

VELVET

by **geot**

PATRICIA FIELD
*Mente maestra detrás
de Sex in the City*

MARINA TESTINO
*It girl de espíritu
sostenible*

OUTSIDERS
*La innovación
de las joyas
disruptivas*

Arte+
evolución

Bs 220.000,00

BRAGANZA

LA JOYA
DE ALTAMIRA VILLAGE




ETHO MARIA
HAUTER JOAILLERIE

Jewelmer
JEWELLERIE


MATTIA CIELO

MATTIOLI

Jewels
milano

PALMIERO

TIRISI
Jewelry

DOUBLE BONE

UTOPIA

CARACAS: C.C. ALTAMIRA VILLAGE,
NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09,
ALTAMIRA - VENEZUELA.
TLF.: +58 212 4351003 CEL.: (+58) 0414 0172093

@BRAGANZAJOYAS 
BRAGANZA 
@BRAGANZAJOYAS 





IKIN

MARGARITA
HOTEL & SPA

J-0221700-6

"Mercurio", nuestro servicio de atención al cliente organiza para ti solicitudes especiales, eventos corporativos, reuniones, celebraciones y mucho más...



0295 234 08 72
0295 234 11 28



reservaciones@ikinmargarita.com.ve
mercurio@ikinmargarita.com.ve



+58 424 877 60 71



ikinmargarita_hotelspa



ikinmargaritahotelspa



***"Una experiencia
mágica junto al mar"***

 Cultivamos el
PROGRESO
HUMANO

Zetta

DELL Technologies
TITANIUM PARTNER

**Expertos en soluciones
tecnológicas**





AUTO



FIANZAS



PERSONAS



PATRIMONIALES



@SegUniversitas



Seguros Universitas



segurosuniversitas



Seguros Universitas

www.segurosuniversitas.com

Inscrita en la Superintendencia de la Actividad Aseguradora bajo el Nro. 83. Rif.: J-00148811-1



ENSEMBLE

- 12 PROFESO
- 14 IDEARIO
- 15 BEHIND THE BRAND
- 16 FLASHES
- 18 INSIGHT



TREASURE FILES

- 20 TEMA DE PORTADA
- 27 ENCUESTRO MARINA TESTINO
- 29 EMERGENT ADRIANA BERARDINELLI
- 32 TALENTO ROBIN MORALES



HIGHLIGHT

- 38 VOGAYE
- 40 DESIGN
- 42 FRESH
- 48 BIG SHOTS
- 50 NEXT ISSUE



DAORO
CENTRO SAN IGNACIO • NIVEL JARDIN • LOCAL J 41/J 43
LA CASTELLANA • TELFS 263.9371 / 267.4161
www.daoro.com



EL ARTE DE SER DIFERENTE

La individualidad, el autoconocimiento y la búsqueda de la esencia han sido piedras angulares en el desarrollo de las civilizaciones occidentales. Como un frescor del alma, el hecho sublime de crear nos hace sentir vivos. Por ello, Balthasar Klossowski de Rola afirmaba que “el arte consiste en celebrar, cantar y llevar a cabo la belleza.”

Razón inexorable por la que dedicamos esta edición al hallazgo de lo esencial, la expresión artística y a nuestras raíces. Desde el Circuito Cultural Bellas Artes fusionamos, a través del quehacer fotográfico, piezas de ilustres maestros venezolanos con las propuestas que exaltan el *savoir faire* de la moda local. Nos trasladamos a la enigmática Ciudad Amurallada, sitio donde conversamos con Marina Testino, sobrina del laureado fotógrafo Mario Testino y creadora del proyecto *Point Off View*. Esta activista impulsa la moda y el medio ambiente al desnudar las realidades de la industria del *fast fashion*. El tándem indisoluble entre la creatividad y el séptimo arte nos llevó a Miami para sostener un encuentro inigualable con Patricia Field, mente maestra detrás del vestuario de *Sex and The City* y la famosa cinta *The Devil Wears Prada*. Un baluarte en la industria y una mujer de personalidad avasallante que compartió su visión acuciosa ante el auge de las “fashionistas” parisinas.

No pudimos pasar por inadvertida la manera de concebir la joyería alineada en diseños más naturales. Lo inaccesible da paso a diseños renovados que hablan de emociones reales. Las firmas emergentes se coronan reinas en la dialéctica de las redes sociales.

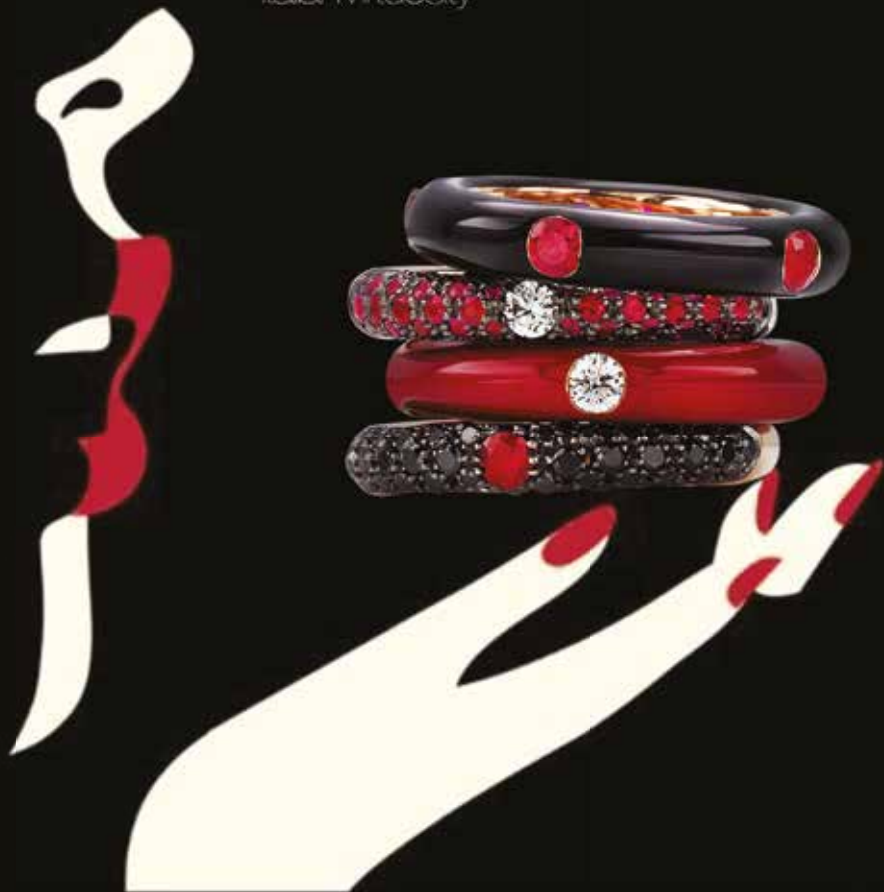
“El arte lava del alma el polvo de la vida cotidiana”
Pablo Picasso

Jennifer Albornoz Figueras
Gerente Editorial
@jenn_albornoz



EDITOR’S PICKS
1. Reloj Serpenti Seduttori de Bvlgari
2. Brazaletes en diamantes Panthère de Cartier
3. Pendientes aguamarina y oro rosado 18k de Valentina Callegher disponible en Braganza.
4. Bolso by D’Estrée

ADOLFO COURRIER
italianVirtuosity



EXCLUSIVO DE



BRAGANZA
WWW.JOYERIABRAGANZA.COM

LA JOYA
DE ALTAMIRA VILLAGE

@BRAGANZAJOYAS fBRAGANZA @BRAGANZAJOYAS

RIF J-40120987-4

C.C. ALTAMIRA VILLAGE, NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA - VENEZUELA. TLF.: +58 212 4351003

EDITORIAL	
DIRECTORA EDITORA	PATRICIA OLIVARES TAYLHARDAT
EDITORIA DIRECTORA	ETXENARA MENDICOA
GERENTE GENERAL	LUCIA ZUMBO
GERENTE EDITORIAL	JENNIFER ALBORNOZ FIGUERAS
COORDINADORA EDITORIAL	CECILIA AVILÉS
REDACCIÓN	JUANMA GALVÁN
GERENTE CREATIVO	ADRIANA BOET V.
GERENTE DE ARTE Y DISEÑO	GONZALO GONZALEZ
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN	GG&A COMUNICACIÓN VISUAL
COLABORADORES	LUIS ENRIQUE BOLÍVAR JORGE MALAVÉ ALEJANDRO CELEDÓN GIANFRANCO BERARDINELLI
FOTÓGRAFOS	NISHE ORNIELAS LUIS ENRIQUE BOLÍVAR RAFAEL FRANCESCHI CHECAKO IVÁN RIZO DIEGO RENTERÍA LUIS EGURROLA PEDRO LOLLET
CONSEJO EDITORIAL	LILIANA CLAVO MARINA TAYLHARDAT NATHALIA CORIAT

COMERCIALIZACIÓN / MERCADEO	
DIRECTOR EJECUTIVO	JUAN PEDRO OLIVARES DEL NOGAL
GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN	BEATRIZ NIETO
TESORERA	HAYDÉE OLIVARES DEL NOGAL(†)
JEFE DE ADMINISTRACIÓN	IRIS ÁLVAREZ
COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN	ÉRIKA AYALA
CONSULTOR JURÍDICO	JOSE LUÍS CASTILLO
ASESOR LEGAL	CARLOS GÓMEZ
DISTRIBUCIÓN	EUDES AYALA
IMPRESIÓN	EDITORIAL ARTE S.A.

VELVET

VELVET MAGAZINE by GEOT es una publicación que se edita, en 2019, cinco veces al año.

VELVET MAGAZINE by GEOT es una publicación y marca registrada del Grupo Editorial On Time, C.A.

El contenido redaccional o publicitario de la revista no refleja necesariamente la posición de Velvet Magazine y su editor, por lo que ninguno se hace responsable en cuanto a las opiniones emitidas por el autor de cada artículo.

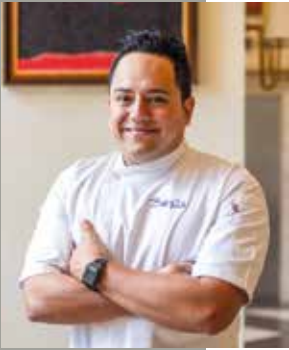
Para información en el área de ventas, por favor, escriba a ventas@grupontime.com y beatriz.nieto@grupontime.com
Grupo Editorial On Time, C.A.
Rif: J-29623414-0
Depósito legal No. PP200702DC3137
Avenida Venezuela, Torre Platinum II, piso 7, Ofic. N° 7-A y 7-C. El Rosal. Caracas - Venezuela
T (58-212) 9512478 / 9521866 / 9533915
www.issuu.com/geot
www.velveteditorial.com
@Velvet_magazine @Velvetmagazine



“Creemos firmemente que el inicio de esta década va a estar llena de cambios. El mundo globalizado va a exigir al ser humano tomar conciencia cada día más de lo que lo rodea y de las consecuencias de sus acciones. Iniciamos con grandísimo optimismo, tras haber superado, en estos casi 6 años que tiene la marca, las dificultades que implica producir en el país, nos mantenemos firmes y seguiremos trabajando para continuar en el mercado local, consolidando la exportación de nuestra propuesta de diseño, complaciendo a nuestras clientes y captando nuevas caras. Lo más importante, hemos consolidado un equipo de trabajo, el cual, entiende el ADN de 2ACuadrado y puede fluidamente ir evolucionando”.

Alejandra Trujillo y Adriana Martínez Acero
Diseñadoras de joyería alternativa
@2acuadrado

“Creo que este 2020 va a ser muy próspero a pesar de las adversidades del país, y es que no nos cansamos. Seguimos luchando, con la visión de siempre ir hacia adelante. En 2019 Santo Bokado cumplió cuatro años y decidimos abrir Santo Bokado Catering. Esta es una etapa muy importante para nosotros ya que estamos desarrollando una nueva unidad de negocio para llegar a más personas con nuestra propuesta gastronómica. Ahora abriremos un nuevo restaurante en Caracas con un concepto diferente. Quienes me conocen y me siguen, saben que la comida asiática es de mis cocinas preferidas, y pronto contaremos con la oportunidad de tener nuestro propio lugar. Será como un hermanito de Santo Bokado”.



Jorge (Beto) Puerta
Chef Ejecutivo y socio de restaurante Santo Bokado
@beto_puerta @santobokado



“Me veo inmerso en toda la tensión de cambios regionales y globales, retroalimentándome de éstos, para generar proyectos que ayuden a las sociedades a mejorar su desempeño. Deseo ser parte de un cambio posible y positivo, a través de ideas que involucren la tecnología, la cultura y los nuevos planteamientos. Este año se perfila como el tiempo para madurar las ideas, entendiendo el contexto que nos tocó vivir y empezando a concebir propuestas más abiertas partiendo de lo local hacia lo internacional, integrando lo aprendido a diversos ecosistemas para dar soluciones eficientes y novedosas”.

Orlando Perdomo
Arquitecto y artista
@orlandoperdomop

“Los venezolanos arrancamos expectantes sobre el país y cómo surfear las olas que nos presentarán estos 12 meses. Todos anhelamos cambios, ojalá el 2020 nos sorprenda. Estoy optimista porque el 20 es mi número de la suerte, y este año lo tengo por partida doble: 20-20. Mi propósito durante estos 365 días será viajar más, algo que en definitiva se traduce en soñar más, producir y ahorrar más. Ya estoy pisando los 34 años, así que estoy ansioso por concretar proyectos en los que llevo tiempo trabajando, los cuales entrelazan el ron, el chocolate y las Islas del Caribe. A esta edad se despierta un interés paternal, pero de momento mi dedicación la tiene un libro, “mi primogénito”.



Gabriel Balbas
Catador de Chocolates, columnista y embajador de Ron Carúpano
@gabrielbalbas



“El 2020 es un año especial. Poco creo en la numerología y aún así siento que realmente tiene un gran poder. Estoy segura que será perfecto para crecer y evolucionar internamente, en valores y experiencias, y también para hacer de nosotros, mejores personas para cumplir con nosotros mismos. Luego, con nuestro país Venezuela. Me visualizo en este tiempo alcanzando metas en mis estudios y trabajando por mis sueños, éstos que pocos conocen en verdad. Para mí, es importante ser fiel a todo lo que me prometo porque me hace feliz, y eso es lo que haré”.

Mariem Velazco
Miss Internacional 2018, Miss Venezuela Internacional y modelo profesional
@mariemvelazco

“Iniciamos una nueva década, es la oportunidad perfecta para abrir ciclos y cerrar los pasados. Es un año para apreciar y tomar conciencia del medio ambiente y para mantener la serenidad ante los cambios bruscos que estamos atravesando. Tengo muchos planes y proyectos por continuar, sigo con la internacionalización de mi marca. Hemos tenido muy buena receptividad en varios países de Latinoamérica, pero por supuesto que no dejaremos a Venezuela de lado, quiero que en cada rincón exista una #MagnoliaGirl floreciendo. Deseo seguir preparándome en todo lo que a moda se refiere y trazarme más metas: planificar nuevas colecciones, estrategias de mercadeo y canales de distribución”.



Daniela Peña
Diseñadora de moda y CEO de la marca Magnolia
@danielapena.g @magnoliabydp



Diseño, arte y raíces Latinas se entrelazan

Dos destacadas chilenas unen su talento y buen gusto en una selecta colección de joyería. Las piezas serán exhibidas y puestas a la venta en museos y espacios seleccionados

Por Alejandro Celedón Mendoza @alejoceledon
Fotografías Mauricio Duarte Arratia @mauricioduartearratia



Unidas por su apreciación de la estética, las artes y el diseño la filántropa y coleccionista de arte Alejandra Castro Rioseco y la diseñadora Pola Thomson trabajaron en la reedición de una colección de piezas de joyería contemporánea realizadas por Thomson bajo su firma homónima en los últimos 10 años.

Arte, diseño, y raíces latinoamericanas son parte de la declaración de principios de esta colaboración entre dos mujeres que comparten una visión de mundo y apreciación por lo esencial, así nace “AC X PT Alejandra Castro Rioseco X Pola Thomson”.

Fue Alejandra, amiga, admiradora y conocedora del trabajo de Pola desde sus inicios, quien le propuso a la diseñadora hacer una curaduría conjunta. Luego de tres meses de trabajo el resultado es una muestra cuidadosamente seleccionada por Alejandra

compuesta por seis piezas reeditadas de forma inédita y limitada en número.

LAS PIEZAS
Diseñadas en Nueva York y cuidadosamente elaboradas en Chile, las joyas fueron trabajadas en metacrilato translúcido termo-modelado y pulido a mano. Por medio de una estética purista y moderna, cada una de las piezas transmite un singular halo de quietud y deseo de contemplación. Adornadas algunas por inesperados trozos de madera y cordón de algodón, se acercan a una pieza de arte, ya que, aun siendo parte de una serie, nunca una pieza es igual a otra.

Ingeniera de profesión, Alejandra Castro Rioseco es actualmente miembro del directorio del Guggenheim Museum y El Museo del Barrio, ambos con sede en Nueva York, y ha desarrollado proyectos ligados a la filantropía apoyando la

danza, por medio de José Limón Dance Company, y la música en Fundación Chopin, Residenciada en Dubai, colecciona casi en su totalidad el trabajo de artistas femeninas, particularmente latinas.

Radicada en Nueva York, Pola Thomson es diseñadora, sus colecciones ready to wear y de joyería han sido aclamadas por la prensa internacional celebrándola como un nuevo ícono del diseño latinoamericano. Graduada en la Pontificia Universidad Católica de Chile suma a su penum estudios en Central Saint Martins College of Arts & Design, en Londres, y Parsons The New School of Design en Nueva York.

Coordenadas
www.alejandracastrorioseco.com –
Instagram @alejandracastroriodirectora
www.polathomson.com -
Instagram @polathomson



**JANELLE MONAE
Y SU LOOK MÁS GALÁCTICO**
Con capucha y falda plateada, llena de vuelos y amplitud, fue como llegó la cantante a la velada enfundada en su vestido Ralph Lauren lleno de brillos. La también compositora accesorizó su look con joyas Forevermark: choker Lace of Light Diamond en oro blanco de 18 quilates, halo Forever de Yerushalmi Diamont Studs en oro blanco de 18 quilates, anillo Vero Amore de diamantes engastados en oro 18 quilates, anillo de diamantes de flores en oro blanco de 18 quilates y bandas de la eternidad de diamantes y oro 18 quilates.



**CHARLIZE THERON,
DIOSA CLÁSICA**
Christian Dior fue la firma elegida por la actriz para lucir regia en la alfombra roja. Su diseño, un clásico vestido color negro, con escote asimétrico, cola larga y abertura lateral, impactó por su elegancia. Su look lo elevó con joyas de la casa Tiffany & Co: collar de diamantes talla marquesa con más de 20 quilates.



**SCARLETT JOHANSSON,
SENSUALIDAD Y BRILLO**
La actriz eligió un diseño firmado por Oscar de la Renta: tipo strapless en color champagne, estilo sirena, con hilos y cadenas de plata que caían de forma sensual sobre un corsé transparente. Acompañó el atuendo con joyas Forevermark: pendientes excepciones de diamantes de pera x Anita Ko engastados en oro blanco de 18 quilates y un conjunto de pulseras de diamantes y oro blanco de 18 quilates.



**NATALIA PORTMAN, ENTRE
NEGROS Y DORADOS**
Las transparencias y los detalles dorados imperaron en el vestido negro de la firma Dior seleccionado por la actriz. El diseño, con escote V y capa bordada fue uno de los looks más comentados por su mensaje de crítica y protesta. Complementó su elección con joyas Cartier: aretes de diamantes Clash engastados en oro rosa de 18 quilates, anillo amarillo de 18 quilates High Jewelry con un diamante amarillo, diamantes blancos y laca negra.



Vestidos de Alta Costura, clásicos hechos a la medida, llenos de lentejuelas, con capas, transparencias, vuelos y más elementos fueron parte de la tan esperada gala. Y por supuesto, las joyas más exclusivas no dejaron de brillar en los looks de la luminarias que asistieron a la Edición 92 de la Academia.

Por Cecilia Avilés

PREMIOS Oscar

todo el lujo de la Red Carpet

**MARGOT ROBBIE,
ESTILO VINTAGE**
Un vestido de Alta Costura Chanel fue la opción de la actriz australiana. El diseño llevó un bustier de chifón sin tirantes, falda fluida y bandas para el brazo, con los característicos arcos de la firma y un impactante detalle en el corpiño: un broche de perlas y lapislázuli con una borla de perlas. Usó un anillo de perlas, con oro amarillo y diamantes más pequeños aretes de perlas.



**SAOIRSE RONAN,
PEPLUM Y BROCHES**
Lució un vestido de cuerpo bicolor con escote en V, combinado con peplum y falda moiré con cola de gala de la firma Gucci. Lo combinó con delicadas prendas de la marca: pendientes de araña de Alta Joyería elaborados en diamantes y espinelas, esgastados en oro de 18 quilates y un broche en el cabello hecho a mano también de diamantes y oro.



**BRIE LARSON CON JOYAS
RESPLANDECIENTES**
Las lentejuelas protagonizaron su look. Su elección fue este deslumbrante vestido firmado por Celine en color crema y capa como principal detalle. La actriz brilló con prendas Bulgari: aretes Diva's Dream High Jewelry en oro blanco con dos diamantes de pera de 2.02 quilates, cuatro diamantes de pera de 2.95 quilates, 16 diamantes de fantasía de 0.54 quilates, ocho diamantes redondos brillantes y diamantes engastados, zarcillos Dream High Jewelry de Divas en oro blanco y diamantes, pulsera y anillos Serpenti.

**RENÉE ZELLWEGER,
DE BLANCO Y
DIAMANTES**
La actriz caminó por la alfombra ataviada en un diseño asimétrico de Armani Privé en color blanco: vestido de columna de un hombro. Zellweger añadió el brillo necesario con una impresionante joya de David Webb, un anillo Arch elaborado de cristal de roca estriado, flanqueado por diamantes y zafiros cabujón, en platino y oro blanco de 18 quilates.



COVID-19

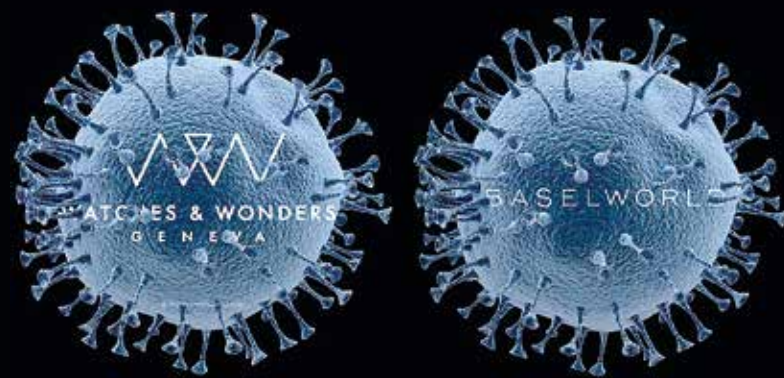
pone en estado de emergencia a la industria del lujo

Con la propagación del coronavirus, el sector enfrenta actualmente la situación financiera más delicada desde la crisis de 2008. Referentes de la relojería, las joyas y la moda ya fueron impactados por la caída en ventas.

Por Cecilia Avilés

El mundo está en alerta a causa del coronavirus (COVID-19) y más ahora tras confirmarse como una pandemia, situación que ha obligado a la Organización Mundial de la Salud (OMS) a solicitar la activación de servicios de emergencia para evitar mayores decesos y casos graves en los próximos días.

Además de víctimas fatales, ha generado otros problemas que han impactado en un tema tan complejo como la economía global. En toda esta dinámica inquietante, la industria del lujo no ha quedado exenta, ya que también se ha visto afectada con el desplome en la bolsa de valores internacional. El COVID-19 se ha adentrado a tal punto de registrar pérdidas millonarias en las ventas de productos exclusivos no solo en China (la fábrica del mundo) sino también en Europa y Estados Unidos.



El coronavirus ha borrado por todo este año la agenda de ferias relojeras y de joyería de lujo (Watches & Wonders y Baselworld) y la cancelación de muchas otras. De igual forma ha golpeado a la industria de la moda. China, donde se produce más de un tercio de toda la ropa y los textiles globalmente ha detenido la producción. Algunas empresas afectadas han sido Louis Vuitton, que se ha desplomado esta semana por encima de un 5% junto a otras como Kering y Richemont, que registran más del 6%.

LA MODA EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

De acuerdo con cifras arrojadas por la Cámara Nacional de la Moda, en Italia hubo una caída de US\$114 millones en el primer trimestre. Sin embargo, el reporte indica que la cifra aumentará a US\$262 millones si la situación se prolonga hasta finales del primer semestre. La ONU por su parte cuantifica que el impacto total en la industria es superior a los 70.000 millones de dólares.

Cancelación de desfiles y la no apertura de tiendas entran en la misma dinámica que va engrosándose día con día. Sin embargo, estas firmas tampoco se han quedado de brazos cruzados. Aunque golpeadas por el descenso de su negocio en ambos continentes, han realizado millonarias donaciones para comprar equipos, material o financiar la investigación para encontrar una vacuna que acabe de manera definitiva con el problema. Veremos...



MASTERPIECE

WWW.MASTERPIECESHOP.TK
@MASTERPIECE.VE

Centro de Servicios Plaza la Boyera,
nivel NA, local NA24,
El Hatillo. Caracas,
Venezuela.

El Arte es evolución

Un punto de vista que resulta inspiración de una historia propia y que nos lleva a trabajar en nuestra mejor obra: nosotros. Desde el circuito cultural de Caracas (Bellas Artes) relacionamos piezas artísticas de ilustres maestros venezolanos con las propuestas que exaltan el *savoir faire* de la moda nacional.

TEAM CREDITS

Fotógrafo – Rafael Franceschi

Edición de Moda – Jorge Malavé

Conceptualización: Jennifer Albornoz Figueras @jenn_albornoz

Modelos – Maydeliana Díaz de Model Zone Agency / Arianna Blasucci de Bookings IMA

Cabello y Maquillaje – Judith Padrón

Producción – Cecilia Avilés

Locación y agradecimientos especiales: Galería de Arte Nacional, Caracas, Venezuela



Aretes de Tarbay



Aretes de Nayibe Warchausky,
vestido de Robin Morales

Arete de Nayibe Warchausky, blusa geométrica de Robin Morales.



'Miranda en La Carraca', Arturo Michelena (1896).
Vestido rojo con flecos de No Pise La Grama.



'La Mantuana', Oswaldo Vigas (1990).
Blusa blanca con volumen en mangas
de NMZ, falda de Robin Morales.



Izq: Blusa beige con volumen en mangas
de No Pise La Grama –
Dcha: Vestido con volumen en hombro de Yenny
Bastida. Ambas con aretes de Tarbay



Anillos de Nayibe Warchausky,
blusa de Comodoro.

Marina Testino

la *it girl* de espíritu sostenible

Cambiar hábitos de consumo y ser conscientes de nuestro entorno se ha convertido en su principal motivación. La sobrina del laureado fotógrafo Mario Testino y creadora del proyecto Point Off View involucra el arte, la moda y el medio ambiente para generar de una forma natural, y no por ella poderosa, un activismo contundente que expone ciertas realidades de la industria del fast fashion.

Por: Jorge Malavé @jorge.malave
Fotografía: Luis Egurrola

Durante la segunda edición del *Latin American Fashion Summit* en Cartagena de Indias, compartió con nosotros sus prácticas cotidianas e iniciativas personales con impacto colectivo que sensibilizan su entorno y el mundo a través de las redes sociales. La joven graduada de *Fashion Marketing en Parsons School of Design* influencia con causa y eso le ha permitido trabajar con firmas internacionales de moda y belleza como Chanel, FEKKAI, Rag & Bone, entre otras.

Marina despierta su creatividad a través de campañas propias que incentivan la responsabilidad del consumo. En #OneDressToImpress donde usó el mismo traje de chaqueta y pantalones rojos por dos meses; y el color amarillo como punto de partida para vestir prendas y diseñadores emergentes relacionados a temas de sostenibilidad #YellowLikeALemon. Ambas con la intención de promover un estilo de vida consciente.

Vestido de
Comodoro.



En el LAFS luciste diseños de talentos de la región. ¿Cómo ves a la moda latinoamericana en tema de sostenibilidad?

La verdad es que participar en el panel de *Use Your Voice For Good* fue una experiencia increíble. Mis raíces peruanas me hacen tener una pasión especial, diría casi emocional, con toda Latinoamérica una tierra en la que el cuidado por el diseño, las tradiciones y la materia prima local es excepcional. La sostenibilidad en la región, sobre todo en su parte social y respecto a la producción artesana está avanzando muchísimo. La falta de recursos en muchos casos no impide la implementación de prácticas productivas más “verdes”, por ejemplo: la economía circular, las cadenas de producción sostenibles, el reciclaje de residuos, la utilización de materiales reciclados o telas orgánicas, etc. Sin embargo, las marcas y manufacturas se están dando cuenta no solo de la necesidad, sino también del potencial de este segmento, y cada vez hay más empresas que integran políticas de sostenibilidad y responsabilidad holísticas. Si el impulso sigue así, creo que en los próximos años veremos a muchas marcas latinas líderes en la industria. En cuanto a las firmas latinas que me apasionan no solo su diseño, sino también por su misión y sus valores, podría mencionar muchas, pero de las que más sigo son: Johanna Ortiz, Nous Etudions, AYNÍ, Mola Sasa, Palo Rosa, Michu Bags, Efrain Mogollón, Maygel Coronel, etc.

¿Cómo manejas tu comportamiento de consumo?

La primera práctica es intentar pensar si realmente es necesario hacer la compra que vas a llevar a cabo. Si la respuesta es afirmativa, elegir un producto que sea lo menos dañino posible para el medio ambiente u optar, por la segunda mano o el alquiler. La producción masiva, sobre todo en moda con el *fast fashion*, tiene efectos devastadores. Aplicar pequeños cambios e intentar hacer todo lo que hago pensando en sus efectos. Intento siempre secar la ropa al aire libre para evitar desprender microfibras con la secadora. Siempre viajo con una botella de agua. No compro ropa, pido prestada y si tengo que elegir nuevas prendas, por necesidad, que sean de producción sostenible o segunda mano. Rentar siempre es una magnífica opción. Del mismo modo, intento siempre caminar a todos lados y optar, salvo que no quede otra opción, por el transporte público. Otra de las cosas que intento, sobre todo en mi rutina más “casera” es evitar pedir comida a domicilio. No solo el transporte de esta es contaminante, también el uso masivo de plástico de un solo uso, puede convertir el pedir una pizza un domingo en muchísimo plástico y emisiones innecesarias de CO2.

Cuéntanos ¿Cómo nació Point Off View y en qué consisten estas cápsulas colaborativas?

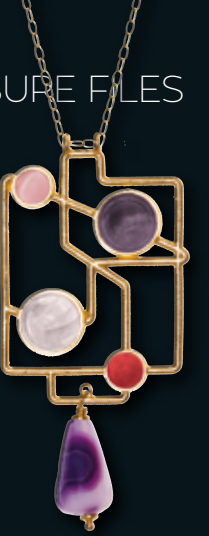
Nació en 2017 como una marca de ropa a través de la cual lancé varias colecciones basadas en diseño joven, sostenible y creativo. Con el tiempo, se ha convertido en mi plataforma personal para

expresar mi punto de vista, para generar colaboraciones creativas tanto con marcas como organizaciones interesadas en trasladar un mensaje positivo en beneficio del medio ambiente. Las cápsulas son pequeños partnerships que hago para generar creatividad conjunta con aquellas marcas u organizaciones con las que tengo una misión compartida. Me apasiona hacerlas porque creo que cuando se unen talentos y pasiones, los resultados siempre son mejores.



Adriana Berardinelli *La naturaleza* como eje de creación

Por: Cecilia Avilés



En las ramas de los árboles, las formas que se crean a partir de éstas y los contrastantes colores de la madre tierra, la joven diseñadora encuentra la musa para plasmar en metal piezas de valor artesanal.

La pasión por crear es algo que la ha acompañado desde siempre. Recuerda que siendo apenas una niña hacía sus propios accesorios y los vendía. Sin embargo, su gusto por la realización de prendas se cimentó con el paso tiempo gracias a sus propios procesos y experiencias.

Sus piezas hoy día, son el resultado de todo lo que imagina, observa, dibuja y plasma en metal. Pero debe en gran parte la consolidación de su producto final a todo lo aprendido en Italia junto a Sandro Donini, su maestro de orfebrería.

La propuesta de Berardinelli, tiene intrínsecamente muchos más significados. Es un compendio de sentimientos, amor, bagaje cultural y encuentro con la naturaleza. Asegura que su primera colección surgió precisamente estando en un hermoso lugar conocido como “la Gola del Furlo”, donde el verdor abunda en su máxima expresión.

“Ese día me acosté en la grama, apenas abrí los ojos vi las formas que creaban las ramas de los árboles cuando se entrelazan, hice una foto, la imprimí en casa y empecé a dibujar formas geométricas”. Ese episodio lo cuenta en sus redes sociales a través de imágenes que resumen la génesis de todo esto.

¿Qué formas de la naturaleza son las que más tienen presencia en tu propuesta?

El círculo, porque desde siempre ha representado el ciclo de la vida, es mi forma geométrica preferida, y la podemos conseguir siempre en todos lados usando la imaginación.

¿Qué otras características particulares tienen tus prendas/accesorios con sello artesanal?

A mis prendas las llamo ‘Joyas con significado’. Transmiten ese mágico contacto con la naturaleza y con nuestros antepasados, porque usamos piedras naturales desde los inicios de nuestro tiempo. Otra característica

de mi marca es el packaging que es 100% eco-friendly. Sin embargo, queremos seguir creciendo en ese aspecto.

¿Cómo incluyes las gemas en tus piezas?

Traté de elegir piedras positivas, de transformación y armonía. Elegí colores con los que me siento identificada, colores que me hacen sonreír y colores que me hacen soñar.

¿De tu experiencia con lo artesanal, qué has tomado para tus propias creaciones?

El amor con el que el artesano cuida cada pieza. El respeto por los colores, los materiales y el tiempo de realización de cada joya. Aprendí mucho sobre las técnicas de orfebrería. A pesar de no ejecutarlas, conozco del tema y me defiendo.

¿El sello italiano y el venezolano cómo están presentes en tus piezas? ¿Cómo logras esa fusión?

De Italia conseguimos el material, la ejecución y la moda. De Venezuela, el uso de las piedras y el significado de cada una de las prendas en nuestras creaciones.

¿Para qué tipo de mujer diseña Adriana Berardinelli?

Para una mujer decidida, dulce, detallista, soñadora pero con los pies bien puesto sobre la tierra, sensible, original, elegante e informal al mismo tiempo.



El mundo innovador DE LAS JOYAS DISRUPTIVAS

Por Cecilia Avilés

La manera de concebir la joyería ha cambiado en los tiempos recientes, existen nuevas propuestas, de marcas completamente Millenials, que rompen con lo establecido por medio de diseños minimalistas y de mayor naturalidad.

SafSafu

Naturalidad y diversión definen el trabajo de esta marca cuyas piezas son realizadas en Italia. Sus joyas reinterpretan un nuevo sentido joyero e incorporan la simpatía como atributo diferenciador. Peces de la suerte, pendientes en forma de algodón de azúcar y hasta osos de gominola en una mezcla amplia de materiales y formas, pretenden proyectar un estilo optimista y colorista, más no relacionado con lo que está de moda propiamente. Imperan las perlas en la propuesta.

@safsafu



Completedworks

Piezas de vocación escultórica que replican el efecto arrugado (o de pliegues) de la cerámica a través de materiales como el oro y otros elementos, es la idea original de esta firma londinense. Sus accesorios están fuertemente influenciados por la simplicación de algo complejo en cuanto a creación como lenguaje estético. Utilizan siluetas distintivas y formas interminables en sus piezas, además siguen técnicas de realización tradicional como el tallado y esculpido de mármoles raros y diferentes.

@completedworks



Lalitta

Un cuarzo rosa para el amor, una esmeralda para el bienestar y un rubí para la pasión. Y es que esta marca en lo particular, cree en el valor de cada gema y su mágico poder. Por eso, el concepto de sus joyas es puramente energético, de atracción y también de fe oriental. Todas son realizadas por artesanos de tradición joyera, con plata de ley 925 y diseños de formas originales que escapan de los convencionalismos y las estructuras muy pulidas.

@lalittastones



Laura Lombardi

Piezas con preferencia por el dorado como color pilar, y con un estilo industrial crudo con elementos del arte y el diseño clásico, se fusionan en esta propuesta neoyorquina. La misma, si bien cuenta con el tradicionalismo del pasado, se moderniza y adecúa a estos tiempos por medio de la selección de materiales en bruto o reciclados, como una oda a todo el movimiento eco-friendly que existe hoy día, también presente en el mundo de la joyería.

@lauralombardi

Luiny

Las perlas, las conchas y los accesorios XL son sinónimo de esta marca de raíces caribeñas. Collares, pendientes, tobilleras y ahora las tan populares cadenas para lentes son de las opciones presentes en sus colecciones. Los corazones también identifican la propuesta para dar una buena dosis de excentricidad y elevar el look femenino. Atemporalidad, audaz minimalismo, texturas varias y diseño orgánico se entrelazan en cada pieza Luiny.

@luiny



Faris

La combinación de arte y audacia se aprecia en esta firma joyera que crea piezas escultóricas. Simplicidad y complejidad se juntan en la misma propuesta y lo decimos porque hay líneas sencillas y constantes en sus anillos, pendientes y pulseras, pero también, gemas y perlas que van apareciendo con la intención de colorear el contenido de cada accesorio. Por eso, de alguna forma celebra el juego de la ligereza y la gravedad de la encarnación.

@farisjewelry

Marlene Juhl Jørgensen

La marca renueva las piezas tradicionales gracias a formas múltiples y el tratamiento de sus materiales. La propuesta rompe con lo clásico y añade un factor cool al crear accesorios contemporáneos con toques modernos. Los eslabones son un elemento habitual en pulseras, collares y anillos de inspiración bohemia. Su estética combina la elegancia nórdica limpia en cada colección con otras tantas referencias culturales.

@marlenejuhljorgensen





Robin Morales

JOVEN PROMESA del diseño venezolano

El prodigio creador de sus manos hablan el lenguaje de la belleza actual. Aunque de niño soñaba con ser arquitecto, el modisto criollo de 24 años de edad, deleita a sus fieles adeptas con prendas que son verdaderas obras de arte. Su colección más reciente llamada “Cleo” cautivó a más de una prescriptora de la moda por sus líneas simples y depuradas que invitan a formar parte de una travesía sinestésica, a través de imágenes sugestivas que hablan de la cultura y belleza italiana.

Por: Jennifer Albornoz Figueras @jenn_albornoz
Fotografías: Marvin Vargas

El encanto de sus piezas y la sencillez inextingible de Robin Morales lo han exaltado al pináculo de las promesas jóvenes de la industria criolla. No es extraño cruzarse con un diseño de su firma homónima entre las calles de Manhattan, en un evento en las inmediaciones del hotel Faena de Miami o frente a una vitrina parisina del Place Vendôme. El ADN de sus prendas han cobrado renombre entre fashionistas de la talla de Atenas Hernández, Stephanie Hill, Mariana Testino, Mariem Velazco, la reconocida top model venezolana Angela Ruíz y Ann Caruso, ícono de la moda americana y activista de la lucha contra el cáncer. No cabe duda, que el arte de sus manos nos conmueven con las siluetas del ideario femenino de Giovanni Boldini.

De niño soñabas con ser arquitecto ¿por qué elegiste ser diseñador?

Aunque mi sueño era ser arquitecto, también demostré gran afinidad por la moda. No soñaba con ser modisto. Nací en el seno de una familia llena de costureras. Desde pequeño estuve rodeado de telas, patrones, tijeras y máquinas de coser. Mis primeros trajes fueron usados por mis primas. Tuve la oportunidad de estudiar artes escénicas. En el proceso quedé cautivado por el vestuario teatral, al admirarlo quedé prendado. En ese momento, decidí tomar en serio la moda. Empecé a estudiar gracias a importantes



personas que me extendieron su apoyo, en especial Luis Alberto Siso y María Margarita Sosa. Actualmente, mi profesión me hace muy feliz porque puedo regalar una parte de mi esencia.

¿Qué representa la moda para ti?

Es una forma de expresar sentimientos. Es crear una visión que evoca una imagen poética, sin dejar de lado la funcionalidad y la identidad.



¿Quién sería para ti un referente de la industria ?

Giorgio Armani, Óscar de la Renta y Carolina Herrera. Sus visiones son tres expresiones distintas del diseño con una finalidad: elogiar la feminidad.

¿Cómo es la mujer según Robin Morales?

Una que tiene el control sobre su destino es independiente, dinámica, segura de sí misma y ama al lujo sin pretensiones. Las féminas que visto se destacan del resto por su belleza y carácter que las hacen diferentes. Mis clientas adoran sentirse especiales. Por ello, exalto su personalidad y estilo con mis diseños.

Siendo tan joven y con todo lo que implica labrar una firma ¿cómo ha sido crear tu marca homónima en Venezuela?

Soy una persona completamente afortunada. Aunque llevo poco tiempo en el mercado he acumulado aprendizaje para poder lograr darle visibilidad a mi marca. No niego que ha sido un proceso lento. Al ver en retrospectiva lo que he logrado, creo que he ido más allá de lo que imaginé. He tenido

una amplia receptividad en Venezuela desde que presenté mi colección “Cosette” en agosto del 2018. Estoy involucrado en todos los procesos de mi firma: desde el área creativa hasta las comunicaciones corporativas. Para mí cada detalle es importante, porque llevan mi nombre.

¿Aplicas valores sostenibles en tus diseños?

Al momento de hablar de moda ética es importante la honestidad. Pese a mi corta trayectoria y al poco acceso que tengo -como diseñador venezolano-, a diversos materiales y procesos que van de la mano a lo sostenible. Trato de incorporar fibras naturales en cada una de mis colecciones, para así disminuir el uso de tejidos sintéticos fabricados con productos químicos. Es un tema bastante amplio y complejo llegar a ser una marca 100 por ciento sustentable. Sin embargo, deseo involucrarme más en esta manera de ver la moda.

¿Cómo nos sorprenderás este año?

Tengo en mente presentar una nueva línea y colaborar junto a dos grandes figuras venezolanas.

EL ALMA Y EL CUERPO

Qué escuchas mientras diseñas

Patrick Watson, John Legend, Robin Thicke, a veces un poco U2 y Azealia Banks.

Una añoranza de tu niñez

Ver a mi abuela transformar un trozo de tela, en algo que en pocas horas, podía ser usado por una persona. Ese recuerdo lo atesoro porque el don de sus manos me parecía mágico y sorprendente. De niño le preguntaba, ¿cómo puedes hacer magia? Ella respondía: aprende muchacho.

Un aroma que te defina

El olor de los nardos. Su aroma me acompaña diariamente.

Cuál prenda no puede faltar en tu clóset

Una chaqueta a la medida.

Una joya o un reloj

Sin duda, un reloj que demarca el compás del tiempo.

PATRICIA FIELD

La mente maestra detrás del vestuario de Sex and The City



La neoyorquina nominada a los premios de la Academia por la famosa cinta *The Devil Wears Prada*, y ganadora de dos Emmy confiesa en exclusiva desde Miami que “le apasiona crear personajes a través de la individualidad”.

Gianfranco Berardinelli @lord_gian
Retratos Josef Jasso



Más allá de la moda, la identidad y caracterización de un personaje es uno de los grandes retos que todo vestuarista tiene al iniciar cualquier filmación. Horas de investigación, estudios psicológicos, sociológicos y culturales son apenas algunos de los factores más importantes al momento de recrear a ese ícono, que moverá emociones a cientos de miles de espectadores.

Patricia Field, diseñadora y vestuarista se convirtió en un nombre de costumbre para todos aquellos, cuya debilidad por la moda se ha reforzado con la creación de personajes a través de la pantalla chica y, por supuesto, en 35mm. La memorable serie *Sex and The City*, que ha puesto a soñar a generaciones enteras por su maravillosa carga fashionista así como *Devil wears Prada*, llevan la firma de Field.

La amiga personal de Sarah Jessica Parker, la apologista del avant-garde, el ArtFashion y la nominada a los premios Oscar conversó con nosotros en sus oficinas ubicadas en el Lower East Side de la Gran Manzana.

¿Disfrutas más crear un personaje o diseñar ropa?

Crear el vestuario para personajes es lo que más disfruto. Contar una historia en la televisión o el cine tiene una dimensión mucho más grande que la moda como tal. Siento que al crear personajes me expreso intelectualmente.

¿Cuál ha sido el mayor reto con el que te has enfrentado en tu carrera?

El mayor reto en televisión siempre ha sido comunicar mi visión a los productores, pues al final del día no son personas con orientación de moda. Pero después de tanto tiempo, creo que confían en mi criterio.

¿Cómo es diseñar bajo tu propio esquema?

Supongo que un ingrediente necesario es entender el momento. Por ejemplo, pienso en la moda de hoy y la veo como ropa para deprimirse: cómoda, barata y gris. Sudaderas, pantalones deportivos y sneakers en todo. Recientemente, finalicé un proyecto en París llamado “Emily en París” producido por Darren Star. Estaba muy emocionada por

visitar la Ciudad de las Luces durante Fashion Week. Me decepcionó mucho cuando vi a todo el mundo en sweaters y sneakers, ¿qué le pasó a París? Creo que el mundo occidental viste como los americanos, definitivamente.

¿A qué le atribuyes tu estética tan particular?

Se la atribuyo a mi inteligencia y al conocimiento con una interpretación siempre optimista de la moda.

¿Te consideras una mujer de vanguardia dentro de la industria?

Muchas gracias por el cumplido. Sí, y supongo que tiene que ver con mi historia y mi presente, el cual apunta hacia el futuro.

¿Slow o fast fashion?

El *fast fashion* representa las condiciones económicas en las que nos encontramos. El *slow fashion* es mucho más consciente, preocupado por la calidad, el diseño y la construcción. Desde mi perspectiva podrías llamar *slow fashion* a algo de tiempo pasado. Hoy todo es rápido: al hacerlo y consumirlo.



Espido Freire

Por Etrenara Mendicoa/ Fotografía Cortesía Nika Jiménez

De la *melancolía* a la realización



(María Laura) Espido Freire se ha medido muchas a veces a sí misma, como cantante, actriz teatral y célebre escritora -aún tiene el récord de ser la más joven en ganar el Premio Planeta a sus 25 años-. Con su última novela *De la melancolía*, levanta el velo sobre el espinoso tema de la depresión y alumbramos los verdaderos deseos de Elena, una protagonista tan real que se puede sentir su respiración. Durante su gira de promoción, hablamos con la autora en Bilbao.

De la melancolía tiene una evocación romántica clásica, como de tocador. Pero este tocador aborda temas tabús...

Eso es lo que lo diferencia del tocador convencional. Lo que se hablaba en el tocador eran temas tabús relacionados con el deseo o con la sexualidad, con la frustración. Aquí, en cambio, comenzamos a hablar de otros temas que continúan trazando un límite entre la oscuridad y la luz, la depresión, el autoengaño emocional y la posición que tiene una mujer en el mundo. En un mundo que aparentemente le da todas las oportunidades, pero que si cualquiera observa cuál es la manera de pensar de Elena, descubre que continúa sojuzgada, continúa encaminada por límites invisibles: los de la familia, los de su propio entorno -llámalo familia, clase social-, su timidez, lo que está o no aprobado para ella como mujer. Creo que eso es lo que hace que el tocador, de pronto, tire de una de sus paredes y se abra al mundo. Porque ya no son temas únicamente de mujeres para mujeres, son temas de plantearse qué es lo que estamos haciendo con la sociedad que permite que esto continúe sucediendo.

Hay momentos en que exploras la relación entre decepcionado y decepcionante. ¿Cómo Elena decepciona las expectativas de esta sociedad?

Elena comienza una espiral hacia el fondo, hacia la depresión, porque su valor está condicionado por lo que piensan los demás. Siempre le han dicho que lo que opinan los demás es más importante, que ella no sabe. Y eso no se lo ha dicho la gente alejada, eso se lo ha dicho gente que en teoría la quiere: su madre, su entorno, su marido. Entonces ella se da cuenta de que no puede estar a la altura de esas expectativas. Que, de hecho, ella ya ha fracasado como hija. No cree haber sido una buena hija desde el primer momento...

Desde que nace niña...

¡Sí! Y eso era algo muy común, además. Algo que curiosamente, en algunos lugares más que en otros, continúa siendo una lotería. Desde que dices “he sido madre... ha sido niña”, la respuesta es “bueno, ya tendremos más”. Y a partir de allí se suceden las demás decepciones, ¿qué vas a estudiar?, ¿con quién te vas a casar? Luego llega la decepción absoluta para su entorno, que es el no poder ser madre. Y allí es donde se inicia el descalabro absoluto, que ya no es decepcionar a los demás, es que ella misma no tiene dónde, de qué asirse, a qué aferrarse.



“El sonido tardó en cambiar, pero, poco a poco, los pedazos de hielo inmensos, azules, eternos, cayeron al océano en un alarido de gigante en una pesadilla, el grito de una banshee.”
Espido Freire, *De la melancolía*, Editorial Planeta, 2019.

Si esta fuera una historia negativa, centrada en el fracaso, yo dejaría el hilo hasta allí. Pero no, es una historia a partir de la cual Elena tiene la oportunidad de convertirse en alguien con quien tropezó. Quizás no en una heroína, quizás no en alguien con enorme peso vital, pero alguien lo suficientemente auténtico como para inspirar una novela.

Hay una máxima que determina a Elena en la primera parte y que tiene que ver con la depresión como enfermedad: nada ni nadie cambiará. Y, sin embargo, cambia la protagonista y cambia la historia. ¿Sientes que la femineidad está cambiando?



Sí, y ojalá cambiara más rápido y más de prisa. Pero es posible que necesitemos afianzarnos antes, porque las transformaciones no suceden de la noche a la mañana. Es posible que necesitemos afianzarnos en lo ya conseguido, porque una cosa es lo que nos dicen y otra es lo que acabamos internalizando como propio. Con lo que nos dicen no cambiamos nuestra conducta, necesitamos un impulso mayor. Elena ya sabe todo lo que le están diciéndole, pero no es capaz de aplicarlo, no es capaz de vivirlo. En ese momento entra la vivencia personal, que te lo digan, pero desde fuentes muy diversas. Lo que a ella le empieza a suceder es que empieza a tratarse con gente como Lázaro, que en un principio no se hubiera cruzado jamás en su vida. Ella recibe el mensaje de una fuente diferente, y allí es cuando llega el cambio. Si estuviera donde siempre ha estado, es muy probable que se hubiera quedado haciendo lo mismo.

Eres una fuerte perseguidora de la belleza, lo dice tu carrera y tus mensajes personales. ¿Dónde encontramos la belleza en *De la melancolía*?

Creo que está muy cuidado y creo que la belleza está en lo que dibuja la luz. A esta novela la atraviesan distintos rayos de luz, historias que vienen a afrontar otra realidad. Esa otra realidad de la que hablo nos podría parecer más árida en un principio, pero termina siendo más hermosa. Sin duda, el tono con el que comienza Elena y el tono con el que termina la novela, demuestra que ha encontrado algo que la hace infinitamente más feliz y ahí está la belleza.

Hoteles eco-friendly

Por Cecilia Avilés

Hallazgos de lujo en Latinoamérica

Distinguidos complejos hoteleros, con impecables instalaciones, espacios y prácticas de conciencia ambientalista, hacen vida en distintos rincones del continente americano. Aquí nuestros destinos sibaritas en vez de predilectos.

AZULIK, EL TEMPLO VERDE DE LA RIVIERA MAYA

En la costa de México, específicamente en la Península de Yucatán y con el mar Caribe de testigo, está Azulik, un lujoso complejo cuyo concepto está basado en la sostenibilidad. La selva, la playa y el sol de Tulum sirven de escenario idílico para conectarse con la naturaleza, relajarse y descansar en alguna de las 48 villas construidas en madera de este impactante lugar. Las habitaciones son como templos y hay bañeras hechas con piedra volcánica. El resort cuenta con una innovadora galería de arte, una casa de medicina ancestral, un centro de bienestar, una tienda de moda y un restaurante que sigue la misma filosofía.

ROSA BLANCA, LA FINCA SOSTENIBLE DE COSTA RICA

Vistas para el recuerdo y espacios para el descanso, el placer y el confort, son solo un abreboca de este distinguido alojamiento localizado entre los bosques tropicales y las costas costarricenses. La experiencia eco-friendly que ofrece radica en la extensa plantación de café que rodea el Valle Central, de donde se extraen parte de los productos orgánicos que se consumen en el resort. El lugar también es el refugio de una diversidad de especies que vuelan alrededor de la zona. La finca cuenta con un Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) y tiene el estatus de 5 “hojas verdes” por su permanencia en el cuidado de la madre tierra.

HIX ISLAND HOUSE, DESCONEXIÓN NATURAL EN PUERTO RICO

Con una arquitectura más rústica y nativa de estilo Zen, esta edificación comparte el mismo sentido de protección. Localizada en la isla de Vieques, y ubicada en una hermosa colina, el alojamiento



Rosa Blanca



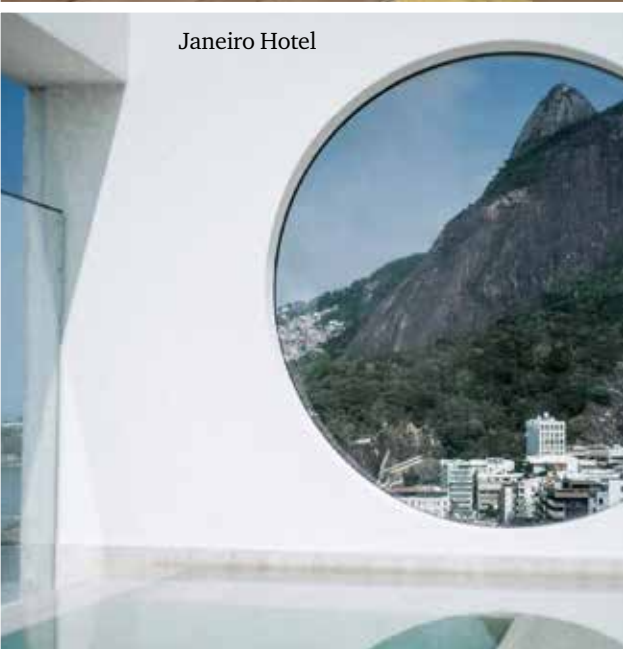
Hix Island House



Azulik



Biohotel Organic Suites



Janeiro Hotel



Tierra Patagonia

tiene lugares de desconexión absoluta: habitaciones, piscinas y áreas verdes para practicar diversas disciplinas. La construcción está diseñada con la intención de convertir los rayos del sol en electricidad y en minimizar el uso de productos químicos. La estructura de un material como el yeso y las ventanas sin esmaltar, por ejemplo, dejan por sentado la conexión directa con el clima y la naturaleza.

JANEIRO HOTEL, EL RESORT CARIOCA MÁS AMBIENTALISTA

La ciudad de la samba también abraza el concepto del nuevo lujo junto a este hotel. Este resort para viajeros que aprecian la belleza y la modernidad arquitectónica, es sinónimo de ecología y prácticas medioambientales. Sus habitaciones están rodeadas de luz natural y simplicidad plena, el cromatismo del lugar es un homenaje a Río de Janeiro y a su gentilicio: imperan los colores arenas, los verdes y los azules. El hotel cuenta con espacios abiertos 100% ecológicos y plácidas habitaciones frente al mar. Como parte de su compromiso social, tiene una fundación cuyos programas están dirigidos a la protección del planeta.

TIERRA PATAGONIA, HOTEL AND SPA, DESTINO ECOLOGISTA DE LA PAMPA

Las comodidades de un hotel de lujo y las interacciones cercanas con zonas naturales de este lugar, son parte de la oferta de dicho alojamiento. El complejo brinda al visitante la oportunidad de vivir y adentrarse en el paisaje de la Pampa sudamericana y descansar en habitaciones cuya decoración ha sido ideada por artesanos locales con materiales amables con la naturaleza. Espacios para la aventura y la relajación existen en Tierra Patagonia, una experiencia sublime de reencuentro y conexión cuerpo-mente. Este resort cuenta con el sello S, distinción en Turismo Sustentable.

BIOHOTEL ORGANIC SUITES, ALOJAMIENTO AMBIENTAL COLOMBIANO

Desde dormir en habitaciones eco-amigables hasta probar la variada cocina orgánica en su restaurante “Green Piece”, se traduce en: la experiencia Biohotel. Este lugar, construido con materiales no contaminantes, disuelve el dióxido de carbono y mejora el aire gracias al jardín vertical de su fachada. Igualmente, prevé su propia energía solar y usa agua reciclada. En Bogotá es líder en su rubro y dueño de un certificado de Liderazgo de Energía y Diseño Ambiental. El resort igualmente ofrece a sus visitantes zona de picnic, piscina y terraza así como servicios de spa donde abundan los aceites orgánicos y las piedras calientes.



Maryann Labrador
Alquimia
floral

Por Cecilia Avilés
Fotografía: Katty Cantalamessa y María Baiz

Passion Flowers Ventures es el nombre de la propuesta en decoración y arreglos florales de esta emprendedora venezolana, cuyo concepto está marcado por el estilo al combinar armónicamente tres elementos: elegancia, sencillez y clase.



Por las orquídeas, Maryann Labrador siente una especial predilección. Han sido sus flores favoritas desde siempre por su variedad en colores, por el estilo clásico que presentan, su elegancia y durabilidad. Es precisamente por esto que no duda en emplear la exótica belleza de estas plantas en los arreglos que con exquisito gusto, realiza.

En su propuesta, la cual lleva por nombre Passion Flowers Ventures, esta emprendedora, publicista de profesión y experta en el diseño de interiores y exteriores, crea una magnífica combinación floral, uniendo esta especie tropical con una gran variedad de opciones igual de hermosas y llamativas.

Sobre la idea de crear su negocio, afirma que surgió de la necesidad de transformar espacios con las maravillas que brinda la naturaleza a través de la flora. Cuenta que creció rodeada de flores y luz, y quizás por eso, dice, comenzó su motivación por adentrarse en el mundo de la decoración.

Esa misma luz es la que transmiten sus arreglos, con los que ha tenido gran aceptación en Miami, ciudad en la que reside y en la que sus buenos oficios han sido solicitados en eventos por clientes como Camila Canabal y Lennox Hotel. Sobre las características de sus decoraciones, habla de la sutil mezcla entre sencillez, elegancia, armonía y clase.

Acerca del sello diferenciador de su propuesta, menciona el contraste dentro

de una amplia paleta de colores, la justa combinación de flores y el juego con elementos no tradicionales. Este año, asegura, vendrá apuntando más alto, con ideas de apertura y expansión.

En cuanto a tendencia Passion Flowers Ventures seguirá la línea de lo orgánico acompañado por estructuras que se asemejen a un jardín: caminos con vegetación, techos colgantes de flores y colores claros en su mayoría.

Coordenadas
Teléfono: +1 (305) 213 8241
Correo: passionflowersventures@gmail.com
Instagram: [@passionflowersventures](https://www.instagram.com/passionflowersventures)



J-31048803-6
tolón
FASHION MALL

Operado por
Fondo de Valores Inmobiliarios S.A.C.A.
Av. Principal de las Mercedes entre calle New York y Copérnico, Las Mercedes, Caracas.

www.cctolon.com [f tolonoficial](https://www.facebook.com/tolonoficial) [@tolon_FM](https://www.instagram.com/tolon_FM) [@tolon_FM](https://www.youtube.com/channel/UC...)



El chef Tomás Fernández se luce ahora desde la cocina del restaurante 1956 Lounge & Bar con un menú para ser degustado los domingos. Mandocas, waffles y el club house destacan

Alejandro Celedón Mendoza @AlejoCeledon
Fotografía Cortesía 1956 Lounge & Bar



Coordenadas
Instagram @1956bar
El restaurante funciona jueves y viernes de 5:00 pm a 2:00 am, sábado de 1:00 pm a 2:00 am y el domingo de 11:00 am hasta las 9:00 pm. El brunch solo se sirve los domingos.

Plan perfecto para el fin de semana en el que el desayuno se encuentra con el almuerzo, el brunch es, como bien lo definió en 1895 el escritor inglés Guy Beringer en uno de sus artículos para la revista Punch, una comida de domingo para los juerguistas del sábado noche. En Caracas, urbe que se niega a perder su esencia cosmopolita, se puede disfrutar ahora de una nueva alternativa que destaca por partida doble: su ubicación y el chef garante de la buena sazón.

En el cerro El Ávila se ubica el restaurante 1956 Lounge & Bar, que inició operaciones junto con el Teleférico de Caracas y que tras varias décadas cerrado hace dos años reabrió sus puertas para ofrecer un menú internacional, conservando los paneles, estanterías y demás detalles de los 50: piso de madera, mobiliario de líneas modernistas, colores vivos y una iluminación con acabados metálicos; todo enmarcado en el verde de la montaña y con una vista excepcional de la ciudad.

Para hacer más interesante su propuesta, ofrecen el Brunch 1956 con un menú concebido por el chef Tomás Fernández, ganador del premio Tenedor de Oro 2008, reconocimiento otorgado por la Academia Venezolana de Gastronomía, quien fuera uno de los responsables de la época de oro del restaurante Le Gourmet. Ahora Tomás sorprende al comensal con sus apetitosas propuestas en las que conjuga sabores de diversas regiones venezolanas y de otros países, y con platos inspirados en la gastronomía de los tiempos en los que fue inaugurado el local.

UN MENÚ VARIOPINTO

Yogurt natural con frutos del bosque y granola, mini fondue de emmental y crocante de chistorras, mandocas con cremoso de queso llanero y cestas de papas crocantes rellenas de huevos revueltos caraqueños son algunas de las delicias a degustar. Con todo y el poco tiempo, ya cuenta con favoritos: el montadito de pan integral con salmón ahumado y aderezo de parchita, crema agria y eneldo; y el sempiterno club house, versión 1956, plato consentido del chef en el que fusiona el famoso sanduchón, infaltable en los cumpleaños de la época, y un club house tradicional, al que le da un toque distintivo usando en su preparación la técnica de tostada francesa para hacerlo más crujiente.

También están los imprescindibles huevos benedictinos, presentados dentro de un bagel, tipo sandwich, para ser acompañado con salmón o jamón serrano, salsa holandesa y rúgula. Como elemento sorpresa destacan la mousse de hígado y unas manzanas caramelizadas sobre crocante de especias y frutos rojos.

Todavía hay más: los waffles, con su típica forma tridimensional cuadrículada, destacan por su aroma de naranja, sus frutos rojos y el sirop de hierbuena y cremoso de queso.

Un mojito children, un orange cream, una piña colada virgen y una merengada de oreo, todas bebidas sin alcohol, acompañan al menú, así como diversos tragos y los infaltables café, té y jugos naturales.

DESCUBRE EL SEGRETO
DE LA BUENA gastronomía



C.C. Altamira Village.
Av. Luis Roche, transversal 5,
Altamira, Caracas.

¡Síguenos en Instagram!

@SegretoCcs

SEGRETO
MEDITERRANEAN
Cuisine & Lounge



Dsquared2
& Saks Fifth Avenue
Celebraron el
**SUPER
BOWL**

Photo Credit: World Red Eye

La Ciudad del Eterno Verano se paralizó durante el primer fin de semana de febrero, con motivo del Super Bowl, el evento deportivo más importante de Estados Unidos. Las marcas favoritas aprovecharon estas fechas para desarrollar experiencias con sus clientes más importantes. Así lo hizo Dsquared2, que presentó una colección cápsula exclusiva para el clásico multimarca Saks Fifth Avenue. El cocktail se llevó a cabo en su sede de Bal Harbour Shops, en donde invitados especiales, influencers y periodistas brindaron, junto a los gemelos, por esta reducida muestra que refleja el ADN de Miami, a través de gráficos y colores.



1. Dan y Dean Caten 2. Angeles Almuna y Gabriela Medina 3. Oscar Toribio y JosÉforteza 4. Ana Alfonzo 5. Amanda Wellsh 6. Caro Suki 7. Dan Caten, Amanda Wellsh y Dean Caten 8. Harry Goodwins, Dan Caten, Evan Ross y Dean Caten 9. Lina Polania y Fiorella Solines 10. Kiki y Bill Mizas 11. Kaio Goncalves y Sandra Kubicka



VILARNAU
El Espíritu
de Barcelona


@graciasalvino

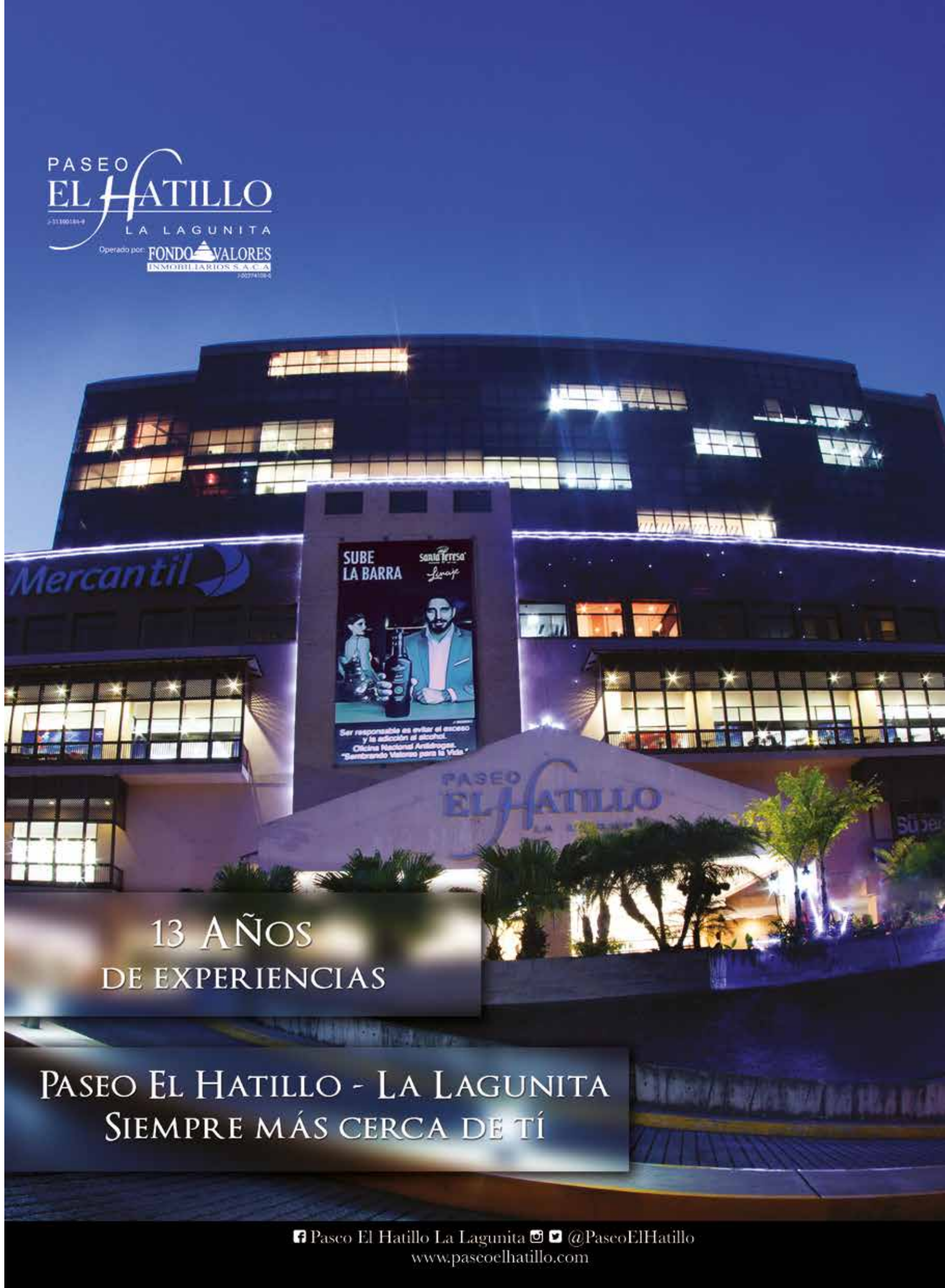




1. David Beckham
2. Kim Kardashian
3. Ricky Martin
4. Kate Moss
5. Gwendoline Christie
6. Xavier Dolan
7. David Harbour
8. Winnie Harlow
9. Hero Fiennes-Tiffin
10. Maluma
11. James Blake

Dior MIAMI epicentro de la moda masculina

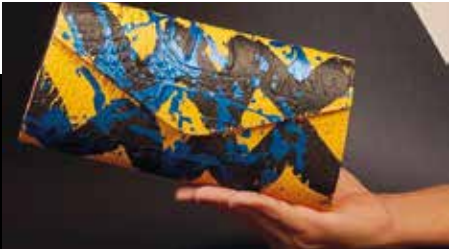
Kim Jones, director creativo de la división masculina de Dior, tomó por completo la ciudad de Miami con la excusa de la presentación de la colección Otoño 2020. Tanto el desfile como la celebración se llevaron a cabo en las instalaciones del Rubell Family Museum -el museo de arte contemporáneo más notable de la ciudad-, en el cual se dieron cita además de personalidades influyentes de la moda, celebridades e invitados especiales, que fueron testigos del evento más exclusivo y comentado durante la semana de Art Basel. La fiesta que se extendió hasta horas de la madrugada contó con la musicalización del cantante Orville Peck, para quien Dior desarrolló una máscara única con su clásico monograma.



PASEO
EL HATILLO
LA LAGUNITA
Operado por: FONDO VALORES
INMOBILIARIOS S.A.S.

13 AÑOS
DE EXPERIENCIAS

PASEO EL HATILLO - LA LAGUNITA
SIEMPRE MÁS CERCA DE TÍ



LILIANA
ÁVILA
¿TE QUEREMOS,
CHARLIE BROWN!

La diseñadora venezolana presenta su nueva colección de carteras y sobres inspirada en el icónico personaje de las caricaturas: Charlie Brown. “Zig Zag” es el nombre de esta propuesta, la cual cuenta con sus acostumbradas plantillas en sumatoria con la incorporación de otras más atemporales. Texturas futuristas, cueros sustentables perforados y una paleta totalmente renovada y brillante son otras de las características de este lanzamiento. Esta línea que evoca al realismo mágico chic, tiene un enfoque moderno y actual según su creadora. @lilianaavilaccs

MINOTTI
EQUILIBRIO, PERFECCIÓN
Y DETALLE

La empresa líder italiana reconocida internacionalmente en el sector del mueble llega a Stylus, para ponderar esa exquisita mezcla entre equilibrio, detalle y perfección, a través de Yang, un sistema de asientos de carácter juvenil y dinámico con elementos de formas geométricas y volúmenes varios. Junto a Rodolfo Dordoni, corazón latente de Minotti, la colección acoge las firmas de colaboradores como Christophe Delcourt, Oki Sato “Nendo” y Marcio Kogan bajo el concepto de “innovación basada en la continuidad”. @minotti_spa



VANESSA
FARINA
ALMA Y CORAZÓN

Íntima y llena de poesía, así es la reciente colección de la diseñadora Vanessa Farina Fall Winter 2020. “Alma” es el nombre de su propuesta enmarcada en una romántica paleta de rosados inocentes y románticos, tonos neutros y rojos intensos como la pasión. Buckets, mochilas y beltbags integran esta línea que mezcla materiales tan diversos como: piel genuina de vacuno, napas, trentons y nobucks. Incluida también se encuentra la elegante cartera ‘Abanico Bag’, pero esta vez en color negro. @vanessafarinav



CAROLINA
HERRERA
CHIC BAG 2020

Para darle la bienvenida a la primavera, CH presenta su nueva colección. Llena de estampados florales a los que se les une la temática náutica, esta línea destaca por la presencia de tejidos como el denim, el punto, el algodón y otros elementos recurrentes de la firma. Siluetas diversas, fluidas y mangas amplias ceñidas al puño decoradas con volantes, son parte de Shopping Chic Bag Spring 2020. Como complemento, está acompañada de un bolso minimalista y depurado, perfecto para el día a día. @carolinaherrera



MASTERPIECE
ODA A LA MODA URBANA

Adriana Angarita y María Alejandra Bellardi apuestan por el estilo street urban en su más reciente lanzamiento de ropa. Fieles a su esencia como marca, “Denim Your Way” es el nombre de esta colección que utiliza dicho textil como hilo conductor en piezas tales como faldas en versiones cortas, midi, largas y con ruffles, y chaquetas pintadas a mano. La línea está acompañada por frases de empoderamiento, mensajes positivos y jocosidades propias de Masterpiece. Calzado confeccionado en los mejores talleres mexicanos se integran en esta oportunidad. @masterpiece.ve

BTECH
RELOJES QUE ENAMORAN

Para marcar el tiempo de la persona que amas, la firma de relojes cuenta con los modelos su colección Legend, disponibles en color azul y blanco. Cada uno se adapta a la personalidad y el estilo individual, presenta un sofisticado diseño que no pasa de moda sino que se mantiene trendy. Viene con una correa de silicona práctica, una caja de acero inoxidable y cristal mineral. Detalles, calidad, tecnología, estilo moderno y atemporal son algunas de sus otras tantas cualidades. @shopbntime





COMO TODOS
LOS GRANDES
EXPLORADORES
NUESTROS VINOS
NO SABEN
DE FRONTERAS

2019
MEJOR BODEGA
DEL NUEVO MUNDO

WINE ENTHUSIAST
WINE STAR
AWARDS

TRAPICHE
ARGENTINA

SI HAY SUELO, NO HAY TECHO.

EL CONSUMO EN EXCESO ES NOCIVO PARA LA SALUD. IMPORTADO Y DISTRIBUIDO POR INVERSIONES MAISON BLANCHE C.A. RIF J-00255274-3

IN THE NEXT ISSUE

El legado cultural, el imaginario latinoamericano y la fuerza de lo sostenible serán el eje de nuestra próxima edición. ¿El leitmotif? Ya no está de moda poseer, sino vivir, experimentar y disfrutar de la moda, joyas y las tendencias. Así lo haremos en un viaje encaminado a la conservación de la creación divina.



IDIOMA UNIVERSAL

COLECCIÓN CASTIZA SS20 DE YENNY BASTIDA

El libro "El traje del venezolano" por Isabel Aretz inspiró a la diseñadora oriunda de Yaracuy a crear una impetuosa propuesta colmada de mangas abullonadas, tejidos autóctonos, formas de entalle y colores que continúan en nuestra memoria genética, es así como cada diseño creado para Castiza contiene no solo una investigación si no un legado



retraining

J-29927910-2



@RETRAININGSTUDIOCARACAS

AV. PPAL. DE LAS MERCEDES, CC LA MANSION, NIVEL 3.
TELÉFONO: (212) 993.4584 • WWW.RETRAINING.COM.VE



HAPPY DIAMONDS COLLECTION

Chopard

THE ARTISAN OF EMOTIONS – SINCE 1860


DAORO

CENTRO SAN IGNACIO • NIVEL JARDÍN • LOCAL J-41/J-43
LA CASTELLANA • TELFS: 263.9371 / 267.4161
www.daoro.com