

"ICE BOX" Y LA CREATIVIDAD A FLOR DE PIEL

VICENTA CASAÑ, LA ARTISTA VALENCIANA COLABORADORA HABITUAL DE NUESTRA REVISTA, TRAS SU TRASLADO A MIAMI, DONDE TODO ERA DISTINTO Y LA SOLEDAD Y EL AISLAMIENTO AFECTABAN A SU CREATIVIDAD Y A SU FORMA DE VER LA VIDA, IDEÓ UNA SERIE DE FOTOGRAFÍAS DE GRAN FORMATO, LLAMADA ICE BOX (2002). LAS FOTOS SE REALIZARON Y SE EXPUSIERON CON GRAN ÉXITO EN MIAMI. ESTA PORTADA REFLEJA LA POSIBILIDAD DE CONSTRUIR EL MUNDO A TU MANERA.



www.vicentacasana.com



PACHA, TEMPORADA DE SORPRESAS

PACHA TE ESPERA EL PRÓXIMO DÍA 10 DE SEPTIEMBRE PARA COMENZAR CONTIGO SU NUEVA TEMPORADA. UNA NUEVA ETAPA REPLETA DE ILUSIÓN, SUEÑOS Y CAMBIOS ESPECTACULARES. VIVE MILLONES DE SORPRESAS QUE TE AGUARDAN EN PACHA VALENCIA. AHORA, CON NUEVO PARKING PRIVADO Y GRATUITO.

www.pachavalencia.com



LA MOSTRA ABRE PLAZO PARA VOTAR LA MEJOR PELÍCULA DEL AÑO

LA XXXI EDICIÓN DE LA MOSTRA DE VALENCIA-FESTIVAL DE CINE DE ACCIÓN Y AVENTURA VUELVE A CONVOCAR EL CONCURSO PARA VOTAR A LA MEJOR PELÍCULA ESPAÑOLA DEL AÑO. ALGUNAS DE LAS CANDIDATAS SON: ÁGORA, DE ALEJANDRO AMENABAR; CELDA 211, DE DANIEL MONZÓN; EL SECRETO DE SUS OJOS, DE JUAN JOSÉ CAMPANELLA; REC 2, DE JAUME BALAGUERÓ Y PACO PLAZA; GORDOS, DE DANIEL SÁNCHEZ ARÉVALO; HABITACIÓN EN ROMA, DE JULIO MEDEM Y QUE SE MUEREN LOS FEOS, DE NACHO G. VELLILLA. TODOS LOS VOTANTES ENTRARÁN EN EL SORTIDO DE UNA NOCHE DE ESTANCIA EN EL HOTEL WESTIN DE VALENCIA Y LA PELÍCULA GANADORA SERÁ PROYECTADA DURANTE EL FESTIVAL. LAS VOTACIONES PUEDEN REALIZARSE A TRAVÉS DE LA WEB OFICIAL DEL FESTIVAL WWW.MOSTRADEVALENCIA.COM HASTA EL 3 DE OCTUBRE DE 2010.

EL SUEÑO AMERICANO DE MAD MEN EN VALENCIA

HUBO UNA ÉPOCA EN LA QUE LOS PUBLICISTAS Y DISEÑADORES NO SABÍAN LO QUE ERA INTERNET, NI SIQUERA IMAGINABAN LO QUE ERA UN IPHONE. VESTÍAN TRAJES A MEDIDA Y ZAPATOS DE PIEL, EN LUGAR DE VAQUEROS Y ZAPATILLAS. EL "BOOM" DE LA PUBLICIDAD A MEDIADOS DEL SIGLO XX SIGNIFICÓ LA MAYOR EXPRESIÓN DEL "SUEÑO AMERICANO":

LA FABRICACIÓN EN SERIE DEL AUTOMÓVIL, LAS FIRMAS DE ALTA COSTURA, LAS PRIMERAS CADENAS HOTELERAS Y LÍNEAS AÉREAS, LAS MARCAS DE TABACO Y REFRESCOS... TODA LA INDUSTRIA DEL CAPITALISMO EMERGENTE ESTABA NECESITADA DE UNOS TIPOS INGENIOSOS Y CREATIVOS QUE PROYECTARAN SU IMAGEN AL EXTERIOR.

TODOS ELLOS, EXCÉNTRICOS Y ELEGANTES A LA VEZ, SE CONCENTRABAN EN LA AVENIDA MADISON DE NUEVA YORK, LA ARTERIA PRINCIPAL DEL NEGOCIO PUBLICITARIO MUNDIAL. SE HACÍAN LLAMAR LOS MAD MEN, HOMBRES DE MADISON.

ERAN LOS TIEMPOS EN LOS QUE SE ALMOZABAN CON MARTINI Y COSMOPOLITAN, SE PRESENTABAN LAS CAMPAÑAS CON ILUSTRACIONES DE CARTULINA, SE FACTURABAN CIFRAS ASTRONÓMICAS, Y SE FUMABA Y SE FUMABA SIN PARAR.

LOS CÓDIGOS MORALES DE LOS DIRECTIVOS DE STERLING & COOPER ERAN ALGO DIFUSOS, Y SIEMPRE HABÍA UNA MESA RESERVADA EN EL WALDORF ASTORIA O EN EL PLAZA PARA FLIRTEAR CON UNA NUEVA CONQUISTA AMOROSA, O BIEN PARA CELEBRAR UN NUEVO ÉXITO COMERCIAL.

DE TODAS ESTAS COSAS Y DE LOS ENREDOS DE TODOS ELLOS HABLA MAD MEN, LA SERIE TELEVISIVA SOBRE LA ÉPOCA DORADA DE LA PUBLICIDAD QUE HA BATIDO RÉCORDS DE AUDIENCIA EN TODO EL MUNDO.

EL PRÓXIMO MIÉRCOLES 8 A LAS 19:00 H EN LA FNAC SE PRESENTA LA TERCERA TEMPORADA EN DVD.

PROYECCIÓN DEL PRIMER CAPÍTULO A CARGO DE JOSE POYATOS (AGENCIA DE PUBLICIDAD COMUNIQUALS), ISABEL DE SALAS (DRA. EN CC. DE LA INFORMACIÓN) Y PEDRO SEMPERE (EXPRESIDENTE DE YOUNG & RUBICAM).

