

BLANK

FASHION ISSUE

BREAD & BUTTER | HOMENAJE A PAULA GERMAIN
LA PIEL QUE HABITO | JOHN VASQUEZ

65



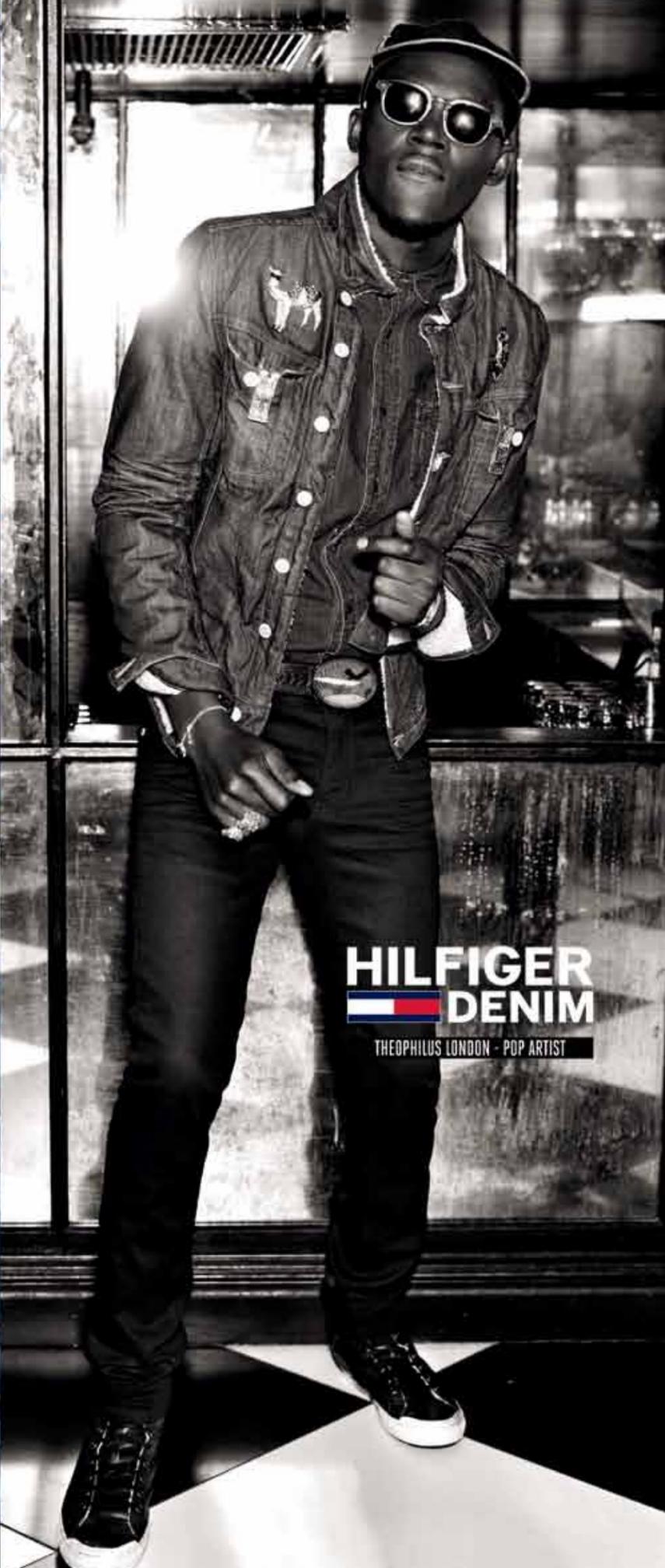


PANAMA - MULTIPLAZA PACIFIC
507.302.0019

RALPHLAUREN.COM



THE KIDS OF AMERICA



HILFIGER
DENIM
THEOPHILUS LONDON - POP ARTIST

¿qué tal explorar nuevos caminos contando
con un seguro de alquiler de autos?



go. ve más allá.

Al reservar y pagar el alquiler de un auto con Visa Platinum, obtienes un **seguro completo de alquiler de autos**, para que tú y tu familia recorran de forma plena y tranquila cualquier camino en el mundo. Esto es algo que va más allá de tus expectativas. Esto es Visa Platinum, la mejor manera de explorar.

Para más información visita visa-platinum.com

VISA PLATINUM

más personas alrededor
del mundo **van** con Visa.



Visa no provee seguros. Seguros provistos por terceros. Para obtener información (teléfono, dirección) de la sucursal y las limitaciones de cobertura de los productos de seguros, por favor consulte los términos y condiciones de cobertura de cada país.

DIESEL[®]
FOR SUCCESSFUL LIVING

DIESEL ISLAND

Land of the Stupid, Home of the Brave.

ALBROOK MALL pasillo del canguro tel.: 303 0037
MULTIPLAZA pasillo de la selva tel.: 302 5363

Diesel Island's Stupid Constitution is being written. Learn more at diesel.com

CELERIO

El nuevo CELERIO perfectamente adaptado a los estilos de vida y las exigencias de los tiempos, ofrece muchas razones para convertirse en un fan.



PRACTICAMENTE
0
EMISIONES DE CO₂
MODELO 2011



✓ Dual Air Bags

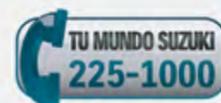
✓ Frenos ABS

I'm a fan.

GREEN DRIVE



www.suzukipan.com



Calle 50 Final y Vía Cincuentenario / Tumba Muerto (al lado de audiofoto)
Chiriquí 775-7740 (Felipe Rodríguez, venta y repuestos)



STAFF

GERENTE GENERAL
RAFAEL CANDANEDO D.

GERENTE ADMINISTRATIVO
ROLANDO CANDANEDO D.

EDITORIA
LUZ MARIE BONADIES

FASHION DIRECTOR
MARISTELLA GONZÁLEZ

PRODUCCIÓN EJECUTIVA
SOLANGE QUINTERO

TRÁFICO Y ADMINISTRACIÓN
MERYLIAN PINTO

DIRECTOR DE ARTE
JUAN JOSÉ RINCÓN C.

DISEÑO
MARÍA ELENA KOSMAS S.

ASESORAS COMERCIALES
DEXIS SUBÍA
ROSA AVILA ABREGO

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 | BETO RUIZ | RAPHAEL SALAZAR

CORRESPONSALES
DANA RADIC [LOS ÁNGELES] | ANALIDA LEWIS [PANAMÁ] | COURTNEY BLACKMAN [LONDRES] |
PAULA KUPFER [NUEVA YORK] | ERIKA BAUM [MADRID]

REPRESENTANTE EN NEW YORK
ESTHER PANG [esther@grupoblank.com]

AGRADECIMIENTOS
ESTHER LARKIN | DAVID BENZAQUEN | MELISSA KNIGHT | AURALYNN NGUYEN | ANDRÉS VILLAREAL |
CINEMARK® | ADRIANA CASTRO | EMANUEL BOSQUEZ | RODERICK GUERRA | GABRIEL HOLNESS |
FRANCISCA GERMAIN | FERNANDA PRADO | PATRICIO MIÑANO | MICHELLE-MARIE LETELIER |
MARIEL GARCÍA SPOONER



BLANK NÚMERO 65 | AÑO 9 | SEPTIEMBRE 2011

t (507) 270.8864 | ventas/advertising ventas@grupoblank.com | fashion editorials: submissions@grupoblank.com | www.grupoblank.com |
Imprime Panamericana Formas e Impresos S.A. 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.



Lleve su ego a donde quiera.

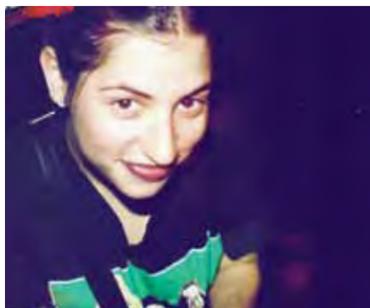
Su nuevo Audi A1 es potente, progresivo y exclusivo -¿entonces por qué no alardear? Con su línea de contraste de techo, faros de xenón plus que incluyen luces de marcha diurna con diodos LED y una nueva parrilla monomarco delantera hacen que usted y su Audi se destaquen entre la multitud. El nuevo Audi A1. The next big Audi. www.audi.com.pa



Consultenos, S.A.
Consuplan 3 años de mantenimiento sin costo.
Calle 50, Tel: 270-4111

Audi
Vorsprung durch Technik 

CORRESPONSALES



ANALIDA LEWIS
Panamá

Restauradora de arte, coleccionista, adicta a la música y fotógrafa cero profesional. Nació y reside en Panamá. Estudió en EEUU y España, en donde tuvo la oportunidad de ir a infinitos conciertos y festivales de música; siendo esa su afición desde que tiene uso de razón. Posee una inmensa colección de discos, vinilos y memorabilia que continúa creciendo sin parar. Actualmente tiene un taller de restauración y colabora en la escena cultural.



CAROLINA REDONDO
Alemania

Artista visual chilena. Por cuatro años creó y dirigió dip3, digital image processing, un estudio fotográfico y de diseño gráfico. Reside en Alemania desde el 2006 y hace tres en Colonia, donde terminó un Postgrado en Arte y Medios. Ha exhibido sus trabajos fotográficos, de video performance e instalaciones internacionalmente. Desde 2007 colabora con la revista entregándonos su percepción europea en la secciones Sonido y Globe.



DANA RADIC
Los Ángeles

Nació en Chile y creció en España. A pesar de su afición por el cine, estudió diseño. Mientras trabajaba en una línea aérea, comenzó a escribir en la revista de música Extravaganza! Fue VJ en un canal de música y colaboró en radio. En 2001 entró a Grupo Blank Chile como productora general y luego editora. Actualmente reside en Los Ángeles, desde donde colabora con Blank y representa a prestigiosos artistas visuales, directores de cine y fotógrafos.



ERIKA BAUM
Madrid

Productora, locutora, cantante, actriz y más recientemente escritora. Siempre ha sentido fascinación por las artes visuales y escénicas. Le apasiona la música; conocer lugares y personas. Le gusta mantenerse ocupada y nunca parar de retarse y aprender. En esta nueva aventura su vida, aprovecha para compartir lo que vive al otro lado del océano, y así mantener un contacto con sus raíces.



ESTHER PANG VELASCO
New York

Junkie de la música, la naturaleza y el arte. Coleccionista de estrellas. Vegetariana con lapsos de pescetarianismo. Bookworm por elección. Inició en televisión, cine y la industria de la música. Ha entrevistado a Renzo Rosso, Peter Philips, Yehuda Berg y Philippe Lacoste, entre otros. Además, ha sido enviada especial en Alemania, Argentina, Estados Unidos y Finlandia. Le interesa descubrir el lado humano de cada situación bajo el prisma de la vida cotidiana.



MARISTELLA GONZÁLEZ
Panamá

Graduada como diseñadora gráfica de Savannah College of Art and Design. Continuó sus estudios en Nueva York, donde trabajó en la revista ELLE y se obsesionó con los blogs de moda. Al volver a Panamá inició el suyo, PYTINPTY.com, donde comparte sus fotografías de personas cuyo estilo le llaman su atención. Próximamente abrirá La Botica, su primera tienda de ropa femenina.

© T&CO, 2011

TIFFANY & Co.
NUEVA YORK DESDE 1837

What's Inside
INTRODUCING TIFFANY LOCKS





INDEX

COLUMNAS

18. NOEL SÁNCHEZ DE OBALDÍA 20. MARGOT LÓPEZ 22. YEHUDA BERG

WE LIKE

26. SONIDO 28. CINE 30. LECTURA

TRENDS

34. BOY MEETS GIRL

GLOBE

36. NEWS FROM ALL OVER THE WORLD

WE LOVE EARTH

48. HOTEL NYLO PLANO | HOSPEDAJE ECOLÓGICO

REPORT

24. COLLAGE DE UNA VIDA 49. HERNÁN AMENÁBAR 56. BEST OF FALL

CAFÉ BLANK

54. JOHN VASQUEZ

FASHION

64. LIFE LAKE 72. BAND OF OUTSIDERS

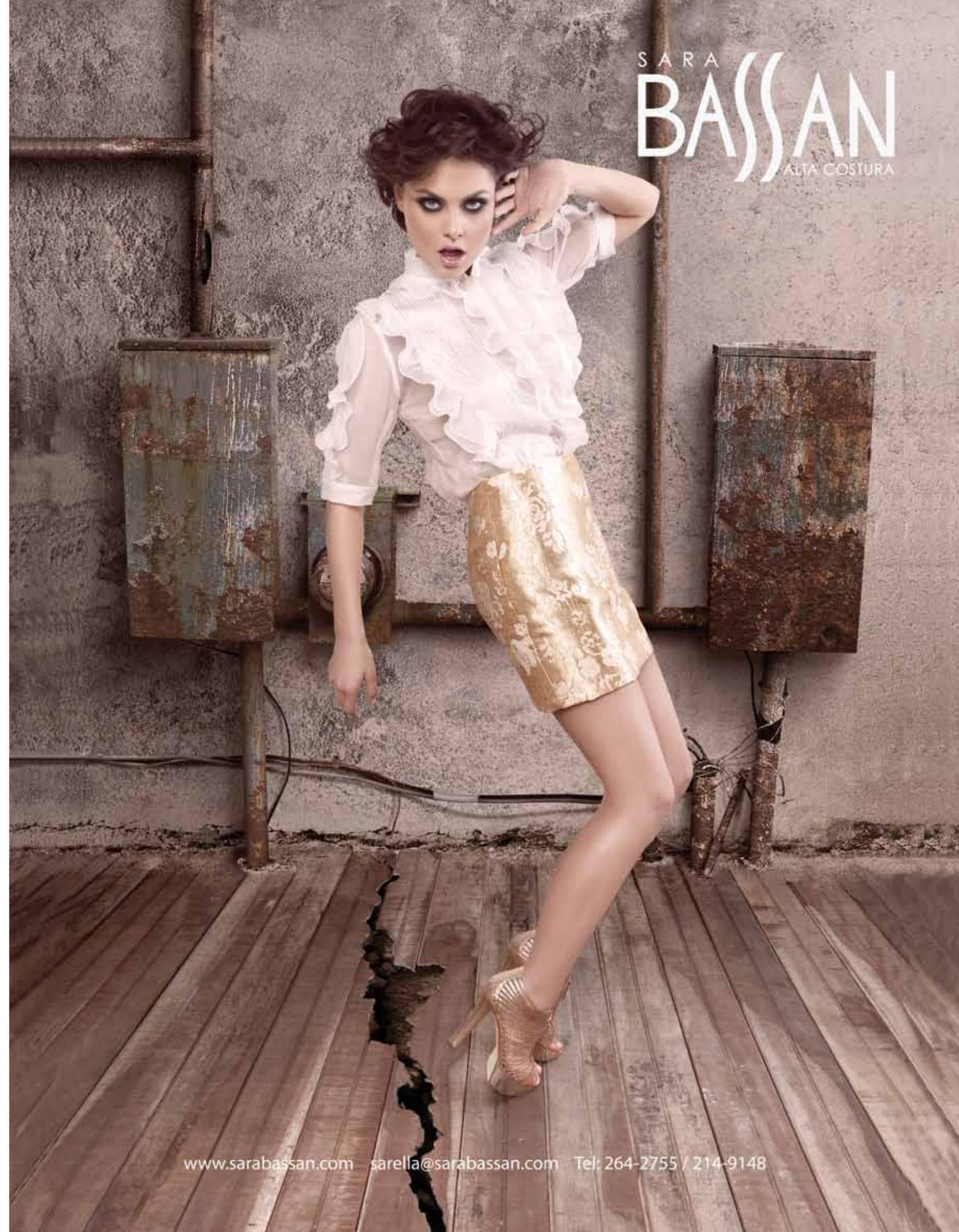
SEEN

78. HOTEL BOUTIQUE CASA DEL HORNO | CENA DE MARIDAJE CODORNÍU
79. LANZAMIENTO NISSAN MARCH | INAUGURACIÓN VANILLE CUPCAKE STORE
80. APERTURA AZUL POOL GRILL - CAVA 15 | BILLABONG GRAND OPENING



BLANK

photographers STEVEN GOMILLION & DENNIS LEUPOLD
WWW.GNLSTUDIOS.COM
stylist ALEX VAN DER STEEN @ BEAUTY WING NY
make-up artist: MYLAH MORALES @ CELESTINE AGENCY
using CHRISTIAN DIOR
hair KIIYAH WRIGHT @ MUZE AGENCY using MIZANI
models ALI MARIE STEPKA @ LA MODELS
KRISTINA TSVETKOVA @ LA MODELS
assistants ABIGAIL ROSE AQUINO



PANAMA INK

Estos prejuicios se incrementan conforme aumenta a la edad del emisor por obvios choques generacionales, pero lo más frustrante es cuando te encuentras con personas contemporáneas que cuestionan tus motivos e incluso llegan a juzgarte. Un buen ejemplo a niveles masivos...

por LUZ MARIE BONADIES L.

Con la llegada del Fashion Issue de septiembre, gracias al cambio de temporada y las presentaciones mundiales de las colecciones otoño-invierno, llega también mi primer editorial. Mientras trataba de aterrizar el sin-número de tópicos que podría narrar en este espacio, me encontré de compras con una amiga, atenta a todo estímulo visual o auditivo que sirviese de inspiración para preparar mi columna. Sin sospechar que ante mí se encontraba el génesis de este escrito, me paré frente a un gigantesco anuncio de Armani que mostraba en primer plano la espalda descubierta de Megan Fox. Ante semejante escena, mi amiga me comentó que ese era “el tatuaje de moda”. En el momento no quise ahondar en el tema, pero me quedé dándole vueltas al asunto por largo rato. No podía dejar de pensar en lo estúpido que me parecía que los tatuajes se pusieran de moda. Imaginar que un día alguien se levanta por la mañana decidido a grabar sobre su piel –de por vida– lo mismo que una celebridad o, peor aún, la cara de Justin Bieber o cualquier ídolo pop, me causa náuseas.

Creo que no hay nada más íntimo y entrañable que un tatuaje. Se trata de una declaración de individualidad y estética; un compromiso con el diseño escogido por el resto de tu vida, es un verdadero matrimonio, tienes que estar enamorado de él hasta que la muerte los separe. Uno puede incluso atreverse a intentar descubrir la personalidad de alguien simplemente basado en sus tintas, no es lo mismo tener una calavera en la espalda que una mariposa o una flor de loto. Cualquier cosa que te marques será una extrapolación de tus gustos, necesidades, intereses, amores, miedos, etc. No es un tema para ser tomado a la ligera.

En vísperas de agregar uno nuevo a mi pequeña colección, este tema cobra aún mayor relevancia para mí.

No me gustaría convertirme en otra del montón con el tatuaje de moda, quiero que realmente exprese algo acerca de mí y del momento en el que me encuentro. Por esa razón me he vuelto freak de sitios de tattoo online, descartando tipografías y lugares debido a su alta demanda.

Para mi sorpresa, después de un encuentro fortuito con el primer editor de esta revista, reparé que todos los que alguna vez hemos tenido la dicha de escribir este editorial tenemos uno. Desde una pequeña estrella, un punto y coma, hasta una bandada de pájaros o múltiples estrellas de colores.

Pero, si cada vez es más común encontrar personas que desean mostrar su personalidad mediante esta técnica ¿por qué sigue siendo un tabú en Panamá? Parece mentira que todavía existan prejuicios contra quienes han optado por adornar su cuerpo. Nunca olvidaré que hace algunos años, en un salón de belleza de la localidad, me preguntaron si mis estrellitas pintadas de rosado, lila, celeste y verde eran diabólicas.

Estos prejuicios se incrementan conforme aumenta a la edad del emisor por obvios choques generacionales, pero lo más frustrante es cuando te encuentras con personas contemporáneas que cuestionan tus motivos e incluso llegan a juzgarte. Un buen ejemplo a niveles masivos sucedió hace un par de semanas cuando, lamentablemente, nuestro querido amigo Peluca ingresó al hospital por una grave enfermedad, necesitado urgentemente de donaciones de plaquetas y sangre. Rápidamente algunos conocidos dijeron que aquellos que estuviésemos rayados ni intentaríamos donar, que estaba prohibido. No entiendo de dónde sacaron esa información tan errada. Desde hace más de quince años las medidas de higiene y seguridad para los tatuadores son estándares y las tintas utilizadas son de origen vegetal para evitar que queden en la sangre por largos periodos. Según mi doctor, cualquier persona que tenga más de un año sin adquirir uno nuevo puede donar.

Mientras termino de escribir, cuento las horas, los minutos y los segundos para mi próxima adquisición. Estoy ansiosa de plasmar en blanco y negro algunas palabras que me inspiran a afrontar los nuevos retos personales y profesionales. Por otra parte, será la primera vez que esté en manos de Balbino, un mítico tatuador panameño que ha decidido desarrollar su arte en países de primer mundo donde se juzga a las personas por otros parámetros más que las preferencias personales. Hay que aprovechar su regreso temporal a casa para con conciencia buscar otras razones más profundas que la moda para dar este gran paso.

L'OCCITANE

EN PROVENCE



Angélica, nuevo cuidado facial.
Luminosidad e hidratación

La hidratación es el secreto de una piel radiante. L'OCCITANE ha descubierto una planta con asombrosa vitalidad y poder de crecimiento: La Angélica orgánica de la región de Drôme, en el sur de Francia. Sus ingredientes activos patentados estimulan la síntesis de las acuaporinas, canales de agua de la piel. La nueva, fresca, sedosa y suave crema hidratante Angélica proporciona una hidratación inmediata de 24 horas. Mejor hidratada, la piel es suavizada y luminosa. L'OCCITANE, una historia auténtica.

loccitane.com

Multiplaza Pacific Mall, Tel.: (507)302*9750 • Albroom Mall, Pasillo del Pingüino, Tercera Etapa, Frente a Collins, Tel.: (507) 303*0035 • Kiosko Frente a Conway Design Albroom Mall • Farmacia Arrocha David, Chiriquí

PELUCA

Su forma de ventilar sus inquietudes siempre fue inofensiva dentro de su carisma irreverente y de su notoria expresividad. De eso puede dar fe cualquiera que le haya dado bote al verlo caminando con su walkman por cualquier parte de la ciudad.



NOEL SÁNCHEZ DE OBALDÍA
Director Creativo de BBM
Guitarista de Rock

Hace ya muchos años, 1985 para ser exactos, miraba a la gente pasar desde la ventana del carro de mi abuelo. Estacionados, esperando no recuerdo qué, revivo el momento en el que este personaje de melena larga, con jacket de denim y blue jeans rotos caminaba por la acera junto a otros amigos, cantando "Breakthoven" de Barón Rojo. A mis nueve años ya tenía noción de lo que era el Heavy Metal así que, aunque desconocía la canción, me sentí identificado e inspirado con la estampa rebelde de aquel flaco, fulo, pelilargo (una especie rarísima en nuestra mescolanza panameña).

Parte de mi infancia la viví en El Cangrejo donde él residía, por ende era fácil encontrármelo en sitios de ocio cercanos. Con el tiempo de frecuentar los mismos lugares, descubrimos que compartíamos la misma onda. Recuerdo la primera vez que nos saludamos: ¡Hey Ricardo! ¡Qué pasó Noel!

Mi madre, que en ese instante me acompañaba al Mc Donald's, preguntó asustada "¿y ese loco quién es?". Mamá, es un paciero del Psico Pedagógico que juega basketbol.

Nunca tuve cuidado en elegir mis amistades, pateaba calle con quien me callera bien y Ricardo sin duda era de esos. Un día patinando en el parque de Vía Argentina se apareció con su facha rockera asustando a los niños, correteándolos como si fuera un monstruo, los pobres chiquillos huían despavoridos. Ese día nos invitó a su casa a oír música y a comer hamburguesas preparadas por su abuela. Mientras hacíamos headbanging en su cuarto, aproveché para robarle un cassette. Pensaba grabarlo y devolverse-lo pero no le tenía suficiente confianza para pedirsele. Confianza agarró él cuando pasó a visitarme al día siguiente; los vecinos se asomaban al balcón curiosos al escucharle llamándome a gritos. Al ver mi colección musical se dio cuenta que uno de mis cassettes variados tenía un orden similar al suyo, así que sonriendo me perdonó el atrevimiento y sonriendo se lo devolví. Como represalia me pidió prestado un t-shirt y una revista que jamás me regresó. Desde ese día Ricardo se convirtió en mi inseparable amigo con quien viví una innumerable cantidad de anécdotas que bien podrían servir de guión para la más jocosa y emotiva película. Muchos tendrán también su historia con él pero muy probablemente se entrelazará con la mía

cual episodio de Star Wars, su cinta de culto favorita.

Recién ocurrida la Invasión, solíamos reunirnos en las Galerías Obarrio. Desde ahí organizábamos nuestras movidas y de aquellas largas andanzas se formó nuestro clan, "Los Thrashers": una infame manada de rockeros del que Ricardo formaba parte importante. Contrario a otros chiquillos problemáticos, Ricardo nunca fue de buscar peleas, ni de dañar lo ajeno. Su forma de ventilar sus inquietudes siempre fue inofensiva dentro de su carisma irreverente y de su notoria expresividad. De eso puede dar fe cualquiera que le haya dado bote al verlo caminando con su walkman por cualquier parte de la ciudad.

Una vez Ricardo llegó ebrio a casa y su madre enfurecida aprovechó para cortarle el pelo mientras dormía. Como consecuencia de aquella trasquilada y de sus frecuentes cambios de cabello unos amigos lo bautizaron con el apodo de "Peluca". Así sucedió en Groucho Pub, un bar al que Ricardo siempre tenía que colarme por ser yo menor de edad.

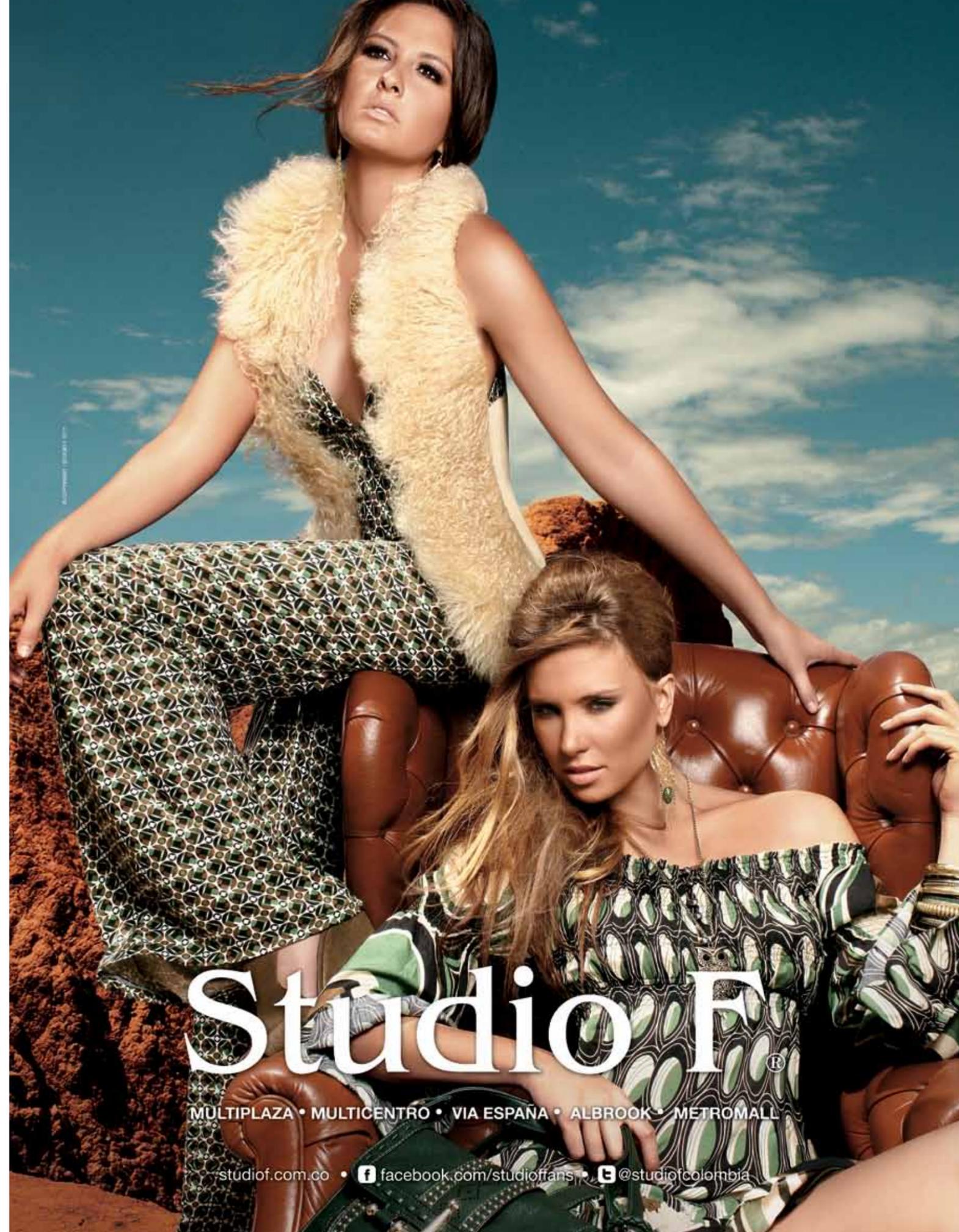
En aquel tiempo, todos los que tocábamos algún instrumento decidimos formar bandas de Metal y Punk. Del montón de musicuchos de la época, Ricardo sobresalía como buen baterista, lo que lo llevó a formar parte de muchas agrupaciones emergentes en la escena local.

En agosto del '95 fuimos víctimas de un accidente de tránsito. Mi carro fue embestido por un camión y los cinco que íbamos de fiesta quedamos hospitalizados. Esa noche tan oscura, nacimos de nuevo. El choque resintió nuestra anatomía pero nos enseñó que pese a los estrellones que nos da la vida, nuestra amistad seguiría inquebrantable muchísimos años más. Así Peluca, recuperado de los golpes, siguió destacándose como músico, comediante, actor, co-fundador de Panamarock y sobre todo, como una persona muy querida por quienes alguna vez lo escucharon bromear y hablar sin parar de sus particulares vivencias.

A 25 años de habernos conocido y faltando pocos meses para tocar juntos en mi propia boda, el destino cambió nuestros planes: A Peluca le diagnosticaron leucemia, con pronósticos complicados y tratamientos muy costosos. Para una persona como él, dispuesta a vivir de su talento artístico, adquirir un seguro de salud suele ser poco probable. Concientes de esta realidad, sus amigos reaccionamos en unidad para ayudarlo, retribuyéndole lo mucho que su amistad ha significado en nuestras vidas.

Sereno y determinado a enfrentar lo que venga, con el espíritu y humor de siempre y bajo el cuidado de sus seres queridos, Peluca ha logrado sobrellevar los síntomas y adversidades propias de su condición. Mientras nosotros, deseosos de verlo azotar la batería nuevamente, lo acompañamos con actitud positiva, pendientes a diario de su bienestar.

Hace unas horas, estacionado, mirando a la gente pasar desde la ventana de mi carro, revivo la estampa rebelde de aquel flaco, fulo, pelilargo (una especie rarísima en nuestra mescolanza panameña). ¡Fuerza Peluca!



Studio F®

MULTIPLAZA • MULTICENTRO • VIA ESPAÑA • ALBROOK • METROMALL

studiof.com.co • facebook.com/studioffans • @studiofcolombia

ESCUCHADO EN EL RIBA SMITH

Son trece páginas impresas en computadora. Está molesta. El establecimiento no tiene wifi y no puede verificar en su iPad la lista que contiene todas las especies de plantas que son tóxicas a los gatos, perros o caballos, publicada por la ASPCA de los Estados Unidos.



MARGOT LÓPEZ
Arquitecta y Escritora

Cualquier domingo en la mañana. Ciudad de Panamá. Una mujer (41) acompañada de su madre (79) y su paisajista (52) entran al vivero de plantas de una cadena de supermercados local. Están buscando plantas de interior para un apartamento. La mujer lleva consigo una voluminosa lista de nombres científicos de plantas. Son trece páginas impresas en computadora. Está molesta. El establecimiento no tiene wifi y no puede verificar en su iPad la lista que contiene todas las especies de plantas que son tóxicas a los gatos, perros o caballos, publicada por la ASPCA de los Estados Unidos.

La madre está molesta, ninguna de las plantas de su preferencia se ha salvado de la lista de la ASPCA. Mientras la escrutan (a la lista, no a la madre) entre los tres, un señor (78) se acerca al grupo y saluda a las mujeres. Es parte de su familia política y ha venido al supermercado para encontrarse con un amigo en la cafetería, pero aparentemente no ha llegado. Reproduzco el intercambio que tuvo lugar en ese momento:

Señor (dirigiéndose a la mujer): ¿Tienes uno de esos celulares? (mientras saca de su bolsillo y consulta un beeper).

Mujer: ¿Qué rayos es eso? ¿Todavía hay beepers en servicio?

Señor: ¡Cómo no! Solo B/. 12.95 al mes.

Mujer: Pero, por esa cantidad puedes tener un celular con tarjeta! ¿Eso para qué te sirve? (mientras saca su iPhone de la cartera).

Señor: No no no no, esos celulares son muy complicados. Yo me manejo muy bien con mi beeper. Todos los doctores lo usan.

Mujer: ¡Ajá! Y cuando necesitas hacer una llamada solo le pides el celular a la persona que tengas al lado...

Señor: Exacto. Márcame este número ahí (le muestra

una servilleta con un número borroso).

La mujer marca el número y después de unos segundos dice: "espere un momento alguien quiere hablar con usted".

Señor (recibiendo el celular): ¡Alo! ¡Alo! ¡Alo! Colgó. Debe ser que no reconoce tu número.

Mujer: Claro que no lo reconoce. De milagro contestó. ¿Qué le pusiste en el mensaje del beeper? "Una mujer extraña estará contactándote el domingo en la mañana". Tal vez pensó que era un mensaje de su macumbero.

Madre (dirigiéndose a la hija): Te doy mi celular, tal vez el tuyo está dañado (empieza a sumergirse en un bolso bastante más grande que su torso).

La mujer le hace señas a la madre de que no es necesario que busque su celular, mientras el paisajista empieza a salir de su estupor para soltar una carcajada que trata de disimular cubriéndose el rostro.

Señor: Nombre no, él sabe que nos tenemos que ver acá, pero no lo veo. Llámalo otra vez.

Mujer: (mientras marca) ¿Estás seguro que es en éste supermercado? ¿De repente está en otra sucursal? ¡Está sonando! Háblale tú antes de que se asuste.

Señor: ¡Aló! Oye, estoy acá en el comedero (refiriéndose a la cafetería). ¿Tú dónde estás? Yo no te veo... Ah bueno si no has salido de tu casa no me puedes ver. Dale pero muévete.

Mujer: Dile que estás en Costa del Este... ¿Comedero?

Señor: (mirando el celular como quién lee la vejiga de un pollo para adivinar el futuro) ¿Cómo apagas esto? (la mujer toma el celular de vuelta) ¿Dónde se sirve comida no es un comedero?

Mujer: Técnicamente sí, pero debes admitir que el término sugiere imágenes de caballos aproximándose a fuentes para tomar agua. (Suena su celular). ¡Aló!... ¿Con quién desea hablar? No... Usted me ha llamado a mí... Será que quiere hablar con... Espere... (dirigiéndose al señor) Creo que es tu amigo...

Señor: ¡Aló! ¿Ya llegaste?.. Ah bueno. Oye, no llames a ese teléfono, no es mi teléfono, es de una amiga. Luego la llamas y contesta el marido y ¡qué problema!.. Bueno... Okei... Sí, aquí en el comedero.

El grupo se despide intercambiando saludos para las distintas familias. Antes de las 3:00 de la tarde, la mujer recibirá tres llamadas más del mismo número desconocido.

Nota: Lo anterior es el recuento de una situación verídica. Los nombres se han mantenido ocultos para respetar la privacidad de los implicados.

Las CLEMENTINAS

CHAMBERS, CAFE & BAR



Martes - Sábado: 7am - 11pm

Domingo: 7am - 4pm

Brunch cada Domingo: 10am - 4pm

COMING SOON

Guest Chef
Mondays

PARA RESERVACIONES EN EL RESTAURANTE: CAFE@LASCLEMENTINAS.COM ó 228-7617
CALLE 11 Y AVENIDA B, CASCO ANTIGUO



UN MANUAL SOBRE SATÁN PARTE 1

Una vez nos dimos cuenta de lo que habíamos hecho, el patrón de debilidad ante la tentación, acción negativa, y sentimientos de rechazo, fue impreso en nuestro ADN. En ese momento, nos desconectamos de la Luz, y salimos del Jardín del Edén.



YEHUDA BERG
Agente de cambio y autor de best-sellers
twitter: @yehudaberg

Existen dos voces dentro de todos nuestros cerebros. Una es la voz del alma. La otra es la voz de la confusión, duda, limitación y juicio; llamémosla Satán.

Satán es una antigua palabra aramea que traducida de manera precisa significa "Adversario". En la Parte 1 de este artículo, voy a explicar qué es esta voz, por qué y cómo fue creada originalmente como una fuerza externa, pero que se volvió parte de nosotros. En la columna del próximo mes voy a explicar cómo derrotar a este digno enemigo. Cuando observamos más de cerca, esta fuerza no es en realidad más negativa que el equipo opuesto en un campeonato de deportes. Y la meta de esta fuerza no es vernos perder, sino vernos ganar.

En el comienzo, el Creador concibió una realidad perfecta y luminosa, conocida como el Infinito. Nuestras almas, que estaban todas unidas, eran las receptoras de toda la bondad y plenitud del Creador. Pero no teníamos marco de referencia con base en el cual apreciar la plenitud que nos fue dada. Pero esto fue por poco tiempo.

En verdad queríamos ganarnos la Luz que nos estaba siendo entregada. Dios sabía que el tomar nuestras propias decisiones era un paso necesario en el proceso de nuestra evolución y nos envió fuera del Reino Infinito a una dimensión en la que podíamos actuar con base en nuestro deseo de ganarnos la Luz. Esta fase metafísica, previa a la manifestación física de este mundo, es conocida como el Jardín del Edén.

Dios luego nos dio un consejo: manténganse lejos de toda indulgencia egoísta. Esto sólo va a debilitar el propósito total de nuestro viaje. No participes en tentación. ¡Sin importar lo que suceda! Entendimos. Y partimos.

Mientras estábamos fuera, Dios nos extrañó, y quiso darnos la oportunidad de volver al Infinito. Creó un Ángel para probarnos, para que nosotros pudiéramos vencer, y regresar al estado de total plenitud. De esta acción bien intencionada, Satán nació.

Esta fuerza fue creada para retar a nuestra conciencia. Nosotros, o superamos la tentación de la gratificación inmediata y el placer, o sucumbimos a ella y prolongamos nuestro deambular y nuestro dolor.

Aquí está lo que sucedió. En Génesis 1:27 dice:

"Y Dios creó al hombre en su propia imagen, en la imagen de Dios Él lo creó a él, hombre y mujer Él los Creó". En Génesis 2:7 dice: "Luego el Señor formó al hombre del polvo de la tierra y Él respiró en su nariz el aliento de vida, y luego el hombre se convirtió en un alma viviente. Ahora el Señor Dios plantó un Jardín en el Este y ahí puso al hombre a quien había formado". Lo que kabballísticamente entendemos, es que la primera referencia a la creación de hombre y mujer fue una referencia al Alma Original. En la segunda referencia que describe las creaciones físicas del hombre y el Jardín del Edén, simboliza el campo de juego que el Creador le dio al Alma Original para manifestar y ganarse su propia Luz.

Adán y Eva no eran dos personas, sino los aspectos masculino y femenino de todas las almas de la humanidad. Adán representa el ADN del Creador, que fue la semilla a través de la cual recibimos nuestro deseo de compartir, de impartir, de satisfacer; y Eva era el atributo de recibir.

La serpiente (alias el Satán) mostró a Adán una fruta indescriptiblemente placentera de un árbol. La naturaleza de esa fruta y del árbol era la conciencia del Árbol del Conocimiento: el Bien y el Mal. Hasta este momento no teníamos dentro de nosotros la capacidad de entender o manifestar maldad.

Recordamos que Dios nos dijo que no sucumbiéramos a ningún placer inmediato y nos negamos.

La serpiente luego nos dijo que el fruto del árbol era muy especial y nos convenció de que al comer el fruto estábamos en realidad cumpliendo nuestro destino.

Retrocedimos. La serpiente nos dijo que habíamos malentendido el mensaje: Dios quería que estuviéramos satisfechos. Sólo teníamos que ser mercederos (El Oponente siempre utiliza la lógica para engañarnos).

Dimos una mordida. Y ese es el preciso instante en que Satán fue puesto dentro de cada uno de nosotros. Antes de haber mordido la fruta, Satán era una fuerza que existía afuera, pero una vez comimos de la proverbial manzana, la fuerza del Oponente fue inyectada, como un virus, dentro de nosotros y comenzamos a sentirnos enfermos. Una vez nos dimos cuenta de lo que habíamos hecho, el patrón de debilidad ante la tentación, acción negativa, y sentimientos de rechazo, fue impreso en nuestro ADN. En ese momento, nos desconectamos de la Luz, y salimos del Jardín del Edén. No fuimos echados, como se nos ha hecho creer; la vergüenza era tan intensa que decidimos irnos.

Desde este momento en adelante, la influencia de Satán creció y se convirtió en una voz dominante en nuestras cabezas, pero no es nuestra voz. Por lo tanto, una vez triunfemos sobre este extranjero, (recuerda, voy a explicar cómo hacerlo en la columna del próximo mes) volveremos a casa –lo que significa que la plenitud será nuestra para siempre. Nuestro hogar no es en una dimensión lejana. Es una conciencia de felicidad sin fin, tal como lo es Dios. Nada más, nada menos.

LO+nuevo
by mac store



MacBook Pro

El más alto rendimiento
ahora llega más alto

Las nuevas computadoras portátiles MacBook Pro de 13, 15 y 17 pulgadas ahora incluyen procesadores Intel de cuatro y dos núcleos de última generación hasta dos veces más rápidos.¹ Los nuevos gráficos en los modelos de 15 y 17 pulgadas son hasta tres veces más rápidos que antes.² La nueva tecnología de E/S Thunderbolt conecta periféricos de alto desempeño y pantallas de alta resolución, y transfiere archivos rápidos como un rayo.

Mac Store
www.macstore.com.pa

San Francisco
Casa Matriz, C70
Plaza G de P

Albrook Mall
Pasillo del Pingüino
Local M19

Multiplaza Pacific
Frente a Life Plus
Local B-237



“SIN LUGAR A DUDAS, SU CREATIVIDAD FUE UN PILAR IMPORTANTISIMO PARA LA CREACION Y CRECIMIENTO DE BLANK. AUNQUE SU PRESENCIA FISICA SERÁ NOTORIA, ESTOY SEGURA DE QUE SU LEGADO TRASCENDERÁ EN EL TIEMPO. HASTA SIEMPRE, PAULA!”

ESTHER PANG



PAULA GERMAIN EDWARDS (1972 - 2011)

COLLAGE DE UNA VIDA

Paula fue una mujer excepcional. Además de inteligente, moderna y vanguardista, era una gran amiga, siempre preocupada y cariñosa. Amaba la música por sobre todas las cosas y tenía un sentido del humor único. Paula fue una de las fundadoras de Grupo Blank, siendo la directora de arte y diseñadora de Blank Magazine Chile y Panamá. Su particular visión y manera de entender la relación entre arquitectura, poesía y diseño, se manifestaba al mismo tiempo en su fotografía, la cual inspiró la sección PICS*, que le dedicamos especialmente en esta edición. Su inesperada enfermedad llegó justo en el momento en que estaba comenzando a disfrutar de su nueva vida en Berlín. Estando de visita en Chile a fines de 2010, le descubrieron un tumor cerebral maligno, el cual la dejó anclada y sin posibilidades de retornar a Europa. El pasado sábado 16 de Julio, nuestra querida Paula nos dejó. A pesar de la inmensa tristeza que nos invade, el recuerdo de su presencia perdurará por siempre en nuestras vidas. Sin ti y tu talento, Blank nunca hubiese sido lo que es.

por CAROLINA REDONDO Y DANA RADIC



“PAULA, SÉ QUE ESTÁS EN NOSOTROS Y CON NOSOTROS CADA VEZ QUE CONTEMPEMOS EL MILAGRO DE ESTE MUNDO. AGRADEZCO LA FORTUNA DE HABERTE TENIDO COMO AMIGA.”

MICHELLE-MARIE LETELIER

LUZ VERDE

por ANALIDA LEWIS



WE LIKE



PLAYLIST

MAURICIO HERRERA BARRÍA
VISUAL ARTIST & FASHION BLOGGER

01. always | bon jovi
02. get outta my way | kylie minogue
03. cuidate | la oreja de van gogh
04. uncharted | sara bareilles
05. love today | mika
06. je me souviens | lara fabian
07. are you satisfied? | marina & the diamonds
08. le tango de roxanne | moulin rouge soundtrack
09. take me or leave me | rent soundtrack
10. for good | wicked soundtrack
11. dancing queen | abba
12. like a prayer [sticky & sweet 2008 version] | madonna



REVIEWS

THE HORRORS

SKYING

Skying, tercer disco de la agrupación, muestra una línea más limpia y elaborada sin perder la esencia del Horror-punk o Post Punk. Tiene como influencia el sonido de Madchester, Synth Pop y New Wave de los 80 con una visión oscura. Es más sintetizado, más electrónico y con menos guitarra comparado con el anterior. Con su primer sencillo Still Life hicieron su debut en vivo en la BBC Radio. www.myspace.com/thehorrors

"Shangri - La

La
La La La

La La
La La

by
YACHT

YACHT

SHANGRI-LA

El dúo, originario de Oregón, nos trae su quinta producción. Bajo la influencia de lo electrónico de Hot Chip y disco-funk de Of Montreal, éste álbum sobresale por la presencia de temas más bailables y sonidos synth-pop muy familiares, en donde destacan, aparte de Dystopia, los temas Utopia, Holy Roller y I Love In The Dark. La energía y alegría que proyecta, convierte a este disco en algo más que recomendable. www.myspace.com/yacht

BATTLES

GLOSS DROP

Gloss Drop, último disco de la agrupación estadounidense Battles, hizo su debut con "Ice Cream"; primer sencillo con que sale a la luz este álbum que consta de doce canciones.

Después de estar inactivos por cuatro años, ya que su guitarrista, vocalista y mente Tyondai Braxton, abandona el grupo con el fin de incrementar su carrera musical de otra manera, en lugar de paralizarse o de buscar un sustituto, en su nuevo disco, sorprenden por lo adaptables y creativos que son, logrando causar gran impacto entre sus seguidores, porque el estilo es totalmente distinto a *Mirrored*, su primer CD. Jugando entre los géneros Math Rock y Progressive Rock, este LP consta de patrones y repeticiones que aunque no tengan nada en común se complementan entre ellos, formando un disco que de principio a fin produce una mezcla de sentimientos diferentes con un sonido nuevo, maduro y más fresco de lo que uno estaba acostumbrado anteriormente. Aparte de las composiciones instrumentales, también consta de cuatro importantes colaboraciones, que por diferencia de género, le brinda personalidad a cada canción. Gary Numan, Matías Aguayo, Kazu Makino y Yamantaka Eye son quienes, aparte de los tres integrantes del grupo, contribuyen a que *Gloss Drop* sea un viaje. Con esa mezcla tan ecléctica y estructuras enredadas, no quita que la banda siga conquistando y sorprendiendo a su público con este álbum. Da gusto escuchar el regreso que, sin lugar a dudas, los mantendrá vigentes por un buen rato.

www.myspace.com/battletheband

SONY.
make. believe



REPRODUCTOR MP3 SONY
define tu estilo.

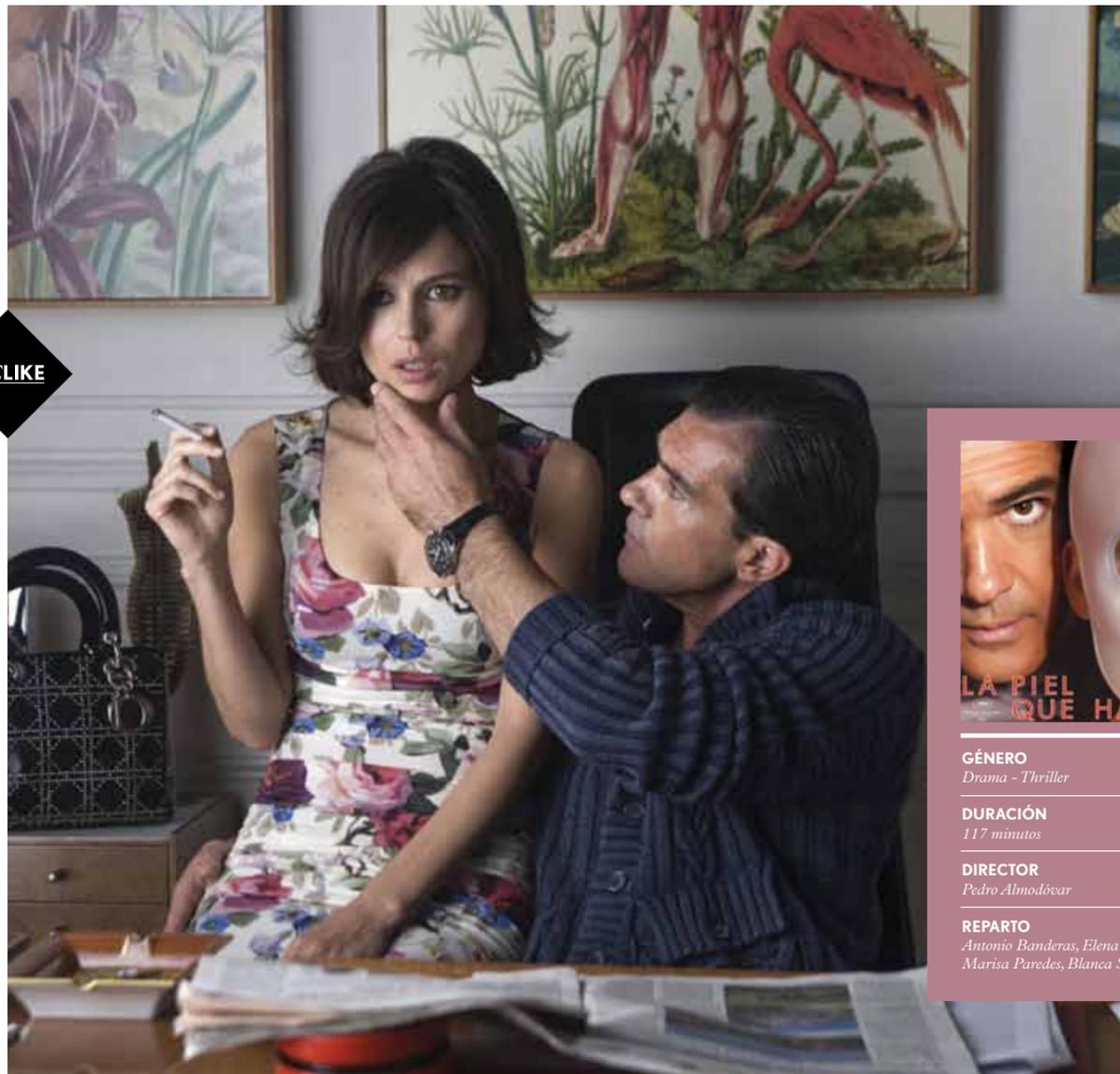


- Gran calidad de sonido con Bajos Potentes (BASS BOOST).
- Carga rápida de 3 minutos para 1.5 horas de música.
- Conexión directa a través de USB.

800-SONY

RECARGA TU VIDA





WE LIKE

**GÉNERO**

Drama - Thriller

DURACIÓN

117 minutos

DIRECTOR

Pedro Almodóvar

REPARTOAntonio Banderas, Elena Anaya,
Marisa Paredes, Blanca Suárez

La Piel Que Habito

HISTORIA DE UNA VENGANZA

“La Piel Que Habito” ha favorecido uno de los reencuentros más esperados del cine español: la dupla Almodóvar-Banderas. Luego de veintidós años desde su última colaboración en “Átame”, el realizador manchego vuelve a dirigir a quien fuera su actor fetiche en los años ochenta. En “La Piel Que Habito”, Pedro Almodóvar hace una adaptación libre de la novela “Tarántula” del fallecido autor francés Thierry Jonquet, la cual narra la brutal venganza emprendida por un cirujano plástico contra el hombre que violó a su hija. Tras la muerte de su mujer en un trágico accidente de auto, el prestigioso Dr. Robert Ledgard, se obsesiona con la reproducción de piel humana para implantarla en sus pacientes. Tras doce años de investigación y experimentación logra su objetivo, pero no sin quebrantar la ley y transgredir todos los principios éticos y morales que fundamentan su profesión. Antonio Banderas describe su personaje como: “un hombre que encarna el abuso de poder más absoluto, sin ningún escrúpulo. Un ser terrible que se cruza con otro personaje con una capacidad indescriptible de supervivencia, y al que somete a unas pruebas que yo no había pensado que alguien podría hacer jamás”.

por **DANA RADIC**
fotos cortesía © 2011 - SONY PICTURES CLASSICS
mas info WWW.LAPIELQUEHABITO.COM

NUIVO®

THE WORLD'S FIRST SPARKLING LIQUEUR

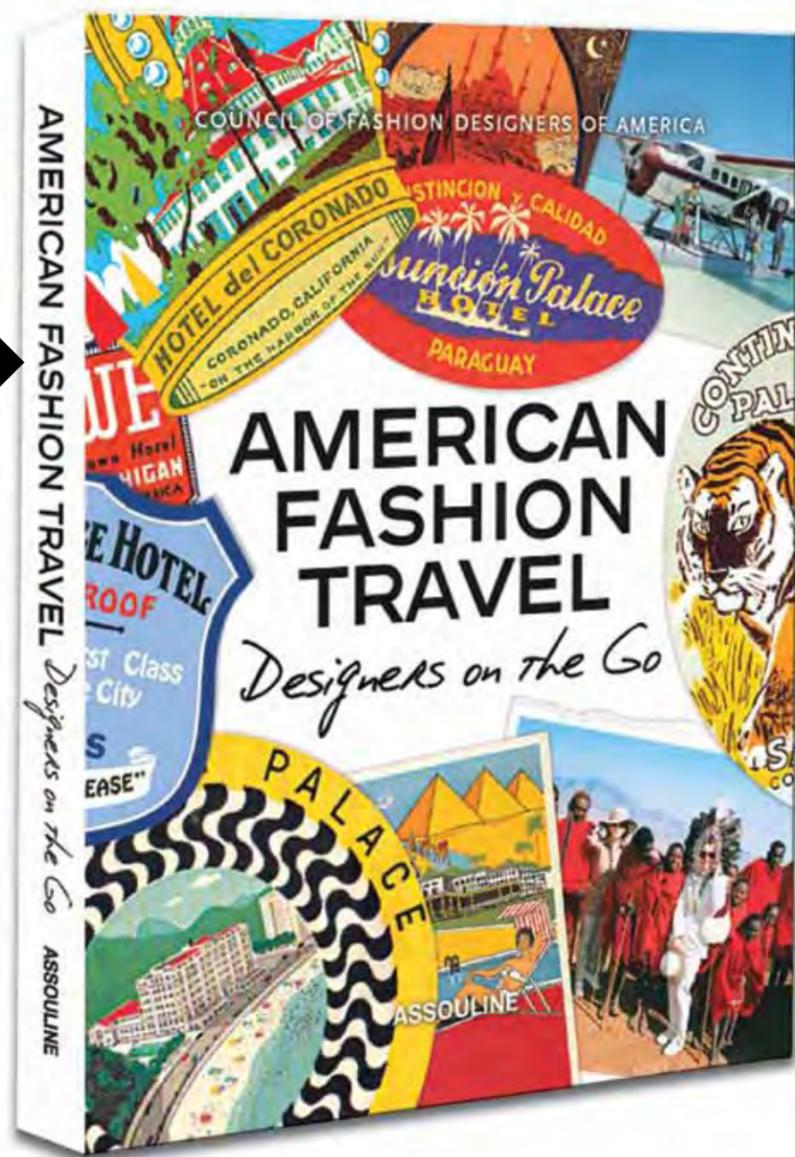


CUANDO TOMÉ, NO MANEJE

CELEBRATE THE *Good Life*



GLOBAL BRANDS



American Fashion Travel TROTAMUNDOS DE LA MODA

The Council of Fashion Designers of America, Inc. (CFDA) es una organización sin fines de lucro que agrupa alrededor de 370 de los más destacados diseñadores de ropa, accesorios y joyas de Estados Unidos. Esta asociación comercial fue fundada en el año 1962, con el fin de recaudar fondos para obras de caridad y promover el posicionamiento de la moda dentro del ambiente artístico y cultural. American Fashion Travel: Designers On The Go! es un libro de memorias que recopila los destinos favoritos, hoteles, restaurantes, tiendas y fuentes de inspiración de estos incansables trotamundos de la moda. En esta edición publicada por Assouline en conjunto con The Council of Fashion Designers of America, y su presidenta Diane von Furstenberg, los diseñadores comparten anécdotas personales, recuerdos y fotos, acompañados de un original cuestionario de viaje. Entre ellos, Tommy Hilfiger cuenta cuál es su destino preferido, Donna Karan habla de lo que nunca falta en su bolso de mano, Yigal Azrouel presenta su hotel favorito, Peter Som cuenta sobre su cómo sería un viaje ideal, Tory Burch y Betsey Johnson revelan sus lugares preferidos para ir de compras.

por **DANA RADIC**
foto cortesía **ASSOULINE**
mas info WWW.ASSOULINE.COM - WWW.CFDA.COM



TÍTULO
American Fashion Travel

EDITORES
CFDA

LENGUAJE
Inglés

EDITORIAL
Assouline

MUY PRONTO

EN ALBROOK MALL



C.C. MULTIPLAZA, PANAMÁ

WE LIKE



COCINA
Frutos del mar/ De autor

HORARIO
*Todos los días de 6:00 p.m.
a 12:00 a.m.*

UBICACIÓN
Trump Ocean Club, Punta Pacífica

RESERVACIONES
215-8828

PARA DEGUSTAR CON LOS SENTIDOS

Tejas

Como si se tratase de una sinfonía, cada uno de los intérpretes de las artes culinarias originadas en la cocina del restaurante insignia del Trump Ocean Club está coordinado y meticulosamente dispuesto para ejecutar cada preparación de manera magistral. El equipo está encabezado por el renombrado chef ejecutivo Daniel Bausa, y el chef de Cuisine Vitelio Reyes, responsables de la creación de platillos tales como el Carpacho de corvina con vinagreta de verduras y pesto de cilantros y berros; Risotto de mascarpone con langostino; y el Mero con papas confitadas en vinagreta de tomate y tocino. Parte importante de la experiencia de visitar Tejas es su decoración, ya que posee piezas de madera provenientes del Canal de Panamá, así como tejas de barro en algunas de sus paredes; mientras que en otras, conchas de ostras ponen el acento náutico propicio para la degustación de la cocina del mar. Para despedir la hora de la comida, la carta de postres ofrece recetas innovadas hechas a partir de los clásicos, como la tarta de manzana deconstruida y el brownie, servido con delicadas láminas de oro. Situado en el primer piso del hotel, Tejas cuenta con dos áreas privadas para eventos o cenas íntimas; e igualmente, con un completo bar ubicado en el centro del salón principal.

mas info WWW.TRUMPPANAMAHOTEL.COM



CUANDO MANEJE NO TOME.

www.hablemosdealcohol.com

Corona
Extra



FEMENINA MASCULINIDAD
BOY MEETS GIRL
 por MARISTELLA GONZÁLEZ

La sensualidad puede ser consecuencia de un sinnúmero de condiciones: belleza, fama, inteligencia, rebeldía, inocencia, talento, riqueza y estatus. En 1966, cuando Yves Saint Laurent creó el primer tuxedo para la mujer, los hombres eran quienes ocupaban, en su gran mayoría, los altos cargos corporativos y gubernamentales. Eran ellos quienes llevaban los pantalones, pero no por mucho tiempo más. Le Smoking, como se le llama al tuxedo de Saint Laurent, fue un diseño innovador que le permitió a la mujer llevar un estilo usualmente reservado para hombres con influencia y poderosos. Quizás por eso hay algo tan sensual y atractivo en esta tendencia que ha venido tan fuerte para el Otoño 2011. The Row, Chanel, Yigal Azrouel, Ralph Lauren, Dolce & Gabbana, Jason Wu, Stella McCartney, Ruffian, Tibi, Moschino, Temperly y Prabal Gurung son algunas de las marcas que optaron por incluir ya sea un look o muchos looks inspirados en ropa masculina para sus colecciones. Números editoriales de moda también han celebrado el masculine/feminine look, evocando el estilo fotográfico de Helmut Newton, en especial su icónica imagen de Le Smoking capturada en 1975, lo que demuestra que –además de su innegable sensualidad y elegancia– esta tendencia siempre estará de moda.



- 01. freida pinto en CHANEL
- 02. cuello decorativo ELEVEN OBJECTS
- 03. look fall 2011 YIGAL AZROUEL
- 04. look fall 2011 RUFFIAN
- 05. look fall 2011 DOLCE & GABBANA
- 06. zapatos fall 2011 DOLCE & GABBANA
- 07. sombreros URBAN OUTFITTERS
- 08. look fall 2011 THE ROW
- 09. look fall 2011 CHANEL
- 10. look fall 2011 RALPH LAUREN
- 11. helmut newton, a gun for hire TASCHE
- 12. bolso fall 2011 JIL SANDER
- 13. janelle monae en CHANEL



ILUSIÓN VS. REALIDAD

Yoichi Yamamoto for Issey Miyake

El arquitecto japonés Yoichi Yamamoto es el cerebro detrás esta sugestiva instalación titulada 2D/3D Chairs, diseñada especialmente para la tienda Issey Miyake, ubicada en Ginza, Tokio. Debido a su disposición espacial, la obra puede ser apreciada exclusivamente desde exterior, atrayendo la atención de miles de visitantes que concurren diariamente a uno de los distritos comerciales más lujosos del mundo. Al mirar desde afuera, el observador tiene la impresión de estar frente a un grupo de sillas azules comunes y corrientes, sin embargo, a medida que se aproxima, puede comprobar que lo único real en su visión son los respaldos y los sombreros de Akio Hirata que complementan la instalación. Los respaldos de las sillas están adosados al suelo, mientras las patas de las sillas son dibujos en el mismo.

La explicación de esta ilusión óptica está dada por la tridimensionalidad de los respaldos y la bidimensionalidad de los dibujos, que al estar unidos crean una figura en sí misma. Yoichi Yamamoto nació en 1975. Después de graduarse en la Universidad de Waseda, se integró a la División de Diseño de Shimizu Corporation, y fundó Yoichi Yamamoto Architects en 2006.

por DANA RADIC
fotos YOICHI YAMAMOTO ARCHITECTS
más info WWW.GREEN.DTL.NE.JP/YOICHI
WWW.ISSEYMIYAKE.COM



CONVERSE SHOW TI ME



MARIEL GARCIA SPOONER 24 AÑOS

Pasar de ser una productora audiovisual a la fundadora y directora del único festival de cine en Panamá no fue fácil, pero sí muy divertido. Ese espíritu DIY (do it yourself) que comparte con Converse ha estado presente en cada una de las ediciones del Festival Internacional de Cortometrajes Hayah, que este año presenta su quinta entrega.

¿Cuál es tu labor en el Festival Internacional de Cortometrajes Hayah?
Soy Directora Ejecutiva.

¿Cuándo organizaste el primer Hayah, pensante que llegarías a cinco?
De hecho no. El primero fue casi un experimento, pero veo que la formula funcionó en los años que siguieron. Ahora seguimos trabajando por impulsar el audiovisual en Panamá.

¿Por qué cortos?
Porque es la manera más fácil de aspirar a hacer cine. Hay que atreverse a pensar en corto y tener la experiencia de hacer uno, antes de decir que quieres hacer una gran película.

¿Pop Corn dulce o salado?
Mitad y mitad.



LOCKS COLLECTION

Tiffany & Co.

La inspiración proviene de muchos lugares y viene en diferentes tamaños, colores y formas. Esta vez, el punto de partida de la nueva colección de Tiffany & Co. se encuentra en los archivos de la casa, convirtiéndose en una alegoría a uno de sus grandes íconos de todos los tiempos: el candado. La sinergia entre esta pieza atemporal y la interpretación contemporánea del romanticismo ha dado como resultado una serie de piezas que funcionan, tanto para una nueva generación de jóvenes seguidoras de Tiffany & Co., como para aquellas que lo llevan en el corazón. Desde sutiles cadenas con uno o varios dijes miniatura –en plata esterlina o delicado oro rosado– hasta suntuosos eslabones de oro amarillo que terminan en joyas de grandes proporciones, la colección es un recorrido por distintas facetas del amor y la elegancia. Entre las prendas insignia figu-

ra un candado con forma de corazón en platino y diamantes Pavé, reflejo de la luminosidad interna de cada mujer. Sin importar el tamaño o el material seleccionado, cada pieza se transformará en un objeto de deseo y afecto que pasará de generación en generación sin perder vigencia.

más info WWW.TIFFANY.COM



All Share

Con All Share descargo fotos y videos en la TV desde mis dispositivos móviles compatibles.



Web Browser

Con Web Browser navego por internet y encuentro deliciosas recetas sin moverme del sofá.



Social TV

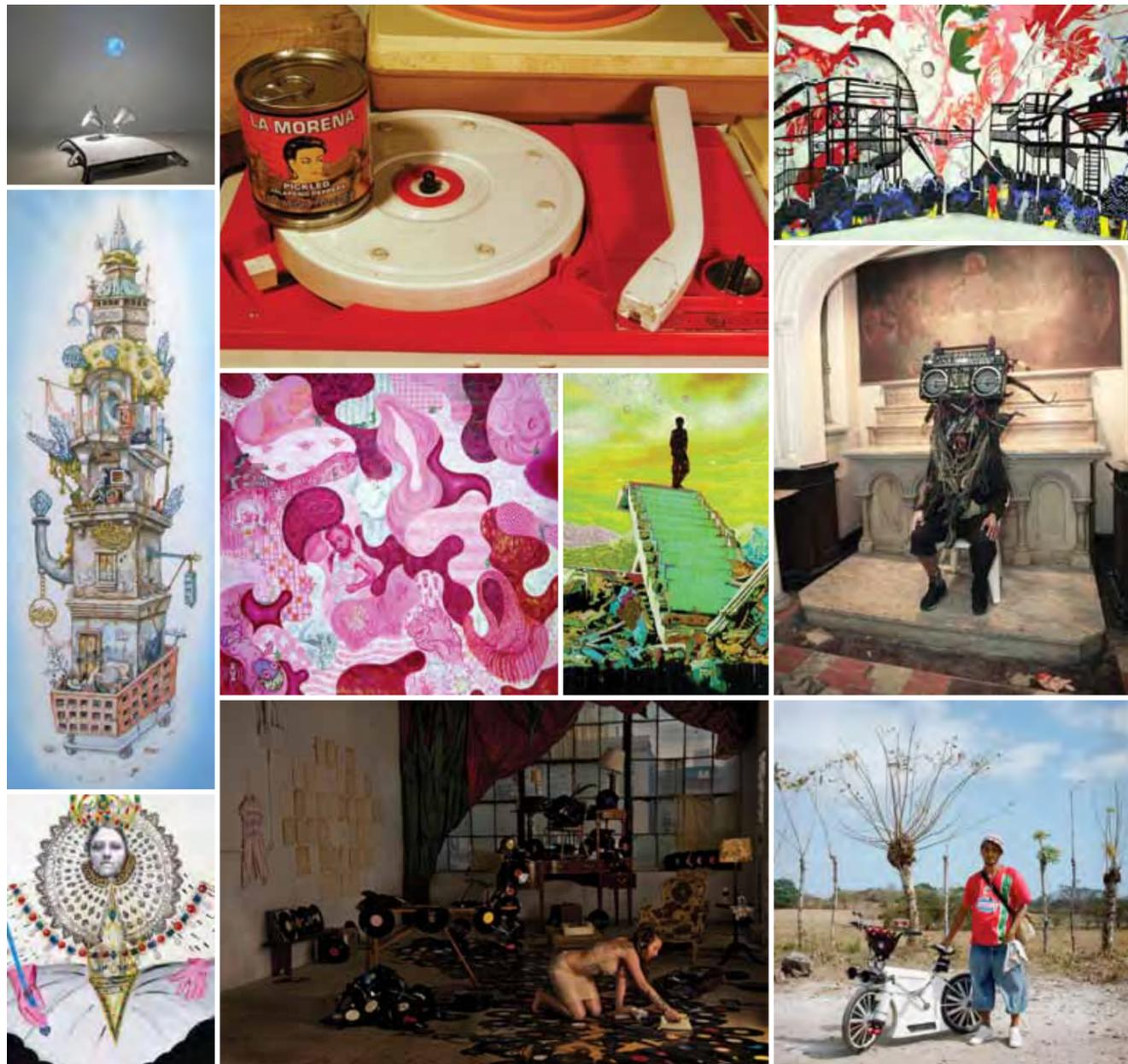
Con Social TV estoy en contacto con mis amigos en Facebook y Twitter mientras veo TV.

Descubre el nuevo tiempo familiar.

SMART TV
ÚNETE

www.samsung.com





EL MUSEO DEL BARRIO NEW YORK

Bienal The (S) Files 2011

La Bienal The (S) Files 2011 del Museo del Barrio se tomará toda la ciudad de Nueva York, presentando un número récord de 75 artistas emergentes en siete recintos diferentes, cuyas obras comprenden trabajos multidisciplinares, desde murales y graffiti hasta presentaciones no tradicionales en moda y música. En palabras de uno de sus curadores, Elvis Fuentes, "The (S) Files 2011 destaca artistas latinos que han estado involucrados en movimientos de arte callejero en Nueva York como el graffiti desde los años 70 y otros quienes debido a circunstancias actuales se están tomando las calles por primera vez para producir arte." En adición a su enfoque tradicional sobre artistas radicados en Nueva York, cada bienal incluye un tema paralelo. Este año, The (S) Files 2011 celebra la Bienal del Istmo Centroamericano al mostrar el trabajo de un grupo de artistas presentados en su más reciente edición. Seleccionado por Elvis Fuentes

y Juanita Bermúdez, directora de la Bienal del Istmo Centroamericano, este compendio resalta artistas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá (José Manuel Castellón – fotografía), llamando la atención a una escena artística contemporánea y floreciente, la que aún no recibe el crédito correspondiente a pesar de que dichos artistas participan en movimientos globales de arte. La Bienal The (S) Files estará abierta al público hasta el 8 de enero de 2012.

por ESTHER PANG
 más info WWW.VIMEO.COM/ELMUSEO
WWW.ELMUSEO.ORG/EN/EVENT/EL-MUSEOS-BIENAL-S-FILES-2011

Cámbiate a Claro



La Red más rápida de Panamá



Videos en tiempo real



Sube fotos en 1 ss



Descarga videos HD en 30 ss



Descarga mp3 en 6ss



Haz tu video llamada en cualquier lugar



Navega 6 veces más rápido



Yo lo tengo Claro

claro.com.pa



BEAUTY & ESSEX RESTAURANT

Sabores étnicos y sofisticación vintage

A meses de su apertura, Beauty & Essex se ha convertido en el lugar de encuentro de celebridades de Hollywood y personalidades de la moda. Ubicado en el corazón del Lower East Side de Manhattan, este espectacular restaurante, bar y lounge es la nueva y glamorosa adición de los creadores del afamado The Stanton Social de Nueva York. Al igual que su predecesor, Beauty & Essex fue proyectado por el reconocido team de diseñadores Avro Ko, quienes se encargaron de darle un toque de sofisticación con reminiscencias vintage. Partiendo por una curiosa tienda de antigüedades en la recepción del establecimiento, Beauty & Essex tiene varias áreas independientes, y en cada una se enfatiza la presencia de valiosos objetos decorativos y piezas de joyería antiguas. A su vez, cuenta con un amplio segundo nivel dividido en tres zonas, especialmente diseñada

do para eventos y celebraciones privadas. Siguiendo la línea de su restaurante hermano, la cocina de Beauty & Essex es liderada por el talentoso chef Chris Santos, quien ofrece una carta casualmente elegante con inspiración multiétnica, compuesta por tapas o pequeños platos especiales para compartir.

por DANA RADIC
fotos cortesía BEAUTY & ESSEX
más info WWW.BEAUTYANDESSEX.COM - WWW.AVROKO.COM

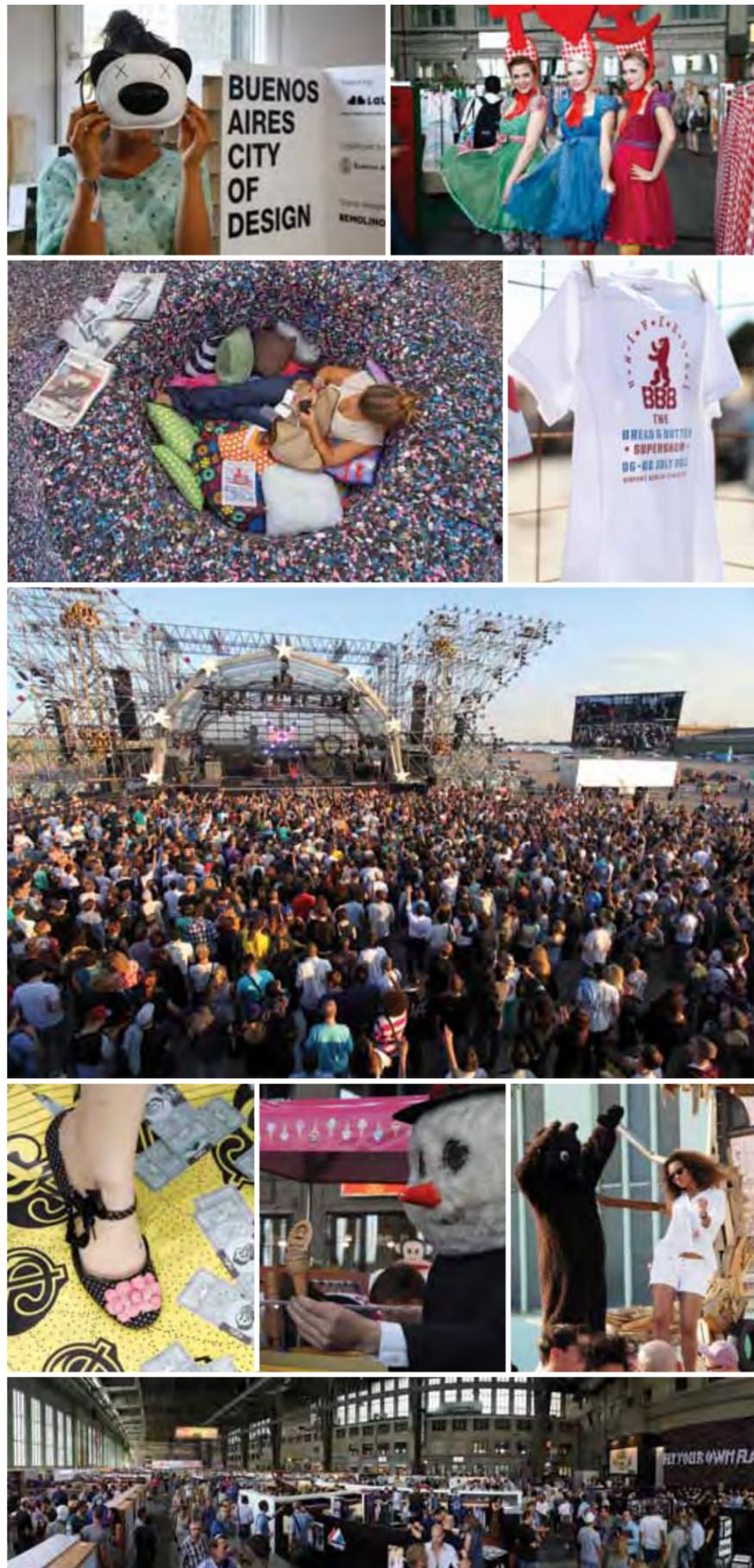


BOUTIQUE JUICY COUTURE: MALL MULTIPLAZA LOCAL A140
FELIX B. MADURO MULTIPLAZA
JUICYCOUTURE.COM

THE BREAD & BUTTER SUPERSHOW

06-08 Julio 2011
Berlin Tempelhof Airport

Llega el verano a Europa y con él la edición N°25 del B&B presentando las nuevas colecciones Primavera/Verano 2012 de los diseñadores y marcas a la vanguardia del "Urban & Streetwear". Este tradeshow internacional, líder en el mundo del Sport & Street Fashion, cumple una década de éxitos desde su primera y pequeña exhibición en Cologne, Alemania, y lo han celebrado tirando la casa por la ventana. Con una combinación de visión futura y retrospectión, el SUPERSHOW viajó a través del tiempo para reflexionar sobre los diez años del B&B, llenos de transformaciones creativas y fascinantes que conmocionaron la industria, usando esto como catapulta para mostrarnos su futuro visionario con el lema: "Esto es sólo el comienzo... ¡El futuro empieza ahora!". Los B&B SUPERNIGHTS ofrecieron tres noches de música y shows en vivo bajo el cielo estrellado de Berlín. El GRAND OPENING contó con las actuaciones de Mos Def, Airbourne y Deichkind; y la entrega de varios premios especiales. Los "alls-tars" DRYKORN, Levi's y Red Wing Shoes fueron honrados por su participación en los 25 B&B's con una B gigante, y Adidas recibió un Oso B&B por su inspiración en crear este evento. A su vez, Adidas presentó su edición especial limitada del clásico Originals Decade Hi con el logo del B&B para conmemorar esta década. El grand finale fue un espectáculo de fuegos artificiales mientras una X de 30 m de altura se encendía en llamas, simbolizando la pasada década y abriendo paso a la venidera. Berlín se unió a la celebración y este año por primera vez se realizaron los B&B SHOPPING NIGHTS en la capital del "Casual & Urban Lifestyle". Más de 100 tiendas en Berlín-Mitte extendieron sus horarios para el deleite de los compradores, evento que se repetirá en futuras ediciones. Durante el día, los profesionales del sector merodeaban entre los más de 580 stands divididos en las clásicas áreas de Street Fashion, Fashion Now, Style Society, Urban Superior Women & Men, L.O.C.K., y Denim Base, el corazón del B&B y la base de la cultura del Urban Streetwear. Pero el lugar favorito para hangear y cerrar negocios fue Desert Land. Inspirada en fiestas hippies, festivales musicales y Mad Max, esta área decorada con palmeras secas, cactus, arena, carros oxidados y una estación de gasolina, contaba con un zona de entretenimiento al aire libre y hasta una piscina. Otro éxito del Bread & Butter: "pan y mantequilla"; para sus creadores, un símbolo de lo auténtico y esencial, combinados con la más alta calidad.



por ERIKA BAUM
fotos ©BREADANDBUTTER.COM
más info WWW.BREADANDBUTTER.COM

¿Granitos?
Tienes cosas
más importantes
para preocuparte.



Nueva tecnología
MICROCLEAR:
elimina los granitos
e interrumpe la
formación de nuevos.



Poros obstruido



MICROCLEAR rompe la barrera y disuelve la grasa, destapando el poro



MICROCLEAR actúa rápido y profundamente



Poros saludable y limpio

Johnson & Johnson de Asnamid S.A.
línea gratuita de servicio al consumidor
800-0011
e-mail: consumidor@its.jnj.com

Neutrogena[®]
PROBADO POR DERMATÓLOGOS
www.neutrogena.com

REETHYM OF LITE

Cobertura Exclusiva desde NYC
**LA NUEVA ESENCIA
DE REEBOK CLASSICS**

Reebok sorprende a sus fanáticos revitalizando sus clásicos a través de la interpretación de sus estilos más icónicos según la visión de Swizz Beatz. Productor musical, filántropo, artista, diseñador y director creativo (además, esposo de Alicia Keys), Swizz encontró en el hecho de tener una marca entera como un enorme canvas su inspiración más motivadora para la creación de cada modelo y estilo de la colección Reethym of Lite. Es difícil imaginar que alguien conozca mejor la esencia de Reebok Classics y hacia adonde se dirige la marca que Todd Krinsky. Él ha formado parte del equipo de Reebok recién graduado de la universidad y ha escalado posiciones desde entregar correspondencia hasta llegar a su cargo actual como Director de Reebok Classics. Luego de una hora de haber conocido a Swizz Beatz, el balance entre experiencia e intuición de Krinsky supo que Swizz era exactamente lo que Reebok necesitaba. Más allá de una búsqueda, lo que pasó entre Swizz y Reebok fue un encuentro mutuo en el que ambas visiones causaron una sinergia creativa, visual y tecnológica sin precedentes. Para que la campaña de Reethym of Lite cobrara vida, Swizz Beatz se rodeó de talentos como el director de videos musicales Chris Robinson, la coreógrafa Hi-Hat y el artista de luz láser Eliav Kadosh. Además, estrellas del mundo del baile callejero como: Buck, Haspop, Destini Rogers, B-Boy L.L. Flex, Kelli Divincen, Daniel Graham, Duncan Tran y B-Boy Lil' Bob, fueron acompañados por más de 150 extras quienes fusionaron sus energías creativas para lograr una verdadera fiesta internacional. Reethym of Lite interseca materiales, colores, y detalles de estilo, el baile, la cultura urbana y el deporte, en piezas disponibles tanto para hombres como para mujeres, reafirmando así la posición de liderazgo de Reebok al ser innovadores y grandes favoritos a través de varias generaciones.

por ESTHER PANG
más info WWW.WERCLASSIC.COM
@REEBOKCLASSICS



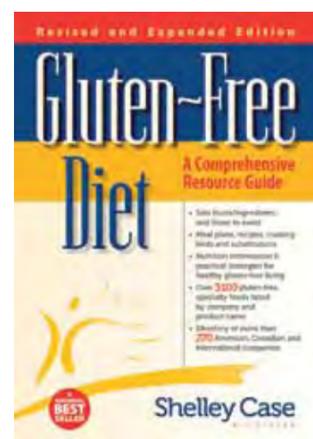
WE ♥ EARTH



HOTEL NYLO PLANO | HOSPEDAJE ECOLÓGICO

Este moderno hotel boutique, ubicado a 32 Km de Dallas, Texas, ha sido reconocido como líder en hostelería ecológica gracias a sus innovadoras prácticas sustentables. El edificio de cinco pisos fue construido usando un sistema eficiente de ahorro de energía. Cuenta con 176 habitaciones y ocho suites estilo loft, de las cuales 45 son PURE rooms. Algunos de sus programas incluyen el reciclaje ecológico de residuos, donde el 100% de la energía es reutilizada. Posee bombillas de bajo consumo instaladas en todo el edificio. Ofrece un sistema de lavado y secado de ropa libre de Ozono, y proporciona una exclusiva línea de productos de origen natural en envases reciclables en cada habitación. www.nylohotels.com

ECO HEALTH



GLUTEN-FREE DIET

PREVENIR EN VEZ DE CURAR

La intolerancia al gluten tiene más de 300 síntomas, pero muchas personas no los experimentan jamás. La enfermedad celíaca es una afección autoinmune caracterizada por una inflamación crónica de la parte próxima del intestino delgado, causada por la exposición a la gliadina, una proteína vegetal presente en algunos cereales. La célebre nutricionista Shelly Case acaba de lanzar su octava publicación dedicada al tratamiento de esta enfermedad cada vez más común en el mundo. "Gluten-Free Diet: A Comprehensive Research Guide" es un libro dedicado a ayudar a todas las personas que padecen de esta condición, pero también es una guía para aquellos que quieren evitarla. El lector encontrará la respuesta a todas sus dudas y entenderá la importancia de leer las etiquetas de todos los productos que consume. www.glutenfrehelp.info

ECO BEAUTY



JOSIE MARAN

COSMETICS

La supermodelo y actriz Josie Maran ha sido portada de cientos de revistas, embajadora de belleza para varias líneas de cosméticos, musa de reconocidas casas de moda, y ha trabajado con las más destacados fotógrafos y makeup artists del mundo. Años de experiencia le han servido para aprender a identificar los ingredientes benignos y nocivos presentes en los cosméticos. Investigando los productos en el mercado, se dio cuenta de que no había ninguna línea de cosméticos naturales que apuntaran a un segmento más sofisticado, por lo cual decidió crear su propia línea: Josie Maran Cosmetics. Cada producto, desde el packaging hasta los lipsticks, son 100% naturales y ecosustentables. Siguiendo la senda de la responsabilidad ecosocial, Josie Maran Cosmetics se ha asociado con importantes organizaciones dedicadas a la protección del medio ambiente. www.josiemarancosmetics.com

ECO AT HOME

*AL CALENTAR COMIDA EN EL MICROONDAS

Prefiere el uso de contenedores de vidrio o cerámica en vez de plásticos. Al exponer estos utensilios a altas temperaturas, los químicos expulsan gases que contaminan los alimentos. Si necesitas cubrirlos, no uses el típico plástico transparente, pues también es nocivo. Es preferible que uses un plato y dejes un pequeño espacio para la circulación del aire.

*PARA MANTENER UNA BUENA HIGIENE BUCAL

La frecuencia y duración de un cepillado correcto es dos veces al día por 2 a 3 minutos cada vez. Recuerda reponer tu cepillo de dientes cada dos meses o bien en el momento en que este comience a perder su forma y efectividad. No olvides usar seda dental después de cada comida.

*DEJAR DE COMER ES LA PEOR RECETA PARA ADELGAZAR

Si quieres perder peso y no recuperarlo, opta por una dieta controlada en calorías y una rutina de ejercicio tres veces por semana. Algo que ayuda considerablemente a la pérdida de esos kilos de más es no comer comidas altas en carbohidratos después de las 8 de la noche y evitar el consumo de alcohol.

HERNÁN AMENÁBAR

Enólogo jefe de la bodega Undurraga y Presidente de la Asoc. de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile

fotografía cortesía de Quintessentially

“Qué mejor que un espumante para abrir el alma. La gracia y el cuerpo de estos vinos llevan a la melancolía, a la intimidad, a la fiesta, a la poesía. Estos son vinos que se escuchan y se sienten”.

Por lo menos eso afirma Hernán Amenábar, enólogo jefe de la bodega Undurraga, una viña chilena que se ha especializado en elaborar vinos espumantes de alta calidad, actualmente presentes en los más recónditos lugares del planeta.

¿Qué expresa un vino espumante?

Mil cosas. Depende del momento, del lugar, de las emociones. Un espumante tiene el poder de transformar momentos, lugares y emociones en algo fino, sofisticado, divertido. La expresión de un espumante está además relacionada con los sentidos. Puede gozarse con todos ellos.

¿Sensualidad pura! Por favor expláyese.

Si tomamos el Undurraga Rosé Royal, seduce por la vista, desde su luminoso color rosa pálido y el brillo con el cual se desplaza su bello y fino perlaje. Si ponemos atención, sus burbujas coquetearán con nuestros oídos. La personalidad del Undurraga Brut Rosé se revelará de a poco; reflejará un discreto, casi fugaz, cosquilleo en nuestra lengua, luego nos cautivará con expresivos sabores frutosos, de damascos, algo de miel, un poco de durazno. Agreguemos el cuerpo que suelen tener los espumantes rosados, a base de Pinot Noir: habrá insinuaciones de taninos y una sensación más plena en boca. En cuanto a los aromas, nuestra nariz sentirá una paleta de aromas finos, florales, que llaman a ser descubiertos lentamente.

¿Cuándo hay que tomar un vino espumante?

No hay nada mejor que un espumante para abrir el alma. La gracia y el cuerpo de estos vinos llaman a la melancolía, a la fiesta, a la poesía, a los momentos de intimidad. Por ende, un espumante puede tomarse en cualquier momento y en cualquier lugar.

En lo personal, el Undurraga Rosé Royal me incita a gozarlo acompañado por mi mujer, mirando una puesta de sol, en la terraza de algún bar que se abra al mar. O me escaparía con ella, una botella de Undurraga Rosé Royal y dos copas a una playa remota, con un aperitivo a base de tostadas y un rico foie gras, y tal vez unos mariscos frescos.

¿Maridan bien los espumantes con la comida?

Sí, con muchos tipos de comida, pues son vinos de cierta frescura y acidez, que no “compiten”, al contrario, exaltan los sabores de los platos. Nuestro enólogo asesor, Philippe Coulon, un



francés que fue director de enología de la reputada casa de Champagne Moët & Chandon, recomienda acompañar un menú de cuatro platos sólo con espumantes.

¿Algún consejo?

Para que la experiencia sea gozosa, y como en todo orden de cosas, la calidad es clave. Un vino espumante de alta calidad se hará notar. En Undurraga nos hemos dedicado a conocer muy bien los terroirs de los que se originan nuestros espumantes. Para elaborarlos, buscamos las mejores uvas, de los mejores cuarteles, en los mejores suelos y ubicaciones de clima frío en Chile. Hay agricultura de precisión y todo un equipo de distintos profesionales detrás de un espumante Undurraga.

Elaborar un espumante es una mezcla de arte y ciencia. Hay que hacer las cosas con un afán de excelencia, por el mero gusto de hacerlo así, pero sólo se logra esto con una buena base, la tierra.

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 60 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.

QUINTESSENTIALLY

Para más información por favor contactar a info@quintessentially.com

SOCIALMEDIA



LEARN
RICK MEREKI
VIMEO

Esta es la última entrega de la trilogía MOVE, EAT, LEARN dirigida por Rick Mereki; producida y musicalizada por Tim White, y protagonizada por Andrew Lees. Los tres amigos recorrieron durante 44 días 11 países con dos cámaras al hombro para recolectar sus experiencias moviéndose, comiendo y aprendiendo. En menos de dos minutos, cada cortometraje logra capturar de manera emocionante e inspiradora la esencia de la cultura local y la facilidad que tiene el ser humano para adaptarse al entorno.



HITCH
PASCAL MONACO
VIMEO

Un magistral tributo a Alfred Hitchcock realizó este grupo de estudiantes de la Universidad de Ciencias Aplicadas y Artes de Hannover, Alemania, con su trabajo de graduación titulado Hitch. Se trata de un libro de recetas de cocina animado que integra poco a poco los elementos más significativos de las películas del director británico, utilizando la estética siniestra y el humor negro como punto de partida para el impecable recuento audiovisual de los clásicos del cine de Hitchcock.

vimeo YouTube

@CSLEWISDAILY

FRIENDSHIP IS UNNECESSARY, IT HAS NO SURVIVAL VALUE; BUT IT'S ONE OF THOSE THINGS THAT GIVES VALUE TO SURVIVAL- CSLEWIS

@POLLOKRISPY

GENTE QUE TIENE ATUN, LECHUGA Y DEMAS EN SU DESPENSA Y CENA PIZZA...

@grupoblank

**ANTHONY FONTANO RULES!
WWW.THENEEDLEDROP.COM**

@KRIEGO

ESTOY VIENDO JERSEYLICIOUS Y SIENTO COMO MIS NEURONAS HACEN HARAKIRI.

@MRPOLLI

QUIZÁ LA LECHE SE CORTA PORQUE ES EMO



TODAVÍA ESTÁS A TIEMPO
Penthouses de 622 mts²
Listos para cambiar tu vida

arboleda

ALTOS DEL GOLF



De los creadores de pradera

HELLO, MY NAME IS...

NADIRAH ZAKARIYA

AGE 27 HOMETOWN KUALA LUMPUR, MALAYSIA OCCUPATION PHOTOGRAPHER



BLANK
available at
BJ MAGAZINES
NEW YORK

What makes you love photography?

I am able to escape into the world I create through the art of photography. The possibilities are endless, and all you need is a little bit of imagination, inspiration and passion. Like any other form of art, photography can move people and evoke or provoke emotions. I think that is so special. The visual language is a universal language, so the ability to share your art and language not being a barrier is great!

What's your favorite photographic equipment?

My favorite camera is my little Russian point and shoot, the Lomo LC-A. It is light, compact, and it literally creates magic! I carry it with me almost everywhere. I do shoot with other types of cameras as well and it basically depends on the project and budget.

You had the opportunity of collaborating on Björk's video "Wanderlust". What was it like working with her?

I was an art department and fabrication intern, so I did not work side by side with her. It was still an amazing experience nonetheless; I met so many

creative individuals that have become close and dear friends to this day. I actually met my boyfriend of four years there! I think that was the best part of that project for me.

Where did the inspiration for your first solo exhibition called "Daughters Ago" come?

A couple years ago, I started a series that focuses on the special bonds between sisters. I have four sisters of my own so the idea of sisterhood is very special to me. Also, being away from Malaysia for almost five years now, I have met many amazing women whom I consider sisters as well. I wanted to capture and preserve this intimate bond for their own future great granddaughters and so on.

In your opinion, which are the greatest challenges of being an emerging fashion photographer?

Being an emerging photographer in New York is tough; you need to be strong and very hard working. There are so many people from all around the world who come to New York to pursue a career in this industry so the competition is fierce, especially with

professional photographers who are amazing breathing the same air as you! The greatest challenge is to not give up, or be discouraged and convince yourself to continue to believe in yourself and keeping your head up high. I do believe there is room for everybody here; that is the best thing about NYC.

What is it that you'd change about photography in the fashion industry?

I think that it has changed a lot in the past few decades for sure. I would still love to see more diversity, shapes and sizes in the models.

What's a great place to take pictures in Kuala Lumpur?

Good question! I think Kuala Lumpur is beautiful; everything is just amazing. It is a mix bag of old and new architecture, which makes it really interesting. Many of my work is tightly cropped so anywhere with an interesting background works for me.

What do you miss the most about Malaysia?

I miss the food! I am lucky we have a couple of great Malaysian restaurants here in New York like Nyonya in Little Italy or Laut in Union Square, but nothing can compete my mom's cooking! Of course I miss my family and friends.

Where in New York is a great place to feel like home?

I feel closest to home when I am with my Malaysian friends. We try to get together a few times each month and catch up over Malaysian food. It is nice to be able to speak Malay and be around people who grew up the same way you did and experiencing similar things as you.

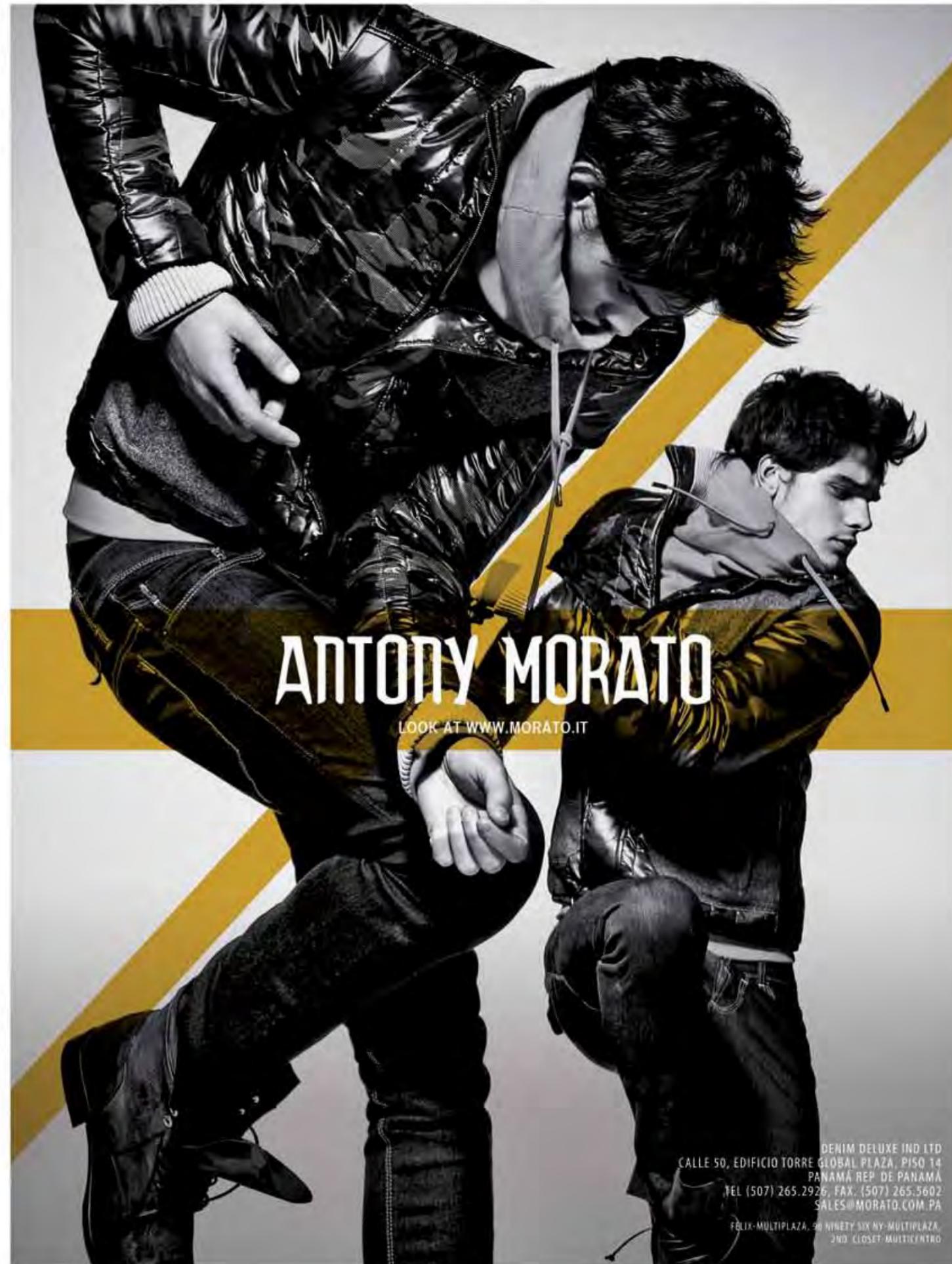
Please describe your dream photo shoot.

To photograph Tilda Swinton would be a dream!

What are Nadirah's future projects?

I just finished being the cinematographer on a film project, it was my first time experimenting with filming. We are now in our post-editing process and the film should be out by early 2012. I plan to continue experimenting on filming and perhaps, travel more.

by ESTHER PANG
photographer NADIRAH ZAKARIYA
more info WWW.NADIRAH.NET
follow on twitter @NADIRAHZAKARIYA



DENIM DELUXE IND LTD
CALLE 50, EDIFICIO TORRE GLOBAL PLAZA, PISO 14
PANAMA REP. DE PANAMA
TEL (507) 265.2926, FAX: (507) 265.5602
SALES@MORATO.COM.PA

FELIX-MULTIPLAZA, 90 NINETY SIX NY-MULTIPLAZA,
2ND FLOOR-MULTIENTRO



JOHN VASQUEZ

LA VERDADERA VIE EN ROSE

Como Vicepresidente de Mercadeo y Promociones de The London LLC Group, y encargado del marketing de HpnotiQ y Nuvo Sparkling Licour, John Vasquez combina su experiencia en la industria del entretenimiento —obtenida trabajando con Keneth Meiselas y posteriormente con el rapero Sean “Diddy” Combs— con el mundo de las ventas y el mercadeo. De esta innovadora mezcla han resultado las renombradas campañas de Nuvo con Eva Langoria, Wisin y Yandel, Paulina Rubio y Aventura, entre otros.

por LUZ BONADIES fotografía RAPHAEL SALAZAR dirección JUAN JOSÉ RINCÓN producción SOLANGE QUINTERO

¿Cuál fue tu puerta de entrada al mundo del entretenimiento y los negocios?

Fue con Keneth Meiselas, un importante abogado de celebridades del entretenimiento que trabaja con muchos músicos, artistas, raperos, actores, etc. Trabajé con él cuando estaba en la universidad haciendo una pasantía, era su asistente, y siempre quise saber más del negocio. Como en cualquier trabajo al que entras desde abajo, si tienes ambición y entiendes de qué se trata el negocio, puedes crecer. Cuando regresé a la universidad me di cuenta de que estaba perdiendo mi tiempo y volví a trabajar de planta con Kenneth. Gracias a eso conocí a mucha gente, entre ellos uno de sus clientes más importantes, Puff Daddy.

¿Así nació tu amistad con P. Diddy?

En esa época Puffy estaba abriendo un restaurante llamado Justin's, y yo trabajaba part time con Kenneth y el resto del tiempo en un servicio de catering para eventos, así que conocía bien ese negocio. Cuando Puffy estaba por abrir el local se aseguró de contratar personal de servicio, pero olvidó lo más importante: contratar a alguien que supiera cómo entretener y mantener cómodas a las celebridades. El día de la gran inauguración despidió al gerente y me dijo que quería que ocupara su lugar porque conocía a las celebridades, pero también a los productores y ejecutivos que una anfitriona no podría reconocer. Así me convertí en Gerente VIP de Justin's y en nueve meses en el Gerente General; y en buen amigo de Puffy, por supuesto.

¿Cómo empezó tu relación con LLC Group?

Un día entré al restaurante Ralphie (Raphael Yakoby, dueño de LLC Group) y me dijo que quería que trabajara con él para su licor HpnotiQ porque en el restaurante siempre había modelos, celebra-

des; es decir, las personas correctas. Yo le di a probar el licor a algunos raperos y les gustó, incluso logré que Fabolous cuando estaba sacando su primer álbum sacara la botella en un video. Ralphie quedó tan impresionado que quiso llevarme a trabajar con él, pero no pude porque mi madre murió. Cinco años después, Ralphie volvió con Nuvo Sparkling Licour.

¿Cuál fue el primero reto que enfrentaste al llegar a la compañía?

Cuando dejé el restaurante sentí que estaba listo para hacer algo por mí mismo, y Ralphie me dio toda su confianza para hacer lo que yo creyera, desde contratar al staff hasta posicionar su nuevo producto. Así que el primer reto fue demostrarle que había contratado a la persona correcta para Nuvo.

Una estrategia de marketing empieza por una idea, ¿cómo nacen las tuyas?

Lo importante es siempre ofrecer algo nuevo, como Nuvo, ser diferente y ser siempre un trend setter, y eso es lo que somos. La mayoría de las campañas de marketing se basan en usar celebridades para representar a la marca, pero eso no es creíble porque si le pagas una buena suma, esa persona dirá lo que tú quieras. Pero cuando tienes 10, 20, 30, 40 celebridades que afirman que tu producto es el mejor, no hay forma de que les puedas pagar a todos, ¡les tiene que gustar!

¿Ese es el secreto del marketing de Nuvo?

Sí, la clave del éxito está en que tu producto le guste a la gente indicada. Los artistas realmente aman Nuvo, y gracias a eso podemos hacer “song integration”, en donde los artistas salen en sus videos tomando Nuvo, y “tour integration”, cuando están de gira brindan con Nuvo durante el concierto.

Cuando trabajas con personas que les gusta tu producto se hace más fácil y divertido.

¿Por qué la estrecha relación entre Nuvo y artistas latinos como Wisin y Yandel o Paulina Rubio?

Nuvo es una bebida que conserva lo refinado de una champaña, pero lo exótico y dulce de la frutas tropicales, por eso es perfecto para el paladar latino. Las mujeres pueden tomarlo solo, como champaña, y los hombres lo pueden mezclar con otros licores más fuertes.

¿Nuvo es una bebida femenina?

Cuando ves una botella de Nuvo inmediatamente te das cuenta de que es algo diferente, que llama la atención porque es bonito. Todas las botellas de licor son iguales, sólo cambia la etiqueta, en cambio la de Nuvo es como la de un perfume. Y si lo preguntas por el color, el rosado es el nuevo negro, es el color de moda. Sin embargo, el 60% de nuestros consumidores son hombres y el 40% son mujeres.

¿Por qué?

Si eres hombre y tienes en tu mesa una botella de Nuvo, es mucho más atractivo invitar a una chica un trago. Además, porque es un regalo excelente, hecho con ingredientes premium, perfecto para celebrar Navidad, Año Nuevo, el Día de la Madre, el día de acción de gracias, etc.

¿Por qué Panamá es una país atractivo para una bebida como Nuvo?

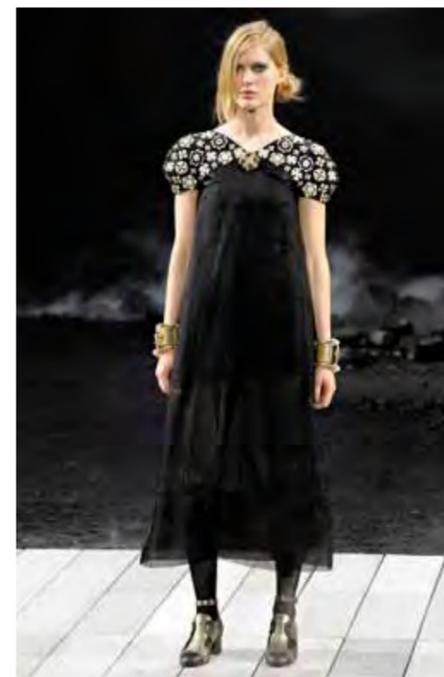
Panamá es un país increíble, con gente increíble. Antes de que pensáramos en introducir Nuvo en Panamá, los panameños nos pedían que lo trajéramos. Creo que la clave está en que es un licor sofisticado, pero llamativo y divertido.



BEST OF FALL

Luego de la gran acogida que tuvieron las colecciones de Spring-Summer 2011 –con su afluencia de estampados, neones y nuevas siluetas– no es sorpresa que los diseñadores quieran extender ese éxito por una temporada más. Al menos eso pareciera, ya que –en conjunto– la moda del Otoño-Invierno 2011/12 tiene sabor a primavera. Así lo evidencia el uso de colores extra saturados, ahora hasta en los abrigos y bufandas de piel. Además, continuamos viendo estampados de todo tipo y en texturas nuevas, como también accesorios cada vez más llamativos e innovadores.

Los diseñadores Lázaro Hernández y Jack McCollough de Proenza Schouler, por su parte, se inspiraron en un viaje que tomaron a Santa Fe en Nuevo México, al suroeste de los Estados Unidos –un lugar rico en influencia de las tribus norteamericanas de Navajo y Pueblo, como también Hispana. Hernández y McCollough astutamente absorbieron lo que vieron a sus alrededores pero lo plasmaron de manera abstracta; el resultado de la deconstrucción y reconstrucción de los característicos estampados coloridos de la región que visitaron. Esa combinación de arte e ingenio es lo que les ganó este año el premio de Womenswear Designer of The Year otorgado por el Council of Fashion Designers of America (CFDA); el Oscar de la moda. Otro dúo que también está dando de qué hablar es Timo Weiland y Alan Eckstein de la marca Timo Weiland. Su colección Fall-Winter 2011/12 es un homenaje a la India y los años 60 inyectado con su usual excentricismo. Ambos fueron galardonados también este año por el CFDA al



Con diseños cargados en detalles exquisitamente combinados; y por supuesto la colección de Hermès, la primera de su nuevo diseñador Christophe Lemaire, que sorprendió y encantó a todos con sus referencias de viajes a tierras lejanas y un sentido de vida nómada muy pero muy elegante; y la de Chanel, una soñadora visión apocalíptica.

ser aceptados a su programa Fashion Incubator que se dedica, cada dos años, a fomentar la creatividad y promover el éxito comercial de 12 talentos prometedores de la moda neoyorquina. Si el recién salto a la fama del joven diseñador Prabal Gurung –Fashion Incubator 2010– es manera de predecir el resultado de este programa, entonces muy pronto veremos los diseños de Weiland y Eckstein en las páginas de todas las revistas y en las alfombras rojas de todos los eventos.

Alexander Wang volvió nuevamente a su característica paleta negra pero reservó algunos looks para utilizar el mismo rosado que estuvo muy presente en su colección de Spring-Summer 2011, como el de un suéter de angora combinado con una falda satinada de corte sesgado en el mismo color, reducida a unas cuantas tiras de tela en su basta. Este tipo yuxtaposición entre lo lujoso con lo informal, lo elegante con lo práctico estuvo presente a lo largo de toda su colección.

Un diseñador muy familiarizado con éxito y la fama es Marc Jacobs, quien año tras año supera expectativas con cada una de sus colecciones. Esta temporada no es la excepción. Jacobs optó por una silueta más estructurada y rígida que la de su colección Spring-Summer 2011, pero la colección es sorprendentemente una de sus más divertidas, gracias al uso casi obsesivo de un estampado de puntos en diferentes tamaños y texturas sobre la ropa y los accesorios, como también de materiales inesperados como látex y caucho.

Otras colecciones sobresalientes para Fall-Winter 2011/12 son la de Givenchy, con su estampado de pantera y accesorios ultra sensuales; Dries Van Noten con diseños cargados en detalles exquisitamente combinados; y por supuesto la colección de Hermès, la primera de su nuevo diseñador Christophe Lemaire, que sorprendió y encantó a todos con sus referencias de viajes a tierras lejanas y un sentido de vida nómada muy pero muy elegante; y la de Chanel, una soñadora visión apocalíptica.

Por otro lado, Angela Missoni diseñó una colección completamente despreocupada para Missoni. Una interpretación inocente y femenina del grunge con estampados de flores y garabatos, faldas livianas y largas debajo de suéteres tejidos exageradamente grandes, botas de motociclista y jackets masculinos; todo en colores pasteles combinado con labios marrón para ese toque rock & roll y juvenil que le han ido inyectando Margherita y Teresa al negocio familiar. Las flores también estuvieron presentes en algunos looks de la más reciente colección de Raf Simons para Jil Sander, quien continuó con algunas siluetas de su colección Primavera 2011 y también con el uso de colores vivos, aunque no tan ácidos como los de hace unos meses atrás.

Juntas, todas estas colecciones han hecho de esta temporada una de las más interesantes y divertidas de los últimos años. No será fácil para sus diseñadores superarse, pero este grupo de genios creativos seguramente nos volverán a sorprender y deleitar en tan solo unas cuantas semanas, cuando nos presenten sus nuevas colecciones para el año que viene.

**01. LOUIS VUITTON**

FALL-WINTER

Para recibir el frío, Marc Jacobs –director artístico de la casa– ha preferido una paleta de colores profundos, intensas pigmentaciones que contrastan con el sobrio entorno otoñal. Las piezas modernas son acompañadas de accesorios vintage como boinas, viseras y gabardinas con diferentes pieles y texturas, evocando la elegancia clásica de los años cuarenta.

02. HERMÈS

CONSTANCE

El mítico bolso, diseñado en 1969 y bautizado como la hija de su creadora, continúa situándose como un valioso objeto de colección a través del tiempo. Como todos los diseños de Hermès, su sobria e igualmente femenina versatilidad permite lucirlo a cualquier hora y en cualquier momento, ya que su cómoda correa es ideal para llevarla en la mano, al hombro o como bandolera.

03. MELISSA

PLASTIC SHOES

A la vanguardia del diseño y del desarrollo de materiales eco-friendly, Melissa ha atraído las miradas del mundo entero. Para su colección SS-12 escogieron al joven diseñador Jason Wu, quien ha creado una línea que combina la frescura del verano con la elegancia clásica. Wu se suma a su larga lista de colaboradores que incluye a Jean Paul Gaultier y Vivienne Westwood, entre otros.

04. STUDIO F

NEW COLLECTION

La más reciente entrega de Studio F se despide de los soleados días de verano cambiando las flores y los colores pastel por prendas más atrevidas. Una explosión de tonos brillantes, repeticiones de patrones, figuras geométricas y líneas en todas las direcciones. Los estampados son una referencia a la estética folk, así como la fantástica psicodelia de los caleidoscopios.

**05. CODORNÍU**

PINOT NOIR

Desde su presentación, Codorníu Pinot Noir revela una personalidad extravagante, divertida y ostentosa. El primer contacto con el paladar es una refrescante descarga de burbujas en la que se aprecian cabalmente toques aromáticos de frambuesa, mora y fresa. Un ligero acento cítrico le agrega carácter al delicado cuerpo rosa, ideal para acompañar con mariscos, aves y quesos.

06. JOCKEY

COLORS BY JOCKEY

Cada temporada, la tecnología y la moda se unen para la confección de una nueva colección de ropa íntima de Jockey. Esta vez se trata una innovadora línea masculina de boxers hechos de microfibras, material ligero y fresco que permite maximizar la movilidad en cualquier actividad. Además están disponibles en vibrantes tonalidades, ideales para utilizar con un outfit casual.

07. CAROLINA HERRERA

FW11-12

Carolina Herrera sigue apostando por ese minimalismo sui generis que tan bien sabe interpretar, con una colección que llama la atención por la simplicidad de sus conjuntos, pero a la vez por su apasionada gama de colores. Para las damas, un abrigo o una chaqueta sobre una falda estampada es suficiente para el frío. Y para los caballeros, bufanda, jacket y pantalones estilo vintage.

08. PAUL & SHARK

CASUAL ELEGANCE

Lujosas materias primas son las protagonistas de lo más reciente de Paul & Shark para el otoño 2011. Algodón puro, lana virgen, cachemira, seda y cuero –entre otros– figuran en la lista de los nobles materiales que dieron vida a este lanzamiento. Las mezclas de texturas y el contraste entre colores opuestos estuvieron muy presentes, logrando piezas que resaltan por su audacia.

**01. L'OCCITANE**

ANGELICA EYE GEL

En una cómoda presentación de roll-on, este refrescante y ligero gel permite descongestionar el área alrededor de los ojos, reduciendo la hinchazón que produce bolsas y oscurecimiento de la parte inferior. Otras de sus propiedades son la hidratación, el emparejamiento de las líneas de expresión, al igual que un efecto revitalizador del cutis.

02. FENDI

FAN DI FENDI

Simulando una preciosa joya dorada, el envase de Fan di Fendi, rinde tributo a su ostentoso contenido, una irresistible mezcla de acordes de rosa y cuero. Para completar este apetitoso elixir, pequeñas dosis de jazmín, mandarina de Calabria y especias han sido agregadas a la esencia, logrando captar el lado más divertido de la elegancia Fendi.

03. CHANEL

N° 19 POWDRÉ

El perfumista Jacques Polge ha tomado el clásico N° 19 para renovarlo con matices sutiles y luminosos. Partiendo del absoluto de iris, se han integrado notas de una generación de almizcles más sofisticados y algodonosos, como las raíces de vetiver de Haití y la haba tonka, que aportan la irresistible sensación de tener una nube sobre la piel.

04. LOLITA LEMPICKA

LE PREMIER PARFUM

Una nueva interpretación del universo de Lolita Lempicka es presentada bajo el nombre de Le Premier Parfum. El apetitoso néctar está conformado por Concreto de Lirio y Jazmín de Sambac; mientras la cáscara de limón, los albaricoques, almendras y vainilla son coronados con chispas de madera de violeta y una sublime aureola de almizcles e incienso.

05. NINA RICCI

RICCI RICCI DANCING RIBBON

La primera edición limitada de la más reciente fragancia de Nina Ricci es una mezcla entre la audacia, provocación y elegancia de la mujer contemporánea. Manteniendo la dulzura juguetona de su predecesora, Dancing Ribbon agrega gustosas notas de frambuesa, ruibarbo y jengibre, complementadas por un corazón a base de pachulí y embriagante nardo.

06. NEUTROGENA

RAPID CLEAR

Desarrollada por dermatólogos especialmente para las pieles con tendencia al acné, Rapid Clear de Neutrogena posee una fórmula diseñada para limpiar de manera focalizada y profunda los poros. Su acción rápida permite tener un control diario, ya que disuelve impurezas y elimina bacterias para prevenir la aparición de puntos negros o granitos.

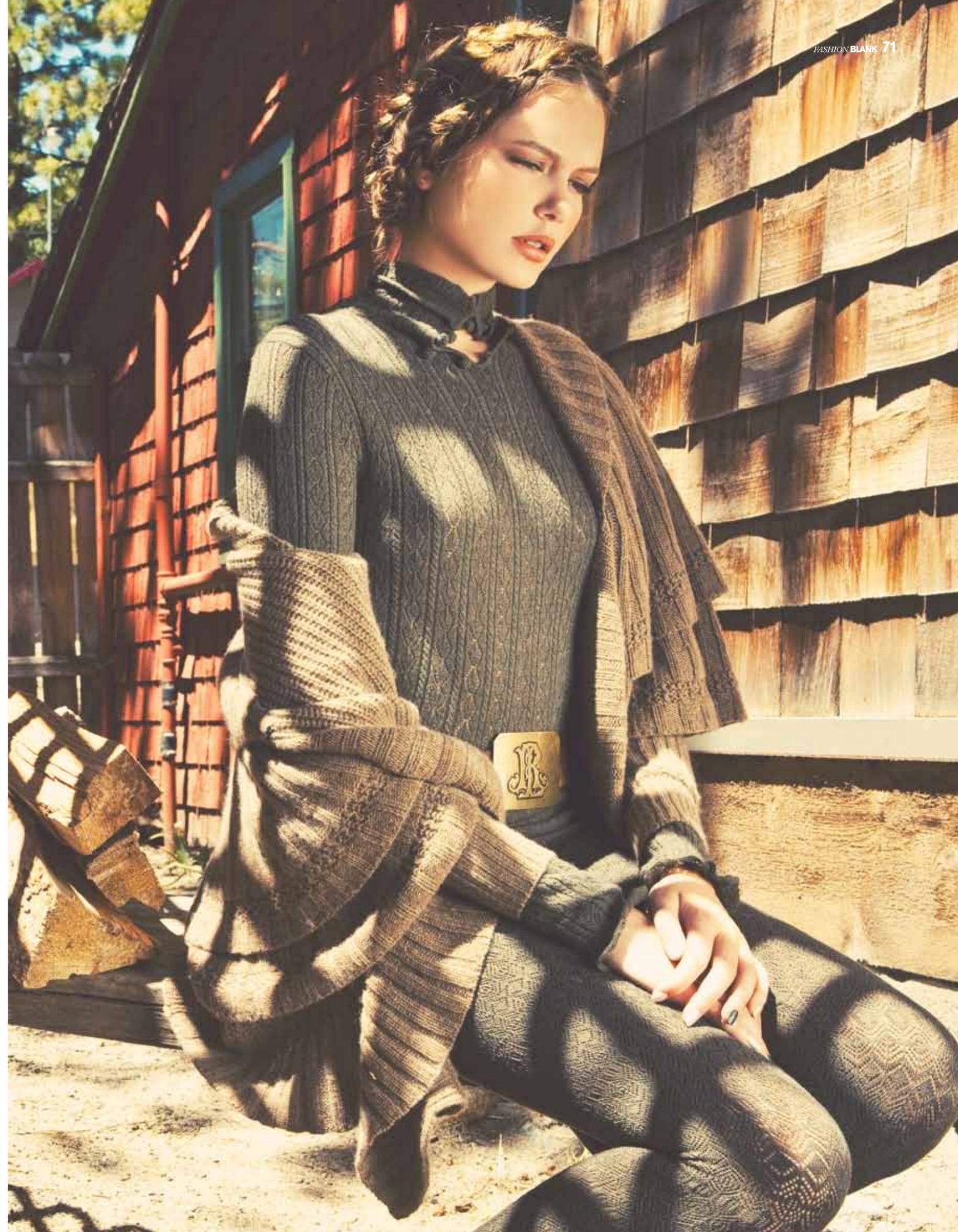
Life Lafke

RALPH LAUREN POLO 2011
BLUE LABEL FALL11 COLLECTION

photographers STEVEN GOMILLION & DENNIS LEUPOLD
stylist ALEXVAN DER STEEN @ BEAUTYWING NY
make-up Artist MYLAH MORALES @ CELESTINE AGENCY
using CHRISTIAN DIOR
hair KYAHWRIGHT @ MUZE AGENCY using MIZANI
models ALI MARIE STEPKA @ LA MODELS
KRISTINA TSVETKOVA @ LA MODELS
assistants ABIGAIL ROSE AQUINO







BAND OF OUTSIDERS

photographer *PAUL DE LUNA* WWW.PAULDELUNA.COM
 stylist *MORGAN HAMADA RUIZ* assisted by *EMILY BARTON*
 makeup *JABE VINCENT* @ *B4 AGENCY PARIS*
 hair *AUDREY LAMBERT* WWW.AUDREYLAMBERT.FR
 production *J&L STUDIO* WWW.JLSTUDIO.EU
 production Manager *LOUISE JEANNE GINIES*
 models *ELINOR* @ *OUI*, *SAND VAN ROY* @ *IMG PARIS*, *MARTIN*
ROCCHIA @ *BANANAS*, *NICOLAS* @ *MGM*



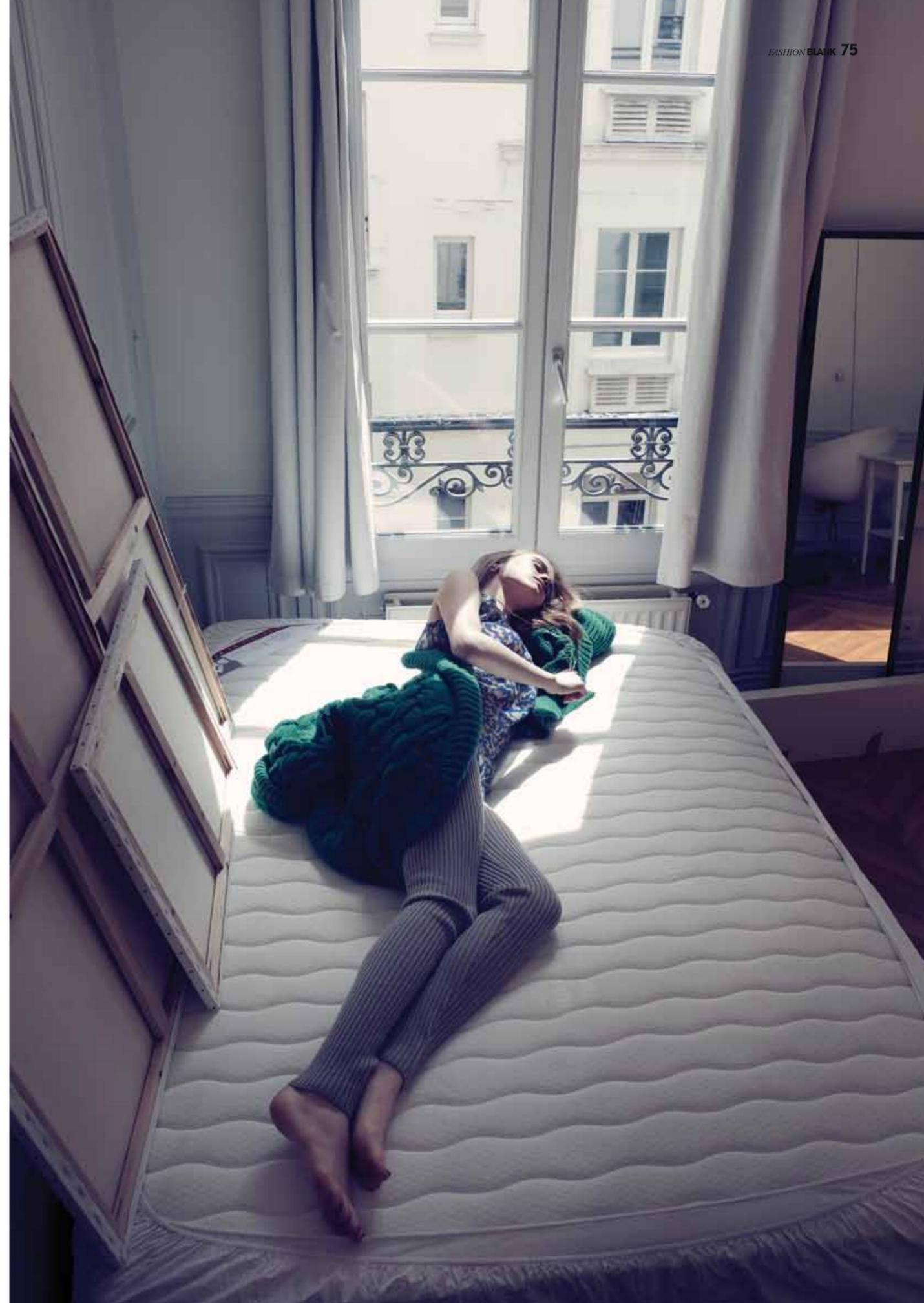
Martin: t-shirt, pants & shoes BALMAIN jacket & coat PAUL SMITH - Elinor: coat CELINE blouse KENZO skirt LANVIN belts CACHAREL hat LANVIN sandals CHRISTIAN LOUBOUTIN



Martin: pants PAUL SMITH t-shirt, Tuxedo jacket, Fur trimmed bomber jacket & shoes BALMAIN
Elinor: pants CACHAREL dress EMANUEL UNGARO jacket HAIDER ACKERMANN bolero & sandals AZZEDINE ALAIA jewelry DIOR JOAILLERIE



cashmere legging: ISABEL MARANT top DRIES VAN NOTEN cardigan SONIA RYKIEL jewelry DIOR JOAILLERIE





*Elinor: underwear LA PERLA dress CHRISTIAN DIOR sandals ROCHAS jewelry DIOR JOAILLERIE
Sand: Bra LA PERLA shirt, silk skirt and shoes LANVIN jewelry DIOR JOAILLERIE*

dress VALENTINO gloves HAIDER ACKERMANN Shoes CACHAREL



SEEN

01. INAUGURACIÓN *hotel boutique casa del horno*
02. CENA DE MARIDAJE CODORNIU *segundo muelle*



SEEN

03. LANZAMIENTO NISSAN MARCH *showroom calle 50*
04. INAUGURACIÓN *vanille cupcake store*



SEEN

05. APERTURA AZUL POOL GRILL - CAVA 15 *trump ocean club*
06. BILLABONG GRAND OPENING *billabong store multiplaza*



THE WORLD IS HERE

DISCOVER IT ON  [FACEBOOK.COM/HEINEKEN](https://www.facebook.com/HEINEKEN)

Heineken[®]
open your world

TRADE MARK

CUANDO MANEJE, NO TOME.

RESPONSIBLY ENJOY

CHANEL

