

HABLÓ EL NOVIO DE SHAKIRA

El romance va en serio

DE "BÁRBARA y espectacular" calificó Antonio De la Rúa a la cantante colombiana en su primera entrevista desde que se conoció el noviazgo. El presidente argentino ya le pidió prudencia.

"You tenes que decidir: o haces la vida de un chico cualquiera de 26 años o trabajas conmigo, pero las dos cosas a la vez, no". Esas fueron las palabras del presidente de Argentina Fernando De la Rúa a su hijo Antonio al ver el escándalo que destrozó su noviazgo con Shakira. El propio joven le contó el incidente a sus amigos más cercanos, algunos miembros del alto gobierno, informó el Diario Clarín de Buenos Aires.

ayer, Antonio también afirmó que su romance con la popular cantante colombiana va en serio.

"Los dos tenemos derecho a intentarlo. Y lo hacemos como dos personas normales, sin rodeos de los entornos que a veces tenemos por ser quienes somos", dijo el abogado de 26 años.

El romance de Antonio y Shakira copó las carátulas de las revistas argentinas del corazón desde que ambos viajaron hace poco más de una semana a la ciudad argentina de Bariloche.

Luego se los vio en Miami, besándose apasionadamente en una playa, él vistiendo un traje de baño rojo y ella con un bikini de estampado de leopardo.

El hijo del presidente conoció a la cantautora de raíces libanesas, de 23 años, cuyo nombre completo es Shakira Isabel Mebarak Ripoll, en un concierto que ella brindó en Buenos Aires hace poco más de dos semanas, según la prensa local.

Shakira "es bárbara, es espectacular, es muy inteligente también y una gran persona", dijo el joven De la Rúa.

Antonio fue uno de los respon-

sables de la campaña que llevó a su padre a la Presidencia en los comicios de octubre pasado.

UN HOMBRE DIVERTIDO

La campaña giraba en torno al lema "Dicen que soy aburrido" y buscaba diferenciar a De la Rúa del entonces presidente Carlos Menem, famoso por codearse con la figuras del mundo del espectáculo y permitir que sus funcionarios mostraran casas y ropas lujosas en las revistas de moda, informó la agencia de noticias EFE.

Una de las publicaciones de actualidad de mayor circulación, Noticias, llenó esta semana los kioscos de diarios de Buenos Aires con una tapa con la foto de Antonio y la leyenda "Dicen que soy divertido".

"Soy consciente de que sus ad-

versarios (los del Presidente) van a usar todo lo que puedan para hacerme daño y que van a querer usar esto, pero no les va a servir porque las cosas acá son muy transparentes. De qué nos van a acusar si no hicimos nada malo?", preguntó Antonio.

Su romance fue criticado en Argentina, según la agencia, porque las fotos se conocieron junto a un anuncio por parte del Primer Mandatario de una fuerte rebaja de los salarios de los empleados estatales.

"Yo sé el esfuerzo que está haciendo la gente y de qué se trata el ajuste, pero no puedo manejar los tiempos de mis sentimientos con eso", dijo el joven.

El hijo del presidente aseguró que no gastó tanto dinero como dijeron las revistas en sus escapadas con Shakira. Aseguró que su estadía en Bariloche la pagó ella



Foto REVISTA CARAS

Shakira aún no se ha pronunciado y seguramente, siguiendo su línea prudente, evitará el tema de su nuevo amor. De su ex novia, Oswaldo Ríos, prefiere no hablar.

Y que en Miami se alojó en un apartamento que le prestaron mientras que la cantante se quedó con sus padres. La presentación oficial del "delfín" argentino

y de los papás de la colombiana se hizo en un restaurante de la "Capital del Sol". Dicen que la cuenta de la comida alcanzó los 400 dólares.

MUESTRA DE LA FACULTAD DE DISEÑO DE LA UPB

Imaginación aterrizada

Por MARGARITAINÉS RESTREPO SANTA MARÍA

¡Asómese a Musa, un mercado en donde le ofrecen productos asociados a conceptos de escritores, los cuentos de los hermanos Grimm y la cometa; la ládica de Julio Cortázar y las galletas coloridas y cremosas; Julio Verne, su mente a mal y las bebidas isotónicas, aromáticas para el "sofáto" de Jorge Luis Borges. Son pruebas de creatividad empacada, que se vieron en la Vigésimonovena Muestra de Diseño de la Universidad Pontificia Bolivariana, que concluyó ayer en la noche.

Imaginación gráfica, industrial y de moda, "volcada al hombre y con los pies en la tierra".

Quedaron en la memoria simples ejercicios de figuras tridimensionales con formas geométricas, diseños de revistas y elementos de mercados y urbanos, objetos caseros y aparatos para apoyar oficios y actividades industriales.

Se recuerdan... una mochila-ábaco, un "trailer" de una sola llanta -para transportar motos-, una hamaca-maletín, una silla dual y plafones de resina y material orgánico, el amoblamiento imaginado para Ciudad Botero: alternativas de manejo de imagen de una tienda de chocolates, y un bar que contempla servilletas que sirven de libreta y menú escritos en cojines para los usuarios.

¡Crear cosas maravillosas y para



Foto ROMÁN SÁENZ

Contiene, exhibe y cumple con las normas de cuidado del medio ambiente. Es el empaque para exportación de uchuvos, propuesto por Catalina Salazar, Paola Marín y Anibal Cano.

acumular en cajones? La intención fue otra. La novedad, porque amarrada a lo funcional. Así, aparecieron. Un empaque ecológico que es, al tiempo, contenedor doble y exhibidor de uchuvos de exportación. Una cocina para zona de desastres: con techo-parasol, estufa de gas, poceta, tanque para agua, espacio para manipular alimentos y refrigerador. Un artefacto para bajar y moverizar cajones de cambios de autos, y unos cubiertos adaptados -en mango y ángulos del diseño-, a limitados físicos que experimentan problemas de agarre.

COHETE DE CHOCOLATE
De vuelta por los salones de exhibición, también se apreciaron: un aglomerado en forma de disco pequeño, que une semilla y abono. Un soporte de cremas de dientes que permite ahorrarse el actual estuche de cartón. Una bolsa biodegradable para desechos orgánicos.

Todos estos ejemplos de creativi-

dad incorporada al diario vivir se observaron cerca de un gran salón donde un grupo de universitarios laboraban en el diseño de máquinas que manipulan los usuarios del museo interactivo que las Empresas Públicas proyecta inaugurar antes de terminar el 2000.

Pero la gente estaba pendiente de otros ejemplos de la inventiva de los jóvenes. De un chococohete para que los chicos preparen sus mezclas con chocolate, en un microondas. De un ejemplo de camilla replegable, para el Ejército. Y de un barquisosuvier tallado en madera refestada, con una leyenda pegada en el casco que habla de sus pretenciones de "recharse" a navegar, dentro de 10 años, a un río Medellín, posiblemente descontaminado, sin obstáculos y rodeado de mirroses.

Fuentes de consulta
Luz Adriana Gómez, Marta Eugenia Laverde, Juan Ramón Ospina, docentes de la Facultad de Diseño, Universidad Pontificia Bolivariana.

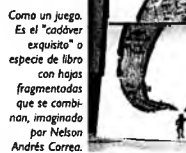


Foto ROMÁN SÁENZ



Foto ROMÁN SÁENZ

Es la tendencia

¿Qué se ve, ahora, en el diseño?
• Gran papel de la persuasión.
• Trabajo con temas, lenguaje y grafías sobre lo cotidiano, lo doméstico.
• Propuestas con valor agregado: el que me dé más, por menos.
• En lo gráfico: orientación de la figura; grafías orientales; influencia de Pokémon. Que texto e imagen se amarren.
• En la ilustración, paso del trazo muy limpio al repetido, "reteterido", como un "goce disfrazado".
• En tipografía: sobreposición, lecturas paralelas y simultáneas, viaje libre por la página, información sintética e imagen que forma parte del texto o "se lo come".
• Empaques para mercados segmentados, con ahorro en materiales y proceso, uso de lo reciclable, eficientes en costo, competitivos, para un consumidor con mayor conciencia ecológica.
• El computador concebido como una herramienta que facilita el proceso, pero que no reemplaza la producción intelectual y el pensamiento.

Una de las publicaciones de actualidad de mayor circulación, Noticias, llenó esta semana los kioscos de diarios de Buenos Aires con una tapa con la foto de Antonio y la leyenda "Dicen que soy divertido".

Una de las publicaciones de actualidad de mayor circulación, Noticias, llenó esta semana los kioscos de diarios de Buenos Aires con una tapa con la foto de Antonio y la leyenda "Dicen que soy divertido".

Una de las publicaciones de actualidad de mayor circulación, Noticias, llenó esta semana los kioscos de diarios de Buenos Aires con una tapa con la foto de Antonio y la leyenda "Dicen que soy divertido".



Foto ROMÁN SÁENZ

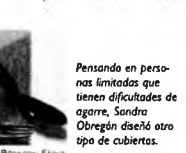


Foto ROMÁN SÁENZ

LAS TENDENCIAS NO SÓLO SON DE PASARELA

Moda callejera



Foto DIEGO GONZÁLEZ

Uno de los términos que más sonó en la feria Colombiatex en enero fue Street Vision. Promovida en Medellín por los diseñadores del grupo Sur Designers, este concepto consiste en salir a la calle y mirar qué usa la gente para entender la moda.

Según dijo Raúl Trujillo, uno de los Sur, "la calle es mezcla. Es la democracia de la estética". Para él, la moda no sólo es lo que se ve en una pasarela, sino lo que entiende e interpreta el usuario del común. El que trabaja, el que va a la universidad, el que sale a bailar en los fines de semana.

Esta moda "aterrizada" es la base de Street Vision, que es la recopilación y sobretodo, el análisis de la manera en que quienes viven en una ciudad como Medellín, absorben conceptos a través de los medios de comunicación y el comercio, y los adaptan a su forma de vida.

Una de las tendencias que se ha impuesto en los últimos meses es el adorno. Después de una época minimalista-sencilla, sobria, apareció una que casi toca los límites de la extravagancia.

EL COLOMBIANO recorrió las calles de la ciudad y observó con ojos de Street Vision, un lugar de adorno muy recurrente: la muñeca. En ella encontró por ejemplo, que la influencia del concepto neohipie sigue siendo fuerte.

Esther Lucía Alarcón, directora del departamento de Moda de Almacenes Éxito, opinó que la influencia hipie y la étnica durará todo el 2000. Dijo que lo retro-regreso a los años 60, 70 y 80, sigue mandando la parada, y que la mujer está de regreso a la feminidad.

La globalización y el reconocimiento de la diferencia, ideas que identifican a la generación joven, también se expresan a través del vestuario y los accesorios.



Foto DIEGO GONZÁLEZ



Foto DIEGO GONZÁLEZ



Foto DIEGO GONZÁLEZ



Foto ROMÁN SÁENZ

Partisela hace dos años y aún tu recuerdo sigue presente en nosotros. El vacío que dejaste es tan grande, que nunca nadie podrá llenarlo.

SEGUNDO ANIVERSARIO de la muerte del Dr. JUAN CARLOS MONCADA MORALES, ex-alcalde de Itagüí, viernes 2 de junio, 7:30 p.m., eucaristía en la Iglesia del Señor Caldo, barrio San José (Itagüí).