o experiencia. Además es una situación muy poderosa ya que los talleres que Bessudo realiza, que si bien son necesarios, opacan la ausencia de un sistema político que llene esos vacíos bien sea ambientales, de investigación, conservación o de conciencia ambiental o marítima.

¹⁵⁰Lázaro Mejía, «Los recursos marinos y el desarrollo económico del país», en *Memorias Los Espacios Marítimos Colombianos y su Proyección al Siglo XXI* (Cartagena de Indias, 1998), 176.

Por otro lado, la imagen de violencia y narcotráfico seguía siendo una constante para el país; 1998 fue un año muy complejo en materia de seguridad, pues no sólo las guerrillas y paramilitares se disputaban territorios a sangre y fuego¹⁵¹, sino que el narcotráfico tenía permeados varios espacios de la sociedad colombiana, además de ser el país número uno en extensión de cultivos ilícitos.¹⁵² Esta era una imagen que se tenía no solo del exterior sino también en el interior, además del hecho de que las regiones costeras y marítimas no eran muy conocidas por la población en general, cuyo único referente era la imagen de las playas para ir a vacacionar, como fue la preocupación del seminario realizado en Cartagena por la Comisaría General.

Patria de Tres Mares

En Expo-Lisboa 98 Colombia alcanzó a tener dos pabellones. El primero, de carácter permanente en la exposición y el segundo el buque escuela de la Armada Nacional A.R.C Gloria, quien atracó en Lisboa y fue parte de la exposición haciendo de ella “el principal stand o pabellón donde se expondrá el material aportado a la Expo por la delegación nacional, además de ser la imagen de Colombia como Patria de Tres mares la cual será promocionada en este evento internacional”¹⁵³, según su comandante de ese entonces, el Capitán de Navío Alberto Rojas Torres. Aunque su estadía fue alrededor de un mes, entre julio y agosto, ayudó a materializar la idea de Colombia como patria de tres mares; el Pacífico, el Caribe y el río Amazonas.

El pabellón en tierra y la imagen del país en general, fueron enfocados a la biodiversidad tanto marítima como continental. Este fue decorado con imágenes de las etnias indígenas o lugares turísticos, mostrando también elementos asociados a la flora y fauna nacional. Los indígenas (los Tucano y Wayúu) fueron representados en un ambiente de naturaleza virgen aunque en un espacio en que ninguna de las dos tribus está ubicada: los manglares del Pacífico¹⁵⁴.

¹⁵¹Camilo Echandía Castilla, «El conflicto armado colombiano en los años noventa: cambios en las estrategias y efectos económicos», *Revista Colombia Internacional*, mayo de 2000, 120.

¹⁵²Presidencia de la República, *Plan Nacional de Lucha Contra las Drogas 1998 - 2002* (Bogotá: Imprenta Nacional, 1998), 17, 43.

¹⁵³Redacción, «Se va de nuevo el ARC Gloria», *El Tiempo*, 21 de mayo de 1998, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-776018>.

¹⁵⁴Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998*, 1998, 127.

No obstante este aspecto, se logró visualizar uno de los ecosistemas de mayor productividad biológica y del cual ha sido objeto de numerosos estudios científicos en Colombia que resaltan la importancia ecológica de este conjunto de organismos biológicos, además de la necesidad de su conservación y recuperación por sus características biológicas y ecosistémicas¹⁵⁵. A pesar de lo anterior, desafortunadamente los manglares se han intervenido a tal forma, que entre 1969 y 1996, se habían talado 57.276 hectáreas de mangle en todo el país; 13.712 de ellas en el Pacífico colombiano¹⁵⁶ haciendo de esta puesta en escena más una forma de mostrar que en Colombia existen manglares que un reflejo de una conciencia y preocupación ambiental consistente con la preservación de recursos biológicos.

AÑO	CAUCA	NARIÑO	VALLE	CHOCO
1969	44 660.48	154 617.52	42 306.45	64 852.18
1996	36 276.78	149.735.75	41 961.41	64 750.45
Diferencia	8383.7	4881.77	345.04	101.73

Fig. 2. Hectáreas de manglar desaparecido entre 1969 y 1996 en los departamentos de la costa Pacífica colombiana. *Fuente:* INVEMAR. *Informe del Estado de los Ambientes Marinos y Costeros – 1998.* Pg. 13

El pabellón también tuvo un video con tecnología 3D que mostraba un recorrido virtual por Colombia realizado por el Programa Hermes de la Universidad de los Andes. Se trató de una filmación que se propuso sintetizar el lema de “Patria de Tres Mares” con imágenes y aspectos de todos los litorales y zonas costeras del país. Este mostraba más que todo destinos turísticos como el parque Tayrona o el territorio insular en el Caribe y Pacífico aunque no todo, pues el Santuario de Flora y Fauna de Malpelo creado en 1995 fue excluido; infraestructura portuaria y de negocios como Buenaventura y Cartagena o la biodiversidad enfocada también como destino turístico en lugares como Nuquí o Utría en el Pacífico y Leticia, Amacayacu y Araracuara en la Amazonía como representación del “tercer” mar de Colombia¹⁵⁷.

¹⁵⁵INVEMAR, «Informe Nacional sobre el estado de la biodiversidad en Colombia. Ecosistemas marinos y costeros» (Santa Marta: INVEMAR, octubre de 1997), 82.

¹⁵⁶INVEMAR, «Informe del estado de los ambientes marinos y costeros», 13.

¹⁵⁷Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998*, 1998, 128.

De acuerdo con Aschner Rosselli, esta ventaja de tener dos pabellones pudo resultar ser muy útil pues ambos generaron diferentes actividades que se desarrollarían en los mismos y, principalmente, diferentes experiencias. En primer lugar el pabellón en tierra logró condensar en un solo espacio tres escenarios fundamentales para esta presentación; la diversidad indígena, los espacios costeros y las posibilidades económicas de cualquier tipo o de investigación nacionales, razón por la cual puede ser un tanto discordante. Por otro lado, la presencia del *Gloria* como pabellón temporal se debe considerar como un apoyo visual y de experiencia invaluable, debido a que no existe una forma más obvia, práctica y emotiva de representar no sólo presencia sino también dominio y conocimiento del mar que a través de un velero bergantín de 76 metros de eslora (largo) navegado por los cadetes y oficiales de la Armada Nacional que además es el buque en el que los futuros integrantes de este cuerpo castrense son entrenados en marinería a la antigua. Es un símbolo inconfundible de los oficios del mar hechos de manera tradicional, creando así la experiencia de ser transportado en la historia a los inicios de la navegación a cualquiera que suba en su cubierta y la recorra. Sobre la temática de “Tres Mares”, esta tuvo como idea destacar la importancia de las zonas marítimas del Caribe y del Pacífico, así como incluir la cuenca del río Amazonas como una de las regiones con más biodiversidad en el mundo. Este lema, estuvo representado por un logo que incluyó la especie animal más significativa de cada “mar”; un manatí para la cuenca del Caribe, un delfín rosado para la cuenca del Amazonas y una ballena jorobada para la cuenca del Pacífico. Este logo fue el oficial de la Comisaría y de todos los productos y material promocional de la misma; libros, camisetas, gorras, etc.¹⁵⁸



Fig. 3. Logo Patria de Tres Mares **Fuente:** Programa Hermes. *Patria de 3 mares*. (Universidad de los Andes, 1998)

¹⁵⁸ Reyes Rodríguez, *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998*, 1998, 125.

Esta nueva concepción de los mares colombianos genera una imagen nacional muy emotiva e interesante, debido a que es gracias a estos que el país tendrá un nuevo referente, muy acorde con la dinámica del momento. Para este evento, los mares fueron mucho más que agua salada y pasaron a ser el pilar fundamental sobre el cual reposaría la nueva apuesta tanto económica como cultural y de identidad nacional. El poder metonímico de Sekula genera una experiencia que asimila a Colombia con mares, cultura y biodiversidad. No sólo un río está adquiriendo una categoría analítica de “mar”, sino que además a cada espacio de agua se le está otorgando una especie marina representativa de cada una de ellas. Esto materializa emociones que relacionan a Colombia con yubartas, delfines o manatíes y que pueden ser parte de esa imagen que se quería para el país, además de también querer seguir reafirmando a las culturas indígenas que habitan en el territorio colombiano, que también existen en las áreas mencionadas; Tucanos en la Amazonía, Wayúus en el caribe y, aunque no se mencionan en ningún lado, en el pacífico también existen etnias indígenas como los Awá o los Emberas.

Por otro lado, el Amazonas siendo considerado como un nuevo mar es una apuesta muy sugestiva para la imagen nacional, no sólo porque sugiere que este río ha creado su propia dinámica ecosistémica y cultural, pues no sólo tiene una biodiversidad que es capaz de rivalizar con los espacios oceánicos, sino que además las poblaciones ribereñas han generado una cultura particular e independiente de la continental, creando artes de pesca únicos, rituales y simbolismos donde el río es fundamental y su cotidianidad como grupo social está conectada exclusivamente con este cuerpo de agua.

Lo anterior hasta cierto punto es verdadero ya que las etnias indígenas del Amazonas (Tikunas, Yagua y Kokamas) efectivamente tienen una relación muy fuerte con el río, tanto en su cosmogonía como en su cotidianidad. Una aproximación sobre la mítica étnica de las tres comunidades realizada por la Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico da cuenta la relación de esta mítica étnica con el río al afirmar que “del río que había formado la lluvia salieron después todos los Yaguas y todos los demás hombres (Tukano, Bora, Huitoto y los blancos) y estos se dispersaron por todas partes, pero los Yagua se quedaron a la orilla del río”¹⁵⁹, así como la planeación de la actividad pesquera, pues “cuando

¹⁵⁹Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico, «Plan de Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico» (Corpoamazonía, 2008), 64.

empieza la bajante en el Amazonas hay abundancia de pescado, incorporándose esta actividad en la economía indígena y de los colonos”¹⁶⁰.

Sin embargo asegurar que puede haber un punto de comparación de biodiversidad entre los espacios marítimos y oceánicos y el río Amazonas puede ser un tanto apresurado y entusiasta, no sólo por la extensión tan inmensa de los mares sino porque a pesar de ser ecosistemas diferentes, es poco probable que la biodiversidad del Amazonas como río pueda ser comparada con la de los mares. No obstante este es un punto en el que se requerirían estudios comparativos de poblaciones animales entre ambos ecosistemas, situación que no será tocada en este trabajo pero que puede ser investigada en estudios posteriores.

Pero esto genera también una problemática de imagen nacional con un estereotipo muy grande y profundo, debido a que esta imagen refleja y afianza aún más cierta invariabilidad que se sigue teniendo frente a Colombia, no sólo desde el exterior sino también desde el mismo país. Si bien es cierto que se vieron elementos culturales que reafirmaron una vez más la cultura caribeña de Colombia, pareciera como si toda la actividad cultural de Colombia fuera caribe, pues el Carnaval de Barranquilla, los souvenirs del pabellón que eran casi exclusivos de la zona norte de Colombia y la presentación de panoramas de ciudades caribeñas como Cartagena o Santa Marta, hacen pensar que en Colombia el Caribe es desarrollado y lleno de vida y cultura, mientras que el Pacífico y la Amazonía son lugares atrasados y llenos de animales y selva casi indómita donde es mejor ir a ver la naturaleza pero no para inversiones económicas de gran impacto, porque aunque Buenaventura fuera el puerto económico más importante de Colombia, no se muestra un atractivo más allá de ser un gran complejo portuario, dejando de lado toda la riqueza inmaterial de las poblaciones del Pacífico colombiano como podrían ser la salsa, la música afrocolombiana o simplemente los saberes ancestrales de las comunidades étnicas de la zona como los Emberas, los Waunanas o simplemente la población afrodescendiente en general, la cual habita en todo el litoral del Pacífico colombiano.

En materia política y ambiental la situación no era muy diferente tampoco. Con ocasión de Expo-Lisboa, el periodista y escritor Carlos Alberto Sourdis publicó en el diario “*El Tiempo*” una columna sobre el pésimo estado institucional de los mares colombianos. No sólo resaltó

¹⁶⁰Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico, «Plan de Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico», 37

la falta de políticas ambientales claras con respecto a estos espacios, sino la falta de políticas sociales y de coordinación institucional a la hora de pensar en los espacios costeros, marítimos y oceánicos. Como consecuencia, los espacios marítimos colombianos no son tenidos en cuenta por los gobiernos centrales y se refleja en la escasa cultura marítima que se tiene poniendo de ejemplo el hecho de que para esa época, se afirmaba que Colombia limitaba únicamente con los 5 países con que tiene frontera terrestre y se obviaban las fronteras marítimas.¹⁶¹

Esta situación de desconocimiento y falta de estudios sobre biodiversidad va más allá de artículos de opinión durante situaciones coyunturales. Desde al menos 1997 el Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras José Benito Vives de Andrés, INVEMAR, ha venido realizando anualmente un informe sobre el estado de los ambientes marinos y costeros el cual es presentado no sólo al público en general, sino a las autoridades ambientales de orden nacional para “el logro de un desarrollo en armonía con la naturaleza, en las áreas geográficas o temáticas de su competencia”¹⁶² en los cuales por medio de estudios realizados en los años 1997 y 1998 se pone de manifiesto la falta de estudios y conocimientos de poblaciones de flora y fauna en los ecosistemas marinos afirmando que

*El conocimiento científico de nuestra diversidad biológica sigue siendo deficiente a causa del reto que representa la megabiodiversidad colombiana (...) el grado de información primaria y secundaria acopiada para cada sector en su mayoría es escasa, con excepciones puntuales como el Tayrona, la Ciénaga Grande de Santa Marta, CGSM, y el Archipiélago de San Andrés y Providencia*¹⁶³

En gran medida porque las políticas administrativas carecen de definiciones y conceptos ambientales y de ecosistemas que permitan estudiarlos y comprenderlos como una biósfera, razón por la cual, cada ecosistema se estudia de forma independiente y aislada, en tanto se sugiere una política de ordenamiento ambiental que permita una utilización sostenible de

¹⁶¹Carlos Sourdis Pinedo, «Mar, una Colombia olvidada», *El Tiempo*, 23 de marzo de 1998, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-835542>.

¹⁶²Ministerio del Medio Ambiente, «Decreto 1276 de 1994», 1994, 4.

¹⁶³INVEMAR, «Informe del estado de los ambientes marinos y costeros», 36.

recursos biológicos que generen un desarrollo económico basada en conocimiento científico e información de especies y ambientes que permita la realización de esta tarea.¹⁶⁴

No obstante lo anterior, no significa que no haya estudios científicos para el conocimiento de la flora y fauna de Colombia a nivel marítimo y continental. Desde 1993 tanto el INVEMAR como el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, Instituto Humboldt, ya realizaban investigaciones sobre el monitoreo de parámetros físico-químicos y comunidades macrozoobenticas en el área de influencia de la monoboya y línea submarina Terminal Pozos Colorados, Santa Marta, para ECOPETROL entre los años de 1994 y 1997 por parte del INVEMAR y la generación de metodologías para la identificación de plantas por parte del Instituto Humboldt en 1997 o la creación de una agenda de investigación como lineamiento para futuras investigaciones de la biodiversidad en 1998. Por lo tanto no es que no haya conocimiento o ganas de investigar o proteger, más bien es el hecho de que hacía máximo 5 años el país tomó cuenta de la importancia de estas investigaciones y de la protección del medio ambiente para una mejor vida a futuro y hasta ahora se empezaban a llenar esos vacíos tanto políticos como administrativos del sector ambiental de Colombia.

Dado lo anterior, la participación de Colombia en Expo Lisboa era consecuente con su situación en esa época, se presentó lo que había que presentar, si bien era poco era algo. Además de lo anterior, Colombia fue de los países pioneros en la región en implementar una política ambiental acorde con los resultados de la Conferencia de Río y el CDB, razón para tener autoridad en el tema de planeación y política ambiental a nivel regional. No sólo adaptó su política frente a los tratados internacionales de materia ambiental sino que puso recursos para que esa planeación pudiera ser viable y ejecutarse. Es verdad que hubiera podido ser mucho más avanzada la investigación y conservación de los recursos naturales, pero el tener planes y metodologías para la investigación, preservación y conservación a futuro es un avance muy importante, pues no sólo se plantean recursos para su ejecución sino que permite una planificación política y administrativa frente a este tema.

Dejando a un lado el tema marítimo, se pensó también en hacer ver a Colombia como un país de producción artística al montar una exposición llamada “Arte colombiano contemporáneo; tres maestros, tres generaciones. Juan Antonio Roda, Luis Caballero y Germán Londoño” la

¹⁶⁴INVEMAR, «Informe del estado de los ambientes marinos y costeros» (Santa Marta: INVEMAR, 1998), 36

cual consistió de 25 obras y fue exhibida en la Sala de exposiciones del Museo de la ciudad de Lisboa del 9 de Julio al 7 de Septiembre. Para ello, se estableció una curaduría interna en el área de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores la cual consideró que las obras seleccionadas eran dignas de ser expuestas dado que representan parte de la vida artística de los pintores y su exhibición permitiría dar una visión completa de la riqueza pictórica de ellos. Dicha exposición estaría acompañada de un catálogo a color en español y portugués donde se reproducirían la totalidad de las obras expuestas, una reseña del panorama artístico nacional y una presentación de los artistas seleccionados.¹⁶⁵

Como resultado de lo anterior, Colombia mostró una vez más que es capaz de realizar exitosamente una exposición de este calibre, no sólo por sus riquezas naturales, sino también por la dedicación y coordinación que tuvieron los actores involucrados para mostrar la riqueza y valoración económica, social y ambiental de Colombia frente a sus mares, pues aparte de fotos y mapas interactivos con la última tecnología audiovisual del momento¹⁶⁶, se realizaron talleres y seminarios además de las propuestas para generar conciencia y cultura marítima en el país.

Así mismo, se siguió mostrando un país que no es industrial y que sigue estando rezagado ante la economía y avances tecnológicos a nivel mundial y poniendo de manifiesto una vez más que las riquezas no deberían ser económicas e industriales sino también inmateriales, culturales o ambientales. Esto podría ser visto como una forma de inspirar nuevos valores sobre los cuales se midan las riquezas de las naciones, no obstante la falta de claridad y ejecución de políticas públicas que confirmen esa intención, sólo es posible decir que es una forma de especular y mirar hacia un futuro incierto las salidas en falso del país frente a su innovación y progreso económico e industrial. Sí, los mares pueden ser una oportunidad de negocios, muchos países en el mundo lo hacen, pero no es el sector prioritario ni tampoco el más desarrollado, como parecer haber sido la apuesta en esta exposición.

De otro lado no es muy claro tampoco que quedó como legado de esta Expo para Colombia. A nivel cultural y de imagen nacional, el país siguió mirando hacia el interior y los mares siguieron estando relegados a los proyectos de investigación en curso; posteriores informes

¹⁶⁵Olga Samper Miller, «Oficio CU 024024», 12 de mayo de 1998.

¹⁶⁶Redacción, «Sabor a mar», *Semana*, junio de 1998, <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/sabor-mar/36302-3>.

del INVEMAR confirman que no hubo mayores avances, más allá de los ya planteados en proyectos y políticas vigentes. Tampoco se generó una identidad marítima plena, pues en el imaginario nacional el Amazonas no sólo siguió siendo un río, sino que los mares como territorio nacional siguieron siendo sólo cuerpos de agua. Los textos de educación escolar atestiguan que los mares seguían siendo algo ajeno al territorio; que no formaba ni siquiera fronteras. Culturalmente hablando, las nociones sobre “la costa” siguieron referenciadas con el caribe Colombiano haciendo de este el lugar para turismo, mientras que el Pacífico era el lugar para negocios gracias al Puerto de Buenaventura.

Tanto así, que para la Expo de 2012 en Corea del Sur, que tuvo como tema nuevamente los espacios marítimos, esta imagen seguía siendo la constante. La presentación del Carnaval de Barranquilla para este evento se realizó específicamente porque, de acuerdo con la Canciller María Ángela Holguín “es una expresión cultural auténtica”¹⁶⁷, lo cual es cierto; a tal punto que fue declarado patrimonio inmaterial por la UNESCO en 2003. No obstante no era el único, la música de marimba y cantos tradicionales del Pacífico sur de Colombia también lo es desde el 2010. Del mismo modo, el Pacífico seguía siendo visto como un santuario natural y de biodiversidad¹⁶⁸, lo cual también es cierto, pero esa es la misma imagen de selva virgen e indómita que se presentó en Expo Lisboa 98. Cultura, turismo y diversión para el Caribe, biología y selva para el Pacífico, a pesar de que ambas regiones tienen un potencial muy grande para los dos aspectos, se sigue optando por mantener y reforzar esas imágenes para las dos regiones costeras nacionales.

Entonces, ¿se creó o fomentó una conciencia marítima integral y generalizada en el país gracias a esta Expo? Al parecer, no. Sin embargo sucede algo muy extraño con esta Expo y es el hecho de que las representaciones que habla Struken, esto es la construcción de un mundo con un sentido y un significado, casi como un *mundo posible* en acción, no son muy alejadas de la realidad nacional y por tanto se puede decir que esa imagen nacional que se proyectó y se pensó en difundir ahí es válida y legítima, no en un 100% pero sí en su gran mayoría. Es cierto que el país carecía de un marco regulatorio para sus mares o ecosistemas costeros o que las poblaciones indígenas no tuvieran mayor nivel de vida, pero como imagen, el eslogan de *Patria de tres mares* y lo que se desarrolló junto a él es cierto y comprobable, además tener el conocimiento biológico y cultural suficiente para poder ser desarrollado de una manera

¹⁶⁷Ministerio de Relaciones Exteriores, *Colombia Un compromiso de costa a costa*, 9.

¹⁶⁸Ministerio de Relaciones Exteriores, *Colombia Un compromiso de costa a costa*, 68.

aceptable visto especialmente en el libro oficial de la presentación, que lleva su mismo nombre y que es de dominio público y relativamente difundido. Es verdad que transformar un río en un mar es una apuesta un tanto entusiasta y hasta exagerada, pero genera no tanto un referente internacional sino un símbolo de orgullo para el país asegurar que tiene un río tan grande y rico en muchos sentidos que hasta parece un mar y eso como imagen e identidad puede ser motivo tanto de orgullo como de conciencia y compromiso por cuidar de esa nueva categoría hidrológica.

Expo Shanghái 2010

En 2010 se llevó a cabo la Exposición Universal de Shanghái, Expo 2010; segunda Exposición Universal del nuevo milenio, después de la de Hannover en el año 2000, la cual se llevó a cabo entre el 1 de Mayo y el 31 de Octubre. Su designación como sede de la Expo 2010 se dio en el año 2002 tras la Asamblea General número 132 del BIE, la cual salió victoriosa frente a ciudades como Yeosu, en Corea del Sur, Moscú en Rusia, Querétaro en México y Wrocław en Polonia¹⁶⁹.

Durante los 6 meses de duración recibió la más alta afluencia de público que jamás hubiese sido registrada con una estimación oficial de 73 millones de asistentes, según datos del BIE. Hasta ese entonces ese récord lo tenía la Exposición Internacional de Osaka en 1970, la cual tuvo la asistencia de 64 millones de visitantes. Su tema *“Better city, Better life”* planteó el problema de la planificación urbana, propuesto por la ciudad anfitriona del evento, Shanghái; una ciudad de alrededor de 23 millones de habitantes en el 2010. Esto significó un planteamiento sobre cómo hacer la planificación de las ciudades del futuro considerando no sólo su expansión territorial, sino su sostenibilidad en asuntos de salubridad, seguridad o conflictos sociales con el fin de no colapsar sobre sí misma.¹⁷⁰

En cuanto a su ubicación, se eligió un área de 528 hectáreas sobre las dos orillas del río Huangpu. Para su organización, este espacio se dividió en varios sectores; la zona A, B, C, D y E se destinaron a albergar los diferentes pabellones tanto nacionales como empresariales e internacionales. Otra área fue destinada a crear un gigantesco complejo hotelero para alojar a

¹⁶⁹ExpoMuseum, «2010 Shanghai», s. f., <http://www.expomuseum.com/2010/>.

¹⁷⁰Bureau International des Expositions, «2010 Shanghai», s. f., <http://www.bie-paris.org/site/en/expos/past-expos/expo-timeline/2010-shanghai>.

las comitivas y representaciones de los países y organizaciones expositoras el cual se denominó “*Expo Village*”.

Su mascota oficial se llamó *HaiBao*; inspirada en el carácter chino de “persona” (人), HaiBao era un ser de azul de dos patas y cuerpo grueso con cara amigable pues la idea es manifestar un espíritu de “orientado hacia la gente” con la intención de decirle a la gente los fundamentos de porque elegir y construir una “vida mejor”, recordando la segunda consigna de la Expo. Su nombre “*HaiBao*” viene de dos caracteres chinos que chinos los cuales se traducen en “hai” (海), mar, y “bao” (宝), tesoro, haciendo de este personaje la personificación de El tesoro del Mar¹⁷¹.

Esta Exposición, más allá de ser la de mayor afluencia hasta el momento, demostró también la posición internacional de China a nivel político y económico con el fin de reafirmar y seguir consolidando su posición de potencia mundial frente a las demás naciones. Hacía apenas dos años se habían llevado a cabo los Juegos Olímpicos de Pekín, con un gran despliegue no sólo mediático sino también económico y deportivo. Su planificación y puesta en marcha costó alrededor de 40 billones de dólares, haciendo de estas las olimpiadas más costosas de la historia¹⁷²; adicional a lo anterior, el país anfitrión consolidó el palmarés dorado más grande de los juegos con 51 medallas y el segundo palmarés general de la competición con 100 medallas, superado solamente por EEUU que obtuvo un total de 110.

Complementando lo anterior, durante el periodo, 2008 – 2010, China tuvo la expansión económica más grande del mundo, llegando a 10.3% en el 2010, desbancando a potencias tradicionales como Inglaterra, Japón o Alemania y estando detrás únicamente de EEUU en el ranking general de las potencias económicas mundiales¹⁷³. Teniendo este protagonismo y papel hegemónico sobre el mundo tanto occidental como oriental, no es de sorprender entonces que la Exposición Universal de Shanghái hubiera sido no sólo la más costosa sino extensa y concurrida de la historia, pues siendo el país emergente más exitoso del mundo en

¹⁷¹Expo 2010 China, «Shanghai Expo unveils its mascot “Haibao”», s. f., <http://web.archive.org/web/20110920033959/http://en.expo2010.cn/expo/expoenglish/mascot/mascot/userobject1ai47908.html>.

¹⁷²Simon Rabinovitch, «Beijing Games to be costliest, but not debt legacy», *Reuters*, Agosto de 2008, <http://www.reuters.com/article/us-olympics-cost-idUSPEK25823820080805>.

¹⁷³Helena Hong, Pauline Chiou, y Kevin Voigt, «China’s economy grew 10.3% in 2010», *CNN*, Enero de 2011, <http://edition.cnn.com/2011/BUSINESS/01/19/china.gdp.growth/>.

ese momento tenía que demostrar su grandeza ante las demás naciones y ante el público en general.

Con la idea de hacer eso posible de una manera amigable y políticamente correcta y amable, en esta Expo convergieron 189 Estados reconocidos y no reconocidos por la ONU (Taiwán y Palestina), territorios asociados y regiones administrativas especiales chinas; Hong Kong y Macao. De igual manera participaron 50 organizaciones internacionales tanto públicas como privadas tales como la Convención sobre la Diversidad Biológica, CDB, la UNESCO, ASEAN, la Unión Europea o la Liga Árabe.

No siendo ajeno a la cortesía con los demás países y atendiendo a una lógica comercial y política frente a China, Colombia confirmó su asistencia y participación en la Exposición Universal de Shanghái al ser invitado a este evento con la intención de reforzar los lazos que unen a estas distantes pero a la vez cercanas naciones con la idea puntual de convertirse en el socio estratégico preferente¹⁷⁴.

Colombia en Expo Shanghái 2010

A pesar de que hubo firmas de anteriores contratos y acuerdos con la expedición del Decreto 2138 de 2009 se crea la “Comisión Intersectorial para la participación de Colombia en Expo Shanghái 2010”. Este decreto es el marco regulatorio y normativo que haría de la participación de Colombia una idea organizada sobre la cual se planearía su ejecución. Bajo la dirección de múltiples ministerios y entidades públicas y privadas, Expo Shanghái 2010 comienza a ser una realidad para el país, los empresarios involucrados y en últimas para la imagen e identidad nacional en China.

Simultáneamente con este decreto, se expidió el Decreto 2144 nombrando al industrial y empresario del sector cafetero y bursátil Gustavo Gaviria Ángel como Comisionado General y Embajador en misión especial para este evento, quien estuvo vinculado al sector financiero y empresarial del país. Con estas bases fijadas, la creación de un cronograma y su puesta en marcha comenzaría; una planeación que duraría aproximadamente un año, en el cual se establecerían los participantes, aliados del proyecto, expositores, diseños de pabellón y

¹⁷⁴Gabriel Gaviria Ángel, *Colombia Expo 2010* (Bogotá: La Imprenta Editores S.A, 2011), 7.

contenidos, productos de exposiciones, presentaciones de artistas nacionales, conferencistas y otros eventos, selección de personal de apoyo, entre otros.

La designación de Gaviria Ángel como Comisario General de Colombia planteó una forma de ver y concebir el proyecto, haciendo que todo lo que se presente durante los 6 meses del evento sea orientado e interpretado como una oportunidad de negocio e inversión, haciendo del país una mercancía. No sólo se ve en la intención de hacer de Colombia “el socio estratégico preferente” a través de la presentación de las empresas y firmas aliadas al proyecto, sino en la generación de tres ejes fundamentales para “mostrarnos con orgullo ante el mundo; mostrarnos como somos, lo que representamos y lo que podemos hacer”¹⁷⁵; estos son la gente, las regiones y las oportunidades.

Esta última frase, “*lo que podemos hacer*”, es la piedra angular del proyecto empresarial ya que al concebir los tres ejes fundamentales para la presentación en Expo Shanghái se hizo bajo un enfoque completamente orientado a promocionar estos dos sectores de la producción de bienes y mercancías, planteado de la siguiente manera:

- **La gente:** vista como el recurso máspreciado del país, el mayor patrimonio y capital humano para generar el progreso y hacer más competitivo al país.
- **Las regiones:** debido a la diversidad geográfica que tiene Colombia, se propician y multiplican las oportunidades de inversión extranjera, turismo e intercambio comercial entre Colombia, China y el mundo.
- **Las oportunidades:** debido a los avances y logros en materia económica y financiera reconocidos por firmas inversionistas y calificadoras financieras, además de los avances y tecnificaciones en procesos productivos y de infraestructura, el país se muestra como un campo fértil para sembrar las semillas del progreso mancomunado con el apoyo de los países que decidan invertir en Colombia.¹⁷⁶

De esta manera, Colombia se perfila como un país en donde su gente y su variada geografía generan oportunidades de crecimiento económico para las partes involucradas, haciendo de los habitantes trabajadores para el capital extranjero en regiones que ofrecen oportunidades

¹⁷⁵Gaviria Ángel, *Colombia Expo 2010*, 5

¹⁷⁶Proexport, «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010», 29.

de inversión favorables para este, pero no es muy claro que tanto pueda beneficiar a los nacionales y la gente de las regiones donde se decidan hacer estas inyecciones de capital.

El Pabellón

Una vez iniciada la fase de planeación y ajustes del cronograma y búsqueda de aliados para el proyecto, la tarea de concebir el pabellón quedó a cargo de un grupo designado por el Comisario General. Para este proyecto se contaba con 10 millones de dólares el cual debían suplir todos los planes para su construcción y funcionamiento. El área apartada para el pabellón fue de 1000 m² distribuida en dos pisos, ubicado en la parcela 05 del grupo 12 de la zona “C” del recinto de exposiciones, junto a los pabellones de Perú y Brasil y en frente del de EEUU¹⁷⁷.

La idea del pabellón, era la de transmitir y dar a conocer a los asistentes las características que hacen de Colombia un país de oportunidades económicas, turísticas, culturales y de inversión. Con esto se le dio vida a los pilares sobre los cuales se introduciría a Colombia a los visitantes del pabellón; la gente, las regiones y las oportunidades; oportunidades regionales sostenidas por el talento gente y el capital humano nacional, el cual sería capaz de llevar el progreso a Colombia y a los inversionistas que quieran hacer parte del desarrollo conjunto entre naciones¹⁷⁸.

El pabellón, de dos pisos, fue organizado de tal forma que se diferenciaron claramente las secciones de inversiones de las puramente de imagen, a pesar de que estas últimas tenían también una fuerte carga de marketing empresarial. El primer piso se dedicó para exposición, actividades lúdicas y creación de la imagen nacional; una imagen de gente amigable y trabajadora, mientras que el segundo fue designado para la promoción empresarial y corporativa tanto del país así como los aliados del proyecto, los cuales no sólo apoyaron con dinero para la presentación y el pabellón, sino también quienes aportaron con información para ser presentada en el pabellón y aunque se enfocó en diversos aspectos (turismo, entretenimiento o artesanías) tenían un solo objetivo: promocionarse como referentes comerciales y corporativos a la hora de hacer negocios en Colombia.

¹⁷⁷Proexport, «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010» 28

¹⁷⁸Gabriel Gaviria Ángel, «Expo Shanghái: la oportunidad de oro», en *Colombia y China: treinta años de amistad y cooperación* (Bogotá: Comité Editorial Ministerio de Relaciones Exteriores, 2010), 50.

Entre los aliados del proyecto se encuentran el Museo Internacional de la Esmeralda, la Asociación Nacional de Empresario de Colombia, ANDI, las Empresas Públicas de Medellín, EPM, las alcaldías de Bogotá, Ibagué, El Guamo y Medellín, la Gobernación de Cundinamarca y de Antioquía, la Agencia Nacional de Hidrocarburos, ANH, HUAWEI o ISAGEN, además de algunos de los ministerios del gobierno nacional, como Relaciones Exteriores, Educación o Cultura.

Por medio de un concurso la firma 4H Arquitectos Asociados, ganó la licitación para realizar el diseño exterior del pabellón, el cual fue dividido en tres ambientes; el primero, un basamento de luz decorado con serigrafías que ilustraban obras de arte nacional. El segundo, el cuerpo del pabellón, fue decorado con estelas de diseños que imitaban los realizados por las culturas Quimbaya, Tumaco y Tayrona. El tercero era una torre inspirada en un faro que iluminaba a lo lejos con la idea de advertir a la gente que ese era el guía para llegar a Colombia, la cual estaba decorada con una silueta que lo bordeaba de imágenes de guacamayas tricolores¹⁷⁹

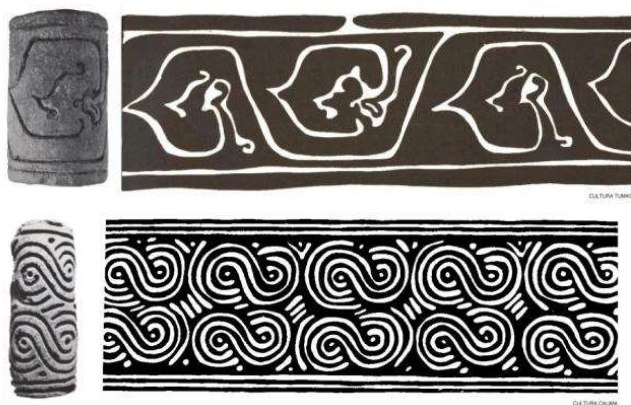


Fig. 4.

Diseños relativos a las culturas indígenas en el Pabellón de Colombia en Expo Shanghai

Fuente: Proexport. *Informe sobre la*

Participación de Colombia Expo Shanghai 2010. Pg. 32

Para el diseño interior, la firma encargada de realizarlo sería Zerofractal, una firma de diseño y tecnología digital radicada en EEUU y Canadá, la cual fue seleccionada para este fin. Siendo de dos pisos, el diseño se centró en la maximización de los espacios para que las diferentes salas que estaban planeadas tuvieran un espacio lo suficientemente grande para albergar a las personas que estaban planeadas. Siendo así, el primer piso se destinó para la presentación de las actividades lúdicas y de visualización de Colombia y promoción de los

¹⁷⁹Gaviria Ángel, *Colombia Expo 2010*, 3.

aliados del proyecto. Es así que se piensa en un gran salón abierto llamado “Salón *Descubre a Colombia a través de su corazón*” que muestra las 5 regiones geográficas de Colombia; cada una en un solo montaje que pretende ser representativo de toda la región.

En este pabellón son mucho más evidentes los planteamientos de Sekula y de Aschner sobre la arquitectura y diseño de estos espacios. En primer lugar el recito entero está diseñado de tal manera que los asistentes a este tengan una experiencia que define no sólo las actividades, sino también la forma de aproximación al conocimiento de Colombia. Las pantallas de los videos de las regiones o el salón “*descubre a Colombia a través de su corazón*” guiaban a los asistentes de una forma tal que se apropiaran del espacio y al mismo tiempo de Colombia como un país que ellos están descubriendo, o redescubriendo, dependiendo de quien lo experimente.

Lo que lleva al planteamiento de Sekula al advertir que las estructuras tienen un mensaje para un público en particular, esto es reflejado en la forma como se establecieron los espacios, un piso para imagen el otro para comercio, dio a entender que en Colombia se pueden vivir dos clases de experiencias: una humana y cultural y la otra de comercio. No sólo el exterior genera una imagen conocida para el mundo, como lo es el tricolor de la bandera, sino el interior refleja esas lógicas de uso, ya que mientras en un lugar se habla de cultura en otro de negocios y están completamente separados y diferenciados el uno del otro, haciendo una lógica de uso comercial y promocional del segundo piso y reservado sólo para quienes desearan invertir en el país, mientras que en el primero se establece la lógica de divulgación e imagen nacional.

Peter Burke afirma que la imagen es un proceso de manipulación dual en donde las agencias publicitarias y actores de poder y que influyen en este caso en la creación de la imagen del pabellón y por tanto de la imagen nacional crean una visión dirigida sobre los intereses que les interesa promocionar para que los espectadores de manera inconsciente la acepten como tal y generen referentes de asociación entre Colombia y “*la gente*” o destinos turísticos.

Es así como las imágenes de la Amazonía recuerdan a una selva virgen y un tanto inexplorada, con tótems y casas de la región sobre un río con mascarones de flora y fauna nativa. La región Pacífica, fue representada por una panorámica del puerto de Buenaventura,

puerta del entrada para el comercio con China y el resto del mundo, ambientado con unas plantas de caña de azúcar.

La región atlántica fue representada por una panorámica de las playas de Santa Marta y un mascarón de una de las torretas de la ciudad amurallada en Cartagena. La región de la Orinoquía se representó con un fondo de unas estaciones de bombeo de petróleo, adornado por un terreno árido con cactus y tierra rojiza. Finalmente la región Andina fue un collage entre la panorámica de Bogotá, el sistema de metrocable de Medellín, una casa tradicional de las zonas rurales del altiplano cundiboyacence, adornado con flora nativa.

Siendo una forma muy práctica y útil de generar una idea de lo que es Colombia, se crearon dos videos que hacían esta tarea. Uno para el pabellón en donde se muestran paisajes, destinos turísticos, la diversidad cultural del país, además de presentar las ventajas y potencialidades productivas de Colombia, con clips de obreros, técnicos, obras de infraestructura o estaciones de bombeo de petróleo, acompañado con leyendas en chino e inglés que resaltan este propósito, tales como “recurso humano de talento”, “geografía diversa”, “rica en recursos naturales”, “tradición histórica y de patrimonio” o “economía dinámica”. De igual forma, y para estar en sincronía con la temática de la exposición, se mostraron imágenes de las ciudades importantes del país como símbolo de progreso y modernidad con la etiqueta de “ciudades modernas” mostrando imágenes de urbanismo, centros comerciales, espacios abiertos y de recreación.

Así mismo cuando el visitante se acercaba a uno de los montajes de las regiones del salón “Descubre a Colombia a través de su corazón”, cada unatenía su propio video con subtítulos en inglés y chino con nombre de la región donde se mostraban imágenes de paisajes, destinos y atractivos turísticos, gente local, actividades típicas de la región, bailes y aspectos culturales, flora y fauna, además de tener música variada para ambientar el video y hacerlo más atractivo.

Referenciando a Mitchell y su reflexión sobre el poder que tiene la imagen de crear nuevos referentes sobre una situación, o en este caso, sobre el país, estas representaciones crearon la imagen que se quería lograr de Colombia; la gente y sus paisajes, ya que estos factores son parte de los promocionados. Aparte de presentar la geografía y aspectos naturales de cada una de las regiones, presentaba las costumbres, folklore, oficios de la gente de cada región. Esto

permitía identificar cada región con una imagen de comunidad en particular, generando así un estereotipo de identidad sobre ellas; tanto las regiones como las personas.

No obstante lo anterior, se presentan ciertas y muy marcadas inconsistencias en el planteamiento y puesta en escena de estos montajes. Para comenzar los montajes de las regiones son muy idealizados y no representan fielmente a las regiones, pues no sólo distorsiona su realidad económica y social sino que además presenta imágenes que pueden confundir a los asistentes.

En el montaje para la región Caribe, se muestra una imagen de fondo de la ciudad de Santa Marta; se sabe esto porque es la única ciudad costera del Caribe que está construida al borde de una serranía, que sería el Tayrona, y frente a esta se presenta un mascarón de la Ciudad Amurallada el cual no está en Santa Marta, sino en Cartagena.



Fig. 5. Montaje “Región Atlántica” Expo Shanghái 2010. **Fuente:** Proexport. *Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010.* Pg. 35

De igual manera para la región central, es claro que para la época en Bogotá no existía un sistema de Metrocable sino es en Medellín. En el montaje se sabe que es Bogotá por la panorámica, aunque también puede dar lugar a confundirla con Medellín, por dos motivos el primero por el Metrocable que está en primer plano; el segundo, porque Medellín también está

ubicada sobre las montañas del valle de Aburrá, así como Bogotá está ubicada también sobre las montañas, pero de la Cordillera Oriental de Colombia, al pie de los llamados “Cerros Orientales”.



Fig. 6. Montaje “Región Central” Expo Shanghai 2010. **Fuente:** Proexport. *Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010*. Pg. 35

La región Pacífica no es sólo el puerto de Buenaventura; más allá del puerto, Buenaventura es una de las ciudades más inseguras y pobres del país. En un informe de la Universidad del Valle y la Secretaría Departamental de Salud del Valle del Cauca, reveló que el 80,6% de la población está en la pobreza, el 43,5 % en la indigencia, la tasa de desempleo es del 28,8%, el 34,7% están en condición de subempleo y el 63% ganan menos de un salario mínimo legal vigente¹⁸⁰, así mismo tiene un récord de seguridad gravísimo, pues no sólo es una de las rutas de narcotráfico más concurridas de la región, sino además en marzo de 2010 un carro bomba hizo explosión dejando 9 muertos y 45 heridos, en un crimen atribuido a la guerrilla de las FARC.¹⁸¹

¹⁸⁰Abelardo Jiménez Carvajal et al., «Proyecto caracterización de la explotación sexual comercial de NNA en seis municipios del valle del cauca» (Cali: Universidad del Valle, 2011), 6.

¹⁸¹Redacción, «Buenaventura marchó contra la violencia», *El País*, Abril de 2010, <http://historico.elpais.com.co/paisonline/notas/Abril012010/4buena.html>.

De igual manera, en la región pacífica está la ciudad de Santiago Cali, capital del Valle del Cauca y destino turístico más importante de la región, y un sinfín de playas en toda la costa de Chocó, además de ser el lugar más visitado en el mundo para el avistamiento de ballenas jorobadas que vienen al pacífico colombiano a tener sus crías; situaciones que no aparece en ninguna referencia a la región.

No obstante, lo más notorio de todo, es la imagen que se da de la región de la Orinoquía, empezando por el hecho de que la Orinoquía en ninguna parte es desértica, todo lo contrario; comparte regiones de bosque húmedo con el piedemonte llanero de la cordillera de los Andes al oeste y la selva amazónica al sur y parte del este. La región “central” de la Orinoquía se caracteriza por ser una sabana con importantes sistemas hídricos tales como cuencas y desbordes de los ríos Meta, Orinoco y Guaviare, además de pantanos en la región norte en Arauca¹⁸², haciendo por lo tanto imposible la existencia de la mata de cactus.



Fig. 7.Montaje “Región Orinoquía” Expo Shanghai 2010.**Fuente:** Proexport. *Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010*. Pg. 35

¹⁸²Instituto Geográfico Agustín Codazzi, «Mapa Regiones Naturales» (Bogotá, 2002).

Además, a pesar de que podría ser confundido con el departamento de la Guajira, el cual en su gran mayoría sí es un desierto, esta no sólo está demasiado lejos de los llanos orientales, siendo atravesada por tres departamentos o por Venezuela, sino porque también en la Guajira no se explota petróleo sino carbón, razón por la cual da a pensar que esa puesta en escena de la Orinoquía es más similar al oeste y la región petrolera de los EEUU que a Colombia.

Para las regiones costeras nacionales, hay un aspecto igualmente notable y es el hecho de que no se reconozca explícitamente el territorio insular que hace parte de estas regiones. Para el caso del Caribe sólo aparece 1 referencia de territorio insular y no es en un montaje físico sino en el video del pabellón cuando se refiere a la región Caribe. Pero esta referencia no sólo es demasiado corta (tres segundos), sino que además corresponde a la isla de Malpelo, que está ubicada en el Océano Pacífico y no en la Región Caribe.



Fig. 8. Captura “Isla Malpelo” Video Expo Shanghái 2010. **Fuente:** Proexport. *Región Caribe.*

Esta información pudo ser corroborada por Sandra Bessudo, quien además de haber participado como gestora en Expo Lisboa 98 es también la fundadora y directora de la ONG *Fundación Malpelo y otros ecosistemas marinos*, cuyo campo de acción es justamente esa área. Al observar la toma, Bessudo aseguró que efectivamente era Isla Malpelo y calificó como “un gravísimo error” la inclusión de la mencionada isla en un mar al cual no corresponde.

Para el caso de la región de la Orinoquía, quedó claro que fue un error esta puesta en escena, pues tergiversa casi todo lo que es dicha región en materia ambiental y geográfica, quedando sólo como referencia acertada la producción de petróleo que sí se da y por la cual es

conocida. La región pacífica con la omisión de Malpelo y Gorgona es así mismo una omisión bastante grave, pues gracias al dominio que tiene el país sobre Malpelo el territorio nacional se proyecta hasta limitar con Costa Rica en vez de Panamá, ya que esta isla fue tomada como referencia para los límites entre Colombia y Panamá haciendo la frontera entre las dos naciones al trazar una línea equidistante entre las aguas panameñas y colombianas por el paralelo 5°00'00'' N, quitando la posibilidad a Panamá de seguir más al sur hasta lograr las 200 millas náuticas de Zona Económica Exclusiva establecidas por la Convención sobre el Derecho del Mar a la cual tendría derecho.

Adicional a lo anterior, el territorio insular del pacífico (Malpelo y Gorgona), ha sido protegido por normas ambientales y territoriales a nivel nacional e internacional, haciendo de Gorgona un Parque Nacional Natural y de Malpelo un Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el 2006, mucho antes de esta Expo, además ambos lugares son destinos turísticos reconocidos y promocionados a nivel nacional e internacional al ser escenario para bucear, investigación sobre biodiversidad marina o avistamiento de ballenas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la referencia insular u oceánica del Caribe es nula. No existe una toma, imagen o referencia de las numerosas islas que tiene Colombia en el Caribe, ya sea las Islas del Rosario en Cartagena o San Andrés y Providencia en el Caribe con sus respectivos cayos, más aun cuando desde el año 2000 San Andrés, Providencia, Santa Catalina y los 8 cayos componen este archipiélago fue declarado Reserva de la Biósfera por la UNESCO bajo el nombre de *Seaflower* cuya extensión es de 180.000 Km², haciendo de esta una de las más grandes del mundo¹⁸³.

Esto hace reflexionar sobre el conocimiento geográfico y profesionalismo de quienes diseñaron y aprobaron el video, pues además de incurrir en un error geográfico elemental, tergiversa y desinforma sobre la riqueza territorial y marítima del país. Se quiso representar la riqueza marítima e insular del país, pero claramente fue un desacierto muy grande, principalmente porque construye un mundo con un sentido y un significado completamente erróneo y equivocado de cómo es en realidad, pero así mismo es una representación de un *mundo posible* supremamente peligrosa y nociva para el país, puesto que desinforma de manera deliberada sobre la realidad básica de estas regiones, sobre todo de Malpelo.

¹⁸³Comisión Colombiana del Océano, «Reserva de Biósfera Seaflower» (Bogotá: Comisión Colombiana del Océano, 2015).

El segundo piso del pabellón fue destinado exclusivamente para ruedas de negocios, conferencias, visitas protocolarias e invitados *VIP*. Para esto, “se diseñó un salón *VIP*, adecuado con la tecnología necesaria para realizar exposiciones, conferencias reuniones y ruedas de negocios”¹⁸⁴ así como una terraza adjunta que se conectaba con este salón y que serviría para deleitar a los asistentes *VIP*.

Durante los 6 meses que duró la Expo, el pabellón de Colombia recibió 3 millones 5003 personas, de los cuales el 55% eran chinos, el 38% colombianos y apenas un 7% de otras nacionalidades, lo cual superó por amplio margen las expectativas trazadas al comenzar el proyecto, ya que inicialmente se pronosticaba alrededor de 1.5 millones de visitantes; esto representa una situación muy particular debido al hecho de que es el doble de turistas que recibe Colombia en un año¹⁸⁵, tal y como se aprecia en la siguiente gráfica oficial realizada por Proexport sobre las nacionalidades de los visitantes al pabellón.

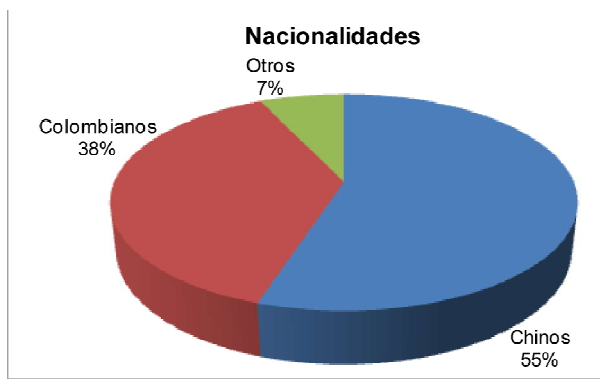


Fig. 9

Visitantes al Pabellón Colombia por nacionalidad. **Fuente:** Proexport. *Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010*. Pg. 46

No obstante lo anterior, este es un hecho que resulta tanto inquietante así como problemático, pues el hecho de que el 93% de los asistentes sean del país anfitrión o colombianos, hace pensar dos situaciones que puedan explicar ese fenómeno; la primera es que tan bien planificada fue la ubicación del pabellón; pues ante un gigante como EEUU y un país más reconocido en festivales y carnavales como lo es Brasil, ¿qué tantas oportunidades tenía realmente Colombia de hacerse resaltar frente a dos competidores directos y ampliamente más conocidos, queridos y reputados? De los tres, Colombia es claramente el más pequeño, no sólo geográficamente sino también económica y políticamente hablando, además del

¹⁸⁴Gaviria Ángel, *Colombia Expo 2010*, 50.

¹⁸⁵Proexport, «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010», 43.

hecho de no tener una cultura y patrimonio muy desarrollado y explorado que haga una verdadera competencia a Brasil y su mundialmente conocida *samba*, fútbol o carnavales, por dar un ejemplo comparativo de Colombia frente a un par suramericano.

La segunda situación viene ligada de la primera y es ¿Colombia realmente que tiene para ofrecer al mundo que no sea la explotación de sus recursos naturales? El hecho de que menos de la décima parte de los asistentes sea de países diferentes al anfitrión, que de por sí es un país superpoblado, y a colombianos, deja mucho que pensar acerca de nuestra riqueza inmaterial o como mínimo la forma de promocionar lo que hay.

Es posible presumir que los colombianos entraron porque los resultara familiar y hasta nostálgico, hecho que puede ser confirmado por el artista Jorge Celedón quien afirmó que al estar en el pabellón se sintió “como en un pedazo de Colombia”¹⁸⁶, mientras que la afluencia china se podría explicar por el número tan abrumador de la asistencia a la Exposición misma; es simplemente una cuestión de superioridad numérica, pues considerando que al mes de haber empezado la Expo, el pabellón de Tailandia, siendo mucho más familiar y conocido de lo que es Colombia para China, ya tenía la mitad de los asistentes que Colombia tuvo durante sus 6 meses de participación¹⁸⁷.

Lo anterior hace preguntar si realmente esa afluencia de más de 3 millones de personas fue un verdadero éxito o sólo el resultado de una afortunada reunión de casualidades produciendo una abultada cifra de asistentes. De igual manera hace preguntar sobre el cómo se realizó esta creación de la imagen nacional y si realmente lo que se quería era generar una imagen nacional en vez de una corporativa. Se ha explicado cómo se organizó y sobre que pilares se creó esta imagen (gente, regiones y oportunidades), pero los resultados no hablan de un éxito aunque tampoco de un fracaso, pues la relativa baja asistencia puede ser compensada con las reuniones económicas y de inversión extranjera para proyectos nacionales, que si bien no fueron muchos, sí han sido importantes para el desarrollo de sectores productivos.

¹⁸⁶Proexport, «Video Pabellón Expo Shanghái 2010», 2010.

¹⁸⁷Royal Thai Embassy, «Thailand on show in Shanghai», *Royal Thai Embassy*, 2010, http://www.thaiembassy.sg/press_media/news-highlights/thailand-on-show-in-shanghai.

“A través de su corazón”... ¿pero cuál corazón?

Como se había mencionado con anterioridad, el lema de Colombia para esta exposición sería “*conoce a Colombia a través de su corazón*”. Esto quiere decir que los motivos que se van a dar para dar a conocer al país en una tierra tan lejana y ajena a las tradiciones y cultura colombiana es nuestra propia cultura y forma de ser. Tradiciones, bailes, folklore, música actual y tradicional, gastronomía, talento humano, paisajes y destinos turísticos, son categorías que entrarían en esta muestra de “nuestro corazón”.

Para poder presentar estos aspectos de lo que significa ser colombiano, la Comisaría preparó una muestra de imágenes, videos, objetos y presentaciones culturales y musicales con la idea de generar una imagen positiva y alegre de Colombia, que genere no sólo una recordación positiva del país, sino además que sea atractivo para quienes tienen un interés más allá de la simple curiosidad o que estén por algo más que una muestra gratis de café.

Esta imagen se comienza a construir desde el mismo logotipo que Colombia presentó para la exposición. La imagen es de una paloma vista de perfil diseñada por siluetas curvas que forman cada aspecto de la misma; alas, cuello, cabeza, cola. Sus colores son los mismos de la bandera nacional y su idea era representar la paz y la libertad



Fig. 10.

Logo de Colombia en Expo Shanghai

Fuente: Proexport. *Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010.* Pg. 30

Empero este despliegue de identidad y orgullo patrio, el logotipo no fue un diseño nacional; fue encargado a la firma de publicidad “Schwann” radicada en Beijing, China¹⁸⁸ la cual tiene

¹⁸⁸Proexport, «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010», 30.

como clientes a firmas tan importantes y reconocidas en el mundo tales como Audi, KLM, Nike o ERICSSON. Los motivos sobre el porqué la elección de una firma china para la realización del logotipo son desconocidos, no obstante es importante indagar en este aspecto, pues se puede interpretar como una abierta declaración sobre la falta de talento colombiano en cuanto a diseño se refiere o la preferencia de una firma extranjera por razones comerciales y políticas. Situación similar se puede afirmar para Zerofractal, lo cual deja como explicación momentánea que se optó por no utilizar el promocionado talento nacional para la elaboración del diseño interior del pabellón colombiano.

Otra de las muestras reconocidas fueron las tradicionales esmeraldas, llevadas en esta oportunidad por el Museo Internacional de la Esmeralda, una fundación ubicada en Bogotá cuya misión es la de “conservar y promover el trabajo artesanal de la joyería y también buscarle un mejor futuro a todas las familias que dependen de esta bella labor”¹⁸⁹ junto con la meta de hacer de la esmeralda un símbolo patrio y de orgullo nacional. En Expo Shanghái, su función fue la de la presentación de la actividad minera de esmeraldas en las minas de Boyacá y Cundinamarca, presentando imágenes de los mineros y la forma como trabajan la piedra. De igual manera, se realizaron alianzas con el pabellón de Bélgica para realizar una exposición conjunta de diamantes y esmeraldas en el pabellón colombiano¹⁹⁰. Adicional a esto, se exponían en vitrinas joyas realizadas con esta piedra, resultado de la actividad minera presentada en las imágenes anteriormente mencionadas.

Situación que contrasta fuertemente con las condiciones de los mineros de las zonas esmeraldíferas, pues no sólo son económicamente frágiles, sino que, más notorio aún, las regiones donde se extraen las esmeraldas han estado en abandono por parte del Estado siendo aprovechadas por grupos paramilitares quienes llenaron ese vacío de poder, haciendo de estas unas zonas altamente inseguras y también muy pobres, económicamente hablando.

Basta la sola mención de Víctor Carranza, apodado el Zar de las Esmeraldas en gran parte por ser uno de los personajes más emblemáticos y representativos del mundo que rodea a estas piedras, para dar cuenta de las condiciones de violencia y crimen que existen en estas zonas. Don Víctor, como se le conoce popularmente, ha sido un personaje altamente famoso

¹⁸⁹Museo Internacional de la Esmeralda, «Misión», *Museo Internacional de la Esmeralda*, 2015, <http://www.museodelaesmeralda.com.co/mision-vision-fundacion.php>.

¹⁹⁰Gaviria Ángel, *Colombia Expo 2010*, 78

por dos motivos: el primero, por su condición de minero forjado a sí mismo, poniéndose como ejemplo de que cualquier minero y campesino de cuna puede llegar a alcanzar el éxito y la fama por medio de esta actividad. El segundo porque también ha sido acusado de paramilitarismo¹⁹¹ y violencia generalizada¹⁹² en las mencionadas zonas desde los años 1970 cuando empezó el episodio de violencia denominado como las “guerras verdes”, las cuales entre Carranza, sus asociados o sus enemigos, dejaron un saldo de miles de muertos en Boyacá y Cundinamarca y generaron zozobra entre los pobladores por actos de terrorismo y muertes selectivas¹⁹³.

Siendo así, este se convierte en otro ejemplo de porqué la cultura visual puede ser un éxito para entender y analizar este tipo de presentaciones. Las relaciones de poder existentes entre los organizadores de la expo y las personas a quienes representan se tensionan cuando es evidente la distorsión que existe entre la realidad de las zonas esmeraldíferas y sus habitantes con los productos acabados que se presentaron aquí, a tal punto que se exhibieron con un país que lleva una tradición minera centenaria como lo es Bélgica. Se obvia tanto el proceso como el contexto en que estas gemas son extraídas y procesadas en cambio sí se muestra el producto final como si fuera el resultado de un trabajo aunque duro y de mucha precisión, pacífico y relativamente cómodo.

Las presentaciones musicales y culturales fueron otras de las estrategias diseñadas por la Comisaría para cautivar a los asistentes de la exposición. Las presentaciones musicales fueron múltiples, 35 en total, a tal punto de ser considerado como el pabellón musical de la exposición y ser catalogado por el director de eventos de la zona C de Expo Shanghai 2010, Teddy Xu, como el más grande en presentaciones culturales, pues en total se contabilizaron más de 20 mil asistentes totales a todas las presentaciones que se hicieron¹⁹⁴ ya sea en el pabellón nacional o en los distintos escenarios destinados para eventos y presentaciones públicas de la Expo, pues aunque la terraza *VIP* del pabellón nacional estuvo destinada también para ese tipo de presentaciones, hubo situaciones en las que simplemente el número

¹⁹¹Redacción, «Carranza, los Castaño y la llegada de los “paras” al llano», *Verdad Abierta*, Agosto de 2010, <http://www.verdadabierta.com/component/content/article/80-versiones/2642-carranza-los-castano-y-la-llegada-de-los-paras-al-llano>.

¹⁹²Obituary, «Victor Carranza», *The Economist*, Abril de 2013, <http://www.economist.com/news/obituary/21576363-victor-carranza-niño-colombias-emerald-tsar-died-april-4th-aged-77-victor-carranza>.

¹⁹³Nación, «¿Volverá la guerra verde?», *Semana*, 13 de septiembre de 2014.

¹⁹⁴Gaviria Ángel, *Colombia Expo 2010*, 84

de asistentes o la magnitud del evento, hacía necesaria la separación y utilización de los escenarios públicos destinados para esos fines. Es así como 13 grupos musicales durante 35 presentaciones en diversos escenarios pusieron a bailar a los asistentes chinos y de otras nacionalidades.

Durante los 6 meses que duró Expo Shanghái, grupos musicales tales como el Ballet Folklórico de Antioquia, el grupo de jazz Puerto Candelaria, el grupo de salsa Toño Barrio, la Coral Comfenalco de Santander, Jorge Celedón y Fonseca, se presentaron en las siguientes arenas públicas de espectáculos: *America Square*, *Expo Center Red Hall*, *Music Club* y *Greenland Square*, algunas de ellas en 2 o más oportunidades, como es el caso de “Toño Barrio”, quien se presentó en la *Greenland Square* y la *America Square*.¹⁹⁵

Salvo el Ballet Folklórico de Antioquia, estos grupos musicales si bien son famosos y representativos de la cultura colombiana, sea popular o tradicional, están enmarcados dentro de una lógica comercial y no cultural, esto es, que su espectáculo es principalmente para entretener y no para preservar y generar conciencia sobre la cultura y tradiciones regionales.

Muy distinto hubiera sido si se hubiese presentado un grupo del Carnaval de Negros y Blancos o del Carnaval de Barranquilla, ambas expresiones culturales y folclóricas de dos regiones muy diferentes de Colombia y declaradas como patrimonio inmaterial de la humanidad por la UNESCO; el de Negros y Blancos en el 2009 y el de Barranquilla en el 2003. Esto porque sí son expresiones auténticas de la cultura e historia nacional y cuya presentación en Expo Shanghái hubiera sido no solo una presentación de artistas nacionales sino la presentación de parte de nuestro patrimonio cultural, materia perteneciente a los pilares que Colombia quiso mostrar en Expo Shanghái; “la gente: el recurso máspreciado de Colombia y nuestro mayor patrimonio”¹⁹⁶.

¿Y el impacto?

Se podría decir que durante los 6 meses que duró Expo Shanghái se logró materializar la identidad colombiana con el fin de realizar negocios utilizándola como principal atractivo. Se puso en marcha una maquinaria empresarial tanto pública como privada que permitió consolidar una imagen de un país próspero y emergente ante los ojos de la comunidad china.

¹⁹⁵Proexport, «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010», 67.

¹⁹⁶Gaviria Ángel, «Expo Shanghái: la oportunidad de oro», 2010, 50.

Los negocios, presentaciones y actos protocolarios de tipo político fueron constantes durante el evento y aunque sirvieron de plataforma para consolidar ciertos intereses, no es claro hasta qué punto fue un éxito total, aunque sí fue una presentación que se planificó con tiempo y voluntad política y social.

Estos resultados pueden medirse en dos formas; la primera estableciendo el impacto mediático que tuvo la participación de Colombia en esta expo. El cual se puede decir que es relativamente bueno, considerando que se tuvo una inversión relativamente modesta. El despliegue nacional anterior a la exposición es amplio.

Sus protagonistas son principalmente el Comisario General, Gabriel Gaviria Ángel y el vicepresidente de la época, Francisco Santos, quienes por medio de ruedas de prensa y entrevistas en los medios impresos nacionales hablaron sobre esta Exposición y el papel que Colombia jugaría en ella. Menciones en revistas especializadas de negocios como Portafolio y Dinero además de diarios de circulación nacional o regional como El Tiempo o La República, respectivamente, donde se mostraban los diferentes aspectos de las muestras comerciales, culturales y de negocios que se mostrarían en ella.

No obstante los medios nacionales no serían los únicos en reseñar el papel de Colombia en este evento. Los diarios “*Shanghái Evening News*” y “*Shanghái Evening Post*” realizaron reseñas sobre la participación nacional en la Expo. El primero, en una publicación del 16 de Julio hace una reseña sobre Colombia y su pabellón al ser el día de Colombia en la Expo;

*“La Expo recibe el Día Nacional de Colombia” La guacamaya tiene en sus manos el café aromático. El Pabellón de Colombia, ubicado en la zona C, tiene afuera una variedad de guacamayas coloridas. Visto desde lejos, el Pabellón de Colombia es un pequeño pedazo de Arco Iris en el cielo de la zona C. La Tienda de Café vende el puro café colombiano y su fragancia atrae turistas y los invita a quedarse.*¹⁹⁷

Reflejando así el gran éxito y popularidad que el café colombiano ha tenido en los asistentes, pues fue referenciado como la experiencia que Colombia quiere ofrecer a sus invitados; una experiencia tropical con el aroma del café suave de nuestras montañas.

¹⁹⁷Redacción, «La Expo recibe el Día Nacional de Colombia», *Shanghái Evening News*, julio de 2010.

Por su parte, el “*Shanghái Evening Post*” en una reseña escrita el 31 de Octubre informa sobre el regalo más grande que el Pabellón de Colombia ha otorgado a la Expo; una réplica de la mascota oficial de la Expo tallada en esmeralda y del tamaño de “una palma”, cuyo peso fue calculado en 5000 kilates y tuvo un trabajo artesanal de 2 meses. Adicional a lo anterior, se muestra en la primera plana de esa edición una foto del silletero Jaime de Jesús Atehortúa con una silleta que de fondo blanco y en el centro la imagen de la mascota de Expo Shanghái

Sin embargo la presencia mediática de Colombia en los medios impresos y electrónicos, no pueden mostrar el éxito mayor que se tuvo en esta expo; este fue el éxito económico y político que surgió a partir de esta expo, pues ayudó a visualizar a Colombia ante China como un aliado estratégico en la región, además de generar acuerdos bilaterales en todos los sectores productivos del país, cuantificando los resultados en acuerdos, políticas, recepciones protocolarias de líderes mundiales o empresarios.

Este punto es fundamental, puesto que los objetivos a alcanzar con esta Exposición, era fundamentalmente asegurar el posicionamiento económico y político de Colombia en China, más que crear o consolidar una imagen de país. Siendo este el caso, es viable asegurar que este objetivo se cumplió de una manera relativamente bien, pues a pesar de las múltiples ruedas de negocios que hubo, sólo se lograron materializar 5 acuerdos comerciales, todos con China bien sea como país o a través de sus empresas, listados a continuación:

- Acuerdo entre Colombia y China, a través de la empresa Hydrochina, para la recuperación del río Magdalena.
- Ofrecimiento de becas por parte de Colombia a estudiantes chinos en el Centro de Estudios Superiores de Administración, CESA.
- Acuerdos de cooperación para programas de Acción Social en proyectos para discapacitados, capacitación en electrónica y herramientas para la educación.
- Memorando de Entendimiento por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para facilitar el viaje de grupos de turistas chinos hacia Colombia.
- Seguimiento de un Memorando de Entendimiento firmado en 2005 relativo a la Cooperación en Materia de las Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones¹⁹⁸

¹⁹⁸Proexport, «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010», 93

Estos logros inmediatos de como resultado de la participación de Colombia en Expo Shanghai demuestran lo productivas y económicamente convenientes la asistencia a estas Exposiciones cuando de negocios se trata, pues si bien es probable que se hubieran conseguido más acuerdos, los mencionados anteriormente son para Colombia una ganancia importante, no sólo porque permite desarrollar proyectos de infraestructura o intercambio estudiantil, sino además porque posiciona a Colombia en el mundo de los negocios, haciendo cumplir en cierto modo el objetivo de ser un socio estratégico, pues el “*preferente*” es difícil de cuantificar debido a los múltiples socios económicos de China, tan solo en América Latina. No obstante, el lograr un acuerdo para hacer del río Magdalena un río viable económicamente en diversos sectores y que sea un proyecto que a la fecha de hoy está en marcha, es una gran ganancia para Colombia, pues gracias a Expo Shanghai el país tiene una oportunidad viable y realista de volver a convertir a esa gran arteria fluvial en un importante activo económico.

Reflexiones finales a modo de conclusiones

El anterior trabajo ha sido la culminación de una investigación que integra el eje temático de la imagen y la cultura visual como instrumento de proyección de la identidad nacional, en esta caso de tipo étnico, marítimo y económico, aplicado en las exposiciones internacionales; representar a las minorías étnicas, a las regiones marítimas y costeras y la inserción económica de Colombia al mundo en un evento multitudinario donde no sólo personas sino también organismos internacionales y otros Estados están presentes y en cierta medida juzgando y calificando lo que muestran estas imágenes de sus mares, etnias y economía.

Se podría suponer que para Colombia esta no sería una tarea difícil, puesto que son algunos de los atractivos más obvios que el país tiene y por los cuales también es reconocido y referenciado. Su biodiversidad es mundialmente conocida y celebrada. Su riqueza histórica y cultural prehispánica no sólo es reconocida y admirada desde el siglo XIX sino que tiende a ser visto como una característica propia de los países de América Latina, adicional al hecho de que la marca país de Colombia, Procolombia, y su predecesora Proexport, ha hecho de estas características uno de los activos económicos del país generando las imágenes positivas de Colombia en el mundo.

No obstante al ser la imagen nacional oficial y también empresarial, esta no necesariamente refleja las realidades tal y como son sino como haya sido la intención de su creación. Recordemos que una imagen es una representación, no una fiel copia de los hechos retratados en ella. En este caso la intención de presentar la biodiversidad y manejo costero de Colombia ha sido la de generar un discurso dirigido a terceras personas con la intención no sólo de reforzar esa imagen de una Colombia biodiversa y marítima, sino también la de ocultar factores económicos, políticos o de conflicto social que potencialmente atentan contra esta imagen, haciendo pensar al público que son hechos aislados que se están corrigiendo de alguna manera. Son análogos los mismos cuestionamientos cuando se observan y analizan en el campo de minorías y su precaria condición social o del boyante panorama macroeconómico del país contrastado con la alta desigualdad y tasa de desempleo.

Ciertamente no hay que culpar dicha intención dado que existe una razón lo suficientemente válida para no culpar y acusar de enemigos o manipuladores a los creadores de este discurso, la cual obedece a una lógica de imagen y de mercado en donde no se puede vender o promocionar algo que no es atractivo. Las únicas dos salidas son o vender algo que efectivamente sea atractivo y comprobable o generar una realidad alterna cuya imagen no sea demasiado alejada de la realidad que se intenta evadir.

En este caso las realidades concuerdan en cierto modo con las imágenes, ya que estas presentan situaciones y realidades que se pueden comprobar y que ciertamente no son falsas. No sólo el tema de biodiversidad es muy palpable, principalmente porque Colombia tiene parte de su territorio en el bosque tropical más grande del mundo, la Amazonía. Tiene un ministerio dedicado exclusivamente a la administración y gestión ambiental el cual es apoyado por varios institutos de investigación científica para la preservación, conservación y restauración de ecosistemas y sistemas ambientales como el INVEMAR, Humboldt o Parques Nacionales Naturales y organizaciones ambientales que persiguen los mismos fines tales como Fundación Malpelo, Conservación Internacional o Yubarta. Así mismo, el Sistema de Parques Nacionales Naturales tiene una extensión de más de 140.000 KM², con 59 áreas protegidas y de reserva natural en territorio continental y marítimo.

En materia étnica no sólo existe un bloque de constitucionalidad definido y vigente, sino que además las poblaciones minoritarias y vulnerables tienen el respaldo constitucional político y legal de que son personas con igualdad de derechos frente a la ley y la sociedad, además de

proteger sus costumbres, cultura e historia al otorgarles su propia autonomía en territorios definidos y en cierto modo por fuera del Estado y que con el paso de los años se ha venido robusteciendo esta autonomía hasta el punto de ser ellos mismos quienes trazan su hoja de ruta y desarrollo social. Esto es posible gracias a esa primera acción de hacer de las minorías étnicas (indígenas, negros o raizales) personas con plenitud de derechos civiles y un marco regulatorio para hacerlos efectivos.

No obstante lo anterior, el hecho de que exista toda esta estructura no significa que funcione o que sea suficiente o efectiva para realizar esta gestión y administración. Las presentaciones realizadas en las exposiciones tratadas en este trabajo contrastan con la realidad de las regiones costeras, las poblaciones étnicas y la economía en territorio colombiano, además de la falta de conocimiento que existe frente a la flora y la fauna, así como la indefensión de las poblaciones minoritarias o en estado de pobreza. Se evidenció que el estado de desconocimiento y falta de administración en estas áreas ha sido continuo y sistemático, que si bien ha habido avances, estos no han sido suficientes para afirmar que Colombia conoce y sabe administrar y gestionar sus mares o las poblaciones vulnerables, sean o no étnicas o minoritarias. El hecho de que existan 59 áreas protegidas, normas constitucionales o altas cifras de inversión extranjera, no es garantía de que realmente el Estado colombiano esté presente y velando por la población afectada o las regiones naturales.

A nivel económico se ha visto un avance en la inserción de Colombia en la economía mundial, así como en la gestión macroeconómica que ha llevado al país en dicha dirección. Si bien políticamente esta inserción ha sido muy perjudicial para el sector productivo colombiano, sea agropecuario o industrial, económicamente para el Estado ha sido una situación que ha llevado al país a situarse dentro de los países que manejan su economía de una forma planificada y eficiente, además de ser considerados con un riesgo relativamente bajo a la hora de invertir capital extranjero y hacer negocios. Para el 2010 el país tenía una reputación positiva en los sectores financieros mundiales, pues reputadas firmas calificadoras de riesgo de inversión así lo aseguraron. El elevado desempleo y altísima tasa de desigualdad son problemas internos y de manejo político, jurídico y económico que se ven influenciados por las medidas macroeconómicas pero que no son su única causa, pues son de orden microeconómico y político.

Las fuentes utilizadas para este trabajo fueron un desafío muy grande debido a lo poco que existe sobre la participación de Colombia en las exposiciones internacionales. La disponibilidad de estas varía dependiendo de la entidad o la persona a la que se le pregunte, pero en general la participación de Colombia en estas exposiciones pasa relativamente desapercibida en la opinión pública y la comunidad en general así como en la literatura especializada y fondos públicos, lo cual hace necesario un planteamiento sobre la importancia que se le da a estas iniciativas, pues si bien es cierto que no es la única forma de mostrar la identidad nacional al mundo y lo que implica ser colombiano y lo que en cierto modo es Colombia, sí es una forma bastante práctica de conseguir beneficios y reconocimientos en múltiples aspectos; aquellos que se promocionen allí.

No sólo no existe un archivo central que reúna la gestión de esta participación, sino que además el material es escaso y disperso. La gran mayoría de las fuentes se encuentra en el archivo del Ministerio de Relaciones Exteriores, no obstante, el acceso a este es restringido y se necesita de una autorización previa del Secretario General del Ministerio para su consulta. De igual manera está disponible en publicaciones oficiales creadas para dichos eventos y un modesto archivo en prensa nacional e internacional además de la muy afortunada y bien intencionada colaboración de algunas de las personas que hicieron parte del desarrollo y planeación en dos de las tres exposiciones seleccionadas.

Un ejemplo claro y preciso de este problema archivístico es el video presentado en Expo-Lisboa. Se evidenció que fue una producción realizada con gran esfuerzo y que dedicó un arduo trabajo en filmación y edición, y aun así, no existe la más mínima referencia a ese video en otros espacios que no sean los de Expo-Lisboa; es más, el video mismo no se encuentra en ningún lado del territorio colombiano. Para el caso de Expo Sevilla es tal la falta de documentación, que no fue ni siquiera posible establecer el logo con el cual Colombia se presentó, así como es casi nula la evidencia fotográfica del pabellón y la poca existente no permite hacer un mayor estudio o análisis de la presentación de Colombia en Expo Sevilla; así mismo, tampoco fue posible remitirme a personas involucradas o documentación oficial, pues esta no existe y las personas involucradas llevan alrededor de 20 años por fuera de la vida pública y no fue posible contactarlos. En Expo Shanghái, el mismo informe final sobre la participación de Colombia en dicha exposición afirma que una vez la exposición culminó, el pabellón se desmanteló y la parte gráfica y de utilería se destruyó, se quedó en China o

fueron donadas a personas desconocidas, pues no existe registro alguno de quienes fueron los destinatarios finales.

Adicional a lo anterior, se puede presumir que la selección de personal que asiste y hace parte del desarrollo y gestión de estas presentaciones se da un poco a dedo y de manera un tanto improvisada, pues si bien se convoca a gente que trabaja el tema, sabe sobre él y es una autoridad reconocida y aceptada a nivel nacional e incluso internacional, no parece haber un criterio claro y objetivo para su selección más allá de recurrir a lo que está a la mano y disponible en ese momento. Un ejemplo claro fue la elección de la firma Zerofractal para el diseño interior del pabellón en Expo Shanghái. No fue posible el acceso a documentación que permitiera conocer de manera oficial la elección de esa firma y no de otra, sin mencionar que se optó por talento extranjero y no nacional, poniendo en duda el promocionado orgullo por la talentosa mano de obra nacional presentada y valorada como fundamental en dicha expo.

La selección de los contenidos tampoco parece tener mayor criterio más allá de las pautas que tenga la exposición para esta materia. Parece ser como si se repitiera la situación del siglo XIX en donde se exponía lo que se tuviera a la mano, que fuera concordante con la exposición y que pudiera ser entendido como riquezas y potencialidades económicas, científicas o culturales de Colombia ante el público internacional, y aunque ha salido relativamente bien, esto no quiere decir que sea memorable, pues si bien las presentaciones han sido un relativo éxito, pabellones de otros países han sido reconocidos y premiados por la BIE y elogiados por un público muchísimo mayor que el de Colombia, como fue claro en el caso de Expo Shanghái. Adicional al hecho de que no existe mayor referencia al pabellón de Colombia en la prensa o artículos internacionales que han cubierto dichos eventos. Si bien es cierto que ya existe una política nacional clara y definida para la presentación de Colombia en estas exposiciones, es aún muy temprano para evaluar su impacto en la organización de estas presentaciones, pues a duras penas lleva poco más de un año y su primera ejecución fue en el 2015, con la presentación de Colombia en Expo Milán.

Pero además de eso, y mucho más importante, es el hecho de que estas presentaciones son ya una política de Estado, lo cual hace necesario un compromiso no sólo de aquellos que participan en su construcción y gestión, sino de investigadores sociales y el público en general, pues no sólo se haría parte de una iniciativa nacional sino además se estarían aportando interpretaciones y conocimiento para el desarrollo de futuras presentaciones y así

tener una visión de Colombia un poco más plural e incluyente, además de precisa y con un contenido más nacional y menos oficial.

Bibliografía

- Álvarez Corral, Jaime. «Juan Valdez, de la tele al Pabellón de Colombia». *Expo Hemeroteca*, junio de 2013. <http://www.legadoexposevilla.org/juan-valdez-de-la-tele-al-pabellon-de-colombia/>.
- Aschner Rosselli, Juan Pablo. «¿Cómo concebir un proyecto arquitectónico?» *dearquitectura* 5 (Diciembre de 2009): 30-41.
- Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico. «Plan de Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Trapecio Amazónico». Corpoamazonía, 2008.
- Ayesa. «Plano General de la Expo – 92.» Sevilla: AYESA, 1992.
- Baschet, Jerome. *La civilización feudal. Europa del año mil a la colonización de América*. México: Fondo de Cultura Económica, 2009.
- Benedict, Burton. *The Anthropology of World's Fairs*. Berkeley: University of California Press, 1983.
- Benjamin, Walter. *Escritos políticos*. Madrid: Abada Editores, 2012.
- Benson, Peter, y Stuart Kirsch. «Capitalism and the politics of resignation». *Current Atropology* 51, n.º 4 (2010): 459-86.
- . «Corporate Oxymorons». *Dialect Anthropol*, 2010, 45-48.
- Bessudo, Sandra. Participación Expo Lisboa, Enero de 2016.
- Blaut, James Morris. *Eight Eurocentric Historians*. New York: The Guilford Press, 2000.
- Bolotin, Norman, y Christine Laing. *The World's Columbian Exposition; The Chicago World's Fair of 1893*. Champaign: University of Illinois Press, 2002.
- Bolt, Barbara. «A performative Paradigm for the creative arts?» *Working papers in art and design*, n.º 5 (2008): 1-12.
- Borja, Jordi. «El V Centenario y la imagen de España en el mundo». *Anuario Internacional CIDOB* 1 (1992): 89-96.
- Botero, Cara Isabel. *El redescubrimiento del pasado prehispánico de Colombia: viajeros, arqueólogos y coleccionistas 1820 - 1945*. Bogotá: ICANH - Universidad de los Andes, 2006.
- Brubaker, Rogers. *Nationalism reframed. Nationhood and the national question in the New Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

- Bureau International des Expositions. «2010 Shanghai», s. f. <http://www.bie-paris.org/site/en/expos/past-expos/expo-timeline/2010-shanghai>.
- . «Our History», s. f. <http://www.bie-paris.org/site/en/bie/our-history>.
- . «What is an Expo?», s. f. <http://www.bie-paris.org/site/en/expos/about-expos/what-is-an-expo>.
- Burke, Peter. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica, 2005.
- Caballero Sierra, Gaspar, y Marcela Anzola Gil. *Teoría Constitucional*. Bogotá: Temis, 1995.
- Cabeza Méndez, José María. «Pabellón de Colombia». *Aparejadores* 22 (junio de 1987).
- Comisión Colombiana del Océano. «Mapa Esquemático de Colombia». Bogotá, 2010.
- . «Reserva de Biósfera Seaflower». Bogotá: Comisión Colombiana del Océano, 2015.
- Deleuze, Gilles. *La imagen – tiempo. Estudios sobre cine 2*. Buenos Aires: Paidós, 2009.
- Departamento Administrativo de la Presidencia. «Decreto 1085», Abril de 1997.
- Departamento Nacional de Planeación. «Documento CONPES DNP-2553-UDIT. La participación de Colombia en Expo-Sevilla.», 1992.
- Dirskmeier, Peter, y Ilse Helbercht. «Time, non-representational theory and the “performative turn”». *Forum: qualitative social research* 9, n.º 2 (2008): 1-15.
- Earle, Rebecca. *The Return of the Native; Indians and Myth-Making in Spanish America, 1810 – 1930*. Durham: Duke University Press, 2007.
- Echandía Castilla, Camilo. «El conflicto armado colombiano en los años noventa: cambios en las estrategias y efectos económicos». *Revista Colombia Internacional*, mayo de 2000, 117-34.
- Ellis, Robert. *Official Descriptive and Illustrated Catalogue of the Great Exhibition of the works of industry of all nations*. Vol. 1. Londres: Spicer Brothers, Wholesale Stationers; W. Clowes and sons printers, 1851.
- Expo 2010 China. «Shanghai Expo unveils its mascot “Haibao”», s. f. <http://web.archive.org/web/20110920033959/http://en.expo2010.cn/expo/expoenglish/mascot/mascot/userobject1ai47908.html>.
- ExpoMuseum. «2010 Shanghai», s. f. <http://www.expomuseum.com/2010/>.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. «Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario», 2008.
- Fernández Rubio, Andrés. «400 piezas de oro evocarán la misteriosa leyenda de Eldorado». *El País*. Abril de 1992. http://elpais.com/diario/1992/04/28/cultura/704412001_850215.html.

- García, Javier. «La Expo de Lisboa cierra sus puertas con el sentimiento de orgullo de un nuevo Portugal». *El País*, 1 de octubre de 1998. http://elpais.com/diario/1998/10/01/cultura/907192804_850215.html.
- . «La policía lusa investiga nuevas irregularidades en la Expo». *El País*, agosto de 1998. http://elpais.com/diario/1998/08/23/internacional/903823211_850215.html.
- Gaviria Ángel, Gabriel. *Colombia Expo 2010*. Bogotá: La Imprenta Editores S.A, 2011.
- . «Expo Shanghái: la oportunidad de oro». En *Colombia y China: treinta años de amistad y cooperación*, 47-54. Bogotá: Comité Editorial Ministerio de Relaciones Exteriores, 2010.
- Graciani, Amparo. «La Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929: contextualizando la presencia colombiana». En *1929. El Pabellón de Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla*, de Amparo Graciani y Christian Padilla, 14 – 37. Bogotá: Editorial la Bachué, 2014.
- Greenhalgh, Paul. *Fair World. A History of World's Fairs and Expositions, from London to Shanghai, 1851 - 2010*. Berkshire: Papadakis, 2011.
- Grønstad, Absjörn, y Øyvind Vågnes. «What do pictures want? Interview with W. J. T. Mitchell». *Image and Narrative*, 2006. <http://www.visual-studies.com/interviews/mitchell.html>.
- Hong, Helena, Pauline Chiou, y Kevin Voigt. «China's economy grew 10.3% in 2010». *CNN*, Enero de 2011. <http://edition.cnn.com/2011/BUSINESS/01/19/china.gdp.growth/>.
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi. «Mapa Regiones Naturales». Bogotá, 2002.
- INVEMAR. «Informe del estado de los ambientes marinos y costeros». Santa Marta: INVEMAR, 1998.
- . «Informe Nacional sobre el estado de la biodiversidad en Colombia. Ecosistemas marinos y costeros». Santa Marta: INVEMAR, octubre de 1997.
- Jiménez Carvajal, Abelardo, Adalberto Ruiz González, Nancy Stella López, Gustavo Adolfo Calle, Jaime Alfredo Pachón, Norberto Gutiérrez, y Juan Carlos Gutiérrez Millán. «Proyecto caracterización de la explotación sexual comercial de NNA en seis municipios del valle del cauca». Cali: Universidad del Valle, 2011.
- Jimeno Santoyo, Myriam. «Los indígenas colombianos, hoy: su situación real, problemas y alternativas». *Credencial Historia*, 1992.
- Lamontagne, Valérie. «Wearable technologies: from performativity to materiality». *Studies in Material Thinking* 7 (2007): 1-9.

- Le Goff, Jacques. *Mercaderes y banqueros de la Edad Media*. Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1986.
- Lins Ribeiro, Gustavo. «Tropicalismo y europeísmo; modos de representar a Brasil y Argentina». En *La antropología brasileña contemporánea; contribuciones para un diálogo latinoamericano*, Gustavo Lins Ribeiro y Alejandro Grimson., 165 – 195. Buenos Aires: Prometeo, 2004.
- Martínez, Frédéric. *El nacionalismo cosmopolita. La referencia europea en la construcción nacional en Colombia, 1845 - 1900*. Bogotá: Banco de la República, 2001.
- Martuccelli, Mauricio. «Los tres ejes de la identidad». En *Epistemología de las identidades: reflexiones en torno a la pluralidad*, Daniel Gutiérrez Martínez., 61 – 75. México: UNAM, 2009.
- Mayor, Federico. «1998—International Year of the Ocean», s. f. <http://www.unesco.org/bpi/eng/unescopress/97-250e.htm>.
- Mejía, Lázaro. «Los recursos marinos y el desarrollo económico del país». En *Memorias Los Espacios Marítimos Colombianos y su Proyección al Siglo XXI*, 162-77. Cartagena de Indias, 1998.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. «Decreto 1510», 2014.
- Ministerio de Relaciones Exteriores. *Colombia Un compromiso de costa a costa*. Bogotá: Uricoechea Publicidad, 2012.
- . «Decreto 4757 de 2011», 2011.
- Ministerio del Medio Ambiente. «Decreto 1276 de 1994», 1994.
- Mitchell, Timothy. «“The world as exhibition”». *Comparative studies in society and history* 31 (1989): 217-36.
- Mitchell, W.J.T. *Picture Theory*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994.
- Museo Internacional de la Esmeralda. «Misión». *Museo Internacional de la Esmeralda*, 2015. <http://www.museodelaesmeralda.com.co/mision-vision-fundacion.php>.
- Nación. «¿Volverá la guerra verde?» *Semana*, 13 de septiembre de 2014.
- Newbury, Darren. «Picturing an “ordinary atrocity”: The Sharpville Massacre». En *Picturing Atrocity; Photography in crisis*, Jay Prosser., 209-23. Londres: Reaktion Books, 2012.
- Obituary. «Victor Carranza». *The Economist*, Abril de 2013. <http://www.economist.com/news/obituary/21576363-víctor-carranza-niño-colombias-emerald-tsar-died-april-4th-aged-77-víctor-carranza>.

- Organización de los Estados Americanos, y Comisión Interamericana de Derechos Humanos. «Los derechos de los indígenas en Colombia». En *Segundo Informe sobre la situación de los Derechos Humanos en Colombia*, 359-80. Washington, D.C., 1993.
- Padilla, Christian. «Una fachada para mostrar: Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla (1929 – 1930)». En *1929. El Pabellón de Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla*, de Amparo Graciani y Padilla Christian, 38 – 91. Bogotá: Editorial la Bachué, 2014.
- Panis, E. *Catalogue Officiel de L'Exposition de L'industrie de toutes les nations*. París, 1855.
- Pérez Mier, Tony. «Lina María, rumbo a Expo-Lisboa». *El Tiempo*, Abril de 1998. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-840577>.
- Pericot, Jordi. *Mostrar para decir; la imagen en contexto*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2002.
- Pineda Camacho, Roberto. «ESTADO Y PUEBLOS INDIGENAS EN EL SIGLO XX La política indigenista entre 1886 y 1991». *Credencial Historia*, febrero de 2002. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero2002/estado.htm>.
- Plazas, Clemencia. «Museo del Oro del Banco de la República, Bogotá». En *El oro de América*, 14-103. Sevilla: Centro de Publicaciones Expo'92 S.A., 1992.
- Presidencia de la República. «Decreto 1085 de 1997», 1997.
- . *Plan Nacional de Lucha Contra las Drogas 1998 - 2002*. Bogotá: Imprenta Nacional, 1998.
- Presidencia del Gobierno. «Real Decreto 775/1989 Por el que se crea la Sección Española en la Exposición Universal de Sevilla 1992», 1989.
- Proexport. «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010». Bogotá: Proexport, 2011.
- . «Video Pabellón Expo Shanghai 2010», 2010.
- Rabinovitch, Simon. «Beijing Games to be costliest, but not debt legacy». *Reuters*, Agosto de 2008. <http://www.reuters.com/article/us-olympics-cost-idUSPEK25823820080805>.
- Redacción. «Buenaventura marchó contra la violencia». *El País*. Abril de 2010. <http://historico.elpais.com.co/paionline/notas/Abril012010/4buena.html>.
- . «Carranza, los Castaño y la llegada de los “paras” al llano». *Verdad Abierta*, Agosto de 2010. <http://www.verdadabierta.com/component/content/article/80-versiones/2642-carranza-los-castano-y-la-llegada-de-los-paras-al-llano>.

- . «Colombia en otras expo Colombia en la historia de las exposiciones internacionales». *Expo Millan 2015*, 2015. <http://www.colombiaexpomilan.co/expo-2015/colombia-en-otras-expo>.
- . «El Pabellón de América presenta 400 piezas de oro precolombino». *El País*. Abril de 1992. http://elpais.com/diario/1992/04/25/cultura/704152804_850215.html.
- . «En pista el V Centenario». *El Tiempo*. 1992.
- . «La Expo recibe el Día Nacional de Colombia». *Shanghái Evening News*. julio de 2010.
- . «La pelea del quinto centenario». *Semana*, s. f. <http://www.semana.com/nacion/articulo/la-pelea-del-quinto-centenario/14492-3>.
- . «Mueren tres de los cuatro tiburones de la Expo de Lisboa». *El País*, marzo de 1998. http://elpais.com/diario/1998/03/24/sociedad/890694011_850215.html.
- . «Océanos: debate en Expo Lisboa 98». *El Tiempo*, 18 de mayo de 1998. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-761822>.
- . «Sabor a mar». *Semana*, junio de 1998. <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/sabor-mar/36302-3>.
- . «Se va de nuevo el ARC Gloria». *El Tiempo*, 21 de mayo de 1998. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-776018>.
- . «Voces de Lisboa». *El Tiempo*, Agosto de 1998. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-750370>.
- República de Colombia. *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: Temis, 2015.
- Reyes Rodríguez, Camilo. *Memoria al Congreso Nacional 1997 - 1998*. Bogotá: Fondo Editorial Cancillería San Carlos, 1998.
- Rivadeneira, Ricardo. «Colombia y el mundo en la obra de Rómulo Rozo». En *1929. El Pabellón de Colombia en la Exposición Iberoamericana de Sevilla*, de Amparo Graciani y Christian Padilla, 92– 119. Bogotá: Editorial la Bachué, 2014.
- Robledo, Gonzalo. «Juan Valdez a la japonesa». *El Espectador*, 29 de septiembre de 2012. <http://www.elespectador.com/noticias/economia/juan-valdez-japonesa-articulo-378312>.
- Robles, Francisco. «Identidad e imagen nacional: variables internas de la política exterior». *Revista Colombia Internacional*, n.º 33 (marzo de 1996): 3-11.
- Royal Thai Embassy. «Thailand on show in Shanghai». *Royal Thai Embassy*. 2010. http://www.thaiembassy.sg/press_media/news-highlights/thailand-on-show-in-shanghai.

- Rudas, Guillermo. «El doble discurso ambiental de Santos». *Razón Pública*, octubre de 2014.
www.youtube.com/watch?v=87DM8vM_kwM.
- Rydell, Robert. «All the World's a Fair; Visions of Empire at American International Expositions, 1876 - 1916.» Chicago: The University of Chicago Press, 1987.
- Sala de prensa, Ministerio de Relaciones Exteriores. «El Pabellón de Colombia en Expo Milán es el más votado en encuesta del diario La Repubblica», junio de 2015.
- Samper Miller, Olga. «Oficio CU 024024», 12 de mayo de 1998.
- Sekula, Allan. «Geography Lesson: Canadian Notes». *Assemblage* 6 (junio de 1988): 24-47.
- . «On the invention of photographic meaning». En *Thinking photography*, de Victor Burgin, 84 – 109. New York: Palgrave Macmillan, 1988.
- Smith, Anthony. «¿Gastronomía o geología? El rol del nacionalismo en la reconstrucción de las naciones». En *La invención de la nación: Lecturas de la identidad de Herder a Homi Bhabha*, Álvaro Fernández Bravo., 185 – 210. Buenos Aires: Manantial, 2000.
- Sourdis Pinedo, : Carlos. «Mar, una Colombia olvidada». *El Tiempo*, 23 de marzo de 1998.
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento-2013/MAM-835542>.
- Sturken, Marita, y Lisa Cartwright. *Practices of looking. An introduction to visual culture*. New York: Oxford University Press, 2001.
- Suetonio, Cayo. *Los Doce Césares*. Madrid: Iberia, 1985.
- Tafur, Pilar. «Expo Sevilla metro a metro». *Credencial*, Agosto de 1992.
- Terzian, Sevan. *Science education and citizenship; Fairs, Clubs, and Talent Searchers for American Youth, 1918 – 1958*. New York: Palgrave Macmillan, 2013.
- UNICEF. *Los pueblos indígenas en Colombia. Derechos, políticas y desafíos*. Bogotá: Gente Nueva, 2003.
- Waisman, Marina. «Una mirada americana. La Expo desde el otro lado del Atlántico». *Monografías de Arquitectura y Vivienda*, 1992.
- World Economic Forum. «The Global Competitiveness Index 2010 – 2011.», 2011.

Anexo 1.
Los edificios más notorios.

The Great Buildings	
Administration Building	Machinery Hall
<i>Architect:</i> Richard M. Hunt, New York	<i>Architect:</i> Peabody & Stearns, Boston
<i>Size:</i> Four pavilions 84 ft x 84 ft connected by an octagonal, drum-supporting, ribbed dome	<i>Size:</i> 842 ft x 492 ft; annex 490 ft x 550 ft
<i>Cost:</i> \$650,000	<i>Cost:</i> \$1.2 million
Agricultural Building	Manufactures and Liberal Arts Building
<i>Architect:</i> McKim, Mead & White, New York	<i>Architect:</i> George B. Post, New York
<i>Size:</i> 800 ft x 500 ft; annex 550 ft x 300 ft	<i>Size:</i> 1,687 ft x 787 ft
<i>Cost:</i> \$618,000	<i>Cost:</i> \$1.7 million
Anthropology Building	Mines and Mining Building
<i>Architect:</i> Charles B. Atwood, Chicago	<i>Architect:</i> S. S. Beman, Chicago
<i>Size:</i> 415 ft x 225 ft	<i>Size:</i> 700 ft x 350 ft
<i>Cost:</i> \$88,000	<i>Cost:</i> \$265,000
Electricity Building	Palace of Fine Arts
<i>Architect:</i> Van Brunt & Howe, Kansas City	<i>Architect:</i> Charles B. Atwood, Chicago
<i>Size:</i> 690 ft x 345 ft	<i>Size:</i> 320 ft x 500 ft; two annexes 120 ft x 200 ft
<i>Cost:</i> \$410,000	<i>Cost:</i> \$670,000
Fisheries Building	Transportation Building
<i>Architect:</i> Henry Ives Cobb, Chicago	<i>Architect:</i> Adler and Sullivan, Chicago
<i>Size:</i> 162 ft x 362 ft; two annexes 135 ft in diameter	<i>Size:</i> 256 ft x 960 ft; annex 425 ft x 900 ft
<i>Cost:</i> \$225,000	<i>Cost:</i> \$370,000
Forestry Building	U.S. Government Building
<i>Architect:</i> Charles B. Atwood, Chicago	<i>Architect:</i> Willoughby J. Edbrooke, Washington, D.C.
<i>Size:</i> 208 ft x 528 ft	<i>Size:</i> 420 ft x 350 ft
<i>Cost:</i> \$100,000	<i>Cost:</i> \$325,000
Horticultural Building	Woman's Building
<i>Architect:</i> Jenney & Mundie, Chicago	<i>Architect:</i> Sophia G. Hayden, Boston
<i>Size:</i> 998 ft x 250 ft; eight greenhouses 24 ft x 100 ft	<i>Size:</i> 199 ft x 388 ft
<i>Cost:</i> \$300,000	<i>Cost:</i> \$138,000

Fuente: Bolotin, Norman & Christine Laing *The World's Columbian Exposition; The Chicago World's Fair of 1893*, 44

Anexo 2.

Categorías de las exhibiciones en las Ferias Mundiales

TABLE 2: THE CATEGORIES OF EXHIBITS AT WORLD'S FAIRS

<i>Fair</i>	<i>Number of major categories</i>	<i>Raw materials</i>	<i>Heavy machinery</i>	<i>Food products</i>	<i>Liberal Arts</i>	<i>Agriculture & horticulture</i>	<i>Fine Arts</i>	<i>Decorative products</i>	<i>Chemical products</i>	<i>Oil & electricity</i>	<i>Transportation & communication</i>	<i>Education, health & social life</i>
1851 London	4	1	1				1	1				
1855 Paris	9	1	1		1		1	3	1			1
1862 London	4	1	1				1	1				
1867 Paris	10	1		1	2	2	1	2				1
1873 Vienna	26	1	4	1	4	1	3	6	1			5
1876 Philadelphia	7	1	1			2	1	1				1
1878 Paris	9	1	1	1		2	1	2				1
1889 Paris	10	1	1	1		2	1	2				2
1893 Chicago	13	1	1		1	5	1	1		1	1	1
1900 Paris	18	1	3	1	1	3	1	3	1	1		3
1904 St. Louis	16	1	1		1	5	1	1		1	1	4
1915 San Francisco	11	1	1		1	3	1	1			1	2
1933 Chicago	11	*	*		1	2	1	*	*	1	2	2
1937 Paris	14		2		2		2	3			1	3
1939 New York	8	*	*		*	1		*	*		2	3
1958 Brussels	8	*	*			1	1	*	*	1	1	3
1967 Montreal	5		†			1	1			†		2
1970 Osaka	9	1	1		*			*	*	1	1	4

*At these fairs all manufactures were put together in a single category that would include Heavy Machinery, Liberal Arts, Decorative Arts, Chemical Industries, etc.

†Matter and Energy were in a single category.

Fuente: Benedict, Burton *The Anthropology of World's Fairs*, 28.

Anexo 3 – Pabellones de Colombia

Pabellon de Colombia en Expo Sevilla 1992



Fuente: *World Expositions.info*, “Plaza de las Americas”
<http://worldexpositions.info/phpalbum/main.php>, 2010

Pabellón de Colombia en Expo Lisboa 1998



Fuente: *World Expositions.info*, Lissabon, Kolumbien.
http://worldexpositions.info/phpalbum/main.php?cmd=album&var1=1998_Lisbon%2FKolumbien/, 2010

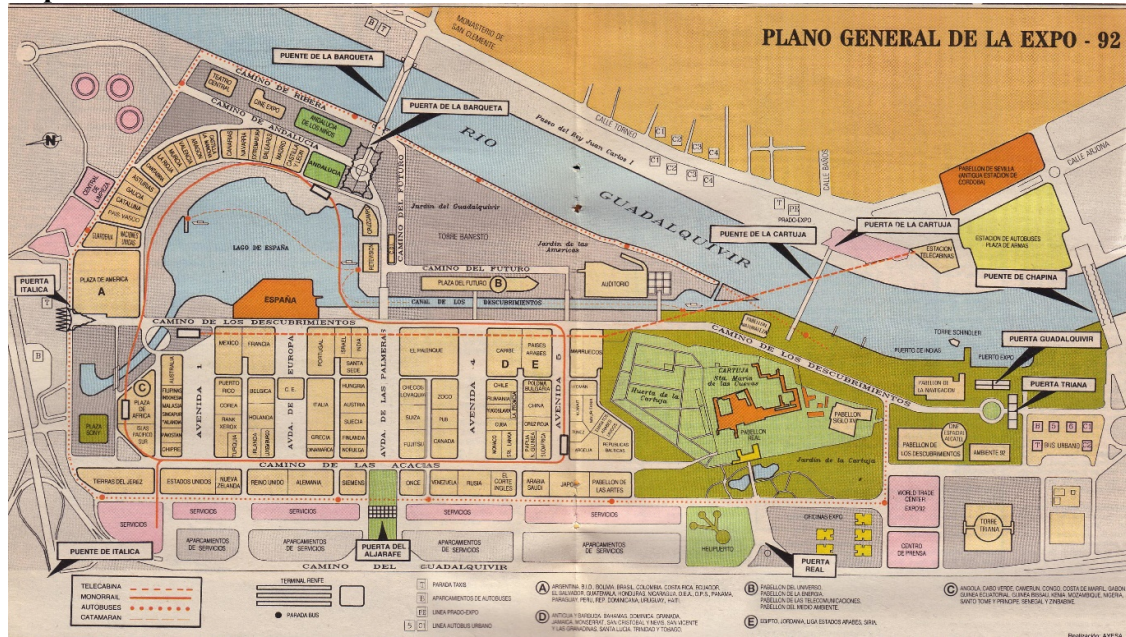
Pabellón de Colombia en Expo Shanghái 2010



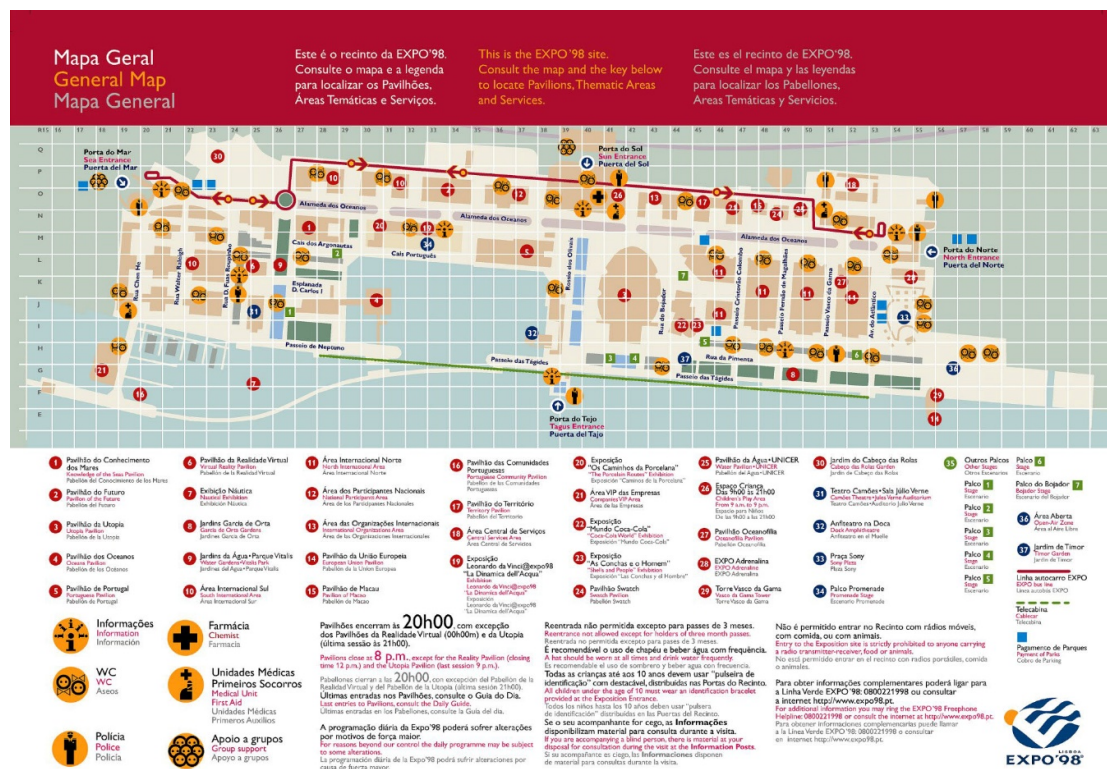
Fuente: Proexport. *Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010*. Pg. 35

Anexo 4 – Planos de las Exposiciones

Expo Sevilla 1992

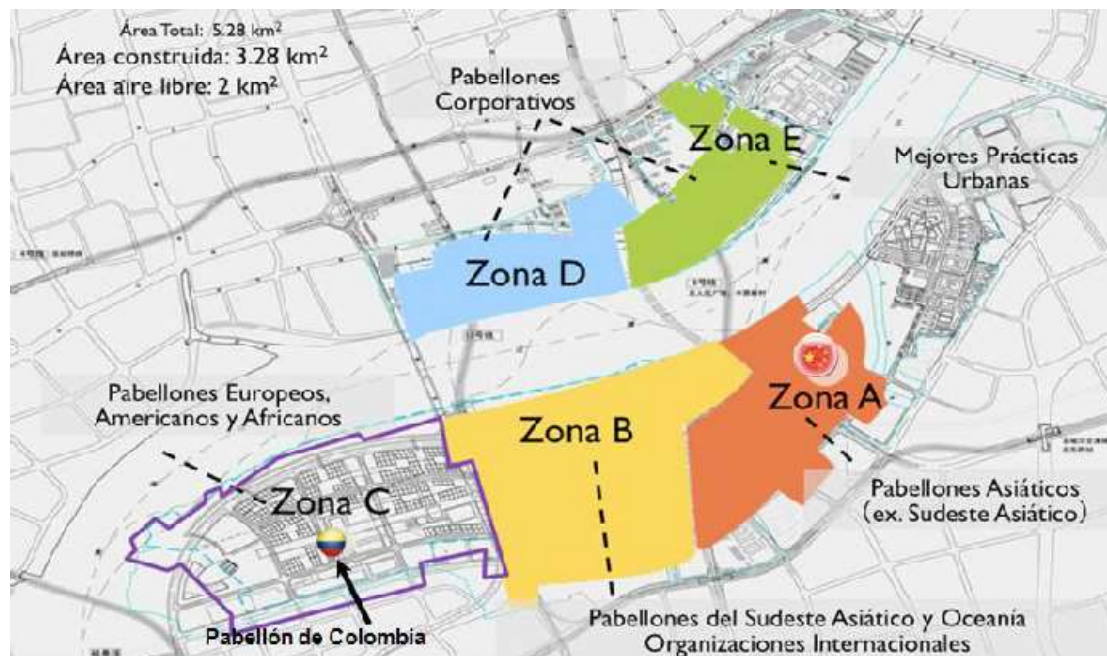


Fuente: Ayesa. 1992. «Plano General de la Expo – 92.» Sevilla: AYESA.



Fuente: ExpoMuseum. s. f. «1998 Lisbon». <http://www.expomuseum.com/1998/>.

Expo Shanghai 2010



Fuente: Proexport. 2011. «Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010». Bogotá: Proexport.

Anexo 5 - Cuadro de participación de Colombia en las Exposiciones Internacionales

Participación de Colombia en las Exposiciones Universales e Internacionales reconocidas por el BIE en el siglo XX					
País	Ciudad	Nombre	Fecha	Clasificación BIE	Tema
España	Sevilla	Exposición Iberoamericana de Sevilla	1929	Reconocida retrospectivamente	N/A
Japón	Osaka	Exposición General de primera categoría de Osaka	1970	Universal	Progreso y armonía para toda la humanidad
Japón	Okinawa	Expo '75	1975	Internacional	El mar que queremos ver
Bulgaria	Plodiv	World Exhibition of achievements of the young inventor, Bulgaria 1985	1985	Internacional	Logros de los jóvenes inventores
España	Sevilla	Exposición Universal de Sevilla 1992	1992	Universal	La Era del Descubrimiento
Italia	Génova	International Exhibition Genoa '92 Colombo '92	1992	Internacional	Cristóbal Colón; el barco y el mar
Corea del Sur	Taejon	The Taejon International Exposition	1993	Internacional	El desafío de un nuevo camino de desarrollo
Portugal	Lisboa	Lisboa Expo '98	1998	Internacional	Los océanos: una herencia para el futuro
Alemania	Hannover	Expo 2000 Hannover	2000	Universal	Hombre, naturaleza y tecnología
España	Zaragoza	Expo Zaragoza 2008	2008	Internacional	Agua y desarrollo sostenible
China	Shanghái	Expo Shanghái 2010	2010	Universal	Mejor ciudad, mejor vida
Corea del Sur	Yeosu	Expo Yeosu 2012	2012	Internacional	La vida oceánica y la costa; diversidad de recursos y actividades sostenibles
Italia	Milán	Expo Milán 2015	2015	Internacional	Alimentando el planeta, energía para la vida
Con información de: Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia. <i>Colombia Un compromiso de costa a costa</i> . Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia Decreto 4757 de 2011. Proexport. <i>Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghái 2010</i>					

Anexo 6. – Eventos culturales Expo Shanghai

	DÍAS	EVENTO ESPECIAL
MAYO	2	Inauguración del Pabellón de Colombia, con la presencia del Vicepresidente de la República de Colombia, Dr. Francisco Santos
JUNIO	16	Rueda de prensa: Juan Valdez, Jorge Celedón y Esmeraldas.
JULIO	7	Entrega Estampilla a directivas de Expo Shanghai
	21	LATINFINANCE: Promoción Inversión Chino – Latinoamérica
AGOSTO	30	ICOM: cierre de la semana de Museos Latinoamericanos en su pabellón
SEPTIEMBRE	15 y 16	Cumbre Latinfinance Beijing: presencia del Pabellón para la promoción de la inversión en Colombia
	29	Festival de Cometas
	30	Muestra artesanal de La Chamba
OCTUBRE	11	CESA: entrega de Becas
	14	Turismo: Pabellón de Colombia, Perú y México promueven destino
	15	Esmeraldas y Diamantes: Pabellón de Colombia y Bélgica promueven piedras preciosas
	18 al 20	Muestra artesanal Sillettero y Joyero Antioquia
	21 y 22	Cumbre CCPIT - Latam: presencia del Pabellón para la promoción de la inversión en Colombia
Fuente: Proexport. <i>Informe sobre la Participación de Colombia Expo Shanghai 2010</i> . Pg. 68		