

# BLANK

GLOBAL TRENDS & POP CULTURE



55

GLOBAL FASHION REPORT  
MICHELLE ZARAK  
MARÍA RAQUEL COCHEZ  
CASA TUA  
MARINA BAY SANDS  
PICS\*

# staff

**gerente general**  
RAFAEL CANDANEDO D.

**gerente administrativo**  
ROLANDO CANDANEDO D.

**director comercial**  
ALFREDO SMITH

**editora**  
MARISTELLA GONZÁLEZ

**producción ejecutiva**  
SOLANGE QUINTERO

**asistente administrativa**  
MERYLIAN PINTO

**asesora creativa**  
PAULA GERMAIN

**director de arte**  
JUAN JOSÉ RINCÓN C.

**diseño**  
MARÍA ELENA KOSMAS S.

**tráfico**  
DEXIS SUBÍA

**asesora comercial**  
ROSA AVILA ABREGO

**asistente editorial**  
LUZ MARIE BONADIES

**corrector de estilo**  
CARLOS M. RODRÍGUEZ

**columnistas**  
NOEL SÁNCHEZ DE OBALDÍA | MARGOT LÓPEZ | YEHUDA BERG

**fotógrafos**  
STEVEN GOMILLION | DENNIS LEUPOLD | PAUL DE LUNA | JORGE ARANGO | RAPHAEL SALAZAR

**corresponsales**  
PAULA GERMAIN [BERLÍN] | DANA RADIC [LOS ÁNGELES] | CAROLINA REDONDO [ALEMANIA] | COURTNEY BLACKMAN [LONDRES] | PAULA KUPFER [NUEVA YORK]

**representante en new york**  
ESTHER PANG [esther@grupoblank.com]

**colaboradores**  
JOHANN WOLFSCHOON | PATRICIA CASTAÑO | ALLI ROSENTHAL | KATE FARINELLA | MARISA PUCCI | DANIEL MOTTA MELLO | ANNE-FLEUR LABBÉ | ALISON LEVY | T.J. LATHROP | LAUREN ARAPAGE | MICHAEL ARIANO | SHARA SEIGEL | CRISTIANO MANCINI | KATE JACKSON | JASON FOSTER | ASHLEY FONTAINE | NICKY DEAM | GILLIAN GORGE | ESTHER LARKIN | DAVID BENZAQUEN

**BLANK** número 55 | año 8 | octubre 2010

T (507)270.8864 | VENTAS/ADVERTISING [VENTAS@GRUPOBLANK.COM](mailto:VENTAS@GRUPOBLANK.COM) | FASHION EDITORIALS: [SUBMISSIONS@GRUPOBLANK.COM](mailto:SUBMISSIONS@GRUPOBLANK.COM) | [WWW.GRUPOBLANK.COM](http://WWW.GRUPOBLANK.COM) | IMPRIME ALBACROME, S.A. PANAMÁ. PUBLICADA POR GRUPO BLANK PANAMÁ®. REPRESENTANTES LEGALES RAFA CANDANEDO D. Y ROLANDO CANDANEDO D. DOMICILIADOS EN CALLE 66, PLAZA BELÉN PLANTA BAJA REP. DE PANAMÁ. SE PROHÍBE LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL DEL CONTENIDO DE ESTA REVISTA. BLANK PANAMÁ NO SE HACE RESPONSABLE POR LAS OPINIONES Y MENSAJES DE AUTORES, ENTREVISTADOS Y ANUNCIANTES.



## MASQUERADE OTOÑO 2010

Una fantasía de ilusión, misterio y deseo. Despierta e intensifica los sentidos con cremosas sombras, delineadores de alto impacto, luminosos colores para las mejillas y brillos para los labios en sutiles y provocativos colores.

smashbox

Felix

Vía España, Ave. Ricardo J. Alfaro, Multiplaza  
Felix Beauté: Albrook Mall, Metromall



# index

## columnas

24. NOEL SÁNCHEZ DE OBALDÍA 26. MARGOT LÓPEZ 28. YEHUDA BERG

## trends

32. BAROQUE ME LIKE A HURRICANE

## globe

34. NEWS FROM ALL OVER THE WORLD

## music

56. SONIDO

## i love youtube

58. MARÍA RAQUEL COCHEZ

## we love earth

60. BOXED WATER IS BETTER | AGUA ECOLÓGICA

## café blank

64. MICHELLE ZARAK

## report

46. CAMBODIA 66. PICS\* 68. GLOBAL FASHION REPORT

## beauty

76. TOOLS OF THE MONTH

## fashion

78. SUGAR & SPICE 86. MELIAE

## seen

94. SAMSUNG | FILA 95. SEÑOR LOOP | DECAPOLIS  
96. HERMÈS | CHANEL



### BLANK

photographers **steven gomillion & dennis leupold**  
[[www.gnlstudios.com](http://www.gnlstudios.com)]  
hair styling **elsa** for **kerastase paris**  
make-up **julie begin** @ **halley resources**  
model **charbi** @ **wilhelmina models**  
styling **juicy couture**  
production **anna toemp** @ **creative sting**



[mango.com](http://mango.com)

CIUDAD DE PANAMÁ, C.C. MULTIPLAZA PACIFIC PRÓXIMA APERTURA: C.C. METROMALL

# M N G

## FAST TIMES AND THE CONSUMER HIGH

**este tipo de acción era inminente; si muestras la ropa ya, la gente la va a querer ya. Si no sabes que existe, no sabes que lo "necesitas". O, como dice mi mamá, "ojos que no ven, corazón que no siente".**

por MARISTELLA GONZÁLEZ

"The future of fashion is six months"  
Karl Lagerfeld

La semana antepasada, mientras el equipo de BLANK y yo terminábamos de armar esta edición enfocada en la moda de otoño del presente año, comenzó el New York Fashion Week primavera-verano 2011. Inmediatamente me dediqué a ver y estudiar cada una de las colecciones que se iban publicando a diario en Style.com, pocas horas después de sus shows reales en Nueva York. Aunque, de no haber estado tan ocupada, hubiera podido hasta disfrutar de aquellas pasarelas en tiempo real, en vivo, mediante el sinnúmero de live webcasts disponibles a través de toda la internet, ya sea en los websites de los mismos diseñadores o en redes sociales como Facebook y StyleCaster. De igual manera, me conformé con las fotos y los constantes tweets y twitpics subidas por los afortunados bastardos que lograron pasar las puertas del Lincoln Center y demás espacios donde se mostraban las colecciones por toda la ciudad.

Fue una sensación muy extraña el tener que armar una edición enfocada en la moda que se estará usando en los próximos seis meses, y a la vez tener una vista previa de lo que se va a usar en los siguientes seis meses después: de marzo a agosto 2011. Hasta hace unos cuantos días atrás, estaba emocionadísima por el leopard print y los pull-overs grises y las carteras como la classic box bag de Céline, y ahora ya me encuentro anhelando el momento en el que estén a la venta todos los prints abstractos y las infinitas piezas blancas de la primavera del año que viene. No obstante, conociendo a Zara, MNG y demás tiendas de "fast-fashion" que se aprovechan de esta intermediación, no tendremos que esperar hasta marzo para poder comprarlas, por lo menos físicamente en Panamá: porque, cuando de internet se trata, el futuro está llegando cada vez más rápido. Marcas como Burberry han decidido complacer al consumidor que le dice "quiero tu ropa y la quiero ya", dándole exactamente lo que desea. Adentro de

25 tiendas alrededor del mundo, clientes de la marca podrán observar en vivo la pasarela Burberry Prorsum Spring-Summer 2011 y ordenar instantáneamente los abrigos, bolsos y productos de belleza que les apetecen de la colección haciendo uso de una aplicación únicamente disponible en los iPads a su disposición en cada boutique. Los que no pueden atender a este evento, sin embargo, también podrán comprar piezas de la colección desde la comodidad de sus propios hogares u oficinas a través del sitio web de Burberry. Dichas piezas llegarán a las casas de sus futuros dueños en tan solo siete semanas. Este tipo de acción era inminente; si muestras la ropa ya, la gente la va a querer ya. Si no sabes que existe, no sabes que lo "necesitas". O, como dice mi mamá, "ojos que no ven, corazón que no siente".

Es por eso que Tom Ford decidió hacer su gran retorno a la moda femenina con un evento a puertas cerradas: las únicas celebridades presentes eran aquellas que él escogió para que modelaran sus diseños, y la única cámara presente era la del fotógrafo que el mismo Ford seleccionó: Terry Richardson. Dichas fotos no saldrán en su website ni se les prestarán las piezas a las celebridades antes de diciembre. En cuanto a las revistas, no podrán mostrar los diseños Tom Ford hasta enero de 2011. Aún así, algunas fotos fueron tomadas con cámaras de celulares y, como es de esperarse, se regaron por toda la internet. Y es que ya estamos acostumbrados a recibir la información lo más pronto posible, y sentimos la necesidad de compartirla también instantáneamente. Eso es algo que Tom Ford no entiende y confiesa pensar que es malo, ya que si se le permite al público general observar en vivo las pasarelas -que usualmente eran reservadas para miembros de la prensa y la industria retail- y luego le prestas a las celebridades esos diseños solo un mes después de haberlos desvelado, cuando llegue la hora de ponerlos a la venta seis meses después, los consumidores ya se van a haber cansado de la colección en la que tanto se trabajó e invirtió, porque ya la han visto en todos los blogs y revistas posibles, una y otra vez, o algunos probablemente han hasta logrado comprarse un knock off en H&M o Forever21. En otras palabras, les va a pasar exactamente lo que me pasó a mí: no han pasado ni dos semanas desde que oficialmente comenzó el otoño y ya me cansé, ya quiero usar la ropa de primavera-verano. Y aunque me encantaría poder tenerlo todo ya, estoy de acuerdo con el legendario diseñador de Gucci: no creo que sea lo más favorable. La espera y la expectativa es parte de lo que hace tan especial una compra y lo que me hace valorar más cada pieza de mi closet. Easy come, easy go. Todo tiene un período de gestación y es normal tener que esperar para que algo nos llegue, es necesario y es lógico. Si no me creen, miren a su alrededor y observen a la nueva generación. A aquellas niñas de 13 años que aparentan tener 18 porque probablemente ya vivieron todo lo que debieran vivir en la mayoría de edad, optando por adelantar su adolescencia y dejar atrás su infancia, más rápido de lo que nosotros acostumbrábamos a hacerlo. Puede ser buen negocio para las marcas y las tiendas escupir constantemente cosas nuevas y tener todo disponible ya, ya. ¡YA! ¿Pero y qué de lo que le están haciendo al consumidor? Nos están malcriando, y cuando venga el inevitable backlash que siempre llega, porque toda acción tiene una reacción, ¿qué nos va a pasar?

**paco rabanne**  
The new fragrance



www.pacorabanne.com

## HALADO DE LOS PELOS

**así fue que regresé, como caballero que vuelve de la batalla a su hogar, pero tanta gloria épica llegó a su final al llegar al aeropuerto y encontrarme con un calor infernal que hacía rato no sentía y que en minutos me regresó el afro a su estado más esponjoso.**



**NOEL SÁNCHEZ DE OBALDÍA**  
Director Creativo de la Agencia BB&M, Músico y Guitarrista de Rock

Hoy me he visto en el espejo y me noto más frentón que nunca. Jamás he sufrido de caída de cabello. No tengo de donde heredar calvicie ni se me ha manifestado a causa de algún trastorno psicológico. La verdad es que siempre he tenido esta gran frente que hoy puedo lucir sin pena alguna, asumiendo que a mi edad ya el tema de la alopecia no es tan importante como hace 25 años. Hoy, más que nunca me quiero creer ese cuento de que las mujeres encuentran atractivo e interesante a aquel con grandes entradas y que no se refieran solo a sus entradas de dinero. Qué irónico que se llamen entradas. Yo les llamaría salidas ya que el cabello sale de tu cráneo y no vuelve a entrar más nunca, a menos que recurras a esos injertos tan dolorosos y caros que ya muchos se aplican por ahí. Sólo sé que hasta que esas matas de pelo falso dejen de parecer cabello de muñeca, dudo que el sembrarme no sé cuántas miles de hebras, a no sé cuántos dólares cada una, forme parte de mi lista de prioridades en la vida. A mí, déjenme así, con mi cabezota y frente bien pronunciadas y si en efecto ser inteligente es tener "tres dedos de frente", pues piensen que desde kinder he tenido cinco. Pero aunque hoy me resulte gracioso, es por esta misma frente que en la escuela odiaba mi cabello. Era demasiado enroldado e indomable y no le aportaba en lo absoluto a mi textura de aquel entonces.

Aunque tuve novias desde pequeño y mis defectos físicos a ninguna espantaron, odiaba no poder hacerme algún peinado "pifioso" ni dejármelo tan largo como mis ídolos del rock. Si lo llevaba muy corto, quedaba frentón, orejón y con un pequeño bisoñé puntiagudo en forma de gorrito de cumpleaños. Mientras que largo, ni siquiera podía llevarlo. En la escuela me lo mandaban a cortar sin que las colas de la nuca (el llamado mullet) tocaran el cuello de la camisa. Igual intentaba dejármelo crecer evadiendo la mirada de los profesores, y ahí andaba, con un casco de enredaderas que me hacía ver como la medusa de la mitología griega recién despertada. Para disimular aún más el motete, a veces me embarraba cantidades industriales de gel que al mediodía se sentían como un gran gargajo seco en mi cabeza pero por más que intentaba esconder tanto pelambre, algún superior me despelucaba por sorpresa y me mandaba al barbero o a la biblioteca castigado. Así que, tristemente, no me quedaba otra que llevarlo normal, sin nada diferente ni especial salvo un buen par de rulos necios imposibles de aplacar. Por insistir con el tema del cabello largo, entre otras necedades, me botaron de la escuela, pero, para mi suerte, en el reformatorio al que fui a parar en el extranjero pude dejarme el cabello hasta los hombros, ondulado, como siempre quise llevarlo. Producto del clima frío y de su propio peso, se me alisó bastante y por los fuertes soles de verano que allá pegaban se me aclaró un poco. Siempre oloroso a champú, caminaba por los pasillos de mi nueva escuela, sintiéndome el más bárbaro guerrero medieval, dispuesto a decapitar dragones y salvar princesas. La verdad es que fui muy feliz en mi fase de vikingo quinceañero, sobre todo cuando azotaba mi cabeza al ritmo del metal, sin quedar después como trapeador usado. Fue tan sabrosa esa libertad de andar tan moñón como me diera la gana, que terminé graduándome con el primer puesto de honor, el más alto índice académico y la más larga cola de caballo. Había alcanzado el estatus de mis amigos rockeros mayores, quienes con sus largas pelucas se diferenciaban del resto de la sociedad, en tiempos en los que aún no se aceptaba tanta frondosidad masculina.

Así fue que regresé, como caballero que vuelve de la batalla a su hogar, pero tanta gloria épica llegó a su final al llegar al aeropuerto y encontrarme con un calor infernal que hacía rato no sentía y que en minutos me regresó el afro a su estado más esponjoso. Así, después de tantos años halándome los moños con mis viejos y maestros, a pocos días de haber llegado a casa me pelé por voluntad propia. Con el tiempo fui quedándome sin cabello pero nunca sin ganas de aplicarme mil excentricidades en lo que iba quedando de él, así que me hice cuanto disparate pude en la chonta hasta quedar finalmente con mi corte actual: Este corte varonil y cómodo que tan bien ha sabido mantener mi estilista. Sabemos que ahora, mientras más largo me lo deje, más desagradable y cocobolo voy a lucir, así que dejémoslo como está, sin taparlo ni con gorra ni con sombrero. Veo mis fotos de niño y pienso, después de todo, que si hoy tuviera esa edad y me dejara el algodón de azúcar que llevaba sobre mi cráneo, sería un pelaíto de lo más cool. Pero, bueno, los tiempos cambian y nadie aprende en cabeza ajena.

**paco rabanne**  
The new fragrance



## ALABADO SAN HERODES

**recuerdo también a la primera señora que me preguntó si eso no sería peligroso para un niño. Auténticamente extrañada le pregunté que cuál extravagante motivo la llevaría a meter un niño en su casa.**



**MARGOT LÓPEZ**  
Arquitecta, Escritora y Coordinadora de Comunicaciones del BioMuseo

Hace unos días me mandaron el recorte de una noticia británica. Una mujer había sido filmada echando al bote de basura a un hermoso gatito. La mujer tuvo que conseguirse un guardaespaldas y casi pierde su trabajo. Una amiga me comentaba que a los británicos se les pasaba la mano con el amor a los animales. Yo le decía que siendo una enamorada de los gatos el asunto me parecía de lo más civilizado, y que dicho eso reconocía, y no me avergonzaba, mi evidente debilidad, ya que la misma situación reemplazando al gatito por un bebé humano probablemente no me hubiera conmovido la mitad. Yo llegué tarde a la repartición de instinto maternal, cuando solo quedaba una remesa en versión felina.

La gente tal vez no lo reconozca, pero el mundo es cada vez más difícil para los que no guardamos un amor incondicional por cualquier infante, y debo poner el énfasis en la palabra CUALQUIER. No soy un monstruo capaz de ignorar los valores de la inocencia, creatividad y apertura infantil, pero si somos honestos, y a juzgar por series de televisión como Super Nanny, esas son características en claras vías de extinción. Ya sea porque el costo de la vida moderna exige menos tiempo libre a los padres para criar a sus hijos o porque la industria de la comida rápida ha ideado una conspiración para volverme loca a partir de la generación de niños hiperactivos, gracias a una dieta rica en grasa saturada y azúcar, me da la impresión de que los chiquillos son cada vez más insoportables. Por supuesto, hay excepcio-

nes. Yo misma he dado clases en la escuela primaria y secundaria y guardo muy lindos recuerdos de muchos de mis alumnos. Y claro está, siempre tenemos a los maravillosos niños japoneses.

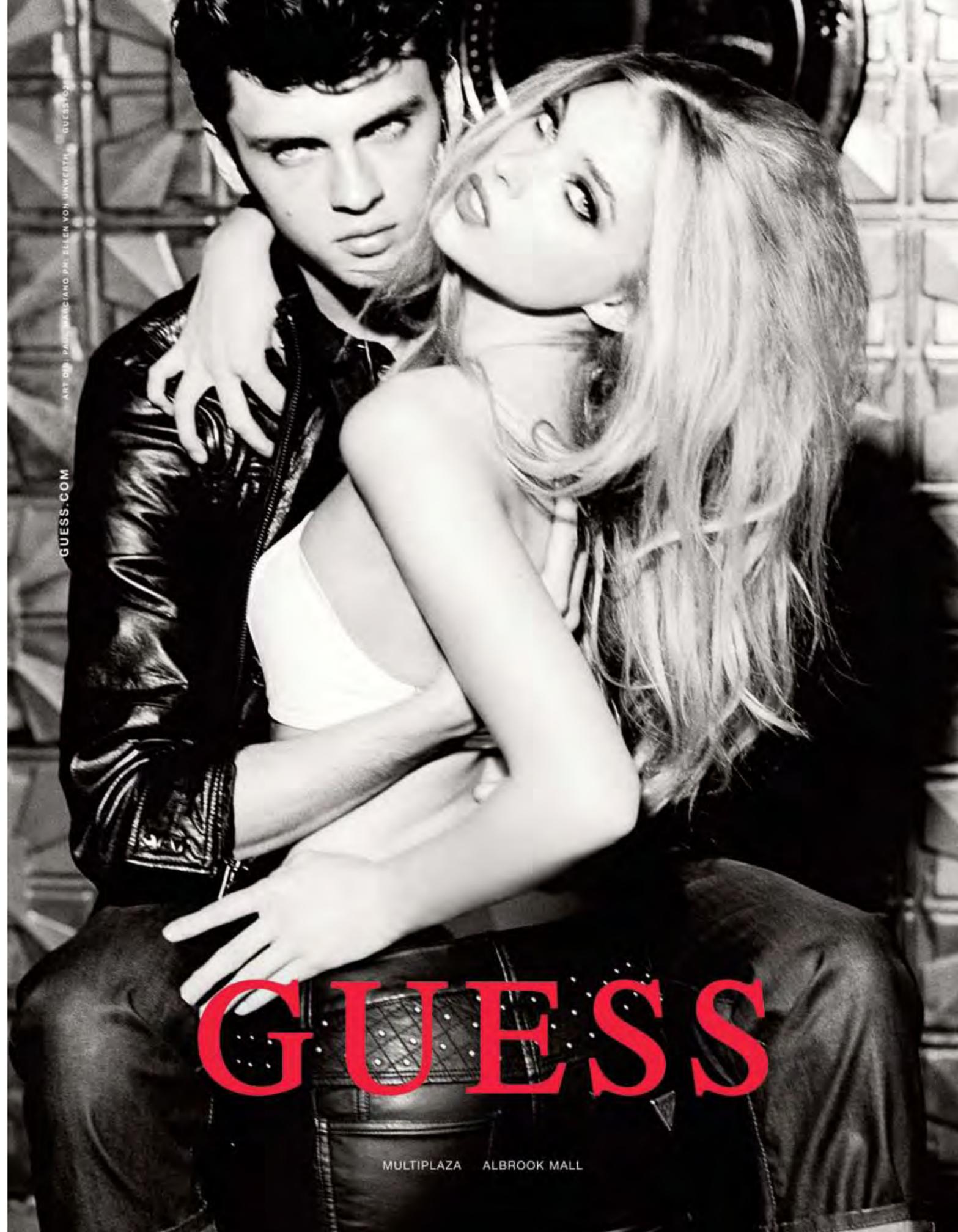
Pero cada quien cría a sus hijos como mejor le parezca o pueda. El problema es que somos muchos los que escogemos no tener hijos, o los que tienen chicos que cuando van a un restaurante no se sienten obligados a entrenar para su deporte favorito: Tiro-al-plato-de-sopa-del-señor-calvo-de-la-mesa-de-la-esquina-con-muñeca-de-Power-Ranger-rosada. Además, uno tiene derecho a poder dormir el domingo hasta el mediodía y no tener que despertar con el escándalo del hijo del vecino a las 6:45 de la mañana.

Recuerdo que me pidieron apoyar en las ventas de los apartamentos del edificio en el que vivo y que diseñé junto con mi hermano. Muchos de los espacios los planifiqué pensando en lo divertido que sería para un gato recorrer vigas, escaleras y mezanines a grandes alturas y sin pesadas barandas de por medio. Recuerdo también a la primera señora que me preguntó si eso no sería peligroso para un niño. Auténticamente extrañada le pregunté que cuál extravagante motivo la llevaría a meter un niño en su casa. Creo que esa fue la última cliente que me tocó atender.

Repito, no es que sea insensible, de hecho me llevo y comunico muy bien con los niños, pero los de verdad, de esos de los que habla Saint-Exupéry en El Principito, no esos usurpadores de cuerpos que han empezado a poblar el planeta desde hace unos 20 años, y no temen mostrar en público superpoderes, como la capacidad de emitir alaridos capaces de reventar una fachada de vidrio, correr incansablemente durante 78 horas seguidas y hacer estallar en llanto a cualquier ser humano que mida menos de 60 centímetros y se encuentre dentro de un radio de menos de 20 metros. Lo peor del caso es que le podemos prohibir a la gente que fume adentro de un restaurante, pero no que traiga una, dos y hasta tres de estas plagas por familia. Honestamente, hay días en que siento que no hay escapatoria. Incluso si has filtrado bien a tus vecinos antes de comprar apartamento, uno nunca sabe cuándo se puede mudar una joven pareja en tu mismo piso. En Panamá no parece que en el futuro cercano se pongan de moda los restaurantes Family Unfriendly. Tampoco veo que entre los anunciantes de los reality de niños problemáticos se anuncie APLAFA. Mientras esto siga así, los solteros empedernidos debemos tomar medidas, y ya he empezado a pensar en algunas sugerencias:

1. Para garantizar que no va a tener vecinos con niños, se puede mandar a certificar oficialmente como pederasta en la Policía Nacional.
2. Solamente coma en restaurantes donde vendan comida salada y cruda.
3. Vaya al cine solo a ver películas con subtítulos y de lunes a viernes antes de las 3 p.m.
4. Si le gusta ir a los parques, adquiera el hábito de fumar.

Cualquier sugerencia favor enviarla a la Asociación de Amigos por un Almuerzo Libre de Alaridos.



ANT. OBI. PAUL MARCIANO PH. TULIN VOJ. UNWERTH. GUESS.COM

# GUESS

MULTIPLAZA ALBROOK MALL

## EVERYTHING IS CONNECTED

**es esencial para el bien de nuestra humanidad que nos levantemos de nuestro cómodo sueño. Así que no le dejemos a las agencias de noticias la tarea de activar nuestra conciencia, vamos a reenfozar la conciencia de estas a dirigir la energía donde es necesario.**



**YEHUDA BERG**  
Agente de Cambio y Autor de Best-Sellers  
twitter: @yehudaberg

Recientemente estuve en Polonia y Ucrania, y me sorprendió lo poco que escuché sobre las inundaciones en Pakistán. Una de cada cinco personas ha sido afectada por las inundaciones monzónicas y 20% del territorio del país se encuentra sumergido en agua. En un país con 100 millones de personas, eso se traduce en 20 millones de personas que tienen acceso limitado o nulo a agua potable, alimento, medicinas y refugio. El Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-Moon, ha descrito la situación que presencié durante su reciente visita como "descorazonadora". El señor Ban dijo que la escala del desastre superaba cualquier cosa que él haya visto antes. "Tanta gente, en tantos lugares, con mucha necesidad".

El casi bloqueo de la cobertura por parte de los noticieros internacionales respecto a este desastre me llevó a pensar qué es lo que se requiere para que una persona se interese. ¿Acaso es la proximidad con la región, o su conexión con la raza o religión de aquellos afectados? ¿Qué es lo que hace que un ser humano sienta compasión por otro?

No podemos ignorar el hecho de que Pakistán ha vivido grandes desafíos debido a la percepción de que el país apoya a los talibanes y es conocido como el escondite de Bin Laden. Pero, ¿eso realmente importa cuando se necesita ayuda humanitaria? Votemos NO por el humanitarismo selectivo. No por la compasión condicional. Todos y cada uno de nosotros tiene la capacidad de ayudar. Incluso, iré aún más lejos y diré que es nuestro deber ayudar. Todos estamos conectados, y cuando alguna parte de nosotros está enferma o muriendo nos afecta a todos. Todos somos hijos del Creador. Es esencial para el bien de nuestra humanidad que nos levantemos de nuestro cómodo sueño. Así que no le dejemos a las agencias de noticias la tarea de activar nuestra conciencia, vamos a reenfozar la conciencia de estas a dirigir la energía donde es necesario. Indiferentemente si estamos de acuerdo o no con la política del gobierno paquistaní, es obligatorio que los ciudadanos del mundo movilicen los recursos necesarios para ayudar a los hombres, mujeres y niños que han sido afectados. La supervivencia de millones de personas depende de nosotros.

Hacernos los sordos con la grave situación de Pakistán es hacernos los sordos con Dios.

Como raza humana, somos desafiados cada día. Y cada uno de nosotros debería hacerse esta pregunta sencilla: "¿Qué querría yo de parte de mis hermanos y hermanas del mundo?"

La Secretaria de Estado de EEUU, Hillary Clinton, dijo: "Y ahora es momento para que nuestra humanidad compartida nos impulse a actuar. Los estadounidenses siempre han demostrado una gran generosidad hacia los demás que enfrentan crisis alrededor del mundo. Y los insto a hacer lo que puedan. Cada dólar hace una diferencia. \$5 puede comprar 50 barras energéticas que proveen nutrición que tanto necesitan; \$10 pueden suministrarle una manta a un niño o a una madre; y con unos \$40 se puede comprar material para refugiar a una familia de cuatro personas".

"Así que le hago un llamado a mis hermanos americanos a unirse en este esfuerzo y a enviarle la ayuda tan necesaria a la gente de Pakistán al contribuir con ellos. Si nos unimos ahora, podemos vencer este desafío y asegurar que las generaciones futuras de Pakistán tengan una oportunidad de tener el futuro brillante que merecen y de cumplir su propio potencial divino".

Aquí hay algunos lugares a los cuales puedes enviar dinero y ayuda: [www.theirc.org](http://www.theirc.org); [www.pakistanrelief.org](http://www.pakistanrelief.org); [www.pakistan-relief.org](http://www.pakistan-relief.org). Es cierto, hay programas en tu propio patio trasero, como alrededor del mundo, que necesitan nuestra energía, apoyo y generosidad. Y si esa es la dirección predilecta para enfocar tus acciones, está muy bien también, pero no dejes que la geografía sea una excusa que te impida hacer algo por los demás. Cualquier acción de compartir y de compasión afectará energéticamente el todo. El mundo nos está pidiendo que despertemos y hagamos algo. Y cuando lo hagamos, todos ganaremos.



**SWISSBRAND**   
Original Equipment



un profeta | jacques audiard

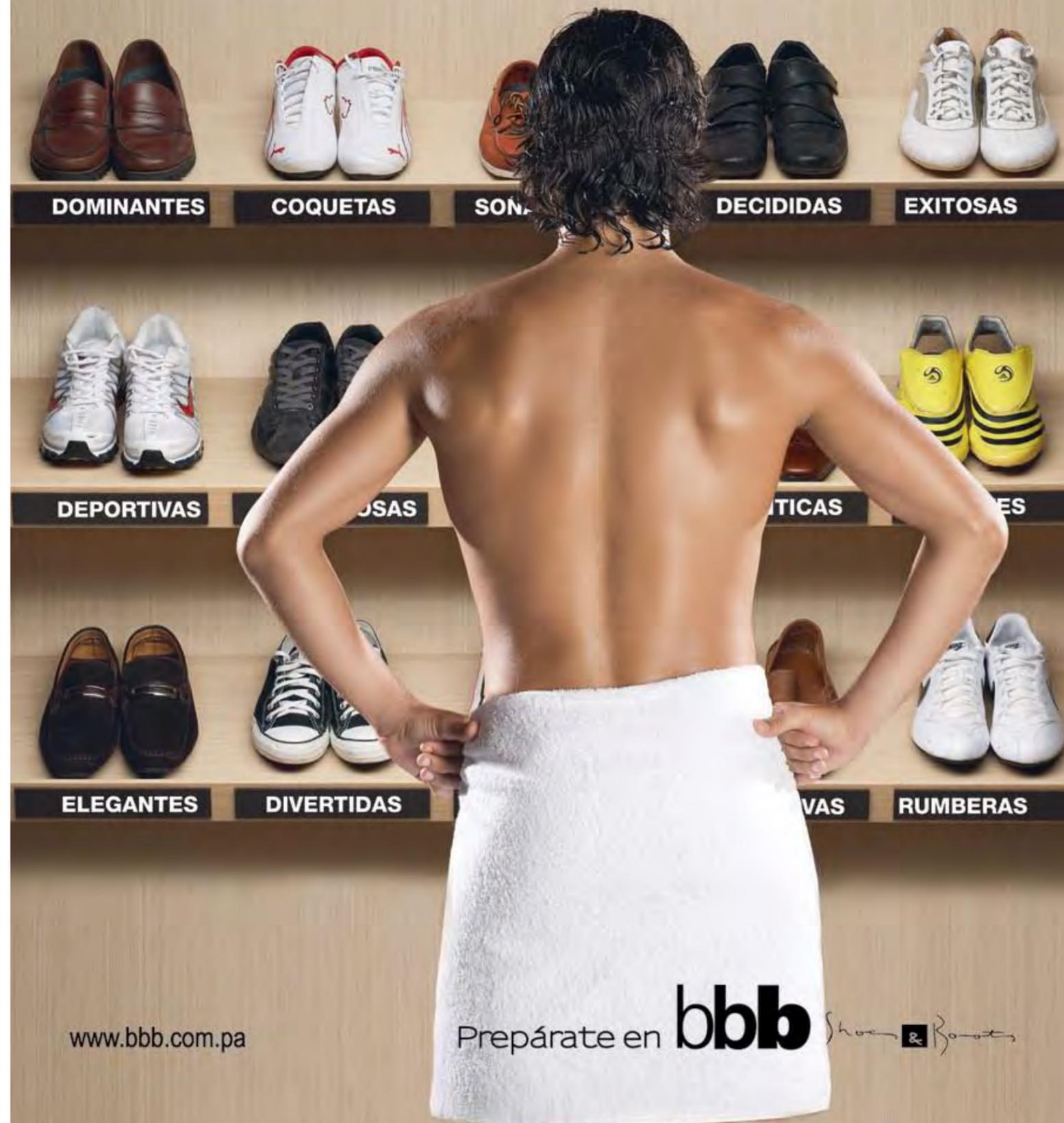
## EL BUEN APRENDIZ

Malik El Djebena (Tahar Rahim) es analfabeto y está solo en el mundo. Condenado a seis años de cárcel, el joven de 19 años llama rápidamente la atención de un grupo mafiosos de origen corso, quienes lo obligarán a acatar sus brutales órdenes. A pesar de ser francés de origen árabe, Malik entiende que la única manera de sobrevivir será ganándose la confianza del grupo liderado por César Luciani. Satisfecho con la obediencia de Malik tras varias misiones, incluyendo el asesinato de un árabe llamado Reyeb, Luciani obtiene un permiso penitenciario para que el joven aprendiz pueda hacer importantes diligencias para él en el exterior. Mientras tanto, Malik recibe una educación muy especial y utiliza lo aprendido para desarrollar una poderosa red de contactos. Un Profeta (Un Prophète) es la última entrega del director y escritor francés Jacques Audiard, quien aclara: "Un Profeta tiene como objetivo la creación de iconos para los que no tienen una imagen en las películas, como los árabes en Francia. No tiene nada que ver con mi visión de la sociedad, es una obra de ficción".

por DANA RADIC fotos por Roger Arpajou

más info:  
[www.sonyclassics.com/aprophet](http://www.sonyclassics.com/aprophet)

# Ninguna estrategia es demasiado



[www.bbb.com.pa](http://www.bbb.com.pa)

Prepárate en **bbb** Shoes & Boots



Marc by Marc Jacobs

NEW YORK CITY  
OPERA SEASON 2010-2011

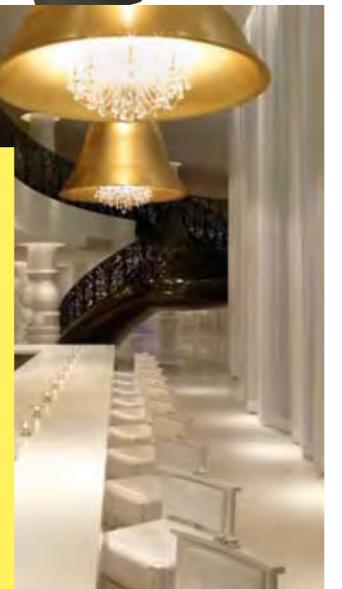


Roberto Cavalli



## baroque me like a hurricane LOUIS XIV.2

Anna Dello Russo, de Vogue Japón, dice preferir el lujo antes que la utilidad: una declaración nada sorprendente para los que la siguen por todos los blogs donde aparece vestida de pies a cabeza en dorado, plumas, pedrería y encajes. Es esa la actitud que dio paso a la creación del barroco a finales del siglo XVI. Anna es también víctima de la Balmainia, la obsesión por el Balmain de Christophe Decarnin, que estalló a finales de 2008 con su presentación SS 2009, una colección llena de studs y jeans destrozados. El diseñador francés siguió explorando esta estética hasta que llegó el momento de desvelar su colección otoño-invierno 2010/11 y, para el agrado de muchos, superó las t-shirts rotas y presentó una colección más tailored con lentejuelas, lamé y brocados, al igual que la de Roberto Cavalli, Alexander McQueen, Peter Som y algunos looks de Marc by Marc Jacobs. En la música, el Baroque Pop es caracterizado por el uso del clavicordio y arreglos musicales más orquestales que los del pop-rock regular. En años recientes, ha aumentado su popularidad con el éxito de bandas como Beach House y Fleet Foxes. Por su parte, el género emblemático del barroco, la ópera, continúa reinventándose. Haciendo tributo sus raíces, la New York City Opera muestra en la portada de su programa una obra del pintor Kehinde Wiley, quien se inspira en el arte del renacimiento y el barroco para las posturas de los sujetos que pinta y la ornamentación contra la cual los retrata. Otra interpretación contemporánea del barroco son los diseños del holandés Marcel Wanders, como el de su más reciente obra, el hotel Mondrian South Beach en Miami; proyecto que define como el castillo de la bella durmiente.





space invader couch | igor chak

## A COMFORTABLE REVIVAL

El diseñador gráfico e industrial Igor Chak (1984) nació en Vladivostok, Rusia, creció en Tokio, Japón, y estudió en Pasadena, Estados Unidos. Su pasión por las artes visuales y el diseño gráfico surgió mientras crecía en Japón, donde se empapó de su cultura, su gente y tecnología fascinante, y entendió la importancia del respeto y el honor. Desde entonces, Igor comenzó a mirar la vida desde otro punto de vista, como lo hace un verdadero artista. Inspirado en el famoso videojuego popularizado en todo el mundo por Atari a fines de los 70 y principios de los 80, Igor creó el Space Invader Couch, un cómodo sofá de cuero con dos superficies en vidrio. Tomando en cuenta que este singular ícono sigue siendo un referente en la millonaria industria de los videojuegos

de última generación, pensó que sería una idea atractiva para muchos de sus seguidores. Actualmente, Space Invader Couch está en proceso de financiación y prefabricación en serie limitada, pero Igor espera distribuir el sofá en Estados Unidos y el resto del mundo antes de lo planeado.

por DANA RADIC

más info:  
[www.igorchak.com](http://www.igorchak.com)



www.lacoste.com

LACOSTE

un peu d'air sur terre

BEN BETESH VIA ESPAÑA • BEN BETESH ALBROOK • BOUTIQUE LACOSTE MALL MULTIPLAZA  
BOUTIQUE LACOSTE MALL MULTICENTRO • BOUTIQUE LACOSTE ALBROOK MALL



furore lamp | lima de lezando

## EL FUROR DE LEZANDO

Luego de trabajar un año en una empresa de diseño de renombre internacional, Lima De Lezando, diseñador gráfico y modelador alemán (hijo de un restaurador de antigüedades), decidió independizarse y formar su oficina de diseño. Rápidamente, el joven creador radicado en Frankfurt comenzó a trabajar en sus propios proyectos introduciendo hace unos meses su última creación. Furore Lamp es una distintiva lámpara de cielo que consta de siete brazos de acero suspendidos a diferentes alturas. Diseñada idealmente como luminaria decorativa para restaurantes y hoteles, se caracteriza por recrear una atmósfera confortable y acogedora, gracias a una gentil fuente de luz manifestada en una larga bombilla en cada extremo. Si todo marcha como De Lezando planea, Furore Lamp estará disponible para la venta en Alemania entre octubre y diciembre de 2010, con un número limitado de setenta piezas. Para entonces, la lámpara podrá ser adquirida en variaciones de color, con opciones en blanco, negro, cobre y acero cromado. En el año 2011, se estima elevar la producción de Furore Lamp a doscientas unidades y ampliar la venta al resto de Europa.

por DANA RADIC

más info:  
[www.limadelezando.com](http://www.limadelezando.com)

MADE OF JAPAN

Onitsuka  
Tiger™



Ultimate 81



diesel | be stupid campaign

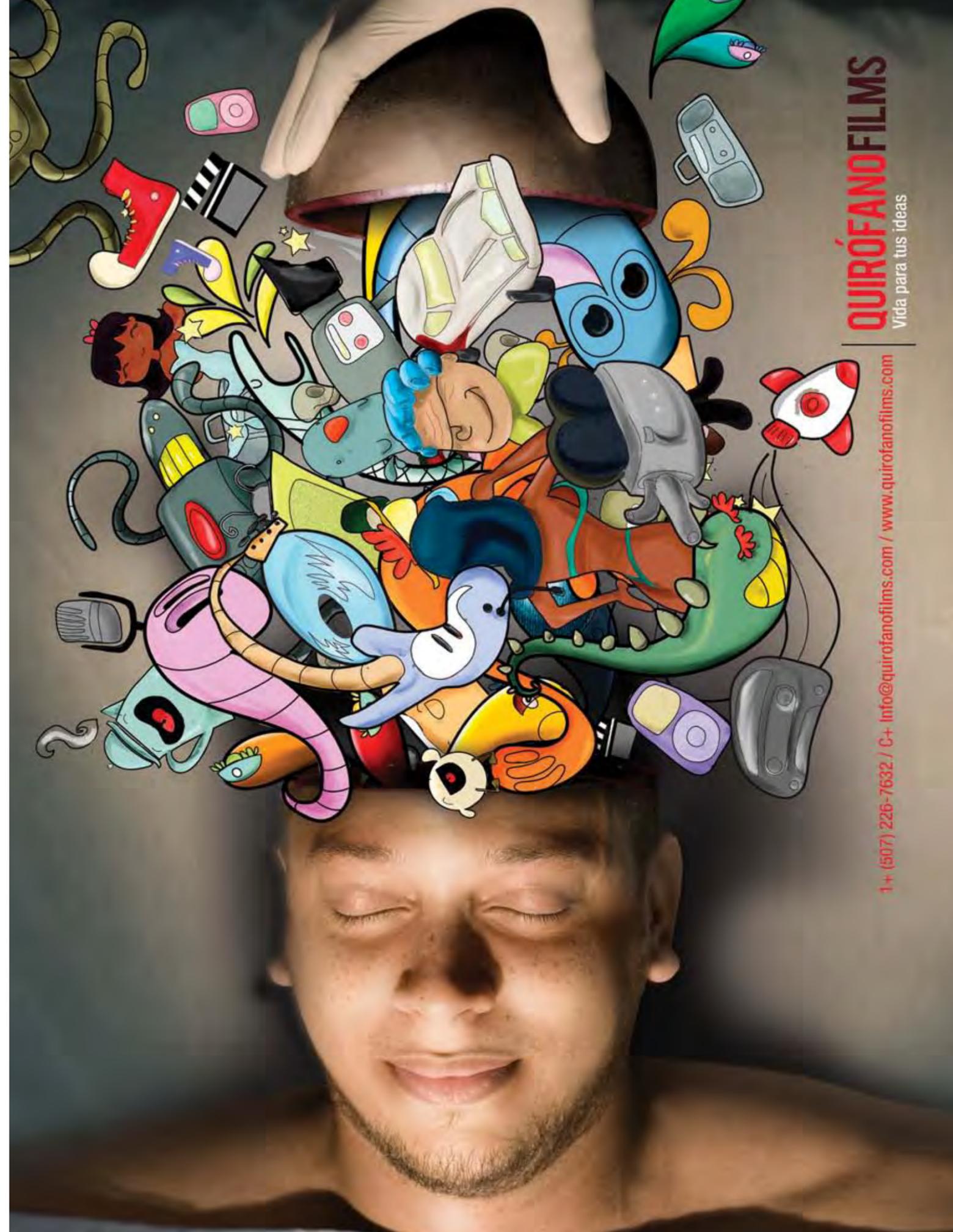
## IN STUPID WE TRUST

Diesel, la prestigiosa marca de jeans y ropa italiana fundada en 1978, ha sido desde siempre sinónimo de innovación e irreverencia. Estas cualidades han quedado impregnadas, tanto en sus colecciones, como en sus provocadoras campañas de publicidad alrededor del mundo. Este año, Diesel ha lanzado 'Be Stupid', una propuesta aún más atrevida y controversial, obteniendo el Gran Premio en la categoría Outdoor en la última edición del Festival Internacional de Publicidad Cannes Lions. 'Be Stupid' tiene que ver con ser espontáneo, tener coraje y decir que sí. Cuando alguien te dice 'no seas estúpido', lo que realmente te está diciendo es: 'No te diviertas. No te atrevas. No provoques. Entierra tu sentido del humor. Sé serio'. Los fotógrafos Kristin Vicari, Melodie McDaniel y Chris Buck, visualizaron la rebelión

positiva del movimiento 'Be Stupid', el cual fue plasmado en conjunto con crudos comentarios en una campaña multimedia concebida por el equipo creativo de Diesel, en asociación con la agencia angloamericana Anomaly. 'Be Stupid' es la clave para vivir exitosamente. Se trata de seguir a tu corazón y no a tu cabeza.

por DANA RADIC

más info:  
[www.diesel.com](http://www.diesel.com)



QUIRÓFANO FILMS

Vida para tus ideas

1+ (507) 226-7632 / C+ Info@quirofanofilms.com / [www.quirofanofilms.com](http://www.quirofanofilms.com)



marina bay sands por safdie architects

## IMPONENTE MICROCOSMOS EN SINGAPUR

En uno de los países más densamente poblados del mundo, se financió en su Central Business District un resort enorme, una plataforma que integra complejos componentes en un espacio de encuentro público. Un hotel con 2 mil 560 piezas, centro de convenciones, shopping mall, dos teatros, el Museo ArtScience, un casino, nightclubs y una plaza de eventos son parte de esta nueva zona urbana de 10 millones de metros cuadrados. El arquitecto Moshe Safdie fue invitado por Las Vegas Sands Corporation para desarrollar esta propuesta competitiva para Marina Bay. Así se creó este microcosmos de ciudad inspirado en la cultura, el clima y la vida contemporánea en Singapur. Combinando espacios interiores y exteriores, entregando un programa de múltiples actividades, esta construcción de megaescala, o gran arcada,

también conecta medios de transporte. Lo más increíble es que arriba del hotel, conectando las tres torres y de una superficie de una hectárea, se encuentra SkyPark, un oasis tropical. Es un gran observatorio, con jardines, restaurantes y una piscina de 151 metros donde se puede disfrutar de un nado en altura junto a una vista panorámica inigualable.

por CAROLINA REDONDO fotos por TIMOTHY HURSLEY

más info:  
[www.marinabaysands.com](http://www.marinabaysands.com)



**NIKE**  
SPORTSWEAR

MORE THAN  
THE GRAND SLAM

Más que los blancos de tenis y trofeos, **JUAN MARTIN DEL POTRO**.  
Nacido con un balón de fútbol a sus pies, el Club de Boca hasta la médula.  
[nikesportswear.com](http://nikesportswear.com)

**Nike Store**  
Tels.: 215 0661 • 215 0662  
Mall Multiplaza

**Nike Women**  
Tels.: 215 0481 • 215 3495  
Mall Multiplaza

**Nike Store Albroom**  
Tels.: 314 7119 • 314 7117  
Pasillo del Delfin



exhibición make up en museo del diseño en zürich

## DESIGNING SURFACES

El término make up se relaciona con el maquillaje, por su sentido de retocar y mejorar una apariencia facial, pero también el concepto se aplica en arquitectura o en diseño para cuidar, arreglar o adaptar situaciones. En el área del diseño, las texturas y los materiales han aumentado su importancia en comparación a las formas y su construcción. Este cambio ha sido condicionado por el variado desarrollo de opciones en sus diferentes capas. Make Up - Designing Surfaces es la primera exposición completamente dedicada a la forma de las superficies de productos de esta área. La presentación va desde objetos hasta muestras de materiales que investigan las diferentes apariencias y así un variado impacto en nuestras percepciones. Superficies Glossy o Matte son

responsables de la dirección de la luz que cae en los objetos. Los relieves proveen una estimulación táctil y los pulidos exponen una impresión de autenticidad. Más de 200 piezas, que comprenden desde clásicos a productos del día a día, incluyendo creaciones contemporáneas de Front, Konstantin Grcic, Alfredo Häberli, Kenya Hara o Jasper Morrison pueden ser visitadas hasta el 2 de enero de 2011.

por CAROLINA REDONDO

más info:  
[www.museum-gestaltung.ch](http://www.museum-gestaltung.ch)



UPTOWN STORE MULTIPLAZA

for all mankind



**lacoste**

## COLECCIÓN OTOÑO-INVIerno 2010/2011

Las frescas temperaturas del otoño y el abrumador frío del invierno refrescan el ingenio del equipo creativo de Lacoste, el cual continúa inspirado en la filosofía de vida de la marca francesa para ofrecer un cálido fin de año, reflejado a través de una vibrante paleta de tonos y abrigadoras texturas. Descomplicada, elegante, casual, cómoda y colorida, son tan solo algunas de las características notables en la propuesta de Lacoste para esta temporada, formada por dos subcolecciones principales: Club y Bloque. Mientras que Club se concentra en la construcción, deconstrucción y reestructuración de piezas clásicas, a las que se les ha incorporado volumen y proporciones extra grandes. Bloque comunica claramente la herencia Sportswear de Lacoste con el uso de vivos colores, que

aportan solidez y carácter a cada elemento. La practicidad de Lacoste se materializa además en la versatilidad de varias piezas de la colección, pues muchas son reversibles, invitando a jugar con ellas y yuxtaponerlas para lograr múltiples combinaciones. El emblema de la marca encuentra nuevas formas de incorporarse a los atuendos, en tonos sobretonos, relieves o repujados sobre materiales, asomándose sutilmente en algunas ocasiones, pero siempre expresando el estilo de sofisticación y elegancia sport de Lacoste.

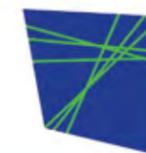
por **ESTHER PANG**

más info:  
[www.lacoste.com](http://www.lacoste.com)



Foto: Silvia Grünhut

No es fácil ser diferente,  
pero vale la pena.



**Towerbank**  
Diferente de verdad

Patrocinador del  
**BIOMUSEO**  
DISEÑADO POR FRANK GEHRY

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



**lady million | paco rabanne**

## LA NUEVA DIVA DORADA

Su rubia cabellera brilla gracias a los flashes que la persiguen, la cámara la ama y ella lo sabe, por eso camina con seguridad e inunda la habitación con su sensual aroma, chasquea los dedos y el mundo se pone a sus pies. Sólo puede tratarse de Lady Million. Encarnada en la modelo y actriz, Dree Hemingway, la mujer que Paco Rabanne propone esta vez es una femme fatal exitosa e independiente como Dree, quien antes de convertirse en la nueva musa de la casa Rabanne ya había causado impacto mundial en las portadas de Vogue y como rostro de Gucci, al igual que Jean Paul Gaultier. A pesar de ser la bisnieta de Ernest Hemingway, Dree tiene la capacidad de brillar con luz propia porque, de la misma forma

que Lady Million, siempre encuentra la manera de diferenciarse del resto y de ser aclamada por su verdadera esencia. Igual de audaz y seductora que la mujer que lo porta, la fragancia va evolucionando de manera caprichosa, primero con salidas de naranja amarga y frambuesa, luego una embriagante etapa floral con azahar al igual que jazmín zambac, para terminar perpetuando en la piel la dulzura adictiva del pachulí bañado en miel.

más info:  
[www.pacorabanne.com](http://www.pacorabanne.com)



**BUFFALO**  
DAVID BITTON

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



**kitchen nano garden**

## JARDÍN INTERIOR HIDROPÓNICO

Si eres vegetariano o te interesa comer verdaderamente sano y no tienes un jardín exterior donde podrías cosechar tus alimentos, la nueva idea de última tecnología de Hyundai iluminará tu día. Se llama Kitchen Nano Garden y es un jardín para el interior de tu hogar. Se parece a un refrigerador abierto, con repisas de metal, compartimientos de vidrio y un sistema controlado de clima, luz LED y nutrientes. La gracia es que podrás cultivar tus vegetales, hierbas y también flores, usando agricultura hidropónica, saludable método que utiliza soluciones minerales en vez de suelo agrícola y a la vez no emplea fertilizantes ni pesticidas. La llave para el uso de este producto es el nivel de control de los elementos mencionados, ya que así decides la rapidez

de crecimiento de tus cultivos. Adicionalmente, Kitchen Nano Garden te brindará una fragancia verde fresca que purificará naturalmente el aire de tu espacio. El concepto fue creado por los coreanos Hyunjung Lee, Jaeyong Park, Changjin Shon, Seulki Park (de Hyundai) y Ill-woong Kwon (de Gromo) y ganó el bronce en el Fast Company 2010 Idea Awards.

por **CAROLINA REDONDO**

más info:  
[www.hdec.kr](http://www.hdec.kr)



**Studio F**®

[www.studiof.com.co](http://www.studiof.com.co)

Multiplaza - Multicentro - Albrook Mall - Vía España - Metromall

**cartier**  
**ROADSTER S**

Esta versión del tradicional Roadster es una reinterpretación sport del lujoso reloj inspirado en los automóviles de carrera de los años 50 y 60. Roadster es un clásico que nunca pasa de moda, ya sea para un look formal, todo en plata, o casual, intercambiándole la correa por una negra.



**tissot**  
**SAILING TOUCH**

Para navegar con estilo, Sailing Touch permite cambiar de modalidad para saber la altitud, presión o información sobre el puerto más cercano y el clima. Su caja de acero con franja roja y reflectivos permite divisarlo fácilmente y su pulso de caucho lo hace sumergible bajo el agua.

**omega**  
**CONSTELLATION**

Como un tributo a las estrellas de Omega, una reedición de la línea Constellation es lanzada de la mano de tres figuras inolvidables: Nicole Kidman, Cindy Crawford y Zhang Ziyi. Todas comparten la hermosura y elegancia de los relojes que portan, bellas combinaciones de oro y diamantes.



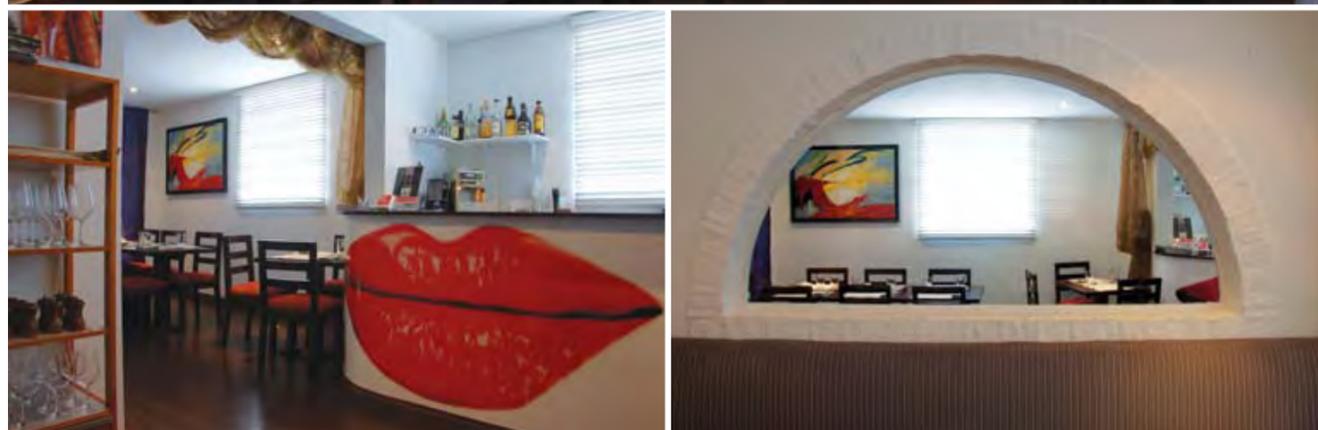
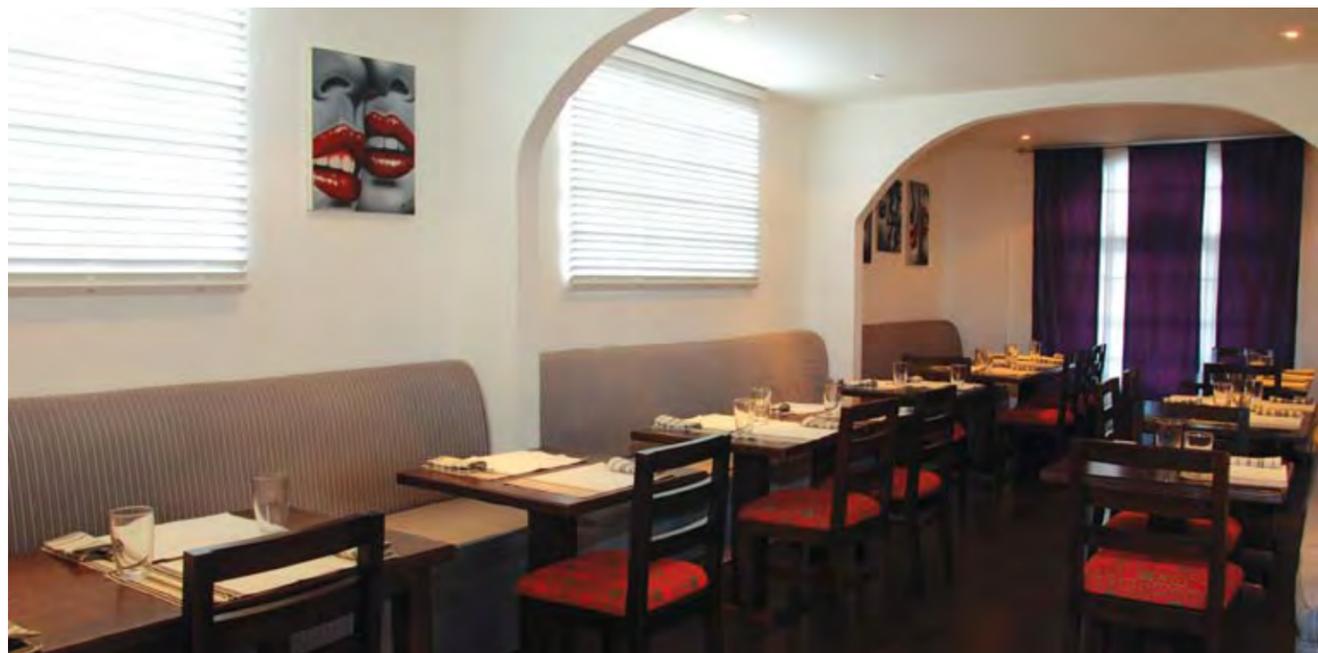
Uno de los  
**9 mejores**  
del mundo...

ICSC GLOBAL AWARDS  
Best of the Best  
INTERNATIONAL COUNCIL OF SHOPPING CENTERS  
2010 BEST-OF-THE-BEST AWARD HONOREE  
DESIGN AND DEVELOPMENT  
MULTIPLAZA PACIFIC  
PANAMA CITY-PANAMA

Multiplaza Pacific fue reconocida con el premio Best of the Best en la categoría de Diseño y Desarrollo Comercial por International Council of Shopping Centers (ICSC) 2010, gracias al diseño de expansión del sector "Camino del Sol".

Estos premios, que reconocen diseño y desarrollo comercial, sostenibilidad, mercadeo y servicio a la comunidad, también fueron otorgados a países como Japón, Turquía, Estados Unidos y Chile, situando a Panamá nuevamente entre los grandes.





**casa tua**

## DELEITE CULINARIO AL CALOR DEL HOGAR

A lo largo de su carrera como chef, Massimo Esposito ha recorrido las mejores cocinas de Europa, Asia y América, abriéndole las puertas a una cultura cosmopolita que hoy se refleja en su restaurante Casa Tua. Con una decoración que destaca la experiencia sensorial de la gastronomía, este acogedor espacio mezcla la tradición italiana con un vibrante ambiente estilo neoyorquino, en el que su detallista atención incluye personal capacitado para recomendar platillos y variaciones según el ánimo del comensal, convirtiendo la carta en una guía, de la que resaltan Il Carpaccio di Massimo en salsa de mostaza, el delicado Risotto Carnaroli al Tartufo con hongos, Mantecato al Parmesano y salsa de trufas; o el afamado pulpo con porotos. Brindando espacio para la creatividad, los miércoles y viernes Massimo selecciona los ingredien-

tes más frescos del día para sorprender con una cocina de autor innovadora. La sección del bar ofrece finos licores y vinos de todas las regiones de Italia, así como una exquisita variedad de cocteles internacionales a cargo de un experimentado bartender. Y para completar una velada inolvidable, es imposible marcharse sin un buen café italiano o una agradable charla con Massimo, quien pasará por su mesa para asegurarse de que se sienta como en casa. Ubicado en Calle 72 San Francisco, casa No. 4, Casa Tua le espera de lunes a sábado de 12:00 p.m. a 3:00 p.m. y de 6:30 p.m. a 10:30 p.m.

más info:  
teléfono 270-4803





**cambodia**

# EL MÍSTICO LUJO DE LOS TEMPLOS

Una fascinante combinación entre cultura y relajación presenta este recorrido por los templos de Angkor, un complejo de santuarios budistas nombrados patrimonio de la humanidad por UNESCO. Junto a paisajes que roban el aliento, la paz que transmite este lugar es ideal para renovar energías mientras se disfruta de un trato VIP, desde el arribo al aeropuerto hasta la estadía en el majestuoso hotel Amansara, donde el spa, la piscina y otras amenidades se perfilan como actividades paralelas a las visitas guiadas por Angkor. Un exclusivo paseo en globo permitirá apreciar desde otro punto de vista la colosal arquitectura de los mil y un templos dedicados a las deidades. También disfrutará de una singular tarde en una villa tradicional, con paseos por los alrededores junto a un historiador experto en la zona. Para culminar, la visita a un templo en la jungla por un camino de antorchas y velas preparará el ambiente para una cena privada en aquel deslumbrante escenario, con lo mejor de la gastronomía internacional y danzas de la región para que la experiencia sea inolvidable.

Quintessentially, un club privado con presencia global, trabaja las 24 horas al día, 7 días a la semana para atender a sus miles de miembros, manejándoles y mejorándoles su estilo de vida donde sea que se encuentren. Con 50 oficinas internacionales y miles de proveedores alrededor del mundo, usted encontrará un verdadero universo de posibilidades. Quintessentially se dedica a conseguirle lo que quiera, cuando quiera, donde quiera.

## QUINTESENTIALLY

Para más información por favor contactar a [infoqa@quintessentially.com](mailto:infoqa@quintessentially.com)



**JUST cavalli**  
jewels

Decò

De venta exclusiva en **MORELLATO**

Multipiazza 302-3160 | Metromall 300-3362 | Multicentro 300-2138 | Albrook Mall 300-3356  
Nivel 200 | Plaza Central | Sector Atlántico | Pasillo del Delfín

# sonido

por Carolina Redondo



## EVERYTHING EVERYTHING

DESAFIANTE Y MULTIFACÉTICO DEBUT BRITÁNICO

ORIGINARIOS DE MANCHESTER, NEWCASTLE Y KENT, EL CUARTETO HA REDEFINIDO EL SIGNIFICADO DE SER UNA BANDA DE GUITARRAS DEL 2010. CREAN UN ORIGINAL Y VIBRANTE SONIDO POP CON UNA CONSTANTE DESAFIANTE FÓRMULA DE COMPLEJAS ESTRUCTURAS Y MELÓDICAS SENSIBILIDADES. FUERON SELECCIONADOS COMO UNO DE LOS 15 ACTOS PARA LA BBC SOUND ESTE AÑO.

Crecieron con un deseo compartido de crear música inteligente y diversa que transforme y reorganice una amplia selección de influencias, tales como The Beatles, R. Kelly, Michael Jackson, Steve Reich, Ezra Pound o The Smiths. Girando para todos lados tales puntos referenciales y desafiando géneros, desarrollaron un ingenioso y fenomenal estilo. La banda se formó el 2000 y la componen los deliberadamente excéntricos Mike, en batería; Jonathan, en la voz líder, guitarra y laptop; el bajista Jeremy; y en la otra guitarra, Alex; todos aportan con sus voces y comparten profesionalmente el apellido Everything. Man Alive es su álbum debut el cual redefine el pop con aventuradas y poéticas letras y una habilidad de cruzar varios géneros en el espacio de una canción. La voz de Jonathan te envuelve con armónicos falsettos y un interesante estilo que sube y baja con brillante delicadeza y profundidad. MY KZ, UR BF abre el disco con una inigualable confianza iluminando el camino a seguir con su ritmo R&B. Le sigue la veloz Qwerty Finger que nos entrega eufóricos sintetizadores y una aullante voz que gira para después hacer una pausa, creando un sonido de entorno casi surrealista. Schoolin' se inicia con unos silbidos para pronto arrastrarte por diferentes ritmos tales como pop, electro, jazz, funk y progressive. Leave The Engine Room es calmada, el vocalista se desliza con la letra "And if all the boys say you did it / And all the girls say you did it / then man, you're as guilty as the ones that came before". Everything Everything sabe cómo manejar sonidos crecientes con inesperados giros y un delicioso carisma que brillará en su variedad.

[www.everything-everything.co.uk](http://www.everything-everything.co.uk)

## HILFIGER DENIM

### UNA AVENTURA POR LA HISTORIA HILFIGER DENIM Y LA MÚSICA

La música siempre encuentra inspiración en el pasado, rindiendo homenaje a los ídolos del ayer, pero a la vez abriendo paso hacia nuevos horizontes sonoros. Así mismo, la nueva colección Hilfiger Denim Fall 2010 está influenciada por los grandes descubrimientos o exploradores americanos, desde colonizadores y astronautas hasta los que, en los años 80, revelaron una nueva cultura que hasta hoy día continúa redefiniendo la moda y la música, una y otra vez.

## reviews



### JANE BIRKIN SERGE GAINSBOURG

La famosa versión del tema Je t'aime. Mon Non Plus que el revolucionario Gainsbourg y la dulce Birkin grabaron juntos y lanzaron el 69, es un clásico que causó revolución y gran notoriedad por su sensual letra apoyado de convincentes gemidos que culminan en un simulado orgasmo. Logró ser el primer tema de lengua extranjera en alcanzar el puesto número uno en UK y también fue prohibido en algunos países por su propuesta. Este y otros temas del genial dúo con influencias rock y pop es reeditado este año por Light in the Attic Records. [www.lightintheattic.net](http://www.lightintheattic.net)



### TOTAL 11 VARIOUS ARTISTS

La compilación de dos CD del sello Kompakt en Colonia refleja la diversidad de sus recientes aventuras, presentándonos a sus nuevos talentos y también lo nuevo de sus conocidos veteranos. Música electrónica moderna con múltiples subgéneros que fluyen por arreglos mid-tempo, spacey rockabilly, R&B bounce, UK funky y su conducido dance music. A través de los años, Kompakt ha demostrado que el tecno no sólo necesita ser melódico, emotivo e impecablemente producido, sino que también puede ser divertido.

[www.kompakt.fm](http://www.kompakt.fm)



### AGNES OBEL PHILHARMONICS

Agnes Caroline Thaarup Obel es una joven chica de Dinamarca residente en Berlín que posee una bonita, calmada y suave voz que combina con piano y algunos arreglos, destacando la percusión y el violonchelo. Su álbum debut se siente teatral y bastante oscuro, pero también inquieto. Se parece a una especie de colección de encantadores cuentos de hadas musicales, glaciales y lleno de momentos idílicos hermosos. Obel tiene el poder de entregarse con un frágil estilo produciendo en tus oídos un estado de relajación.

[www.myspace.com/obelmusic](http://www.myspace.com/obelmusic)

## new album

### LAND OF TALK CLOAK AND CIPHER

Este es el segundo disco del trío indie rock de Montreal liderado por la cantautora y guitarrista, Elizabeth Powell, el bajista Joseph Yarmush y el baterista Andrew Barr. Luego de haber sufrido una hemorragia en sus cuerdas vocales, Powell lucha con sus físicas limitaciones las cuales le abren un camino de descubrimiento personal que revela inhibiciones anónimas. Cloak and Cipher es su retorno a la forma, creando nuevos temas que simbolizan un renacimiento con complejas instrumentaciones y trascendentes momentos melancólicos. Ejemplo es Color Me Badd que significa I Wanna Sex You Up. Un disco de guitarras, que avanza técnicamente en su sonido e intenta variedades de aproximaciones de soñadora imaginación y elegantes pedales. Colaboran el baterista de Arcade Fire, Jeremy Gara, en Quarry Hymns; y en otras, Patrick Watson y miembros de Stars, Winter Sleep, Besnard Lakes y Esmerine.

[www.myspace.com/landoftalk](http://www.myspace.com/landoftalk)



## playlist



Pedro Fonseca

### SUMMER CAMP YOUNG

Tipo fotos Polaroid, con un sonido retro y dulces coros synth-pop, Summer Camp hace su glorioso debut con su EP Young, lleno de ganchos eternos y afectiva melancolía. El multi-instrumentalista Jeremy Warmsley (quien ha lanzado dos álbumes con su solo proyecto anteriormente) y su pareja Elizabeth Sankey (editora de Platform Magazine) son el dúo el cual se inspira en el rizado mundo de los 80 y en las películas de John Hughes interpretando en su música esa carisma lo-fi con delicada nostalgia. La voz de Sankey es primordial y encantadora, calzando muy bien con la onda y simplicidad del disco. Capturan el momento de la confusión de ser joven y a veces vulnerable.

Favoritas son Why Don't You Stay, Ghost Train y Was It Worth It, todas con una curiosa y sincera calidez y sentido de ambivalencia. Summer Camp es un buen experimento de una pareja que explora el amor con sonidos electrónicos.

[www.myspace.com/summercampmusic](http://www.myspace.com/summercampmusic)



### ALESSANDRA GRAU FASHION DESIGNER

01. NO ONE SLEEPS WHEN I'M AWAKE - The Sounds
02. 4 SONGS AND A FIGHT - The Sounds
03. CRYSTALISED - The XX
04. VCR - The XX
05. ISLANDS - The XX
06. BROKEN - Gorillaz
07. TO BINGE - Gorillaz
08. READY TO START - Arcade Fire
09. MODERN MAN - Arcade Fire
10. SPRAWL II - Arcade Fire
11. DOWN BY THE RIVER - Neil Young
12. CINNAMON GIRL - Neil Young

### HILFIGER DENIM FALL 2010

Si hay un concepto definitivamente universal en nuestras vidas es la música; y es que hay tantos géneros, sonidos, ritmos, voces e instrumentos como existen personas con diferentes cuerpos, actitudes y estilos; Hilfiger Denim nos brinda en su colección Fall 2010 un modelo pensado en cada uno de nosotros, desde cómodos fits para las tomboys y las bohemias hasta slim fits para aquellos realmente rocanroleros.



# i ♥ youtube



## MARÍA RAQUEL COCHEZ

En un siglo en el que nadie parece tener tiempo para llevar un estilo de vida que refleje la esencia de sus convicciones, aparece María Raquel Cochez para romper con algunos paradigmas. Nacida en Panamá, pero residente desde hace algunos años en Estados Unidos, esta artista egresó de Bellas Artes con enfoque en Textiles del Savannah College of Art and Design en 2002. Un tema recurrente en su obra es la obsesión por la comida y sus repercusiones en la vida de las mujeres, como problemas de autoestima u otros detalles íntimos que suelen ser incómodos, los que plasma a modo de crítica social con matices humorísticos, siempre cuestionando lo "apropiado" y lo "inapropiado". Su trabajo incluye instalaciones, fotografía, readymades, performances, video y pintura, expuestas en cuatro exhibiciones individuales en Panamá y Estados Unidos, y en colectivas en México, Panamá, Guatemala, Estados Unidos y Puerto Rico. Este mes estará presentando sus obras en el festival VALOARTE (Costa Rica) y en la Bienal Centroamericana (Nicaragua) en noviembre de este año. La otra parte de la vida de María Raquel transcurre en su casa, en Atlanta, en donde se dedica a la educación de sus tres hijas, a las que enseña mediante homeschooling.



### BLU - BIG BANG BIG BOOM

Esto es increíble. Cuando lo veo, quedo perpleja por la producción y la ruta continua que se usó. ¡Qué atrevido apropiarse de tanto espacio público! Me encanta.



### YOSEMITEBEAR DOUBLE RAINBOW

Este video captura una cualidad humana que se nos escapa cuando nos volvemos adultos. Pienso que es muy refrescante ser testigos de este hombre impresionarse tanto por la naturaleza. Ya saben, puede que esté actuando, pero quiero creer que no lo está. Todavía me siento así sobre ciertas cosas en la vida.



### AUTO TUNE THE RAINBOW

¡Qué gracioso! Ver esto después del Double Rainbow Guy casi me mata. Amo lo que la gente está haciendo en YouTube. Apropiación sin remordimientos. Qué maravillosa manera de compartir nuestra creatividad. Este sitio es un vehículo en el que los seres humanos colaboran artísticamente, ya sea intencionalmente o no.



### GIRL TALK - PLAY YOUR PART (PT. 1)

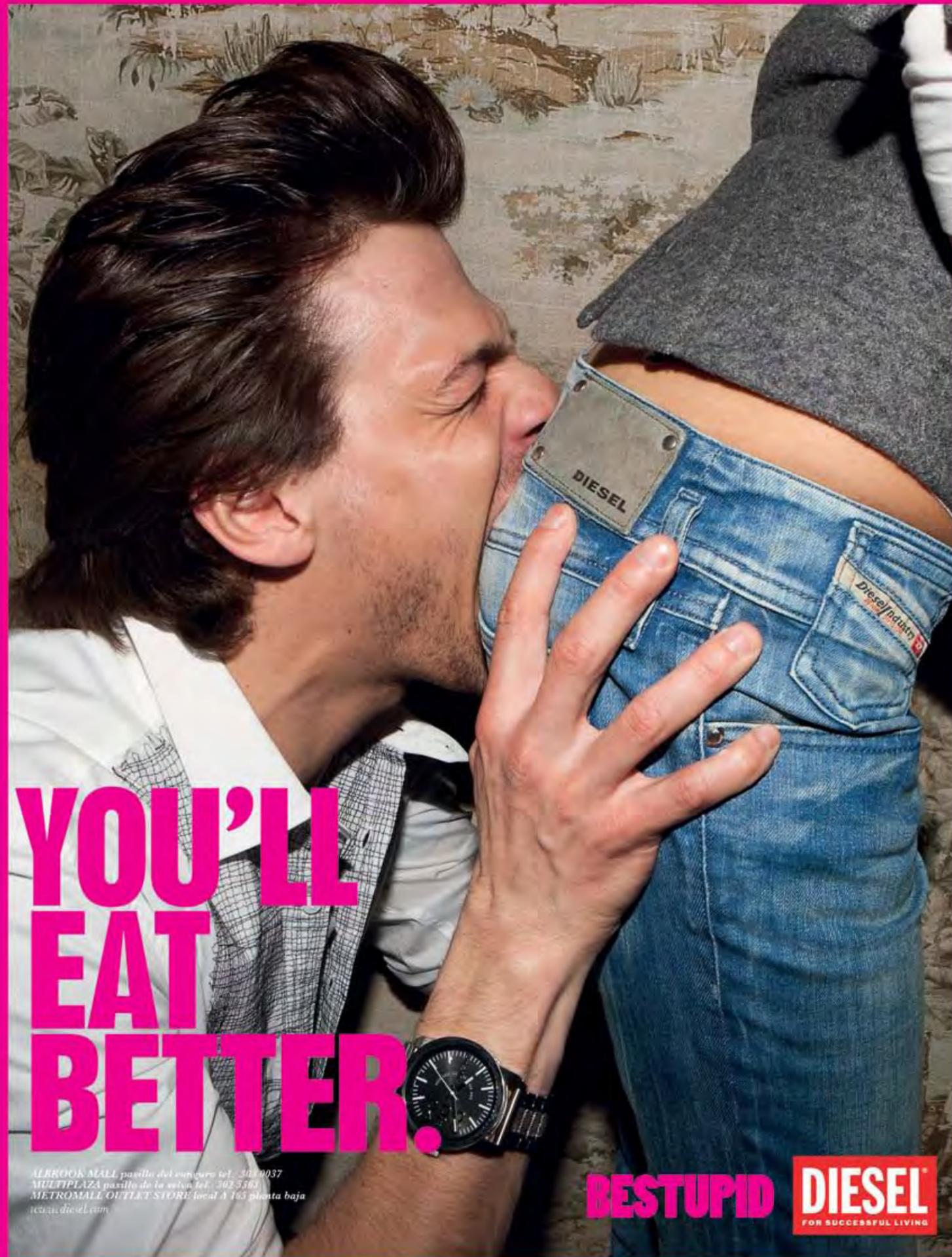
Algo sobre esta pieza mueve algo dentro de mí. Girl Talk es un músico que hace "mash-up style remixes". Está cuestionando las leyes de copyright. Ha producido 4 LP bajo la compañía disquera Illegal Art, que me dan risa. También como confesión, "Nothing Compares To You" es mi canción favorita en todo el planeta.



### CHAT ROULETTE FUNNY PIANO IMPROV #1

Si no estuviera casada, comenzaría a acosar a este hombre. ¡Qué buen artista! Realmente admiro a los comediantes. Hacer a la gente reír genuinamente es algo difícil de lograr. Y luego está Chat Roulette, que me parece una idea increíble. ¡Te amo, Merton!

para encontrar los videos ingresa los titulos en el campo de búsqueda de YOUTUBE



YOU'LL  
EAT  
BETTER.

ALBROOK MALL pasillo del comercio tel. 301.9037  
MULTIPLAZA pasillo de la salud tel. 302.3503  
METROMALL OUTLET STORE local A 103 planta baja  
103@diezel.com

**BESTUPID** **DIESEL**  
FOR SUCCESSFUL LIVING

we ♥ earth



**BOXED WATER IS BETTER | AGUA ECOLÓGICA**

Boxed Water is Better es una empresa que ayuda a preservar el medio ambiente envasando agua en cajas de cartón en lugar de botellas de plástico. El 76% de cada contenedor de agua está elaborado con recursos renovables extraídos de árboles, los cuales vienen de plantaciones bien controladas que evitan la deforestación. En su compromiso con el medio ambiente, Boxed Water is Better destina el 20% de sus ganancias a diferentes organizaciones dedicadas a la reforestación y la preservación del agua en nuestro planeta. Gracias a su forma rectangular, aparte de contener agua en un envase reciclable, las cajas son transportadas más eficientemente que las botellas de plástico. [www.boxedwaterisbetter.com](http://www.boxedwaterisbetter.com)

**eco power**



**NOON SOLAR**  
ENERGÍA PORTABLE

Noon Solar es una empresa dedicada a la fabricación de bolsos y carteras eco-sustentables. Sus fundadoras, Jane Palmer y Marianne Fairbanks, se conocieron en el programa MFA del Art Institute of Chicago, y su empresa partió en la primavera de 2002, como un proyecto de arte en respuesta a la inminente guerra en Irak. Gracias a su experiencia en textiles, cuentan con diferentes colecciones en fibra, cuero y tela teñidas a mano con tintas vegetales y naturales. El exterior de cada bolso cuenta con un panel solar delgado y flexible, el cual carga un set de baterías en el interior, con el propósito de proveer de energía a un teléfono celular, un iPod, una cámara fotográfica, etc. Basta con colocar el panel solar cerca de una ventana cuando estés en el trabajo, casa, auto, bicicleta, caminando, o en cualquier oportunidad que estés expuesto a los rayos del sol. Independiente de si está nublado o lloviendo, el panel captará los rayos UV del sol cargando las baterías de igual forma. En un día soleado, se cargarán completamente en 6-8 horas. En un día nublado, tardarán un poco más. [www.noonstyle.com](http://www.noonstyle.com)

**eco awards**



**PREMIOS FORD 2010**  
CONSERVACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Por sexto año consecutivo, los Premios Ford (Ford Motor Company) premian los esfuerzos por conservar el medio ambiente y la cultura. Reconociendo a los mejores proyectos dedicados a esta causa, Ford Motor Company cumple 27 años realizando este certamen alrededor del mundo y anuncia la apertura oficial de las inscripciones para la sexta edición de los Premios Ford 2010. Esta iniciativa es parte de un programa global creado por Ford Motor Company, el cual es uno de los más grandes de su tipo en el mundo y está dedicado a ofrecer apoyo financiero a proyectos en ejecución dirigidos a la conservación de los recursos naturales y la herencia cultural en más de 40 países. Este año, podrán hacerse acreedores de un premio compartido de \$10,000 aquellos proyectos sin fines de lucro que estén en ejecución y que se ubiquen en alguna de estas tres categorías: Conservación y Educación Ambiental, Conservación y Educación de la Herencia Cultural, Ingeniería de la Conservación. El periodo de recepción de documentos ya comenzó, y se extiende hasta el 22 de octubre de 2010. Formularios e información: [www.premiosford.com](http://www.premiosford.com)

**eco at home**

**\*ALIMENTACIÓN SANA SIN PROTEÍNA ANIMAL.** Está comprobado que consumiendo periódicamente nueces, semillas de linaza, chía y calabaza, se reemplaza la dosis de Omega 3 presente en una porción de salmón. Los derivados de la soja, granos enteros, plátanos, lentejas y frijoles reemplazan otras proteínas y minerales presentes en pescados y mariscos.

**\*CAMINA, CAMINA, CAMINA.** Caminar es el mejor ejercicio para el cuerpo y el planeta. Cada vez que las condiciones climáticas y el tiempo lo permitan, deja el auto en casa y camina al trabajo, la cafetería, la farmacia, etc. Da lo mismo cuánto camines. Lo importante es que te harás un bien mientras cuidas del medio ambiente.

**\*COMER AJO Y AJÍ BENEFICIA LA SALUD.** El ajo ayuda a tener una mejor circulación sanguínea. Ayudando a impedir la formación de coágulos, tiene propiedades antibacteriales y efectos antivirales. El ají o chile, también beneficia la circulación, ayuda a combatir el cáncer de próstata y evita la formación de úlceras. Ambos, consumidos de forma regular, ayudan a mantener la salud de nuestro organismo.

ANTES IBAN A LA PLAYA  
POR TU CASA.

AHORA, POR  
EL KEG.



Heineken 5 Lts.  
DraughtKeg



ENFRIAR POR  
10 HORAS



SE CONSERVA  
POR 30 DÍAS



RINDE 5 LITROS



20 VASOS



CUANDO MANEJE, NO TOME.





**pink pony fall 2010**  
**THINK PINK**

Hace diez años, Polo Ralph Lauren hizo una promesa: un compromiso con la batalla global contra el cáncer, La Campaña Pink Pony. Su misión: reducir las discrepancias en el cuidado de esta enfermedad entre comunidades de bajos recursos médicos y asegurar que el tratamiento necesario esté disponible lo más temprano posible, cuando son mayores las probabilidades de recuperación del afectado. Cuatro lujosas piezas rosadas de edición limitada fueron creadas en piel de cocodrilo para celebrar este aniversario: el bolso Ricky 33, un checkbook wallet, una pulsera tipo cuff con el candado Cooper, y un reloj del emblemático estribo de Ralph Lauren en oro rosado con una hilera de diamantes. Todas las ganancias de la venta de estos artículos se dirigen al Pink Pony Fund, mientras que los otros artículos de la colección Pink Pony Fall 2010 aportarán un 10% de sus ventas a beneficio de esta noble iniciativa. La amplia variedad de productos pink incluye ropa y accesorios para la mujer, artículos para el hogar y piezas de vestir para niños, todos modernos y elegantes, pero más importante aún, representan un gran apoyo para esta importante causa.

más info:  
[www.ralphlauren.com](http://www.ralphlauren.com)



## MICHELLE ZARAK

### SIGUIENDO SUS INSTINTOS PARA CONQUISTAR LA PASARELA

**hace ya diez años que este ícono de la moda panameña lanzó su primera colección bajo su mismo nombre y alcanzó el éxito instantáneo. Sin embargo, al igual que sus diseños, Michelle ha logrado reinventarse y mantenerse relevante, y es que su personalidad sencilla es plasmada en sus creaciones, convirtiéndolas así en las elegantes y atemporales piezas que adornan las pasarelas de su marca en los eventos de moda más importantes del país y la región.**

por **MARISTELLA GONZÁLEZ** fotografía **RAPHAEL SALAZAR** dirección **JUAN JOSÉ RINCÓN** producción **SOLANGE QUINTERO**

**¿QUÉ TE HIZO REGRESAR A PANAMÁ EN 1995. CUANDO SER DISEÑADOR DE MODA ERA AÚN MÁS INAUDITO QUE HOY DÍA. LUEGO DE ESTUDIAR Y TRABAJAR EXITOSAMENTE EN ITALIA?**  
Me enamoré de un panameño y ese fue mi mayor impulso. Ya había terminado los estudios hace dos años y toda mi familia vivía aquí.

**¿POR QUÉ PREFIERES DISEÑAR PRÊT-À-PORTER Y NO ALTA COSTURA?**

Pienso que el haberme criado en Italia me influenció mucho en esto. Allá está más arraigada la industria de prêt-à-porter. En mi escuela no enseñaban a coser, porque como es tan fuerte la industria de las fabricas, es probable que un diseñador no cosa sino que más bien supervise las muestras. Por lo menos donde yo estudié. Además, me encanta hacer algo que uno se pueda poner con un pantalón o como un vestido, cosas que puedes combinar de varias formas. Hasta los vestidos de gala que hago por pedido son de varios componentes o partes, para que mi clienta pueda volverlo a usar de otra manera. Todos mis diseños son prácticos.

**TUS DISEÑOS SE CARACTERIZAN POR SER FRESCOS Y ETÉREOS. ¿ES ESA TU INTENCIÓN?**

No tengo una intención en particular, soy una

persona sencilla, no me complico. Sólo sigo mis instintos.

**¿ESTÁS PENDIENTE DE LAS TENDENCIAS GLOBALES O MARCHAS AL RITMO DE TU PROPIO TAMBOR?**

Sigo las tendencias en parte, pero diría que mucho al ritmo de mi propio tambor.

**¿CÓMO ES LA MUJER PARA LA CUAL DISEÑAS?**

Una mujer que lleva una vida activa, y que a la vez se quiere sentir cómoda y atractiva de una manera sutil. Una mujer real, sofisticada, que sabe vivir más allá de sus fuerzas.

**¿A QUÉ CREES QUE SE DEBE TU ÉXITO Y LA GRAN ACOGIDA QUE HAN TENIDO TUS DISEÑOS EN PANAMÁ?**

En primer lugar mi trabajo me apasiona mucho. Otra razón puede ser que mis diseños son fáciles de llevar y sobretodo versátiles, en muchos casos han pasado los años y se siguen viendo actuales.

**¿HAS CONSIDERADO EXPANDIR TU MARCA E INCLUIR UNA LÍNEA DE HOMBRES O NIÑOS?**

Sí, casualmente la primera vez que consideré hacer ropa para niñas fue mientras preparaba

una pequeña colección para un desfile hace poco. El evento era a beneficio de una fundación, por lo que estaban participando muchas niñas e incluso amiguitas de mis hijas. Decidí ponerlas a caminar junto con las modelos y les armé diseños con las mismas telas que las del resto de la colección. También consideré hacer una colección de niñas para Fashion Week Panamá, pero tendría que haber sido otro desfile separado, lo cual era demasiado. Así mismo, he considerado hacer diseños para hombres, ya que trabajé por tres años y medio en ese campo, en Zona Libre, y acumulé bastante experiencia en ropa masculina.

**¿TU COLECCIÓN PARA FASHION WEEK PANAMÁ 2010 ES DE OTOÑO-INVIerno, PRIMAVERA-VERANO, O ES MÁS BIEN UNA COLECCIÓN CRUCERO PARA TODO EL AÑO?**

Pienso que es más bien una colección crucero para todo el año.

**¿CREES QUE FASHION WEEK PANAMÁ DEBE SEGUIR EL CALENDARIO DE LAS SEMANAS DE LA MODA INTERNACIONALES?**

En un futuro, sí.

**TE OTORGARON UNA BECA EN FASHION WEEK PANAMÁ 2010 PARA UN CURSO EN EL INSTITUTO MARANGONI. SI HUBIERAS SIDO JUEZ Y NO CONCURSANTE, ¿A QUÉ DISEÑADOR NACIONAL HUBIERAS PREMIADO?**

Alessandra Grau; me gusta su estilo moderno y sus colecciones tienen un buen sentido de continuidad.

**¿QUÉ MARCAS O DISEÑADORES USAS?**

La mayoría de la ropa que uso es mía. Pero si veo algo que realmente me gusta lo compro, y el rango puede ser desde H&M hasta un Galliano.

**¿SIGUES ALGÚN BLOG DE MODA?**

La verdad no. Tampoco me meto mucho en Facebook. Quisiera tener más tiempo. Solo he visto el de una amiga aquí en Panamá que se llama [www.modapty.com](http://www.modapty.com). Tampoco veo televisión, la última vez que la prendí fue cuando se murió Michael Jackson. Prefiero leer y me gustan mucho las revistas.

- 01 **Mi Hermano.** Barcelona. [ss]
- 02 **Helloyellow.** Londres. [pg]
- 03 **Cooler clock ever.** Noruega. [ro]
- 04 **Timers.** Italia. [sr]
- 05 **Black power.** Chinatown, EEUU. [sr]

- 06 **Lights on the blue.** Alemania. [bo]
- 07 **Death Valley.** Las Vegas. [an]
- 08 **Where's the love?** Holanda, Amsterdam. [rs]
- 09 **NeonPlaid.** Boloña. [gg]
- 10 **Mandibulas.** Madrid. [aj]
- 11 **Dynamo1.** Panamá. [dix]

# pics\*

producción **Solange Quintero**  
 dirección **Juan José Rincón**  
 fotos:

Bohostar, DIX, Gina Gaudiano, Paulette Guardia,  
 Analida Lewis, Andrés Niño, Reyn O'Born, Samantha  
 Sagel, Raphael Salazar, Samuel Samyrum Rumaldo.

Info: título, locación de la imagen, nombre del autor.  
 resolución: mínimo 2 mb ó 6 x 5 in (horizontal) a 300 dpi  
[pics@grupoblank.com](mailto:pics@grupoblank.com)



01



06



07



02



03



08



09



04



05



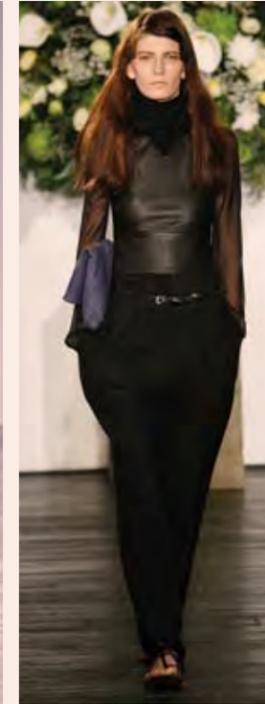
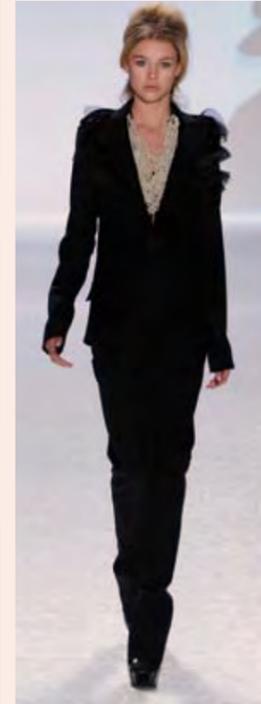
10



11

# GLOBAL FASHION REPORT

por **maristella gonzález**



## NEW YORK

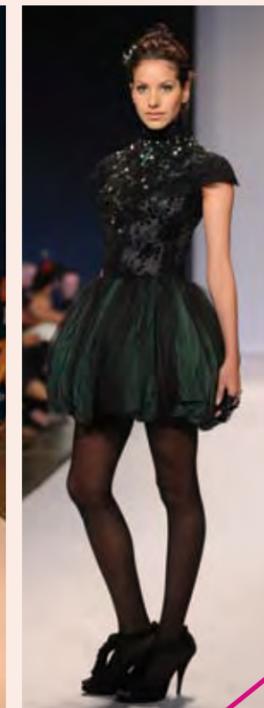
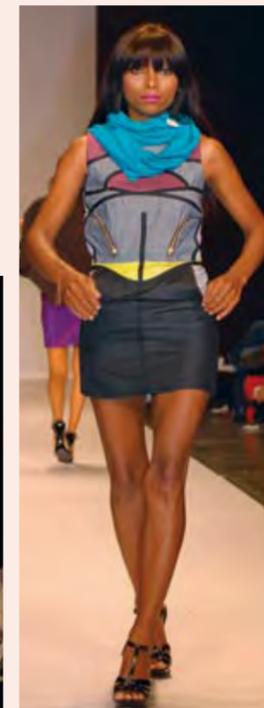
Las presentaciones de las colecciones americanas otoño-invierno 2010/11 marcaron la llegada del último New York Fashion Week en Bryant Park -su hogar por 17 años- e irónicamente trajeron con ellas el regreso a casa para muchos diseñadores, un retorno a los orígenes y al gran estilo casual americano. Liderando este movimiento "back to basics" está Marc Jacobs; su colección evoca recuerdos del inicio de su marca, con trajes de pantalones, faldas en línea A y tonos grises y cremas. Las hermanas Mulleavy de Rodarte también proponen un regreso a las raíces con sus diseños sutilmente influenciados por el Viejo Oeste. Otras tendencias en la moda americana de esta temporada son el layering; ropa sobre ropa sobre más ropa; y las pieles, que estuvieron más presentes que nunca. Quizás por los inviernos tan crueles de los últimos años, hay ahora una necesidad de un vestuario práctico, cómodo y abrigador, como el que propone la colección de Rag & Bone, al igual que los diseños de Proenza Schouler, que llevan un toque de prep alternativo. Michael Kors elaboró siluetas largas, fluidas y fáciles de llevar, al igual que las mellizas Olsen de The Row, quienes celebraron la esencia de Nueva York haciendo gran uso del color negro, como también lo hicieron Francisco Costa, de Calvin Klein, Donna Karan y Vera Wang.

más info:  
[www.mbfashionweek.com](http://www.mbfashionweek.com)

## PARÍS

La capital de la moda europea propone principalmente dos tendencias; por un lado tenemos un minimalismo lleno de ese je ne sais quoi, una elegancia accidental como en la segunda colección de Phoebe Philo para Céline. Blusas de seda, cuero, detalles utilitarios, un sinfín de abrigos, parkas, peacoats y capas, todo en azul, blanco, negro o camel; simple y discreto pero muy sexy, piezas realmente necesarias para el día y la noche, presentes también en la muestra de Stella McCartney. Igualmente, la colección de Dries Van Noten parte de una estética funcional y estructurada pero la contrastan toques llenos de opulencia: la otra tendencia estelar de la temporada, combinando, por ejemplo, un elaborado vestido de encajes y cristales con mangas militares. Alber Elbaz de Lanvin también juega con la yuxtaposición de estas direcciones: la construcción de sus piezas fue inspirada en la simplicidad tribal africana, por lo que la colección resultó en siluetas de líneas fuertes en negro, bronce y mora; pero además fueron adornadas con piedras, plumas y pieles, al igual que las de Givenchy y Rick Owens. Finalmente, en el extremo más decorativo tenemos las colecciones de Dior, Chanel, y Balmain; quizás reflejos de la Europa antigua llena de ornamentación, que evoluciona para recibir a la Europa del futuro, moderna como Balenciaga.

más info:  
[www.modeaparis.com](http://www.modeaparis.com)



## PANAMÁ

No es sorpresa que nuestra ciudad está cada día más cosmopolita y globalizada, por lo que era obvio que los Días de Moda se estaban quedando cortos. Nos merecíamos una semana de la moda, y el pasado 21 de julio de 2010, finalmente, nos llegó. Como un soplo de aire fresco, reinaron las colecciones prêt-à-porter con piezas sumamente útiles para toda ocasión; Michelle Zarak presentó una colección con mucho draping de telas livianas, piezas orgánicas en serenos colores neutros y un toque de limón; Nixia Varela, se inspiró en el Puente Centenario, por lo que en su colección de Varela LaMar dominaron los metálicos y los detalles en mesh; Alessandra Grau por su parte presentó una colección femenina, despreocupada y moderna, con separates de jersey en colores pasteles y neutros. Siguiendo por la misma escuela que Grau, está el mexicano Andrés Jiménez de Mancandy, con una muestra juvenil llena de seguridad, sensualidad. En el usual mar de ruchas y canutillos que se presentan en las pasarelas de Panamá, la chilena Pola Thomson rompió esquemas con su colección ultraminimalista, estilada impecablemente con zapatos wedge, medias y collares un tanto tribales. Finalmente, Gustavo Moscoso, de Ecuador, demostró que los hombres pueden divertirse con la moda y usar colores vivos como los de sus diseños en corduroy, estampados paisley y escocés, al igual que el dominicano José Jhan y su colección geek-chic.

más info:  
[www.diasdemodapanama.com](http://www.diasdemodapanama.com)





01



02



03



04

**01. sony**  
**BRAVIA MONOLÍTICO**

Más que un producto electrónico. Bravia Monolítico es una pieza que conjuga tecnología, mobiliario y arquitectura, logrando la armonía en el espacio donde se le ubique. Para imágenes nítidas y menor consumo energético cuenta con retro-iluminación LED de bordes blancos. Además incluye Wi-Fi e Internet Video para estar siempre conectado a las redes sociales, noticias y demás.

**02. creative recreation**  
**KENYA**

Después de recorrer el mundo en busca de parajes exóticos para protagonizar las colecciones de Creative, esta vez la atención se centra en Kenya, un lugar igual de fascinante que la colección que ha inspirado. Una combinación de los mejores materiales con tonos sobrios para adornar las líneas insignia de la marca, como CESARIO, que incluye modelos con tiras, tweed y cuero.

**03. juicy couture**  
**SHINE 24/7**

El extravagante lujo londinense de Juicy Couture inunda las pasarelas con un ocurrenente universo de prendas de vestir, accesorios, relojes, carteras, zapatos y bisutería. Una amplia gama de tonos y materias primas -desde terciopelo hasta pieles y cuero- permite intercambiar, combinar o llevar por separado cada pieza de esta colección, pensada para brillar a cualquier hora.

**04. pepe jeans**  
**FALL/WINTER**

La onda vintage sigue imperando en los diseños de Pepe para esta temporada, con looks que evocan el estilo de los años sesenta. El denim desteñido en camisas, pantalones y chaquetas en contraste con cardigans y minivestidos, a juego con Thigh Highs, son elementos clave en esta colección, que combina piezas clásicas como gabardinas con diferentes tipos de skinny jeans.



# Pilates

Cómodos horarios, de 6:00a.m. a 7:00p.m.



clases solo en:  
**Punta Pacífica**  
**Costa del Este**  
**El Cangrejo**

**Beneficios del entrenamiento de Pilates**

- Fortalece y tonifica el cuerpo sin aumentar el volumen muscular y con ello consiguiendo estilizar la figura
- Aumenta la flexibilidad, la agilidad, el sentido de equilibrio y mejora la coordinación de movimientos
- Aporta vitalidad y fuerza para realizar tareas cotidianas o algún deporte
- Mejora la alineación postural y corrige los hábitos posturales incorrectos
- Permite prevenir y rehabilitar lesiones del sistema músculo-esquelético
- Ayuda a eliminar el estrés y las tensiones musculares y rigideces
- Aumenta la autoestima y el conocimiento del propio cuerpo
- Ayuda a quemar calorías y bajar de peso

Prueba nuestras clases de pilates...  
tenemos tarifas desde **\$6.00 x sesión**

**POWERCLUB**  
*Transforma tu Cuerpo*  
392-8100 [www.powerclubgym.com](http://www.powerclubgym.com)

+ info sobre horarios y tarifas...  
visita nuestra página de internet

Punta Pacífica • El Cangrejo • 12 de Octubre • El Dorado • Costa del Este • Brisas del Golf  
*Próximamente David-Cheriqui*



05



06



07



08



09



10



11



12

### 05. subaru IMPREZA XV

El modelo Impreza XV es un urban crossover de cinco puertas, creado para aquellos conductores que buscan un automóvil de rendimiento deportivo sin perder un diseño estilizado y elegante. Gracias a su sistema Symmetrical All-Wheel Drive (SAWD) promete un desempeño impecable en la carretera, brindando mayor estabilidad y fuerza en las llantas bajo cualquier condición climática.

### 06. nike ATHLETIC WEST 77

Inspirada en el movimiento de corredores que iniciara Geoff Hollister en los años setenta, la recién lanzada línea de ropa deportiva Athletic West 77 consta de prendas tan cómodas como llenas de color y vitalidad, mezclando de forma entretenida el estilo urbano de los corredores setenteros con materiales ultra-modernos, especialmente ideados para un entrenamiento óptimo.

### 07. samsung GALAXY S

Samsung presenta el nuevo Galaxy S, un smartphone que utiliza sistema operativo Android 2.1 de Google. A través de una antena ultradelgada es capaz de recibir señal de televisión digital, la que se ve a través de una pantalla AMOLED. Entre las ventajas que le hacen resaltar están su cámara de 5 MGP, Bluetooth 3.0, y la opción de grabar, editar y reproducir videos en HD.

### 08. under armour PROTECT THIS HOUSE

Under Armour presenta su nueva colección de ropa y accesorios para deporte con una campaña titulada "Protect This House. I Will", que además de mostrar los nuevos diseños para la temporada, rinde tributo al espíritu de la marca junto a grandes atletas que también defienden "su casa", la que puede ser su balón, su portería, su título o cualquier medio para cumplir sus metas.

### 09. hilfiger denim COLORFULL WINTER

Colores vibrantes y texturas acolchadas son las encargadas de marcar la pauta este otoño/invierno en la más reciente entrega de Hilfiger Demin. Pasando de lo formal a lo casual, la colección incluye divertidas prendas, conjuntos y accesorios en los que no podía faltar el tradicional tricolor de Hilfiger, presente en diferentes estilos: rayas, cuadros o piezas monocromáticas.

### 10. izod PINK RIBBON

Esta temporada IZOD mantiene la comodidad que le caracteriza en su colección para damas, presentando una línea que además de original y femenina está inspirada en la campaña mundial de la cinta rosada. Los tradicionales polos -que incluyen el Izod Pink Ribbon- se pueden combinar con pantalones para yoga y abrigos que mantienen el calor y el estilo durante el invierno.

### 11. heineken DRAUGHT KEG

Para llevar a todas partes el inconfundible sabor de Heineken aparece el nuevo Draught Keg, un moderno tonel que permite almacenar cinco litros de cerveza durante 30 días desde su apertura. Gracias a su innovador sistema -a base de dióxido de carbono- que libera el líquido a presión se conserva la calidad y temperatura, obteniendo hasta 20 vasos de genuina cerveza draft.

### 12. new balance 373

El clásico modelo 373 de New Balance regresa con su conocida versatilidad para coronarse como el favorito tanto de deportistas como de amantes de la moda casual. Este ejemplar de bota de cuero y material sintético con suela de caucho promete resistencia, al tiempo que mantiene el pie en una posición cómoda gracias a su arco flexible con tres puntos de soporte en triángulo.



### 01. chanel LES CONTRASTES

Como un homenaje al emblemático envase negro que contiene los cosméticos de Chanel, la colección otoño/invierno se llena de colores absolutos al igual que de contrastes de luz y sombra, logrando un look compacto que complementa el maquillaje del rostro con esmaltes para uñas en tonalidades tan inocentes como rosa o atrevidos violetas grisáceos.

### 02. thierry mugler WOMMANITY

Un magnífico tótem coronado por una escultura es el guardián de Womanity, una apetitosa fragancia que evoluciona de maneras inesperadas al entrar en contacto con la piel. Gracias a una innovadora técnica de extracción molecular, Thierry Mugler capturó la esencia del higo, la madera y el caviar para dar vida a esta exquisita delicatesen.

### 03. smashbox MASQUERADE

La sensualidad de una mirada llena de color inspira la nueva línea Masquerade de Smashbox, una sedosa combinación de texturas cremosas y tonos invernales metálicos. La hipnotizante propuesta centra la atención en los ojos, presentando a los labios y pómulos como una sutil tentación gracias a rubores, labiales y lip gloss ligeramente nacarados.



### 04. kiehls MIDNIGHT RECOVERY

Elaborado a base de ingredientes naturales -como Lavanda y Prímula- este poderoso elixir duplica los aceites naturales de la piel que influyen en su proceso natural de recuperación durante la noche. Además de contrarrestar los efectos del paso del tiempo, sus vitaminas y minerales brindan un aspecto saludable a la piel para un rostro radiante.

### 05. bulgari JASMIN NOIR

La dulce elegancia de Jasmin Noir se viste de dorado en su Edición del Joyero, una reinterpretación de su botella, que ha sido enriquecida con un diseño en oro amarillo de 18 quilates. Su interior conserva los cálidos acordes aterciopelados que rodean a esta enigmática flor imaginaria, el jazmín negro, símbolo de una mujer tan bella como única.

### 06. carolina herrera 212 VIP

Esta lujosa edición especial toma su esencia de la frase "Are you on the list?", una referencia al mundo VIP neoyorquino, en donde lo importante es tener la actitud necesaria para entrar. Festivo e igualmente sofisticado, 212 VIP es un excitante coctel de notas de fruta de la pasión, vainilla y almizcle servido en un ostentoso envase color oro.

# Sugar & Spice

Juicy Couture  
Big Messages  
Fall 2010

*Photographers: Steven Gomillion & Dennis Leupold*

*Hair Styling: Elsa for Kerastase Paris.*

*Make Up: Julie Begin {Halley Resources}*

*Model: Charlbi @ Wilhelmina Models*

*Styling: Juicy Couture*

*Production: Anna Toemp {Creative Sting}*









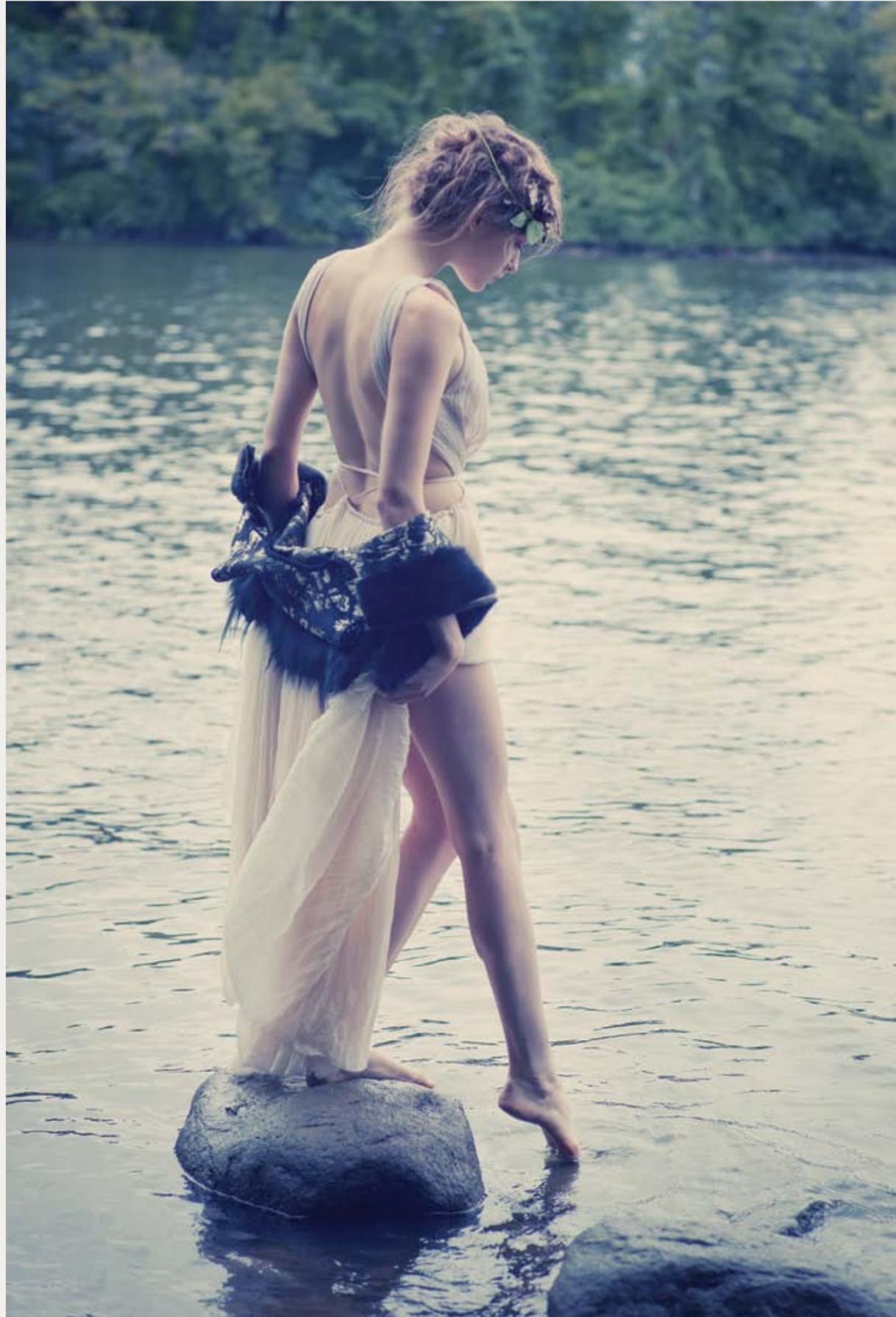


# Meliae

photographer *paul de luna* {[www.pauldeluna.com](http://www.pauldeluna.com)}  
stylist *sarah parlow* {*next artists nyc*}  
makeup *ingeborg* {*berstein & andriulli using mac cosmetics*}  
hair *damian monzillo* {*kate ryan nyc*}  
model *zen sevastyanova* {*img ny*}  
photo asst *thomas michael*



*gown sophie theallet, dress tse, coat burberry*



*dress and vest roberto cavalli*





sweater *bibhu mohapatra*, skirt *barberry prorsum*



dress and vest *roberto cavalli*



*gown alexandra vidal, handknit trench timo weiland*



*chiffon dress bibhu mahapatra, suit billy reid*

**CHANEL**  
presents



**BLEU**  
DE  
**CHANEL**

with GASPARD ULLIEL

directed by **MARTIN SCORSESE**

music "She Said Yeah" by the **ROLLING STONES**  
from the album "December's Children (And Everybody's)"

photo by **JEAN-BAPTISTE MONDINO**

CHANEL INVITES YOU TO DISCOVER "BLEU DE CHANEL"  
AT A CINEMA NEAR YOU, FROM SEPTEMBER 24TH 2010.