

MICKY'S

magazine



Índice

1. **Artista detrás de la portada**
2. **La polémica del babydoll de Olivia Rodrigo** - crítica de moda
3. **La paradoja del lienzo en blanco de la MET GALA** - crítica de moda
4. **La charla magistral de Cinthia Kern, Kosiuko, sobre estilo personal en BAFWEEK**- evento de moda
5. **Más allá del stiletto** - tendencias
6. **Un siglo de Marilyn Monroe** - historia de la moda
7. **Coronación de una nueva reina, Miss Universo La Plata** - entrevista
8. **Alysa Liu es la nueva embajadora de Louis Vuitton** - celebridades
9. **Mugler desafía el poder de las múltiples facetas en "The Womanities" junto a Emma Chamberlain** - campaña editorial
10. **Eliana Figueroa y su cruda visión de la moda argentina** - entrevista

Escritura y edición por Micaela Torres
Ilustración de la portada Dorian Martin



ARTISTA DETRÁS DE LA PORTADA

Para la portada de junio, el objetivo era encontrar un artista que entienda cómo expresar el arte de la moda y su mirada original en una ilustración movilizante. En un mundo donde parece que el arte se nos escapa de las manos, darle un espacio de reconocimiento en todos los espacios posibles es un deber en nuestra industria, donde las ilustraciones han sido parte desde los inicios mismos del periodismo de moda. Desde *Micky's*, retomamos esa conexión innata y nos contactamos con el reconocido artista **Dorian Martin** (también reconocido como **Soggywave**), con fuerte presencia en redes sociales y una trayectoria innegable donde el dibujo digital logra transmitir emociones verídicas e incomparables.

La inspiración detrás de la ilustración de la portada nace de la profunda admiración mutua entre las ramas artísticas presenciadas en la alfombra roja de la **Met Gala 2026**, ilustrada gráficamente a través del diseño **Mugler** vestido por la reconocida influencer de moda **Emma Chamberlain**, en donde un vestido se transformó en una auténtica pieza de arte pintada a mano. El dramatismo visual de su puesta en escena y el talento reflejado en su diseño fue la semilla que inspiró a Dorian a crear una ilustración que rinde tributo a la unión inquebrantable entre la moda y el arte.

LA POLÉMICA *del babydoll* de Olivia Rodrigo

Desarrollemos la herencia estética de los mal-llamados *babydoll*, y el porqué de la polémica de la cantante.

Por Micaela Torres



Poco se mide tanto al milímetro en la vida como las decisiones de una pop star; como si lo qué vistiera, lo que opinara y lo que dejara de opinar tuviera graves consecuencias en la sociedad. Sin embargo, el debate vuelve a traer al ojo de la tormenta a una cantautora juvenil para replantearnos su accionar. Hoy desarrollaremos la polémica que tuvo en vilo a los críticos de turno en internet: **Olivia Rodrigo y un babydoll**.



con volados que recuerda a los pijamas. La escena, combinando esta estética con la música, nos trae como primer recuerdo a la María Antonieta que Sofia Coppola nos presenta en su film; una combinación de los aspectos más clásicos y tradicionales de la feminidad con una personalidad más desafiante e identificable para las adolescencias actuales; los estereotipos femeninas en contraposición con la feminidad real de la cantante.



MICKY'S

Recordándonos un poco a la idea detrás del video musical de "House Tour" de la también reconocida (y a veces rival simbólica de Rodrigo) Sabrina Carpenter, quien juega con el imaginario de lo que sería una pijamada femenina, en este caso apuntando a una fantasía más bien sexual mientras Olivia interpreta la fantasía en su estado más puro de cuento de hadas:

*una chica, un
palacio, una
canción y un
vestido que
invita a
soñar.*



Pero parece ser que hay personas que no lo interpretaron así, ya que las críticas cayeron a considerar que el vestuario elegido aludía a un cierto...

...FETICHISMO DE LA INOCENCIA FEMENINA...

...considerando que la silueta del vestido parecía ser un traje diseñado para una niña, acusando así a la cantante de una doble intención perversa.

ORIGEN DEL "BABYDOLL"

Considerar el babydoll una figura infantil es no tener conocimiento de la historia de la moda femenina. El babydoll, correctamente llamado "**vestido corte imperio**" nace en la **Época de la Regencia** (aproximadamente entre 1795 a 1820) como un símbolo de despojarse de los lujos excesivos de las modas impuestas anteriormente; abandonaron el corset y optaron por una silueta donde la cintura del vestido está por debajo del busto, dando una estética más delicada que vemos en la reconocida serie de Netflix *Bridgerton*.



Esta **silueta no nació para ser interpretada por el deseo masculino**, sino que surgió luego de la ola de conflictos políticos producidos por las amplias diferencias económicas entre clases sociales que obligaron a las familias más pudientes a vestirse de maneras más recatadas para no ser un blanco fácil.



EL REDISEÑO QUE LO CAMBIÓ TODO

En la **década de los 60**, el vestido imperio tuvo un rediseño que redefinió su estética hasta nuestros días: un **vestido corto**, de día, realizado con materiales ajustados a la época como **denim** y **gabardina**, convirtiéndose en una prenda básica que todas las chicas tenían o deseaban tener.



La tendencia fue tan grande en aquellos días que hasta fue la silueta elegida por **Sharon Tate** para su vestido de novia en 1968.

LA REINA DE LOS BABYDOLLS

A medida que la moda evolucionó, la silueta imperio comenzó a utilizarse más para pijamas o vestidos lenceros, convirtiéndose en parte de los outfits del momento con la oleada **Grunge** liderada por **Courtney Love**, la cantautora y guitarrista estadounidense que marcó la estética de combinar prendas románticas y delicadas con elementos punk como chaquetas de cuero, borregos y una actitud más desafiante; todos elementos que inspiran a Olivia en sus looks.



Es así que considerar a los *babydoll* (o incluso llamarlos así) como una prenda infantil que se lo ponen adultas para intentar seducir a los hombres no es solamente bastante cuestionable sino también ignorante.

Grandes mujeres referentes han sabido adaptar este vestido a su estilo personal; desde **Brigitte Bardot (1957)**, **Twiggy (1967)**, **Jane Birkin (1971)**, **Courtney Love (1994)**, fueron mujeres que elegían su vestir como una extensión de su esencia, como un manifiesto de la identidad a primera vista.

Actualmente, esta silueta es muchas veces relacionada con la maternidad ya que es una opción cómoda y bella para vestir una pancita de embarazo. Y la complementación de moños, encajes, medias y maquillaje suave son referencias nostálgicas, las cuales definen la mayoría de decisiones estéticas de nuestra era.



LA REAL ESTÉTICA DE OLIVIA:



Olivia decidió construir una **estética personal** basada en **combinar romanticismo y punk con letras sacadas de su diario íntimo**; la manera con la que narra sus canciones es un fiel reflejo de la rebeldía y fortaleza con la que expresa su vulnerabilidad interna:

ELLA CONOCE SUS LADOS DEBILES E INSEGURIDADES PERO NO TIENE NINGUN MIEDO EN GRITARLAS AL MUNDO.

Ese es su estilo personal, que termina trasportando a su vestir, y esta herencia intrínsecamente femenina de las mujeres en la industria del

cine y la música existe en ella y la refleja a través de la elección de estos vestidos que veremos mucho en su más reciente era *'you seem pretty sad for a girl so in love'*. Juzgar su estética sin entender el legado de sus prendas y el porqué de su vestir es sentarse en suposiciones vacías, creyendo erróneamente que todo lo relacionado a la hiperfemineidad tiene el fin de buscar una doble intención.





la paradoja del lienzo en blanco en la Met Gala 2026

Analizamos por qué el código de vestimenta más ambicioso de la década terminó ahogando a los estilistas en un mar de literalidad.

Por Micaela Torres

MICKY'S

En la era del scroll infinito, donde una microtendencia muere a los tres días de nacer, hablar de una alfombra roja que pasó hace casi un mes pareciera ser un anacronismo. Pero si hay un ecosistema que burla la caducidad del algoritmo, es la **Met Gala**. La escalinata del museo neoyorquino no es solo un desfile de vanidades; es nuestro termómetro cultural. ¿Te acordás cuando el imaginario católico nos cortó la respiración en aquel lejano 2018 con *Heavenly Bodies*? Esa es la verdadera vara. Sin embargo, y muy a mi pesar, si tuvimos una gala reciente con sabor a poco, fue esta última.

El **dress code** de la noche, "**La Moda es Arte**", era a simple vista el paraíso absoluto del *savoir-faire*. Un abanico conceptual tan amplio que, paradójicamente, terminó paralizando a las mentes maestras detrás de los percheros. Los códigos de vestimenta existen para vertebrar el storytelling de un evento; otorgan una paleta, una silueta histórica, una brújula visual. Pero cuando el faro es el arte mismo, la abstracción más indomable de la humanidad, el GPS de la industria colapsa. Por un lado, la urgencia de la viralidad contemporánea; por el otro, el terror absoluto a la página en blanco. ¿Acaso la libertad total es la peor de las cárceles creativas?

Fashion

Vimos a demasiados tomar la autopista fácil. Figuras como **Kendall Jenner**, **Rachel Zegler** y **Hunter Schafer** aparecieron enfundadas en traducciones casi escolares de esculturas clásicas o lienzos reconocidos. Fue un copy-paste ilustrado. Las cosas como son: el peso visual de un tafetán drapeado buscando emular el mármol de Bernini, o unas pinceladas sobre capas de organza, siempre serán un acierto estético por su innegable destreza técnica. Pero traducir un cuadro a un corpiño es apenas un ejercicio de mimesis aburrido; es ignorar por completo que el ready-to-wear y la alta costura no necesitan pedirle permiso al Louvre para sentarse a la mesa de los artistas.



La moda es arte per se, desde su convención más primitiva. Es la única disciplina estética que es intrínsecamente humana porque nos habita, nos abraja por pura utilidad biológica y, al mismo tiempo, nos expone psicológicamente frente al mundo. Como proponía Roland Barthes en su sistema de la moda, la ropa es lenguaje cifrado. Imaginar una moldería imposible, tensar un hilo de seda, manipular la caída de un crepe de chine negro azabache para que dialogue con la gravedad... eso es esculpir en movimiento.

LA MODA ES UN ARTE PER SE



Afortunadamente, entre tanta miopía de styling, sobrevivieron quienes entienden que un vestido no es un bodegón inerte. **Emma Chamberlain** (esa it girl que supo mutar orgánicamente de vlogger a musa indiscutible del effortless chic) dictó cátedra en la alfombra roja. Su elección no fue un disfraz de museo con sed de likes; fue method dressing en estado puro. La casa **Mugler** abrió su archivo histórico para inspirarse, entregando un diseño arquitectónico brutalmente intervenido. Detengámonos un momento en la textura: gruesas pinceladas de pintura que mutaban visualmente en un plumaje oscuro y afilado, rematando en

una pesada cola asimétrica que simulaba tinta fresca derramándose sobre las alfombras del Metropolitan. El vestido no intentaba parecerse a una pintura ajena; la prenda era el lienzo, el artista y el happening al mismo tiempo. Menos nostalgia académica, más ferocidad textil.



EL ARTE DE VESTIR NO ES COLGARSE UN MUSEO ENCIMA: ES PERMITIR QUE LA TELA LLORE, RESPIRE Y EXPONGA LA TENSIÓN DE NUESTRA PROPIA HUMANIDAD.

Al final del día, la verdadera genialidad en el diseño no se trata de imprimir óleos centenarios sobre faldas de tul, sino de recordarnos por qué, frente al ruido ensordecedor del mundo moderno, un simple corte al bias y una técnica visual innovadora todavía puede hacernos sentir indomablemente vivos.



Hay eventos de moda que dictan tendencias, y hay otros que invitan a mirarnos frente al espejo para descubrir quiénes somos realmente. Esto último fue exactamente lo que se vivió en el cine Atlas de Alcorta, cuando **Cynthia Kern, creadora y diseñadora de Kosiuko**, tomó el micrófono para brindar una charla magistral titulada **"Cómo Construir una Identidad Propia a través de la Forma de Vestir"**. En el marco del **festejo histórico de los 25 años** de **BAFWEEK**, la referente absoluta del diseño argentino dejó de lado los típicos consejos de estilismo para ofrecernos un encuentro profundamente personal. *"Estoy muy movilizada"*, nos confesó Cynthia en exclusiva para los micrófonos de Micky's Magazine, minutos antes de subir al escenario. *"Hoy vamos a hacer un encuentro mucho más personal, a trabajar con imágenes... Y a todas esas seguidoras tan maravillosas que me potencian, les digo que todo esto se hace desde el trabajo, el compromiso y la pasión"*.

Para entender el imperio visual de Cynthia, hay que viajar a su infancia. En la charla, la diseñadora recordó cómo, cada domingo, *"se paraba el mundo"* cuando llegaban las revistas de moda a su casa. Las leía todas, fascinada por un universo al que sabía que pertenecería, aunque aún no supiera cómo. Recordó sus tardes vistiendo a sus muñecas Barbie para cada ocasión específica (desde el salón de belleza hasta el tenis) y reveló un detalle invaluable sobre los cimientos de su marca: las primeras prendas de Kosiuko nacieron a partir de los moldes de los imponentes tapados de piel y abrigos que su madre vestía para asistir al teatro. *"Nuestras anécdotas influyen nuestra vida, y te dan herramientas con valor"*, sentenció ante una audiencia cautivada.

La charla magistral de *Cynthia Kern* sobre estilo personal en **BAFWEEK**

La diseñadora detrás de la emblemática marca Kosiuko nos invitó a ser parte de una charla privada en donde nos replanteamos la manera en que vemos la relación entre la identidad y el vestir.

Por Micaela Torres

Fotografías por Nina Brasca

En una era dominada por la inmediatez y la viralidad, el mensaje de Kern fue un respiro de aire fresco: basta de miedos y de reglas impuestas. La diseñadora fue tajante al expresar que no soporta el "clon" estético que promueven las redes sociales actuales. *"Me aburren las redes, se perdió el misterio y la autenticidad"*, afirmó con convicción. Para ella, el verdadero atractivo de una mujer radica en su capacidad de sugerir y de guardar secretos para la intimidad: *"Es sexy hacerse desear. Hay que cambiar el exceso por el misterio"*. Las imponentes pantallas del cine Atlas respaldaban cada una de sus palabras con frases que ya son mantras editoriales: "Quizás el verdadero objetivo nunca fue vernos perfectas. Es vernos cada vez más parecidas a quienes realmente somos".

Cynthia desmitificó la idea de que el estilo es un don divino. , explicó, subrayando que si bien puede haber una intuición natural, esta se afina obligatoriamente con cultura, sensibilidad y experiencia. Citando a íconos de la reinención como Mick Jagger, Madonna, Jane Birkin y Kate Moss, o inspirándose en la adaptabilidad del personaje de Julia Roberts en el film "Comer, Rezar, Amar" (2010), demostró que la personalidad es lo único que nos hace trascender.

Lejos de la superficialidad, Kern entiende la ropa como nuestra segunda piel; algo que debe nutrirse de nosotros y no al revés. Frente a

esto, proyectó una de las reflexiones más poderosas de la jornada: "El lujo hoy tiene más que ver con el orden que con el exceso. Tener buen ojo; ordenar la ropa, las ideas y también la narrativa personal". En este proceso de autoobservación (que admite, puede dar pudor) es donde encontramos nuestras "prendas fetiche", esas piezas que nos hacen únicas y que queremos habitar todos los días.

"El estilo se construye desde el prueba y error, experimentar. Uno no nace con estilo"

A los 22 años fundó Kosiuko, marca de la que hoy sigue vistiéndose a diario y que lidera junto a su marido, Federico Bonomi. Sin embargo, en su oficina reina una frase reveladora: "Hoy no sos la misma". Cynthia se da la oportunidad de cambiar constantemente, buscando una innovación sincera. Su propia identidad visual, consolidada en los

últimos años, es la prueba de que el estilo no tiene edad; "lo que cambia es la manera de habitar la ropa".

Al final de la jornada, el veredicto fue unánime. Cynthia Kern no solo nos enseñó a editar un vestidor con criterio y voluntad, sino que nos recordó que las prendas y las imágenes no deben responder a una tendencia efímera, sino a una forma de vivir y sentir. En tiempos de perfección digital, ella elige la personalidad. Y nosotras, desde esta redacción, no podríamos estar más de acuerdo.



Más allá del stiletto:

CINCO ZAPATOS IMPRESCINDIBLES ELEGANTES Y CÓMODOS

Los tacones dejaron de ser la única opción de calzado elegante en nuestro armario. Hoy te mostramos las opciones chic que se adaptan a nuestros ocupados días sin perder el estilo.

Por Micaela Torres

LOAFERS CHUNKY



SLINGBACKS PLANOS



FLATS



MULES



MARY JANE



MICKY'S

UN SIGLO DE *Marilyn Monroe*

Hoy, Norma Jeane Mortenson cumpliría cien años; pero Marilyn Monroe no cumple años, cumple un siglo de vigencia absoluta. Analizamos por qué el icono definitivo del siglo XX sigue dictando las reglas del deseo, la vulnerabilidad y la moda en nuestra era hiperconectada.

Por Micaela Torres

El calendario marca el primero de junio de 2026. **Cien años.** Una cifra redonda, rotunda, pesada. Sin embargo, en el universo de la imagen, el tiempo es una ilusión óptica. Hoy celebramos el centenario de su nacimiento terrenal, pero, en rigor de verdad, estamos ante memoria viva. **Marilyn** no es un póster vintage; es el código fuente del star system moderno y la piedra fundacional del canon estético contemporáneo. Esto no llega en un vacío cultural. En una época saturada de it girls efímeras y tendencias prefabricadas por algoritmos de TikTok, el magnetismo de Monroe funciona como un ancla y un antídoto. No es un capricho de la nostalgia, es arqueología de la fama. Al visitar su archivo (sus claroscuros, su tragedia íntima y su triunfo estético), nos encontramos con el espejo perfecto de nuestras propias obsesiones sobre la construcción de la identidad pública.



¿Quién fue realmente la mujer detrás del rubio platino? Fue, ante todo, una estratega magistral de la imagen personal y la construcción de un personaje estético décadas antes de que el término siquiera existiera en las redacciones de moda. La biografía oficial nos habla de orfanatos, de un nombre borrado y de la fragilidad extrema de Norma Jeane frente a la voracidad de Hollywood. Pero la protagonista de esta historia es la creadora; la mujer que entendió que la indumentaria no simplemente viste al cuerpo, sino que articula un escudo y una narrativa.



Pensemos en las texturas y paletas que la definieron, porque en ella nada era casual. El peso visual y el brillo punzante del satén rosa chicle con el lazo gigante en la espalda de Gentlemen Prefer Blondes no era un simple vestido de William Travilla; era una armadura de hiperfeminidad llevada al extremo irónico. Y luego, la revolución táctil: el famoso **naked dress de Jean Louis**, bordado con 2.500 cristales de strass bajo el cual le cantó el *"Happy Birthday"* a **JFK**. Ese tul color carne, tan ajustado que tuvo que ser cosido directamente sobre su piel húmeda antes de salir al escenario, era un ejercicio literal de vulnerabilidad espectacularizada. Menos tela, más poder; el tejido desafiando a la censura moral de la época con un savoir-faire impecable.



Como apasionada del archivo fotográfico, siempre me ha fascinado cómo Marilyn obligó a la cámara a enamorarse de ella. De Milton H. Greene a Richard Avedon, los grandes maestros no la capturaron; ella se proyectó a través de ellos, dirigiendo la sinfonía desde el otro lado del lente. Andy Warhol no la inventó en sus serigrafías cromáticas; el Pop Art simplemente certificó lo que ella ya había logrado en vida: convertirse a sí misma en el logo supremo de la cultura occidental.

El mito de Monroe sobrevive porque supo habitar la grieta exacta entre la mujer que sangra y la diosa que brilla, convirtiendo su propio dolor en la más exquisita forma de haute couture emocional





Aquí radica la antítesis que la hace eterna: por un lado, la caricatura de la rubia ingenua impuesta por el estudio; por el otro, la lectora empedernida de James Joyce que fundó su propia productora para no ser devorada por el sistema. ¿Te acordás cuando, en nuestra adolescencia, creíamos que su estilo era solo coquetería vacía? Qué equivocados estábamos. Su legado de belleza, el labial rojo sangre (una mezcla obsesiva de varios tonos de Max Factor para crear dimensión), el delineado de párpados doble para abrir melancólicamente la mirada y el rubio oxigenado inalcanzable, es hoy la base del glamour subversivo. No era inocencia; era ingeniería visual de alta precisión.

Marilyn, a sus cien años, no nos pide que la salvemos ni que la lloremos. Nos exige que la leamos bien. Entre el viento del metro

levantando la falda blanca de *The Seven Year Itch* y el eco cada vez más lejano de su risa rota, emerge un recordatorio constante para nuestra cultura visual: la belleza sin profundidad es solo decoración, pero la belleza con autoconsciencia trágica hace historia.

Addio, diva eterna.



Coronación de una nueva reina

Así se vivió la coronación de María Irigaray, Miss Universo La Plata 2026. La periodista deportiva y modelo vuelve a su ciudad natal para marcar un hito en sus diez años de trayectoria en los certámenes de belleza.

Por Micaela Torres
Fotografías por David Ruiz

Coronada como la nueva **Miss Universo La Plata 2026**, el triunfo de **María Irigaray** durante el desfile de "*La Plata Moda Difusión*" fue una demostración de que la disciplina y la pasión rinden sus frutos. Diez años después de su primer acercamiento a los certámenes, la modelo vuelve pisando más fuerte que nunca, envuelta en el calor de un público absolutamente entregado y demostrando que la verdadera elegancia madura y se perfecciona con el tiempo.

El estilismo de la jornada fue una oda a la vanguardia platense. Apoyando el talento local, Irigaray deslumbró con piezas de diseñadoras de La Plata, confirmando que la moda de autor es su mejor aliada.

Detrás de este magnetismo innegable se encuentra la visión de su histórica coach, **Francy Lezcano**, quien la acompaña desde 2016 en un proceso de evolución constante. Para María, representar a su tierra trasciende la silueta perfecta; como bien expone en su libro "*Belleza sin medida*" (2017), la verdadera corona reside en la formación académica, el amor por sus raíces y el deseo profundo de posicionarlas en el mapa global.





Posando: Francy Lezcano, María Irigaray
Vestido: Erica Woloszczuk
Evento: La Plata Moda Difusión n39
Fotografías por David Ruiz





Lo verdaderamente fascinante de esta reina de belleza es su absoluto dominio del pulso cultural contemporáneo. Irigaray encarna a la **mujer multifacética de 2026**: recientemente galardonada por su disruptiva labor en el periodismo deportivo, está a punto de debutar en la televisión nacional junto a **Iliana Calabro** en el ciclo "*Iluminadas*". Su enfoque editorial es impecable, buscando dar visibilidad a historias no contadas como las del fútbol femenino, la pionera Elba Selva o Mara Gómez, la primera mujer trans en ser futbolista profesional.

A este brillante presente se suma el apoyo incondicional de su pareja, el actor **Darío Lopilato**, quien acompañó cada paso de la coronación con una simpatía arrolladora, confirmando que hoy por hoy forman una de las parejas más cautivadoras de la industria.

La ruta hacia la gran final nacional ya está trazada mediante una preparación integral que no deja nada al azar. Bajo la tutela de Lezcano,

María perfecciona cada movimiento en la pasarela y pule una oratoria de alto impacto. Sin embargo, demuestra que el glamour sin propósito es cosa del pasado al mantener un compromiso social activo, liderando colectas de alimentos para merenderos locales. En definitiva, erige la inspiración como su mayor estandarte, rechazando la comodidad de la mera belleza física para posicionarse firmemente como un referente intelectual y humano sólido.

El camino hacia la corona nacional promete ser fascinante. Al fusionar la sofisticación atemporal con un discurso que interpela nuestro presente, Irigaray se erige no solo como la rival a vencer, sino como el arquetipo definitivo de la mujer actual.



MICKY'S



Conoce y aprende más del **mundo de la moda**,
en cualquier momento y en todas partes

MICKY'S

“Micky’s Fashion News”

Escucha nuestro **podcast oficial** en **Spotify** y enterate de nuestro mundo más personal, desde experiencias, eventos, analisis y entrevistas en su formato más extenso y exclusivo

Alysa Liu

ES LA NUEVA EMBAJADORA DE LOUIS VUITTON

La campeona olímpica del patinaje sobre hielo se posiciona como nuevo referente de la audacia y el lujo.

Por Micaela Torres



La intersección entre el **virtuosismo deportivo** y la **moda de lujo** ha encontrado a su nueva protagonista. En un anuncio que consolida la visión vanguardista de la Maison, Louis Vuitton y su director artístico de colecciones femeninas, **Nicolas Ghesquière**,

han dado la bienvenida oficial a la medallista olímpica estadounidense **Alysa Liu** como su más reciente embajadora.



MICKY'S

Para Nicolas Ghesquière, la elección de la joven patinadora artística responde a una sintonía espiritual innegable:

"Alysa encarna a la mujer moderna de Louis Vuitton: segura, creativa y absolutamente audaz"



...ha expresado el diseñador. La capacidad de Liu para proyectar una energía implacable sobre el hielo, combinada con una personalidad alegre y magnética, se alinea perfectamente con la estética estructural e innovadora que define la era actual de la firma francesa.



La joven atleta, quien ya capturó todas las miradas durante su reciente paso por la Semana de la Moda de París, ha descrito este vínculo como un "sentimiento empoderador". Al unirse al universo de **Louis Vuitton**, Liu no solo aporta su éxito deportivo, sino una narrativa de gracia, fuerza e innovación sin límites. Su incorporación refuerza la apuesta de la marca por figuras del deporte de élite que representan **valores de disciplina y expresión valiente**.

Este nuevo capítulo creativo promete dar forma a una serie de colaboraciones donde la audacia en todas sus formas será el hilo conductor. Desde la redacción, confirmamos que estamos ante un fenómeno que trasciende las tendencias estacionales; es la consolidación de la atleta como referente de estilo global, capaz de inspirarnos a abrazar nuestra propia individualidad con la misma determinación con la que **Alysa conquista la pista**.



¿Cuántas versiones de ti misma puedes ser en un solo día? Seductora una mañana, inalcanzable por la tarde; hiperfemenina, caótica, distante o puramente teatral. Una mujer contiene infinitas identidades, y la icónica casa **Mugler** ha capturado esta esencia en su nueva y deslumbrante campaña: **'The Womanities'**.

Para encarnar este universo de arquetipos femeninos, Mugler ha elegido a una protagonista que domina a la perfección el arte de la reinención en la era digital: **Emma Chamberlain**. Quien comenzó como un fenómeno absoluto en YouTube, hoy se consolida como una de las figuras más observadas, vanguardistas y magnéticas de la industria de la moda, navegando con maestría entre la vulnerabilidad, la ironía y el lujo absoluto.

Con *'The Womanities'*, Mugler desafía la vieja regla de tener una única "fragancia personal". En su lugar, la marca nos propone utilizar el perfume como un sistema de identidades, un catalizador para activar la versión de ti misma que deseas proyectar.

Mugler desafía el poder de las múltiples facetas en *"The Womanities"* junto a Emma Chamberlain

La icónica casa Mugler se une a la reina de la Generación Z, Emma Chamberlain, para presentarnos *'The Womanities'*. Una campaña deslumbrante que desafía las reglas tradicionales del perfume y celebra las infinitas facetas de la feminidad contemporánea. Descubre cómo el aroma se convierte en el mejor accesorio para tu reinención diaria.

Por Micaela Torres



Personaje: Power Puss
Fragancia: Alien Eau de Parfum



Personaje: Harlequin Star
Fragancia: Angel Eau de Parfum





Personaje: Angel Kiss
Fragancia: Angel Blush Eau de Parfum Musquée



Personaje: La Garçonne
Fragancia: A*Men Eau de Toilette



Personaje: Lady Midnight
Fragancia: Alien Goddess Eau de Parfum



Personaje: Screen Queen
Fragancia: Alien Pulp Eau de Parfum Fruitée

A través de sus fragancias más legendarias e inconfundibles, como *Angel* y *Alien*, la campaña nos invita a explorar un estado temporal de pura metamorfosis.

Las imágenes de la campaña nos transportan a un espacio entre la fantasía de la ciencia ficción y la auto-representación digital. En ellas, vemos a una Emma Chamberlain en constante mutación: luciendo un cabello platinado, maquillajes esculturales y un estilismo dramático que la aleja del clásico celebrity endorsement para convertirla en una verdadera constructora de personajes. Cada imagen y cada aroma están ligados a una identidad emocional diferente.

Mugler entiende que en la actualidad la identidad es performática, fragmentada y, sobre todo, libre. Las mujeres ya no se encasillan en un solo rol; fluyen a través de diferentes arquetipos dependiendo de su estado de ánimo y deseo. Ninguna personalidad encaja mejor en esta narrativa que Emma Chamberlain, cuya imagen prospera en la experimentación y hace eco de la herencia de Mugler: una casa históricamente construida sobre la fantasía, la transformación y la feminidad exagerada.

'The Womanities' es una invitación abierta a jugar con tus propias facetas. ¿Qué personaje vas a despertar hoy? Entra en el universo de Mugler, explora sus icónicas fragancias y descubre el poder de transformarte con un solo rocío. Tu nueva identidad te está esperando.

¿Qué personaje vas a ser hoy?

Personaje: Glamazon

Fragancia: Angel Nova Eau de Parfum Fruitée





Eliana Figueroa y su cruda visión de la moda argentina

En exclusiva para Micky's Magazine, Figueroa se sentó con nosotras no solo para desnudar su alma, sino para ofrecer una de las perspectivas analíticas más agudas, críticas y necesarias sobre el ecosistema de la moda actual, tanto en Argentina como en el extranjero.

Por Micaela Torres

MICKY'S

En la industria de la moda, estamos acostumbrados a consumir la perfección. Vemos las luces estroboscópicas de las pasarelas de Milán, las sonrisas impolutas, los flashes y los títulos rimbombantes. Sin embargo, rara vez nos detenemos a mirar qué hay detrás de la cortina de terciopelo. Para **Eliana Figueroa, modelo internacional, productora, Embajadora de Miss Universo Buenos Aires, Directora provincial de Miss Hispanoamericana Buenos Aires y fundadora de EliVé Company**, el éxito profesional más deslumbrante de su carrera llegó de la mano de la tragedia personal más profunda.

Existen mujeres que simplemente habitan la moda, y luego están aquellas que la construyen, la moldean y la dirigen. Con una destreza camaleónica que le permite transitar con idéntica sofisticación desde las altas y calculadas exigencias del mundo corporativo hasta el glamour implacable de las pasarelas europeas, Eliana Figueroa se ha consolidado como una figura insoslayable en el panorama actual. Su magnetismo desafía cualquier molde tradicional: no es solo un rostro etéreo que adorna grandes campañas o que domina los flashes bajo las luces de Milán; ella es, en esencia, la maquinaria cerebral detrás de la estética. Su ascenso es el resultado de una alquimia perfecta entre intuición, ambición y talento inagotable. Como CEO y fundadora de EliVé Company, una productora de contenidos y eventos que nació de una visión independiente y hoy ostenta un calibre de alcance global, Figueroa ha construido un imperio a pulso. A este título directivo se le suman roles de inmenso prestigio institucional: Embajadora de Miss Universo de la provincia de Buenos Aires, modelo internacional y flamante Directora de CABA para el codiciado certamen Reina Hispanoamericana.



Su impecable historial de producción para gigantes multinacionales como **Amazon** y **Mercado Libre** evidencia a una líder nata, alguien que domina el lenguaje visual de la alta costura con la misma naturalidad con la que ejecuta la frialdad estratégica de los negocios empresariales. En un ecosistema que muchas veces comete el letal error de subestimar el intelecto de quienes brillan frente a la cámara, Eliana irrumpe para demostrar que el verdadero lujo contemporáneo y el poder absoluto irradian de la disciplina, la educación y una visión integral del mercado.

Si la vida de Eliana fuera un guion cinematográfico, los críticos dirían que el contraste es demasiado extremo para ser real. Pero la realidad

superó con creces a cualquier ficción.

En mayo de 2025, Figueroa viajó a Punta del Este para asistir a un importante evento de la industria, acompañada por su pareja. Lo que debía ser un hito más de celebración en su ascendente carrera, se transformó en cuestión de horas en la pesadilla más oscura: el mismo día del evento, su pareja falleció repentinamente. Destrozada por el duelo y la conmoción, emprendió el

regreso a Argentina buscando refugio, solo para descubrir que la tragedia recién comenzaba.



Al llegar, se encontró con que su hogar había sido completamente desvalijado. Le robaron todo lo que tenía, dejándola, en sus propias palabras, *"literalmente en la calle"*. El peso simultáneo de la viudez, la vulnerabilidad extrema y la pérdida material la llevó a cerrar temporalmente su productora. Se aisló del mundo, desarrollando fobia social, y quedó bajo una estricta licencia psiquiátrica en la que sus médicos proyectaban al menos dos años de duro proceso de sanación. Eliana sentía que su vida estaba terminada.

Sin embargo, mientras atravesaba este pozo depresivo, medicada y luchando cada domingo simplemente para salir del sillón de su casa, el teléfono no dejaba de sonar con noticias desde Europa. Aún en su peor

momento personal, había sido nominada y posteriormente **galardonada en Austria como Líder Latinoamérica 2025 en los Latin American Awards**. Este premio se sumó a una vitrina que ya ostentaba reconocimientos ininterrumpidos en 2023, 2024 y que sumaría otro en 2026. *"Mi vida personal estaba hundida, pero mi vida laboral se elevó"*, confiesa. Es el lado 'B' del éxito que nadie cuenta: grabar videos de agradecimiento internacional, organizar producciones masivas en La Rural con su equipo y ser reconocida como una potencia latinoamericana mientras su alma estaba rota. Fue su disciplina, su trabajo y el motor

inagotable de su hija (por quien hoy también **impulsa grandes proyectos sociales para chicos con discapacidad**), lo que funcionó como su gran salvavidas. Una gira posterior por nueve países de Europa, **desfilando en el Fashion Week de Milán**, terminó por devolverle la identidad, la paz y la fuerza.

**"Mi vida personal
estaba hundida,
pero mi vida
laboral se elevó"**



15% de ventas reales". Señala una industria saturada de mercadería pero vacía de rentabilidad, donde abunda el "jugar a trabajar" (desfiles que no pagan, invitaciones a cambio de mera exposición) y escasea el respeto por el profesionalismo de la modelo y del productor. Ella, que hoy tiene el privilegio de elegir minuciosamente a sus clientes, exige que el trabajo sea transaccional, riguroso y respetado.

Lejos de quedarse en la mera crítica, Eliana construye. Su agencia, EliVé Company, mutó rápidamente de un pequeño estudio a una consolidada compañía internacional de marketing y eventos. Su perfil, que fusiona la astucia de una empresaria corporativa con el porte de una modelo de alta costura (y su confesado amor por el lujo clásico de firmas como Louis Vuitton), la ha llevado a ocupar espacios de inmenso prestigio.

Con las valijas casi listas para representar a Argentina en Nápoles para una **serie de Amazon Prime (Miss Europa Continental)**, brilla como Embajadora de la provincia de Buenos Aires para Miss Universo y es la flamante Directora de CABA para Reina Hispanoamericana. Desde este rol (cuya convocatoria para nuevos aspirantes de entre 18 y 32 años está abierta todo el mes de junio), funciona como una Miranda Priestly moderna: exigente, perfeccionista y crítica, pero profundamente empática y dispuesta a enseñar. En su academia, no solo enseña a caminar por una pasarela, sino a gestionar la propia carrera, a tener disciplina comercial y a entender que *"la imagen es todo"*.

"Hoy el 90% del mercado se maneja por canje y publicidad, frente a un escaso 10% o 15% de ventas reales"

Con la autoridad que le da haber caminado las pasarelas de Milán y gestionar eventos de calibre internacional, Eliana no tiene filtros al analizar la industria de la moda argentina. Su diagnóstico es duro, pero absolutamente certero. Mientras que en el extranjero la moda es una profesión respetada, respaldada por un contexto cultural, económico y de patrocinio real, en Argentina el mercado sufre de una informalidad crónica. *"Acá es un país de moda deportiva, no de elegancia"*, sentencia Figueroa. Advierte sobre una alarmante falta de educación en imagen y comunicación desde las bases. Para ella, en un país golpeado por el estrés diario (lo que ella define sin tapujos como "la ciudad de la furia"), la imagen personal queda completamente relegada, reflejando problemáticas mucho más profundas de la sociedad.

Pero su crítica más punzante apunta al modelo de negocios local. En una era donde las redes sociales dictan las reglas, Eliana expone una estadística desoladora del mercado argentino: *"Hoy el 90% del mercado se maneja por canje y publicidad, frente a un escaso 10% o*