

# FUNTT C

EDICIÓN # 20 **CALI, SEPTIEMBRE 2006**

SILVIA TCHERASSI  
PRÊT À PORTER

LOS SITIOS MÁS 'IN'

EL 'VÍA CRUCIS'  
DE UNA MODELO

NANCY GONZÁLEZ,  
CALI EN FIFTH AV.

DESFILES, ESOS 15  
MINUTOS DE FAMA

**CALI**  
**ESTÁ DE**  
**MODA**

Johanna Ortiz



**GRANADA FASHION**

# ESCRÍBANOS

Envíenos sus propuestas,  
artículos y opiniones a:  
[puntoc@elpais.com.co](mailto:puntoc@elpais.com.co)

**Director**  
Francisco José Lloreda Mera

**Subdirector Revistas**  
Felipe Lloreda Garcés  
[flloreda@elpais.com.co](mailto:flloreda@elpais.com.co)

**Editora**  
Catalina Villa

**Editor Gráfico**  
Gustavo Zúñiga Reyes

**Diseño**  
Lucelly Anacondas  
Alexandra Maduell Rentería  
Aleksy Llanos Riyabtseva

**Redactores**  
Andrés Hoyos  
Alejandro Aguirre  
Alexander Price  
Carolina Garcés

**Control Calidad de Color**  
Eladio Díaz Rodríguez  
Ramón Elías López

**Portada:** Lorna Ramírez  
**Fotografía:** juandavidfotografo.com

**Publicidad Cali:** PBX 898 7000  
**Publicidad Bogotá:** 232 7929

Prohibida su reproducción total o parcial.  
Todos los derechos son reservados.

Los artículos de los colaboradores sólo  
comprometen a quienes los firman.

Descargue la revista en  
[www.elpais.com.co](http://www.elpais.com.co)



## LAS MEJORES FOTOS DEL MUNDO

Esta sección es un deleite y también un golpe fuerte para los sentidos capturadas por el lente de los mejores fotógrafos del mundo, quienes en un solo click atrapan momentos de la realidad que vivimos.



## Los más leídos



### SWINGERS, SEXO A DOMICILIO

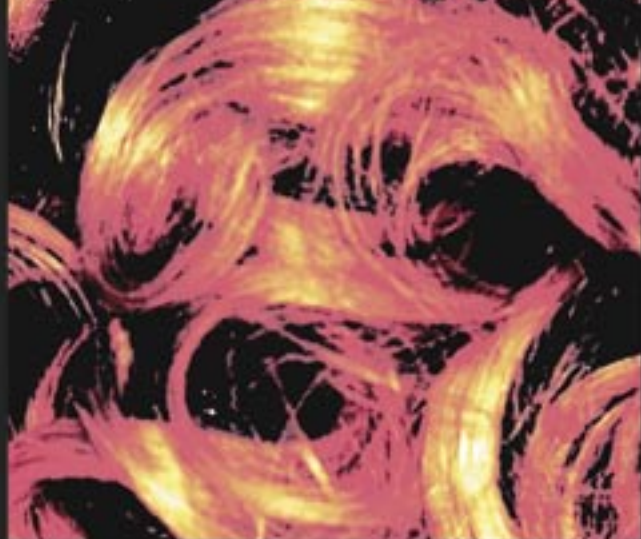
Un periodista y su esposa vivieron en carne propia la experiencia de intercambiar pareja en un bar de Cali.

## Mundo raro



### LA VIDA DE UN DRAG-QUEEN

Intimidades de un hombre gay que vive la noche en medio de la música y el espectáculo.



Cuando se habla de moda se habla de lo actual; de lo que está 'in'; de lo que está en vigencia en un preciso momento. Y en Cali, hoy, la moda está de moda. Surgen nuevos diseñadores, fotógrafos, modelos, estilistas y empresarios que sin más pretensiones que las de hacer las cosas bien en un medio exigente y por lo demás, competido, se suman a las anteriores generaciones que han demostrado sin falsas modestias el talento de nuestra ciudad. Cómplice de todo aquello que suene a creatividad y pasión, **PUNTC** decidió hacer un recorrido por el mundo de la moda en la capital del Valle del Cauca. Y se encontró con gratas sorpresas. Cali no sólo fue la pionera del modelaje, la publicidad, el cine y la fotografía de moda en Colombia en la década de los años setenta sino que hoy, más de 30 años después, vuelve a dar de qué hablar en el país y en el mundo. Talento creativo, diseños ingeniosos y caras lindas es lo que se ve hoy en ésta tierra del pacífico. No importa si son jóvenes irreverentes, como los integrantes de DCI Arte que en menos de cuatro años ya tienen a media Colombia cargando sus mochilas terciadas al hombro; o profesionales convencidos como Andrés Pineda, quien le apostó a la estética del cine y hoy se da pantalla en los teatros de Cine Colombia con su corto sobre Malpelo; o mujeres emprendedoras, como Nancy González, que ha puesto sus carteras en exclusivas tiendas de países tan lejanos como Australia y Japón. Ellos, todos, hacen parte de esa ciudad que nos gusta, que nos apasiona. Por eso hoy...

# CALI ESTÁ DE MODA

# Silvia Tcherassi

prêt à porter



Amante de Armani y Valentino, desfiles en Nueva York, París, Praga, Miami y Milán, la barranquillera Silvia Tcherassi es considerada por la crítica mundial de la moda como una de las diseñadoras latinoamericanas más importantes del mundo. Desde hace casi 5 años tiene su almacén en Cali porque cree que aquí los caleños siempre están de moda. Entrevista.



**¿A qué se debe la aparición de nuevos diseñadores de ropa y accesorios y la ratificación de otros en Cali?**

Siendo Cali una ciudad industrial y la más desarrollada en el Pacífico colombiano sus habitantes tienen mucha inclinación por estar a la última moda lo que se constituye en un fenómeno natural para que haya nuevos talentos.

**¿Influye en algo la moda de Cali que la ciudad esté sobre el Pacífico y no en otra región?**

El gusto de la gente por la moda es el caldo de cultivo para los diseñadores. Por eso, la moda se reproduce en ambientes propicios y desde ese punto de vista Cali reúne muy buenos factores para ser una capital de la moda como es el calor y la alegría de su gente.

**¿Cómo ve esta ciudad en 10 años?**

Veo a Cali aprovechando su posición geográfica y explotando a estos nuevos diseñadores en el comercio internacional. Lo importante es que estos creadores desarrollen una propuesta propia y una estructura empresarial que la soporte.  
**¿La moda es un arte o un negocio?**  
 La moda es la más democrática de las artes porque convive con la gente todos los días. Y a nivel económico es uno de los sectores más importantes y estratégicos de nuestra economía colombiana.

**¿Cuál será la tendencia de este nuevo siglo para los nuevos diseñadores?**

Pasamos del 'bohemian chic' al minimalismo. Como todo comienzo de siglo estamos en una etapa de transición donde se están mirando las tendencias del pasado y su contexto histórico para desarrollarlas con los nuevos adelantos de la tecnología teniendo en cuenta las nuevas necesidades de la gente.

**¿Qué necesita el diseñador de ropa y accesorios moderno?**

Cada diseñador debe tener su propio estilo y su propia identidad. Eso es suficiente.

**¿Qué proyectos tiene a corto plazo para desarrollar más su marca, digamos, en Cali?**

Estamos desarrollando un plan de expansión, ambicioso y realista al mismo tiempo. Durante el 2005 empezamos



a incorporar con gran éxito jeans, accesorios, calzado y joyería para crear un universo alrededor de la marca. Y seguimos en el proceso de conquista de los mercados internacionales.

**¿Qué desfile importante tiene en los próximos meses?**

Para mí, todos los desfiles son importantes. No importa que sea en París o en cualquier otro lugar del mundo. Recibimos invitaciones muy seguidas pero por cuestiones de tiempo y logística sólo aceptamos las que consideramos estratégicas. El año pasado me sentí orgullosa de presentar mis colecciones en tres continentes.

**¿Cuál es la fórmula de su éxito para estar entre los grandes diseñadores del mundo?**

Son cuatro factores de los que he hablado anteriormente: talento, identidad, estructura y visión. Esos factores necesitan ir de la mano.

**¿Cuál es su diseñador favorito?**

Muchos. Miuccia Prada, Nicholas Ghesquiere, Alexander McQueen, Valentino, Armani... en fin todos aquellos que busquen dejar huella y hacer historia desde su perspectiva personal.

**¿Cuándo lanzará su próxima colección y de qué se tratará?**

Estoy preparando mi colección Primavera-Verano 2008. Como de costumbre estará llena de sorpresas. **C**

# Nancy González,

## un pedazo de Cali en Fifth Avenue



Carteras exóticas elaboradas con pieles de cobra, pitón y cocodrilo inundan las estanterías de los almacenes más exclusivos de Europa y Estados Unidos mientras guardan un secreto que pocos saben: son hechas en Cali. Historia de exportación.

**E**l pasado mes de julio se realizó un elegante y exclusivo acontecimiento en la ciudad de Nueva York que dejó en alto el nombre del país, pero que, paradójicamente, pasó inadvertido para la mayoría de nosotros. El piso principal de la glamorosa tienda de modas Bergdorf Goodman ubicada en la mítica quinta avenida de Manhattan a la altura de la calle 58 y que durante 107 años ha sido la vitrina de las más exclusivas marcas del mundo como Jean Paul Gaultier, Dior y Valentino, reservó uno de sus principales espacios, Arcade, con todos sus anaqueles, a las creaciones de una colombiana a quien la moda le corre por las venas.

Bolsos en cuero de cocodrilo de los colores más insólitos como el azul, el amarillo y el fucsia, y carteras tipo sobre fabricadas en piel de pitón cuyos precios alcanzaban los 3.000 dólares, no eran más que una muestra de la última colección de una caleña que, durante los últimos 18 años, ha dedicado su vida a ofrecer un estilo de vida cargado de lujo y glamour.

Su nombre, Nancy González, no dice mucho para el común de los colombianos. Sin embargo, y esto sorprende, sus creaciones son adquiridas por personalidades de la elite internacional.

Y ella parece disfrutarlo. Esa mezcla de anonimato local y éxito internacional que le permite moverse tranquilamente en su país mientras se codea con lo más selecto de la sociedad neoyorquina. Su éxito, es un hecho, la ha llevado a presentar sus creaciones en las más prestigiosas pasarelas del mundo llegando incluso tan lejos, o quizás más, que la talentosísima barranquillera Silvia Tcherrassi.

### Conquistando el mundo

Su historia comenzó en 1988 cuando, con escasos 34 años, esta mujer de gusto exquisito decidió abrir un almacén para vender sus creaciones en cuero. Ubicado en el Centro Comercial del Norte, que entre las décadas de los años 70 y 80 fue el punto de encuentro de la sociedad caleña, el almacén de Nancy, Encueros, ofrecía cinturones, billeteras, porta retratos y algunas carteras en diseños innovadores, pero sobre todo muy elegantes. En poco tiempo las tiendas sumaron tres.

Sin embargo, Nancy González tenía otro destino esperándola. Cuenta una fuente cercana a la empresaria que un día, mientras se encontraba en un edificio en Nueva York, se encontró con una señora en el ascensor que le alabó su cartera y le preguntó si no estaba interesada en venderlas en almacenes exclusivos. Ella, sin dudarlo, se emocionó con la idea y decidió mantener ese contacto. Poco tiempo después, Nancy estaría en las oficinas de Saks Fifth Avenue mostrando una colección de escasos 16 modelos que, aunque pocos, fueron suficientes para dejar encantados a los asistentes. De eso hace ya nueve años.

Hoy, Encueros de Colombia -como está registrada su empresa-, fabrica, según la

firma consultora Kurt Salmon Associates, cerca de 23.000 bolsos al año que se venden en países tan lejanos como Rusia, Inglaterra, Japón y Australia y en tiendas tan exclusivas como Harrods y Neiman Marcus a precios que van desde 600 dólares hasta los 8.000. "Una vez le vi una cartera en cuero de mink en su fábrica; era sencillamente espectacular", cuenta una caleña.

Tildadas de exóticas y muy 'chic', Nancy González, de 53 años, prefiere describir sus carteras como una mezcla entre la fantasía y lo clásico, según lo aseguró a Kurt Salmon el mes pasado a raíz del despliegue que tuvo su presencia en Bergdorf. Eso, dice, permite que sean usadas tanto por mujeres jóvenes como por las más sofisticadas.

Debido a su éxito, se especula que la empresa estaría interesada en incursionar en el negocio de la joyería hecha en cuero. Sin embargo, su hijo Santiago Barberi quien se encarga de las relaciones públicas de la empresa y de buena parte de la comercialización desde Nueva York ha asegurado en varias oportunidades que quiere permanecer enfocado en el negocio de las carteras, que es lo que saben hacer bien, sin necesidad de expandirse hacia otros productos de cuero como los zapatos.

Infortunadamente para los colombianos, la internacionalización de Nancy González la obligó a cerrar sus tiendas en Cali en 1997 para dedicarse de manera exclusiva al negocio de la exportación. "Es mejor así", dice una conocedora del trabajo de Nancy. "¿Se imagina uno comprando carteras de 2.000 dólares o más? Nos arruinaríamos porque sus carteras son, en una sola palabra: irresistibles".



# La historia de la moda en Cali

**Nubia de Camacho**, una de las primeras y más reconocidas modistas de Cali, abre la primera casa de modas frente al Hotel Aristi. Su especialidad eran los trajes de novia. Junto a ella se destacan otras modistas como las hermanas Osorio y la 'nena' Abreu.



**Humberto Quevedo** regresa de París tras 7 años de trabajar con importantes diseñadores.

Es el primer estilista en maquillar a una modelo en Cali para editoriales de Moda. Pocos meses después abre su peluquería en el barrio Versalles junto a Gonzalo Echeverry convirtiéndola en la meca de la moda de la ciudad. Trabajan de la mano de Oswaldo López y Fernell Franco, los primeros fotógrafos de moda en Colombia.



Se abre **Faride**, empresa insignia de la moda en la ciudad que conquistó mercados nacionales e internacionales. 34 años más tarde se disolvió para convertirse en StudioF y Faride SigloXXI.

Tras 20 años en el mercado, la fábrica productora de vestidos de baño **Punto Sport Catalina** se convierte en la segunda empresa de este tipo en el mundo con licencia para exportar. Aún lidera el mercado de trajes de baño bajo la marca Armonía.



Surgen las primeras modelos de Cali entre quienes se destacan **Piolín, Chachi Ledesma y Ana Cecilia Vásquez**, mejor conocida como la Twiggy.

Surge **Carlos Arturo Zapata**, uno de los diseñadores caleños que alcanzaría mayor renombre internacional. Simultáneamente se abre la tienda de zapatos **Fancaliti**, responsable del 'boom' de los mocasines en Cali.



## 1950 1953 1955 1960 1961 1965 1970 1974 1975 1980

Surgen los **primeros talleres improvisados de costura** en las casas de las modistas quienes se encargan de confeccionar modelos copiados de las revistas europeas para las mujeres de la alta sociedad.



Se realizaron los **primeros desfiles de modas** en clubes como el Colombia, el Campestre y el San Fernando. Estos llamaban la atención de la alta sociedad por sus trabajos a mano en hoja rota, bordados y horganza.



Llega a Cali el **índigo**, materia prima del blue jean, material del cual se fabricaban prendas como faldas, chaquetas y pantalones. La marca líder fue **Baboo**, empresa encargada de producir prendas informales.

Se estrena **Esmoda**, la primera academia de diseño en Cali a cargo de Álvaro Pío, quien se dio a la tarea de contratar a varias operarias de la Singer para que dictaran las clases a las modistas y así pudieran acceder a un título profesional.

**Mercedes Baquero**, ex señorita Bogotá y casada con el caleño Gerardo de Francisco, abre una tienda con su propio nombre en el Edificio Santa Mónica. Allí comienza a vender trajes de noche, con los que se da a conocer en el mundo de la moda pese a que su carrera era empírica.





**Carlos Armando Buitrago** monta su tienda de ropa en un anticuario llamado **Galería Rivera** situado en el Edificio Pedrones cuando tenía 18 años. Con él llega a Cali la alta costura. Mezcla lujo y elegancia con su estilo propio.



Se dan a conocer a nivel nacional fotógrafos de moda como **Diego Robledo** y **Miky Calero**, quienes lideraron durante décadas la fotografía de la moda en Colombia.



**Doralba Zapata** lanza su tienda en el norte de Cali con un desfile. Le sigue **Liliana Sangiovanni** con sus marcas **Alta Moda** y **Pret a porté**, las cuales vende en una boutique en la Avenida del Río.

Es la década de la austeridad y se impone el minimalismo. Llega a la ciudad, proveniente de Brasil, el diseñador **Avilo Suárez** quien renueva los desfiles trayendo modelos internacionales.

El nombre de **María Elena Villamil** adquiere reconocimiento al ser diseñadora revelación en la versión de **Colombiamoda** en este mismo año. Se afianza el 'boom' de los diseñadores caleños en zonas como Versalles y Granada. (ver Informe Especial Las Caras de la Moda, página 13).



Se realiza el primer **Cali Exposhow Belleza, Salud y Moda**, evento que impulsa el tema en la ciudad. Desde entonces, cada año se realizan desfiles con los mejores diseñadores nacionales.

# 1982 1984 1987 1988 1989 1990 1994 2000 2001 2006



**María del Mar Zambrano** entra al diseño con un desfile en la Discoteca Manhattan de trajes en satén y crepés, en su mayoría de faldas y blusas con hombreras. Tres años más adelante abre su tienda (donde ahora es Kukaramakara), como el único almacén en Cali avanzado en el campo de la tecnología textil. Su especialidad: vestidos de noche.



Nace **Divia**, la primera y única revista de moda en Colombia hecha en su totalidad en Cali. Marcó un hito en materia de estilo editorial por sus excelentes fotografías en blanco y negro y su diseño de avanzada.



El 5 de septiembre se inaugurará la **sexta versión del Cali Exposhow** con la participación de 27 diseñadores y 150 modelos del Valle del Cauca. El evento espera generar 10.000 millones de pesos en ventas.

El reciclaje comienza a ser parte de las pasarelas nacionales en cabeza de **Clara Serna**. Ella llega de París con la idea de darle a la basura un uso productivo y es así como crea vestidos a partir de latas de gaseosa, periódico y cartón.

## COMPRADORES COMPULSIVOS

# Lo tengo que tener

Pasarse la vida de tienda en tienda, gastando lo que se tiene y lo que no, puede convertirse en un trastorno patológico tan problemático como el alcoholismo o la drogadicción. Compradores compulsivos, ese fenómeno que Michael Kors y Cavalli siempre adorarán.

### SABÍA QUE...

Los artículos más comprados por quienes padecen este trastorno son ropa, zapatos, joyas y maquillaje.

**E**n su closet, al lado de sus gafas Armani que el año pasado le costaron un millón y medio de pesos, reposan otros 250 pares, todos diferentes, de lentes para el sol. Algunos más modestos que otros, la mayoría de diseños llamativos, tienen precios que van desde los ocho mil pesos hasta los dos millones y todos hacen parte de una colección que, sin proponérselo, ha reunido David González en los últimos cinco años de su vida.

Más arriba, en la siguiente repisa, brilla un reloj marca Rolex avaluado en \$23.000.000. Lo compró hace un par años después de haberlo visto durante un mes en una vitrina de un centro comercial de la ciudad. "Lo tengo que tener", pensó. Y así fue. Como todo lo

## Comprador compulsivo

Existe una diferencia fundamental entre un comprador compulsivo y cualquier otro comprador. El primero "siente un placer desmedido en el momento de hacer sus compras, una sensación semejante a la que produce una droga. En la búsqueda de ese instante agradable, pierde el control de sus actos y llega a repetirlos cantidades de veces", explica el psicólogo José Gutiérrez. Un comprador normal, por su parte, "siente satisfacción de haber adquirido algo que deseaba, pero no lo hace como vía de escape para mejorar su estado de ánimo", aclara.

Tanto hombres como mujeres pueden desarrollar, en algún momento de sus vidas, un desorden de la conducta. Sin embargo, existen personas más propensas a desarrollar este tipo de trastornos. De hecho, según Gutiérrez, existen compradores compulsivos de diversos perfiles e intensidades, pero "la mayoría presentan síndromes similares a los de una persona adicta o alcohólica y tienen un denominador común: baja autoestima, decepciones sociales, sensación de soledad y elevados niveles de ansiedad, entre otros", destaca. Según explica Gutiérrez el tratamiento más adecuado para los pacientes con este tipo de tendencias es enfrentarlos con el pasado.

\*Los nombres fueron cambiados a petición de las fuentes.



que David ve y le gusta lo compra. Esa es su adicción.

Su clóset, que más parece el armario de Donald Trump, refleja el resultado de una ansiedad que este joven de 26 años no puede controlar. "Me entra algo de desespero, voy a algún centro comercial y me distraigo comprando cosas, pero tengo una pequeña obsesión por las gafas y relojes y no la puedo manejar", cuenta este hijo de un empresario de una cadena de almacenes de zapatos.

Él, que hoy trabaja para la empresa familiar, asegura nunca haber perdido el control de sus gastos. Eso sí, nunca falta la 'cantaleta' de parte de su familia que lo reprocha por sus excesivos gastos en artículos de moda y su poco ahorro para el futuro. "Yo compro ropa cada 8 o 15 días porque es algo que me gusta y no puedo dejar de hacer", dice este adicto a la moda que, paradójicamente, tiene tanta ropa, relojes y lentes de sol que pueden pasar meses, hasta años, sin que utilice la prenda. "Algunas las he comprado y todavía no las he estrenado", dice.

Aunque no le gusta comprar a crédito, David confiesa que en más de una ocasión se ha quedado "sin un peso en el bolsillo" por comprar algún reloj que le guste. Sus favoritos son los Tommy Hilfiger y los Tag Heuer. En total son casi cien.

Al otro lado de la ciudad, y aunque no se conocen, María Cecilia López comparte con David la misma obsesión: comprar ropa y accesorios. A sus 36 años, ella es vicepresidenta de una importante empresa financiera en la que gana 8.000 dólares mensuales y, además, es dueña de su propia boutique la cual montó hace un año por hobby. Separada y sin hijos, María Cecilia tiene un lema que refleja con precisión su compulsividad: "comprar me produce placer".

Y eso, placer, es justamente lo que experimenta cada vez que viaja a Miami y entra, por ejemplo, a Bal Harbour, uno de los 'malls' más exclusivos de la ciudad de sol. "Me he gastado sueldos completos comprando ropa y accesorios, tengo las tarjetas de crédito hasta el tope, pero no me importa porque vestir bien y tener cosas exclusivas es algo que me produce placer", insiste María Cecilia.

Y si bien esta fanática de las gafas Roberto Cavalli admite que es 'adicta' a las compras, no está segura de hacerlo de manera compulsiva. "Tengo claro que siempre tengo que estar a la moda; donde llego todo el mundo tiene que ver conmigo y la moda hace parte de mí. ¿Eso es ser compulsivo?", se pregunta.

Tan importante es la moda en su vida que, sin importar que la mayor parte del tiempo vive en Cali, no tuvo inconvenientes en comprar un abrigo de mink de 14 millones de pesos el cual, dice, causa sensación cada vez que lo usa en Bogotá, que pueden ser una o dos veces al año. Otra de sus pertenencias más valiosas es una cartera Channel de 10 millones de pesos que compró en Nueva York en un viaje reciente. "Es que yo soy compradora internacional", explica refiriéndose a sus tiendas favoritas. "Lo único que compro en Colombia es ropa de Silvia Tcherassi, por que el resto de mi closet está compuesto por ropa de última temporada de los principales diseñadores del mundo como Michael Kors, Ferragamo, Kate Spade y Blue Marine. Esos son los que me producen más placer", puntualiza. **C**

## En cifras

**90%**  
**MUJERES**

El 90% de los compradores compulsivos son mujeres y, por lo general, tienden a ser perfeccionistas.

**36 y 40**  
**AÑOS**

La edad promedio de los compradores compulsivos está entre los 36 y los 40 años, pues es en esta etapa de la vida en la que las personas alcanzan su mayor capacidad adquisitiva.

**2% y 8%**  
**DE LA POBLACIÓN**

Se estima que entre el 2 y el 8% de la población estadounidense es compradora compulsiva y su nivel de endeudamiento es, en promedio, de 23.000 dólares.

Estudios realizados por la Universidad de Minnesota y la Universidad Cincinnati



# El 'vía crucis' de una modelo

Dietas, varios litros de agua al día y muchas, pero muchas horas de sudor, son parte del precio que niñas entre los 13 y 16 años deben pagar para intentar convertir su sueño en realidad: ser modelos de pasarela. No todas llegan a la meta. Historia de un 'casting'.

**C**ome un sándwich con jamón y queso y un jugo de naranja antes de irse al colegio.

Almuerza sopa de pasta que acompaña de una papa y mucha ensalada fresca, mientras en la noche sólo mastica galletas dulces frente al televisor y se toma un vaso de jugo natural antes cerrar los ojos y dormir las ocho horas seguidas, sin desvelarse. No va detrás de las hamburguesas, ni de los perros calientes ni tampoco de los alimentos fritos que caen pesados. No come en la calle ni le interesa saber a qué sabe una paella o un filet mignon. ¿Qué te gusta comer? "No sé; ¿ensalada?", dice.

Pero eso no es todo. Hace tres horas de gimnasio al día, juega voleibol dos veces al mes, es fanática del nado sincronizado y es feliz, como todas las niñas de su generación, tomando 8 vasos de agua al día. Tanto la inquieta lo que se lleva a la boca que su mamá no tuvo otra opción que cambiar el menú familiar por uno más saludable en donde hoy escasean el

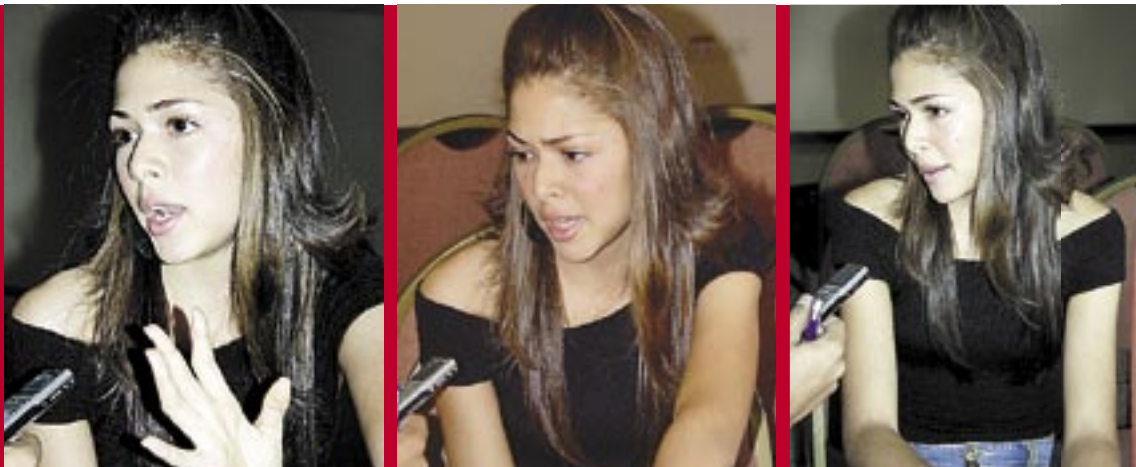
azúcar y el arroz. No se antoja de dulces ni comidas de sal cuando pasa por un restaurante de un centro comercial, ni se complica a la hora de mirar un menú porque si no hay ensaladas no parece un buen lugar.

Entonces, después de ello, cabe la pregunta: ¿sándwich con jamón y queso para una jornada de 8 horas de estudio en Décimo Grado? No parece algo normal cuando se ven materias como Física y Trigonometría que son unas verdaderas apuestas a la resistencia del cuerpo humano.

Sin embargo, toda esa maratónica idea parece ser la ideal. Viviana Dávila, como se llama esta modelo, pesa escasos 50 kilos en 1,78 metros de estatura. Nada mal cuando se tiene medidas de 88 en el busto, 63 en la cintura y 89 en caderas, 14 años y un potencial sin igual para ser modelo y caminar con un Prada o Gucci encima en pleno Milán. Ella lo tiene claro, y parece que su familia también.

Al menos a sus padres no les molesta pagar para que le enseñen glamour, maquillaje, etiqueta, pasarela y fotografía en una academia de modelaje. Allí no sólo debe escuchar sino caminar, mirar al frente, dar pasos largos, mover con delicadeza los brazos, al vaivén, sin darles mucha altura ni mucha detención, sin que el pelo de su cabellera se alborote por el viento al caminar. Debe buscar la perfección que no llegará jamás, porque no existe. Ya lleva un año aprendiendo esto y no para de sonreír, de estar amañada en este mundo porque le parece fácil eso de caminar en una pasarela mostrando un vestido imposible de ponerse.

Cuenta que un amigo de su papá fue el que propuso que asistiera a una agencia de modelaje porque la niña tenía futuro, y le hicieron caso. Se matriculó y allí va, segura de si misma, para envidia de muchos. No tiene tiempo para





**En cifras**

**200 NIÑAS INSCRITAS**

Top Class, la agencia-escuela más antigua de la ciudad, tiene entre 200 y 250 niñas inscritas. De ese número entre un 5 y 10 por ciento son hombres.

**\$120.000**

es lo que gana una modelo en Cali -mujer u hombre- por modelar una pasarela en pequeños certámenes de moda. En Medellín y Bogotá ganan 300 mil pesos.

**300 MODELOS**

Se estima que Cali tiene cerca de 300 modelos, de las cuales sólo 200 trabajan constantemente.

**\$400.000 PORTAFOLIO**

El 'book' o portafolio de imágenes de los modelos tiene un costo de entre 400 mil y un millón y medio de pesos, dependiendo del trabajo. Generalmente es pagado por la modelo, aunque técnicamente debería hacerlo la agencia.

**3 y 5 MILLONES**

Una sesión fotográfica de una 'top' puede representarle entre 3 y 5 millones de pesos.



tener novio. Antes había sido Miss Belleza Juvenil en el Valle y obtuvo el virreinato a nivel nacional que le dejó algo de reconocimiento. Luego modeló en Palmira en eventos comerciales y una que otra presentación necesarias para tener camino y poder hablar. Y ya se dio cuenta que puede ser importante hace unas semanas cuando presentó el 'casting' del Caliexposhow, Belleza, Salud y Moda que llega a su sexta versión y que tendrá lugar la próxima semana. Allí se hizo notar.

Llegó faltando un cuarto para la 2 de la tarde. Hizo filas detrás de decenas de modelos que buscaban un cupo para modelar un traje en un certamen que cada día promete. Esperó, parada, con sus jeans bien puestos, su blusa apretada, con su maquillaje tenue, muy discreto, su pelo suelto y unos zapatos tan altos que se alejaban de su realidad de mujer que aún no cumple los 15 años. Pero no importó, porque ella quería desfilarse y apostó, tal vez rezó, porque su madre, Esneda estaba allí sonriendo, con una risa de nervios a

pesar de que su hija era favorita. Eso le decían, o le hacían creer. Y no se equivocaron.

Pasó las medidas y entró a la pasarela donde el brasilero Tony Márques, el gurú del modelaje en este país de reinas, que estaba sentado como un colegial que no quiere estudiar mientras apretaba un lapicero y en la mesa unos papeles. Al entrar, miró con la cabeza de lado, como conquistando a la que caminaba sin parar, como queriendo decir: "y ésta de dónde salió; no la conozco". Era Viviana, con una apariencia natural, con una mirada de sueños y una sonrisa de Monalisa que no estaba dispuesta a cambiar. Entró con actitud, como le habían dicho en las clases, como había leído en las revistas de moda, en los libros de superación personal que tanto le gustan. También se acordó de la televisión.

Pasaron segundos en una pasarela forrada en tapete que podía medir 15 metros. Caminó despacio, no tanto como para aburrir, pero sí para hacerse sentir. Sus brazos se movieron parejos y sus

largas piernas se metían entre ellas dando una sensación de caída, de belleza. Tony no dijo nada, mientras afuera la tensión continuaba porque entraba otra modelo. "Pensé que me iba a matar con la mirada, pero no fue así", dijo Viviana cuando dejó de caminar. Salió y habló con su madre. Sólo cuatro de un centenar de modelos de su agencia pasaron.

Al otro día madrugó e hizo lo mismo frente a los diseñadores que estarán en el certamen. Lo hizo igual, como una lección, y se fue tranquila otra vez porque creía que la tarea estaba bien hecha. Le creyeron y posiblemente modele trajes de alta costura por su porte y figura. Sólo queda esperar que en el Caliexposhow de verdad salga a modelar porque seguro vendrán la París, la Arboleda, la Hurtado, la Serna, la Cruz, y las miles de modelos que ya tienen otros sueños. Pero no importa, dice: "no me interesa. Yo ya pasé".

ANDRÉS OTÁLORA  
MARÍA ELENA VILLAMIL  
JOHANNA ORTIZ  
NELLY ROJAS  
SÁMARA WELLS  
HÉCTOR QUINTERO  
DCI ARTE  
LORNA RAMÍREZ  
CROQUIS  
FERNANDO CASTILLO  
ZUR  
RENATA LOZANO  
LAS GEMELAS VALENCIA  
SONIA HEILBRON  
JAIRO GUTIERREZ  
NATALIA SOSSA  
OTTO GONZALEZ

# LAS CARAS DE LA MODA

# ANDRÉS OTÁLORA {37}

Supo desde siempre que sería diseñador. En el colegio ya intuía que su vida transcurriría entre texturas y colores. Por eso en 1989 no dudó retirarse de la carrera de Administración de Empresas para estudiar Diseño.

Y le ha ido bien a este descendiente de libaneses. No sólo ha ganado reconocimientos que lo llenan de orgullo sino que se ha ganado la confianza y el cariño de sus clientes quienes aman el estilo de vida contemporáneo y urbano que Andrés les ofrece.

**Un hobby:** viajar

**Una ciudad:** París

**Su punto débil:** la comida

**Un restaurante:** Fashion Café Andrés Otálora

**Un plato:** la comida árabe

**Un lugar en Cali:** Granada

**Su personaje favorito:** Howard Hughes, por su perseverancia

**Su mayor extravagancia:** los zapatos

**Su PUNTO:** la mente

MUY FASHION  
MUY OTÁLORA





## MEV María Elena Villamil {39}

Para crear piensa que no hay nada mejor que una obra de Bach. Y aunque una vez en pasarela sus diseños se devoran al público con una perfección que perturba, ella necesita estar en completa armonía para obtener los mejores resultados. La fórmula le ha funcionado.

Paisa de nacimiento pero de corazón caleño, María Elena Villamil es el ejemplo viviente de una diseñadora que se ha hecho a pulso, logrando todo lo que se propone. Desde su primer desfile en Medellín en Colombiamoda en 1993 no ha parado de experimentar grandes satisfacciones. Es una de las mejores, dicen los expertos.

Últimamente una idea le ronda la cabeza. Quisiera, en algún momento de su vida, dedicarse a la pintura. "Es una pasión que tengo aplazada. Ojalá pueda hacerlo en algún momento", dice.

**Su mayor bien:** mi hermana y mi mamá Son el regalo más grande que me ha dado la vida.

**El mejor plan:** reunirme con los amigos a tomar un buen vino.

**El hombre ideal:** sensible y con un gran sentido del humor.

**Un país:** Italia, allí puedes encontrar el arte en todas sus manifestaciones.

# Una paisa 100% caleña

# Buena energía

## JOHANNA ORTÍZ {32}

Alegre y descomplicada, Johanna Ortiz encarna mejor que nadie la esencia de la mujer caleña. Ama la salsa como ninguna y lleva impresa en su piel la frescura del Valle. Y a pesar de haberse alejado durante varios años para formarse en el mundo de la moda en universidades tan prestigiosas como el Art Institute y Parsons, en Nueva York, ella siempre regresa a sus orígenes. A su Cali del alma.

Lukas y Joaquín, sus dos hijos, son su prioridad. Sin embargo, siempre se las ingenia para estar un paso adelante de la moda haciendo propuestas de vanguardia. Así lo demostró en Bogotá con su más reciente colección Diosas con la que se robó todos los aplausos y la que presentará esta semana en el Cali Exposhow, al cual asiste por cuarto año consecutivo.

**Su diseñador favorito:** Valentino y Carolina Herrera  
**Su gran amigo:** Hernán Zajar  
**Un lugar:** la India  
**Una película:** Relaciones peligrosas

# Zenda (joyas)

## Nelly Rojas {30}

Sueña con diseñar y construir su propia casa. Una grande, atravesada por canales de agua y rodeada de jardines que le brinden tranquilidad. Pero eso vendrá después. Por ahora la arquitectura ha quedado relegada mientras su vocación para diseñar de joyas le permita expresar lo que ella tiene por contar.

Y cuenta historias vanguardistas, mágicas, que se alejan de la realidad. "Busco no parecerme a nadie. Mis joyas son para gente con mucho carácter y personalidad".

**Un diseñador:** Victor&Rolf

**Un hobby:** pintar

**Una comida:** la oriental

**Un agujero:** tener plata en los bolsillos el 31 de diciembre

**Lo primero que le mira a un hombre:** la boca

**Una extravagancia:** que todavía creo en el amor



**“Todavía creo en  
el amor”**



## SÁMARA WELLS {34}

Si se pudiera describir a Sámara Wells en dos palabras, esas serían paz y amor. Son las palabras que reflejan su espíritu lleno de calma y a la vez de libertad. "Soy una romántica irremediable", admite. Quizás por ello adora los ambientes campestres, como aquellos parajes suizos que tiene grabados en su memoria y a los que siempre anhela regresar. "Los viajes son mi inspiración", anota.

Su próxima colección Nueva Onda, inspirada en los años cincuenta, será un derroche de romanticismo en la que veremos mucho encaje, tonos pastel y escotes en V. Una sorpresa: los sombreros, el mismo accesorio con el que se inició en el mundo del diseño.

**¿Qué es Moison?** Una línea de ropa inspirada en mi hijo Moisés.

**¿Y qué significa Moisés para usted?** Es mi vida.

**¿Y Lucas y Martín?**

Mis perros, mi otra adoración.

**¿Qué música prefiere?** La brasilera

**Una ciudad:** Barcelona

**Su diseñador favorito:** Betsey Johnson

**Un sueño por cumplir:** tener una niña.

**Una satisfacción:** haber ganado la mejor pasarela en el Fashion Week Latino 2001.

**Su mayor logro:** ser feliz

# Peace and love

# HÉCTOR QUINTERO {38}

Su colección Grand Prix no sólo le significó ganarse el concurso al mejor diseñador Estilo RCN sino que le sirvió para darse a conocer en las grandes ligas de la moda después de 13 años de trabajo arduo y silencioso. Está feliz. Ahora sus diseños verán la luz de las pasarelas nacionales y siente que este es su momento. "Lo esperé durante muchos años", dice quien trabaja sin más pretensiones que la de alcanzar la belleza y la perfección a través de sus diseños.

Con su nuevo trabajo, inspirado en la sofisticación de las carreras de Fórmula Uno, abrirá el desfile inaugural del Cali Exposhow 2006, codeándose con los grandes. Sí futuro.

**Un personaje:** Álvaro Uribe  
**Un trago:** el tequila  
**Un amuleto:** ojos de Turquía  
**Un accesorio infaltable:** el maletín

## En los 'pits' del diseño

## DCI Arte

**Andrés Felipe Quintero {28}**  
**Carolina Llanos {27}**

Dos Colombianos Indigentes, Deposición Circular Indignante o Delincuente Confeso Inclasificable. Todo eso podría significar D.C.I. Arte. Sin embargo, basta ver a los creadores de este genial invento para darse cuenta que en realidad DCI Arte es mucho más: es moda, futuro, creatividad y locura.

Él es arquitecto. Ella, maestra en artes. Una pareja de esposos que un buen día decidió vender bolsos doble faz a manera de rebusque. Y resulta que hoy, cuatro años después, ese pichón de 'emprendimiento' se ha convertido en una microempresa que vende ropa y accesorios en Cali, Popayán, Bogotá y Manizales. "¿Al fin qué es eso de DCI Arte?". Se niegan a responder. ¿Dos Cómplices de la Ireverencia? Podría ser.

# Cómplices del arte

# Invasión Lorna

## LORNA RAMIREZ {26}

Puede uno caminar por el Paseo Bolívar y encontrarse con ella. Pasearse por un centro comercial, y ahí está ella. Si se mira al cielo, aparece de nuevo, esta vez en una valla. Y no es que posea el don de la ubicuidad. Es que se trata de Lorna Ramírez, la imagen del Cali Exposhow 2006, trabajo que la ha convertido en parte del paisaje de la ciudad. Como una dulce invasión.

Lorna, sin embargo, parece no percatarse. Eso del modelaje llegó a su vida hace seis años sin mucho esfuerzo. Y las cámaras se enamoraron de ella de inmediato. Piel blanca, ojos aceituna, y un cuerpo perfecto. Sencillamente alucinante.

**Un sueño:** vivir en México

**Un director de cine:** Pedro Almodóvar

**El hombre ideal:** que huela rico

**Haría un desnudo:** sí

**Su PUNTO:** el ombligo

**Una posición:** de pie

# Mundo tecnicolor



## **CROQUIS** **Margarita Yépez {32}** **Isadora García {31}**

Cuando les pidieron crear un diseño para un entierro, la idea les pareció simplemente absurda. Pero como todo reto que se les cruza por el camino, estas dos caleñas aceptaron. El resultado fue un sastre blanco, negro y marrón que al final se convirtió en un homenaje para el fallecido. Desde entonces no le han vuelto a ser infiel al color.

Sus creaciones llevan el azul del mar, el rojo de los atardeceres, el amarillo de las margaritas. Es que su inspiración, la de las dos, es recorrer el mundo para absorber paisajes y convertirlos en prendas de vestir o piezas de decoración.

**Un viaje inolvidable:** "Guatemala, por sus contrastes de color".



# “Soy un chico Diesel”

## FERNANDO CASTILLO {47}

“El talento sin inteligencia nunca funcionará”. Ese es el lema que rige los días de este estilista caleño quien, a pesar de sus aptitudes artísticas, reflexiona pausadamente antes de tomar cualquier decisión. Síntoma propio de la madurez, dirán algunos. Pero no. Basta verlo en su Peugeot 206, enfundado en unos jeans rotos, una camiseta ajustada y un par de tenis de última moda para sentir la juventud que exhala por sus poros. “Soy un chico Diesel”, anota mientras suelta una sonrisa.

**El secreto de la eterna juventud:**

llevar una vida sana

**Cuántas horas de gimnasio al día:**

de cardio, una hora

**Un plato:** las ensaladas y la comida thai

**Una extravagancia:** la música electrónica

# Destino ZUR



## ZUR

**Juliana Azcárate {27}**  
**Catalina Freije {27}**

¿Se imagina que su marido le cogiera un día su bolso prestado para llevarlo a la oficina? Sería un completo desastre. Sin embargo, eso es lo que pretenden este par de amigas "de toda la vida" quienes, bajo el nombre de ZUR, no sólo han marcado un estilo refrescante en materia de accesorios en cuero sino que ahora quieren imponer la moda de carteras unisex. "Ellos se las van a pelear", aseguran.

Polítologa, una, y empresaria, la otra, ya tienen en la mira los mercados internacionales con un solo objetivo: invadir las boutiques con productos "made in zur".

# Un mundo feliz

## RENATA LOZANO {30}

Si la felicidad tuviera rostro ese sería el de Renata Lozano. Toda ella inspira alegría. Y sus diseños también. Son una mezcla perfecta de cortes, texturas y colores, pensados para una mujer sensible pero muy urbana. Estética al fin y al cabo. Como todo lo que rodea su vida.

Su talento lo heredó de su abuelo Juan Pablo Lozano, creador de la marca de vestidos de baño Catalina, quien le permitió crecer en sus talleres rodeada de hilos, tijeras y textiles.

**La clave del éxito:** el equilibrio

**Si tuviera que escoger otra profesión:**

sería bióloga marina

**Lo mejor de Cali:** Las cinco de la tarde, es una delicia

**Un antojo:** una lulada.

**Un país:** Tailandia.

**Un regalo para los caleños:** tolerancia.

# Doble sensación

## LAS GEMELAS VALENCIA {16}

Hace dos meses las gemelas Valencia fueron la sensación en Vitrina Moda en Cali. Ahora, conservando su look de pelos rebeldes y figuras esbeltas, esperan volverse a convertir en las modelos revelación del evento más importante de la moda en la ciudad: el Cali Exposhow.

Aunque son muy jóvenes, cada una con 16 años de edad, ya piensan en el futuro. El modelaje, lo tienen muy claro, es su pasatiempo y no su profesión definitiva. Ambas desean obtener títulos universitarios, Cavilla el de sociología y Tania el de medicina, pues su mayor ilusión, la de ambas, es ayudar a la gente que más lo necesita. Pero eso será a mediano plazo. Por ahora intentarán explotar su talento en las pasarelas. Talento que les sobra.

Al contrario de muchas modelos colombianas prefieren la naturalidad en sus cuerpos y es por ello que la silicona no está en sus planes. "Basta una alimentación sana y un poco de ejercicio", afirman.

### ¿Qué expectativas tienen?

Llegar a las pasarelas de Nueva York.

### ¿Qué opinan sus padres de su éxito?

Están muy felices. Pero nuestro papá es el más contento porque fue él quien nos metió en cursos de modelaje desde los 6 años y ahora puede ver los frutos del esfuerzo de todos.

### ¿Silicona o naturales?

A todos los diseñadores les fascina lo natural. Lo plástico ya pasó de moda.



## SONIA HEILBRON {36}

Dueña de una belleza arrolladora, Sonia es de esas mujeres que, casi sin proponérselo, logra el éxito en todo lo que emprende. Primero fue en la publicidad y el mercadeo. Luego vendría el diseño de joyas.

Sus accesorios son, como ella, una combinación entre lo moderno y lo clásico: piezas muy finas pero con mucho color. Y vida.

**Un logro:** haber sido patrocinada por Swarovski

**Una flor:** el girasol

**Una debilidad:** mi hijo

**Su diseñador favorito:** Valentino

**Una canción:** Corazón Partío, de Alejandro Sanz

**Un libro:** El Código Da Vinci

**Un antojo:** el sushi

**Lo mejor de Cali:** la gente

# Clásica y moderna



# Entre la lente y la pluma

## JAIRO GUTIÉRREZ {28}

Pocos saben que detrás de una de las mejores lentes de la ciudad se esconde un escritor. Quizás porque resulta difícil creer que un hombre que permanece rodeado de las mujeres más bellas del país, a quienes capta con su cámara para luego inmortalizarlas en innumerables portadas de revistas, le quede tiempo para pensar en la literatura. Pero así es. Sueña con escribir una novela sobre un hombre que se ha equivocado mucho en la vida pero que tiene la posibilidad de regresar al pasado para remediar sus errores.

**Un autor:** Milan Kundera

**Un libro:** El elogio de la dificultad,  
de Estanislao Zuleta

**Un lugar en el mundo:** Isla Gorgona



# Diseño al natural

## NATALIA SOSSA {31}

Resulta difícil creer que esta hermosa mujer que reparte sus horas entre sus hijos, el diseño de modas, el yoga y la meditación fue, en épocas no muy lejanas, cantante de una banda de rock.

Hoy, más pausada, prefiere un bambuco o un bolero y dedicar un par de horas diarias a la sanación pránica que, dice, deja fluir las energías. "Soy pacífica por naturaleza", agrega.

Graduada de Ingeniera Industrial, con una especialización en diseño del Instituto Italiano de Marangoni, su nueva colección sorprende por la belleza de las sedas tejidas por mujeres indígenas del Cauca.

**Su lema:** "Lo que uno da es lo que recibe"



## OTTO GONZÁLEZ {40}

"Lo que más disfruto en la vida es crear bajo los parámetros de un estilo vanguardista, haciendo que la prenda se convierta en una piel más para quien la usa".

Esa es la filosofía de Otto González, otro diseñador caleño que ha tocado la cima del éxito llegando a pasarelas estadounidenses con sus trajes exóticos, luego de haber conquistado el mercado nacional.

Es que ya son 16 años de trabajo ininterrumpido luego de que se graduó de la Academia de Dibujo Profesional, donde cientos de jóvenes entran buscando cumplir ese gran sueño de ser diseñadores, pero que pocos alcanzan.

Con Cavalli como su modelo a seguir, Otto sueña con vestir algún día a Nicole Kidman, según él, una de las mujeres más elegantes de Hollywood.

**Una palabra que lo define:** color

**Un agujero:** no pasar debajo de las escaleras

**Su amuleto:** un dólar en la billetera

**Su punto débil:** un corazón muy grande

**Un trago:** el vodka

# La piel de tu piel



# ¿Qué está de moda?

Sin la moda la vida no sería igual. Este regulador de criterios de gusto, como podría definirse esta palabra de cuatro letras, tiene la ventaja de ser pasajera y de renovarse con el tiempo. Sin embargo, para entenderla y llevarla se requiere un poco más que buen gusto. **PUNTO** lo reta a saber si usted está a la moda.

## 01 En música:

- El músico Matishayu, un judío ortodoxo que hace reggae kosher, una mezcla de rap, hip hop y raggamuffin
- La banda francesa Saint Germain que hace música electrónica suave tipo chill out.
- El grupo inglés Marron 5 con sus canciones This Love, She will be loved y Sunday morning.
- Carlos Vives y sus Clásicos de la Provincia cuya canción principal es La gota fría.

## 02 En relojes:

- El Royal Oak Offshore, de Audemars Piguet, marca que tiene 131 años de tradición.
- El Swatch de pulso de plástico y extraplano de color naranja, amarillo y rojo.
- Cualquiera reloj japonés Casio con más de 7 funciones, entre ellas brújula y cronómetro.
- El Rolex Submariner en su versión verde, como el fondo del mar.

## 03 En zapatos:

- Los Converse All Star hechos en tela y de todos los colores.
- Los Puma de suela delgada que no tienen punta, ni el puma dibujado.
- Las botas texanas de cualquier marca. Hay dos versiones: las de punta y sin forma en la parte de adelante.
- Los Adidas Country o Smith, con el logo de color verde limón.

## 04 En libros:

- Soy la versión XP, de Ana Flor Raucci, una heterosexual felizmente casada cuenta sus relaciones personales.
- El código da Vinci, de Dan Brown. Una novela anticatólica que transmite que Jesús no es Dios.
- ¿Quién se ha llevado mi queso?, del

médico Spencer Jonhson. Texto de autoayuda para depresivos.

- Cien años de soledad, de Gabriel García Márquez. Relata la historia de una familia en un pueblo llamado Macondo.

## 05 En la comida:

- Los menús de autor, cuyos chefs experimentan nuevos sabores, olores y texturas como un plato de atún y guayaba.
- El sushi que es un plato de origen japonés a base de arroz sazonado y recubierto de pescado.
- La pizza por metro que no era redonda sino cuadrada.
- El sancocho de gallina de Ginebra porque se hace en leña y la gallina no es pollo.

## 06 En el juego:

- El Sudoku, pasatiempo japonés cuyo objetivo es rellenar una cuadrícula con números.
- Solitario, juego que se hace con cartas y especialmente en horas de trabajo frente al PC.
- El Twister, un tablero de círculos coloreados donde los jugadores asumen posturas precarias luego de girar un disco.
- Monopolio, juego donde se compite para construir riquezas y adquirir propiedades.

## 07 En carros:

- El Twingo no sólo por ser el carro más vendido en el país sino sus líneas deportivas y bellamente raras.
- El Corsa Active. Es el vehículo peso –potencia –precio mejor referenciado de la actualidad.
- El Mazda Coupé con tercera reparación de motor, luces de neón por

debajo y rines de lujo.

- El Renault 4 con caja en el tablero y ventanillas de correr.

## 08 En cine:

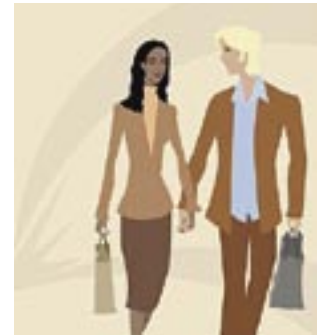
- Sofiar no cuesta nada, del director Rodrigo Triana.
- Supermán Returns, del director Bryan Singer.
- Titanic, protagonizada por Leonardo Di Caprio.
- El Padrino versión I y II, del director Francis Ford Coppola.

## 09 En tragos:

- El vodka, porque no es tan caro como el whisky ni tan barato como el aguardiente.
- El whisky no sólo porque es el trago más fuerte, sino porque emborracha poco.
- El brandy con lechera para un día frío, acompañado por la novia en una finca prestada.
- El aguardiente porque es barato, emborracha y da mucho guayabo.

## 10 En celulares:

- El Sony Ericsson W810i que tiene cámara de video y fotográfica, radio, walkman, internet y bafles para escuchar música.
- El Motorola V3 que tiene los colores plata, negro y rosa. La pareja Dolce & Gabbana diseñó una edición especial del celular color dorado. Trae conexión inalámbrica para internet.
- El Nokia 1100 porque es gris con negro y tiene linterna
- El Nokia 2160. Tiene dos tipos de pilas (una grande y otra pequeña que duran horas y no días). Se le puede cambiar la carcaza y su antena sale del teléfono.



## Resultados

Si la mayoría de sus respuestas fueron:

- Usted es una persona que sabe de tendencias y está a la moda. Tiene una pinta para cada ocasión, sabe qué comer cuando va a un restaurante y a la hora de comprar un celular se revisa y está enterado de la actualidad.
- Es una persona que sabe algo de la moda actual, pero no está en ella. Conoce las tendencias tecnológicas o textiles pero no las tiene. Cuando puede (no es porque quiere) se acerca a la gente de moda, pero siente rechazo. Lo más probable es que deje de la moda.
- Usted definitivamente perdió la línea de la moda. Incluso, realmente ya no sabe como definir y eso se nota en su casa, en su habitación y hasta en sus amigos. Ha llegado tan bajo que no tener celular con cámara es estar a la moda.
- Moda? Nunca ha escuchado esa palabra y tampoco sabe pronunciarla. Le da igual ir en una chalupe que en un BML o igual ir en una chalupa que en un BMW convertible. Le parece el aguardiente el mejor trago del mundo y lo sirve en las rocas. Su pasado son los años cincuenta.

# Cuando la tela estorba

Convencidos de que la ropa inhibe la libertad, dos comerciantes independientes de Cali se inventaron un bus nudista para naturistas que viaja al kilómetro 18. ¿Usted, se desnudaría? Historia sobre ruedas.



## El clasificado

El aviso del diario del domingo dice más o menos así: "Bus nudista de tour por Cali. Viaje \$20.000 pesos. Informes...". El mensaje está escrito en negrilla, enmarcado y aparece en la sección de adultos. Sale durante dos fines de semana. La frase más importante: "azafata desnuda".

## Mayores informes

Ana contesta el teléfono. Advierte que en el bus nudista no habrá trago. Agrega que la cita es el jueves a las 3:00 p.m. y que la boleta no cuesta 20.000 sino 30.000 pesos. El recorrido será por la zona rural. La frase que desanima: "no habrá sexo".

## Segunda llamada

Ana contesta de nuevo. Las boletas se consiguen en la calle 10 con carrera 7, cerca del barrio Santa Rosa. Se debe preguntar por Sigifredo quien recibe el dinero. Aclara que

el bus es polarizado, que estará parqueado frente a las piscinas olímpicas y que a las 3 en punto sale rumbo al kilómetro 18. La frase que motiva: "se agotan los cupos".

## La compra de boletas

El punto de venta es un taller y Sigifredo es un mecánico. La incógnita: "¿qué clase de tour es este?"

## Llega el día

El bus resulta ser una buseta y el polarizado no es de lo mejor. Por fortuna tiene cortinas pero el calor empieza a molestar. La decepción: La azafata, no es tan bonita.

## Rompiendo el hielo

Marcela, la anfitriona, explica que el bus nudista es una idea original que surge en Cali. Ni Bogotá ni Medellín tienen semejante espectáculo. Segundos después la azafata sale desnuda, con su piel acaramelada y

sus senos pequeños. No es el tipo de muchos, pero está desnuda.

## Primer paso, quítese la ropa

Marcela, la anfitriona, pide que alguien se desnude. El bus está en marcha y va por la calle 5. El hombre del tatuaje se quita la ropa y pasan muchos minutos para que alguien lo siga. Sólo el hombre de la sonrisa sostenida se atreve. Luego lo hacen el par de hombres que parecen homosexuales. La señora ni se atreve.

## Con frío y sin ropa

Ya desnudos la buseta para en el kilómetro 18. Primero modelan las mujeres, luego los hombres. Se acaba la pena. Las cortinas están abiertas porque está nublado. La anfitriona termina desnuda a petición de los hombres. La azafata sólo dice: "yo duermo desnuda todos los días y en mi casa me regañan por eso". Lo peor

del paseo: el refrigerio, obleas con arequipe y leche de chiva.

## Filosofía natural

Marcela cuenta que la idea es de dos comerciantes independientes que creen en el naturismo. "La ropa no es necesaria", dice. "No pretendemos que la ropa se acabe, pero que cuando nos quitemos alguna prenda haya libertad. La desnudez es libertad".

## Un regreso vestido

Han pasado dos horas y es el momento de regresar. Los pasajeros se visten rápido. Surge una idea: "que el próximo bus nudista terminé en una finca con piscina no importa el clima que haya". Todos están de acuerdo. La buseta llega a Cali y todos se despiden. Nadie toma teléfonos de nadie. "Hay gente muy desocupada en este país", susurra el conductor. "Uno trabajando y otros desnudándose a las 3:00 de la tarde...". **C**

# Desfiles

## ESOS 15 MINUTOS DE GLORIA

¿Sabía usted que cuando compra un vestido de baño, éste ya pudo haber sido usado por una modelo en un desfile? Aquí le contamos ese y otros secretos que se esconden detrás de la pasarela.



**H**acer un desfile con pasarela más o menos respetable, sin modelos conocidas ni grandes diseñadores tiene el mismo valor de un Renault 4 modelo 83 bien cuidado. Es tan caro para lo que dura que los centros comerciales alquilan los espacios por un millón de pesos sin derecho ni siquiera a que un vigilante cuide los equipos. Y así y todo, los diseñadores pagan ese precio como quien merca en un supermercado sin derecho a reclamar.

Montar una pasarela básica tiene un costo de casi un millón de pesos. Eso se divide en 120 mil pesos de la tarima, 180 mil de la pasarela, 330 mil

pesos de alquiler de luces, 350 mil de equipos de sonidos, 100 mil por el 'backing' (la pared donde salen los modelos o acceso al camerino) y 40 mil pesos del camión que transporta los equipos. A pesar de las 3 ó 4 horas que dura el montaje, aún no hay show, pero sí mucho dinero.

Tras tener eso definido, de inmediato entran los protagonistas. El maquillador, quien ya se ha embolsillado 350 mil pesos, aparece para realizar su trabajo que puede durar horas, mientras el Dj mezcla su música electrónica por otros por 150 mil pesos. El productor, porque todos estos eventos tienen una cabeza que no son ni los representantes de las

marcas ni los diseñadores, sigue aún agitado a pesar de que el pago será al final de 500 mil pesos. Eso, sí es alguien de Cali porque uno extranjero puede cobrar unos 2.000 dólares, con pasajes incluidos.

A esta hora las modelos han llegado de todos los rincones de la ciudad. Aparecen bien vestidas, sonrientes y saludan porque saben de relaciones públicas. Los 150 mil pesos que recibirán por desfile parecen tentadores, luego de que son las bellas del momento por sus figuras estilizadas y su ropa de marca muy a la moda que vale lo que cuesta una pasarela. De su maquillaje ni hablemos, porque llegan

embadurnadas como si fueran de fiesta y llegan a quitárselo porque el maquillador anda enojado y no las quiere ni ver. Allí, inexplicablemente, están vestidas, pero permanecerán más tiempo desnudas por la cantidad de cambios de ropa que tendrán que hacer en los próximos quince minutos del desfile.

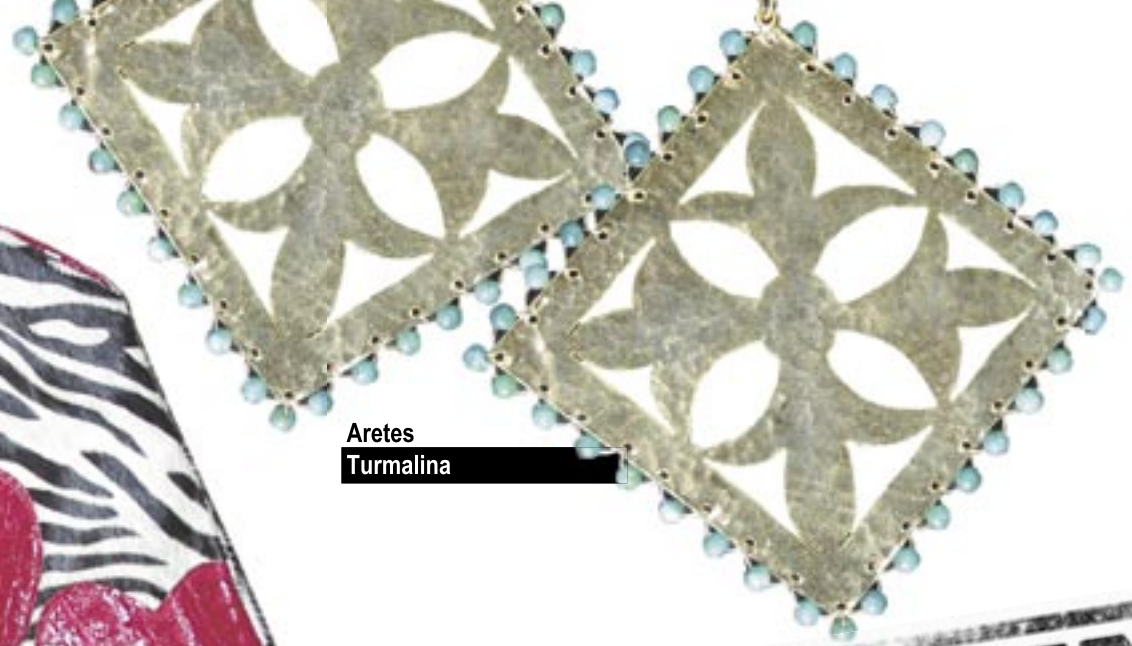
Por fortuna, ya tienen cancha. Han aprendido a desvestirse en cinco segundos, vestirse en 10 y desfilan en 15 si se quiere mostrar las colecciones que han sido inspiradas durante semanas o meses por los diseñadores. Lo curioso es que un vestido de show, por ejemplo, ropa extravagante, de muchos colores y de extrañas texturas, jamás saldrá a la luz pública y quedará en los recuerdos del diseñador. Pero si la ropa es de tendencia, digamos, de colores, transparencias, una blusa casual, que es la palabra de siempre, saldrá a la venta apenas la modelo se lo quite. Aunque hay que esperar porque será llevado a una lavandería para luego ser vendido al mejor cliente. Y el comprador lo hará sin pedir rebaja, sin saber que ya no es nuevo; sólo desfilado.

Igual ocurre con otras prendas. En vestidos de baño o ropa interior las modelos llevan en ocasiones su propia ropa íntima y lo que hacen es ponerse la prenda encima de la suya para exhibirla. Otras veces, los diseñadores más cuidadosos forran los panties con protectores plásticos adhesivos, además de que los envían a la lavandería tras pasar el desfile. En cuanto a los zapatos cuando se muestran en pasarela van forrados en esparadrapo o son envueltos en cinta de enmascarar en su suela para que no sufran heridas considerables. Por eso, es probable que algo que en el almacén es tan caro y que se ve tan bonito, ya haya sido usado y nadie lo perciba.

Al final del desfile, 15 ó 20 minutos después, el diseñador sale de la mano con la modelo más importante del certamen, vienen los aplausos, los flashes de las cámaras y luego todo queda en penumbras. Y pensar que todo costó lo que vale un Renault 4, un Renault 4 bien tenido. **C**



**Cartera Zebra, \$595.000**  
**Pequeñas Indulgencias**



**Aretes**  
**Turmalina**



Una variedad infinita de texturas, formas y colores es lo que se puede encontrar en los accesorios de diseñadores de la ciudad. Muestra de lo mejor.

HRoy Chávez

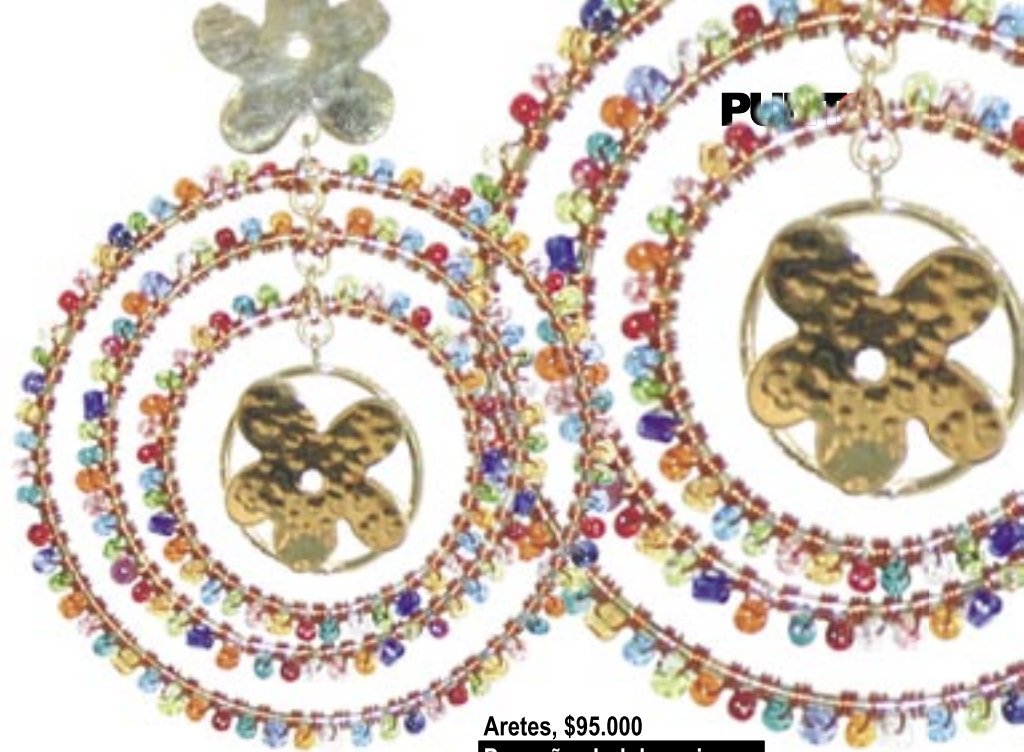


**Correa, \$81.200**  
**Tatiana Gorayeb**

**Cartera, \$324.800**  
**Tatiana Gorayeb**



Alpargatas bordadas \$65.000  
Hippie Chic



Aretes, \$95.000  
Pequeñas Indulgencias



Correa, \$89.000  
Trixal



Correa, \$105.000  
Trixal



Sandalias, \$250.000  
OQ Shoes

## Dónde

### Tatiana Gorayeb

Calle 15 No.8N-71 Tel.: 310 4936307

### Pequeñas Indulgencias

Carrera 2 Oeste No. 1-68 Tel.: 893 2160

### OQ Shoes

Calle 93B No.13-14 Teléfono: 661 5127

### Trixal

Calle 23N No.6-40 Teléfono: 668 3959

### Hippie Chic

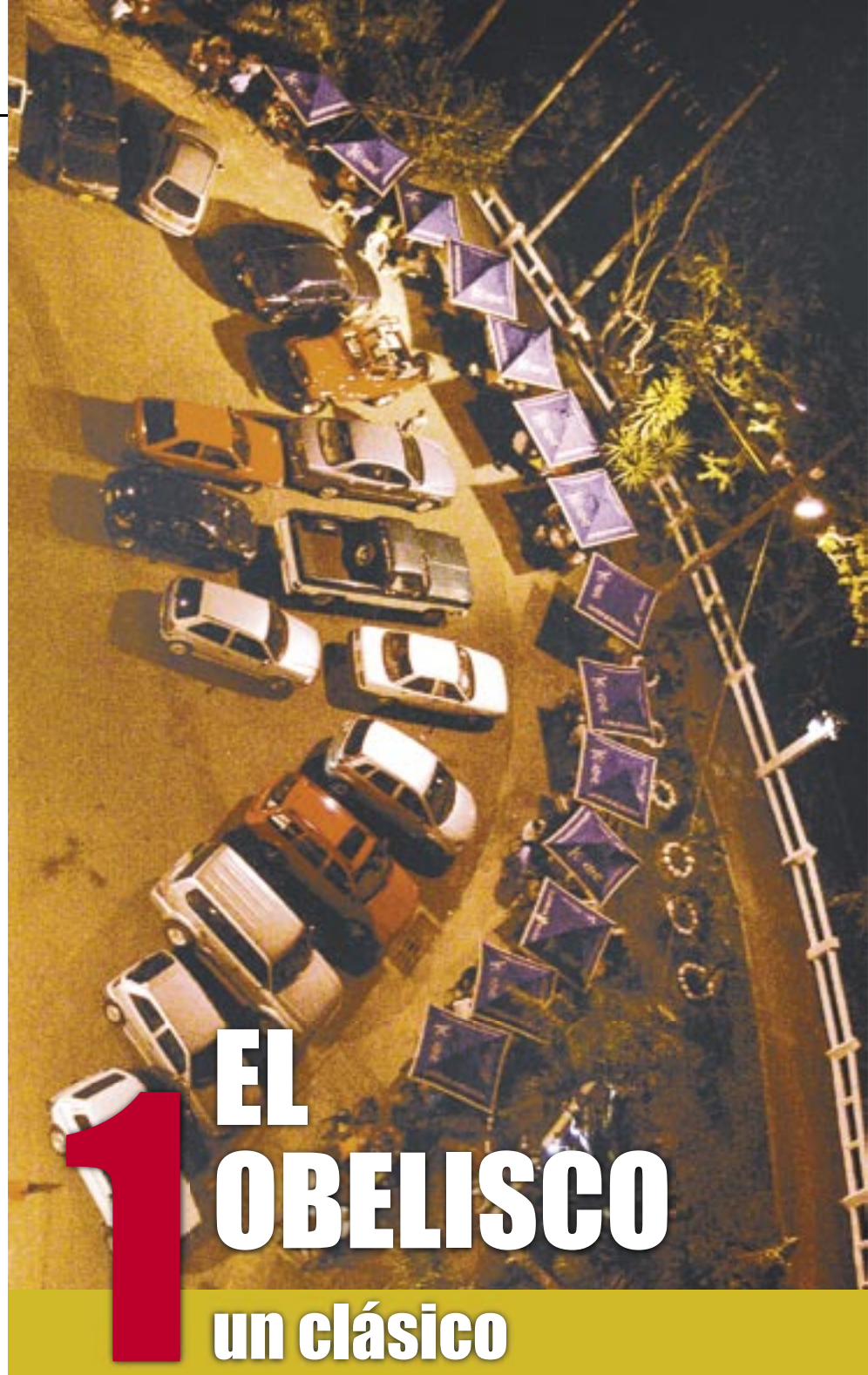
Centro Empresarial Siglo XXI  
Teléfono: 661 3045

### Turmalina

Carrera 2 Oeste No.1-55 Tel.: 893 3647

La diversidad de lugares de entretenimiento en Cali sorprende. Al lado de los tradicionales 'rumbeaderos' de salsa surgen bares, discotecas, cafés e innumerables restaurantes que hacen de las tardes y las noches caleñas una verdadera explosión de alegría y diversión. Jazz, chill out, electrónica y reggaetón, alternativas del menú.

# LOS 7 SITIOS MÁS 'IN'



**Por qué:** es un sitio tradicional que está ligado al disfrute gastronómico de los vallecaucanos debido a unas empanaditas de sabor inolvidable.

**Lo mejor:** que ofrece un momento de esparcimiento sencillo, como es ir a comer algo ligero, donde es posible reencontrarse con una ciudad que seduce sin muchos aspavientos.

**El plus:** la brisa caleña que se siente después de las 5:00 de la tarde en el lugar.

**No olvide:** además de repetir la ronda de empanadas, es interesante seguirle el recorrido a los meseros quienes, haciendo malabares, esquivan los carros de la avenida colombiana para pasar de la cocina a la mesa.

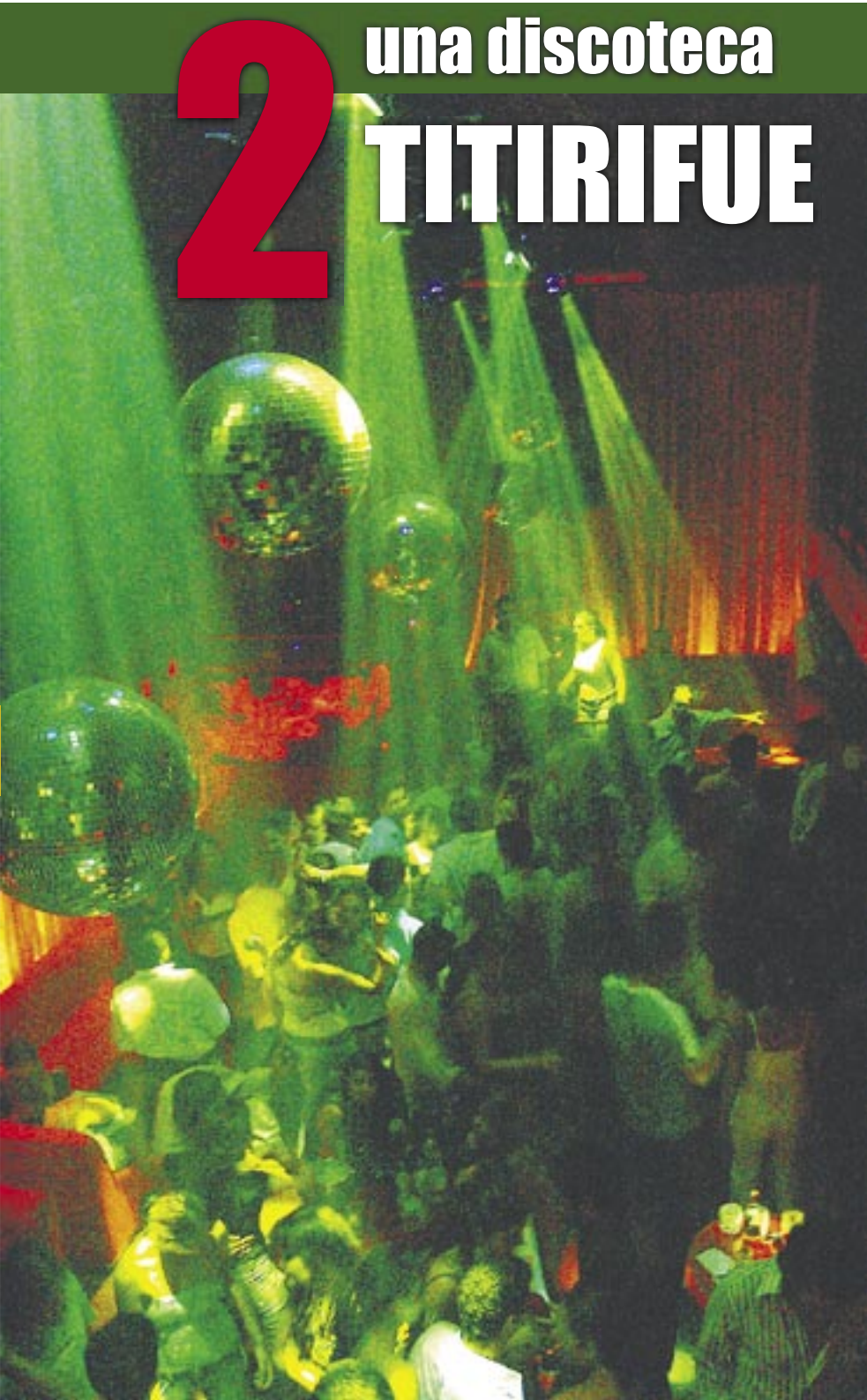
**Por qué:** Por su rumba 'cross over' en todo el sentido de la palabra. Tiene música para todos los gustos, pero en especial salsa, techno y electrónica.

**Lo mejor:** su diseño y colorido. Un ambiente ecléctico y amplio de opciones musicales para bailar. Quienes brillan en Cali lo tienen como destino de diversión.

**El plus:** Que el rojo es el color que domina y decora una rumba que no para hasta el día siguiente.

**No olvide:** Reservar una mesa VIP en el segundo piso, propicia para un encuentro privado o una conquista, alejada del bullicio de la rumba de la primera planta.

## 2 una discoteca TITIRIFUE



## 3 MAZAO un café

**Por qué:** Es un restaurante bar que ofrece más de lo normal: una carta de comidas fuera de lo común, y música electrónica de aire nostálgico pero sin perder lo contemporáneo.

**Lo mejor:** su 'comida al sol', con platos a base de carnes y frutas.

**El plus:** la música con mezclas de house, techno, electro y latin house al mejor estilo de bares y restaurantes de Ibiza. Además de los ambientes casi independientes, pero unidos por una decoración muy urbana y sofisticada.

**No olvide:** probar el coctel humeante de la casa, a base de vodka, o relajarse con las pantallas led que le dan colorido a la propuesta del lugar.

**Por qué:** ofrece el ambiente propicio para un encuentro suave de charla y música densa, al mejor estilo de los 'lounge' de Europa y Estados Unidos.

**Lo mejor:** la música 'chill out', que con sus 'beats' electrónicos suaves y relajados incita a la charla y el desestrese, ofreciendo otra opción para el encuentro.

**El plus:** El decorado estilo minimalista, que sirve como escenografía perfecta para olvidarse de la rutina laboral.

**No olvide:** disfrutar de los dos ambientes que ofrece el sitio: Una barra desde la que se tiene acceso a una panorámica de la ciudad y una sala especial de 'espera' conformada por grandes y cómodos sofás.

## 4 un lounge MAUI



## 5 DELIRIO un espectáculo

**Por qué:** Es la primera vez que se mezcla un ritmo tan caleño como la salsa con un show circense, en una producción impecable que apuesta por la música y la rumba en toda su extensión.

**Lo mejor:** la música que aflora de Delirio, porque a través de la salsa los asistentes vibran con la melodía que todos conocen y que llevan dentro.

**El plus:** 'el menú de la salsa', que ofrece Sopita en Botella, que es un caldo de pollo en vino blanco; el Monteadentro, que son tamalitos vallunos o el Caliají: empanadas crocantes para picar entre canción y canción.

**No olvide:** Traer sus mejores zapatos para azotar baldosa y reservar la boleta para acceder al mejor encuentro con la salsa de la ciudad.



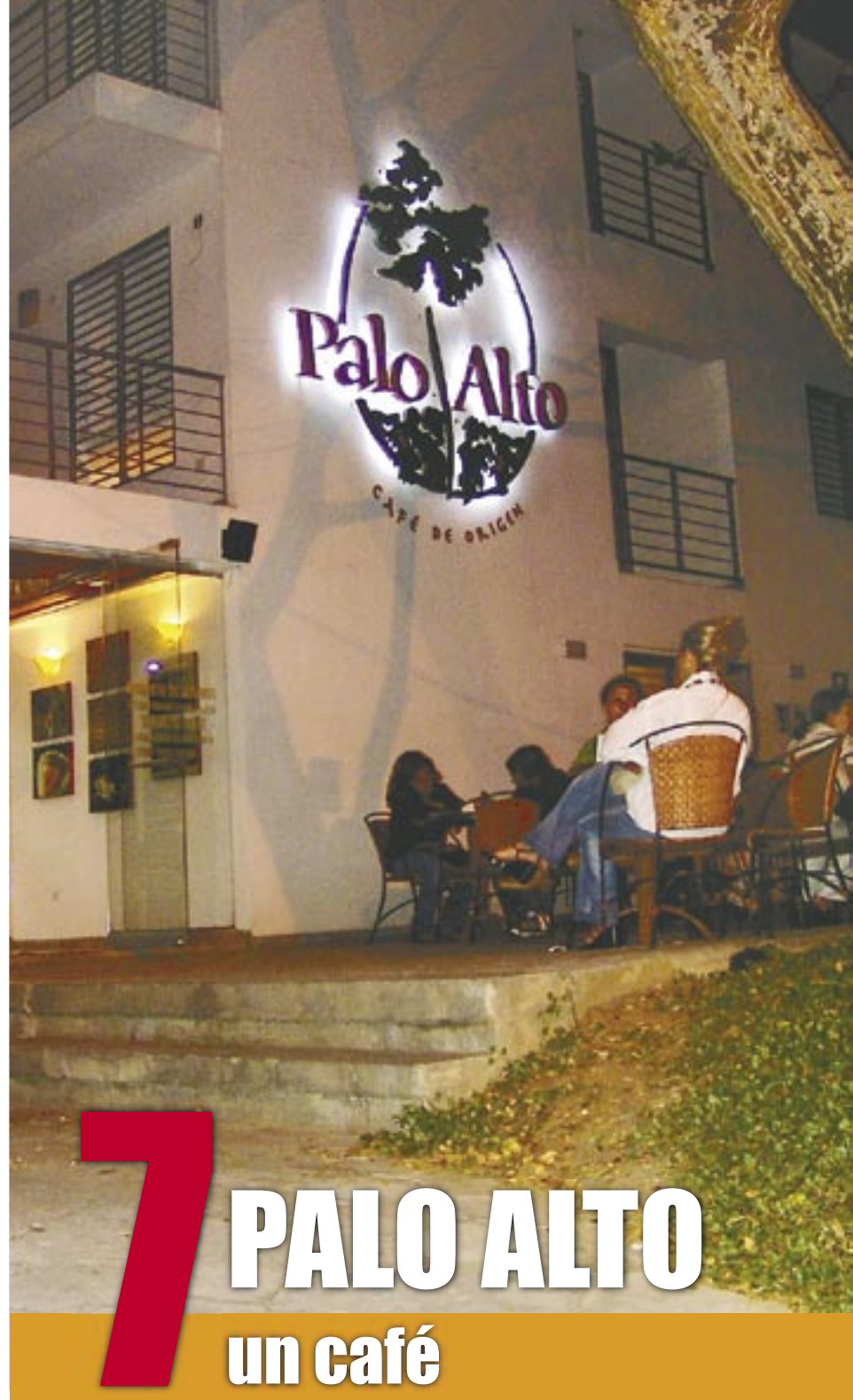
**Por qué:** Además de ser un ícono de la ciudad se ha convertido en un lugar colonizado por la gente joven, que lo tiene como referencia para la rumba o la conversación casual.

**Lo mejor:** que no hay que pagar cover mientras se disfruta de una cerveza y la compañía de los amigos.

**El plus:** Se puede hacer una radiografía de la gente, gustos y contrastes que ofrece la noche caleña.

**No olvide:** Aunque suene repetitivo, tomarse una foto al lado de la obra de inmortalizó Tejada.

# 6 un parche EL GATO DE TEJADA



# 7 PALO ALTO un café

**Por qué:** Ofrece un ambiente de verdadero café, sencillo, íntimo y exclusivo para charlar o sentir la brisa de la ciudad.

**Lo mejor:** Las originales bebidas tanto frías como calientes, todas hechas a base del delicioso grano.

**El plus:** Que el sitio produce y ofrece su propio café, lo que le da un toque de distinción y cierta exclusividad.

**No olvide:** Tomar un lugar en las mesitas al aire libre del sitio y pedir el capuccino de la casa.



# Las 10 cosas que usted no sabe de Cali

**01 Paraíso de aves**  
En la ciudad habitan 25 especies de aves diferentes. Es decir que un caleño, mientras espera el bus, puede ver más especies de aves que un profesor de ornitología, en un día de campo, en Canadá.

**02 Brisa de exportación**  
El alcalde emblemático de Curitiba (Brasil) Jaime Lerner, dijo refiriéndose a la brisa marina de las 5 de la tarde en Cali que “debería venderse como franquicia para que otras ciudades del mundo pudieran disfrutarla”.

**03 Dulce tentación**  
De Cali salen a diario 2.776.000 bombones que se venden por todo el mundo.

**04 Canto celestial**  
La Ermita de Cali es la única iglesia en Colombia con un sistema de carillón en su campanario, que acompaña el sonido de las campanas para que toquen el “Ave María”.

**05 De talla mundial**  
El Zoológico de Cali está posicionado como el primero en Colombia y como uno de los primeros en Latinoamérica.

**06 Medicina de vanguardia**  
La Fundación Valle del Lili en Cali es la única entidad en Colombia que ha realizado en los últimos 10 años 250 trasplantes de hígado de los cuales 60 fueron realizados en niños.

**07 Líder deportivo**  
De las ocho federaciones nacionales, las de Triatlón, Gimnasia, Actividad Subacuática, Natación, Lucha, Levantamiento de Pesas, Natación y Taekwondo, tienen su sede principal en Cali.

**08 Por los aires**  
Por las condiciones térmicas y dinámicas que ofrecen los alrededores de la ciudad se pueden garantizar vuelos libres y seguros en parapente durante todo el año.

**09 Amigos del medio ambiente**  
Los vehículos automotores de Cali fueron los primeros en el país en utilizar biogasolina, el alcohol carburante de la caña de azúcar.

**10 Cali es Cali lo demás es...**  
Desde la ciudad se pueden divisar dos cordilleras: la occidental y la central.

\* Adaptado de Los Cien Secretos Vallecaucanos.



# TONY MARQUES

## “Mi extravagancia es la ropa”

**C**on sólo dos pasos es capaz de diagnosticar si la modelo sirve para el oficio de la pasarela. No le importa decirle a la mejor 'top model' del país que ha tenido cientos de desfiles en sus piernas, que le falta actitud. Hace poco, por ejemplo, dijo que en Cali “hay niñas muy lindas, pero en ocasiones les falta fuerza, ganas”. Sin embargo, sin importar lo que le digan, y casi sin percatarse de los odios que levanta a su paso, es el gurú de las modelos colombianas y por sus manos y sus ojos han pasado las mejores. Suma ya 15 años en este trajín de telas y maquillaje pero han sido años de grandes méritos que no parecen detenerse en este hombre brasilero que lleva el nombre de Tony Marques.

**UNA PALABRA QUE LO DEFINA:** Trabajo **SU OBSESIÓN:** La perfección **SUS ÚLTIMAS VACACIONES:** En los glaciales de Chile **LA CIUDAD PERFECTA:** Es una mezcla de Sao Paulo y Nueva York. **LA CANCIÓN DE SU VIDA:** Las canciones de Air Supply y Pet Shop Boys. **SU POSICIÓN FAVORITA:** En la política, no me meto, y en el sexo, arriba. **UNA FANTASÍA SEXUAL:** Estar en una isla desierta con gente linda. **¿CON O SIN VIAGRA?** Sin viagra. **UN OLOR:** El del café **EL ÚLTIMO LIBRO QUE SE LEYÓ:** El Safir, de Paulo Coello. **SU PLATO FAVORITO:** En Colombia el ajíaco. **MARIHUANA O COCAÍNA:** Ninguna de las dos. **LO MEJOR DE TENER 20:** La belleza **LO MEJOR DE TENER 30:** El vigor **LO MEJOR DE LOS 40:** La sabiduría. **TECNOLOGÍA... ADICTO O ENEMIGO:** Enemigo total. **SU ÚLTIMA COMPRA CON TARJETA DE CRÉDITO:** Un tiquete a Sao Paulo. **LO MÁS ATREVIDO QUE HA HECHO EN SU VIDA:** Salir a rumbar toda una noche y no llegar a la casa. **SU PECADO CAPITAL:** La gula. **UN TEMOR QUE LA PERSIGUE:** No llegar a lograr lo que quiero hacer. **SU MAYOR EXTRAVAGANCIA:** La ropa. **UN PUNTO DÉBIL:** El malgenio. **¿LAS MUJERES ARRIBA O ARRIBA LAS MUJERES?** Arriba las mujeres **LA MUJER IDEAL:** Angelina Jolie. **LO QUE NUNCA LA VEREMOS HACIENDO:** Robar. **LA PREGUNTA QUE NUNCA LE HAN HECHO:** ¿Si soy feliz en Colombia? **¿Y ES FELIZ EN COLOMBIA?** Muy feliz. **¿UN MOTIVO PARA SER INFIEL?** El deseo. **MUJERES SACERDOTES:** No tengo problema. **¿QUIÉN DOMINA, EL HOMBRE O LA MUJER?** Los dos. **C**



Andrés le gustó el mar desde siempre. Por eso no es raro que terminara entre cientos de tiburones martillo o esperando el movimiento de un cangrejo rosado a orillas de la playa sosteniendo una cámara vieja de 16 milímetros, a la que en la isla de Malpelo bautizaron como Charles Chaplin.

La misma con la que hizo la realidad su primer cortometraje: Habitantes de Malpelo, que actualmente se está proyectando en las salas de Cine Colombia, como antesala a grandes películas como Piratas del Caribe 2. Una cercanía temática y una coincidencia, en la que al final el protagonista sigue siendo el mar.

Sin embargo, su historia es, como él dice, una interconexión ecológica, en la que se muestra la riqueza de las especies que habitan en Malpelo. Un juego visual de ocho minutos de duración y una de las pocas propuestas cinematográficas que captura la belleza y misterio que encierra la isla del Pacífico.



**NOMBRE:** Andrés Pineda. **EDAD:** 35 años. **PROFESIÓN:** realizador cinematográfico de la Universidad Nacional, que por culpa de un curso de buceo y un gusto por la fotografía submarina se dedicó a hacer películas en el mar. **CARGO ACTUAL:** Director de fotografía subacuática para comerciales y cine. Productor y realizador de proyectos propios relacionados con la fauna marina. **LOGROS:** Su corto, Habitantes del Malpelo, fue adquirido por el canal de cable Movie City y hará parte de un paquete de Dvd's de Editorial Planeta para España, Portugal e Italia. **SU META:** Dedicarme a esto sin pensar en enriquecerme y hacer muchos proyectos porque me da gusto estar en el agua. **SU LEMA:** "No tener lemas". **LO VEREMOS EN EL FUTURO:** "La idea es hacer un par de largometrajes de la misma línea, de pronto uno en el Estrecho de Magallanes, varios largos de ficción y documentales marinos. Hay trabajo para muchos años, y de resto, seguir con la fotografía subacuática que me encanta".



# ANDRÉS PINEDA UN CINEASTA HASTA EL FONDO

## Una cuestión de sensaciones.

Muchas decisiones las toma el corazón; otras la cabeza. Pero con las motocicletas Sport de BMW los dos están de acuerdo: se trata de un sueño que despierta emociones, con una técnica que establece una escala de valores. Un sueño no sólo para soñar, sino también para vivirlo.

La K1200 S es la moto más deportiva de la historia de BMW. Una auténtica MOTO SPORT con la que BMW Motorrad inicia la aventura deportiva del asfalto y la velocidad. Innovación, tecnología y diseño BMW o lo que es lo mismo: desafío, fuerza y dinamismo extraordinariamente optimizados para disfrutar a fondo del deporte que te gusta. 



# BMW K 1200 S

### Datos Técnicos

Cilindrada (cm<sup>3</sup>) 1.157  
 Potencia nominal (hp/rpm) 167/10250  
 Cilindros - Válvulas 4 cil., 16 V  
 Inyección electrónica  
 Velocidad máxima (km/h) más de 200  
 Peso (kg) 247kg  
 Altura asiento (mm) 820 mm

### Equipamiento de Serie

Palancas de freno y embrague ajustables,  
 Sistema de escape en acero inoxidable,  
 Convertidor catalítico de tres vías, BMW  
 Motorrad Integral ABS (parcial),  
 Toma eléctrica, Inmovilizador electrónico,  
 Pantalla de información.  
 Puños calentables

### Opcionales independientes

Ajuste electrónico de suspensión,  
 Alarma antirrobo, Asiento bajo.

### Colores

Azul índigo met. (M)  
 Amarillo sol/ Blanco /grafito met (M)  
 Azul índigo met/ blanco (M)



El Paintball es un juego de estrategia donde dos grupos se sitúan a cada lado del campo con el fin de eliminar al equipo contrario con bolas de pintura.

**DÓNDE SE JUEGA**

Este juego se realiza al aire libre, en un campo que debe estar dividido en dos partes iguales, cuando se hace a nivel de competencia el espacio debe tener unas medidas determinadas de 50 x 125 mts.

**CUÁNTOS PARTICIPAN**

El Paintball es un juego grupal, que puede estar integrado por 5 personas: novatos o NPPL; o siete: profesionales o PSP. Estos competidores están acompañados por 10 o 20 árbitros que son los encargados de eliminar a los que estén impactados.

**QUÉ SE NECESITA**

Los jugadores deben tener buena forma física, reflejos y mucha astucia, características clave para vencer a los enemigos.

**CUÁNTO CUESTA**

Cada participante debe pagar \$15.000 para ingresar al campo de juego.

**CUÁNTO DURA**

Cuando a los participantes se les acaban las bolas de pintura, si desean continuar en el juego, deben pagar \$90 adicionales por cada bola nueva que adquieran.

El tiempo de juego es libre, es decir, que son los participantes quienes deciden cuánto van a estar en el campo. También depende del número de personas en el campo de juego.

**LA PINTURA**

La pintura que tienen las bolas no es tóxica, es fabricada a base de aceites naturales biodegradables, sí mancha, pero sale fácilmente con agua y hasta se puede ingerir.

**MÁS INFORMACIÓN:**  
[www.paintball.com](http://www.paintball.com)  
[www.paintballcolombia.com](http://www.paintballcolombia.com)

**PIPETA DE AIRE**

- 1. CO2 17 dólares
- 2. AIRE COMPRIMIDO 200 dólares

**MÁSCARA O CARETA**

- 1. EMPIRE 85 dólares
- 2. DYE 85 dólares

**PISTOLA O MARCADORA PROFESIONAL**

- 1. INTIMIDATOR (20 bolas por segundo) Entre 500 y 1.500 dólares
  - 2. ANGEL Entre 500 y 1.500 dólares
- AMATEUR**
- 1. SPYDER 150 dólares
  - 2. ION 300 dólares

**PANTALONES**

- 1. REDZ 70 dólares
- 2. JT 70 dólares

**RODILLERAS**

- 1. DYE 100 dólares
- 2. EMPIRE 100 dólares

**HOPPER O PORTABOLAS**

- 1. HALO 27 dólares
- 2. REVOLUTION 8 dólares

**GUAYOS O TENIS**

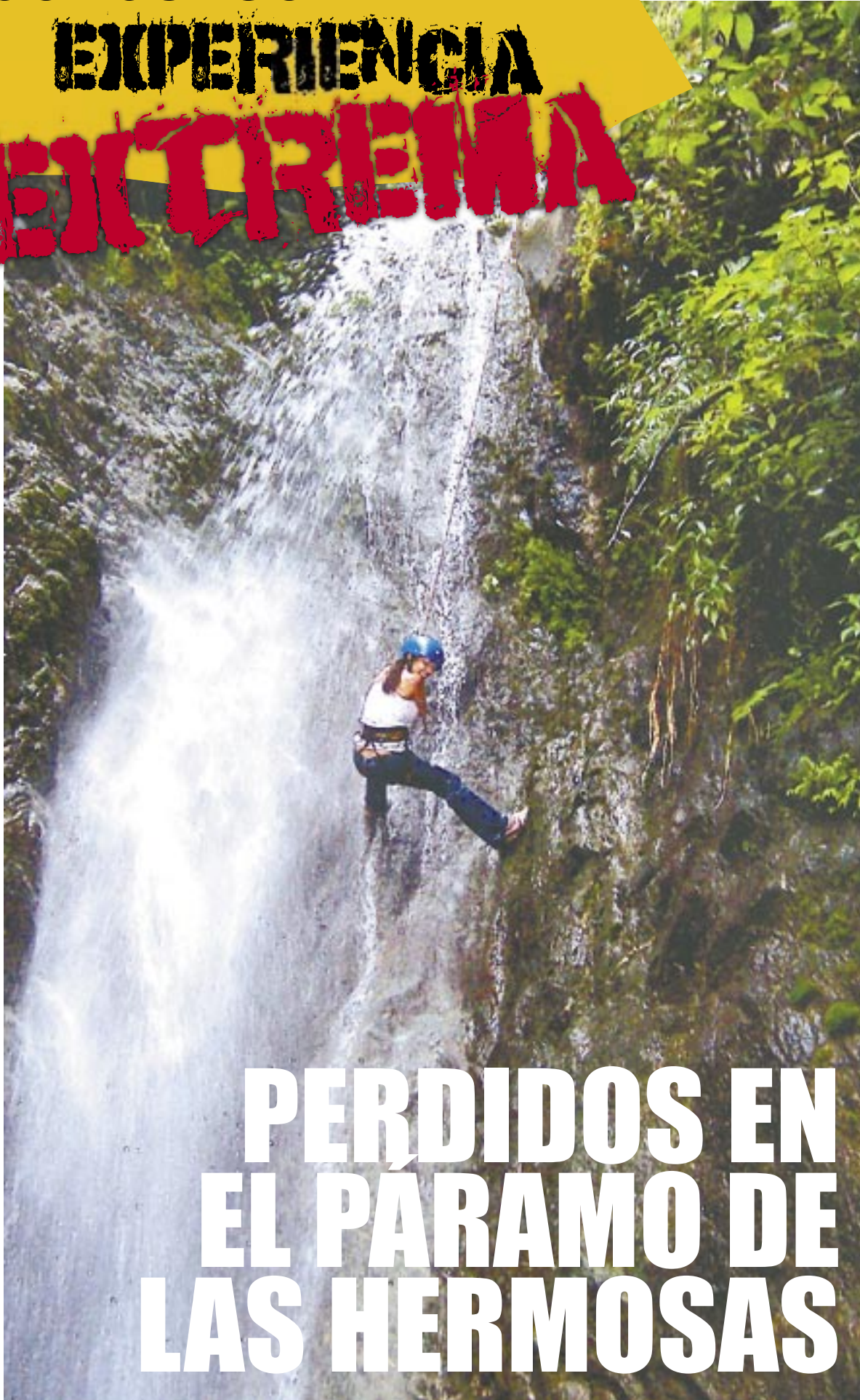
A su gusto  
100 dólares  
dependiendo

*Lore*

CONCURSO

EXPERIENCIA

EXTREMA



PERDIDOS EN  
EL PARAMO DE  
LAS HERMOSAS





Por Juan Fernando Mejía

**T**odo empezó como un fin de semana normal. Alguien me invitó a caminar por la montaña en una reserva natural del Páramo de Las Hermosas, y a los cinco minutos yo estaba montado en la vaca loca. Llevaba mis cuerdas, mis equipos de escalada y sobre todo, unas ganas inmensas de explorar el territorio. Me acompañaban un excursionista de "toda la vida", dos preciosas chicas que lo más extremo que habían hecho era saltar de la cama a las 6 de la mañana para ir al colegio, un motocrosista loco de la adrenalina y un recreador.

Llevábamos lo mínimo para enfrentarnos a la montaña pero aun así decidimos continuar con la experiencia. Yo aunque no conocía muy bien el terreno, era el guía de esta locura, y solamente armado de una brújula y un mapa artesanal nos adentramos en la manigua para encontrar una cascada de la que pudiéramos saltar.

Caminamos alrededor de cuatro o cinco horas durante las que pasamos por varios puntos críticos. Al principio encontramos senderos trazados en el mapa, pero después nos dimos cuenta que el mapa no tenía ni la mitad de parecido con el terreno por lo que lo obviamos y nos dimos a la tarea de explorarlo por nuestra propia cuenta.

Y las cosas se complicaron. Llegó un momento en que la única manera de avanzar era abriendo trochas con un machete pequeño que llevaba entre mi equipo. La manigua nos envolvía con su canto y se nos enredaba de vez en cuando dándonos a entender quien manda en realidad. La 'pacha

mama' se revelaba ante nuestros ojos con hermosas flores, cantos de aves que nunca habíamos escuchado y uno que otro bicho rastrero reptando por entre nosotros. Entonces fue cuando supimos que sólo podríamos seguir adelante pues no teníamos marcado el camino de regreso, no había señal de celular y los radios handy sólo nos servían para 'chicanear' pues no copiaban nada. Como si fuera poco, el GPS estaba totalmente bloqueado por la espesura del bosque, y la verdad nadie se acordó de fijar coordenadas de rumbo contrario para poder devolvernos. El pánico se empezó a sentir.

¿Qué más nos podría pasar? Ya eran como las 3 de la tarde y en consenso decidimos continuar hasta encontrar la salida. Más o menos dos horas más tarde, cansados de caminar, con hambre y con las ideas no muy claras, al fondo de la espesura pudimos escuchar una corriente de agua. Las chicas estaban preocupadas por sus uñas, los muchachos por la seguridad de la zona, yo simplemente por salir bien librado de la experiencia.

Entonces subimos la colina que faltaba para encontrar el río y para sorpresa de todos había que descender por cuerdas. Anclamos nuestros equipos y comenzamos a bajar a las muchachas. La primera se enredo, se rodó, y cuando llegó a tierra, después de 18 metros, logró pararse en tierra. La segunda, un poco más arriesgada y en su afán de demostrarse que sí era capaz, se resbaló y se hirió con una roca en el brazo izquierdo. Era un corte de unos 5 centímetros de largo y dos de profundidad. Tocó esperar a que bajara el resto del grupo y entre el excursionista y yo la suturamos a sangre fría. Nylon, cuchillos y ... así tocó.

Al encontrar el río empezamos el descenso por el cañón y más o menos a las 7 de la noche vimos lo que para nosotros era el trofeo más grande,

el premio mayor: un descenso de 45 metros en caída vertical con un caudal de agua abundante. Anclamos las cuerdas, iniciamos el descenso y, por fin, disfrutamos de una helada y deliciosa cascada golpeándonos la cara. Todo parecía mejorar.

Salimos del cañón con la esperanza de encontrar el camino de regreso hacia la falda de la montaña, pero de nuevo la 'pacha mama' se empeñaba en no dejarnos salir. Ya al final, como a las 9 de la noche, casi sin comer, con poca energía y sin poder comunicarnos con los guardabosques decidimos que era mejor dormir allí y al día siguiente buscar la salida. Buscamos ramas grandes para hacer refugio y un poco de fuego para calentarnos. Dormimos muy poco ya que la hipotermia casi se apoderaba de nuestros cuerpos, así que utilizamos el CH (calor humano) para contrarrestar el frío.

A la mañana siguiente comimos un poco de pétalos de flores con raíces de campo y hongos que encontramos

entre las vegetación de la zona. Continuamos nuestro camino hacia el punto de partida. Eran más o menos las 10 de la mañana cuando escuchamos por radio la primera señal. Por fortuna era uno de los guardabosques que, con señales de rocas y la topografía del área donde nos encontrábamos, pudo decirnos como salir.

Llegamos al refugio de los guardabosques. Las piernas de todos temblaban sin parar y la alegría de haber salido de la montaña solo con rasguños era evidente en nuestros rostros. Nos montamos en la camioneta de Marco, el excursionista, y salimos de la reserva corriendo, con una sensación de tristeza y alegría. Esa, que yo pensaba era la experiencia más extrema que había vivido hasta ese momento se convirtió en una insignificancia cuando, al llegar a mi casa, me enteré que iba a ser papá. Esa sí que será una aventura extrema. **C**

Escriba una **EXPERIENCIA EXTREMA**

## Participe y gane

1. Envíenos un artículo describiendo una experiencia extrema.
2. En cada edición se publicará el texto del finalista del mes.
3. En diciembre un jurado escogerá al ganador entre los siete finalistas.
4. El premio serán dos tiquetes con todos los gastos pagos (hospedaje y alimentación) a uno de los puntos más extremos de Colombia: Chocó, La Guajira, Los Llanos Orientales o el Amazonas.

\*Requisitos: Enviar el artículo vía correo electrónico con fotos en alta resolución y datos personales.

Envíe sus trabajos a [puntoc@elpais.com.co](mailto:puntoc@elpais.com.co)



Por Pilar Castaño

**U**na mujer, luego otra y después se une otra más, se van sumando y a todas las congrega un pacto silencioso, fraternal, que se deja ver con una mirada. Son cómplices en algo, en un deseo, un capricho, un tema que las apasiona: LA MODA. Esa fantástica comunicación se logra sólo con el “¿qué me pongo?”, “vamos de compras”, “dónde lo compraste?”. Todo ese cotidiano vocabulario es el normal, el de todos los días, en mujeres

# ¡Que viva la moda!

que mandan en sus oficinas, en sus fundaciones, en el gobierno y también en sus casas. Ejecutivas o muchachitas de colegio. La edad no importa, y cuando sí importa, la Moda es una herramienta indiscutible para vernos más jóvenes o mayores, dependiendo de lo que queramos transmitir. La Moda es eso; un instrumento para proyectarnos como seres humanos y así comunicar. Pero no es mucho lo que podemos lograr si no nos conocemos a nosotros mismos, si no nos enfrentamos al espejo.

El negro, ese color prohibido que encierra vidas coloridas de las mujeres que lo llevan para atraer o pasar “inadvertidas, pero una vez advertidas inolvidables”. El blanco, el color de la fantasía, de los días importantes, el color que marca fechas. Y así sucesivamente, pues todo tiene su lenguaje y la Moda está llena de símbolos.

La Moda es todo. Nos toca a todos. Tiene un poder infinito. El poder de comunicar, de transmitir de dentro para afuera lo que queremos proyectar como seres humanos. No existe una conversación más íntima y directa que la que sostenemos cada mañana con nuestro ánimo, de cómo nos vamos a enfrentar con lo que nos espera allá afuera. Una primera entrevista de trabajo, el primer día universidad, una junta definitiva, una propuesta laboral o de matrimonio. Toda la vida va ligada a esa primera impresión que toma unos pocos segundos, donde finalmente seremos aceptados o rechazados.

La Moda pasa, pero queda la elegancia, que es el alma de la Moda. No existe ningún momento importante donde la pregunta de “¿Cómo nos vestimos?” no salga a colación. Bien sea para un matrimonio tropical con guayabera, o una

convención bancaria con corbata. Existen todavía muchos hombres que creen que desgarbados o desabrochados, pretenden ser ajenos a la Moda. Ellos son los menos informales, ya que prepararon muy bien su aspecto para parecer informales. Ellos son los más complicados a la hora de escoger el color de una camisa, son los “fashionistas” de closet. Los hombres son cada vez más concientes de la presencia de la Moda en su diario vivir, tanto que la corbata, por ejemplo, ha ido perdiendo terreno, para darle paso al ejecutivo más relajado, más deportivo en camisas de jeans y pantalones kakis o de pana. El metro-sexual, ese hombre de la metrópoli, que cada vez está más desinhibido con los colores, usando camisas lilas y corbatas verde limón, aparece en las estadísticas de mercado de hoy como el gran comprador, y no sólo de ropa sino de productos de belleza y mensualidades en los gimnasios.

Todo es Moda. Cuidarse, oler rico, vestirse bien, viajar, tener un buen carro, todo hace parte de la imagen que mueve montañas. Esa frivolidad esencial que es la Moda, hace parte diaria de nuestras vidas. En nuestro país es un tema muy serio, pues genera mucho empleo, mueve números en las cajas registradoras de grandes y masivas superficies que generan con su producto textil un bienestar a los distintos estratos del país. “La pinta” produce auto-estima, cambia a las personas, las hace sentir conquistadoras o mejor aún conquistables.

El que diga que la moda no es importante, que no le interesa, que es para una elite, está desconectado de la realidad, de una comunicación global que produce un grito general. ¡Que viva la Moda! **c**

**DELIRIO**

**SWATCH**