MICKY'S

gazine



6. SEPTIEMBRE 2026

Indice

1. **ARTISTA DETRÁS DE LA PORTADA**
2. **NARDOS DESIGN: LA BOTÁNICA COMO RESISTENCIA POÉTICA EN NUEVA YORK** - DESFILE
3. **EL PRECIO DEL CERULEO: LA EXHIBICIÓN DE "EL DIABLO VISTE A LA MODA 2" EN NUEVA YORK** - EXHIBICIÓN DE MODA
4. **LILI REINHART Y SU TRIBUTO A LAS COMEDIAS ROMÁNTICAS A TRAVÉS DE SUS LOOKS** - ESTILO DE CELEBRIDADES
5. **TOMMY HILFIGER ABRE LAS PUERTAS DEL PLAZA** - DESFILE
6. **EL BOLSO GIGANTE DE GAP** - POP UP
7. **RUNWAYS ON FIRE EN TIMES SQUARE** - DESFILE
8. **SERPENTI INFINITO REUNE A DUA LIPA, ANNE HATHAWAY Y LISA** - EVENTO DE MODA
9. **VOGUE WORLD MILANO: ASÍ FUE LA EDICIÓN DE ESTE AÑO** - EVENTO DE MODA
10. **LOS MTV VMAS 2026, Y LA NOCHE QUE MADONNA VOLVIÓ A CASA** - CELEBRIDADES
11. **SADIE SINK PROTAGONIZA LA CAMPAÑA DE OTOÑO DE CALVIN KLEIN** - EDITORIAL DE MODA
12. **EL REGRESO DE "VALENTINA: ES COMO VOS"** - CRITICA DE MODA
13. **DONATELLA VERSACE VUELVE CON SU PROPIA MARCA JUNTO A REVOLVE** - LANZAMIENTO
14. **EL MES DE LA MODA TERMINA EN PARIS** - EVENTO DE MODA
15. **IN MEMORIAM LOS ÍCONOS QUE PERDIMOS ESTE MES**

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



MICKY'S

ARTISTA DETRÁS DE LA PORTADA

Para la portada de septiembre, 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 innigualable donde el dibujo digital logra transmitir emociones verídicas e incomparables.

En el mes de la moda, donde las fashion weeks de las capitales mundiales nos envuelven con los más novedosos diseños, nosotros buscamos nos detenemos en el tiempo, y rendimos tributo a una figura que marcó un precedente en la cultura. **Dolly Parton**, cantante, intérprete, activista y totalmente auténtica, falleció este mes a los 80 años, y con nuestra portada la homenajeamos, siendo para siempre protagonista de nuestro **primer *september issue***.



Nardos Design

La botánica como resistencia poética en Nueva York

El romanticismo no es debilidad; hoy, en medio del ruido constante, nos invita a conectarnos con lo más auténticamente humano. Asistimos al desfile de Nardos Design de primavera-verano 2027 en NYFW, y te contamos todo sobre su más reciente colección.

Por Micaela Torres

La **Semana de la Moda de Nueva York** suele pedirnos prisa, pero el desfile de **Nardos Imam** nos exigió detenernos. En el hall central del *The Pierre Hotel,* a escasos pasos del asfalto del Central Park, la diseñadora nacida en Eritrea no presentó solo ropa; orquestó un manifiesto visual donde la primavera no es un cliché, sino un ejercicio de arquitectura blanda. Analizamos por qué el renacer floral de **NARDOS Couture** para ***SS27*** es la pausa estética que nuestra generación estaba necesitando.

Vivimos obsesionados con lo utilitario, con la moda rápida que se consume a golpe de scroll. En este contexto, Nardos Imam responde con savoir-faire. Desde sus inicios entre los hilos de su madre hasta su consagración en la alta costura, su trayectoria es una de paciencia. Su equipo, compuesto íntegramente por mujeres, convierte el espacio creativo en un santuario: arte hecho por y para humanos, un recordatorio vital frente a la frialdad algorítmica.

La protagonista de esta colección, titulada *"A Conversation Between Art & Nature"*, es innegablemente la textura. Nardos no ilustra flores; las construye. Lo que encarna esta propuesta es la necesidad de volver a lo táctil, a la belleza que exige ser mirada de cerca y no solo a través de una pantalla.





MICKY'S



DESFILE

La protagonista de esta colección, titulada ***"A Conversation Between Art & Nature"***, es innegablemente la textura. Nardos no ilustra flores; las construye. Lo que encarna esta propuesta es la necesidad de volver a lo táctil, a la belleza que exige ser mirada de cerca y no solo a través de una pantalla.
Un vestido en particular captura esta dualidad: una cascada de tul rosa donde cientos de apliques circulares imitan pétalos que caen, creando un volumen que respira con el movimiento de la modelo. No es adorno al azar; es ingeniería romántica. Las blusas de rayas azules, exageradas en su estructura y adornadas con rosetones 3D, contrastan con la fluidez de faldas de organza. El impacto visual de los estampados pictóricos, como sacados de un lienzo impresionista, transforma la tela en un jardín andante.

Es imposible ver esta procesión de siluetas etéreas sin pensar en las ninfas de Botticelli, trasladadas de la Florencia renacentista al mármol ajedrezado de un hotel neoyorquino. ¿Te acordás cuando vestirnos era un ritual de belleza y no solo un trámite para enfrentar el día? Nardos nos invita a recuperar ese espacio sagrado. La tensión aquí es fascinante. Menos cinismo urbano, más utopía botánica. No es un capricho escapista, es una respuesta deliberada a tiempos ásperos. Por un lado, la herencia de la alta costura clásica; por el otro, la urgencia de encontrar suavidad en el presente.
Nardos Imam no nos vistió para la oficina; nos vistió para florecer. La belleza, cuando es intencional y está magistralmente ejecutada, siempre será revolucionaria.





El precio del cerúleo

la exhibición de “El Diablo Viste a la Moda 2” en Nueva York

Recorimos la muestra gratuita de “Christie’s” con el vestuario de la saga, antes de su remate en beneficio del periodismo y la moda.

Escritura y fotorgafías por Micaela Torres

Veinte años después, Miranda Priestly sigue decidiendo cuánto vale lo que nos ponemos. Entramos a **Christie's**, en 20 Rockefeller Plaza, en los primeros días de su exhibición gratuita (del 8 al 13 de septiembre). Frente a nosotras, Andy Sachs sin Andy: el bodysuit y el pantalón de **Giorgio Armani**, en tweed negro con lentejuelas, que **Anne Hathaway** usa en el lago de Como. A un lado, la *Peekaboo* de **Fendi** que lleva Miranda, en anguila caramelo y chocolate; abajo, unos Rockstud rojos de **Valentino Garavani**, el modelo que calza Miranda en el tráiler, que **Meryl Streep** firmaría recién el 10 de septiembre.

Pero no era un museo; era una vitrina con cuenta regresiva. Cada pieza del vestuario de la saga formaba parte de ***"The Auction: Inside The Devil Wears Prada 2"***, la subasta online del 1 al 15 de septiembre a beneficio del **Committee to Protect Journalists** y del **Council of Fashion Designers of America**. La idea fue de Streep, que invitó a "celebrar la verdad y la belleza, la belleza y la verdad". Periodismo y moda: los dos oficios de la película.

De los 35 lotes, uno solo salió del rodaje de 2006: el trench de cebra de **Charles Chang-Lima** que Miranda usa en París. Casi todo el resto es de la secuela o de su promoción, incluida la gira que seguimos en mayo. Detengámonos en el suéter cerúleo de cashmere trenzado: no es el que Andy usó en 2006; es una recreación de **J.Crew**, idéntica a la que la propia Streep llevó en el Late Show. Y el monólogo sigue vigente: ese suéter grumoso, recuerda la ficha, le dice al mundo que te tomás demasiado en

Escritura y
fotorgafías por
Micaela Torres





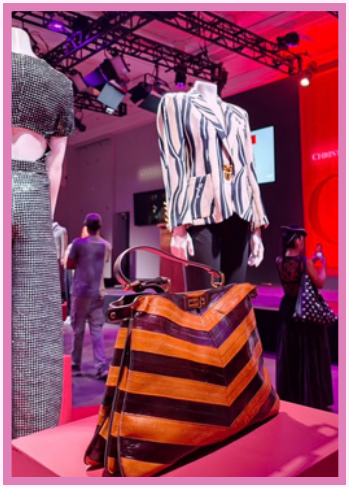


serio como para que te importe lo que te ponés. Estimado entre 100 y 200 dólares (con una experiencia de compra en J.Crew de hasta 1.000), el lote del suéter se vendió en 4.864: unas 24 veces su techo. El trench, valuado entre 400 y 600, llegó a 5.760. El récord, claro, fue para el brazalete Bone de Tiffany & Co., diseño de Elsa Peretti, que luce Emily Charlton (Emily Blunt): 53.760. Pero el vestido de plumas de Lady Gaga en el videoclip Runway no llegó a su estimación. Menos estreno, más recuerdo.

Miranda nos enseñó que el cerúleo baja de la pasarela a la canasta de ofertas; veinte años después, hizo el camino inverso y a precio de subasta.

En Nueva York, lo que se remató no fueron prendas; fueron escenas. Frente a ese mismo azul, Miranda le demostró a Andy que ninguna prenda es inocente (y a mí, a los cinco años, que existía el periodismo de moda). Christie's completó la lección: todas tienen un precio, y esta vez lo pagó la nostalgia para que lo cobraran el periodismo y la moda.

That's all.







Escritura y
fotorgafías por
Micaela Torres

LILI REINHART

y su tributo a las comedias románticas a través de sus looks

Por Micaela Torres

Pocas cosas nos emocionan tanto como ver a nuestras actrices favoritas explorar el maravilloso mundo del *method dressing*, y la única forma de mejorarlo es sumandole una pizca de referencias a la cultura pop. Y eso mismo nos estuvo presentando nuestra querida **Lili Reinhart**, quién en la gira promocional de su más reciente film ***"La Hipotesis del Amor"*** (2026) nos está transporta por el maravilloso mundo del vestuario de las comedias románticas más icónicas de la década de los 2000. Hagamos un recorrido por sus vestuarios.



"MISS SIMPATIA" (2000)

"CÓMO PERDER A UN HOMBRE EN 10 DÍAS" (2003)



"POR SIEMPRE CENICIENTA: UNA HISTORIA DE AMOR" (1998)

"PEQUEÑAS GRANDES AMIGAS"(2003)



"EXPIACIÓN, DESEO Y PECADO" (2007)





"SI YO TUVIERA 30" (2004)





Tommy Hilfiger

ABRE LAS PUERTAS DEL PLAZA

El diseñador volvió al hotel que fue su casa durante una década para presentar su Primavera/Verano 2027. Estuvimos en la puerta, donde el front row, con dos argentinos en la lista, desfiló antes que nadie.

Por Micaela Torres

Las puertas del **Hotel Plaza** estaban pintadas en bloques blancos, rojos y azul marino, como la bandera de **Tommy Hilfiger**. Alfombra roja, postes dorados, vallas repletas de fotógrafos y fans. Era el jueves 10 de septiembre, día inaugural de la NYFW, y ahí estábamos, en la vereda, cuando las camionetas negras empezaron a llegar cerca de las dos. La Primavera/Verano 2027 se presentó adentro, en el Palm Court y el Terrace Room. Pero el show empezó en la puerta.

La elección no fue escenográfica; fue autobiográfica. El diseñador y su esposa, Dee Hilfiger, vivieron una década en un dúplex del hotel. Por esas puertas pasaron Marilyn Monroe, Frank Sinatra y los Beatles, y en sus pasillos vive Eloise, la nena del libro de Kay Thompson (1955). Hilfiger no buscó una sede. Volvió a su vieja dirección.

Adentro, la colección **"Plaza Prep"** desempolvó el guardarropa preppy de la casa. *"Tomamos nuestras piezas históricas del archivo y decidimos darles un nuevo comienzo, una nueva vida"*, explicó Hilfiger: otra proporción, otras telas, el mismo concepto. **Gigi Hadid** abrió el desfile con blazer beige, pantalón rojo oversize y bucket hat azul marino; **Romeo Beckham** lo cerró con chaqueta de tartán, camisa Oxford rosa, corbata tejida y bermudas grises a rayitas. En el medio pasaron polos ceñidos y oversize, rugbys de seda lavada y chaquetas de navegación; al rojo, blanco y azul de siempre se sumaron amarillos vivos y verdes

LDetengámonos en los largos: ahí está la tesis. Bermudas largas con medias altas y mocasines penny; faldas plisadas bajo la rodilla. ¿Te acordás de la pollera tableada, las medias tres cuartos y los mocasines que en tantos colegios platenses eran ley de marzo a diciembre? Hilfiger, que pensó la colección para la Gen Z, le da a ese uniforme (el que Blair Waldorf volvió aspiracional) proporción de skater.

Él mismo llamó al Plaza "nuestro patio de juegos". El uniforme salió al recreo. Volvamos a la vereda. **Kate Moss** llegó entre las últimas, con el look más simple de la tarde. Camisa **Tommy Hilfiger** de rayitas celestes desabrochada sobre un corpiño de encaje negro, jeans rectos, stilettos negros, aviadores y un pañuelo de seda a rayas atado a la cartera bordó.






4W58



Es el effortless chic que en agosto acusamos de requerir mucho esfuerzo; en ella, al menos, el esfuerzo lleva la firma de la casa. **Jisoo**, embajadora global de la marca, saludó a los fans con chaleco varsity azul marino, minifalda y medias blancas a rayas. **Winnie Harlow** cruzó entre una marea de teléfonos en alto. Por Argentina, dos nombres propios.

Stefi Roitman, invitada por Hilfiger en 2019 al show TommyXZendaya en Harlem, llegó con los colores de la casa: chaqueta militar azul marino con escudos bordados, jeans rectos y cartera a rayas azul, roja y blanca. **Franco Masini**, primer argentino protagonista de una campaña global de Tommy Jeans (en julio lo vimos en el editorial de Vogue Latam), eligió un sweater de la misma línea, azul marino con franjas rojas.

Según Launchmetrics, Tommy Hilfiger lideró el Media Impact Value de esa NYFW (la métrica que traduce menciones en dólares): US$ 58 millones, casi el 90% desde las redes. El front row no es la antesala del desfile; es su primera pasada. Y hasta hubo perro: en el saludo final, el anfitrión salió con un samoyedo blanco, guiño a la campaña de otoño con Travis Kelce. Hilfiger ya no vive en el Plaza; por una tarde, igual, el hotel volvió a tener su bandera en la puerta.





El bolso gigante de GAP
en el Rockefeller Center

En plena Semana de la Moda de Nueva York, un tote de denim de varios metros presentó la primera colección de carteras de la marca. Lo vimos en persona y analizamos cómo el buzo que reversionó KATSEYE se volvió bolso.

Escritura y fotorgafías por Micaela Torres

Al atardecer, en los Channel Gardens del Rockefeller Center, la escala nos tomó por sorpresa. Sobre la fuente se levantaba un bolso de denim índigo de varios metros de alto, con pespuntes mostaza. Las asas se recortaban contra las fachadas art déco; abajo, sobre un pedestal forrado en jean, se encendía el letrero "GAP BAG". Imposible seguir de largo. No era una escultura cualquiera; era la presentación de "**GapBag**", la primera colección de carteras de **Gap**.

Los buzos "KAT" ya pasaron por estas páginas: en mayo mostramos cómo cada integrante de **KATSEYE** diseñó su versión del clásico buzo Arch Logo, lanzada tras la primera presentación del grupo en Coachella. Cuatro números después, ese buzo ahora es cartera. El Hoodie Tote le copia al buzo las terminaciones acanaladas y el cordón; está hecho en la frisa de la marca, con forro de neopreno, y va de US$29,95 a US$99,95.

Detrás de la colección está **Reed Krakoff**, que fue director creativo de **Coach** entre 1996 y 2013 y director artístico de **Tiffany & Co**. Su estrella es el Five-Pocket Tote: presillas de cinturón, herrajes y la costura de cinco bolsillos del jean de toda la vida, cosidos en forma de cartera (y sí, esa lengüeta colgante evoca la clochette de un Birkin de **Hermès**). Son cinco siluetas, de US$29,95 a US$148 en su línea principal.



El pop-up, abierto al público del 11 al 13 de septiembre con entrada libre, bajó la idea a escala humana. Ofrecía bordado a cadeneta en vivo, con máquinas de coser y conos de hilo, charms neoyorquinos (un pretzel, un taxi amarillo, un vaso de café, un pancho) y pañuelos de lunares. Los artistas **Shantell Martin** y **FAUST** intervinieron 10 totes cada uno. Diez piezas por artista son, sí, escasez de manual. Pero la promesa que de verdad se cumple es la tercera: unas puntadas de cadeneta, y una cartera de serie se vuelve única.

La colección salió online el 8 de septiembre y, según Krakoff, a los pocos días ya había modelos a punto de agotarse. ¿Llegará a la Argentina? La lista de mercados del lanzamiento incluye a México, Perú y Paraguay; a la Argentina, no. Nos queda la imagen de esa tarde. Del buzo de mayo al bolso de septiembre, el hilo es el mismo: el archivo de Gap, cosido a la vista. Esta vez, en tamaño monumento.



RUNWAYS ON FIRE

en Times Square

Fuimos al desfile que, dos días antes del calendario oficial de la NYFW, sacó la pasarela a Times Square. Hablemos sobre tul XXL, plumas y una moda que no pidió invitación

Escritura y fotorgafías por Micaela Torres

Dos veces al año, la moda neoyorquina se encierra detrás de un cordón de terciopelo: invitaciones con nombre y apellido, listas en la puerta y primeras filas custodiadas como bóvedas. El martes 8 de septiembre, alguien lo desenganchó en pleno Times Square. Llegamos a Father Duffy Square, la isla peatonal de su extremo norte (la de las escalinatas rojas de TKTS y la estatua del padre Duffy), donde **Runways on Fire** montó una pasarela blanca a cielo abierto. Entrada libre, sin acreditaciones: alcanzaba con reservar el lugar.

Detrás estuvieron **The Fashion Week Experience**, la plataforma que cofundó y produce **James Corbett**, y **HealthJox Foundation**, la ONG que dirige el diseñador de Brooklyn **Dewry DuRoi Bradford** y que trabaja en salud mental con jóvenes neoyorquinos (el desfile apoyaba esos programas). Las cosas como son: no figuraba en el calendario oficial del CFDA, que abrió recién el jueves 10. Fue una previa independiente. Pero una previa sin "invitación imposible", como escribió Suzanna Bowling en Times Square Chronicles. La vereda le ganó a la lista.

El plato fuerte, para nosotras, llegó con **The House of Sofia Couture**, la casa neoyorquina de la diseñadora **Sofia Davis**. Se define como una firma de upcycling couture (costura hecha a partir de prendas y materiales reutilizados) y su lema es un programa: "Darling, Don't Be ORDINARY". Nuestra cámara registró uno de sus looks contra el telón negro del escenario: un abrigo de volados de tul rosa pálido, en capas hasta el piso, y un sombrero enorme de plumas rosa. Enseguida pensamos en el




OFIA COUTURE



vestido de tul rosa de Molly Goddard que llevó Villanelle en Killing Eve. Acá, esa nube se vuelve abrigo. "Este no es un rosa delicado que pide permiso. Es un rosa que toma la pasarela", resumió *Fashion Avenue News*, la revista que fundó la propia Davis.

Tomemos el violeta: otro abrigo de volados, esta vez hasta cubrir el cuerpo entero, con mangas desmesuradas y un tocado a juego que estira la silueta hacia arriba. En el otro extremo de la paleta el "Black Widow": un look negro de cuello alto, cubierto de pedrería, que se vuelve transparente hacia abajo y remata en más tul, bajo un tocado monumental del mismo material. A contramano del lujo silencioso que todavía gobierna los feeds, Davis apostó por la escala. Este tul no susurra. Y sobre la pasarela desfilaron mujeres de distintas edades y cuerpos. No es un detalle de casting; es el argumento de toda la jornada.

Una pasarela sin cordón de terciopelo no es una versión menor de la moda: es la prueba de que la ropa también se hace para quien pasa por la vereda.

En esa misma recorrida por Times Square también filmamos a Yamonwear. Los ángeles bajaron a la calle: lencería de tiras negras con paneles dorados geométricos, una gargantilla dorada ancha, botas altas negras y unas enormes alas de plumas negras, junto a un estallido de plumas amarillas. Son ángeles caídos, más de medianoche que de pasarela televisada, y con el público a un paso. No es su debut en Times Square: en septiembre de 2025 ya había desfilado ahí, en The Fashion Week Experience. ¿Hace falta una invitación para ver moda en Nueva York? El 8 de septiembre, no. Y para nosotras, que solemos mirar esta ciudad desde La Plata a través de una pantalla, estar ahí sin pedir permiso tuvo algo de revancha. Dos días después, la Semana de la Moda oficial abrió sus salones y sus listas. Pero en Father Duffy Square el cordón de terciopelo se quedó guardado, y la pasarela, fiel a su nombre, ardió a la vista de todos.




OPEN



Serpenti Infinito

REÚNE A ANNE HATHAWAY, DUA LIPA Y LISA

En la antesala de la Semana de la Moda de Nueva York, las tres embajadoras de Bvlgari posaron frente a una serpiente dorada sobre el High Line. Analizamos cómo cada una eligió su propia piel.

Por Micaela Torres

Una serpiente que se muerde la cola no tiene principio ni final; tiene, en cambio, muchas pieles. Con esa idea aterrizó en Nueva York **"Serpenti Infinito"**, el proyecto de arte itinerante de **Bvlgari**, la noche del 9 de septiembre, en la previa de la NYFW. En 2023, por sus 75 años, el Serpenti ya se había mostrado en la ciudad, puertas adentro. En 2026, salió a la intemperie.

Sobre el High Line, bajo el hotel The Standard, el dúo berlinés **Plastique Fantastique** levantó *auruBOROS*: bobinas doradas e inflables, enroscadas en doble hélice, que reflejan a quien pasa. Esta es la primera instalación de arte público de la casa en Estados Unidos, con entrada libre del 10 al 20 de septiembre. Por una vez, la serpiente no tuvo portero. Frente a ese espejo dorado posaron las tres embajadoras, cada una con su propia muda. **Anne Hathaway**, protagonista de la gira de *El Diablo Viste a la Moda 2* que cubrimos en mayo, llegó embarazada de su tercer hijo y eligió la más liviana: un strapless de **McQueen** en gasa de seda drapeada, con escote corazón fruncido. Invoca a las diosas griegas de Madeleine Vionnet, pero en un cuerpo que ya cambia de forma: la muda más literal de la noche. Mirá bien la gasa: no es lila; es blanca, con reflejos lavanda. Y el collar transformable *Serpenti Falling Drops*, con gotas intercambiables de hasta 25,76 quilates, cita el dripping de Jackson Pollock. La joya también muda.



Dua Lipa jugó al contraste. Arriba, un top inédito de Clio Peppiatt (colección Crucero 2027), marfil y dorado, bordado con lentejuelas y cuentas en motivo floral; la revista W vio en esos hilos un efecto de piel de serpiente. Abajo, un pantalón negro sastrero de tiro bajo y pierna ancha (como el que muchas tenemos colgado para salir de noche). Al cuello, la gargantilla Serpenti Helix, con una espinela de Tanzania de 5,46 quilates, se inspira en la espiral del Museo Guggenheim. Alta joyería, cero solemnidad.

Lisa, de Blackpink, eligió la piel más oscura: un vestido de Belik (colección 2025) con corsé de encaje negro off-the-shoulder sobre forro nude, cut-outs en la cadera y falda negra asimétrica con tajo alto. Las ballenas quedan a la vista: es una piel que enseña su propio esqueleto.



Una joya no se vuelve símbolo por repetirse; se vuelve símbolo cuando cada cuerpo que la lleva la obliga a cambiar de piel.

Es la lección de los corsés que Vivienne Westwood sacó de abajo de la ropa, pero en encaje nocturno. Sobre el escote, el Serpenti Flag, de oro rosa con tanzanita, coral y diamantes (azul, rojo y blanco), homenajea las banderas de Jasper Johns; la cabeza de la serpiente es una tanzanita de talla pera de 18,75 quilates.

¿Por qué tres looks tan opuestos para un mismo ícono? Porque tres embajadoras vestidas igual serían publicidad; tres pieles distintas son un símbolo que sigue vivo. La casa lo sabe: "Serpenti nos invita a abrazar el cambio como fuente de belleza, innovación e inspiración", afirmó Laura Burdese, su CEO. El uróboros se muerde la cola, sí. Pero en cada vuelta estrena piel.





VOGUE WORLD MILANO: así fue la edición de este año

El evento anual de la revista de moda más prestigiosa del milenio exploró los diferentes matices del diseño italiano.

Por Micaela Torres

Un nuevo año trae consigo muchos acontecimientos; nuevos ciclos , nuevas perspectivas, nuevas temporadas, y con la llegada del otoño resurge el evento internacional anual de Vogue: **Vogue World**, que este año aterriza en la Galeria Vittorio Emanuele II, uno de los espacios más emblemáticos de la capital de la moda italiana, **Milan**.

Con una perspectiva inspirada en la historia del arte, la moda artesanal se abre paso bajo los techos dorados de la galería, con una apertura a cargo de **Gigi Hadid** corriendo cual princesa en apuros al sonido de un coro angelical, vestida con un amplio vestido de Alta Costura SS25 de **Valentino** que simula un emparchado de telas adornado con una gorguera con aires monárquico.



DISEÑO 17 DE LA COLECCIÓN DE ALTA COSTURA SS25 DE VALENTINO QUE VISTIÓ GIGI HADID EN LA APERTURA

En primera fila, tenemos a la crème de la crème del diseño italiano: **Donatella Versace**, **Alessandro Michelle**, **Miuccia Prada**, **Pierpaolo Piccioli**, **Raf Simons**. Así, inicia oficialmente el desfile bajo el acto uno titulado "The Artisanal Revolution", con la inigualable **Vittoria Ceretti**, la imagen del modelaje italiano en persona. Así, el desfile envolvio a la galeria con diseños artesaneles de las firmas más importantes, como **Versace**, **Valentino**, **Armani**, iluminando el espacio con piezas bordadas en dorados y piedras, con adornos florales y perlas, con las coronas, capas y el color dorado como principales protagonistas de esta primera selección de apertura.

El segundo acto titulado ***"The Industrial Revolutión"*** (en su traducción al español, "la revolución industrial") inicia con una coreografía de baile disruptiva, donde el dinamismo y la energía se transmite desde los bailarines hacia los diseños, donde la sastrería toma el protagonismo: mujeres fuertes, seguras, elegantes, representando la gran conquista de espacios laborales. Esta sección también es un gran tributo al mayor diseñador de sastrería de todos los tiempos, el arquitecto del diseño milanés, Giorgio Armani.











El acto tres, ***"Made in Italy"***, fue un estallido de color y vibrantes texturas con **Simone Ashley** en el centro de la galeria en un pequeño guiño a su interpretación de Amari para *"El Diablo Viste a la Moda 2"* (2026), donde Milán es el escenario principal. Los modelos parecian salidos de una editorial de Versace de los 90s, donde la sensualidad no se pierde en la diversión, un signo distintivo del diseño italiano. También, en este tercer acto tuvieron su lugar las camisetas de los principales clubes deportivos del país. La diversidad de estilos, desde lo más glam hasta lo más urbano, compartieron espacio en la pasarela que funcionó como apertura de la Semana de la Moda de Milán Spring 2027.

Los colores de la bandera italiana pintaron las paredes esculpidas, y del publico se levanta la inigualable JLo en un delicado vestido negro, brillando en la pasarela como una modelo más del desfile, que desplegó su mayor grado de sensualidad con diseños total black, transparencias, encajes, tacones afilados y escotes peligrosos. Lo siguiente que inició fue el *intermezzo*, un intervalo de ballet y opera, con Roberto Bolle como bailarín principal.







El cuarto acto se tituló ***"The Age of Intelligence"***, donde los avances tecnológicos y las técnicas innovadoras se presentaron en diversas facetas, desde volúmenes anti gravitatorios, textiles sustentables siluetas futuristas, make-up y peinados que fueron un guiño a la cultura italiana: desde Sophia Loren, Virna Lisi hasta Claudia Cardinale. El baile y la energia llegó a su tope, donde el optimismo de la actitud y el color donimó la pasarela.





Como cierre, dos robots desfilaron, como un reflejo del último avance tecnológico de la industria, los cuales ya vimos como bailarines en Nueva York y como modelos en Londres. Pudimos ver en el rostro del público que las opiniones estuvieron divididas: desde aplausos cautivados por los avances tecnologicos hasta desagrado de su llegada en los espacios artisticos.

"The Imagination Revolution" fue el acto número cinco, donde **Alicia Keys** cantó y tocó el piano en el centro de la galeria con un vestido que parecia estar pintado, acompañada por el coro.

El desfile de este acto lo abrió **Deva Cassel**, la hija de la reconocida modelo y actriz italiana Monica Belucci, en un diseño blanco de **Dior** que abrió la pasarela Total White, donde lo nupcial y lo angelical se combinó con la innovación sofisticada; Boho chic, encajes, volados, mangas amplias, capas. Una pasarela con mucha actitud, diversión y conexión entre las modelos, donde cada una pudo expresar su estilo personal al desfilar, mientras petalos blancos caen del techo, cual plumas o nieve, en un cierre etéreo al ritmo de la voz de Alicia.



Vogue World es el evento definitivo del momento, que busca representar los distintos matices que la moda tiene para ofrecer en los diferentes rincones del mundo; desde la artesania de Milán, pasando por la Alta Costura Parisina, hasta los legendarios vestuarios del cine de Hollywood. Por el momento, el evento solo se ha transportado a las capitales de la moda y a diferentes ciudades de Estados Unidos, por lo que esperamos que en proximas ediciones amplie sus horizontes hacia nuevos destinos que tienen mucho talento que ofrecer.



LOS MTV VMAS 2026

Y LA NOCHE QUE MADONNA VOLVIÓ A CASA

La Reina del Pop cantó en la gala de MTV por primera vez en 23 años, una directora estrenó premio y la alfombra se vistió de lencería. Analizamos por qué la noche fue una casa con tres generaciones adentro.

Por Micaela Torres

En 1984, en la primera edición de los premios de **MTV**, **Madonna** rodó por el escenario vestida de novia mientras cantaba *Like a Virgin*, y en el camino se le salió un stiletto. Bajó del escenario orgullosa y le anunciaron que su carrera estaba terminada (la sentencia, contó ella misma, vino de la asistente de su mánager). Cuarenta y dos años después, esa carrera terminada subió a buscar el premio a Artista del Año.

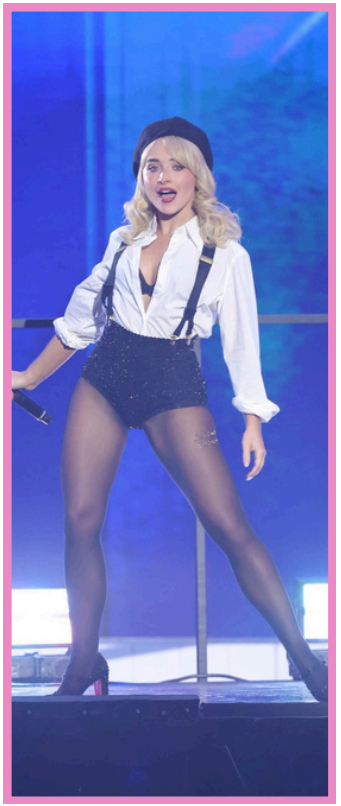
Madonna fue la gran ganadora, con siete estatuillas, de los *MTV Video Music Awards 2026,* que Snoop Dogg condujo por primera vez el domingo 27 de septiembre en el Peacock Theater de Los Ángeles. "*Que Madonna vuelva a los VMAs no me parece un regreso. Es la Reina del Pop que regresa a la casa que ayudó a construir*", dijo Chris Witherspoon, colaborador de espectáculos de NBC News. Tiene razón, con un matiz: esta vez la casa la habitaro tres generaciones del pop, y cada una se vistió para su cuarto.

LA DUEÑA DE CASA

La noche arrancó con Madonna arriba de un piano de cola negro, con las piernas abiertas, mientras **Sabrina Carpenter** lo tocaba. Era su primera actuación en los VMAs desde el beso con **Britney Spears** y **Christina Aguilera**, en 2003. Ojo con las botas: **Saint Laurent**, de cuero, con cordones hasta la rodilla. Nada iba a salirse de su lugar. Más arriba, una saharienne de la misma firma en satén de seda negro, un leotardo bordó con cierre de corsé y medias de red. Ese número marcó el pico de audiencia (15 millones de espectadores) de la gala más vista desde 2015.

LA HEREDERA

Sabrina es la heredera que ya conoce cada cuarto. En mayo les contamos su encuentro en Coachella, donde estrenaron *Bring Your Love*; en septiembre, esa canción fue la del piano de la apertura y ganó *Mejor Colaboración*. Para el show se vistió de Madonna años 80: camisa blanca abierta sobre corpiño de encaje negro, short de strass, tiradores, boina y *Mary Janes* a medida de **Christian Louboutin**. Para el premio eligió un **Dolce & Gabbana** vintage de Otoño/Invierno 2004, rosa empolvado con flecos de cuentas negras. Madonna contó que, tras cinco días sin respuesta, le escribió por mensaje directo. *"Mi equipo responde, que lo sepan todos", se defendió Sabrina. "Sí responden, pero yo respondo más rápido*".



LA ARQUITECTA

"*Taylor Swift es una narradora. Es una arquitecta de paisajes emocionales llenos de los detalles más íntimos e intrincados*". Con esas palabras, **Dakota Johnson** le entregó a **Taylor Swift** el *MTV VMA Artist Director Honors*, un premio que se estrenó con ella. Swift hizo unos 60 videos en 20 años y escribió y dirigió 18. Enseguida estrenó *Patient Zero*, que protagoniza Johnson junto a **Colin Farrel** y fotografió el mexicano **Emmanuel Lubezki**. Según Swift, la casa del video es una metáfora de la frialdad de una relación que se apagó. Otra casa, otra forma de habitarla.



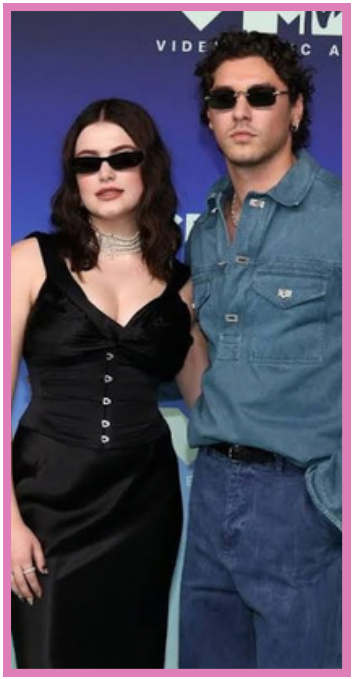


LA SHOWGIRL

Para alfombra y escenario usó un solo look de **Tamara Ralph**, Alta Costura Otoño 2026: corpiño negro halter con la espalda transparente, cintura caída asimétrica y falda plateada con tajo. Por un lado, la despedida formal de la era Showgirl; por el otro, la urgencia de la directora que se queda. Ganó *Video del Año* por *The Fate of Ophelia* y se lo dedicó a "la showgirl definitiva, **Dolly Parton**" (a quien despedimos en esta edición).

Llegó empatada con Beyoncé y se fue con tres estatuillas más, como la artista más premiada en la historia de los VMAs.

LOS RECIÉN LLEGADOS



Toda casa tiene a alguien que recién se muda. Esa noche fueron **Ella Bright** y **Belmont Cameli**, protagonistas de *Off Campus*, a quienes en agosto mostramos en sus campañas de belleza. Posaron juntos, con anteojos negros coordinados. Bright entendió el idioma de la noche: vestido negro de satén con corsé, ganchos al frente y falda columna con cola, más un choker de perlas y cristales de **Dior**. Cameli respondió con **Ferragamo**: sobrecamisa de denim azul pizarra y pantalón recto índigo. El total denim cita el de Justin Timberlake a principios de los 2000. Antes de subir al escenario, Swift abrazó a Bright. Bienvenidos a casa.



Sadie Sink protagoniza la campaña de otoño de Calvin Klein

Los jeans fetiche de los 90s vuelven con su inconfundible silueta, vestidos en esta editorial fotográfica por la actriz del momento.

Por Micaela Torres

El lanzamiento del segundo capítulo de la campaña de otoño 2026, bautizada como "*Feel the Fit*", ha sacudido las redes con una premisa tan simple como hipnótica: el poder transformador de encontrar los jeans perfectos. Lejos del exceso, la marca estadounidense reafirma su maestría en la sensualidad minimalista, y Sink es la encarnación perfecta de esa actitud cool y sin esfuerzo.

Bajo la lente cruda y dinámica del aclamado fotógrafo y director Aidan Zamiri, la campaña abandona los posados rígidos para adentrarse en la espontaneidad.







Aquí vemos a la estrella de 24 años enfundada en el Low Rise Baggy Jean, demostrando que la silueta holgada y de tiro bajo sigue siendo la reina indiscutible del street style cuando se lleva con la actitud correcta. La combinación denim on denim, con esa textura de archivo y estructura impecable, es una declaración de intenciones: comodidad y vanguardia no están reñidas.

Pero el magnetismo de esta campaña reside en su versatilidad. Sink no se limita a un solo estilo; transita por tres cortes clave que definirán nuestro armario otoñal. El 90s Straight Jean regresa con lavados renovados, ofreciendo ese aire clásico y pulido que adoramos, mientras que el High Rise Loose Jean en un intenso azul oscuro esculpe la figura con una elegancia innegable.







Cada imagen, es un recordatorio visual de que la ropa no solo viste, sino que modifica nuestra postura ante el mundo. Esta alianza no podría llegar en un mejor momento para la actriz. Tras el fenómeno global de Stranger Things y su reciente paso por Broadway y Marvel, Sink está redefiniendo su imagen pública. Ya no es solo la adolescente de Hawkins; es un referente cultural que madura frente a nuestros ojos, abrazando una estética madura y segura. Calvin Klein, experto en capturar el espíritu de la época a través de talentos generacionales, ha acertado de lleno al elegir a una figura que transmite autenticidad y fuerza sin necesidad de artificios.



El regreso de "Valentina: Es Como Vos"

Desarrollemos el regreso de una de las protagonistas de nuestras infancias, en tiempos donde la nostalgia se puede convertir en abrazo.

Por Micaela Torres

MICKY'S

Los destellos de la infancia parecen haber abarcado gran parte de los movimientos del mercado actuales; la nostalgia parece ser un elemento que mueve nuestras decisiones de consumo a tal punto para somos nosotros mismos los que añoramos el regreso en el mercado de productos que, aunque sea por un instante, nos devuelvan a esa infancia feliz. Es así que regresos añorados e inesperados como el de ***"Valentina: Es Como Vos"*** llega en un momento clave de nuestras vidas.

Para las nacidas a finales de la década de los noventas y principios de los dos mil en Argentina, existía un personaje que definió nuestra manera de ir a la escuela. Una chica igual a mí y a vos, con pelo castaño ondulado y ropa parecida a la nuestra, que cubría las portadas de nuestros cuadernos, agendas, cartucheras y, en mi caso, de mi primer mochila. La adquisición de esa primera mochila cuenta con su propia travesía que recuerdo incluso casi dos décadas después, pues resulta que una pequeña Micky que vivía en la Patagonia e iniciaba su ciclo lectivo primario tenía muchos nervios de afrontarse a nuevas aventuras, y entendiendo esto mi mamá me hizo una pregunta muy especifica para darle a este un inicio inolvidable "¿Cómo querés que sea tu mochila?", escuché del otro lado del teléfono de tubo. Como toda niña comencé a soñar con una mochila muy pero muy especifica "rosa... con celeste..." aclarando "y por supuesto, de Valentina", porque nada soñaba más que tener a ese personaje que tanto sentía que se parecía a mi. Luego de una larga tarde de búsqueda mi mamá finalmente llega a casa con exactamente la mochila soñada. Así, Valentina acompañó uno de los primeros momentos que definieron mi infancia.



Pero sorprendentemente, Valentina no era un personaje de una series ni una película (al inicio al menos), no deja de impactarme la influencia que tuvo en tantas nenas que se obsesionaron con tener en un inicio sus agendas, después sus libros y recién más tarde, esperaron con ansias su película. Y era que no necesitaron de muchos elementos marketineros para vendernos lo que tanto añorabamos: una nena con la cual identificarnos; igual a nosotras, vestidas como nosotras, que le encantaba estar con sus amigas, su perro y su familia, que transmitía alegría y energía. Diferente de los dibujitos de la época, principalmente las películas de Barbie, que mostraban a un ideal que nos gustaría alcanzar (una mujer guapa, adulta, con miles de aventuras increibles), Valentina era quien nosotras éramos.



Y con su regreso, una parte de nuestra niñez vuelve, como un mimo a esa infancia que a veces se siente tan distante pero tan parte de quienes hoy somos. Una oportunidad para que esas niñas dentro de nosotras que hoy tienen dinero de adulta para acceder a esos productos que tanto soñamos. Porque "Valentina" no se siente apuntada a las nuevas generaciones , sino que con sus productos que incluyen tazas, termos, sabanas y bolsos, se siente como una oportunidad de conectar con aquellas mujeres actuales que soñaban con sus productos en la infancia. Resulta ser que sus redes sociales son un fiel reflejo de esto último, ya que comenzó a funcionar como un diario intimo y museo digital de todas aquellas portadoras de productos y recuerdos con "Valentina", compartiendo imágenes y anécdotas que invitan a recordar a la comunidad. La nostalgia, que tanto pareciera que nos persigue y señala, hoy es un abrazo que acompaña el gran desafío de crecer, y nada mejor que hacerlo junto a una gran amiga que es como vos.





Donatella Versace

VUELVE CON SU PROPIA MARCA JUNTO A REVOLVE

Por primera vez fuera de la casa que fundó su hermano, la diseñadora italiana se asocia con la gran tienda online de Los Ángeles. Analizamos qué sabemos (y qué no) de una marca que todavía no tiene nombre.

Por Micaela Torres

Lunes 21 de septiembre de 2026, en la previa de la Semana de la Moda de Milán. En el comunicado, su protagonista es casi siempre una sola palabra: **Donatella**. Sin apellido. Hasta la casa que dirigió desde 1997, tras la muerte de su hermano **Gianni**, figura apenas como "the House". A los 71 años, la mujer que sostuvo **Versace** acaba de anunciar lo que nunca había hecho fuera de la casa: un proyecto creativo propio. Y la etiqueta, por ahora, está en blanco.

Leamos la letra chica. Esto no es una colaboración ni una cápsula; es un joint venture (una empresa compartida) con **REVOLVE Group**, el retailer digital de Los Ángeles detrás de REVOLVE y FWRD, para crear una marca independiente de belleza y moda. Ella será la directora creativa; REVOLVE pondrá la venta online, la tecnología y las operaciones. Socia, no invitada.

En el retrato oficial, Donatella posa con una remera negra de malla metálica. Nadie acreditó la prenda: otra etiqueta sin nombre. En la foto grupal la escoltan Raissa Gerona, presidenta de Marca y Alianzas de REVOLVE, y el cofundador Michael Mente; él habla de "la libertad de construir algo desde cero".

Pasaron unos dieciocho meses desde que anunció su salida de la dirección creativa, en marzo de 2025. De descanso, poco: fue embajadora principal de la marca y hasta hizo un cameo en El Diablo Viste a la Moda 2. El **Grupo Prada** compró Versace; **Dario Vitale**, su sucesor, firmó una sola colección (hoy está en Emporio Armani, como contamos en esta edición), y **Pieter Mulier** es director creativo desde el 1 de julio de 2026.

Del producto sabemos poco. La marca todavía no tiene nombre, arranca por la belleza y, según Vogue, los primeros productos llegarán en 2027. No hay precios, y todo depende aún de cerrar los acuerdos definitivos. ¿Por qué belleza? Compra recurrente, dicen los analistas: un labial se recompra; un vestido, rara vez. Y REVOLVE ya probó la fórmula con *Grow-Good Beauty*, la marca que creó junto a Cardi B. Latinoamérica está entre los primeros mercados; si eso incluye a la Argentina, todavía no se sabe.

Grammy de 2000: Jennifer Lopez llega con el vestido verde Jungle de Versace. El comunicado lo recuerda como el origen de Google Imágenes. La diseñadora que desbordó la pantalla hace veintiséis años ahora elige un socio nacido en internet para hablarle a nuestra generación. "*Siempre me inspiró la nueva generación*", asegura.

Durante casi tres décadas firmó bajo una etiqueta que era, a la vez, su apellido y la herencia de su hermano. Hoy se presenta con su nombre de pila, la etiqueta está en blanco y la aguja la tiene ella.



el mes de la moda

Termina en París

El hemisferio norte estrena el otoño y sus pasarelas ya muestran la Primavera/Verano 2027. Hablemos sobre lo que dejaron Nueva York, Londres y Milán, y sobre la agenda de París, que recién empieza.

Por Micaela Torres

El calendario marca el lunes 30 de septiembre de 2026. Milán apaga su semana con una jornada digital y París enciende la suya con Julie Kegels. Dos capitales en un mismo casillero: una se tacha, la otra se encierra en un círculo.

Así funciona el mes de la moda: dos veces por año, Nueva York, Londres, Milán y París desfilan en cadena, siempre en ese orden. ¿Por qué, entonces, septiembre se viste de primavera? Porque la pasarela muestra la temporada que viene. Lo de este mes no es Otoño/Invierno; es Primavera/Verano 2027 (SS27, en la jerga). Desde el sur, la paradoja es amable: el norte guarda las sandalias justo cuando nosotras las sacamos del placard, y por una vez pasarela y almanaque hablan del mismo clima.

Hace un año, la Primavera/Verano 2026 fue la temporada de los debuts (Jonathan Anderson en Dior, Matthieu Blazy en Chanel, Pierpaolo Piccioli en Balenciaga). Esta es la de las segundas partes, aunque todavía con estrenos, y la prueba grande es París, donde esos tres presentan su segunda Primavera/Verano. En estas páginas ya pasamos por Nardos Imam y por Vogue World; acá va el resto, casillero por casillero.

NUEVA YORK



La semana de Nueva York, del jueves 10 al martes 15, abrió en el High Line con el debut de **Henry Zankov** al frente de **Diane von Furstenberg**, que no desfilaba en la semana neoyorquina desde hacía casi una década. La primera salida fue un vestido cruzado de jersey con manchas de leopardo, mostaza sobre violeta, pariente directo del original de los 70. "El vestido cruzado es un símbolo de liberación, independencia y sensualidad", dijo Zankov a Vogue.

Ese mismo día, **Tommy Hilfiger** volvió al calendario oficial con el desfile del Plaza que ya contamos desde la vereda. En **Calvin Klein**, **Veronica Leoni** llevó el minimalismo al hueso, con el guardarropa de **Georgia O'Keeffe** como musa; un minimalismo que no se disfraza de accidente: ella misma habló de "practicar la idea de repetición". Cerró **Thom Browne**, entre orugas, abejas y vaquitas de San Antonio. Browne nombró entre sus referencias a Bichos, la de Pixar.

LONDRES



Londres, del jueves 17 al lunes 21, sumó 47 desfiles, 23 presentaciones y 53 eventos nocturnos (según el British Fashion Council), pero la noticia fue un cambio de sede. **McQueen** desfiló en Londres y no en París: **Seán McGirr** eligió la cripta de la capilla de Lincoln's Inn, del siglo XVII, y enfrentó El bautismo de Cristo de Piero della Francesca con la cultura rave. Misa y rave bajo la misma bóveda. La sastrería fue de Huntsman (el sastre del propio Lee McQueen) y los peinados, de dos picos a lo Keith Flint, el de The Prodigy.

En la misma semana, **Christopher Kane** debutó en **Mulberry** con un abrigo de cuero gris que repite la solapa de la cartera Bayswater. "Es nuestra forma de hacer un logo sin decirlo", resumió. También rescató un logo de archivo que adoptaron los hinchas escoceses en las tribunas; después de nuestro julio mundialista, lo entendemos perfecto.

MILAN



Milán reunió más de doscientas citas entre el martes 22 y el lunes 28. El calendario oficial lo abrió **Prada** con una colección dedicada a la falda (unas cruzadas con velcro bordado de cristales, otras envueltas en crinolina), que retoma "Waist Down", la muestra que la casa le dedicó en 2004. Me fascinó porque se trata de cómo se pueden volcar ideas sobre ella", contó **Raf Simons**, que firma junto a **Miuccia Prada**. En **Gucci**, **Demna** mostró amazonas de botas de montar, burguesas de trench y un glamour de jersey que guiña al Tom Ford de los 90.

En **Fendi**, **Maria Grazia Chiuri** anunció un *Baguette* del tamaño de un celular: la cartera que en julio celebramos con **Sarah Jessica Parker**, ahora de bolsillo. El domingo 27, los desfiles presenciales los cerró **Giorgio Armani**, la casa que, como contamos unas páginas atrás, acaba de darle llaves a **Dario Vitale**. **Silvana Armani**, sobrina del fundador, firmó su segunda colección y recreó el traje de primera comunión de su tío.

PARIS, EN CURSO

París arrancó el lunes 28 con Kegels, ganadora del Premio LVMH 2026. "*Quise explorar la caída en todas sus formas*", explicó sobre una colección dedicada a la gravedad. Hubo un pantalón gris de tiro larguísimo, shorts de jean que parecen caerse (van abotonados por dentro con una técnica del siglo XVIII) y lentejuelas con pigmento que caen entre capas de organza hasta teñir los zapatos. Nada se cae por descuido; todo cae por cálculo.

El resto es agenda y no reseña: más de cien casas hasta el martes 6 de octubre, cuando cierra Louis Vuitton. En agosto nos preguntamos por qué camino nos llevarían Chanel y Dior, tan parecidas en Alta Costura. En prêt-à-porter, la respuesta ya tiene fecha. Si querés ver los desfiles en vivo, el calendario oficial marca qué casas transmiten.

En el fondo, el mes de la moda funciona como cualquier agenda: lo tachado se vuelve archivo y lo que sigue en círculo todavía es promesa. Nueva York, Londres y Milán ya son birome negra; París, todavía, un círculo. Septiembre se tacha. La Primavera/Verano 2027 recién empieza a escribirse.



IN MEMORIAM
los íconos que perdimos este mes

Por Micaela Torres

A lo largo del mes de agosto y septiembre, el que debería funcionar como "mes de la moda", donde los más talentosos artistas se reúnen a presentar sus más recientes diseños en presencia de los referentes e influenciadores del estilo, se convirtieron en semanas de enormes pérdidas para la industria: **Mathilde Favier, Tim Curry, Presley Gerber**, el legendario **Bob Mackie, Hayden Panettiere, Yayoi Kusama**, y la incomparable **Dolly Parton**. En una cadena de tragedias que el destino dictaminó para dos meses dificiles de digerir.

Todos ellos fueron artistas eternamente talentosos y recordados, por lo que en su honor, realicemos un recorrido para ellos un resumen de sobre sus vidas y trayectorias.





HAYDEN PANETTIERE

(21 de agosto 1989 - 16 de agosto 2026)

A solo una semana de cumplir los 37 años, Hayden falleció, sorprendiendo por completo al público que creció viendola brillar en la pantalla. Con dos roles que definieron a las películas de los 2000s, Gen en "Sueños Sobre Hielo" (2005) y Britney en "Triunfos Robados 3: Todo o Nada" (2006), la actriz se destacaba de su generación por dos cualidades innegables: su carismática personalidad y su cuerpo atlético.

Ella no seguía las normas de una década que nos obligaba a la delgadez peligrosa, Hayden era una deportista en sus palabra: "Soy una atleta nata. Me encantan los deportes, así que poder practicar otro deporte y aprender algo nuevo fue increíble", dijo. Con sus películas, nos demostró la posibilidad de ser bellas, fuertes, talentosas, glamurosas y amables, todo en una sola persona.

Su amplia trayectoria profesional inicia desde su infancia, a los 4 años, en la telenovela "One Life to Live" y, posteriormente, en "Guiding Light". Su primer contacto con la ficción llegó desde su madre, Lesley Vogel, quien era actriz en telenovelas. Su padre, Alan Lee Panettiere, en cambio, fue el capitán del Departamento de Bomberos de la ciudad de Nueva York. Tenía un hermano menor, Jansen Panettiere, quien también se dedicaba a la actuación, pero que lamentablemente falleció a los 28 años en 2023 a causa de una cardiomegalia.



YAYOI KUSAMA

(22 de marzo 1929 - 14 de agosto 2026)

Yayoi fue una de las figuras más revolucionarias y respetadas del arte contemporáneo a nivel global. Conocida como la "princesa de los lunares", Kusama transformó sus alucinaciones infantiles en un imperio visual inconfundible y en un mecanismo de supervivencia. Nacida en Matsumoto, Japón, en el seno de una familia conservadora, pronto se sintió frustrada por las limitaciones de la pintura tradicional japonesa. Con gran ambición, se mudó a Nueva York en 1958, donde se introdujo rápidamente en el vanguardista y competitivo mundo del arte, codeándose e influyendo a figuras como Andy Warhol y Donald Judd, y siendo pionera indiscutida en el arte pop y el minimalismo a través de sus infinitas redes y esculturas blandas.

Más tarde, su influencia trascendió los museos para dejar una huella imborrable en la industria de la moda, disolviendo las fronteras entre ambas disciplinas. Si bien en los años sesenta ya había fundado su propia empresa de moda con prendas vanguardistas, su consagración masiva en el ecosistema del lujo llegó gracias a sus históricas colaboraciones con Louis Vuitton. Trabajó estrechamente con Marc Jacobs en 2012 y, una década después, volvió a inundar de forma monumental las pasarelas, los escaparates y el mundo entero con sus obsesivos patrones, demostrando que su estética poseía un inagotable poder comercial y cultural.



MATHILDE FAVIER

(1969 - 17 de agosto 2026)

Mathilde fue una de las figuras más respetadas de la industria de la moda. Encargada de la dirección de Relaciones Públicas de Dior, Mathilde era conocida como la persona con la mejor agenda de la industria. Hija de Françoise Favier, famosa interiorista, y hermanastra de la diseñadora Victoire de Castellane, creadora de la alta joyería de Dior. Comenzó a trabajar con 14 años en la industria de la moda, cuando su tío, Gilles Dufour (mano derecha de Karl Lagerfeld en Chanel) la sacó del estricto y elitista colegio de monjas Lübeck, donde compartía pupitre con Vanessa Seward, Camille Miceli y Emmanuelle Alt, y la introdujo en el colorido y más creativo negocio de la costura. Sus inicios en la moda fueron como becaria de Lagerfeld, junto con Sofía Coppola.

Más tarde, siendo todavía una adolescente, se unió a la revista Glamour, y con la experiencia adquirida logró su primer trabajo en relaciones públicas para la marca Prada. En 2011, llegaría por fin a Dior, donde trabajó con cuatro directores creativos: John Galliano, Raf Simons, Maria Grazia Chiuri y Jonathan Anderson.

"Mathilde amaba la vida con pasión. Con su muerte, Dior está perdiendo a una profesional increíble y yo he perdido a una amiga leal", expresó Delphine Arnault, presidenta y CEO de la casa de moda parisina, a través de un comunicado. "Su optimismo y coraje inspiraban admiración. Vamos a echar de menos su sonrisa y su talento. Hoy estoy profundamente triste. Mis pensamientos están con sus hijos, su madre, sus hermanas, su familia, sus amigos y su equipo", ha añadido la ejecutiva e hija de Bernard Arnault, fundador del conglomerado de lujo LVMH.



DOLLY PARTON

(19 de enero de 1946 - 25 de agosto 2026)

Dolly fue una de las figuras más queridas, respetadas y prolíficas de la historia de la música y la cultura popular. Conocida internacionalmente como la "Reina del Country", Parton transformó sus humildes orígenes en los montes Apalaches en un imperio global de entretenimiento, siempre envuelta en una estética inconfundible de pelucas voluminosas, cristales, maquillaje exagerado y un afilado ingenio. Nacida en una cabaña de madera de una sola habitación en Locust Ridge, Tennessee, siendo la cuarta de doce hermanos, canalizó las carencias de su infancia en relatos inmortales como Coat of Many Colors. Su verdadero despegue en la industria llegó a finales de los años sesenta al unirse a The Porter Wagoner Show, pero su extraordinaria ambición y su talento innato como compositora la impulsaron rápidamente a romper lazos y forjar un exitoso camino en solitario.

A lo largo de más de seis décadas, su influencia trascendió las fronteras de Nashville para conquistar Hollywood, el pop mundial y la filantropía. Escribió más de 3.000 canciones, firmando obras maestras como Jolene y la icónica I Will Always Love You, y se convirtió en un ícono transversal al protagonizar películas como 9 to 5, que le dio al mundo uno de los grandes himnos de la clase trabajadora femenina. Además de construir un poderoso imperio con su parque temático Dollywood, demostró siempre una brillante inteligencia empresarial que contrastaba con su famosa frase: "Cuesta mucho dinero lucir así de barata". Su legado humanitario fue igualmente colosal, destacando su fundación Imagination Library, que donó más de 200 millones de libros a niños en todo el mundo, consolidando a Dolly como una figura unificadora capaz de ganarse el corazón de todo tipo de públicos.



TIM CURRY

(19 de abril 1946 - 25 de agosto 2026)

Tim fue un gigante del teatro y el cine, dueño de una versatilidad camaleónica que lo llevó a brillar tanto en los escenarios del West End londinense como en la cultura pop global. El reconocido actor británico interprete de Pennywise en IT (1990) alcanzó el reconocimiento como ícono dentro de la moda con su interpretación de Dr. Frank-N-Furter en The Rocky Horror Picture Show (1975), un cientifico extravagante que llevó a la pantalla grande un personaje poco entendido durante la epoca: un hombre que vestia y se maquillaba como lo hacían las mujeres. Originando el papel en el teatro en 1973 antes de dar el salto al celuloide, su trabajo conjunto con la diseñadora de vestuario Sue Blane sentó las bases de una estética que se adelantó al movimiento punk y redefinió la provocación escénica. El glam rock tomó forma humana en ese papel que cambió para siempre la perspectiva de los roles de genero en el vestir, invitando al debate verbal y al desafío estético.

Su influencia visual y cultural resultó incalculable, creando un refugio de libertad en las legendarias proyecciones de medianoche alrededor del mundo. Hoy en día, su atrapante interpretación sigue siendo caso de analisis para los expertos en la moda, marcando una generación con su capacidad de diva expresionista, con corset, maquillaje cargado y medias de red, pero a la vez resultar masculino, cómico, amenazante, femenino y completamente sensual. Esta dualidad magnética lo convirtió en un faro pionero para las comunidades de minorías sexuales, quienes encontraron en él a un representante feroz del orgullo y la autenticidad.

Su interpretación marcó un legado en la moda que hoy se transmite en la estética drag, entendiendo desde muy temprano que la interpretación de un genero estaba a la alcance de una mano creativa, y que podía ser parte de una performance. Una pelicula de que se convirtió en un exito de culto gracias a un hombre que decidió romper las normas y vivir el vestir con toda intensidad.



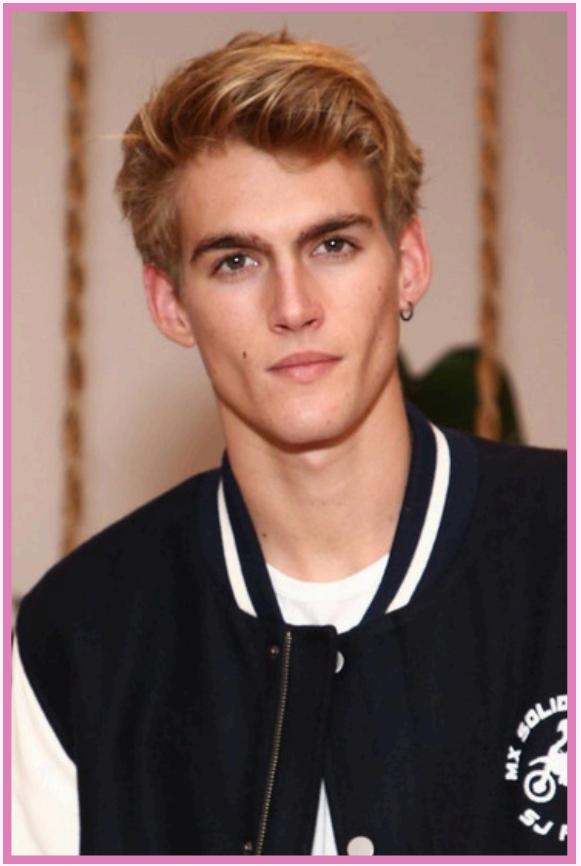
BOB MACKIE

(24 de marzo de 1939 - 14 de septiembre de 2026)

Bob fue uno de los grandes genios del diseño de vestuario y una auténtica leyenda de la cultura pop, conocido internacionalmente como el "diseñador de las estrellas". Famoso por sus creaciones extravagantes, llenas de lentejuelas, pedrería y transparencias, Mackie definió el glamour de Hollywood y de los escenarios durante más de cinco décadas. Sus inicios se remontan a 1961, cuando fue descubierto por la mítica Edith Head y comenzó a trabajar como bocetista en Paramount Studios. Uno de sus primeros y más grandes hitos fue idear el icónico vestido transparente que Marilyn Monroe usó para cantarle el "Cumpleaños Feliz" al presidente John F. Kennedy, una pieza histórica nacida de su boceto que cimentó su reputación.

A lo largo de su trayectoria, su influencia resultó fundamental en la construcción de la identidad visual de figuras como Diana Ross, Tina Turner y Elton John. Sin embargo, fue su inquebrantable relación artística con Cher la que marcó un antes y un después en la industria de la moda. Juntos deslumbraron tanto en la televisión con The Sonny and Cher Comedy Hour como en innumerables alfombras rojas de los Premios Óscar, desafiando las normas con espectaculares vestidos que dejaban el abdomen al descubierto y abrazaban la fantasía, la sensualidad y el dramatismo. Su inigualable talento para fusionar el espectáculo y la moda fue reconocido a lo largo de los años con nueve premios Emmy y un premio Tony.

“Mi querido Bob se ha ido al cielo. Conociéndolo, seguro se ha llevado consigo lentejuelas, cuentas y su cuaderno de bocetos. Buenas noches, dulce príncipe”, expresó Cher en sus redes sociales tras confirmarse el fallecimiento del diseñador en Palm Springs a causa de una neumonía a los 87 años. Su legado, que recientemente volvió a brillar al vestir a estrellas contemporáneas como Zendaya y Miley Cyrus, demuestra que su estética no se basaba únicamente en la extravagancia, sino que era una forma de arte meticulosamente construida que le enseñó a múltiples generaciones el verdadero significado de la moda como espectáculo.



PRESLEY WALKER GERBER

(2 de julio 1999 - 20 de septiembre 2026)

Presley fue un modelo estadounidense, hijo de la emblemática modelo de los 90s Cindy Crawford y el empresario Rande Gerber, y hermano de la modelo Kaia Gerber. El joven falleció con tan solo 27 años, dejando una profunda conmoción en la industria. Con un prometedor futuro en el modelaje, Presley inició su carrera a los 15 años junto a IMG Models, la prestigiosa agencia de modelos, que le acercó a desfilar con marcas de primer nivel como Dolce & Gabbana, Burberry, Bottega Veneta, Tommy Hilfiger, entre muchas otras.

Su rostro clásico y su perfil sofisticado le consiguió el premio de Estrella Revelación del Modelaje en 2017, aunque a la vez estaba lidiando con depresión y problemas relacionadas a su salud mental.

Su vida resultaba en un paralelismo entre su éxito profesional y su cruda intimidad emocional, aunque encontraba fuerzas siendo un vocero sobre la importancia de la salud mental, participando en entrevistas y eventos en distintos países, donde compartió sus experiencias de nacer y crecer bajo el ojo público y las expectativas ajenas.

Tristemente, falleció en un centro de rehabilitación en Los Angeles, donde había ingresado la noche anterior.