

VEVET

by geot

VICENZAORO
El ascenso del fénix

**Amanda
Dudamel**
*Los sueños de una
soberana universal*

**JULIA
HACKMAN
CHAFÉ**
*La reina
indiscutible
de las joyas
en tiktok*

La Belleza
DE LO INUSUAL

BS. 200,00
REF US\$ 8,00





BRAGANZA

— ∞ YEARS & FOREVER —

WWW.JOYERIABRAGANZA.COM

• ECOMMERCE •

Milchi Bellini
EXQUISITE JEWELLERY

ADOLFO
COURRIER

Jewelmer
JOAILLERIE

Jewels
milano


ETHO MARIA
HAUTE JOAILLERIE

PALMIERO

TIRISI

DOUBLE BONE

UTOPIA

JAN LESLIE

C.C ALTAMIRA VILLAGE

NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA - CARACAS - VENEZUELA.

TLF.: +58 212 4351003 ☎ (+58) 414 0172093

 @BRAGANZAJOYAS  BRAGANZA  @BRAGANZAJOYAS

Di Sí

A UNA EXPERIENCIA

IKIN

MARGARITA

HOTEL & SPA

¡Contáctanos!

(295) 234 80 72 / (412) 324 80 07
reservacionesikinmargarita@gmail.com
ikinmargarita_hotelspa
www.ikinmargarita.com



J-0221700-6

 @segurosuniversitas

 Seguros Universitas

 @SegUniversitas

 www.segurosuniversitas.com

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



Seguros

Universitas

Vemos
la vida
como tú



AUTO



PERSONAS



PATRIMONIALES



FIANZAS



geot
PARA LECTORES CON ESTILO

GRUPO EDITORIAL ON TIME, C.A.
Av. Venezuela, Torre Platinum II, Ofic. 7A y 7C.
El Rosal, Caracas - Venezuela
T (58-12) 951.2478 - 952.7866 - 953.3915

ventas@grupontime.com
mercadeo@grupontime.com
editorial@grupontime.com
RIF: J-296233414-0

📷 @ontime_magazine | velvet_magazine
🐦 Ontime_magazine | Velvetmagazine
📘 On Time Magazine | Velvet Magazine



PARA LECTORES CON ESTILO

16 AÑOS EN EL MUNDO DE LA ALTA RELOJERÍA, LAS JOYAS Y EL LUJO

ON TIME - VELVET

GRUPO EDITORIAL ON TIME (GEOT)
Un grupo que nace para crear publicaciones de alto lujo, especializadas y dedicadas a resaltar los grandes placeres de la vida.



ENSEMBLE

PROFESO
12

FLASHES
18

SALÓN
20



TREASURE FILES

TEMA DE PORTADA
22

V-MUSE
28

ENCUENTRO
42



HIGHLIGHT

VOYAGE
45

CÍRCULO
46

BIG SHOTS
48




DAORO

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



RENOVACIÓN QUE FLORECE

Rodeados del encanto de un nuevo año, damos la bienvenida a la magia que envuelve a las gemas preciosas como el rubí, la aguamarina y la constancia simbolizada en la figura mítica del conejo. Según la cultura asiática se cree que habita en la luna y ayuda a la diosa Chang'e a preparar su elixir de la inmortalidad. Su representación exalta la esperanza, la longevidad, la misericordia, la elegancia y la belleza. Esta última nos atrae en todas sus formas, motivo por el que quisimos enaltecerla en una edición que fija su mirada en los cambios, la evolución y el respeto.

La moda ahora más que nunca celebra la diversidad rompiendo con los estereotipos tradicionales. Atrás quedaron las exigencias estéticas de una industria que encomiaba a las mujeres espigadas, de medidas inalcanzables y rostros perfectos. La modernidad ha redefinido los cánones y la pluralidad es un rasgo inequívoco de la belleza natural. La aceptación de quienes somos y la diversidad quedan puestas de manifiesto en cada entrevista y especial que conforma esta revista.

En su retorno a Caracas tras su participación en el Miss Universo, conversamos en exclusiva con la modelo y diseñadora merideña, Amanda Dudamel, quien reveló detalles de su destacada participación en el concurso y de sus próximos pasos en el mundo de la moda en Venezuela.

Asimismo, ahondamos en la visión de un icono que consideramos un agente de cambio, se trata del modelo Daniel Furlong. Este se define en sus propias palabras, como un precursor que ha impulsado el respeto a la diversidad en la industria. A sus 28 años, el modelo, estilista y *coach* de pasarela ha conquistado a México por su personalidad magnética y fortaleza única. Su lucha resuena con potencia ante los medios tradicionales, esos que muchas veces generan matrices de opinión que no celebran la autenticidad.

Jennifer Albornoz Figueras
Gerente Editorial y Editora de joyas
[@jenn_albornoz](#)



EDITOR'S PICKS

1. Reloj de Harry Winston Premier Chinese New Year
2. Reloj de Bulgari Divas Dream Chinese New Year
3. Reloj de Dior Grand Soir Year of the Rabbit
4. Reloj de Chopard Happy Sport Year of the Rabbit

EDITORIAL

DIRECTORA EDITORA	PATRICIA OLIVARES TAYLHARDAT
EDITORIA DIRECTORA	ETXENARA MENDICOA
GERENTE GENERAL	LUCÍA ZUMBO CURRENTI
GERENTE EDITORIAL	JENNIFER ALBORNOZ FIGUERAS
COORDINADORA EDITORIAL	CECILIA AVILÉS
REDACCIÓN	ELIA MORENO
GERENTE CREATIVO	ADRIANA BOET V.
GERENTE DE ARTE Y DISEÑO	GONZALO GONZALEZ
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN	GG&A COMUNICACIÓN VISUAL
COLABORADORES	LUIS ENRIQUE BOLÍVAR GIANFRANCO BERARDINELLI JORGE MALAVÉ
FOTÓGRAFOS	NISHE ORNIELAS LUIS ENRIQUE BOLÍVAR RAFAEL FRANCESCHI CHECAKO IVÁN RIZO DIEGO RENTERÍA LUIS EGURROLA PEDRO LOLLET

COMERCIALIZACIÓN / MERCADEO

CONSEJO EDITORIAL	LILIANA CLAVO MARINA TAYLHARDAT NATHALIA CORIAT
DIRECTOR EJECUTIVO	JUAN PEDRO OLIVARES DEL NOGAL (+)
GERENTE DE COMUNICACIONES Y MERCADEO	BEATRIZ NIETO
TESORERA	HAYDÉE OLIVARES DEL NOGAL (+)
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN	ANA CAPOTE
JEFE DE ADMINISTRACIÓN	IRIS ÁLVAREZ
CONSULTOR JURÍDICO	JOSE LUÍS CASTILLO
ASESOR LEGAL	CARLOS GÓMEZ
DISTRIBUCIÓN	GEOT
IMPRESIÓN	EDITORIAL ARTE S.A.

VELVET

VELVET MAGAZINE by GEOT es una publicación que se edita, en 2022, cuatro 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.

Si desea comunicarse con nuestro equipo editorial hágalo a través de editorial@grupontime.com. Para información en el área de ventas, por favor escriba a ventas@grupontime.com y/o mercadeo@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



ADOLFO COURRIER



EXCLUSIVO DE



BRAGANZA

— ∞ YEARS & FOREVER —

C.C ALTAMIRA VILLAGE

NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA - CARACAS - VENEZUELA.
TLE.: +58 212 4351003 ☎(+58) 414 0172093

📷 @BRAGANZAJOYAS f BRAGANZA 🐦 @BRAGANZAJOYAS

RIF J-40120987-4

IDEARIO



Titina Penzini

Editora, diseñadora,
influencer y locutora

@titinapenzini

“Latinoamérica en la moda es diversidad. En los tiempos actuales ha habido un gran avance dentro de la industria en ese sentido. Es más inclusiva. Como región hemos tenido una gran ventaja por toda nuestra cultura, nuestro patrimonio y nuestra ancestralidad. En LAFS comprobamos que más diseñadores latinos están expresándose a través de sus piezas, poniendo de manifiesto su identidad y la de sus pueblos. Aún así, hay un camino por recorrer”.



Jesús Villanueva Varela
Fotógrafo

@jesusvillanuevavarela

“La diversidad ha sido determinante en la evolución de la moda. En la actualidad todas las personas están incluidas. Creo que nos sentimos insertados de alguna forma en la propuesta de cualquier marca, porque somos tomados en cuenta por igual, hay más cercanía y sentido de pertenencia. Antes algunas jóvenes se veían limitadas al elegir hasta un traje de baño, debido a que las piezas eran diseñadas para mujeres esbeltas y fit. Ocurre diferente ahora”.



**Estefanía Lacayo
y Samantha Tams**
Fundadoras de LAFS

@estefanialacayo
@samanthatams
@latinamericanfashionsummit

“Siempre he visto la moda como arte. Las imágenes poderosas con mensajes inmersos que se han creado a lo largo del tiempo son las que nos han traído hasta aquí. Ahora imaginen todo lo que es posible crear gracias a todas esas personas que sienten, ven y viven diferente literalmente. A través de una foto podemos plasmar distintos grados de estética, de semiótica. Podemos transmitir nuevas emociones y discursos con formas diversas, colores, texturas y demás combinaciones”.



Álvaro Valdez
Periodista y stylist
de moda

@valadezalvaro

“Como marca de moda, tratamos de mantener una propuesta abierta, donde nuestras piezas le hablen a una sociedad sin géneros y sin clasificación. Me gusta expresar eso y transmitirlo a la comunidad. Considero que el hecho de no marcar etiquetas y estereotipos sociales, es parte de lo que la moda está comunicando y tratando de normalizar estos días, así sea por medio de la ropa. Hablar de diversidad, es hablar de empatía y educación en una sociedad de cambio”.



Manuela "Maca" Cabrera
Modelo

@macabesco

“Auténtica y real, así es como percibo la moda desde que se ha democratizado como la poderosa plataforma que es. Pero además este comportamiento, responde a las necesidades reales y exigencias de los consumidores y las audiencias en términos de diversidad. Aún así hay mucho más por hacer, se trata de enfocarlo más hacia el respeto, la educación y la información.

Como sociedad tenemos mucho por aprender y desarrollar sobre el tema”.



Paulina Luna
Diseñadora de modas

@paulinalunamx

“La moda ha sido imagen de reglas estrictas y esfuerzo sobrehumano. Si pienso en las imágenes que veía de pequeña lo resumo así: personas cis-hetero con cuerpos perfectos. El panorama hoy se siente natural, cómodo, como que son personas que existen y ya está, y no destruyen su identidad. A pesar de esto, creo que esa diversidad apunta más al mercadeo, que a una apertura real en términos de inclusión. Me gustaría abrazar una realidad tangible”.

TIRISI



BRAGANZA

— ∞ YEARS & FOREVER —



WWW.JOYERIABRAGANZA.COM
E-COMMERCE

RIF J-40120987-4

C.C ALTAMIRA VILLAGE
NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09, ALTAMIRA - CARACAS - VENEZUELA.
TLE: +58 212 4351003 ☎ (+58) 414 0172093

📷 @BRAGANZAJOYAS f BRAGANZA 🐦 @BRAGANZAJOYAS



**GRAFFABULOUS,
MAJESTOUSIDAD GRAFF HECHA JOYA**

El Capítulo V de la Odisea de Alta Joyería, Diosa de la Cascada, evoca solemnidad, elegancia o grandeza a través de la fusión entre diamantes y gemas naturales. En la colección rebosante de piedras preciosas raras y vibrantes, confluyen esmeraldas pulidas alternadas con racimos de diamantes redondos y zafiros bellamente saturados. Una nueva línea de excelencia artesanal. **@graft**

**NUEVA YORK, COLLECTION,
UNA ODA POR HARRY WINSTON**

La ciudad de la emoción y el glamour es convertida en preciosas joyas contenidas en *The New York Collection*. Colores, formas y elementos arquitectónicos de sitios emblemáticos de la Gran Manzana como Times Square y la Catedral de St. Patrick se adueñan del saber artístico de la *maison*, trayendo como resultado una enojada carta de amor constituida por diez subcolecciones.

@harrywinston



SPIRIT CAPÍTULO II, EL NUEVO UNIVERSO LOUIS VUITTON

La consecución de *Spirit*, la colección de Alta Joyería de Louis Vuitton está aquí. Capítulo II se ubica en cuatro universos que reflejan valores de la *maison* francesa, como: Libertad, Destino, Fantasía y Resplandor, y han sido plasmados de manera grandiosa. *Destiny* es una oda al rubí, mientras que *Liberty* se centra en piezas con diamantes de corte personalizado.

@louisvuitton



HISTOIRE DE STYLE, LIKE A QUEEN, BY BOUCHERON

Joyas inspiradas en el broche de doble clip Art Deco de aguamarinas que le fue obsequiado a Isabel II del Reino Unido al cumplir 18 años. La colección *Historie de Style* que reinterpreta la pieza original capturando su elegancia y versatilidad, cuenta con dieciocho diseños llenos de colorido, que celebran la creatividad, el estilo multiusos y sin género, así como el contraste entre piedras preciosas y otros materiales de lujo. Una entrega de la que la reina estaría orgullosa. **@boucheron**



CHOPARD X AESPA, JOYERÍA PRECIOUS LACE

Tejiendo lazos entre los mundos de la Alta Costura y la Alta Joyería, la colección *Precious Lace* presenta unos exquisitos entrelazados en los que el brillo y la energía de las piedras preciosas se combinan en un efecto asombroso. Clásica y sofisticada, la delicadeza del calado se refleja en el engaste ligero como una pluma y en las líneas arquitectónicas que encarnan a la perfección la maestría joyera y el genio creativo de la casa. **@chopard**



 **18JOK**
PIEDRAS PARA BRILLAR



Un anillo para decir...Tú le
das significado *a mi vida*

www.18jok.com   @18jok

Anillo de compromiso 1917 en oro blanco 18K con brillante central natural de 1 Carat.



MODA DE GALA

Al mejor estilo de los Premios

BAFTA y los

SAG Awards 2023

BAFTA

1 ANA DE ARMAS

Ataviada de gala con un diseño Louis Vuitton. La actriz hispano-cubana capturó todas las miradas con su elección. Se trató de un vestido de seda rosa y corte sirena con cola, hecho a la medida. El modelo llevó volantes en el escote y finos tirantes. La protagonista de la cinta *Blonde* complementó con joyas de la misma casa de moda: anillo de diamantes y zafiro, y collar de diamantes de la colección de Alta Joyería.

2 KATE MIDDLETON

Dando cátedra de elegancia y distinción a su paso por la . La Princesa de Gales lució un vestido blanco asimétrico de inspiración nupcial creado por su diseñador de cabecera, Alexander McQueen. El traje lo combinó con guantes en color negro e incorporó pendientes largos con motivos florales, firmados por Zara, los cuales se hicieron virales por su bajo precio: 15 euros.

3 CATE BLANCHETT

Blanchett prefirió reciclar. Para asistir a la premiación y recibir el galardón como Mejor Actriz por su poderosa actuación en la película *Tár*, rescató un diseño negro de tirantes anchos con hombreras, finalizados en flecos, y cuello redondo de Maison Margiela, el cual utilizó en los Oscar 2015. Dio un giro a su look con las joyas seleccionadas: collar de hilos Louis Vuitton con perlas recicladas y una turmalina reutilizada en un diseño anterior.

4 ANYA TAYLOR-JOY

Dorada de pies a cabeza. Anya sorprendió con su arriesgada elección, extraída de la última colección SS2023 de Shiaparelli: un minivestido *off-shoulders* en color ocre con un escote palabra de honor y lazos decorativos, acompañado de un gigante abrigo de terciopelo. La protagonista de *Gambito de Dama* lo accesorizó con sandalias Aquazzura y joyas de archivo Tiffany & Co.

5 FLORENCE PUGH

Uno de los vestidos más llamativos de la noche fue el utilizado por la actriz de *Mujercitas*. Firmado por Nina Ricci, el diseño semitransparente de Alta Costura elegido por Pugh en color naranja vibrante llevó de todo un poco: volumen, drapeado y entalle a nivel de la cintura. Eligió joyería minimalista Tiffany & Co



Glamour, modernidad y toques extravagantes resumen parte de lo visto en la red carpet de la 76ª edición de los Premios de Cine de la Academia Británica, y de la reciente ceremonia del Sindicato de Actores de la Pantalla. Aquí nuestras galardonadas por su exquisito gusto al vestir

Por: Cecilia Avilés @ceciliaviles

SAG AWARDS

ZENDAYA 6

Quien se ha convertido en la musa de diversos diseñadores de moda, decantó por una creación de satén de la firma Valentino. El sorprendente vestido elegido por Zendaya constó de varios elementos: escote palabra de honor, corte sirena con cuerpo corsé y 190 flores bordadas en degradado en la cola. Fusionó la elegancia del diseño con el brillo de un collar Bvlgari de diamantes y piedras coloridas engarzadas, pendientes y brazaletes de diamantes.

JESSICA CHASTAIN 7

El diseño portado por Jessica Chastain fue, sin duda, un guiño al color del año. Este modelo en fucsia vibrante firmado por Zuhair Murad, con detalles asimétricos en los hombros y volumen en la falda, la hicieron destacarse en la red carpet. Su estilismo lo complementó con joyería ultra lujosa Gucci, incluidos aretes llamativos y un anillo.

CARA DELEVINGE 8

La modelo prefirió crear un look completamente vanguardista recurriendo a la *maison* Carolina Herrera. Eligió un catsuit escotado debajo de una dramática falda más corpiño con apliques florales a juego. Cara Delevinge accesorizó su look con joyas de la marca De Beers: collar de diamantes y aretes.

JENNA ORTEGA 9

Un look inspirado en su personaje *Merlina* fue lo que quiso transmitir con su elección de moda. La joven actriz seleccionó de la marca de lujo Versace este brillante vestido negro drapeado con escote asimétrico en V, silueta corsé, cinturón con detalles dorados y falda disruptiva con dramática cola. Para brillar mucho más, apostó por joyería plateada: gargantilla, brazaletes y anillos. Todo de Tiffany & Co.

MICHELLE YEOH 10

Una apuesta completamente surreista de Schiaparelli. La estrella vistió un diseño negro palabra de honor decorado con una prominente franja de flecos de lentejuelas en color dorado. Combinó su look de Alta Costura con joyas Moussaieff: pendientes de diamantes amarillos y anillo especial de diamantes amarillos Vivid.

AMANDA SEYFRIED 11

Vestida de verde hiedra muy en tendencia, y luciendo todo el glamour propio de los años 60, así llegó la actriz a los SAG 2023. Amanda Seyfried optó por un femenino minivestido mod con lazos de la firma Prada, mismo que complementó con joyas de esmeraldas de la *maison* Cartier.

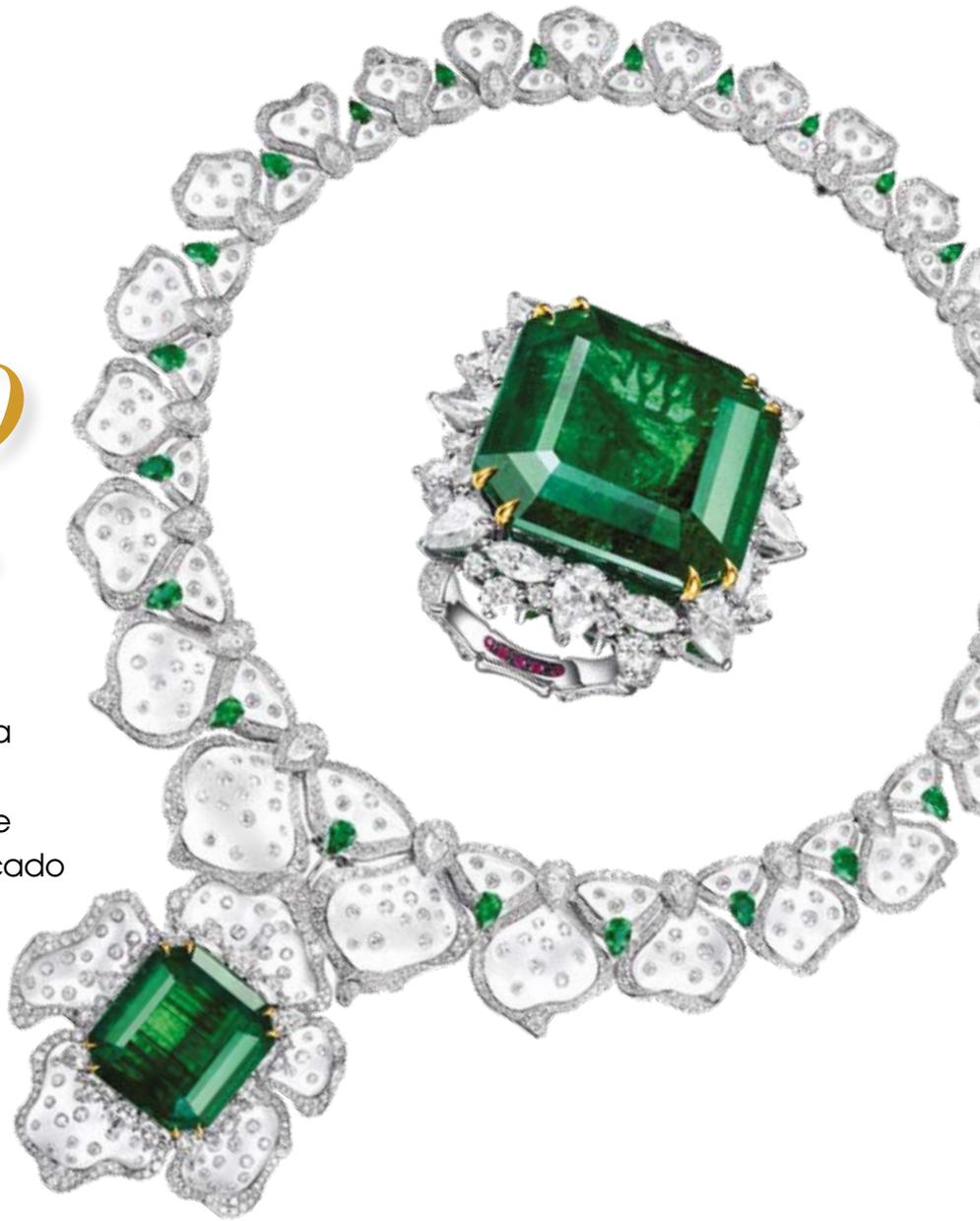


Por Jennifer Albornoz Figueras @jenn_albornoz
Fotografías cortesía de las marcas.

VICENZAORO

El ascenso del fénix

Los organizadores han declarado que la feria comercial fue un éxito abrumador, destacado por una asistencia récord de expositores y compradores. Un comunicado de prensa indicó que “la asistencia extranjera fue cercana al 60% del total, de 136 países de todo el mundo”, mientras que el evento acogió a más de 1.300 expositores. El evento de este año atrajo un 11,5 % más de visitantes en comparación con la feria en 2020, antes de la pandemia de COVID



A pesar de la inminente amenaza de recesión hasta la furiosa guerra en Ucrania, los expositores y asistentes a la feria de enero de VicenzaOro 2023, que concluyó el 24 de enero en Italia, irradian una sensación palpable de optimismo sobre la fortaleza de la industria de la joyería italiana y sus perspectivas para este año.

Marco Carniello, director de exhibición global de la división de joyería y moda del *Italian Exhibition Group*, que organiza VicenzaOro, dijo que el evento fue el más grande en los casi 70 años de historia de la feria, con más de 1300 marcas expositoras de 36 países. La asistencia aumentó un 11,5 % en comparación con 2020, y los visitantes extranjeros representaron casi el 60 % del total, según un comunicado de prensa posterior a la feria.

“Es un poco increíble”, afirmó Carniello a JCK. “No podía esperar tal resultado, especialmente después de dos o tres años de COVID, de discontinuidades, tiempos dramáticos para nuestra industria, y ahora, 2023, la primera edición de la nueva normalidad es el espectáculo más grande de la historia.”



INDICADORES DE ÉXITO

Un atractivo especial de la edición del mes de enero en Vicenzaoro ha sido su fuerza como escaparate de las tendencias para las próximas temporadas. La célebre pronosticadora de estilo Paola De Luca, directora del grupo de expertos de IEG, Trendvision, dirigió un seminario llamado *Dreamscapes*, donde destacó cómo los visionarios implementan nuevas tecnologías, combinadas con el poder de la imaginación, para probar los límites del diseño. En el salón de joyería de lujo, la marca italiana FOPE exhibió su colección *Panorama YOU*, que permite al usuario personalizar un brazalete o un anillo.



EL DESTELLO DE LAS GEMAS

Los aficionados a la alta joyería quedaron deslumbrados con la nueva creación de la icónica Casa Fabergé. El diseño es parte de una colaboración con el ingeniero James Ganh. Al ingresar a la industria en 2008, Ganh ha trabajado con varias casas de lujo reconocidas internacionalmente, y sus diseños se inspiran en su tiempo en Central Saint Martins. El collar transformable Fabergé x James Ganh elaborado en oro blanco con esmeraldas, diamantes y cristal de cuarzo tallado presenta 1635 diamantes redondos de talla brillante. Los pétalos ondulantes le dan a la pieza una fluidez elegante, pero lo más destacado es el colgante de esmeralda de talla esmeralda desmontable, que presenta una esmeralda de Zambia de Gemfields de 50,93 quilates de origen responsable. Cumpliendo la promesa de sorpresa de Fabergé, el collar no solo se puede usar con y sin el colgante, sino que el colgante en sí mismo es completamente transformable y se puede usar como colgante o como broche.

Por su lado, Gismondi 1754 presentó la nueva colección *Vela* y la colección cápsula *Aura Ti* en VicenzaOro. Ambas nacen de la pasión de Massimo Gismondi por la vida marina y su personal reinterpretación del “mosquetón” que regula los cabos de los veleros. *Aura Ti*, por otro lado, es una reinterpretación elegante y misteriosa de la icónica colección *Aura*. Brazalete, anillo y pendientes fabricados en titanio-carbono que le confiere un intrigante aspecto negro mate.



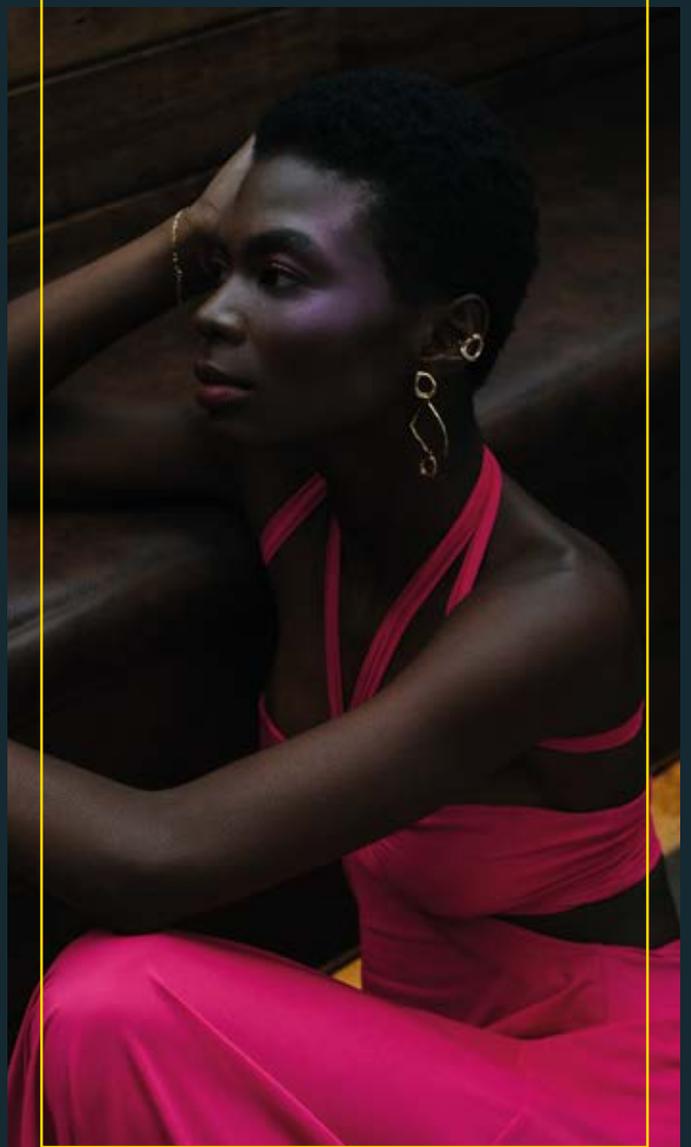
BE LLE ZA renovada

ETERNAL SUNSET
Evocar una sensación
de calma y relajación.
Vestido de Silvia
Tcherassi
(@silviatcherassi)

El efecto de un nuevo y fresco comienzo, el brote que nos concede la temporada de primavera. La obiedad de una aparente simplicidad que se distorsiona involuntariamente en el tiempo, y que luego se sitúa como una partida renovada. Es la certeza del potencial y auténtico brillo de los inicios que de manera constante y casi inadvertida nos expone la capacidad y belleza de las etapas de evolución.

Fotografía - Luis Egurrola (@luisegurrola)
Edición de Moda - Jorge Malavé (@jorge.malave)
Modelo - Yamerly Machado de @JQModelMgmt
Cabello y maquillaje - Iety González (@ietyg)
Locación - Egua Gastrobar, Bogotá (@_egua_)

VIVA MAGENTA
Pantone Color of The Year 2023
Aretes, earcuff y hand chain de Paola Sánchez
(@paolasanchezjewelry),
vestido de Paula Triviño (@bypaulatrivino)



FRESH TIME

El otro color de la temporada es el Lima en todas sus tonalidades.

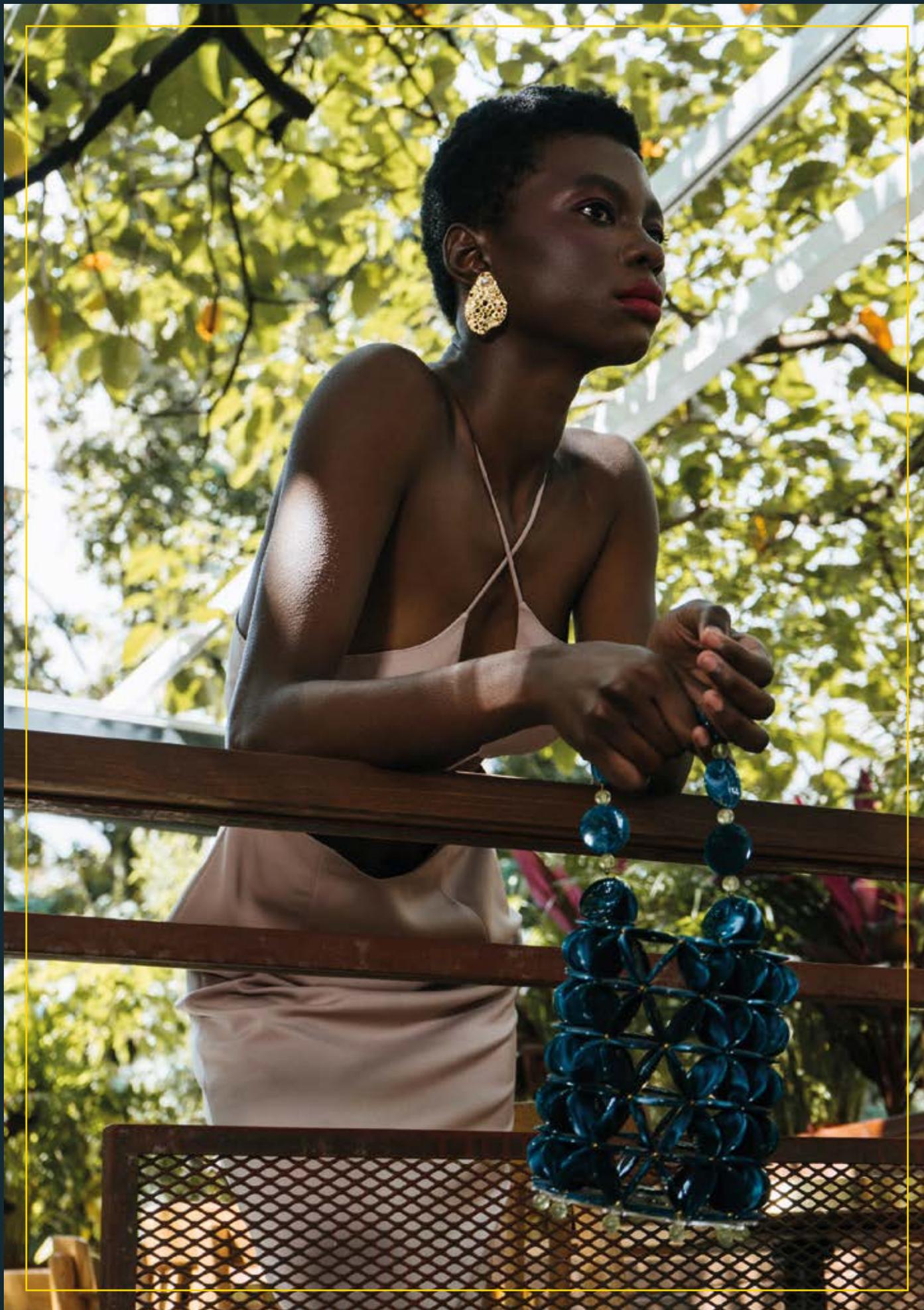
Aretes de Pajarolimon (@pajarolimon),
top y pantalón de NMZ (@nmz_natalia)





LIFE IN TROPICS

Un aire de calidez que resalta las tonalidades de los atardeceres junto a la naturaleza. Earcuff y anillo de Pajarolimon (@pajarolimon), romper de DuoMar (@duo.mar), sobrecamisa de A Lot Studio (@alotstudiobrand)



PARTY BAG

“Más es más”, bolsos llamativos. La antítesis de las bolsas de fiesta tradicionales de nuestra juventud.
Aretes de Pajarolimon (@pajarolimon), vestido de Stevan Valencia (@stevanvalencia.co) y bolso de Suárez (@suarzandco)

MERMAID FANTASY

Siluetas y colores pasteles que enloquecen a tu niña interior.

Aretes de Pajarolimon (@pajarolimon), vestido de Stevan Valencia (@stevanvalencia.co)





AMANDA DUDAMEL: “Mi marca viste a la MUJER UNIVERSAL”

Tras representar a Venezuela en el principal concurso de belleza femenino, la modelo y diseñadora de moda está lista para dar el siguiente paso: lanzar su primera colección oficial y posicionar en el mercado su marca homónima

Por: Cecilia Avilés @ceciliaviles

Fadil Berisha Photography y Benigno López @fadilberishaphotography y @zuvaphoto

Amanda supo desde niña que la moda y ella algún día unirían sus caminos. Fue como premonitorio. Ya en la adolescencia, y con misma convicción de los primeros años, la joven merideña tomó la decisión de prepararse para el tan anhelado encuentro, matriculándose en el prestigioso Istituto Europeo di Design, en Roma, Italia. Después, para continuar su profesionalización, vendría un estudio más, una especialización en sostenibilidad en el London College of Fashion, que marcaría en gran medida su enfoque como diseñadora.

Con un interesante bagaje cultural, una formación académica cimentada y una labor previa como directora creativa de la marca de carteras *Made In Petare*, se unió a las filas del Miss Venezuela. A sabiendas de la gran plataforma que representa para la mujer en el país. Resultó ganadora en 2021 y este 2023, viajó a Nueva Orleans,

donde obtuvo el título como virreina universal en la edición 71.^a del certamen.

Aunque hay mucho que recalcar sobre la impecable participación de nuestra “diseñadora de sueños” en el concurso, en esta conversación, conoceremos cómo logró fusionar su pasión por la moda con mundo de la belleza. Pero además, ahondaremos en las próximas novedades con las que vendrá su marca *By Amanda Dudamel*.

¿Qué representa la moda para Amanda Dudamel al día de hoy?

La moda es ese rincón donde logro explotar mi creatividad. Me permite llevar a cabo todas mis ideas y finalmente comunicarlas, convirtiéndolas en algo tangible. Es el canal que conozco para conectar y acercarme a la gente. Por ejemplo, fue muy bonito haberlo logrado por medio del Miss Universo, llevando un mensaje con todos los diseños que usé. Siento que es una de las cosas que hasta la fecha más me sigue sorprendiendo.

Ver niñas y jóvenes que se visten como yo o replican mis atuendos, me llena el corazón.

Para Miss Universo creaste una colección especial, coméntanos, ¿en qué te inspiraste y qué deseabas comunicar?

La colección *Phygital Universe* buscó fusionar lo físico con lo digital en la moda, para dar a conocer las ventajas y las cualidades que puede ofrecer el mundo del diseño digital en términos de sostenibilidad. Fue una línea que diseñé también pensando cómo ser más conscientes con el medio ambiente. El proceso resultó retador pero el resultado fue maravilloso.

Llevaste al certamen nuestra idiosincracia a través de tu vestuario, ¿en tu opinión cuáles fueron las piezas que más llamaron la atención?

El traje típico “Heroína Vinotinto” por su sentimiento patrio y valor sentimental. Para mí fue un sueño hecho realidad

Casa de moda y marca favorita: Stella McCartney, Carolina Herrera y Valentino.

Diseñador (a) venezolano favorito: Nidal Nouhaied, Robin Morales y Nabel Martins.

Una diseñadora que fue miss: Siempre debe tener en su bolso una cinta métrica y su maquillaje de retoque.

Soy una “diseñadora de sueños” porque: He entendido que somos nosotros los encargados de diseñar nuestra vida por medio de los sueños que tanto anhelamos y las acciones que ejecutamos para hacerlos realidad.

poder portarlo. Como se lo comenté al diseñador Simón Villalba. Sentir que tomé el legado de mi papá para representar a selección venezolana de fútbol, y hacerlo en un certamen de belleza, que es como nuestro campeonato de la belleza universal, fue un honor. De igual forma, creo que la capa que utilicé con el traje de baño llamó muchísimo la atención por su colorido y por su mensaje. La realizamos en conjunto con la artista Gabriela Camuñas y con mis niños de la comunidad de Petare.

Siendo diseñadora fuiste pieza clave en la selección de tus ‘outfits’ para el concurso, ¿cómo estuviste involucrada?

Así es. Quise que todo tuviera un sentido, que cada pieza contara una historia. Tuve la misma idea al momento de elegir el vestuario que seleccioné de otros diseñadores, porque mi intención también fue apoyar al talento local y exhibirlo en el MU.

Tras el MU, continuarás escribiendo tu propia historia con *By Amanda Dudamel*, ¿qué sigue ahora?

Lograr el posicionamiento de mi marca. Mi sueño es que *By Amanda Dudamel* se convierta en una empresa líder en temas de sostenibilidad ambiental, social y diseño nacional, y luego poder expandirnos. Además, muy pronto estaremos lanzando nuestra primera colección oficial, la cual estará a la venta, con piezas para damas, caballeros y niños. ¡Espérenla! Estamos muy emocionados por lo que viene.

¿Cómo describirías tu marca y a qué tipo de mujer viste?

Viste a la mujer que yo he representado, a la venezolana, a la latina. *By Amanda Dudamel* viste a la mujer universal, a esa mujer que actúa y trabaja por sus sueños. Es una marca inclusiva, porque no conoce límites.





JULIA HACKMAN CHAFÉ

Por: Jennifer Albornoz Figueras @jenn_albornoz
Imágenes: Diana Lin

•
*La reina
indiscutible
de las joyas
en TikTok*



Con tan solo 23 años, la *influencer* también conocida como *JewelsWithJules*, ha desarrollado un alcance de más de 70 mil usuarios desde que abrió su cuenta hace un año. Su especialidad ha sido develar los secretos y los gustos excéntricos de celebridades como: Kim Kardashian, Hailey Bieber, Beyoncé y Georgina Rodríguez, entre otras.



“No quiero hablar de un anillo de 500 dólares. Prefiero hablar sobre un anillo de 5 millones de dólares, es más divertido y llama la atención de mis seguidores”

Julia Hackman Chafé creó un especial apego al destello de las joyas desde que era tan solo una niña. Su padre, un comerciante de gemas preciosas es dueño de Intercolor USA, un emprendimiento que ha saltado a la vista de los neoyorkinos, gracias a la creatividad de su hija, quien se ha coronado además como la reina indiscutible de la red social TikTok.

Hackman trabaja como Social Media Manager en el negocio mayorista de gemas de su familia; y abrió su canal en octubre del 2021, llamado @jewelwithjules, en el que la joyería es un tema destacado, pero ella es la estrella. Su cadencia y contenido especializado la han convertido en una de las predilectas de la generación Z. Es cierto que no todos pueden o deben seguir la fórmula específica de JewelsWithJules, pero todos pueden aprender de ella. En un encuentro en la Gran Manzana conversamos con Julia, para adentrarnos más en las habilidades innegables de esta experta.

¿Cómo nació esa pasión por la joyería?

Mi papá y sus tres hermanos iniciaron el negocio mayorista enfocados en gemas preciosas hace 41 años. Ellos se mudaron de Irán y cayeron en este negocio porque su tío en Londres comercializaba piedras. Llegaron a Nueva York durante la crisis de los rehenes iraníes, por lo que nadie quería trabajar con los persas, por tal razón nuestro apellido fue cambiado de Hakimian por Hackman. Hoy día el negocio de mi familia goza de mucho respeto y confiabilidad entre nuestros clientes. Nunca pensé que trabajaría para mi papá. Creo que todas las chicas sueñan con mudarse a la ciudad de Nueva York y trabajar en la moda. Luego, en la universidad, pensé: ¿qué estoy haciendo?

Puedo trabajar con mi padre, que es el único mentor que realmente me amará hasta la muerte y no dejará que fracase.

¿Qué te impulsó a hablar de joyas en TikTok?

Estaba buscando personas influyentes para la empresa de mi padre y no encontré a nadie en TikTok. Estaba obsesionada con esta red. Mi esposo, Bruno me dijo: ¿Por qué no puedes ser influencer? Y se me sugirió abrirme una cuenta con el nombre *JewelsWithJules*. Me dio mucha vergüenza empezar hasta que finalmente logré tener mayor confianza.

¿Podrías compartir con nuestros lectores algunas de tus estrategias, consejos y trucos?

En la actualidad no hay mayor presencia del mundo de las joyas en TikTok. Las empresas tradicionales no han aceptado esta red social por considerarla una plataforma muy personal. Es más improvisada y no tan seria como Instagram. Los primeros tres segundos de tu TikTok son los más importantes. Debes enganchar inmediatamente la atención de alguien, tienes tres segundos para convencer a esa persona que te mire. Yo publico tres veces al día, sino lo haces así no creces. Intento escribir al menos tres al día; si hay una cierta tendencia de TikTok que quiero adaptar a la joyería, la integro como una de mis tres publicaciones. Luego, cada mañana al despertarme, hago una hora de grabación.

¿Qué horas son buenas para publicar?

Mi audiencia es más activa a las 4 y 5 p.m. todos los días, así que publico a las 2:30, 3:30 y 4:30 de la tarde. Es muy diferente el algoritmo en Instagram porque nunca publicarías hora tras hora, siempre es mejor espaciar un poco tus publicaciones.

¿Por qué crees que las marcas de joyería deberían tener presencia en TikTok?

TikTok es el futuro. Instagram es muy aburrido. Si le preguntas a cualquier persona de la Generación Z cuánto tiempo pasa en Instagram, te dirán que cero. Si tienes una marca pequeña que vende piezas de joyería fina bastante asequibles, éstos serán tus clientes pronto. Y si tienes una marca de alta gama como Cartier, éstos serán sus clientes en 20 o 30 años y es mejor que les prestes atención para cautivar a esta audiencia.



REVOLUCIÓN EN PUERTA

El lujo ha revolucionado las estadísticas de TikTok, la aplicación para compartir videos más exitosa del mundo, ha dicho que tiene la intención de alcanzar a la próxima generación de amantes potenciales de la joyería: la generación de 18 a 24 años. Ellos representan más del 40% de los más de mil millones de usuarios de esta red social, según la empresa de datos de marketing Statista.

Browns, el minorista de lujo de Londres se ha dado cuenta que “a menudo, los clientes de la generación Z envían mensajes de WhatsApp a sus compradores personales con capturas de pantalla de joyas que han visto en TikTok, con ganas de comprarlas”, confiesa Hollie Harding, gerente de marca de Browns.

Aguamarina, la joya del mar

Por: Cecilia Avilés @ceciliaviles

Fotos: Cortesía de las marcas



1. Collar Garrard



2. Pendientes Kiki McDonough



3. Anillo Blue Nile



4. Pendientes Chopard



5. Anillo Piaget



6. Pendientes Bvlgari



Look Haute Couture SS23 de Elie Saab

La piedra del Dios de los mares, Poseidón, y al mismo tiempo, el talismán de los marineros contra las tempestades. De color azul, pero en tonos variantes similares a los del océano, la aguamarina presenta tales características debido a su sitio de extracción. De ahí que pueda encontrarse en azul intenso, pastel y matices turquesa



7. Brazalette Harry Winston



8. Anillo Robert Pelliccia



9. Collar Tiffany & Co

Con esta exclusiva selección inspirada en la aguamarina, conviértete en la próxima Afrodita, la diosa griega del amor, quien emergió de la espuma del mar con encanto y delicadeza. En una versión moderna, actual y *chic*, evoca la sensualidad, la

belleza y el romanticismo, llevando joyas diversas con la gema elegida rodeada de diamantes, oro y piedras de colores, y portando atuendos de lujo o de alta costura, que recuerden inequívocamente elementos acuáticos con supremacía azul.

431068803-4
tolón
FASHION MALL

*Vive la
Experiencia*



www.cctolon.com



[tolonoficial](https://www.facebook.com/tolonoficial)



[@tolon_FM](https://twitter.com/tolon_FM)



[@tolon_FM](https://www.instagram.com/tolon_FM)

Joyas

más allá del género

Los límites se han  desvanecido en cuanto a género y la diversidad ha tomado las riendas del lujo. Por suerte la línea que separa lo femenino y masculino cede ante los prejuicios. La valentía de la creatividad se impone para crear *statements* que establecen que el mundo es lo suficientemente amplio para todos y más para los amantes del diseño

Por: Elia Moreno @eliavane



FERNANDO JORGE

La colección *Sync* del diseñador brasileño se realizó durante el confinamiento, inspirándose en la estética de la década de los años setenta. Destinada tanto a hombres como a mujeres, busca disolver las fronteras del género en la industria de las joyas, como una respuesta natural a una comprensión más amplia del género fluido. Fernando Jorge la define como una exploración del diseño con piedras texturizadas y colores tierras. No es la primera vez que se adentra en la creación de piezas unisex, lo hizo anteriormente en su cápsula *Parallales* en 2017.
@fernandojorge

SUZANNE KALAN

El nombre de Suzanne Kalan ha sonado en el mundo de la joyería por más de 30 años. De familia Armenia, nació en el Líbano, pero se trasladó a Los Ángeles, en donde creó su marca. Pionera en la industria del diseño, sus joyas son atemporales e innovadoras. Sus piezas han sido muy veneradas y reconocidas en las páginas de grandes publicaciones como Vogue, Harper's Bazar o In Style o mostradas por personalidades como Jessica Alba, Rihanna o Jennifer López. Sus anillos, collares y aretes cuentan una historia que perdura por generaciones; en ellas, el oro y el diamante se cortan en baguettes, se alinean o se juntan de una forma armoniosa.

@suzannekalan





STEPHEN WEBSTER

Los límites entre géneros se están desmoronando, por lo que, en el mundo del diseño, se abre un abanico de posibilidades para crear piezas únicas. Esta es la premisa en la que Stephen Webster basa sus creaciones. Estableció su identidad como joyero gracias a una orfebrería de colección excepcional, con atención a los detalles y los materiales, sumado a una estética innovadora. Entre sus clientes se encuentran artistas como Madonna, Kate Moss, Johnny Deep y Jay Z. Las colecciones más recientes de Webster incluyen tendencias atrevidas y atractivas, enriquecidas por la diversidad de sus diseños.
@stephenwebsterjewellery



MATHEW HARRIS

Harris es el artífice detrás de Mateo, una marca fundada en Nueva York, cuyo concepto de género fluido ha marcado tendencia. En 2009, diseñó una colección que, aunque originalmente estaba pensada para hombres, sus clientes femeninas la convirtieron en una línea unisex. “El género es un concepto y un tema de discusión en estos días, pero estamos más allá de eso. Solo queremos adornar a las personas con grandes joyas”, dice.
@matthewharrispersonal



TOM WOOD

Joyas de materiales puros que se reinventan con piedras naturales de colores intensos; así son definidas las piezas de esta marca creada en 2013 por Mona Jensen. Sus diseños se preocupan por el medio ambiente y se aseguran de causar el menor daño posible a su entorno. Las joyas exclusivas, como el collar de eslabones de cadena y los pendientes de aro, se convierten en piezas únicas y funcionales al mismo tiempo.
@tomwoodstore

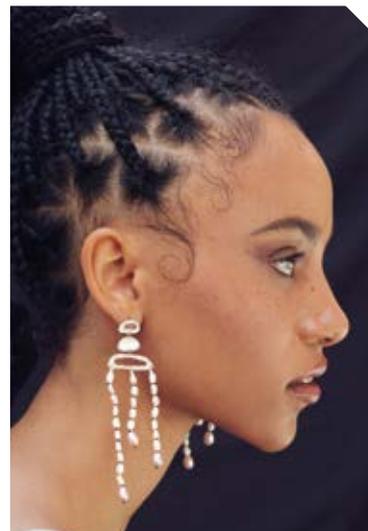
TIFFANY & CO

La última creación de la casa joyera se suma a su propuesta unisex *The Tiffany Lock*. Esta vez incluirá cuatro pulseras, creadas especialmente, para que la usen personas de todos los géneros. El lema de esta colección es “sin reglas todos somos bienvenidos”. Todas las joyas han sido creadas en oro amarillo y rosado de 18 quilates.
@tiffanyandco



LOVENESS LEE

Joyas que todos pueden usar. Fundada en 2016, en Londres, los diseños de la marca ponen énfasis en lo abstracto, lo que hace que sean unisex -ni netamente femenino ni masculino-. De esta forma, los materiales toman el control y establecen sus propias formas para festejar tanto a hombres como a mujeres. El catálogo de Loveness Lee está lleno de “accidentes felices” que resumen carácter.
@lovenesslee



Luis Enrique Bolívar

“*La belleza está en todas partes*”

El creativo venezolano radicado en Guadalajara, México nos revela cómo ha sido su ascenso en tierras aztecas. Además de compartirnos sus experiencias en la pujante industria de la moda internacional. “A las nuevas generaciones les recomiendo ser fieles a los principios y valores básicos de la humanidad, que se enfoquen en realizar aportes y no en repetir los patrones que nos han esclavizado”, afirma

Por: Jennifer Albornoz @jenn_albornoz

Luis Enrique Bolívar ha sabido labrar un camino repleto de laureles en México. Su ojo atinado y buen gusto ha sido reconocido por grandes diseñadores latinoamericanos. No solo ha sido editor de moda para revistas del Grupo Editorial Milenio, también ha trabajado como estilista y creativo con su firma Le Style Maison, con la que ha podido descubrir talentos como: la modelo internacional Mariana Zaragoza, Xiomara Moreno y Román Santiago. Sus editoriales de moda han recorrido el mundo, siendo publicados en *Elle Vietnam*, *IM Intermoda Magazine*, *La Vanguardia España*, *Luxury + Travel Magazine* y *Marie Claire Indonesia*, elevándolo al pináculo de los grandes de la moda. Desde la comodidad de su hogar en Guadalajara nos cuenta en exclusiva cómo ha sido el proceso que lo llevado a redescubrir la belleza, desarrollarse como profesional y ser uno de los exponentes más codiciados de la moda latinoamericana.

¿Cómo ha evolucionado tu visión estética?

Creo que la clave está en la fusión de conceptos que han sido pocas veces combinados e incluso, con todo aquello que nos rodea fuera del medio de la moda, como, por ejemplo, la tabla periódica de los elementos: “La belleza está en todas partes y en todas las personas”.

¿Cuál ha sido la experiencia que ha marcado un antes y un después en tu carrera?

El proceso bidireccional de enseñanza y aprendizaje con estudiantes universitarios de la licenciatura en diseño de modas en la Universidad de Guadalajara.

¿Cómo es tu proceso creativo?

Eso depende de cuál es el área en la que colabore. En el caso de Benito, lo hago de manera constante, así como en la coordinación, estilismo y composición musical para sus desfiles. Sin embargo, hace pocos años codiseñé una de sus colecciones. Me sentí honrado de ser seleccionado para esa labor. En ese caso, me explicó la temática y me dio total libertad para crear los estilos que estaban a mi cargo (50% de la propuesta). El proceso incluyó las siguientes etapas: investigación, creación de bocetos,



Foto: Kelly Castañeda / Camiseta y pantalón Cho Bkck, blazer FRT, gafas Prada.



Michelle por José Luis Sánchez.



Campaña Benito Santos con Ale Velasco y Sofía Mónaco. Foto: José Luis Sánchez.

elección de materiales, trabajo en equipo con su personal de las áreas técnicas de quienes aprendí muchísimo, supervisión de la confección y patronaje, *fitting* y estilismo.

¿Cuál ha sido el editorial de moda con el que has sentido un especial orgullo?

Todos los que he visto impresos en *Elle Vietnam* por su alcance, los que realicé para las revistas *Blink* y *A by Andares*, por haber sido editor en las mismas, todas las realizadas para Velvet por ser una publicación de mi país natal.

¿Quién o quiénes han sido un diamante en bruto a la hora de fotografiarlos?

Todos los modelos con los que he trabajado son talentos extraordinarios. En general, son las mejores personas del medio de la moda en este país: jóvenes sencillos, encantadores, colaboradores; en especial Xiomara, Mariana Zaragoza, Vanessa, Antón, Ángel Daniel, Román Santiago, con quienes trabajé desde el inicio de sus carreras y he tenido una especial conexión; es maravilloso el ser testigo de su evolución. Pero con todos los modelos que he trabajado he tenido experiencias fascinantes.

¿Crees que la industria está dirigida por personas talentosas o aún se mantiene el estigma de los círculos que no dan acceso a nuevos talentos?

El acceso a los nuevos talentos es sumamente complicado. La mayoría de las

veces veo propuestas superiores fuera de las revistas consolidadas o plataformas de desfiles convencionales. Siempre intento dar espacio a los jóvenes, pero no tengo poder absoluto en el medio.

¿Qué es lo que más te ha costado en el proceso de adaptación como migrante?

En estos casi 22 años fuera de mi tierra natal nunca he tenido alguna dificultad para adaptarme. Le agradezco todo a este país y de manera muy especial a Guadalajara. Me ha permitido vivir y ser amado, pero, sobre todo, ha dejado amarse por mí, lo cual es más que suficiente.

Si tuvieses que conceptualizar un editorial de moda dedicado a Venezuela y sus memorias ¿cómo lo titularías, ¿quiénes participarían y a cuáles diseñadores elegirías?

Es una verdadera fantasía pensar en esto. Me inspiraría en las “rumbas” de las famosas minitecas de los años ochenta, pero no haría tal cual una recreación sino una reinterpretación. Encomendaría las imágenes a Alexander Apóstol, Fran Beaufrand o algún nuevo talento. Haría una gran audición de modelos venezolanas de este tiempo, liderado por América González; estarían acompañadas por musas de generaciones anteriores como Sharon Luengo, Aguasanta, Joyce Noujaim, Denise Floreano, Julieta Buitrago,

Patricia Velásquez, Grecia Palomares, Ana Margarita Hudde, Emma Rabbe y Eva Lisa Ljung. Recurriría a piezas de archivo de Guy Meliet, Ángel Sánchez, Margarita Zingg, Mayela Camacho, Oscar Carvalho, en sincronía con las de nuevos talentos como Yenny Bastida y otros que resulten de una convocatoria abierta, porque desconozco a los actuales. Lo titularía: “De la generación Halley a la generación X”.

Finalmente, ¿qué consejo le darías a la siguiente generación que sueña con seguir tus pasos?

Que no se dejen contaminar con toda la parte nociva de la moda, que se comprometan de corazón y no por marketing con las nuevas luchas sociales como: la diversidad, sostenibilidad, entre otras. Sean fieles a los principios y valores básicos de la humanidad, que se enfoquen en realizar aportes y no en repetir los patrones que nos han esclavizado en la parte banal de la industria. No satanizo esa faceta superficial, porque también la fantasía es necesaria para la salud mental, pero no debemos olvidar que la moda debe contribuir al sostenimiento del sistema social. Somos personas y trabajamos para personas; no olvidemos nuestro lado humano.

Instagram: @luisenriquebolivar

TikTok: @luisenriquebolivar

BAJO LA MIRADA DEL ARTISTA

¿Quién o quiénes han marcado tu vida y por qué?

Mis familiares y amigos, mis compañeros de secundaria y universidad, pero, sobre todo, mis alumnos.

¿Cuál joya sería un infaltable en tu estilo?

Zarcillos de estilo minimalista o punk.

Para ti quiénes han revolucionado la moda

Son incontables los personajes que han revolucionado la industria, pero admiro mucho el aporte de Charles Frederick Worth, Madeleine Vionnet, Elsa Schiaparelli, Cristóbal Balenciaga, Paco Rabanne, André Courrèges, Pierre Cardin, Viktor & Rolf, Helmut Lang, Martin Margiela, Hussein Chalayan, Vivienne Westwood, Ann Demeulemeester, entre otros. Y sobre todo los precursores de la vanguardia asiática como Issey Miyake, Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto y Kenzo.

Un disco, un artista o un libro que sean parte de tu cabecera

Un disco sería Mr. Machine de Brandt Brauer Frick, un artista, sin duda, Lee Bul y un libro Seda de Alessandro Baricco.

Eres un amante de los gatos ¿algo que te atraiga de ellos?

Que eligen amarte.

¿A quién le auguras un camino de logros?

En México a la diseñadora Edith Flores de la firma Fatale.

Un aroma que te defina

Spicebomb de Viktor & Rolf.



León Leiden
para revista Tú.
Foto: Paco Pérez.

Por: Cecilia Avilés @ceciliaaviles

LA BELLEZA DE LO INUSUAL

MO
DE
LOS



WINNIE HARLOW

1.75 metros, cuerpo tallado, abultada melena de rulos y piel diferenciadora. Winnie fue descubierta por Tyra Banks en el programa *America's Next Top Model* en 2014. A partir de entonces, su carrera despegó, conquistando las pasarelas y el mundo *fashion* reivindicando el vitiligo y la diversidad. La canadiense ha sido el rostro de campañas para marcas como Desigual, Puma, cosméticos MAC y Maybelline. Gracias a su labor fue elegida en 2016 como una de las 100 Mujeres de la BBC. Ha desfilado para marcas como Moschino y Versace.

@winnieharlow

de la era inclusiva

La moda visibiliza la diversidad a través de nuevos cuerpos, rostros e historias, redifiniendo la belleza y celebrándola en todas sus formas y presentaciones

Con una industria tan estructurada en cuanto a cánones, años atrás resultaba impensable que una mujer con vitiligo tendría la oportunidad de caminar sobre una pasarela, o que una chica *plus size* sería fichada por una marca internacional. Del mismo modo, que hubiese representación étnica, mayor inclusión de modelos de color y apoyo a la diversidad en general, era un tema ajeno y poco interesante. Hoy, luego de diversas transformaciones, la moda ha marcado un precedente, al celebrar y visualizar la belleza de lo inusual, al exhibir al ser humano real en su plataforma.

Los recientes cambios que se han gestado en la moda, han tenido diversos protagonistas. Sin embargo, si nos referimos a modelos que han roto con los esquemas tradicionales, podemos mencionar a un sinfín de talentos. Lo interesante de todo esto es que, gracias a esta apertura hacia la "diversidad", recurrentemente son encontrados nuevos hallazgos que continúan visibilizando este movimiento. Aquí algunos de los nombres más destacados:



ASHLEY GRAHAM

Las curvas más sensacionales de Estados Unidos las tiene Ashley Graham. La modelo y diseñadora, conocida por su lucha contra los cánones de belleza, inició su carrera a los 14 años. Esta "activista del cuerpo femenino", tal y como ella misma se define ha protagonizado campañas para H&M Studio y ha desfilado para Dolce & Gabbana y Fendi. Su reciente trabajo en la moda, fue la colección inclusiva para la marca Pronovias *Ashley Graham x Pronovias*, misma que cuenta con 16 diseños disponibles desde la talla 32 a la 66. Su charla TED Talk "Plus Size? More Like My Siza", confirma su rol como vocera.

@ashleygraham



ADUT AKECH

Quien pasó sus primeros siete años de vida en un campo de refugiados de Kakuma, administrado por la ONU en Kenia, dio un giro tremendo en su vida con su incursión en la moda. Su altura, color de piel y rasgos africanos han sido los atributos que la han llevado a conquistar la industria. En su portafolio destacan trabajos con marcas como Prada, Valentino y Miu Mui. Adut es la actual embajadora global de *Estée Lauder*.
@adutakech



SOFÍA JIRAU

Icónica representante de las personas con Síndrome de Down. Su nombre: Sofía Jirau, su plataforma: las pasarelas. Desde niña la boricua se inclinó por la moda y con el apoyo de sus padres, logró su más grande sueño: ser modelo. Sofía hizo su debut en 2020 durante la Semana de la Moda de Nueva York, trabajó con Victoria's Secret y protagonizó una colección llamada *Cloud Love*.
@sofajirau

AMÉRICA GONZÁLEZ

Rostro exótico del Caribe. Mirada punzante, cabello recortado y mucha actitud, describen a esta modelo venezolana, representante de la nueva era de la moda en términos de diversidad. En su corta pero fructífera carrera América ha desfilado para Dior, Louis Vuitton, Fendi, Chanel, Versace, entre otras marcas de lujo.
@saiyanbride



ISSA LISH

De aspecto andrógino, belleza atípica y rasgos únicos, resultantes de la liga entre México y Japón. La joven comenzó a modelar estando en *high school* incrédula que podría lograrlo. Debutó con Yves Saint Laurent y de ahí siguieron participaciones con firmas como Jean Paul Gaultier, Dior, Max Mara y Céline. Se ha convertido en musa exclusiva del diseñador Marc Jacobs.
@issalish



DAPHNE SELFE

La edad no ha sido un impedimento para Daphne, por el contrario. Su longevidad la ha usado a su favor. La afamada modelo británica comenzó en la industria cuando la fotografía a color aún no se había popularizado, y hoy derrocha más vitalidad que nunca en las imágenes. A sus 91 años sigue trabajando con diversas marcas de moda. En 2019 fue incluida en lista de Distinciones de Honor de la Reina Isabel II por su importante labor.
@daphneselfe



EDUARDO DOMÍNGUEZ

Destacando sus raíces mexicanas, su cultura otomí y mazahuas, este joven ha iniciado su camino en el mundo de la moda, redefiniendo la belleza azteca, siendo fichado por dos grandes emporios, ni más ni menos que Gucci y Louis Vuitton. Pero también en su país ha desfilado para Mercedes Benz.
@misterzero0

Por Redacción Velvet

Trend Alert: *Neon Fever, Green Fever!*

La primavera se tiñe de verde neón e invade nuestro guardarropa. En prendas de vestir con y sin brillo, diurnas o de fiesta, en *total looks* o por separado. En Braganza siempre al día con las tendencias, incorporamos este dictamen cromático, y a partir de ahí, seleccionamos joyas a tono, así como otras brillantes opciones dentro de las variantes de este arriesgado y juvenil color de temporada "green"



Brazaletes de cuero italiano, dije en plata 925 y oro 18K marca Tirisi Jewelry



Anillo oro blanco 18K con diamantes y malaquita marca Braganza

Brazaletes en plata 925, oro rosa 18K y esmalte verde marca Tirisi



Anillo en oro blanco 18K con diamantes y savoritas marca Braganza



Argollas en plata 925, oro rosa 18K, esmalte verde y diamantes marca Tirisi Jewelry



Tranquila de plata 925 y oro rosa 18K con diamantes y turquesa marca Tirisi Jewelry



Argollas y anillo en oro blanco 18K con diamantes y savoritas marca Adolfo Courier



Cadena/
Dije en oro rosa 18K con diamantes y malaquita marca Tirisi Jewelry



Verde lima, verde fluorescente, verde estridente, verde en tendencia. Atrévete a jugar con este color, y combínalo con otras tonalidades. Diviértete eligiendo joyería de lujo en la onda neón. Collares, pendientes, anillos, brazaletes y dijes. Joyas de las más exclusivas marcas, con diamantes, oro y por supuesto, con mucho verdor, al último grito de la moda.



BRAGANZA

— ∞ YEARS & FOREVER —

📷 @BRAGANZAJOYAS

f BRAGANZA 🐦 @BRAGANZAJOYAS

🌐 WWW.JOYERIABRAGANZA.COM



DANIEL FURLONG

“Derribé ESTEREOTIPOS y nunca cedí para ENCAJAR”

En sus propias palabras se define como un precursor que ha impulsado el respeto a la diversidad en la industria de la moda. A sus 28 años, el modelo, estilista y coach de pasarela ha conquistado a México por su personalidad magnética y fortaleza única. Sus palabras resuenan con potencia ante los medios tradicionales, esos que muchas veces generan matrices de opinión que no celebran la autenticidad. “No fue fácil llegar a donde estoy, las únicas personas que he visto que son bienvenidas son las cisgéneros, heterosexuales, binarias y blancas con privilegios. Si no encajas en ese molde vas a tener que luchar y trabajar el triple”, revela

Por: Jennifer Albornoz @jenn_albornoz

Daniel Furlong ha logrado un hito en la industria de la moda mexicana, no solo por su exuberante belleza física, sino por la gallardía que resquebraja estereotipos en un mundo que exige -cada vez más- el respeto a los derechos humanos y la autenticidad. En una entrevista exclusiva el también estilista nos comparte cómo su experiencia y arrojo lo han impulsado a levantar su voz, con el fin de generar cambios en las nuevas generaciones, para así promover el respeto en una sociedad mucho más diversa. “Al inicio no fue sencillo, debido a que inspiraba opiniones positivas y negativas, morbo y rechazo de personas de mente muy cerrada, pero eso cambió con el tiempo, cuando veían mi trabajo y el impacto que causaba no solo en la moda”, detalla.

¿Cómo inicias en el mundo del modelaje?

Comencé a modelar cuando tenía 15 años para proyectos de amigos que estudiaban cine y diseño de moda, pero profesionalmente comencé cuando cumplí 19. Me mudé a la ciudad de Guadalajara con mi familia, debido al trabajo de mi padre. Allí conocí a dos personas sumamente importantes para mi carrera: Cecilia Pichardo, una modelo importante en los años ochenta y noventa. Ella daba clases de pasarela en la agencia donde comencé. Es una mujer muy bella, con carácter y de fuerte personalidad. Era magnética. Al verla dar clases yo quería aprender. Al poco tiempo nos conocimos mejor y se convirtió no solo en mi mentora de modelaje, sino además en mi amiga. La segunda persona que me ayudó fue el fotógrafo Davide Luevano. Desde el primer momento conectamos al instante, no parábamos de reír y de divertirnos. Él pudo capturar mi lado femenino y masculino, al mismo tiempo, y fue clave importante de mi desarrollo como modelo. Ellos me alentaron a seguir mi propio camino.

¿Desde tus inicios te consideras que fuiste un precursor?

En mis inicios no había otro modelo *genderless* o andrógino en México. No existía un precursor. Disfrutaba mucho caminar en tacones, poder usar ropa que me pareciera divertida, sin importar el género y no tener que fingir ser un modelo binario o masculino idealizado por la industria. Quería ser yo y es lo que hice. No fue sencillo debido a que inspiraba opiniones positivas y negativas, morbo y rechazo de personas de mente muy cerrada, pero eso cambió con el tiempo. Comencé una revolución sobre el género, derribando estereotipos anticuados con los que nunca sentí que debí ceder solo para encajar.

¿Qué ha sido lo más difícil?

Lo más difícil fue romper y cambiar los



moldes y estructuras de una industria que controla lo que puede verse o no. Los fotógrafos, diseñadores de moda, directores de *casting*, directores de plataformas, editores de moda son fundamentales, debido a que tienen el poder de decidir, al igual que los medios de comunicación. Lo más difícil de cambiar ha sido la visión de la belleza, lo que debe ser una modelo, y en general ellos tienen el poder de decidir quién entra a la industria y trabaja en ella.

Entonces, no ha sido nada fácil labrarte un camino en la moda...

Lo fácil no existe, no hubo nada fácil para poder llegar a donde estoy, las únicas personas que he visto que son bienvenidas son las personas cisgénero, heterosexuales, binarias, blancas y con privilegios. Si no encajas en ese molde vas a tener que luchar y trabajar el triple, ser el triple de bueno en lo que haces y nunca descansar hasta tener tu lugar.

¿Cómo aprendiste a reconocerte?

He sido congruente con quién soy, lo que digo, comunico y hago. Comencé a celebrarme desde el inicio. Sé que mi trabajo es más que la parte superficial de

ser modelo. Cada vez que me contrata un cliente, se está generando un espacio, un camino y una oportunidad de educar a viejas y nuevas generaciones. Cuando me contratan algunas veces mencionan la palabra inclusión, como si tuviera que sentirme halagado por tener trabajo. Ellos creen que tengo que agradecerles el respeto a mis derechos humanos. La diversidad debe garantizar que todos deberíamos tener las mismas oportunidades.

¿Cómo exteriorizas tu feminidad y al mismo tiempo tu lado masculino?

Considero lo masculino y femenino como energías que todas las personas tenemos, pero que no todas desarrollan. Para mí la energía más poderosa y fuerte es la femenina, porque su fuerza no se encuentra en lo obvio. Creo que al exteriorizarlas permito que se expresen naturalmente y en armonía.

¿Crees que la inclusión se ha convertido realmente en una causa u obedece más a una tendencia?

La inclusión es la discriminación disfrazada. Un término que usan las personas blancas con patrones de conducta de un colonizador que llegó a imponer sus ideas, cultura y religión. Usan la palabra inclusión como si se tratara de algo bueno que están haciendo, al ceder en sus dogmas, creen que hacen algún tipo de activismo al respetar los derechos humanos y la libre expresión de personas que no son como ellos.

¿Te consideras una voz de cambio?

No es mi intención y nunca ha sido el ser una voz de cambio, pero amo lo que hago y siempre me he negado a ser, fingir o adaptarme a ideas o estructuras que no son congruentes con mis valores, con mis sueños y con lo que deseo. Tuve que luchar para tener las mismas oportunidades que una persona que encaja en los moldes anticuados de una sociedad. Naturalmente tuve que usar mi voz y generar un cambio.



LA LIBERTAD DE SER TÚ MISMO

Libro favorito: Los cinco niveles del apego de Don Miguel Ruíz

Motor inspiracional: La vida

Líder de opinión en la industria que hable de diversidad: Rihanna

Modelos que te han inspirado : Naomi Campbell, Diana Vreeland, Isabela Blow y Franca Soizani. Ellas cambiaron el mundo de la moda.

Canción de pasarela: Cleo- *Shy Girl*

Frase que te define: "Cuando una ley es injusta lo correcto es desobedecer". Mahatma Gandhi



KATE MIDDLETON, LA PRINCESA DE LA NUEVA ERA

Por Cecilia Avilés @ceciliaviles

De 'Barbiecore' por el Caribe

A su impecable estilo british, Kate Middleton siempre sabe cómo darle un giro y hacerlo evolucionar. Sin dejar de lado la elegancia y la sobriedad que lo caracteriza; ni la estética lady que lo rige, la princesa de Gales, lo fusiona constantemente con las tendencias de moda, creando así looks memorables, modernos y dignos de toda una royal. Durante su estancia por Belice, dio cátedra de sus habilidades al elegir un vestido de cuerpo entallado en color fucsia metalizado, con mangas y falda ligeramente fluida firmado por The Vampire's Wife, mismo que combinó con sandalias Jimmy Choo, clush con bordado maya y zarcillos de la marca O'Nitaa



Inspirado en el atuendo de la duquesa de Cornwall y Cambridge, hemos creado nuestra propia versión Velvet, incluyendo diseños de moda, calzado y accesorios a cargo de marcas internacionales y firmas latinoamericanas. Replícalo y crea tus propias combinaciones al mejor estilo Kate.



• Vestidos Monique Lhuillier
www.moniquelhuillier.com



• Zarcillos Daniel Espinoza
www.danielespinoza.com

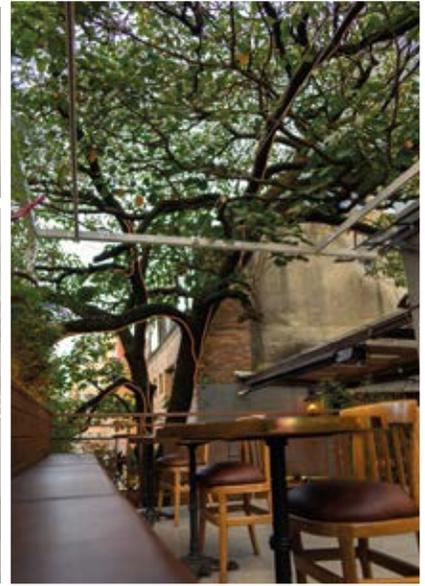
• Clush Maiyet x Mola Sasa
www.molasasa.com



• Zarcillos Susana Vega Jewelry
www.susanavegajewelry.com



• Calzado Manolo Blahnik
www.monoloblahnik.com



Egua, misticismo en las noches bogotanas

Ubicado en la zona rosa de la capital colombiana, este lugar se perfila como un destino gastronómico original por su concepto ancestral

Por: Cecilia Avilés @ceciliaviles
Cortesía de: Egua Gastro Bar

Bogotá lo tiene todo. Historia, cultura, música, diversión y una amplia oferta turística, y gastronómica, por supuesto. La urbe cosmopolita, conocida como “La Atenas Sudamericana”, es famosa por sus distinguidos restaurantes, muchos de estos galardonados con estrellas Michelin, pero también por ser epicentro clave para nuevas propuestas culinarias, gastrobares y centros nocturnos exclusivos. Tal es el caso de Egua, una innovadora apuesta que se ubica en la zona rosa bogotana y cuyo concepto rinde tributo a las raíces, a enaltecer productos nativos y locales, a explorar técnicas ancestrales y a generar conciencia de la riqueza de nuestro pasado y homenajearlo en tiempo presente.

Egua es una palabra nativa, que en lengua amazónica quiere decir admiración e incredulidad ante un suceso extraordinario.

Y esa es, precisamente, la premisa que rige este espacio recién abierto en la capital colombiana, se exhibe como una experiencia singular que reúne música, bebidas y una carta innovadora de comida.

FUSIÓN GASTRONÓMICA Y ESENCIA COCTELERA

El local ofrece una mezcla entre cócteles experimentales y cocina multicultural con ingredientes locales. Todo esto en un ambiente místico. La carta, por su parte, invita al comensal a pasearse por platillos típicos de la cocina asiática, que han sido fusionados con sabores colombianos. Platillos como los pasapalos chinos o *Dim Sum*, rollitos primavera o *spring rolls*, las gyozas, los tatakis y wontons son algunas de las opciones del menú.

Sobre los cócteles de este lugar, destacan nombres como: Yajé, Manglar, Sierra Nevada, Macuira, Tupí, San Agustín, Sangregado y Peyote. Cada uno de estos

tragos fueron creados tomando como referencia algunas de las tradiciones y los ritos ancestrales de diversas regiones del país. Además de esto, Egua brinda una destacada selección de licores y tragos nacionales como viche, ron, aguardiente, ginebra, entre otros.

MÚSICA VARIADA Y AMBIENTE DE GASTROBAR

El alma de Egua es la música, misma que enmarca el viaje que los visitantes hacen una vez que entran. Ritmos latinos urbanos ambientan la velada para quienes eligen quedarse en Raíz, el primer piso de este gastrobar, mientras que la música electrónica ambienta el segundo nivel: Árbol. Este piso cuenta con sistema de luces que recubre toda la estructura junto con el árbol que es precisamente el centro de todo el diseño. Este espacio se apertura para dj's nacionales e internacionales cada fin de semana.

Coordenadas: @__egua__

 **Seguros
Universitas**
Vemos la vida como tú

RIF: J-00148811-1

 @segurosuniversitas
 @SegUniversitas
 Seguros Universitas

www.segurosuniversitas.com



Enlace de ~ ensueño

Por Jennifer Albornoz Figueras @jenn_albornoz

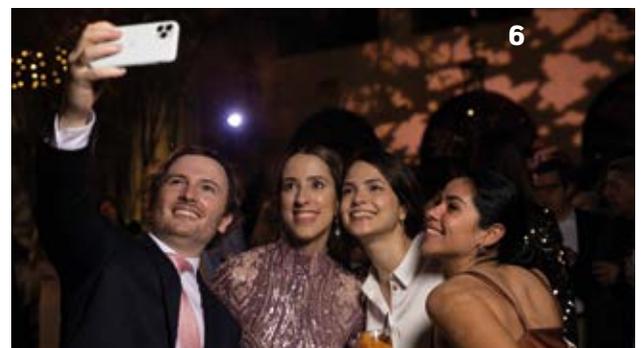
Fotografías: Manuel Reverón y Serendipity Pic (cóctel)

Domingo Cabrera y Serendipity Pic (boda ecléctica)

Álvaro Silva y Natalia Mazzei Zubillaga han sellado su compromiso, el pasado 17 de diciembre en un escenario de excepción y con gran significado para los novios, la Iglesia Católica Greco Melkita de San Judas, situada en Miami.

Rodeada de familiares y amigos, Natalia llegaba a su gran cita del brazo de su madre dejando al descubierto su secreto mejor guardado: su majestuoso vestido de novia. Un modelo que había confiado a Peter Langner. En su taller, el modista se encargó de crear para ella un diseño clásico, muy elegante, realizado en mikado de seda y con una gran cola en organza, rematada con puntilla de encaje.

Una vez convertidos en marido y mujer, el financista y la diseñadora pusieron rumbo junto a sus familiares y amigos —entre los que se encontraban la socialité Andrea Brillembourg, la actriz Sabrina Seara, la diseñadora y locutora venezolana Michelle Denerssian, la directora de arte Gabriela Soto y el fashion stylist Marcos Durán— a The Sacred Space Miami, donde tuvo lugar la celebración. Entre luces, jolgorio, olores fragantes y el titilar de las velas, Álvaro y Natalia ensalzaron por todo lo alto el amor que los ha unido por más de seis años.



1. Armando Zubillaga, Natalia Mazzei, Álvaro Silva, Daniela Zubillaga y Armando Zubillaga
2. María Gabriela Ceballos, Yolanda Gargallo, Angela Di Gerónimo y Susana Zubillaga
3. Alba Parra, Álvaro Silva, José Zubillaga, Natalia Mazzei y Sabrina Seara
4. Kyle Gillen y Antonio Ajam
5. Andrés Cortes, Natalia Mazzei, Alvaro Silv y Rafael Alvarado
6. Álvaro Silva, Natalia Mazzei, Yessica Goncalves y Mariela Gomez Mancini
7. Astrid Villalobos, Ana C. Vollbracht y Andrea Brillembourg
8. Angélica Rebolo, Jorge Malavé, Jennifer Albornoz Figueras y Wilmer Silva Mazzone
9. Diego Gil, Michelle Denerssian, Gabriela Soto y Marcos Durán
10. Yessika González, Astrid Villalobos, Andrea Brillembourg, Mariela Gómez Mancini y Ana C. Vollbracht

PASEO
EL HATILLO
LA LAGUNITA

2-31390184-9

Siempre un gusto

Mercantil

PASEO
EL HATILLO
LA LAGUNITA



WWW.PASEOELHATILLO.COM



Estacionamiento
@paseoelhatillo

TELF: (0212) 211.52.00

DIRECCIÓN: AV. PRINCIPAL DE LA LAGUNITA,
MUNICIPIO EL HATILLO, CARACAS

G: FOREVER GREEN, UNIVERSO DECORATIVO

El consultor creativo y diseñador de interiores, Carlos Mota, presentó en Caracas su distinguido libro *G: Forever Green*. El encuentro se desarrolló en Maison 11 y contó con la presencia de la ilustradora de la publicación, la diseñadora y empresaria venezolana, Titina Penzini. Nuestra directora-editora, Patricia Olivares Taylhardat, así como otros miembros de la sociedad caraqueña asistieron al evento para conocer esta obra de estilo inigualable e ilustraciones inspiradas en la cerámica portuguesa del siglo XVII, el *art nouveau* y los narcisos de mar.

@casamotachic



LAFS ATERRIZA EN CARACAS

A sabiendas del talento que impera en el rubro de la moda en Venezuela, las fundadoras del *Latin American Fashion Summit (LAFS)*, Estefanía Lacayo y Samantha Tams, visitaron Caracas para conocer, de primera mano, la labor que realizan diversos diseñadores en sus talleres. Pero, además, durante su estadía en la ciudad, ofrecieron charlas en reconocidas universidades. Durante los encuentros, conversaron sobre la industria, la influencia latina y también, acerca de las distintas plataformas que ofrece LAFS, como Raíces, congreso de moda que por primera vez se llevará a cabo en Santo Domingo, República Dominicana, del 13 al 15 de marzo.

@latinamericanfashionsummit

TIRISI BRILLA EN NY FASHION WEEK

La prestigiosa firma holandesa dijo presente en el *New York Fashion Week*. Con dos desfiles de moda, exhibió sus novedades en materia joyera para este año. La primera, el conjunto *Milano Due* de edición limitada, representado por un collar de esmeraldas y diamantes de alta calidad de Tirisi Jewelry. La segunda, la colección *Ciudad del Cabo* de Tirisi Moda, misma que también se mostró en pasarela develando que todo se tratará de colores para la próxima temporada.

@tirisi



CH

VISTE A LA EMPERATRIZ MODERNA

Nueva York fue la urbe seleccionada para que Carolina Herrera diera a conocer su colección temporada Otoño-Invierno 2023. La propuesta se inspira en la emperatriz Isabel de Austria, Sissi. Vestidos con escotes retrato y una vívida paleta de colores en tonos joya caracterizan la línea. Al desfile asistieron Maddie Ziegler, Grace Fuller, Julianne Hough, entre otros famosos.

@carolinaherrera



NMZ Y SU MOSAICO CREATIVO

La diseñadora Natalia Mazzei Zubillaga reafirma su compromiso con iniciativas de moda sostenible. En esta ocasión, reinterpreta sus grandes éxitos del pasado con "Volver". El repertorio incluye estampados florales, telas planas y la técnica de bordado en motivo geométrico. La cápsula que incluye vestidos con mangas drapeadas, volúmenes y escotes, cuenta por primera vez con piezas elaboradas en tafetán.

@nmz_natalia



PrintON[®]
powered by
bluecom



J-41207434-2

IMPRIME hasta el cansancio...

con cartuchos de **TONER** PrintON[®]
powered by
bluecom

AHORRA hasta un **300%**

www.printon.la  [printonlat](https://www.facebook.com/printonlat)  [@printonlat](https://www.instagram.com/printonlat)

B

BRAGANZA

Av. Luis Roche con Av. José Beracasa, Altamira, Centro Comercial Turístico Altamira Village, Nivel Terraza, Local PB-09, Caracas. www.joyeriabraganza.com
IG: @braganzajoyas

BVLGARI

Centro San Ignacio, Nivel Jardín, Local J-41 / J-43, La Castellana, Caracas. Tlf.: (0212) 263.9371
www.daoro.com.ve

H

HOTEL IKIN MARGARITA SPA

Calle El Melonal, Playa Cardón, Isla de Margarita, Venezuela
Tlf.: (0295) 500 IKIN (4546)
www.ikinmargarita.com.ve

J

JOYAS MARCA 18JOK

www.18jok.com IG: @18jok.
Whatsapp Business
Tlf.: +58 (414).2391111

JOYERÍA DAORO

Centro San Ignacio, Nivel Jardín, Local J-41 / J-43, La Castellana, Caracas. Tlf.: (0212) 263.9371
www.daoro.com.ve

JOYERIA DAORO

19501 Biscayne Blv., Aventura Mall Aventura, FL 33180 USA www.daoromiami.com
IG: @daoro_miami

P

PASEO EL HATILLO

Av. Sur, La Lagunita Country Club, Nivel P-1, Caracas. Tlf.: (0212) 211.5200
www.paseoelhatillo.com
IG: @paseoelhatillo

PRINTON

www.printon.la / IG: @printonlat

R

RETRAINING

Av. Principal de Las Mercedes con calle Mucuchíes, C.C La Mansión Penthouse, Las Mercedes, Caracas. Tlf.: (0212) 993.4584
www.retraining.com.ve
mail: info@retraining.com.ve
IG: @re_training

S

SEGUROS UNIVERSITAS

Av. Tamanaco, Centro Empresarial El Rosal, El Rosal, Caracas. Tlf.: (0212) 655.5100
www.segurosuniversitas.com
IG: @segurosuniversitas

T

TOLON FASHION MALL

Av. Principal de las Mercedes, entre Av. Copérnico y Av. New York, Las Mercedes Caracas. Tlf.: (0212) 300.8863
www.cctolon.com
IG: @tolon_FM
Twitter: @tolon_FM
FB: tolonoficial

SUSCRÍBETE

Y recibe en la comodidad de tu casa u oficina 4 ediciones del año de Velvet

VELVET

 @Velvet_magazine |  @Velvetmagazine



DESCUENTO ESPECIAL

*(1) año: (-10%) Bs. 180 c/ejemplar

REGÍSTRESE

* Estos costos incluyen los gastos de envío en la Gran Caracas. Promoción autorizada por SUNDDE. Válida del 01 de abril de 2022 al 01 junio de 2023. Esta promoción consta de 1.000 ejemplares PVP Bs. 200,00

* Para información sobre suscripción comunicarse a través de los números 0212-951.24.78 952.18.66/953.39.15, o a través del correo electrónico: mercadeo@grupontime.com

Y SERÁN TODAS TUYAS



PARA LECTORES CON ESTILO



retraining

J-29927910-2



@RETRAININGSTUDIOCARACAS

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



SERPENTI

BVLGARI
ROMA



CENTRO SAN IGNACIO • NIVEL JARDIN
LOCAL J-43 LA CASTELLANA, 263 9371/267 4161