

# COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

## COLORS 85: IR AL MERCADO

Treviso, otoño de 2012. A partir de la caída del muro de Berlín en 1989, el libre mercado ha dominado el mundo de modo incontestable. Hoy podemos vender y comprar, prestar y tomar prestado, invertir y comerciar desde un rincón al otro del planeta, como nunca lo habíamos hecho antes.

Es excitante, pero también peligroso. *Spread* y Nasdaq, externalización y reciclaje de dinero, inflación, estanflación y títulos buitres: cuanto más crece y evoluciona el mercado, más se hace fácil perderse en sus meandros.

Para orientarnos otra vez, **COLORS** ha vuelto a los orígenes del comercio: del mercado de los productos electrónicos usados de Alaba, en África, al de los matrimonios en el Parque del Pueblo de Shanghai; de la subasta de pelo humano del templo de Tirumala, en India, al banco que otorga préstamos dinerarios en cambio de queso, en el norte de Italia.

**COLORS 85 – Ir al mercado** es un viaje entre balanzas, monedas, clientes, productos y comerciantes, persiguiendo el hilo invisible que une Wall Street y *main street*, en el caótico e irresistible mercado global.

La **Línea de control** en el territorio de **Cachemira** es una línea de demarcación militar en la frontera entre India y Pakistán infranqueable hasta hace algunos años. En 2005, un terremoto abrió un paso y, con el beneplácito de los dos gobiernos, se creó un servicio de transporte para reunir a las familias separadas por la frontera. Tres años más tarde, se organizó **un sistema de trueque transnacional** con reglas férreas: solo veintiún productos, cuatro días por semana, no más de cincuenta camiones por día (en ambas direcciones), ningún impuesto (considerando que ninguno de los dos estados reconoce la frontera oficialmente) y sin dinero en efectivo, porque los dos gobiernos nunca llegarían a ponerse de acuerdo sobre la divisa por usar. Hoy en día, este comercio sin dinero que atraviesa la frontera equivale a 120 millones de dólares al año.

En **Togo** un tercio de los habitantes practica el vudú cuando la medicina tradicional ya nada puede. En el **mercado de los fetiches de Akodessewa** en Lomé, montones de calaveras de monos y cabezas de leopardo se exhiben orgullosamente en los escaparates de madera. Akodessewa es famoso por la variedad y la calidad de sus amuletos y los fieles llegan hasta de Congo para encontrar una solución a los problemas más disparatados: esterilidad, malaria, Sida, penas de amor, problemas financieros. El cadáver de una tortuga cuesta 12.000 francos cfa (24 dólares), el de un babuino completo con ojos y piel 65.000 francos cfa (129 dólares) y un pie de elefante 150.000 francos cfa (300 dólares). El efecto de muchos ingredientes prescritos por los *Iwa* (los espíritus) es secreto, pero algunos principios activos son muy conocidos: el mono mejora la memoria, el gorila da fuerza y el camaleonte asegura buena suerte en los negocios.

Cada día, en el templo hindú del Señor Supremo de la montaña (Venkateswara) de Tirumala en **India**, diez mil personas acuden para **hacerse rasurar la cabeza** por uno de los quinientos barberos del templo. Para muchos peregrinos hindúes, el corte del pelo es una experiencia trascendental. Ofreciendo sus mechones de pelo en este lugar recibirán la protección del dios Venkateswara y se liberarán de sus deudas materiales. Pero cuando el pelo cae

en el piso del templo, lo sagrado deja el paso a lo profano. Los mechones de pelo se recogen y conservan en grandes contenedores de acero, se lavan y clasifican según su longitud y calidad. Seguidamente se subastan dos veces por año. Se exportan sobre todo en China, Estados Unidos y Reino Unido para fabricar extensiones y pelucas. El año pasado, temiendo de que los compradores pudieran organizarse en un consorcio para controlar los precios, el templo abandonó el proceso tradicional de subasta abierta y prefirió vender el pelo en línea, con el método de las ofertas secretas. Hasta ahora, esta decisión se reveló sumamente proficua: en 2011, en el templo se recogieron 561 toneladas de pelo, correspondienets a una cifra total de dos mil millones de rupias (36,9 millones de dólares).

\* \* \* \*

Fundada en 1991, bajo la dirección de Oliviero Toscani y Tibor Kalman, con la convicción de que las diferencias son positivas y de que todas las culturas tienen igual valor, **COLORS** es una revista trimestral distribuida a nivel internacional y publicada en seis ediciones bilingües (inglés+italiano, francés, español, coreano, chino y portugués). Actualmente COLORS hace parte de las actividades editoriales de FABRICA, el centro de investigación para la comunicación de Benetton Group.

[www.colorsmagazine.com](http://www.colorsmagazine.com)

**Para más información:**

Angela Quintavalle

COLORS MAGAZINE

[angie@fabrica.it](mailto:angie@fabrica.it)

Tel. +39 0422 516209