



Apresentação da coleção 'Divers'

de moda responsável pela imagem dos apresentadores da SIC, Helena Carmo-
na". "Na altura, eu estava na SIC e o Nu-
no com o seu antigo parceiro de traba-
lho, Paulo Cravo, vestiram-me para
uma série de programas de música. A
empatia foi imediata e dura até hoje",
diz Catarina Furtado ao DN.

Para a apresentadora, Nuno Baltazar tem "uma sensibilidade extraordinária, é muito talentoso, inteligente, trabalhador, perfeccionista, apaixonado e dedicado". O trabalho entre ambos é muito interessante. "Regemo-nos pelos mesmos princípios e temos um elo de ligação fortíssimo: o mundo da representação. O teatro e o cinema são para ele uma fonte de inspiração infundável, o que faz que com as suas/nossas escolhas me 'obriguem' a encontrar um personagem para cada uma delas. Esse trabalho é divertido e criativo. E em cada uma das nossas áreas temos crescido imenso". Nota-se. ■

Nuno Baltazar recorreu ao passado para dar mais 'glamour' à sua colecção

Bijutaria

Cor é a palavra-chave para o próximo Verão. Esta é a tendência da Joy Art, que se inspirou nos laranja, azuis turquesa e outros tons alegres para a sua nova colecção Primavera/Verão de acessórios. Estes colares podem ser adquiridos no atelier, mas mediante marcação através de e-mail no site (www.jrib.style.com), pois o serviço prestado por esta marca é, acima de tudo, personalizado.

Os colares custam 75 euros e existem outros modelos à venda.



SÓ PARA ELES

Ermenegildo Zegna celebra Pequim

Ermenegildo Zegna foi a Pequim fotografar a sua nova campanha publicitária Primavera/Verão 2008 - "Great Minds Think Alike" -, como forma de celebrar a cidade que vai receber os Jogos Olímpicos este ano e comemorar os 15 anos de actividade comercial na China. Zegna foi a primeira marca de roupa de luxo a aperceber-se do potencial do mercado chinês, depois de abrir a sua primeira loja no hotel de cinco estrelas, Península Palace Pequim, em 1991. A campanha da marca *Ermenegildo Zegna*, composta pelas linhas Couture, Made to Measure, Sartoria, Upper Casual e Acessórios, foi gravada na parte antiga de Pequim, com a China

de outros tempos como tela de fundo - a história da cidade proibida, a Grande Muralha, o parque Ho Hai e o China Club. Para fazer o contraste de épocas, fotografaram na China moderna - na nova arquitectura urbana - a linha Zegna Sport, com as instalações do Museu Nacional do Cinema e o Palácio Nacional do Teatro, desenhado pelo arquitecto francês Paul Andrieu, como cenário. A realização da campanha publicitária, que contou com a participação de alguns *top models* masculinos, demorou sete dias a fazer com uma equipa de 50 pessoas, sob a responsabilidade do conhecido fotógrafo Nathaniel Golberg.



Estes sapatos têm um salto mágico

Inovação Criado nos EUA a pensar nos pés e na coluna

As mulheres que gostariam de usar mais vezes sapatos de salto alto já o podem fazer, pois foi criado calçado pela marca *Camileon Heels* a pensar nisso mesmo. Um sapato que tivesse um salto que se transformasse em tacão. Foi esta a ideia que Lauren e David Handel, dois irmãos norte-americanos, decidiram por em prática.

O objectivo era conseguir de alguma forma conciliar o conforto ao estilo, num dos mais importantes acessórios de moda para o universo feminino.

Um dia, enquanto viajava num táxi pela 5.ª Avenida de Manhattan, em 1989, David Handel, não pôde deixar de notar que a maioria das mulheres, que andavam pelas ruas da cidade, apesar de bem vestidas, calçavam ténis.

Este facto pô-lo a pensar se não seria possível criar um sapato cujo salto alto se transformasse num tacão, sempre que a mulher assim o desejasse. Desta forma, não tinha necessidade de andar com dois sapatos diferentes, aliando conforto e estilo quando necessário.

Foi assim que nasceram vários modelos de sapatos com salto ajustável, entre os quais o *Gisella* (ver foto), que



A dupla criadora

Radiologista de profissão, **David Handel** sempre teve um interesse especial pelos problemas provocados nos músculos e no osso, na sequência da má postura que as mulheres adquirem por andarem muitas horas com saltos altos. Em 2004, a sua irmã **Lauren Handel** entrou na empresa para o ajudar no *design* dos sapatos.

pode ser mudado sem ser necessário qualquer tipo de ferramenta. A utilizadora pode transformar o seu sapato em segundos quantas vezes for preciso. O salto é de aço inoxidável e está preso ao sapato através de parafusos, e não de pregos como é habitual, de forma a dar mais durabilidade ao mesmo.

Este salto já foi aplicado em 14 estilos diferentes, incluindo sandálias, *mules* e sapatos convencionais. O calçado é produzido em Itália utilizando peles de alta qualidade. Os sapatos estão à venda na Internet no site www.camileonheels.com, a página da marca. Os preços oscilam entre 200 e 500 euros. ■



Veja como é simples mudar o salto no modelo 'Gisella'

LUXO

Este ano a Louis Vuitton celebra, de novo, o espírito de viagem, um tema eterno na marca, com o lançamento do Longuevue Charm. Este relembra, de uma forma divertida, a ferramenta indispensável do explorador.



3850€

Mas acima de tudo são as grandes cidades que inspiram as criações de joalharia da marca. Para celebrar a reabertura da loja no Edifício Taipei, a Louis Vuitton recriou o Pineapple Charm, inspirado nesta fruta simbólica que é identificada como sinal de prosperidade, logo, de poder de compra.