UNESCO el Correo

NUESTRO PLANETA
**GUERRA Y MEDIO AMBIENTE: REACCIONES EN CADENA**

DE TODAS LAS LATITUDES
**EL VIEJO CAIRO**

ENTREVISTA
**OCIMAR VERSOLATO: COSTURA Y MESTIZAJE**

# UNESCO el Correo

Publicado en 27 idiomas

Mayo 2000

# La biodiversidad: fuente de toda vida

M 1205 - 5 - 550 PTAS.

AFRIQUE: 1000f. CFA. ANTILLES: 18FF. BELGIQUE: 160 FB. CANADA: 4,95 $. ESPAÑA: 550 PTAS. USA: 4.25 US$. NEDERLAND: 8FL. PORTUGAL: 700 ESC. SUISSE: 6.20 FS. UNITED KINGDOM: £2.5. MAROC: 20 DH

# Sumario

Mayo 2000


## DE TODAS LAS LATITUDES

3 **El viejo Cairo** — Fotos de Denis Dailleux, texto de Samir Gharib

## NUESTRO PLANETA

9 **Guerra y medio ambiente: reacciones en cadena** — Fred Pearce

11 **Postguerra contaminada en los Balcanes** — Jasmina Sopova y Nevena Popovska

## AULA ABIERTA

13 **Algo más que ciencia** — Asbel López

16 **Tema del mes**

© Steve McCurry/Magnum, París

**La biodiversidad, fuente de toda vida**

La biodiversidad es la vida. Sin su riqueza y variedad, la especie humana perdería inestimables recursos y nuestro planeta sería un mundo inhóspito. Sólo si logramos que esa diversidad perdure, nuestra existencia y nuestro bienestar en la Tierra estarán asegurados. Para conseguirlo, debemos volver a examinar las relaciones entre el hombre y la naturaleza, así como los principios de repartición entre poderosos y desfavorecidos.

**Sumario detallado en la página 16**

## LIBERTADES

38 **Bancos éticos: dinero solidario** — Lucía Iglesias Kuntz

## CULTURAS

41 **A la sombra de los templos de Angkor** — Fabienne Luco

## CONEXIONES

44 **Una televisión asiática por y para los jóvenes** — Ethirajan Anbarasan y K. J. M. Varma

## ENTREVISTA

47 **Ocimar Versolato: costura y mestizaje**


Portada: © Steve McCurry/Magnum, París


UNESCO el Correo

Año LIII
Revista mensual publicada en 27 idiomas y en braille
por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
31 rue François Bonvin, 75732 París Cedex 15, Francia
Fax: 01.45.68.57.45/01.45.68.57.47
Correo electrónico: courrier.unesco@unesco.org
Internet: http://www.unesco.org/courier

**Director:** René Lefort
**Secretaría de dirección/ediciones en braille:**
Annie Brachet (01.45.68.47.15)

**Redacción en la sede**
**Jefe de Redacción:** James Burnet
**Español:** Araceli Ortiz de Urbina
**Inglés:** Roy Malkin
**Francés:** Martine Jacot

Ethirajan Anbarasan
Sophie Boukhari
Cynthia Guttman
Lucía Iglesias Kuntz
Asbel López
Amy Otchet

**Traducción**
Miguel Labarca

Unidad artística/fabricación: Georges Servat,
Fotograbado: Annick Coueffé
Ilustración: Ariane Bailey (01.45.68.46.90)
Documentación: José Banaag (01.45.68.46.85)
Relaciones con las ediciones fuera de la sede y prensa:
Solange Belin (01.45.68.46.87)
Asistente administrativa: Theresa Pinck (01.45.68.45.86)

**Comité editorial**
René Lefort (moderador), Jérôme Bindé, Milagros del Corral, Alcino Da Costa, Babacar Fall, Sue Williams

**Ediciones fuera de la sede**
Ruso: Irina Outkina (Moscú)
Alemán: Urs Aregger (Berna)
Arabe: Fawzi Abdel Zaher (El Cairo)
Italiano: Giovanni Puglisi, Gianluca Formichi (Florencia)
Hindi: Shri Samay Singh (Delhi)
Tamul: M.Mohammed Mustapha (Madrás)
Persa: Jalil Shahi (Teherán)
Portugués: Alzira Alves de Abreu (Río de Janeiro)
Urdú: Mirza Muhammad Mushir (Islamabad)
Catalán: Jordi Folch (Barcelona)
Malayo: Sidin Ahmad Ishak (Kuala Lumpur)
Swahili: Leonard J. Shuma (Dar es-Salaam)
Esloveno: Aleksandra Kornhauser (Liubliana)
Chino: Feng Mingxia (Beijing)
Búlgaro: Luba Ranjeva (Sofía)
Griego: Sophie Costopoulos (Atenas)
Cingalés: Lal Perera (Colombo)
Vascuence: Juxto Egaña (Donostia)
Tai: Suchitra Chitranukroh (Bangkok)
Vietnamita: Ho Tien Nghi (Hanoi)
Bengalí: Kafil Uddin Ahmad (Dacca)
Ucraniano: Volodymyr Vasiliuk (Kiev)
Gallego: Xavier Senín Fernández (Santiago de Compostela)
Serbio: Boris Iljenko (Belgrado)

**Difusión y promoción:**
Fax: 01.45.68.57.45

**Suscripciones e informaciones:**
Michel Ravassard (01.45.68.45.91)
Relaciones con agentes de venta y suscriptores:
Mohamed Salah El Din (01.45.68.49.19)
Envíos y números atrasados:
Pham Van Dung (01.45.68.45.94)



Los artículos y fotografías que no llevan el signo © (copyright) pueden reproducirse siempre que se haga constar "**De El Correo de la Unesco**", el número del que han sido tomados y el nombre del autor. Deberán enviarse a **El Correo** tres ejemplares de la revista o periódico que los publique. Las fotografías reproducibles serán facilitadas por la Redacción a quien las solicite por escrito. Los artículos firmados no expresan forzosamente la opinión de la Unesco ni de la Redacción de la revista. En cambio, los títulos y los pies de fotos son de la incumbencia exclusiva de ésta. Por último, los límites que figuran en los mapas que se publican ocasionalmente no entrañan reconocimiento ofical alguno par parte de las Naciones Unidas ni de la Unesco.



IMPRIMÉ EN FRANCE (Printed in France)
DÉPOT LÉGAL : C1 - MAYO 2000
COMMISSION PARITAIRE N° 71843 -
Diffusé par les N.M.P.P.
The Unesco Courier (USPS 016686) is published monthly in Paris by Unesco. Printed in France. Periodicals postage paid at Champlain NY and additional mailing offices.
Fotocomposición y fotograbado:
El Correo de la Unesco.
Impresión: Maulde & Renou
ISSN 0304-310X N° 5-2000-OPI 99-591 S

# EL VIEJO CAIRO

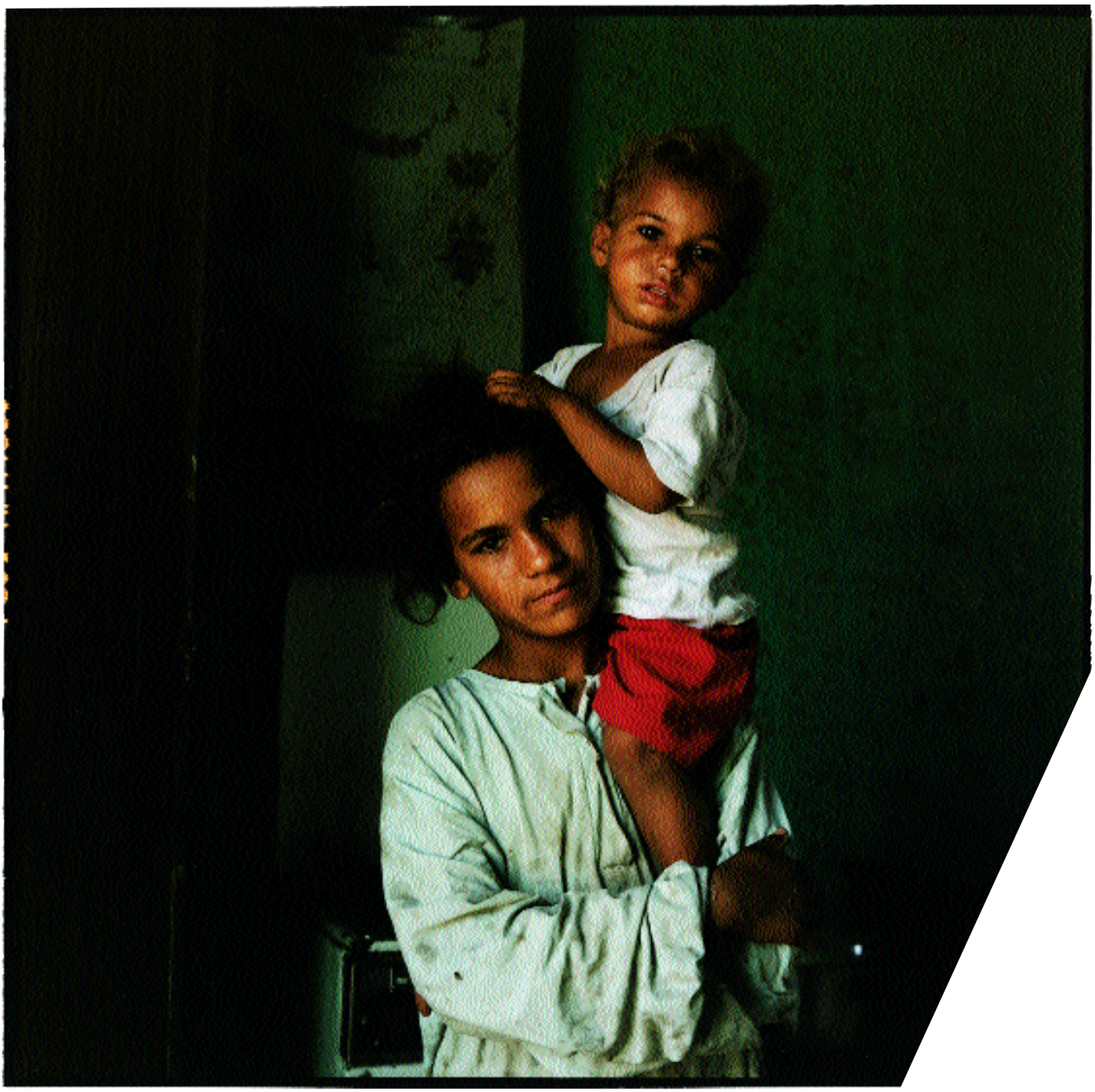
Fotos de Denis Dailleux, texto de Samir Gharib

**Concierto para instrumentos tradicionales sobre un tema triste.**

Denis Dailleux es un fotógrafo francés, miembro de la agencia Vu desde 1995. Fue agraciado con uno de los premios World Press Photo en Amsterdam (Países Bajos), en 2000.

Samir Gharib, ex periodista, es presidente de la Biblioteca Nacional y de los Archivos Egipcios del Cairo desde 1999. Entre sus obras cabe mencionar *The Vitality of Egypt* (1996, La vitalidad de Egipto) y *Engravings on Time* (1997, Grabados en el tiempo).

Descubrí el Cairo de niño, una mañana, viniendo de mi Alto Egipto natal en el famoso tren de medianoche. Me alojé en casa de mi tía paterna, que vivía en los confines del Viejo Cairo, en el barrio de Fostat (nombre de la ciudad fundada en 641 por el conquistador musulmán Aman bn Al Ass.). En el aire flotaba un olor acre, penetrante, que despedía una curtiembre de los alrededores. ►



© Denis Dailleux/Vu, París

Fotos © Denis Dailleux/Vu, París

La primera tarde me dirigí a la mezquita más próxima, dedicada a la memoria de un hombre muy piadoso, Sidi Abdul Saud. De una de las casas contiguas me llegó de repente un bullicio femenino —voces, gritos, batir de panderetas,que se mezclaban como una letanía. No pude resistir y, tratando de pasar inadvertido, me deslicé en el patio de la casa.

Un grupo de mujeres del pueblo, vestidas con largas túnicas negras, bailaban en círculo, siguiendo un ritmo cada vez más rápido y jadeante. De esos cuerpos que parecían fundirse en uno solo, de esas caderas arrastradas por un movimiento que ya no controlaban, se desprendía una irresistible sensualidad.

Un muchacho con el pelo tan largo como las mujeres, con un vestido sumamente ceñido, permanecía en el centro del círculo al que imprimía su cadencia valiéndose de pequeños platillos. Algunas de las mujeres que bailaban a su rededor tocaban la pandereta.

Era una ceremonia *zar* para conjurar un hechizo. El trance colectivo al que se abandonaban las mujeres tenía por objeto expulsar de sus cuerpos a los demonios que habían tomado posesión de ellos. La intensidad del trance era tal que, de agotamiento, algunas mujeres se desplomaban en el suelo. Entonces el muchacho, inclinándose hacia cada una de ellas, les murmuraba al oído palabras misteriosas que terminaban por reanimarlas.

Nunca olvidaré esa escena que me hizo entrar, de la manera más imprevista, subrepticiamente, en el corazón mismo del Viejo Cairo.

De Fostat, al tomar la carretera que conduce actualmente al aeropuerto internacional, se encuentra uno al pie de la

meseta que la Ciudadela, construida en 1176 por Saladino, domina con su imponente volumen. Símbolo del poder, adosada a los montes Moqattan, alza su silueta inexpugnable encima de la capital, a la que vigila día y noche. Cuando Bonaparte entró en El Cairo, en los últimos días del siglo XVIII, instaló en ella sus cañones y desde allí bombardeó los barrios populares rebeldes.

Antes que el ilustre general francés, los gobernadores turcos, representantes de la Sublime Puerta, eran ungidos con gran boato en la Ciudadela. Y fue también allí donde Muhammad Alí, que quiso monopolizar el poder a comienzos del siglo XIX, invitó a todos los señores mamelucos, con motivo de la boda de su hijo, para masacrarlos hasta el último.

Una de las puertas de la Ciudadela conduce a la ciudad fatimí, es decir El Cairo de los orígenes, Al-Qahira, fundado por Gohar el siciliano, comandante de las tropas de la dinastía que conquistó Egipto en 975.

**El encanto inefable de Al Ghourieh se debe, creo, a la omnipresencia del pasado en el seno mismo de lo cotidiano. El peso de la historia se hace sentir en cada una de sus estrechas callejuelas, pero aún más en la mirada de sus habitantes.**

Allí se encuentran las joyas de la ciudad musulmana: la Universidad de Al Azhar, la mezquita de Al Hussein, rodeada de numerosas otras mezquitas que, al caer la noche, se iluminan, se animan, se responden unas a otras a través del ir y venir de la innumerable muchedumbre cairota. Durante el Ramadán, mes de ayuno y de la alegría de estar juntos, los círculos de creyentes salmodian al unísono loas a su creador. Y las cofradías místicas, venidas de todos los rincones del país, se encuentran para celebrar hasta el amanecer con cantos y bailes su amor a Dios.

Nunca se cansa uno de pasear por las noches, entre amigos, por la maraña de calles y callejuelas de ese barrio donde el alma del Cairo no duerme jamás.

A lo largo de la célebre calle Al Batiniya cualquier cosa puede suceder. La recorría ingenuamente por primera vez, caída la noche, cuando un hombre me abordó para ofrecerme aceite. Dije que no, cortésmente. Insistió: "Es

© Young Asia Television Network (Colombo)

**Los programas de YATV se caracterizan por el empleo de diseños gráficos realizados por ordenador.**

En los últimos tres años, jóvenes del Nepal, la India, Bangladesh, Pakistán, Malasia y Filipinas recibieron formación y trabajaron conjuntamente con los de Sri Lanka en los estudios de producción, en Colombo. Tras varios años de experiencia en YATV, suelen trasladarse a otras cadenas. Hoy, más de 60 jóvenes así capacitados ocupan puestos en casi todas las principales redes televisivas de Asia. "En YATV siento que estoy haciendo algo que puede cambiar las cosas, crear conciencia, informar, mostrar los temas que preocupan a los demás", dice Robin David, de 22 años de edad, el productor indio de *YA Café*, un programa sobre la música, la cocina y la moda asiáticas.

Para asegurarse de que sus programas reflejan la realidad de todos los países de la región, YATV dispone de estudios de producción en Nepal, India, Bangladesh y Malasia, junto con una red de colaboradores en Pakistán, Tailandia, Filipinas y Singapur. Los programas se producen fundamentalmente en inglés, con doblaje o subtítulos en otras lenguas.

Además, los servicios de satélite de la Televisión de Pakistán ofrecen una versión en urdu del programa *Nature Calls* para Bangladesh y los países del Golfo Pérsico. VIJAY-TV, un canal de televisión por satélite del sur de la India, transmite una versión en tamul del mismo programa. La red de cable y satélite Astro Satellite TV proporciona a Malasia versiones en malayo y tamul del programa *I-Zone*, que aborda problemas que interesan a la juventud.

YATV está por iniciar sus transmisiones en China. La Televisión Educativa China (CETV) aceptó difundir dos de sus programas sobre naturaleza y cultura. Los responsables de YATV declararon que esos programas se adaptarán a los televidentes chinos, y esperan aumentar su audiencia gracias a este convenio.

YATV compra sobre todo tiempo de transmisión de las redes terrestres y por satélite, de preferencia a las horas de gran audiencia a fin de captar el mayor número posible de televidentes. Sus ingresos proceden fundamentalmente de los patrocinadores de los programas y de la publicidad. Algunas redes compran programas directamente o mantienen acuerdos de coproducción o repartición de costos con YATV.

## SITIO WEB DEL MES

**http://www.unesco.org/virtual-library**

Una selección de los libros publicados por la UNESCO está ahora disponible en línea y completamente gratis. Esta biblioteca virtual se inscribe en los esfuerzos de la Organización para lograr que los libros lleguen al mayor público posible utilizando los últimos avances en tecnologías de la comunicación. Aunque por ahora se limita a un número reducido de libros, muchos de los ya incluidos se encontraban agotados. La mayoría se refieren a sitios del patrimonio mundial e incluyen mapas y fotografías. Este proyecto experimental se propone añadir nuevos títulos con determinada frecuencia. Los idiomas del Artico, Simón Bolívar, los sitios de Hué (Viet Nam) y la isla de Gorée (Senegal) son algunos de los temas de los libros ya disponibles, así que… ¡buena lectura! ■

Recientemente, organizaciones como el UNICEF, el Banco Asiático de Desarrollo, Save the Children-Noruega y la OMS han empezado a patrocinar programas sobre los derechos del niño, la democracia, el desarrollo sostenible y la naturaleza. Con un presupuesto anual de tres millones de dólares, YATV obtuvo ganancias modestas por primera vez el año pasado y espera alcanzar mayores beneficios el presente año.

Hace poco, la red inició transmisiones sobre temas políticos delicados, lanzando programas sobre el prolongado conflicto étnico en Sri Lanka. *Sathi* (Conciencia) en cingalés y *Vilippu* (Despertar) en tamul, son dos programas con los que YATV pretende reaccionar ante la apatía, la insensibilidad y la resignación que muchos muestran frente a los problemas del país. Los productores estiman que esas actitudes se explican por la poca conciencia que existe acerca de las necesidades y la realidad cotidiana de las víctimas de una guerra que dura desde hace 25 años. "Al comienzo no fue fácil, pues los más exaltados de ambos bandos no estaban contentos", señala Sulochana Peiris, de 26 años, productora de *Sathi*.

### Imágenes de paz y reconciliación

Esos dos programas, difundidos a nivel nacional, insisten en la necesidad de que ambas comunidades tomen iniciativas a favor de la paz y la reconciliación en Sri Lanka. Por primera vez los cingaleses conocen gracias a un programa el punto de vista de los tamules sobre el conflicto, y viceversa. "La juventud reaccionó bien ante esta iniciativa. Por eso queremos seguir adelante", afirma Nimal Perera, director de noticias de Talashine Network Ltd. (TNL), una cadena privada de Sri Lanka.

Ahora YATV está mirando más allá de las fronteras de Asia. Como primer paso, desea producir una emisión llamada *Planeta Asia*, una recopilación de sus mejores programas dirigida a los países occidentales, a fin de sensibilizar a la juventud a los problemas que enfrentan sus coetáneos asiáticos. YATV proyecta también incorporarse en el futuro al mercado de la televisión dirigida a las minorías étnicas en Europa, ya que en este continente hay numerosos canales que procuran atraer a la población inmigrante.

Después del éxito obtenido, ¿pretende YATV combatir la influencia de la cultura occidental en Asia? "No, ésa no era nuestra meta", responde Ahamed. "Sabemos que es difícil combatir la cultura de las cadenas musicales como MTV." ■

# OCIMAR VERSOLATO, COSTURA Y MESTIZAJE

**El modista brasileño Ocimar Versolato crea una moda mestiza y sensual que permite a las mujeres dar rienda suelta a sus sueños.**

© Sebastião Salgado/Amazonas Images

**París cuenta con creadores de moda japoneses, coreanos, malienses, marroquíes, pero muy pocos nativos del Sur han llegado a la categoría de "modisto"…**

Aunque la creación de moda existe ahora en todos los países del mundo, soy sólo el tercer creador del Sur –después del tunecino Azeddine Alaia y del dominicano Oscar de la Renta, para Balmain– que ha logrado alcanzar la categoría de modisto y que ha sido reconocido por sus pares de la Cámara Sindical de la Alta Costura parisiense. Hasta entonces ésta era el monopolio de creadores occidentales oriundos de aquellos países que han desarrollado mejor la tradición de la moda. Tuve la suerte de comenzar en un momento en que la alta costura se abría a nuevos talentos estimulando a las casas de moda que recién empezaban y que pese a no disponer de medios considerables estaban en condiciones de expresar una estética particular. No sufrí pues ningún ostracismo chovinista, más bien todo lo contrario. Del italiano Schiaparelli al español Balenciaga, la alta costura siempre estuvo abierta a los extranjeros. Pues París, como Nueva York, es una ciudad aparte: pertenece al mundo. Pero los parisienses son exigentes y hay que tener talento para expresarse ante ellos.

**¿Estima que la moda es una expresión artística?**

El modisto no es un artista, sino un artesano con una sensibilidad propia. A ningún artista se le exige que se transforme con tanta rapidez, creando dos colecciones al año. Y además, la moda tiene obligaciones comerciales. Mi trabajo permite vivir a todo un equipo, y no tengo derecho a carecer de inspiración. No hay que imaginar al modisto como un artista egoísta, sometido a los dictados de sus financiadores. La moda es una industria artística que resulta de un compromiso y no de una tensión. El creador y quienes lo financian saben que deben avanzar ▶

© J. L. Lalouy/Ask Images, Paris

**Cada mujer es a su manera una creadora de moda. Aquí en Rajastán (India).**

juntos. El primero ya no puede, como antes, realizar sus locuras más delirantes y limitarse a presentar la factura.

**Si la moda no es un arte, ¿qué es exactamente?**

Con la sensibilidad que les es propia, los creadores de moda y los modistos preceden, para representarla,la vida inconsciente de nuestras sociedades. Es esencial que la moda mantenga ese vínculo transparente con el subconsciente de las personas a fin de conocer sus deseos y de darles la posibilidad de concretarlos. Por eso no miramos a nuestro alrededor como lo harían otros. Nuestra cabeza es una máquina lanzada a toda velocidad que lo examina todo con un ojo emotivo, apasionado. Por eso admiro la rapidez de los *videoclips*, por ejemplo, que proporcionan un máximo de información en un mínimo de tiempo. ¡He ahí un lenguaje realmente contemporáneo!

**¿Cómo justifica los precios de la alta costura?**

Un traje de noche, en el que todas las costuras están hechas a mano para parecer invisibles, exige cientos de horas de un trabajo muy especializado. Si incluyo las cargas y los gastos fijos tengo que venderla por unos 13.000 dólares.

**A pesar de sus precios elevados, ¿la alta costura es una actividad rentable?**

Mi firma, como muchas otras, vive de unas cincuenta clientas. Aunque no pierde dinero, gana bastante poco. Muchos aprovechan el prestigio que supone esta actividad para vender perfumes y accesorios, cuyos beneficios son bastante más inmediatos. Siempre me negué a hacerlo: no se puede ejercer una actividad de creación con el mero objetivo de ganar dinero. Si quiero comunicar a las clientas la imagen de mi creación, no debo de ningún modo arruinar esa imagen lanzando por ejemplo un champú con mi nombre. O entonces hay que justificar su acción. La mía parte de la cumbre: empiezo por la alta costura, desarrollo el *prêt-à-porter* de lujo y una línea de vaqueros,ciñéndome cada vez más a la demanda de mi clientela.

**Sus trajes diseñan los contornos de una mujer ideal: la mujer Versolato. ¿Sus clientas se acercan a ese ideal?**

He comprobado con sorpresa hasta qué punto todas mis clientas se parecen, por la edad –entre 18 y 40 años– y por el carácter: son mujeres seguras de sí mismas,que no sienten ninguna inhibición a la hora de

## LOS HILOS DEL ÉXITO

Ocimar Versolato nació en 1961 en São Paulo, ciudad industrial del Brasil, en una familia de origen italiano. Tras el fallecimiento del padre, industrial, la familia tuvo dificultades económicas, por lo que la madre abrió un taller de costura donde la clase alta de Brasil se hacía confeccionar su ropa. A diferencia de sus cinco hermanos y hermanas, Ocimar se interesó apasionadamente por esta actividad.

Como en Brasil aún no existía una escuela de diseño de moda, Ocimar comenzó a estudiar arquitectura. Muy pronto abandonó esos estudios para lanzarse a fabricar accesorios que consiguió vender con éxito en las tiendas de *prêt-à-porter* de la ciudad. Viajó a París en 1987 después de conocer a Marie Rucki, directora de una escuela francesa de alta costura, cuyos cursos siguió con entusiasmo. Tras perfeccionar su formación durante cuatro años junto al creador francés Hervé Léger, en 1993 lanzó una marca de *prêt-à-porter* de lujo. Su primer desfile de vestidos de noche, que realizó con la colaboración de algunos amigos y un presupuesto de 500 dólares, le trajo varias propuestas de trabajo. Se incorporó a la firma Lanvin, donde diseñó durante dos años la colección de *prêt-à-porter* femenino, en la que introdujo los pantalones vaqueros. Financiado por el grupo brasileño Pessoa de Queiroz, Versolato instaló su taller en la Place Vendôme, en París, y presentó su primera colección de alta costura en 1998. Después de cambiar varias veces de propietario, su firma –que, además de alta costura, realiza *prêt-à-porter*, vaqueros y ropa interior– está en busca de nuevos inversores. ■

## LA ALTA COSTURA

En 1858 el británico Charles Worth, modisto de la emperatriz Eugenia, se instaló en la rue de la Paix y presentó desde fines del siglo modelos en maniquíes vivos. Esta "alta costura", que se distingue de la confección artesanal por su lujo, se convirtió muy pronto en el medio de expresión de todos los que harán la historia de la moda: Poiret, Chanel, Balenciaga, etc. Basada en el taylorismo norteamericano, la confección se transformó en los años treinta y cuarenta para hacer entrar, desde fines de los años cincuenta, a la artesanía del vestido en la era de la producción masiva: había nacido el *prêt-à-porter* (listo para llevar). A la vez, la alta costura reflejó en sus precios el aumento del costo de la mano de obra y su clientela fue disminuyendo sin cesar. Al exponerla en los museos, los años ochenta la consagraron como actividad artística. Creada en París –y de manera secundaria en Italia por las marcas Versace y Valentino,– la alta costura es presentada a través de dos colecciones, que comprenden unos sesenta modelos por modisto. Aunque hoy arroja más bien déficit, su prestigio permite vender con su marca artículos menos costosos, pero que producen mayores ganancias, trátese de *prêt-à-porter*, de bolsos, perfumes, relojes o gafas... Aunque el volumen de ventas de la alta costura no aumenta, el mercado general de la moda, en cambio, crece a una velocidad exponencial. Los grupos más poderosos siguen siendo los norteamericanos Calvin Klein y Ralph Lauren, seguidos por el francés LVMH (Dior, Givenchy, Lacroix) y, muy a la zaga, los italianos Armani, Gucci y Prada. A guisa de comparación, los modistos y creadores de moda franceses realizaron en 1997 una cifra de negocios de 3.500 millones de dólares, contra 2.700 millones para Calvin Klein solamente. ■

mostrar sus cuerpos. Al escoger mis trajes livianos,que realzan su fuerza de carácter, tienen la sensación de alcanzar ese equilibrio perfecto que es sinónimo de elegancia. Esas mujeres llegan en zapatillas deportivas y vaqueros. Se ponen un traje de noche.Y de repente, la postura, la actitud e incluso el rostro se transforman: se sienten hermosas, y ya no son las mismas. La alta costura me permite el contacto directo con las clientas, que no sería posible en la confección, pues el creador no conoce a sus compradores.

**La mayoría de la gente no dispone de medios para vestirse en la alta costura...**

Para ofrecer a todos el placer de comprar, he creado una línea de vaqueros cuyos primeros precios son 70 dólares. En cuanto a ese mundo de sueño que es la alta costura, está en las pantallas de televisión durante dos presentaciones anuales. A mi juicio, tener acceso al sueño es casi tan necesario como la posesión del objeto que lo alimenta. Cuando llegué a París tenía un presupuesto reducido. Sin embargo, visitaba las galerías de arte y contemplaba lo que hubiera podido comprar, sin mirar el precio, pero tratando de imaginar cómo quedaría ese objeto en mi casa. Lo mismo ocurre con la ropa. Uno no dispone de medios para comprar todo lo que le gusta, pero hay que tener por lo menos la posibilidad de saborear el sueño...

**Los trajes que destina a sus clientas de todos los países ¿expresan de algún modo sus orígenes?**

Tratan de expresar la seducción natural que fluye naturalmente en el Brasil. Mis compatriotas son abiertos, sonrientes y buscan el contacto. Quieren seducir a todo el mundo y en todo momento. Mis trajes llevan la marca de un país donde nadie se avergüenza de su cuerpo. Tenga o no un físico perfecto, el brasileño vive casi desnudo seis meses al año, vestido de pantalones cortos o de prendas livianas. Descubrí que en Europa, a la inversa, el cuerpo debía permanecer oculto, pues la tradición cultural aconseja no exhibir un busto que tenga algún defecto o no llevar minifalda si no se tienen bonitas rodillas... Como modisto trato de ayudar a superar esos traumas.

**El Brasil es un país esencialmente mestizo. ¿Se refleja esa realidad en sus creaciones?**

El mestizaje de mi creación consiste, entre otras cosas,en ofrecer sensualidad a los que están privados de ella por su cultura. Me acuerdo de dos princesas árabes. La madre,más bien estricta,se escandalizaba al ver que su hija se interesaba por un vestido transparente. Hasta que le propuse añadir un "body" que la cubría mucho.

Soy hermético a los prejuicios raciales, salvo si sirven a mi inspiración. Hice una colección de alta costura sobre el tema del mestizaje,imaginando mezclas improbables –japoneses vestidos a la africana,africanos vestidos de rusos–, y esas combinaciones divertidas fueron bien acogidas. Pues la moda constituye un universo aparte, libre y sin prejuicios— y por ende abierto a todos los mestizajes. Como forma de expresión mundial, tiene que incorporar todas las culturas. Mi equipo incluye brasileños, italianos, japoneses y alemanes, cuyos talentos son complementarios.

**¿En el Brasil y en el resto del Cono Sur están al corriente de sus actividades?**

No he trabajado para convertirme en una especie de estrella en Sudamérica,pero ▶


**SÍ**, deseo suscribirme o suscribir a un(a) amigo(a) al **CORREO DE LA UNESCO**

**LENGUA ESCOGIDA:** ☐ Español ☐ Francés ☐ Inglés

**EL CORREO DE LA UNESCO** se publica en 27 idiomas, si está interesado por alguna de las otras ediciones, tenga a bien consultarnos.

**TARIFAS** (gastos de envío incluidos):

***Países industrializados:***

☐ **1 año: 211 FF** (32,15€) en lugar de 249FF*
(11 números, de los cuales uno doble)

☐ **2 años: 396FF** (60,35€) en lugar de 498 FF*
(22 números, de los cuales dos dobles)

☐ **Encuadernación: 72FF** (11€) para 11 números, de los cuales uno doble

* Precio total de 11 o 22 números comprados individualmente

***Estudiantes, desempleados (se ruega enviar copia de la tarjeta), países en desarrollo:***

☐ **1 año: 132 FF** (20,10€) para 11 números, de los cuales uno doble

☐ **2 años: 211 FF** (32,15€) para 22 números, de los cuales dos dobles

El primer número llegará a sus manos aproximadamente dos semanas después de que nuestros servicios reciban su solicitud de suscripción.
Puede solicitar gratuitamente la lista de los temas ya publicados.

**Acompaño la suma correspondiente de _a la orden de la UNESCO**

☐ Cheque bancario o postal (salvo Eurocheque)

☐ Visa ☐ Eurocard ☐ Mastercard

N° |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_| Expiración |_|_|_|_|

Apellido (Sr.,Sra., Srta.):

Nombre:

Dirección:

Código postal: Ciudad:

País Fecha obligatoria:

**(Facultativo)** Profesión:

(Profesores y estudiantes) materia principal: nivel:

Edad: Teléfono:

***Estas informaciones serán de gran utilidad para conocer mejor a nuestros lectores y responder mejor a sus deseos e intereses.***

Boletín de suscripción a devolver con su pago en francos franceses exclusivamente a la orden de **ELCORREODELAUNESCO,**
**Servicio de Suscripciones: 31, rue François-Bonvin 75732 París CEDEX 15 (Francia).** Tel.: 01 45 68 45 91, Fax: 01 45 68 57 45, e-mail: courrier.unesco@unesco.org
Para los pagos efectuados en otra moneda se ruega tomar contacto directamente con alguno de nuestros agentes de venta cuyas direcciones figuran al dorso.

la fama es indisociable de mi oficio. Por ejemplo, nunca había pensado que en Buenos Aires me conocían. Me impresionó mucho que periodistas de la televisión argentina tomaran contacto conmigo. No me consideraban brasileño, sino latinoamericano y, en vista de ello, también representante de la Argentina.

**¿Existe en el Brasil una moda original y vigorosa?**

Lo cierto es que allí, como ocurre en general en los países del Sur, demasiada gente se dedica a la copia. Para ser más preciso: copia de copia de copia. Pero el Brasil es un país donde todo es posible. Junto a provincias miserables, existen metrópolis sumamente desarrolladas como São Paulo, que permiten una expresión del lujo. Y los brasileños, como cualquier otro pueblo, son capaces de mostrar al mundo su sensibilidad. Estoy encantado de que los creadores de moda brasileños hayan progresado y de que se atrevan a alzar la cabeza. Pero para triunfar a nivel internacional necesitan mayor rigor y conocimientos técnicos. Son ingenuos hasta el punto de confeccionar toda una colección con moldes planos con una simple máquina de coser: sus prendas carecen de volumen, de redondez, de sofisticación. Nadie les ha enseñado cómo hacer debidamente una chaqueta...

**¿Cómo superar esa situación?**

Los brasileños son curiosos por naturaleza, desean aprender. Quisiera ayudarlos impulsando una intercambio de conocimientos y capacidades. Mientras en Francia la mano de obra del sector de la moda se ha tornado escasa, cara y muy especializada, en Brasil hay decenas de millones de desocupados que buscan trabajo. Formando a algunos de ellos en Francia, mi país podría aprovechar la experiencia francesa y el rigor que es indisociable de ésta. Brasil podría entonces fabricar calzado y ropa de calidad para todos los creadores del mundo.

**¿Es partidario de la mundialización?**

Es una realidad. Hoy uno puede diseñar un traje aquí, montarlo allá y bordarlo en otro sitio... Entonces más vale utilizar las ventajas de cada cual. En la India superpoblada de la posguerra, personas inteligentes crearon talleres de bordado. Hoy los bordados vendidos en el mundo vienen prácticamente todos de la India, y pueden alcanzar el nivel de calidad parisiense.

**¿Otros países en desarrollo se han especializado en determinadas técnicas?**

Por el momento, todo está increíblemente centralizado en Europa o en el Japón, que para la moda es considerado un país occidental. Pero China ha desarrollado las técnicas de la seda, de la que es el primer productor mundial: probablemente disponga algún día de las mismas tecnologías de punta que Europa. Y ese día los demás países productores temblarán...

**¿En el Brasil participan ahora las mujeres en la creación de moda?**

Los modistos de barrio por lo general son hombres, pero las brasileñas nunca han encontrado obstáculos en este sector. Cada brasileña es a su manera una creadora. Dotada de un sentido innato de la moda, sabe cómo vestirse en todas las ocasiones, sin caer jamás en el estereotipo o en el ridículo.

**Las mujeres, ¿prefieren que las vistan los hombres?**

Los creadores son más osados que las creadoras, simplemente porque no tienen la obligación de llevar lo que crean. Su estética se desarrolla sin trabas y las clientas, que no vacilan en usar tacones de ocho centímetros, prefieren la estética al confort.

**¿Con qué estado de ánimo crea sus colecciones?**

Se equivocan los que describen a los modistos como inaccesibles y sin corazón. Como todos los creadores, son por el contrario personas sensibles y que defienden su fragilidad. Si quieren vender sueños, han de encontrar una imagen del mundo que exprese la felicidad. Poco les importa entonces mantener los pies sobre la tierra. El traje de un creador se distingue del de confección por los sentimientos que transmite. Durante un desfile, un vestido no tiene más que treinta segundos para expresar un universo.

**¿Ser conocido le permite servir causas útiles?**

Me tocó programar un desfile pagado, cuyos 20.000 dólares de beneficios permitieron construir el pabellón de un hospital para niños cancerosos. Actualmente trabajo con el fotógrafo Sebastião Salgado en un proyecto de reforestación. La financiación provendrá de un espectáculo que estoy ayudando a montar. ■

Entrevista realizada por Jacques Brunel, periodista, colaborador de *Le Monde* y de *Vogue*, y por René Lefort, director del *Correo de la UNESCO*

## LISTA DE AGENTES DE VENTA

**El pago de la suscripción puede efectuarse a los agentes de venta, que indicarán el valor de la suscripción en moneda local.**

**ALEMANIA**: German Commission for UNESCO, Colmantstr. 15, D-53115 Bonn. Fax: 63 69 12.
Uno Verlag, Dag Hammarskjöld Haus, Poppelsdorfer Allee 55, D-53115 Bonn. Fax: 21 74 92.
**ARGENTINA**: Edilyr Srl, Librería Correo de la UNESCO, Tucumán 1685, 1050 Buenos Aires. Fax: 371-8194.
**AUSTRALIA**: Hunter Publications, 58A Gipps Street, Collingwood VIC 3066. Fax: 419 7154.
ISA Australia, PO Box 709, Toowong QLD 4066. Fax: 371 5566.
United Nations Assoc. of Australia/Victorian Div., 179 St George's Road, N. Fitzroy VIC 3068. Fax: 481 7693.
**AUSTRIA**: Gerold & Co, Import & Export, Zeitschriften/Periodicals, Graben 31, A-1011 Viena. Fax: 512 47 31 29.
**BÉLGICA**: Monsieur Jean de Lannoy. 202 av du Roi, B-1060 Bruselas. Fax: 538 08 41.
**BRASIL**: Fundacão Getulio Vargas, Editora Divisão de Vendas, Caixa Postal 62.591, 22257-970 Rio de Janeiro RJ Fax: 551-0948.
**CANADA**: Renouf Publishing Company Ltd, 5369 ch. Canotek Road, Unit 1, Ottawa, Ont K1J 9J3. Fax: (1-613) 745 7660.
Faxon Canada, PO Box 2382, London, Ont. N6A 5A7. Fax: (1-519) 472 1072.
**CHILE**: Universitaria Textolibro Ltda., Casilla Postal 10220, Santiago. Fax: 681 9091.
**CHINA**: China National Publications, Import & Export Corp., PO Box 88, 16 Gongti East Rd, Beijing 100020. Fax: 010 65063101.
**COREA**: Korean National Commission for UNESCO, CPO Box 64, Seúl 100-600. Fax: 568 7454.
**DINAMARCA**: Munksgaard, Norre Sogade 35, PO Box 2148, DK-1016 Copenhague K. Fax: 12 93 87.
**ESPAÑA**: Mundi Prensa Libros SA, Castelló 37, 28001 Madrid. Fax: 91575-39-98.
Librería Al Andalús, Roldana 3 y 4, 410091 Sevilla. Fax: 95422-53-38.
Los Amigos de la UNESCO, Avenida Urquijo 62, 2 Izd., 48011 Bilbao. Fax: 94427-51-59/69
**ESTADOS UNIDOS**: Bernan-Associates, 4611-F Assembly Drive, Lanham MD 20706-4391. Fax: 459-0056.
**FINLANDIA**: Stockmann/Akateeminen Kirjakauppa, PO Box 23, SF-00371 Helsinki. Fax: +358 9 121 4450.
Suomalainen Kirjakauppa Oy, PO Box 2, SF-01641 Vantaa. Fax: 852 7990.
**GRECIA**: Librairie Kauffmann SA, Mauvrokordatou 9, GR-106 78 Atenas. Fax: 3833967.
**GUATEMALA**: Comisión Guatemalteca de Cooperación con la UNESCO, 3A Avenida 10 29, Zona 1, Apartado Postal 2630, Ciudad de Guatemala.
**HONG KONG**: Hong Kong Government Information Services Dept., 1 Battery Path Central, Hong Kong.
**HUNGRÍA**: Librotrade K F T, Periodical Import/K, POB126, H-1656 Budapest. Fax: 256-87-27.
**INDIA**: Orient Longman Ltd (Subscriptions Account), Kamani Marg, Ballard Estate, Bombay 400 038. Fax: 2691278.
Oxford Book & Stationery Co, Code No D 8208052, Scindia House, New Delhi 110 001. Fax: 3322639.
**ISRAEL**: Literary Transactions Inc., C/O Steimatsky Ltd., PO Box 1444, Bnei Brak 51114. Fax: 5281187.
**ITALIA**: Licosa/Libreria Comm. Sansoni SPA, Via Duca di Calabria 1/1, I-50125 Florencia. Fax: 64-12-57.
**JAPÓN**: Eastern Book Service Inc., Periodicals Account, 3 13 Hongo 3 Chome, Bunkyo Ku, Tokyo 113. Fax: 818-0864.
**LUXEMBURGO**: Messageries Paul Kraus, BP 2022, L-1020 Luxemburgo. Fax: 99888444.
**MALTA**: Sapienzas & Sons Ltd., PO Box 36, 26 Republic Street, Valetta CMR 01. Fax: 246182.
**MARRUECOS**: UNESCO, B.P. 1777 RP, Rabat. Fax: 212-767 03 75, Tél.: 212-767 03 74/72.
**MAURICIO**: Nalanda Co. Ltd., 30 Bourbon Street, Port Louis. Fax: 212 1313.
**MÉXICO**: Librería El Correo de la UNESCO SA, Col Roma, Guanajuato 72, Deleg Cuauhtémoc, 06700 México DF. Fax: 264 09 19.
**NORUEGA**: Swets Norge AS, Østensjøvein 18-0606 Oslo, PO Box 6512, Etterstad. Fax: 47 22 97 45 45.
**NUEVA ZELANDIA**: GP Legislation Services, PO Box 12418, Thorndon, Wellington. Fax: 4 496 56 98.
**PAÍSES BAJOS**: Swets & Zeitlinger BV, PO Box 830, 2160 SZ Lisse. Fax: 2524-15888.
Tijdschriftcentrale Wijck B V, Int. Subs. Service, W Grachtstraat 1C, 6221 CT Maastricht. Fax: 3250103.
**PORTUGAL**: Livraria Portugal (Dias & Andrade Lda), Rua do Carmo 70 74, 1200 Lisboa. Fax: 34 70 264.
**REINO UNIDO**: H.M. Stationery Office, Agency Sec. Publications Ctr, 51 Nine Elms Lane, Londres SW8 5DR. Fax: 873 84 63.
**REPÚBLICA CHECA**: Artia, Ve Smeckach 30, 111 27 Praga 1.
**RUSIA**: Mezhdunarodnaja Kniga, Ul Dimitrova 39, Moscú 113095.
**SRI LANKA**: Lake House Bookshop, 100 Chittampalam, Gardiner Mawatha, Colombo 2. Fax: 44 78 48.
**SUDÁFRICA**: International Subscription Services, PO Box 41095, Craighall 2024. Fax: 880 62 48.
Mast Publications, PO Box 901, Parklands 2121. Fax: 886 4512.
**SUECIA**: Wennergren Williams AB, PO Box 1305, S-171 25 Solna. Fax: 27 00 71.
**SUIZA**: Dynapresse Marketing SA, (ex-Naville SA), 38 av Vibert, CH-1227 Carouge. Fax: 308 08 59.
Edigroup SA, Case Postale 393, CH-1225 Chêne-Bourg. Fax: 348 44 82.
Europa Verlag, Ramistrasse 5, CH-8024 Zürich. Fax: 251 60 81.
Karger Libri AG, Wissenschaftl. Buchhandlung, Petersgraben 31, CH-4009 Basel. Fax: 306 12 34.
Van Diermen Editions Techniques ADECO, Chemin du Lacuez, CH-1807 Blonay. Fax: 943 36 05.
**TAILANDIA**: Suksapan Panit, Mansion 9, Rajadamnern Avenue, Bangkok 2. Fax: 2811639.
**TÚNEZ**: Commission Nationale Tunisienne auprès de l'UNESCO, 22, rue de l'Angleterre, 1000 RP Túnez. Fax: 33 10 14
**URUGUAY**: Ediciones Trecho SA, Cuento Periódicos, Maldonado 1090, Montevideo. Fax: 905983.
**VENEZUELA**: UNESCO/Cresalc, Edif. Asovincar, Av Los Chorros, Cruce C/C Acueducto, Altos de Sebucan, Caracas. Fax: 286 03 26.

# Historia General de América Latina

**En nueve volúmenes**

Ediciones UNESCO/Trotta SA Editorial
Formato: 25 x 17 cm, encuadernado, ilustraciones, mapas
Precio de cada volumen: **230 FF / 35,06 €**

Bajo la dirección del Embajador Germán Carrera Damas (Venezuala), un equipo de más de 200 historiadores de diferentes comunidades y horizontes intelectuales, así como investigadores de los principales institutos americanistas de diversas regiones del mundo, han asumido e intentado explicar, en todas sus dimensiones, la complejidad actual del concepto "América Latina".

La UNESCO no tiene la pretensión de proponer "una verdadera historia", sino el propósito de establecer un balance referencial de los numerosos enfoques historiográficos, con el fin de contribuir substancialmente a conformar un ordenamiento científico que propicie la comprensión cabal del tema.

**VOLUMEN I**
(disponible)
### Las sociedades originarias
El rico y diverso tejido sociocultural de las sociedades denominadas "originarias" que poblaron el continente americano desde sus orígenes, provenientes de Eurasia, es abordado en este primer volumen. Los diferentes capítulos analizan la extraordinaria hazaña de adaptación a la diversidad de ambientes naturales del continente, las disímiles civilizaciones que se configuraron, así como las complejas opciones culturales, técnicas, políticas y religiosas que encontraron.

**VOLUMEN II**
(previsto para mayo del 2000)
### El primer contacto y la formación de nuevas sociedades
El presente volumen se centra en el período que va desde la primera fase del asentamiento colonial, iniciada en cada región del continente americano a medida que sus pobladores iban entrando en contacto con los europeos, hasta la década de 1570.

En preparación

**VOLUMEN III**
(en dos tomos, previsto para fines del 2000)
### Consolidación del orden colonial

**VOLUMEN IV**
### Procesos americanos hacia la redefinición social

**VOLUMEN V**
### La crisis estructural de las sociedades implantadas

**VOLUMEN VI**
### La construcción de las naciones latinoamericanas

**VOLUMEN VII**
### Los proyectos nacionales latinoamericanos: sus instrumentos y articulación, 1870-1930

**VOLUMEN VIII**
### América Latina desde 1930

**VOLUMEN IX**
### Teoría y metodología en la historia de América Latina

**Ediciones UNESCO**

7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP
Francia
Fax: +33 1 45 68 57 37
**Internet: www.unesco.org/publishing**
**E-mail: publishing.promotion@unesco.org**

UNESCO el Correo

En el próximo número:

# UNESCO el Correo

todas las voces de un solo mundo

Publicado en 27 idiomas

## Tema del mes:

## Las mujeres en la arena política

- Los grandes capítulos del feminismo
- Funcionarias suecas contra la desigualdad
- Activistas iraníes con chador
- Debate sobre el sistema de cuotas en la India
- Las coreanas en la batalla electoral
- Estados Unidos: fallas en el bastión del feminismo
- ¿Las mujeres cambian la política?

## Y en las secciones:

- Los indígenas de Chiapas
- Las aguas del Rin recobran su pureza
- La escuela en el hogar
- Causas de la marginación de los gitanos en Europa
- Entrevista a Margarita Salas, la ciencia con rostro humano

El Correo de la Unesco puede consultarse en Internet:
www.unesco.org/courier