

La revista de sociales en Venezuela

www.revistaetiqueta.com

ETIQUETA

Pasión hecha arte

REYMOND ROMERO

Reymond Romero

**FULL
COLOR**
PARA
EXPLOTAR
EMOCIONES

VITRINAS
MODA
TEXTURAS
TONOS
FORMATOS
DISEÑOS

@etiquetarevista



JUAN PABLO DOS SANTOS

“HAY QUE INTENTARLO
CON TODAS NUESTRAS FUERZAS”

@revistaetiqueta



USD 10,00

ROLEX PRESENTA

OYSTER STORY

CELEBRAMOS 100 AÑOS
DE UN ÍCONO

EN [ROLEX.COM](https://www.rolex.com)



ROLEX





SIT.CA

**SOLUCIONES INTEGRALES
TECNOLÓGICAS SIT, C.A.**

WWW.SITCA-VE.COM

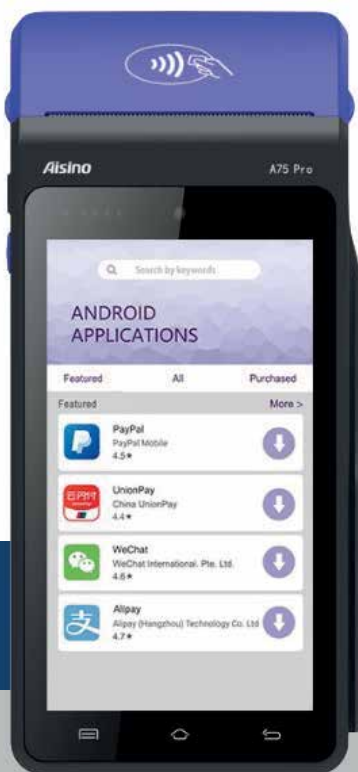
SISTEMA DE GESTIÓN DE BALANCES

Nuestro sistema cuenta con todas las herramientas necesarias para atender a distintos tipos de empresas, enfocándonos principalmente en banca, seguros y centros de salud.

SOLUCIONES DE PAGO

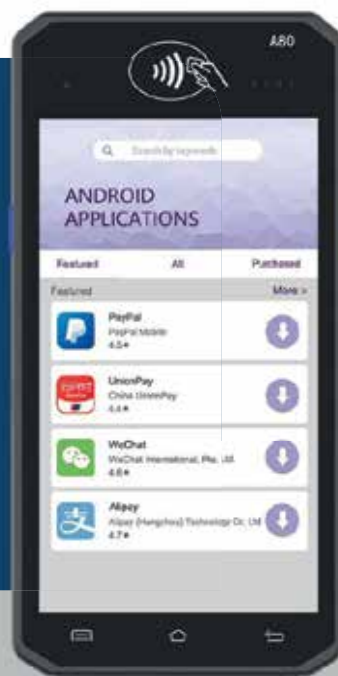
Disponemos de diversas soluciones de pago para distintos tipos de comercios y contamos con equipos móviles, inalámbricos además de autoservicio. Nuestra opción de pago permite llevar un control de las ventas de tu comercio.

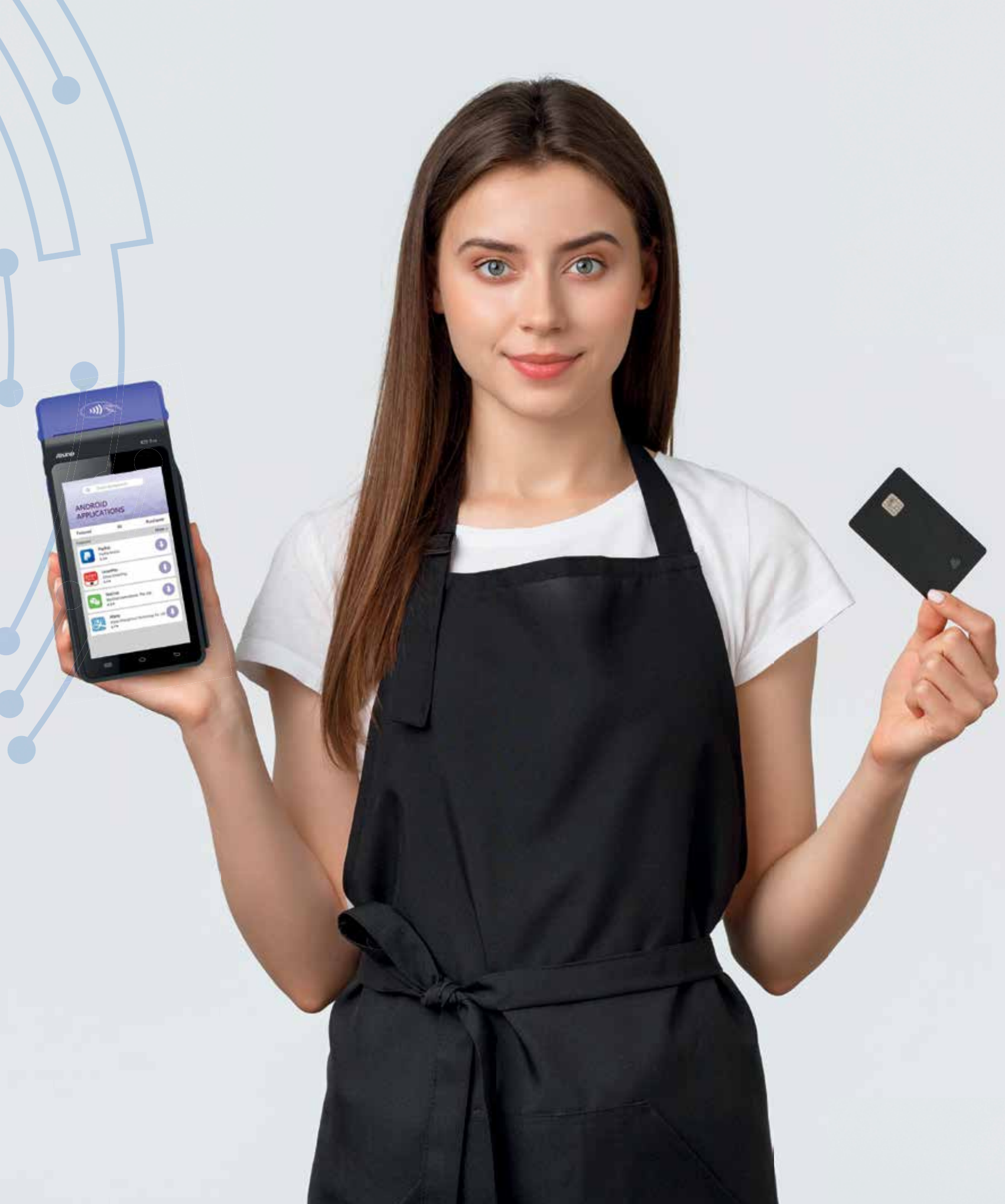
J-406664209-6



**Ofrecemos
soluciones
tecnológicas**

**Desarrollamos
sistemas que brindan
soluciones tecnológicas
para la banca
y el comercio**





Distribuimos para Venezuela y toda America Latina soluciones de pago para instituciones financieras tales como puntos de venta, suiches transaccionales y pasarelas virtuales



EDITORIAL

Un ojo humano puede distinguir alrededor de un millón de colores, así lo corroboran las investigaciones científicas. La BBC de Londres publica un trabajo que respalda esta afirmación, pero advierte que esta percepción de los colores es una habilidad muy subjetiva que cambia de persona en persona, con lo cual establecer un número determinado es muy difícil. "Lo que puede ser posible para una persona es sólo una fracción de los colores que ve otra", según la explicación de Kimberley Jameson, profesora asociada de la Universidad de California, en Estados Unidos.

Diferentes enfoques como el del artista Vasili Kandinsky (uno de los pintores y teóricos del arte más influyentes del siglo XX, pionero del arte abstracto y estudioso de la psicología del color y las emociones en el sistema nervioso), o la socióloga y psicóloga Eva Heller (autora del famoso libro "Psicología del color"), aseguran que las tonalidades generan emociones en el sistema nervioso del ser

humano, de diferentes formas y con distinta fuerza. Amarillo, rojo, naranja, violeta, cada cual portador de una sensación intensa. En estas agitaciones y conmociones hemos fijado nuestro interés para esta edición que viene repleta de colores.

Hicimos énfasis en las distintas tonalidades a través de las vitrinas de moda, con la arena y el azul marino; y para la de mobiliario con un blanco muy particular. El mandil viene cargado de matices aplicados a los sabores, al tiempo de presentar en portada el trabajo de un artista especializado en tonalidades enérgicas. El reportaje central está dedicado a la psicología del color.

Esperamos que esta edición sea conmovedora, excitante, apasionada. Debe ser vivida con todos los sentidos para que se introduzcan en una experiencia reveladora. Nuestros anunciantes al igual que el equipo de redacción están conectados con el amarillo y el optimismo enlazados con la luz solar, la energía y la felicidad.

6 BRÚJULA DIKO RESILIENCIA Y CREATIVIDAD VENEZOLANA / **10 ELEVADOR** JUAN PABLO DOS SANTOS

"HAY QUE INTENTARLO CON TODAS NUESTRAS FUERZAS" / **14 PASARELLA** MAXI COLORES /

16 PORTADA REYMOND ROMERO PASIÓN HECHA ARTE / **24 CREADORES** LA BASURA UN SILENTE

ENEMIGO A DOMESTICAR / **28 SOCIALES** / **39 ESPACIOS Y CONFORT**

COMITÉ EDITORIAL: MOISÉS KASWAN, CARESE LANSBERG, PEDRO PENZINI LÓPEZ, ENRIQUE LARES MONSERRATTE, MARÍA ESTHER GARCÍA GÓMEZ, BENJAMIN TRIPIER, ÁNGELA ORAÁ, ISABEL FERRIS WALLIS DIRECTORA EJECUTIVA: FRINÉ SÁNCHEZ BRANDT/ INFO@REVISTAETIQUETA.COM DIRECTOR DE ARTE: GÓNZALO GÓNZALEZ CARRASCO/ GGAEDITORIAL@GMAIL.COM DISEÑO EDITORIAL: GG&A COMUNICACIÓN VISUAL, C.A/ GGACOMUNICACIONVISUAL.COM / ADMÓN. YUERLI MARTÍNEZ, DG. ROSSMEY ESCALONA/ GGAEDITORIAL@GMAIL.COM DIRECTORA DE RELACIONES PÚBLICAS: ÁNGELA ORAÁ/ ANGELA.ORAÁ@GMAIL.COM ASESORAS DE NEGOCIOS: GLADYS OCHOA / GOCHOAREVISTAETIQUETA@GMAIL.COM COORDINADORAS DE CONTENIDO: LISBETH PADILLA/ PADILLA.LISBETH@GMAIL.COM/ YUBRASKA LEGÓN/ YUBRASKAKEGON2021@GMAIL.COM PASANTE ACADÉMICO: EMILY SALAS. EMILY SALAS/ MILYSUSEG444@GMAIL.COM EDITOR DE TEXTOS: FRANK BERMÚDEZ/ FRANKACADEMICO@GMAIL.COM CORRECTOR DE ESTILO: CÉSAR AUGUSTO AMPUEDA ADMINISTRACIÓN: PATRICK OCHOA/ ETIQUETADM@GMAIL.COM CRONISTAS SOCIALES: ÁNGELA ORAÁ, RAFAEL MÉNDEZ, ALBERTO VELOZ COLABORADORES: ALBERTO VELOZ, CARESE LASBERG, LILIANA MARTINEZ, MAYTE NAVARRO, LARA ALCÁNTARA, MARYA AZARELLI, AQUILINO MATA FOTÓGRAFOS: LILIANA MARTÍNEZ / HISTORIAFOTOGRAFIA@YAHOO.ES/ ANDERSON DÍAZ/ @ANDERSONDIAZS.

IMPRESIÓN

EDITORIAL ARTE, S.A.

DISTRIBUCIÓN

distribuyetiqueta@gmail.com

Revista ETIQUETA es una publicación de Publicaciones Mitra, c.a.

RIF: J-29661324-9

DIRECTORA

Friné Sánchez Brandt.

info@revistaetiqueta.com

DIRECCIÓN

Av. Venezuela, C.C. El Recreo, Torre Sur, nivel 7, oficina 7-5, urbanización Bello Monte, Caracas

CONTÁCTENOS

(0212) 963 93 84 / (0212) 963 97 19
(0212) 963 79 71

CONTACTOS DIGITALES

contenidoetiqueta@gmail.com
www.revistaetiqueta.com
Facebook.com/revistaetiqueta
Twitter.com/@etiquetarevista
Instagram/@etiquetarevista

La revista ETIQUETA no es responsable por las opiniones, ideas o cualquier otra forma de expresión de su contenido, en virtud que los textos, dibujos y artes son obras de sus correspondientes autores y/o anunciantes, como consecuencia asumen la plena responsabilidad de sus actos, tal y como lo establece la Constitución y el Código Penal. Está prohibida la publicidad y reproducción total o parcial de su contenido editorial sin la previa autorización por escrito de Publicaciones Mitra. La empresa no se hace responsable de concursos, ofertas especiales, cupones u otros ofrecimientos hechos por nuestros anunciantes. El cumplimiento de ellos es responsabilidad exclusiva del propio anunciante.

AVANTI



RIF J-501548218



Descarga la app



Visítanos y conoce más

@galeriaavanti    

Ingresa en www.galeriaavanti.com

DIKO RESILIENCIA Y CREATIVIDAD VENEZOLANA

Escribe: LISBETH PADILLA @lispadilla023

Fotografía: GENESIS CABRERA @genesiscabreraphoto

La prestigiosa marca venezolana Diko anuncia su relanzamiento oficial, marcando tendencia en el diseño de ropa deportiva femenina. A través de su tienda virtual en Instagram @dikostore_ y su página web www.diko.store.com, la firma presenta una propuesta que establece una conexión profunda entre el cuerpo, la mente y el espíritu, apostando por piezas en las que el confort es el vehículo para alcanzar la armonía cotidiana.

“Diko es el reflejo de la resiliencia y la creatividad venezolana. No solo creamos ropa; ofrecemos herramientas para que cada persona despierte su potencial y viva con intención”, expresa la fundadora de la reconocida marca.

Para celebrar este nuevo ciclo, presentan una propuesta diseñada para acompañar el estilo de vida activo de la mujer actual. Esta visión trasciende la indumentaria deportiva convencional para ofrecer un bienestar integral, materializado en su colección más introspectiva denominada “Alma”, disponible a través de sus canales digitales.

Volver a la esencia para transformar el presente

Como eje central de este relanzamiento, “Alma” se fundamenta en los conceptos de transformación y renacer. La línea invita a un reencuentro con la fuerza interior, inspirándose en elementos de la naturaleza como



Frecuencia del color

Cada tono emite una frecuencia vibratoria específica. Al ser procesada por el cuerpo, esta energía influye de manera diferenciada en la arquitectura de los sentimientos y en el comportamiento humano.



la tierra, el agua y el aire. Su paleta de tonos neutros, grises, beige y verdes claros, evoca calma y equilibrio visual en cada pieza de su catálogo.

En el aspecto técnico, cada prenda ha sido confeccionada con tejidos que aseguran libertad de movimiento y transpirabilidad. Gracias a sus cortes ergonómicos y básicos elevados, las piezas exhibidas en @dikostore_ y www.diko.store.com se adaptan con la misma funcionalidad tanto a entrenamientos de alta intensidad como a la dinámica urbana, reforzando la versatilidad como pilar de diseño.

Maite Ramírez, socia de Diko, asegura que esta nueva colección es, en esencia, una invitación a sentir, liberar y crecer. “Es un recordatorio de que es posible volver a la autenticidad y florecer en cualquier etapa de la vida”, puntualiza. Para lograr estas prendas, las fundadoras ratifican su compromiso con el talento local, trabajando con profesionales que comparten la visión de respaldar la plenitud femenina.

Más que una marca, una red de apoyo

La CEO de la marca, Alexandra Peláez, agrega que Diko representa la creatividad y la capacidad de gestión en el contexto venezolano, ofreciendo propuestas que impulsan el liderazgo femenino y la confianza en cada paso.

“Más que una firma de moda, nos proyectamos como una red de apoyo que prioriza el bienestar integral, la salud emocional y la construcción de espacios para el crecimiento colectivo”, añade.

Hoy, la experiencia Diko trasciende la compra convencional para consolidar una comunidad de bienestar. En su red de Instagram, @dikostore_, se aprecia la versatilidad de su catálogo con piezas que van desde faldas-short, camisetas y sweaters, hasta bikers, leggings y sports bras. Asimismo, en su plataforma oficial www.diko.store.com, la propuesta se expande hacia un cuidado integral, ofreciendo no solo sus colecciones de indumentaria, sino también accesorios y productos especializados como téis, suplementos alimenticios y mascarillas, diseñados para complementar la plenitud de la mujer contemporánea.

Coordenadas:

Instagram: @dikostore_ Web: www.diko.store.com

Teléfono: 0424-2226531

La forma **inteligente** de entregar **incentivos** laborales

**TODO EN UNA
SOLA TARJETA**



CESTATICKET

Pago en comercios
de alimentos



TRANSPORTE

Apoyo a los trabajadores
en gastos de transporte



GLOBAL PLUS

Incentivos y motivación
a los trabajadores



1



2



5



3

ELLA

1. DOLCE & GABBANA Vestido en encaje Chantilly floral encarna elegancia atemporal; perfecto para eventos y veladas especiales. **2. DIOR** Parte de la cápsula Dior Or, el bolso Lady D-Joy captura la visión de elegancia y belleza de la Maison al exhibir la estética aerodinámica de la línea Lady Dior. **3. LOUBOUTIN** El elegante zapato de tacón Cassia Lace Up se inspira en las zapatillas de ballet. Este modelo de la Maison Christian Louboutin forma parte de la colección nupcial. **4. MERCEDES-BENZ** En el Clase G 2026 destaca el nuevo G 580 con tecnología EQ (eléctrico), una obra maestra de lujo y desempeño todoterreno. **5. ARMANI** Anillo brillante en oro de 18 quilates de la línea Gioia, una selección que se distingue por un encanto clásico que combina armoniosamente feminidad y sofisticación. **6. MCQUEEN** Chaqueta bomber corta de algodón lavado color caqui. Posee cierre de cremallera frontal con detalles de bordes sin rematar cosidos en la espalda. **7. LOUIS VUITTON** Los sneakers Mary-Jane están confeccionados en satén técnico y suave piel gamuzada. Este modelo flexible y ligero fusiona la comodidad de un calzado deportivo con la elegancia de una bailarina.



Durante el siglo XIX, el tono arena (o khaki, que proviene del persa khak y significa "polvo") transformó la historia militar. Antes de esto, los ejércitos usaban colores brillantes, como el rojo británico o el azul francés.



JUAN PABLO DOS SANTOS

“HAY QUE **INTENTARLO** CON TODAS NUESTRAS FUERZAS”

Escribe: LISBETH PADILLA @lispadilla023

Fotografía: CORTESÍA DE JUAN PABLO DOS SANTOS

Perder una parte del cuerpo es una experiencia emocional que transforma por completo la vida de quien la atraviesa. El duelo tras una amputación, según el psicólogo Malcolm MacLachlan, implica tristeza, miedo y preguntas profundas sobre la identidad. Las cifras revelan que entre 18 y 31 por ciento de las personas amputadas desarrollan depresión o ansiedad durante este proceso de adaptación, junto al dolor físico y la incertidumbre sobre el futuro.

La investigación pionera de MacLachlan muestra que tras la depresión muchos pacientes experimentan una adaptación positiva, reportando mayor independencia, fortaleza de carácter y una nueva actitud ante la vida. Un ejemplo claro de este resultado es Juan Pablo Dos Santos, un joven venezolano quien, lejos de rendirse, ha convertido su experiencia en un mensaje de inspiración para miles. Él, abrió un espacio en su agenda para compartir su historia, aprendizajes y la manera en que ha logrado transformar el dolor en motor de vida.

Juan Pablo, danos detalles de tu crianza

Nací en 1999 aquí en Caracas y fui criado por una mujer hermosa, amorosa y luchadora, quien sacó adelante a dos hijos tras quedar viuda.

Mi infancia fue tranquila y divertida. Compartía muchas tardes en casa de mi abuela y, desde pequeño, jugué fútbol.

¿Un accidente y un cambio de perspectiva?

Totalmente, el trágico accidente fue el 8 de septiembre de 2019. Mientras manejaba, esquivé a un motorizado y me estrellé contra una baranda. El resultado fue la amputación de mis dos piernas.

Este accidente me obligó a reconocer y redescubrir mis talentos para salir adelante, encontrar un “para qué vivir” y dejar de preguntarme por qué me había pasado esto.

Las experiencias de otros me inspiraron a entender que no era el único en enfrentar momentos difíciles; por eso pensé que mi mensaje podía ayudar a otros a hacer lo mismo.

Gracias a las redes sociales, pude expandir mi mensaje que hoy llega a más de 5 millones de personas en distintas plataformas. Así fui encontrando y redescubriendo mi camino, incluso reconectando con el deporte, que fue mi sueño desde niño: ser futbolista.

Figura de apoyo emocional en hospitales para amputados luego de los terremotos de junio 2026.



Si tuvieras que presentarte hoy, más allá de los títulos de conferencista o modelo, ¿qué palabras definirían al Juan Pablo del presente?

Definirme siempre me ha costado. Cuando voy a eventos o conferencias, suelo decirle a la gente que me juzguen como prefieran. Es interesante escuchar cómo me ven o las etiquetas que usan, casi siempre relacionadas con la motivación, la resiliencia y el hecho de ser un atleta con discapacidad. Incluso mi edad suele llamar la atención. Si tuviera que definirme, diría que soy un comunicador de los aprendizajes que la vida me ha dado. Siempre trato de compartir desde mi experiencia y los procesos que he vivido.

¿En los momentos difíciles en qué te apoyas?

La fe en Dios es fundamental, pero siempre hago énfasis en la importancia de la fe en nosotros mismos, más allá de las religiones. Creo que debemos confiar en nuestra capacidad de lograr lo que nos proponemos, tener el compromiso de pagar el precio de nuestros sueños y, al menos, la valentía de intentarlo con todas nuestras fuerzas mientras tengamos la oportunidad de vivir.

¿Cuál es la huella que quieres dejar en Venezuela?

Siento que aquí hay mucho por hacer. Cada vez que visito otros países, reafirmo esa idea. En Venezuela es necesario normalizar la discapacidad y crear espacios donde las personas con capacidades diversas puedan recrearse, reincorporarse al mundo laboral y ser útiles para sí mismas, sus familias y la sociedad.

¿Ponle un color a tu pasado y uno a tu presente?

A mi pasado le pondría el color gris. Aunque hacía muchas cosas, no tenía claridad sobre lo que quería lograr; vivía pensando en lo que podía ganar, pero no en el propósito detrás de mis acciones. Era una vida enfocada en el corto plazo.

A mi vida actual le pondría el color rojo, que además es mi favorito. El rojo representa valentía, voluntad y una rebeldía positiva, esa actitud de no conformarse con lo que te dan, sino de luchar por lo que mereces. Es el color que mejor describe la vida que disfruto.



Puro Pago

Tu Billetera Digital By Bancamiga

RIF: J-41285899-8



LA SOLUCIÓN DE PAGO PARA EL TRANSPORTE PÚBLICO



www.puopago.com



ÉL

1. BENTLEY El G90, un ícono del lujo refinado, un sedán insignia diseñado con nuevos elementos para lograr un entretenimiento inmersivo con artesanía exquisita. **2. HUGO BOSS** Elaborada en denim de algodón puro en color añil, esta chaqueta se inspira en el diseño de ropa de trabajo. Presenta cuello en contraste, bolsillos cosidos y el monograma Double B. **3. ARMANI** Estos zapatos minimalistas y modernos son ideales para el día a día en la ciudad. Lucen el logo de Emporio Armani en la parte posterior de la suela. **4. DIOR** Confeccionados en jacquard de algodón azul marino, estos pantalones presentan un estampado integral Dior Oblique que aporta un toque moderno al clásico diseño de cinco bolsillos. **5. PRADA** Inspirado en el estilo trekking, este bolso Re-Nylon combina la estética urbana con elementos funcionales. Su diseño espacioso con detalles de piel cuenta con varios bolsillos exteriores e interiores. **6. ZEGNA** Luce de maravilla con este traje confeccionado en lana 15 Milmil 15 en tonos azul marino y azul claro. **7. LOUIS VUITTON** Para capturar esa energía, el maestro perfumista Jacques Cavallier Belletrud eligió la mandarina: un ingrediente de calidad excepcional que impregna las notas de corazón con una frescura etérea.



6



PANTONE®
289 C

El azul marino es, posiblemente, uno de los colores con mayor carga de autoridad y estabilidad en la psicología del color. En 1704, un fabricante de colores llamado Diesbach intentaba crear un rojo intenso en su laboratorio en Berlín. Debido a una contaminación con sangre, el experimento resultó en un azul oscuro profundo. Así se creó el primer pigmento sintético moderno.



5



1



MAXI COLORES

La pasarela de esta temporada es un derroche de energía y vitalidad que se hermana con los diseños de corte maxi.

Escribe: MAYTE NAVARRO @maitenav

La primavera y el verano de 2026 vienen cargados de vitalidad y energía. Así como encontramos que los diseños con maxi volúmenes dejan de lado lo minimalista en la estructura para reflejar poder, la paleta de color es un destello de frescura, dinamismo y audacia.

La naturaleza también está presente en la luminosidad del amarillo, tono que está asociado a la creatividad, una condición que exigirán estos tiempos que reclaman que destaquemos nuestras propias personalidades.

Los colores de la temporada demandan diseños que arriesguen y que hagan notar a quien los lleve. Las hombreras estarán en las chaquetas porque ellas denotan poder. Más que volumen se cargan de teatralidad. Recordaremos a Yves Saint Laurent con sus blazers y abrigos ligeros e imponentes.

Nos despediremos por un tiempo de los pantalones muy angostos porque damos la bienvenida a los Puddle y Wide-Leg, de piernas extremadamente anchas y largas. El efecto que se busca es la fluidez.





Otro elemento protagonista son las mangas, que darán un nuevo aire a la camisa clásica porque estarán abullonadas, imprimiéndole mayor categoría. Si a esta maximoda sumamos colores potentes, tendremos un vestuario que hace referencia a una mujer que quiere destacar.

La paleta

Según Pantone, los dos colores del año son el Cloud Dancer (Pantone 11-4201) y el Transformative Teal. El primero es un blanco con reflejos metálicos que armoniza con una sastrería limpia: un blanco suave, aireado y versátil que simboliza calma y reflexión. Es la base perfecta para looks minimalistas y de sastrería limpia.

Para estar en sintonía con la naturaleza encontramos el Transformative Teal, que se desplaza entre el azul profundo y el verde agua. Pero también destaca el azul cobalto que resalta en las colecciones de Loewe y Victoria Beckham. Las amantes de los rosas tienen la posibilidad de disfrutarlo, pero convertido en fucsia y, como la temporada demanda energía, será en tono neón.

El refrán nos recuerda que el amarillo es lo que luce; algunos diseñadores lo han incluido en sus propuestas, pero esta vez para traernos un poco de calma, por eso han seleccionado el amarillo mantequilla, que por su cremosidad se vincula con lo sereno. Lo veremos en trajes vaporosos y en aquellos que demandan una sastrería impecable.

Será una temporada alejada del aburrimiento, pero destinada a que cada uno destaque su temperamento. La alegría y el optimismo estarán presentes para promover la originalidad.

Es un tono blanco roto, etéreo, suave y ligeramente cálido, diseñado para evocar calma, minimalismo, claridad mental y un "lujo silencioso". La combinación perfecta se logra con tonos azules y verdes intensos.

PANTONE®
11-4201 TCX
Cloud Dancer



El color rojo intenso producido por el minúsculo insecto grana cochinilla fue en la antigua Mesoamérica un elemento de lujo para dar color a indumentarias de la nobleza y el clérigo. Para producir un kilogramo de tinte carmín se necesitan entre 80 y 100 mil cochinillas.



PANTONE®
18-1664 TCX
Fiery Red





REYMOND ROMERO

PASIÓN HECHA ARTE

Escribe: LISBETH PADILLA @lispadilla023
Fotografía: CORTESIA REYMOND ROMERO @reymond.romero

Viernes, dos de la tarde. La Caja, en el Centro Cultural Chacao, huele a algo que no es pintura ni solvente. Es un aroma sutil que se mezcla con el silencio de la sala. El espacio está tomado por la exposición Power Flower. Cientos de flores suspendidas en hilos atraviesan el aire, mientras colchones inflables de colores ocupan el centro y las paredes exhiben geometrías, algunas envueltas en hilos.

En el segundo piso, en un pequeño cubículo, espera Raymond Romero, artista visual y una de las figuras más sólidas del arte contemporáneo en Venezuela. Con múltiples exposiciones individuales y colectivas, colecciones y premios, recibe al equipo de la revista ETIQUETA con una sonrisa que se transforma apenas empieza la entrevista, con una pregunta elemental.

¿Quién es Raymond Romero?

La interrogante parece golpearlo. Hay un parpadeo, un reajuste en la silla, varios segundos de silencio. En ese tiempo, el artista visual parece ponerle orden a su propia identidad. Entre frases cortas y el titubeo de la timidez, comienza el relato sobre su esencia.

Nací un 15 de junio de 1979, en Mérida. Se suele creer que mis padres son andinos y que la tradición artística viene de mis ancestros, pero no es así. Mi papá y mi mamá son llaneros; estaban haciendo un posgrado en la Universidad de los Andes cuando se enteraron que venía en camino. Mi papá, guariqueño de Valle de la Pascua, era profesor universitario de matemática y estadística, y mi mamá, de Guanare, estado Portuguesa, se dedicó a la literatura y la lengua castellana. Cuando tenía seis meses me llevaron a Valencia, en el estado Carabobo, donde viví hasta los 17 años, momento en que decidí trasladarme a Caracas, donde resido hasta hoy.

Raymond no recuerda una niñez de juegos tradicionales, sino de encierro creativo. Desde pequeño ya se perfilaba como alguien destinado al arte.

¿Eras feliz en la niñez?

No, no era tan feliz. Yo era el “hijo raro”, el del medio de cinco hermanos; el que se apartó a hacer sus trabajos desde que tenía uso de razón. Mis padres no entendían nada de lo que me gustaba, como el arte y la estética. Al ser el del medio, no tenía las exigencias de los mayores ni la “consentidera” de los pequeños. Eso me dio una posición aventajada, tuve libertad. Como no esperaban nada de mí, tuve poder de decisión.

¿Te sentiste incomprendido?

No diría que fui incomprendido, más bien a mis padres les faltaban las herramientas. Aun así, mi mamá me protegió y me impulsó a hacer lo que me gustaba. Mi papá era un hombre machista



y ambos tenían valores y principios inquebrantables. Sin embargo, mi madre, aunque no me entendía del todo y a pesar de las limitaciones económicas, se ocupó de inscribirme en talleres de danza, pintura y música para que pudiera dedicarme a lo que me apasionaba.

¿Cómo nace esa vocación?

Nací con ella. No lo aprendí, no lo vi. Yo le pedía a mi mamá que no dañara las cáscaras de los huevos; me las lavaba y yo les pintaba caritas, les ponía pelucas y sombreritos. Hacía personajes, tenía una colección. Hoy suelo decirle a mi equipo que sigo haciendo lo mismo que a los seis años, solo que ahora yo pago mis materiales y mis espacios.

¿Recuerdas tu primera exposición?

Sí, tenía seis o siete años. Fue en un pequeño taller de mi urbanización, con la ayuda de una maestra a la que llamábamos Mariauxi. En ese entonces, creaba en casa y pensaba que mis piezas se podían vender, aunque no sabía lo que era una exposición formal por la rigidez que había en mi hogar.

El empeño propio, respaldado por su madre, abrió el camino para que Reymond transitara, desde muy joven, por las escuelas de arte del país. Cada paso, desde la Escuela Arturo Michelena en Valencia hasta el Instituto Armando Reverón en Caracas, marcó un peldaño más en la construcción de su identidad artística.

Tenía 17 años cuando me mudé a la capital y descubrí el mundo profesional de los museos y galerías; allí nació mi verdadera aspiración de pertenecer a esos espacios.

¿Cómo fue esa experiencia universitaria?

Empecé a desarrollar mi trabajo rodeado de los mejores; los artistas más importantes del momento daban clases allí. Tuve como profesores a Antonieta Sosa, con su visión multidisciplinaria en pintura y danza; a Nan González, pionera absoluta del arte conceptual y el videoarte en el país; y a Carlos Zerpa, una figura clave en los orígenes del arte conceptual en Venezuela.

La universidad tenía la misión de incorporarnos directamente al mercado del arte. Nos formaban como artistas, pero también como curadores y educadores. Me gradué en 2003. A mitad de la carrera, decidí probar suerte, conocí a mucha gente del medio y empecé a promocionar mis trabajos tanto en salones de jóvenes como en espacios de personas fogueadas.



¿Quién te impulsó en tu carrera?

Conocí a Alberto Asprino, curador y museógrafo con quien aún mantengo una gran amistad. Él fue quien me perfiló; vio mi talento y me convenció de que podía ingresar de forma profesional en este mundo. Me presentó en los salones más importantes y así fue como empecé a darme a conocer.

El ojo clínico de Asprino no se equivocó. Ese impulso inicial se transformó en una carrera de largo aliento que llevó a Reymond, con apenas 23 años, a trabajar en la Galería de Museos, hoy en el Centro de Arte Los Galpones. Lo que comenzó como un reclutamiento temprano se convirtió en

una estancia de dos décadas, donde escaló posiciones hasta ser nombrado director de este importante referente del arte nacional.

Le estoy eternamente agradecido a Alberto. De hecho, trabajamos juntos en el 1.er Encuentro de Jóvenes Artistas del Centro Cultural Chacao en 2025; él fue el curador de la muestra.

¿Cómo ha sido tu trayecto como artista?

¡Difícilísimo! En las artes visuales tienes que creer ciegamente en lo que estás haciendo, porque no hay una plataforma que te apalanque; es solo tu creencia y tu trabajo.



No puedes vender mentiras; tienes que vender tu historia, tus colores, tus composiciones; debes vender lo que sabes y lo que sientes. Pero también tienes que mercadearte. Si no tienes los recursos para publicidad, tienes que “echar el cuento”, darte a conocer de boca en boca, buscar los momentos oportunos y cultivar buenas relaciones.

Para el merideño, el respeto en este gremio no se otorga, se gana como consecuencia natural del trabajo constante. Es enfático al afirmar que la profesionalidad, la puntualidad, el orden y la responsabilidad en cada exposición son indispensables. Esa disciplina ha llevado su obra más allá de las fronteras venezolanas, permitiéndole llegar a lugares que nunca imaginó.

He viajado con mis piezas a Londres, Miami, Houston y Corea. Nunca pensé que tendría un currículum robusto, con premios y presentaciones en ferias y exposiciones internacionales. Hoy, además de mis obras, asumo la responsabilidad de ser gerente de Artes Visuales del Centro Cultural Chacao y curador de la Galería de Museo.

¿Cómo conectas con el público a través de tus obras?

Es un proceso artesanal, dinámico y técnico. Siempre pienso en empatizar con el otro. No soy de los que crea solo para complacerme o autocomplacerme, aunque desde esos sentimientos se pueda lograr una obra



espectacular; a mí me interesa la instalación, el happening, lo performático y lo inmersivo. Para el experto, el arte es un acto de conquista silenciosa. Utiliza la seducción como herramienta de acercamiento. Le digo a los alumnos “sedúceme con tus palabras, con tus olores, échate un aroma...”. Su objetivo no es el éxtasis absoluto, sino la permanencia de una idea.

Busco que la gente se lleve una pequeña reflexión, que la obra los envuelva y los haga pensar. Quiero mover la fibra más fina. Pero hay que tener cuidado, existe un puente entre la creación y el espectador que a veces se pierde. Siempre está el riesgo de crear solo para uno mismo, en vez de generar un diálogo real con el otro.

¿Te consideras un buen amigo?

¡Sí! Protejo y exijo respeto para mi equipo y mis amigos. Me esfuerzo en construir relaciones duraderas. Pido respeto para mi gente, inclusión, compañerismo, solidaridad

y generosidad. “Los cuido como un león; con mi equipo y mis amigos no se mete nadie”.

Esa misma ferocidad con la que protege a los suyos la traslada al plano institucional. Él reclama a la sociedad que aprenda a valorar al artista más allá del brillo de una inauguración, que se reconozca el trabajo previo, la constancia y el esfuerzo físico y mental que sostiene cada exposición. Para él, el respeto al arte comienza por

respetar el proceso del artista.

¿Qué le recomiendas a quienes te leen?

Que busquen la excelencia y no menosprecien a nadie. Mi filosofía es que todo lo que hagas, debes hacerlo bien, incluso una “tremendura”. A mi equipo siempre le repito lo mismo: hay que mantener el estándar, incluso en tiempos de dificultad. Para mí, la persistencia es, sobre todo, la disciplina de no bajar la calidad jamás y seguir adelante pase lo que pase.

A sus 47 años, Reymond Romero se define como un enamorado y apasionado por la vida. Esa energía no se limita solo a sus obras; también la vive en el asfalto cuando pedalea su bicicleta o conduce su moto, en la contemplación de un amanecer, o en el disfrute de la risa y las “mañas” venezolanas. Aunque dice que es temprano para hablar de legado, su marca ya está presente en el respeto de sus colegas y en la dedicación con la que promueve el arte en Venezuela.

¿Un color?
El rosado.

¿Un miedo?
A las alturas.

¿Comida favorita?
La pizza.

¿Un deporte?
El ciclismo.

¿Un libro?
De la Tierra a la Luna, de Julio Verne.

¿Tu mayor aventura?
Mi pareja.

¿En qué crees?
En el amor.



Sustentabilidad y Progreso

Hacemos la diferencia transformando aceites lubricantes usados (ALU), para impulsar el desarrollo social en pro de un medio ambiente sostenible.



PETROMACA
Petroquímica y manejo ambiental

EL LENGUAJE DEL COLOR Y LAS EMOCIONES



Con más de un cuarto de siglo marcando pautas visuales en la industria editorial de Venezuela, Gonzalo González representa la articulación precisa entre la función del diseño industrial y la potencia expresiva del diseño gráfico. Como Director de Arte, ha moldeado la identidad visual de diversas publicaciones y marcas, transformando el color en un sistema narrativo, estratégico y psicológico que va más allá de la estética de la página.

Escribe LISBETH PADILLA @lispadilla023 / Fotografía GONZALO GONZÁLEZ @ggacomunicacionvisual

Tras 25 años dirigiendo arte en el medio editorial, ¿cómo define el papel del color en la construcción de una narrativa visual?

El color nunca es un elemento pasivo ni puramente decorativo; representa la primera capa de lectura antes de que el usuario procese las palabras. En el diseño editorial, el color actúa como la voz y la afinación de la pieza. Puede desacelerar la lectura para generar introspección o acelerarla para transmitir dinamismo. La experiencia técnica me enseñó a ver el color como una estructura funcional: no se trata de elegir tonos por preferencia personal, sino de construir un sistema cromático que organice la jerarquía informativa, despierte una emoción calculada y guíe la mirada a través de la superficie impresa o las pantallas.

¿Cómo logra un color cambiar nuestras emociones o nuestro estado de ánimo sin que nos demos cuenta?

El color entra directo por la vista, pero sin pasar por el filtro de la razón; va directo al sistema límbico, donde se procesan las emociones y los instintos. Es una respuesta biológica inmediata. El cerebro interpreta las señales de la luz de manera automática: un rojo profundo te acelera el pulso activando una señal de alerta, mientras que un verde desaturado te baja la inquietud al conectar con la naturaleza. La persona no analiza el tono ni se pone a teorizar sobre él; simplemente lo vive y reacciona de forma inconsciente al estímulo cromático en el espacio o en el papel.

Si una persona busca reducir el estrés en su hogar o concentrarse mejor en el trabajo, ¿qué colores debería usar y cuáles debería evitar?

Para bajar el estrés en casa, la clave es buscar equilibrio y sobriedad. Hay que apostar por colores neutros cálidos, los verdes secos o los tonos tierra, que absorben la tensión y generan una sensación de refugio. Para el espacio de trabajo, los azules medios y los grises claros son ideales: enfocan la mente permitiendo mantener la concentración en jornadas largas sin fatiga. ¿Qué hay que evitar a toda costa? Los colores puros y saturados. Salir a meter un rojo encendido o un amarillo chillón en las paredes es una agresión visual, saturan la vista, te disparan la ansiedad y terminan agotando el sistema nervioso.

¿Cómo utilizan las grandes marcas la psicología del color para influir en nuestras decisiones de compra?

Las marcas no improvisan; construyen su ADN gráfico para condicionar la respuesta del consumidor en milisegundos. El rojo y el amarillo los ves en la comida rápida porque abren el apetito de forma fisiológica y ordenan prisa para que circules. La banca, las aseguradoras y las empresas de tecnología apuestan en los azules oscuros porque está vendiendo solo el producto en sí, sino toda una atmósfera cromática estudiada para que la decisión de compra se sienta natural e inevitable.

Cuando elegimos la ropa que nos ponemos en el día a día, ¿expresamos cómo nos sentimos o realmente estamos condicionando nuestra actitud?

Es un diálogo de doble vía, un viaje de ida y vuelta. Por un lado, la ropa que eliges en la mañana es la proyección directa de tu estado de ánimo; si amaneciste apagado, tiendes a buscar refugio en tonos oscuros o neutros para pasar desapercibido. Pero por el otro lado, vestirse es el acto más básico de dirección de arte personal: si te pones una prenda con un color firme y estructurado, ese estímulo visual que llevas puesto te condiciona la postura y la actitud durante todo el día. El color no solo le manda un mensaje a los demás; te lo está mandando a ti mismo constantemente.

¿El impacto de los colores en la mente es algo biológico y universal, o depende de la cultura y las vivencias de cada persona?

Tiene una base física universal, pero la cultura es la que le da el significado final. La parte biológica es indiscutible: el ojo humano y el cerebro reaccionan a los espectros de luz de la misma forma aquí, en Moscú o en el Amazonas. Pero la interpretación de ese estímulo la dicta el entorno. Para nosotros en el Caribe, con la luz intensa que tenemos todo el año, el alto contraste y la saturación son parte del paisaje cotidiano; nos resultan naturales. En cambio, en países del norte con inviernos largos, esa misma saturación puede sentirse invasiva. El impacto biológico pone la estructura; la cultura y las vivencias personales le dan el contexto.

Diseñar desde Caracas implica convivir con una luz muy específica. ¿Cómo influye el Caribe en la paleta?

La luz de nuestro entorno es incisiva, de un contraste brutal que te marca los volúmenes sin piedad. El sol del trópico no perdona la timidez cromática, pero si te descuidas, te encandila. Diseñar aquí exige saber trabajar con esa saturación natural. A mí me gusta equilibrar la fuerza del entorno: metes un tono cálido que responda a esa luz caribeña, pero lo amarras de inmediato con neutrales sobrios para sostener la estructura. La gente de Venezuela responde muy bien al contraste limpio y brillante, pero la tarea de uno es meterle cabeza y criterio para que no termine pareciendo una guacamaya sin control.

Con el bombardeo de tendencias y modas rápidas en el uso del color, ¿cómo se evita que un proyecto nazca caducado?

Las tendencias hay que oírlas como quien escucha lo que suena en la radio: para estar al día, no para copiarlo todo. Si te pegas a la moda del momento sin criterio, al año tu revista o marca parece una foto vieja. Lo que le da vida larga a un trabajo es la solidez del concepto. Si una tendencia le suma a la personalidad del proyecto, se incorpora con naturalidad; si es pura bulla mediática, se deja pasar. En la dirección de arte no se trata de tocar el ritmo de moda, sino de componer una pieza que siga sonando bien diez años después.

Los colores de los alimentos son fundamentales en una dieta rica en nutrientes. Incluir esta variedad ayuda a acelerar la recuperación muscular, reducir la inflamación y mejorar la oxigenación celular. Para profundizar en el tema, conversamos con la MSc. Andrea Gilmond Bermúdez, profesora de la UCV y nutricionista de las selecciones nacionales de Esgrima, Boxeo y Taekwondo.

Más allá de la nutrición básica, ¿cómo influye el color de los alimentos en el rendimiento y la energía a largo plazo?

-A mayor variedad de colores, más micronutrientes recibimos. Aunque los colores no dan energía por sí solos, contienen compuestos naturales que reducen el desgaste del cuerpo, combaten el cansancio y hacen que los músculos funcionen y se recuperen mucho mejor. Comer colorido ayuda a que todo el organismo trabaje al 100 %.

-Además del impacto visual, ¿por qué las texturas son clave para lograr la saciedad?

-Las texturas ofrecen variedad sensorial, ayudando a que el cerebro perciba esto como una ingesta más satisfactoria y completa.

-¿Qué riesgos supone la "monocromía" alimentaria actual?

-Hoy en día, con el sobreconsumo de alimentos ultraprocesados, se ha dejado de lado la alimentación fresca y natural. Esto causa que las personas coman mucho, pero se nutran poco, trayendo como consecuencia más fatiga, menor rendimiento, alteraciones digestivas, una microbiota gastrointestinal deteriorada e incluso una recuperación más lenta.

-¿Cuál sería el primer paso para transformar un plato aburrido en una experiencia multisensorial y nutritiva?

-La planificación y la conciencia siempre serán las mejores herramientas, además de atreverse a probar combinaciones. Una manera es elegir un alimento base neutro (arroz, pasta, huevos o pollo) y convertirlo en un "lienzo" al que se le agrega: un color crudo (zanahoria rallada, hojas verdes); un color cocido (pimientos asados, remolacha); una grasa de calidad (aguacate, frutos secos); un elemento crujiente (semillas) para activar la saciedad; y un condimento aromático (hierbas, cítricos) para ampliar sabores. Este sistema permite crear platos nutritivos y vistosos en cinco minutos.



ROJO

Eleva el ritmo respiratorio, aumenta la presión arterial y estimula el apetito.



NARANJA

Aporta vitamina A y C. Aumenta el suministro de oxígeno al cerebro, estimula el sistema respiratorio y la actividad mental. Acelera el apetito.



AMARILLO

Proporciona alegría y mejora el tono muscular. Estimula las ganas de comer.



MARRÓN

Agradable en todo su espectro. Se le considera estimulante y atractivo, muestra de ello es el café o el cacao.



VERDE

Asociado a la salud por excelencia. Disminuye la tensión sanguínea debido a su riqueza en vitaminas y minerales como el magnesio. Estimula el apetito.



MORADO

Tiene alto potencial antiinflamatorio y antioxidante, los cuales favorecen la reducción de radicales libres, al tiempo que tiene un efecto antitumoral.



GRIS

Carece de cualquier atractivo. Es un poderoso inhibidor del apetito.



AZUL

Induce calma. Su escasez en la naturaleza lo convierte en un supresor del apetito.



Sistema de Monitoreo Continuo de Glucosa

Proporciona lecturas cada minuto, lo que permite un seguimiento constante y preciso de los niveles de glucosa.



dolypharma



Linx CGM
Bluetooth Connected
91 mg/dL

GLUCOSA EN TIEMPO REAL
8.66% MARD
15 24h 150days
Calibrado de fabrica
NO Escamos
2.16g Peso Ligero

AGP REPORTS
Historial de datos al momento
Resistencia al AGP
Batería Funciona 22 hrs





LA BASURA UN SILENTE ENEMIGO A DOMESTICAR

Es posible ponerle raya amarilla a los desechos que generamos contando con el consenso de todos. A continuación, algunas ideas en línea con los valores de Fospuca.

Créditos: ESCRIBE ANGELA ORAÁ @angelaoraa
Fotografía: CORTESÍA COMUNICACIONES FOSPUCA

Según datos de la ONU, la humanidad genera entre 2100 y 2300 millones de toneladas de residuos sólidos urbanos al año. ¡Pobre planeta! Gran parte de esos desechos emiten gases de efecto invernadero o sustancias químicas tóxicas, dañando ecosistemas y propagando enfermedades.

Fospuca, empresa privada con 44 años de fundada, brindando servicio de recolección de desechos en ciudades puntuales del país, desempeña una parte vital en la cadena de la gestión para llevarse la inevitable basura.

La humanidad necesita una intervención, declaró recientemente el Secretario General de la ONU, António Guterres. "En el Día de Cero Desechos, comprometámonos a poner fin al ciclo destructivo de los desechos, de una vez por todas".

Consciente de los retos actuales y de los que se avecinan, Fospuca se ajusta a los lineamientos sugeridos por La Organización de Naciones

Unidas y recuerda las maneras sobre cómo adoptar un enfoque de cero residuos:

Luchar contra el desperdicio de alimentos

Alrededor del 19% de los alimentos a disposición de los consumidores se desperdicia anualmente, a pesar de que 783 millones de personas pasan hambre. Entre el 8% y el 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero



del planeta proceden de la producción de alimentos que acaban desperdiándose.

Hay muchas maneras de revertir esta tendencia. Las autoridades municipales pueden promover la agricultura urbana y utilizar los residuos alimentarios en la cría de animales, la agricultura, el mantenimiento de zonas verdes y muchos otros usos. También implementar programas de compostaje de residuos alimentarios, separarlos desde su origen y prohibir que caigan en los vertederos de basura.

Tratar los desechos textiles

Menos del 1% del material utilizado para producir ropa se recicla en nuevos artículos, lo que supone una pérdida anual de valor material de más de 100.000 millones de dólares. Además, la industria textil consume cada año el equivalente a 86 millones de piscinas olímpicas de agua.

Para contrarrestarlo, la industria de la moda necesita volverse circular. Las marcas y los minoristas pueden ofrecer modelos de negocio más aprovechables y productos que duren más y puedan rehacerse, los gobiernos pueden proporcionar infraestructuras para recoger y clasificar los textiles usados, los comunicadores (incluidos los influencers y los directores de marca) pueden cambiar la narrativa de marketing de la moda, y los consumidores pueden evaluar si sus compras de ropa son necesarias. En Caracas la diseñadora Vanessa Farina @vanessafarinav es punta de lanza en el upcycling.

Minimizar o evitar la basura electrónica

Los aparatos eléctricos y electrónicos, desde computadoras a teléfonos, están atestando los vertederos de todo el mundo, ya que los fabricantes incitan continuamente a los consumidores a comprar dispositivos nuevos. Mediante una política sólida, los gobiernos pueden animar a los consumidores a



conservar sus productos durante más tiempo y, al mismo tiempo, presionar a los fabricantes para que ofrezcan servicios de reparación, un cambio que aportaría una serie de beneficios económicos. Asimismo, pueden implementar la responsabilidad ampliada del productor.

Mano dura contra la contaminación por plásticos

Los plásticos se utilizan habitualmente en electrónica, textiles y productos de un solo uso. Alrededor de 85% de las botellas, envases y embalajes de plástico de un solo uso acaban en los vertederos o son gestionados de forma inapropiada. Dado que el plástico no se biodegrada, contribuye a importantes impactos sobre la salud, ya que los microplásticos se infiltran en los alimentos y las fuentes de agua. Además de eliminar progresivamente los plásticos de un solo uso y mejorar la gestión de residuos, se requiere el establecimiento de un sistema mundial de vigilancia y notificación. Comienza tú, querido lector, por algo tan básico como prescindir del pitillo.

Repensar el diseño y la gestión de las ciudades

Para 2050, se prevé que 68% de la población mundial vivirá en ciudades. Invertir en edificios energéticamente eficientes conlleva reducciones a largo plazo en la construcción y demolición, que generan importantes cantidades de residuos y suponen 37% de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Las iniciativas Waste Wise Cities y African Clean Cities Platform de ONU-Hábitat proporcionan datos y seguimiento, conocimientos, promoción y desarrollo de proyectos financiables para lograr que las ciudades no generen residuos. Muchos alcaldes, como la 2023 Campeona de la Tierra de la ONU Josefina Belmonte, de Quezon City (Filipinas), lideran iniciativas para poner fin a los desechos, incluidos los desperdicios de alimentos y los plásticos.

En Venezuela aún hay mucho camino por recorrer. En las alcaldías donde está presente Fospuca se lleva a cabo el programa educativo “La Escuela Recicla”. El objetivo es concienciar y sensibilizar a los niños de educación básica sobre los riesgos que corre la vida en el planeta. Dicho programa hace énfasis en el impacto que tiene la generación de los desechos sólidos en el hogar y la escuela. Bajo esta dinámica, los estudiantes conocen el camino al reciclaje a través de las “3R” (Reducir, Reutilizar y Reciclar) y la formación de una conducta responsable frente al entorno común y frente al futuro del planeta.

Coordenadas:
@fospuca



@etiquetarevista



LA BOITE:

UNA FIESTA PARA TODOS LOS SENTIDOS

Escribe y fotografía LILIANA MARTÍNEZ @unapizcadelili

A finales del año 2020 abrió sus puertas en Caracas un restaurante cuya locación no podía pasar desapercibida, La Boite, en el emblemático Hotel Humboldt. Las expectativas eran enormes.

El hotel forma parte de un ambicioso proyecto turístico y arquitectónico desarrollado por el arquitecto venezolano Tomás José Sanabria en los años 50' y se convirtió en icono de la arquitectura moderna en América Latina. Pero muchas cosas pasaron en el camino y para el momento de su reapertura, la idea de devolverle el brillo era, por lo menos, arriesgada.

La restauración debía mantenerse fiel al diseño y la decoración original, conservando la estética y el espíritu de los años 50', desde las lámparas, hasta los muebles y en todos ellos, como elemento dominante, el color.





Un proyecto así requería un chef con trayectoria en el campo de la restauración, y el recorrido de Gianfranco Curzi tenía todas las credenciales (chef ejecutivo y creador de El Cine, Furore, Ici, +297 Aruba, La Carlota en Madrid, entre otros).

La propuesta gastronómica desarrollada por Gianfranco complace todas las expectativas, una carta amplia, más de 50 platos, aborda tendencias que el chef domina a la perfección; en el menú de La Boite hay espacio para la cocina japonesa, italiana y francesa.

Venezolano de origen italiano, formado en Inglaterra, Gianfranco conoce el arte de la restauración y puede ocuparse de todos los detalles necesarios para ofrecer al comensal una experiencia memorable.

— “Hicimos una carta muy amplia, porque una vez que el comensal llega aquí arriba tiene que encontrar algo que le guste. No puedes darle una oferta limitada, tiene que sentir que valió la pena subir hasta acá y quedarse con ganas de regresar. Este es un sitio diferente y especial”, agregó.

La cena

Los platos van llegando al centro de la mesa, mi petición ha sido clara: “platos en los que el color sea un elemento de impacto” y el chef lo entendió a la perfección; la mesa es un despliegue de colores y brillo.

“¿Lámina de oro para coronar un maki?”

No me opongo en absoluto.

Tataki de atún.

Pizzeta bianca.

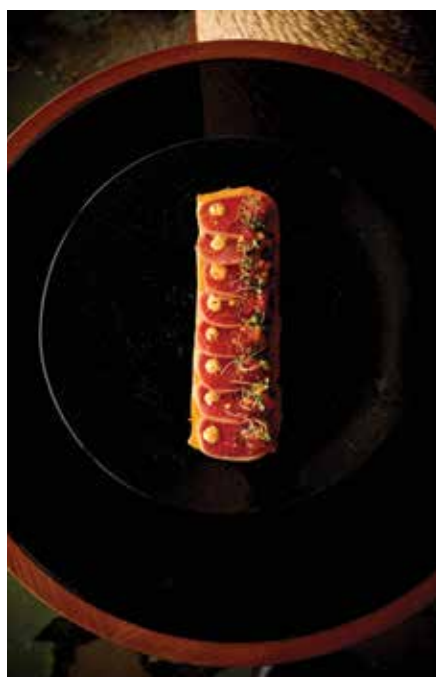
Smoked salmon pastrami salad.

Papas fritas trufadas.

Cada plato demuestra la técnica y los sabores de un chef excelente en su oficio.

El menú de Gianfranco Curzi en La Boite es una fiesta para todos los sentidos, que acompaña a la perfección el impacto de la joya arquitectónica que lo alberga.

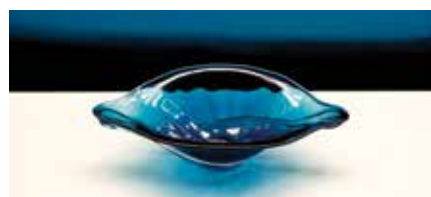
Coordenadas:
@laboitehumboldt



La paleta de colores de la época mezclaba pasteles suaves, verde menta, rosa flamingo, amarillo pálido, con acentos de color casi estridentes, turquesa, amarillo intenso, coral, alternados con tonos neutros que se convertían en verdaderas pausas dentro del ambiente, madera, beige, gris pizarra.

La Boite

La experiencia de subir a comer a La Boite comienza en el teleférico; 20 minutos para ver cómo Caracas desaparece ante tus pies y el silencio de la montaña anula el ruido de los carros. El frío y la neblina anticipan la llegada a esta cápsula de los años 50', moderna y majestuosa.



AMOR CON TODO: MORETTI-PASSARIELLO

Escribe ÁNGELA ORÁA @angelaoraa
Fotografía NATALIA MORETTI (NM)



Natalia Moretti y Roberto Passariello

Natalia Moretti (31) es picardía y alegría en acción con una exitosa carrera en medios de comunicación. Condujo Zona Vip en IVC y hasta hace poco, nos alegraba las mañanas por La Mega, estación radial. Recientemente, se casó con Roberto Passariello (33), administrador y empresario. Ambos se conocieron hace un lustro en una fiesta y desde entonces, son inseparables.

La ceremonia eclesíástica tuvo lugar en la capilla del Colegio Belén. Los padres de ambos comparten raíz italiana. Ellos son Zurima Gimón de Moretti; Nicola Moretti; Mónica De Vecchis; Roberto Passariello (*) y Camilo Lamaletto.

La recepción fue en la Quinta Esmeralda, donde D'cero event planners y el decorador Francisco Rodríguez se ocuparon de hacer realidad la inspiración versallesca.

Natalia escogió un hermoso vestido de la firma Nicole & Felicia, la misma dupla que viste a Taylor Swift.

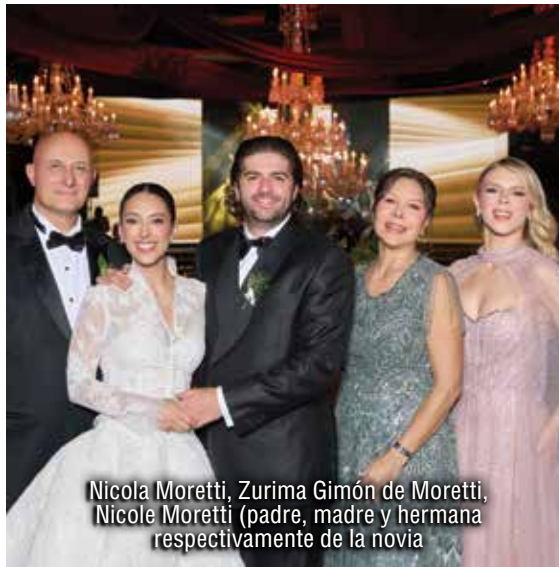
Felicidad para los recién casados...



Bellos detalles del vestido



Roberto Passariello y su mamá, Mónica De Vecchis de Passariello



Nicola Moretti, Zurima Gimón de Moretti, Nicole Moretti (padre, madre y hermana respectivamente de la novia)



Las mejores amigas: Viviana Villanueva, Andrea Báez, María Milagros, León y Oriana Makhoul



Natalia Moretti



Barbara Isabella Passariello, Camillo Lamaletto y Natalia Moretti de Passariello



Victoria Pérez y María Victoria Contreras



Decoración versallesca



Camilo Enrique Lamaletto Conde, Gaetano Lamaletto De Vecchis, Valerie Conde de Lamaletto, Camilo Lamaletto D'Alessandro, Natalia Moretti, Roberto Passariello De Vecchis, Mónica De Vecchis Petricca (viuda de Passariello), Bárbara Isabella Passariello De Vecchis (hermana del novio) Vincenzo Grossi De Vecchis (hijo de Pierina), Pierina De Vecchis Petricca Laura Lamaletto D'Alessandro

@etiquetarevista



María Eugenia Mosquera, Dr Volker Pellet, embajador de Alemania y Regina Pellet



Ursula Eleizalde, Servicio Económico de la Embajada de Francia; Cecilia Castillo y Eugenio Antonio Mendoza Rodríguez



Valentina Quintero y Oscar González



Yuma Sato y Yasushi Sato, embajador de Japón

CUMPLEAÑOS DEL EMPERADOR DE JAPÓN

Escribe MAYTE NAVARRO
Fotografía CÉSAR PALACIOS

El día del cumpleaños del emperador de Japón es la fecha seleccionada para celebrar el Día Nacional de ese país y en Caracas se festejó con una recepción que ofreció el embajador Yasushi Sato, junto a su esposa Yuma Sato.

Al encuentro asistieron representantes de instituciones públicas y privadas, así como colaboradores y empresas niponas que mostraron sus productos. También hubo una degustación de la gastronomía con los platos estrellas del Imperio de los crisantemos, preparados por el chef de la Embajada.

Uno de los momentos más destacados fue cuando el embajador Sato interpretó Moliendo café, composición venezolana muy admirada en ese país. En esta ocasión, además de ejecutar el cuatro, lo acompañaron los integrantes del grupo Cayiao. También hubo una demostración de taiko.

Naruhito, emperador de Japón, cumplió 66 años, está muy interesado en los problemas medioambientales y ejerce el patronazgo de importantes organizaciones como la Cruz Roja y el movimiento Scout. Una vez más el jefe de la misión diplomática japonesa manifestó su deseo de fomentar el intercambio cultural entre Japón y Venezuela.



Guillermo Fariñas Contreras, rector de la Universidad Monteávila; Giselle Petricca, vicerrectora Administrativa USM; y Gerardo Fernández López, vicerrector académico Universidad Monteávila

VÍNCULO FRANCO-ALEMÁN SE RENUEVA

Escribe LISBETH PADILLA
Fotografía CORTESÍA EMBAJADA DE FRANCIA EN VENEZUELA

En una velada que reafirmó el sólido lazo cultural franco-alemán, la sede del Goethe-Institut Venezuela acogió la firma de renovación del convenio estratégico con la Embajada de Francia. Patrick Riba y el Dr. Thomas Schaumburg presidieron el encuentro, en el que celebraron la continuidad de una alianza que, tras los logros del año pasado, se proyectó con fuerza hacia una ambiciosa agenda para este 2026.

Los invitados conocieron de cerca las propuestas que se desarrollan durante el año, desde laboratorios de música electrónica hasta rutas literarias, consolidando así un espacio de intercambio que enriquece la movida cultural caraqueña.



Director del Goethe-Institut Venezuela, Thomas Schaumburg. Consejero de Cooperación y Acción Cultural de la Embajada de Francia, Patrick Riba.



Agregada cultural de la Embajada de Francia, Ana García.
Encargada de la Mediateca de la Alianza Francesa, Areany Rondón.
Director del Trasncho Cultural, José Pisano. Consejero de Cooperación y Acción Cultural de la Embajada de Francia, Patrick Riba.
Director del Goethe-Institut Venezuela Thomas Schaumburg. Consejero Cultural de la Embajada de Alemania en Venezuela, Johannes Van Der Vegt. Coordinadora Cultural del Goethe-Institut, Rebecka Tineo. Directora de Biblioteca Goethe-Institut, Elena Monecke.



Fotógrafa venezolana Ana María Ferris

"ELAISA" EL NUEVO FOTOLIBRO, DE ANA MARÍA FERRIS

La fotógrafa venezolana Ana María Ferris presentó su más reciente obra editorial, Elaisa, un conmovedor fotolibro que explora la memoria familiar y el misterio a través de un íntimo homenaje a su tía. En una pieza en la que la imagen y la palabra se entrelazan por primera vez bajo la narrativa de la autora, Ferris rescata un vínculo emocional que trasciende el tiempo, apoyada por el impecable diseño de Waleska Belisario y el prólogo de Sagrario Berti.

Con una edición limitada de cien ejemplares impresos en España, esta publicación, que ya se encuentra disponible en la librería El Buscón, reafirma la sensibilidad introspectiva de Ferris, quien tras tres décadas de trayectoria, elige la permanencia del papel para dejar una huella tangible sobre la identidad y los afectos.



Edición limitada disponible en librería El Buscón



Interpretación musical bajo la ejecución del pianista Samuel González

POLONIA Y FRANCIA CELEBRAN AMISTAD

Escribe LISBETH PADILLA
Fotografía CORTESIA EMBAJADA DE FRANCIA

Las embajadas de Polonia y Francia en Venezuela conmemoraron su Día de la Amistad con el concierto "Chopin y Sand: una historia en cartas y música". En la Sala Fedora Alemán y con el apoyo de El Sistema, la velada se centró en entrelazar la genialidad musical del compositor polaco Fryderyk Chopin con la agudeza intelectual de la escritora francesa George Sand.

Uno de los protagonistas fue el pianista Samuel Abraham González, quien a sus 11 años asombró al público con su madurez interpretativa. Su ejecución de obras de Chopin y Erik Satie no solo demostró su talento como joven promesa de la música venezolana, sino que sirvió como un puente sonoro perfecto entre Polonia y Francia.



TENEDOR DE ORO PARA HARINA PAN

En una decisión sin precedentes, la Academia Venezolana de Gastronomía (AVG) otorgó su máxima distinción, el Tenedor de Oro, a la emblemática Harina P.A.N.

Si bien en años anteriores el galardón había recaído sobre consorcios o grupos empresariales, donde Alimentos Polar y Bodegas Pomar ya han dejado su huella, esta edición marca un momento único, es la primera vez en la historia que un producto individual recibe el honor más alto del sector culinario en el país.

La Academia fundamentó su decisión basándose en tres pilares clave: Símbolo gastronómico, excelencia sostenida, impacto global.





Isnardo Bravo, periodista. Dr. Huniades Urbina, presidente de la Academia Nacional de Medicina. Oscar Díaz Santamaría, CEO de FenixSalud. Dr. Alexis Bello, presidente del Consejo Consultivo de FenixSalud. Dr. Manuel Bronstein, Presidente del Hospital de Clínicas Caracas.

FENIXSALUD LANZA FENIXMEDICAL IA

Escribe LISBETH PADILLA

Entre brindis y diálogos sobre el futuro de la medicina, FenixSalud presentó FenixMedical IA ante su cuerpo de doctores, aliados académicos y comerciales, directivos de otras instituciones e invitados especiales, en una jornada que contó con la presencia del presidente de la Academia Nacional de Medicina, Huniades Urbina. Tertulias sobre innovación, experiencia del paciente y nuevas alianzas marcaron el tono de la velada.

La protagonista fue una herramienta definida como "escriba digital", que transcribe en tiempo real la consulta y le quita la carga administrativa al médico para que se concentre en mirar, escuchar y establecer una conexión real con el paciente.



Dr. Huniades Urbina, presidente de la Academia Nacional de Medicina.

PÓDCAST DE FRANCISCO DE MIRANDA EN CASA VEROES

La Casa del Estudio de la Historia de Venezuela Lorenzo A. Mendoza Quintero, emblemática sede conocida como Casa Veroes, modernizó la enseñanza de la historia mediante una experiencia interactiva. El centro organizó la grabación en vivo del podcast ¿Qué fue lo que pasó?, liderado por el politólogo y humorista Laureano Márquez y la historiadora Inés Quintero, para demostrar que el relato histórico puede competir con el contenido digital actual en dinamismo y alcance.

Esta estrategia pedagógica impactó a los integrantes de las Olimpiadas de Historia. En un cruce entre el pasado y la tecnología, el Generalísimo Francisco de Miranda se presentó como un "podcaster". A través de la interpretación del humorista, el prócer interactuó con los jóvenes, convirtiendo las lecciones académicas en una crónica vivencial y cercana que rompió con el formato de la clase magistral.



Politólogo y humorista Laureano Márquez y la historiadora Inés Quintero



Laureano Márquez interpretó a Francisco de Miranda en el podcast ¿Qué fue lo que pasó?

VOYEUR



IMPERTINENTE

Escribe ALBERTO VELOZ - @alberto.veloz
Fotografía CESAR PALACIO
Caricatura RAYMA SUPRANI

CARACAS CALEIDOSCOPIO SOCIAL

La energía produce cambios que nos permiten crecer y de ello da fe Margarita Zingg, mujer con buen ojo para la moda y fuente de conocimientos, dos instrumentos que la convierten en una creativa. Se ha paseado por el diseño, el ámbito empresarial, la creación de ambientes y el viaje con criterio. Acaba de lanzar el libro *Bar Glamour*, a cuatro manos con Mario Aranaga y publicado por Ediciones Punto Paladar.

La presentación tuvo lugar en Iskia, donde se reunió un grupo de la sociedad caraqueña deseosa de conocer los consejos de Margarita y las sugerencias de Mario Aranaga. Se brindó con prosecco y se disfrutó de los festivos sabores de Mar.

En este caleidoscopio social, mencionamos a la Asociación de Damas Salesianas y a la Fundación Proyecto Maniapure, aliadas desde hace 30 años para trabajar por la población



rural e indígena ubicada en el estado Bolívar, específicamente en el Centro La Milagrosa, donde médicos, odontólogos, educadores y trabajadores sociales llevan salud y educación a toda una comunidad. La celebración de estas tres décadas de trabajo tuvo un carácter espiritual, solidario y venezolanista. Que prosigan su labor por muchos años más.

En la Embajada de Suiza, el jefe de esa misión diplomática, Gilles Roduit, invitó a la inauguración de la exposición *Latente: Identidad*, organizada conjuntamente con la galería GBG Arts. Con esta muestra, se destaca el interés que este diplomático manifestó por el arte, entendiéndolo como un medio de expresión de la realidad social. Esa noche también se disfrutó de un concierto lírico con las cantantes Talia Zimerman y Annelia Hernández.

El Café de Sócrates celebró 25 años de tertulias enriquecedoras. Esta agrupación caraqueña, integrada por hombres y mujeres de diversas profesiones, busca profundizar en el acontecer ciudadano. La celebración tuvo lugar en la residencia de Heraclio Atencio Bello y María Auxiliadora Pieretti de Atencio, quienes junto con Carmen María Ravelo de Salge fungieron de anfitriones. Carmen María hizo gala de su inagotable energía y, con la originalidad que la caracteriza, destacó que





en este cuarto de siglo la cultura ha prevalecido en todos los encuentros.

La música también estuvo presente en el acto organizado por el Concejo Municipal de Chacao para honrar a las víctimas del Holocausto al cumplirse un nuevo aniversario de la liberación del campo de concentración de Auschwitz. En esta oportunidad se dio importancia a la memoria como instrumento para defender la dignidad humana. La música sirvió como camino para la reflexión gracias a un concierto donde la Orquesta Sinfónica de Chacao y la Joven Coral

Ángel Sauce interpretaron composiciones icónicas del repertorio hebreo y luego un popurrí de canciones venezolanas y hebreas.



Cerramos recordando el homenaje a Alicia Álamo Bartolomé, quien este año hubiese celebrado su centenario. No fue un acto melancólico, sino una mañana donde se recordó a una pionera, pues integró el grupo de las primeras mujeres que obtuvieron el título de arquitectas en la UCV.

Lea la columna completa en www.revistaetiqueta.com



1 Mario Aranaga y Margarita Zingg siempre en busca del gamour

2 Faenza Torbay, Isabel Carlota Silva, Mercedes y Alejandra Daza

3 Adriana Montiel, Isabel Layrisse y Verónica Ávila

4 Integrantes de ADS y Proyecto Maniapure

5 Alicia Canache de Rojas, Higinia Herrera, Suzanne Lellouche y Lisette D'Angelo

6 Suzanne Lellouche, Ana Josefina Vicentini, Carolina Vollmer y Patricia Muchacho de Villasmil

7 El embajador Guilles Roduit, Gabriela Benaim y los artistas

8 Anacristina Tkachenko, Sylvia Neresoff, Gabriela Benaim y Nabel Martins

9 Una de las piezas expuestas

10 Carmen María Ravelo de Salge

11 Heraclio Atencio Bello y María Auxiliadora Pieretti de Salge

12 Onofre Frías y Carmen María Ravelo de Salge

MADAME GLAMOUR

Escribe MAYTE NAVARRO - @mainav

MÁS QUE ESTÉTICA, SIMBOLISMO DE LA REALEZA

Cuando recordamos a la reina Isabel II de Inglaterra lo hacemos en tñnicolor, porque ella rehuía de los tonos que pudiesen camuflajearla con el entorno. Amarillo, verde, azul rey, violeta o blanco estaban en su vestuario. Cada color simbolizaba una situación, enviaba un mensaje. Para los reyes y reinas seleccionar un tono va más allá de satisfacer un capricho y se convierte en lenguaje diplomático.



El estilismo de Máxima de los Países Bajos refleja que es segura de sí misma



La reina Máxima ha hecho del naranja unos de sus preferidos

Al igual que la fallecida monarca británica, las otras reinas que ejercen hoy sus funciones en las cortes europeas eligen su carta de colores según el momento y el acto. Letizia, Máxima, Mathilde, Silvia y Sonya utilizan una paleta que hace referencia a un territorio, pero también honra a un visitante o a un país. En tiempos pasados el color fue símbolo de poder porque a diferencia de hoy día, los tintes estaban vinculados al dominio de territorios y al dinero ya que eran muy costosos, e incluso, existían colores vedados para la gente del pueblo porque eran de uso exclusivo de los nobles.

Hoy ese azul rey que tanto gusta a Camilla lo podemos ver en una oficinista sin que hayan represalias contra ella. Ni siquiera coincidir con una soberana en un mismo escenario con el mismo traje va a originar una situación de peligro para quien haya coincidido en su elección.

Hoy se suceden simpáticas anécdotas, como la que vivió la reina Letizia hace unos pocos años. Era la entrega de unos premios y en el estrado coincidieron la esposa de Felipe VI y una de las galardonadas tenía el mismo traje de Mango. Posaron a propósito para la prensa, la foto se hizo viral y el modelito blanco y negro se agotó.

En la Edad Media, los colores de la vestimenta de las reinas se traducían en estatus y riqueza. Los tintes eran muy caros porque procedían de la naturaleza y solo quien tenía dinero podía tener los tonos más vibrantes.



La reina Letizia se caracteriza por preferir las líneas sencillas

El morado era el homólogo del poder real y era uno de los preferidos de Isabel I de Inglaterra, quien también combinaba el negro y el blanco para simbolizar su poder. El blanco significaba pureza y renovación. Esa hoja blanca donde se va escribir una nueva historia. Recordemos la coronación de Carlos III, todas las damas lucieron níveos trajes. Nos decían que comenzaba un nuevo capítulo.

En 2024, Annie Leibovitz se encargó de realizar los retratos de los reyes de España y allí estuvo el violeta, en una capa firmada por Cristóbal Balenciaga, pura solemnidad y lujo.

El rojo, uno de los colores preferidos por la reina Letizia, representa el amor, el poder, la sangre. Cuando la esposa de Felipe VI lo lleva también desea recordar a España, por eso es habitual cuando asiste a una competencia deportiva.

El azul, uno de los tonos preferidos por la reina Camilla, otro de los colores vinculados a la realeza, transmite serenidad y paz. En el closet de la consorte de Carlos III hay trajes de diversas variedades del celeste, porque está consciente que le sienta bien.

Quizás la reina más espontánea y más arriesgada a la hora de vestirse sea Máxima de los Países Bajos. El naranja representa a su país y a la casa de Orange, está vinculado con la energía, vitalidad y ambición. Algunos de sus diseños destinados al Día del Rey son de esa tonalidad.

Aficionada a las capas y a los abrigos imponentes, estas piezas suelen ser color camel y el nude, porque busca sobriedad. La vibrante personalidad de Máxima, sube de estatus con el azul rey y el azul noche, subrayando la prestancia con las maravillosas turquesas del joyero real.

Otra reina que marca pauta en la moda es Mary de Dinamarca. Su estilo se decanta entre lo sofisticado y lo clásico. Su paleta habla de solemnidad y poder por eso vemos el azul royal, el burdeos, la gama de los granates y el blanco, que junto al rosa y el aristocrático verde esmeralda sirven para darle versatilidad a sus combinaciones.

Las nuevas generaciones de princesas encuentran en sus madres inspiración en el vestir, en la actitud y el trabajo. Ellas tendrán a disposición tecnologías para crear nuevos colores y nuevas simbologías.



La princesa de Gales hace énfasis en lo clásico para subrayar la continuidad de la monarquía



El traje de dos piezas denota su sentido profesional



ÁNGELA
ORAA

RRPP
Organización de eventos
Presentadora
Publicidad en Instagram
Crónica social

@angelaoraa
+58 416 6307105
angela.oraa@gmail.com

DISEÑO · HOGAR · DECORACIÓN · BIENES RAÍCES · MOBILIARIO · HOTELERÍA · ARQUITECTURA

ETIQUETA ESPACIOS & CONFORT

WWW.REVISTAETIQUETA.COM

REVISTA ESPECIALIZADA

**CLOUD
DANCER**
EL COLOR
DEL AÑO

EN PEKÍN
LA CAPILLA
DEL SONIDO

INTERIORES
UN JARDÍN ES EL
ALMA DE LA CASA

HUMIFICADOR
AIRE PURIFICADO
Y SALUDABLE

MUSEO LUCAS
ARTE NARRATIVO





1. PEDRALI @pedralispa

Con estructura de acero y carcasa de polipropileno, esta pieza de la prestigiosa marca italiana aporta frescura y ligereza a cualquier espacio.

2. LIGNE ROSET @ligneroset

Reedición del icónico sofá Sandra. Fabricado completamente en espuma, sus curvas combinan sobriedad y un confort óptimo que se adapta a todos los interiores.

3. KARTELL @kartell_official

La colección Componibili se renueva en su versión de 42 cm. Un nuevo molde industrial realza su calidad en una paleta que dialoga entre lo contemporáneo y lo clásico.

4. DEDON CIRQL NU @dedon_official

Utiliza fibra invertida y un proceso de coextrusión para crear patrones geométricos en 3D. El resultado es un brillo iridiscente de texturas ricas en relieve.



EL COLOR SELECCIONADO PARA EL AÑO 2026

en materia de decoración y mobiliario es el Cloud Dancer (PANTONE 11-4201). Es un tono blanco roto, etéreo, suave y ligeramente cálido, diseñado para evocar calma, minimalismo, claridad mental y un "lujo silencioso". La combinación perfecta se logra con tonos azules y verdes intensos.



6



5



7



@etiquetarevista

5. KNOLL @knoll

La colección Risom se rediseña para exteriores tres cuartos de siglo después de su debut. Presenta estructuras de teca aceiteada y correas de alta resistencia Sunbrella.

6. HERMAN MILLER @hermanmillerltd

Las lámparas Nelson Bubble conforman una serie de siluetas esféricas que emiten una luz uniforme, ideales para crear ambientes modernos y equilibrados.

7. LOUIS VUITTON @louisvuitton

El cojín Animali Fantastici Flowers luce un motivo inspirado en la obra de Fortunato Depero, visionario artista italiano de principios del siglo XX.



UNA RENOVACIÓN DE INGENIERÍA

Escribe: LISBETH PADILLA @etiquetarevista
Fotografía www.23o5studio.com/

En el corazón de Ciudad Ho Chi Minh, en Vietnam, el equipo de 23o5Studio logró una renovación de ingeniería. El proyecto consistió en la transformación tanto del interior como del exterior de una residencia construida en la década del 2000, cuya estructura de 350 m² requería de una compleja reconfiguración.

Para rescatar la vivienda los ingenieros reforzaron y consolidaron las columnas y vigas de acuerdo con la estructura original, al tiempo que mejoraron las losas de concreto del piso en las zonas afectadas por el desgaste.





La escalera de hormigón fue sustituida por otra de acero de 12 mm de espesor con peldaños que aportan una estética más ligera. La piscina se amplió e incorporó al jardín, lo que ha dado lugar a una importante fuente de agua en primer plano, acompañada de vegetación que mejora el ambiente y refresca el aire.



La zona social experimentó un cambio radical. La cocina y el comedor se conectaron en múltiples niveles, extendiéndose hacia un jardín que dejó de ser ornamental para convertirse en el alma de la casa. Allí, la piscina se amplió e incorporó como una fuente de agua rodeada de vegetación que purifica y refresca el aire de las áreas comunes, difuminando por completo los límites entre el interior y el exterior.

El vestíbulo de entrada destaca como una caja lacada que comprime el espacio para luego abrirse hacia las áreas de estar. La laca, producida artesanalmente en la aldea de Tuong Binh Hiep (centro artesanal en Vietnam con más de 600 años de tradición en la fabricación de laca), presenta texturas de gotas de lluvia estilizadas.

La fachada se definió con contornos fluidos y una estructura orgánica que mitiga la luz solar directa.



¿POR QUÉ TENER UN HUMIDIFICADOR EN CASA?

Escribe: AMANDA DAS NEVES

La historia de los humidificadores domésticos ha recorrido un largo camino, desde rudimentarios métodos de evaporación hasta los modernos dispositivos ultrasónicos de hoy. Lo que comenzó como una solución técnica es ahora una tendencia de bienestar, impulsada por la necesidad de mejorar la salud y el confort en el hogar.

Los dispositivos actuales, tanto portátiles como ultrasónicos, no solo cumplen una función ambiental, sino que se integran a un buen estilo de vida.

Beneficios claves:

Salud respiratoria: Mantiene la humedad del aire interior y alivia síntomas de gripe, tos y alergias, especialmente en climas secos o ante el uso prolongado de aires acondicionados.

Cuidado personal:

Actúa como un hidratante ambiental, protegiendo la piel y el cabello de la resequedad.

Vida botánica:

Proporciona la humedad necesaria para las plantas de interior, previniendo la caída de hojas y actuando como una barrera natural contra ciertos hongos.



Para que su uso sea realmente saludable, la Agencia de Protección Ambiental de EE. UU. (EPA) recomienda seguir pautas estrictas:

- 1 **Limpieza frecuente:** Lavar los equipos portátiles cada 3 días para evitar microorganismos.
- 2 **Agua de calidad:** Utilizar agua con bajo contenido mineral (destilada o filtrada).
- 3 **Enjuague profundo:** Eliminar cualquier residuo de productos de limpieza antes de encender el equipo para evitar la dispersión de químicos en el aire.

¡Cuidado con el exceso! Un humidificador solo debe usarse si el ambiente tiene menos del 40% de humedad. Si notas que las ventanas se empañan, es señal de que la concentración es demasiado alta y es recomendable apagar el equipo para evitar la proliferación de moho.



Escribe LISBETH PADILLA @lispadilla023

LA CAPILLA DEL SONIDO

Ubicada a dos horas de Pekín, frente a las ruinas de la Gran Muralla China, esta sala de conciertos fue diseñada por la firma OPEN. Su arquitectura evoca una roca monumental depositada en el valle, manteniendo un equilibrio visual que se integra de forma natural con el entorno montañoso. Construido con concreto y roca local, el espacio integra un anfiteatro semiabierto, un escenario al aire libre, miradores y una sala de ensayo. Estos funcionan tanto para música en vivo como para reuniones comunitarias.

Cuando la capilla no se utiliza para eventos, su mezcla de lo orgánico y lo industrial, de lo abierto y lo cerrado, la convierte en un lugar ideal para la contemplación tranquila, ya sea en una de sus salas o en su azotea panorámica.



ELECTRICIDAD SIN CABLES

El sueño de Nikola Tesla de elaborar una red eléctrica sin cables es ahora una realidad gracias a los avances de la Universidad de Aalto en Finlandia y de la agencia Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA) de Estados Unidos, los cuales han logrado transmitir electricidad por el aire de forma eficiente. Según publica la revista Nature, el equipo finlandés alcanzó una eficiencia superior al 80 % mediante ondas electromagnéticas, con la gran ventaja de que la energía llega a dispositivos en movimiento o no alineados.

En paralelo, DARPA estableció un récord de distancia al enviar 800 vatios de potencia a través de un haz láser a más de 8 kilómetros. Esta tecnología elimina la necesidad de enchufes y reduce la pérdida de energía, sentando las bases para una futura red inalámbrica global que transformará por completo la flexibilidad en nuestros hogares y espacios de trabajo.



MUSEO LUCAS DE ARTE NARRATIVO

El Museo Lucas de Arte Narrativo, diseñado por el arquitecto Ma Yansong y su firma MAD Architects, abrirá sus puertas en Los Ángeles en septiembre de 2026. La estructura de 28.000 m² destaca por una fachada de 1.500 paneles de fibra de vidrio y un diseño elevado sobre vigas de 56 metros. Este esquema permite integrar una plaza pública y un parque de 4,5 hectáreas que sustituye un antiguo estacionamiento por un área verde con 200 árboles y una cascada de refrigeración natural.

El edificio de MAD Architects funciona como un laboratorio de sostenibilidad, equipado con 180.000 metros de tuberías geotérmicas y paneles solares. En su interior, la colección privada de George Lucas, cineasta y creador de Star Wars, quien además financia y funda esta institución, ocupa 7.600 m² de galerías distribuidas en la cuarta planta, a las que se accede mediante tres ascensores cilíndricos de cristal. Es una obra de alta ingeniería que combina tecnología robótica con un sistema de captación de agua de lluvia y aislamiento térmico de vanguardia, posicionándose como un nuevo icono del urbanismo responsable.

ETIQUETA



PARADAS
INTELIGENTES
Y KIOSKOS
DISTRIBUCIÓN

ETIQUETA

Actualmente, el número de ejemplares que se imprime en la revista ETIQUETA son distribuidos en Clubes sociales en la capital, consultorios médicos, clínicas especializadas, hoteles de lujo, paradas inteligentes y kioscos, entre ellos:

- | Centro Comercial Plaza Las Américas II |
- | Clínica Santa Sofía |
- | Clínica Metropolitana |
- | Centro Comercial San Ignacio |
- | Clínica El Ávila |
- | Centro Médico San Bernardino |
- | Centro Comercial IPSFA |
- | Centro Comercial Plaza de Los Palos Grandes |
- | Kiosko Santa Paula I y II |
- | Kiosko Clínica La Floresta |
- | Kiosko Mary de Los Palos Grandes |
- | Parada Inteligente C.C.C.T |
- | Parada Inteligente Parque Cristal de Los Palos Grandes |
- | Centro Comercial Macaracuay Plaza |
- | Clínica Santa Sofía |
- | Centro Comercial Terrazas del Ávila |
- | Centro Comercial Torre Humboldt |
- | Club Italo Venezolano |
- | Hotel Cayena |
- | Hotel Tamanaco Intercontinental |
- | Hotel Eurobuilding |
- | Kiosko Nacho Altamira |
- | Country Club La Lagunita |

ENTREGAMOS
CARGA
DIRECTAMENTE
EN LA PUERTA
DE SU CASA



CONSOLIDAMOS Y MANEJAMOS SU CARGA
DESDE LOS PUERTOS MÁS IMPORTANTES

USA • PANAMÁ • COLOMBIA • BRASIL • CHINA • ARGENTINA • PERÚ • FRANCIA



Despachos Vesga SRL
AGENTES DE ADUANA

PORCELANOSA



RFP-1412904120

+58 4226444007
@porcelanosa_venezuela
info@porcelanosavenezuela.com
www.porcelanosa.com



Descubre más