

ELLE.MX

# ELLE

JUNIO 2026



**ELLA ES GOTTMIK + ÉL ES KADE**

# PROUD HUMAN

PrEP: REESCRIBIENDO  
CÓMO PREVENIMOS EL VIH

P. 114

MÉXICO \$59.00



Available on the App Store and Google Play

ELLE

JUNIO 2026

**PROUD  
HUMANS  
2026**  
ORGULLO Y  
VISIBILIDAD

P. 62

OLIVIA  
COOKE  
**QUEEN MOTHER**

MÉXICO \$59.00



Available on the App Store | GET IT ON Google Play

ELLE.MX

# ELLE

JUNIO 2026

ELLE MX

# ELLE

JUNIO 2026



# AUDEMARS PIGUET

*Le Brassus*



ROYAL OAK  
CALIBRE 7136 Ø38mm

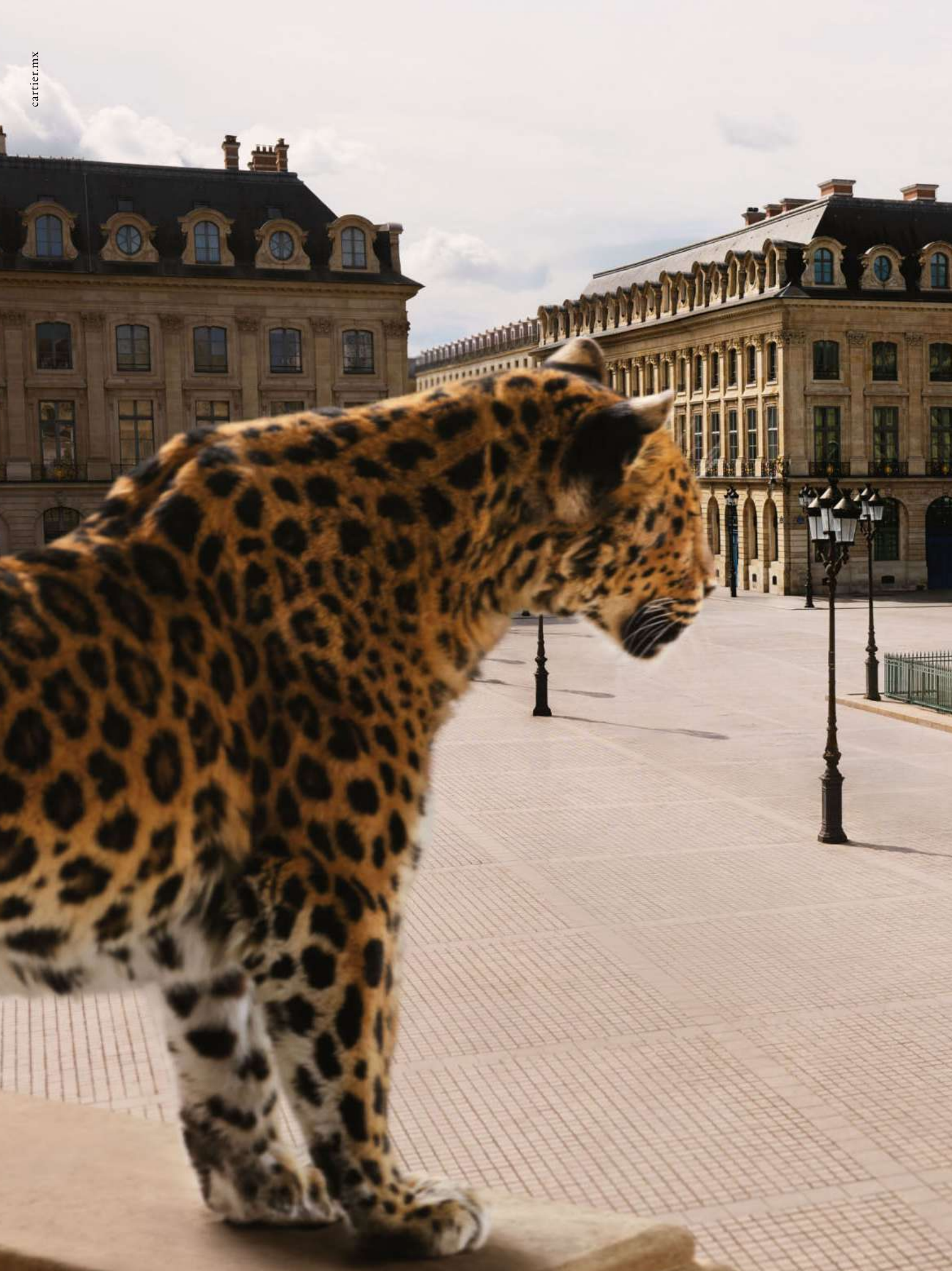
# AUDEMARS PIGUET

*Le Brassus*





ROYAL OAK  
CALIBRE 7136 Ø 38mm





*Cartier*

Ciudad de México - Guadalajara - Monterrey - Cancún  
800 847 02 17



A photograph of a dark-colored Gucci convertible car with its top down. The interior features white leather seats with gold-tone buckles. A person's hand is visible on the left, holding a yellow patterned bag. The background shows a cityscape with colorful buildings and a hillside. The word "GUCCI" is overlaid in large white letters across the center of the image.

GUCCI

ETERNALLY



ICONIC





# BVLGARI

ROMA 1884

ARTZ PEDREGAL • MEXICO CITY LA ISLA • CANCÚN  
EL PALACIO DE HIERRO • POLANCO, SANTA FE, MONTERREY, GUADALAJARA CC. ANDARES



*Con Amor, Desde 1837* **TIFFANY & CO.**



HardWear by Tiffany  
Un símbolo de la fuerza del amor.



SALUD ES BELLEZA  
133300EL950115

# *Miss Dior*

LA NUEVA ESSENCE



# DIOR



p.31



p.26



p.106



p.62

portada 1. personajes: gottmik / kade gottlieb. foto: juan retallack. moda: vestido, edher gin \*Las plumas utilizadas en los vestidos de edher gin provienen de proveedores regulados y no son obtenidas mediante maltrato animal ni prácticas de live plucking; traje, saint laurent. estilismo: Jessica Gutiérrez. maquillaje y uñas: gottmik. pelo: jsra quiróz. asistente de foto: ana sofía femat. asistente de estilismo: natalia sánchez. banca aspe. diseño de cho studios by brenda ochoa x difane galería. producción: elle México.

portada 2. personaje: olivia cooke. foto: bryan flores. moda: vestido, gucci. joyas, bvlgari. estilismo: jessica gutiérrez. maquillaje: ana g de v. pelo: gerardo maldonado. uñas: wendy betancourt. asistente de foto: sofía ortiz. asistentes de estilismo: alejandra ramos y carolina lemмен. producción: elle México. asistente de producción: carolina lemмен.

portada 3. modelos: caitlin walsh y sebastian @ crom agency. amber @ gh management. foto: alonso díaz. moda izq a der: playera, campillo, collar, swarovski. tank tops, tissimum. boxers, estudio 1999. jeans, levi's. cinturón, kmy kmy. collar, swarovski. bikini, tissimum. estilismo: jessica gutiérrez. maquillaje y pelo: efrén espinoza. casting: anthony rivera. asistentes de estilismo: natalia sánchez y alejandra ramos. asistente de maquillaje y pelo: martha gabriela perez barranco. asistente de producción: carolina lemмен. producción: elle México.

14. DIRECTORIO  
16. CARTA DE LA EDITORA

TENDENCIAS

- 20. TRENDS
  - 22. MAKEUP TRENDS
  - 23. HAIR TRENDS
  - 24. COMPRAS
  - 26. TENTACIÓN
  - 28. TENTACIÓN RELOJ
  - 30. ACCESORIOS
  - 32. ELLA ES ELLE
  - 34. TOMA NOTA
- Inspírate en las drag queens más icónicas y ve a celebrar el orgullo
- 36. ELLE LOOK
  - 38. FASHION FOCUS
  - 40. SIN CULPA
  - 42. APUESTA
  - 44. ELLE CV
  - 46. NEWS

STORIES

- 50. SOCIETY
- Hacer consciencia para no caer en el pinkwashing
- 52. ACTUELLE
  - 56. COVER STORY
- El y ella = Kade y Gottmik

62. PROUD HUMANS  
Celebrando y visibilizando la belleza, el amor libre y la resistencia

MODA

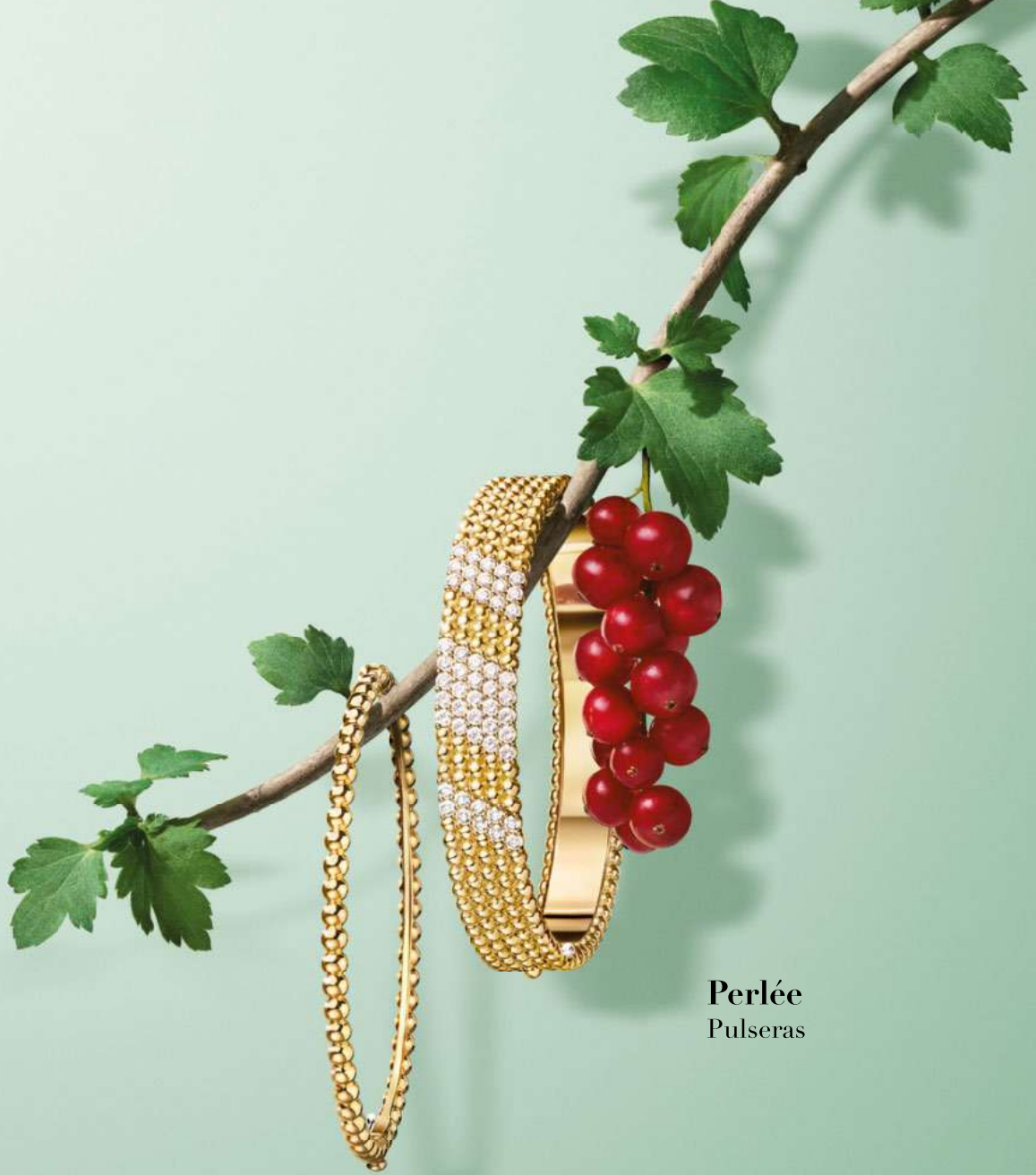
- 76. TEORÍA DEL COLOR
- 86. DOSIS DE OXICTOCINA
- 96. OLIVIA COOKE

BELLEZA

- 106. SUPERNOVA
  - 114. WELLNESS
- Te contamos todo sobre la PrEP
- 116. FACE TO FACE
  - 118. BEAUTY EXPERT
  - 119. TENTACIÓN
  - 120. WHAT'S HOT
  - 122. EDITORS PICKS
  - 123. SIN CULPA
- Los infaltables del team para estar siempre bellxs en la marcha

ESTILO

- 126. AGENDA
  - 129. GOURMET
  - 130. DESTINO
- Philly y su cultura callejera
- 134. HOTELES



**Perlée**  
Pulseras

# Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906



Artz Pedregal  
+52 555-929-3207  
vancleefarpels.com



# Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906





**Perlée**  
Anillos

# ELLE

## EDITORIA GENERAL

CLAUDIA CÁNDANO  
ccandano@grupoexpansion.com

Editora Adjunta  
CAROLINA ALVAREZ  
cara.alvarez@grupoexpansion.com

Editora de Arte  
DANIELA FONSECA  
dfonseca@grupoexpansion.com

Editor Web  
JORDI LINARES  
jordi.linares@grupoexpansion.com

Editora de Moda  
JESSICA GUTIÉRREZ  
jessica.gutierrez@grupoexpansion.com

Editora de Belleza  
VALERIA BAQUEIRO  
mbaqueiro@grupoexpansion.com

Diseñadores  
DANIELA FERES  
MARIO MARREROS  
SAMANTHA M. GONZÁLEZ

Editor de Foto  
JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ  
jose.rodriguez@grupoexpansion.com

Coeditora Digital  
TAMARA SANTILLÁN

Coeditora de Moda  
NATALIA SÁNCHEZ

Corresponsal en París  
SANTIAGO VILLASENOR

Asistente de Moda y Belleza  
ALEJANDRA RAMOS

Coordinador de Foto  
ALONSO DÍAZ

Community Manager  
CARLA FORTES

Coordinadora de Moda  
BERENICE BUENDÍA

Corrección de Estilo  
DANIELA ESPAÑA

### Colaboradores

DAFNE RUÍZ, ICKA GALLEGO, REGINA SAGA, ISABEL RAMÍREZ DE ARELLANO, CAROLINA LEMMEN, ANA SOFÍA FEMAT, ALEX CRUZ, PAUL FLORES, JOSELINE BADILLO, EDUARDO NICANOR, ANA CALVA, PATRICIA MENDOZA, CHO ESTUDIO VÍA DIFANE.

### DIRECTOR GLOBAL CORPORATIVO DE VENTAS

ROBERTO CABALLERO  
roberto.caballero@grupoexpansion.com

### DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO NACIONAL

ALEJANDRO LEAL  
aleal@grupoexpansion.com

### DIRECTORES DE VENTAS NACIONALES

ABRAHAM MEZA  
abraham.meza@grupoexpansion.com

CLAUDIO DELGADO  
cdelgado@grupoexpansion.com

ELIZABETH DE GARAY  
elizabeth.degaray@grupoexpansion.com

ÓSCAR ROSAS  
orosas@grupoexpansion.com

### DIRECTORA COMERCIAL RI

CARLA FONT  
cfont@grupoexpansion.com

### DIRECTOR DE ESTRATEGIA

MULTIPLATAFORMA  
CRISTHIAN DEL ÁNGEL  
cristhian.delangel@grupoexpansion.com

### DIRECTOR COMERCIAL REGIONAL

(USA, NORTE Y SURESTE)  
PABLO CAMPO  
pablo.campo@grupoexpansion.com

### DIRECTOR DE GROWTH

ANDRÉS TOMASSI  
atomassi@grupoexpansion.com

### HEAD DE MARKETING SERVICES

ITALO CORONA  
italo.corona@grupoexpansion.com

### DIRECTORA EDITORIAL DE SOFT NEWS Y EXPANSIÓN STUDIOS

CLAUDIA CÁNDANO  
ccandano@grupoexpansion.com

### LÍDER DE MARCA

PAMELA GARCÍA  
pamela.garcia@grupoexpansion.com

### HEAD DE OPERACIONES EXPANSIÓN STUDIOS

JANETH CORREA

### HEAD CREATIVO EXPANSIÓN STUDIOS

IGNACIO AMAYA

### EDITORA EXPANSIÓN STUDIOS

PAULINA CASTELLANOS  
pcastellanos@grupoexpansion.com

### GENERADORES DE CONTENIDO

FRANCESCA SOPHIE EBRARD  
MARCELA FERNANDA FLORES  
MAURICIO GUERRERO  
MELISA SALAZAR  
PAMELA RODRÍGUEZ  
VICTOR MIGUEL DEL CASTILLO

### DIRECTORA DE CUENTAS

ANA LILIA CHÁVEZ

### PROJECT MANAGERS

ALEJANDRA JIMÉNEZ  
FERNANDO CORTÉS  
MONTSERRAT REYES  
SHANTAL ELIZABETH GÓMEZ

### DISEÑADORAS

PAMELA JARQUIN  
SHUELLEM ESTRADA

### EQUIPO DE VIDEO

COORDINADORA DE VIDEO  
MARIANA MARTÍNEZ

### COORDINADOR POSTPRODUCCIÓN

CHRISTIAN JAVIER CASTILLO PARALIZÁBAL

### EQUIPO DE VIDEO

ABEL GONZÁLEZ  
ALBERTO NOLASCO  
ANABEL SARAHÍ MARTÍNEZ  
ANDREA ESTRADA  
DANIEL OSVALDO ESCUTIA  
GUSTAVO RODRÍGUEZ  
JAVIER SÁNCHEZ  
JONATHAN VÁZQUEZ  
MARÍA FERNANDA LÓPEZ  
RICARDO RAMÍREZ

### PRODUCTORA

JACQUELINE FACIO

### COORDINADORA DE

ESTUDIO DE FOTO  
ALEJANDRINA LIRA

### FOTÓGRAFA

ESTUDIO DE FOTO  
ANYLÚ HINOJOSA

### COORDINADORA

ADMINISTRATIVA  
YRAZEMA ALMANZA  
yalmanza@grupoexpansion.com

### ACCOUNT MANAGER

MARTHA SOTO

### DIRECTOR DE OPERACIONES

FERNANDO CEBALLOS  
fernando.cebillos@grupoexpansion.com

### DISTRIBUCIÓN

ALBERTO PALACIOS  
apalacios@grupoexpansion.com

### GERENTE DE TRÁFICO

ANA MARÍA GALINDO

### COORDINADOR

DE PRODUCCIÓN  
EDGAR MORA

### PRODUCCIÓN

ULISES ALARCÓN

### COORDINADOR

PRODUCCIÓN DIGITAL  
JAVIER JASSO

### POSTPRODUCCIÓN DIGITAL

DIANA AGUILAR  
JESÚS GONZÁLEZ

### TRADEMARK NOTICE

ELLE® is used under license from the trademark owner, Hachette Filipacchi Presse, a subsidiary of Lagardère SCA.  
www.elleinternational.com

ELLE  
INTERNATIONAL

A division of: **Lagardère**

CEO  
CONSTANCE BENQUE

CEO ELLE International Licenses  
FRANÇOIS CORUZZI

Chief Content Officer/  
International Director of ELLE  
VALERIA BESSOLO LLOPIZ

Deputy Editorial Director  
VIRGINIE DOLATA

Fashion Director  
ALEXANDRA BERNARD

Creative Director  
IRIS ROMBOUTS

Editorial & Syndication  
Coordinator  
FAUSTINE JOIRIS DE CAUSSIN

Copyrights Manager  
KENZA ALLAL

Digital & Database Manager  
CECILE VASSEUR MORIN

MARKETING DIRECTOR  
MORGANE ROHÉE

INTERNATIONAL ADVERTISING:  
LAGARDÈRE GLOBAL ADVERTISING

Chief Revenue Officer: ELLE International  
Media Licenses  
JULIAN DANIEL  
jdaniel@lagardere.com

**CONTACTOS EN VENTAS**  
ventas@grupoexpansion.com  
Tel: 55 9177 4100/4300

**INTERNATIONAL SALES**  
sales@grupoexpansion.com  
Tel: (786) 558-5076

**SUSCRIPCIONES Y SERVICIO AL CLIENTE**  
(55) 9177 4342  
servicioalcliente@grupoexpansion.com

**GRUPO EXPANSION**

VICEPRESIDENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES  
LEONARDO VALLE

CEO DE GRUPO EXPANSIÓN, OOH, PUBLISHING Y MOBILITY  
JORGE DIBILDIX

COO GRUPO EXPANSIÓN  
HILDA MAESTRE

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL  
JOSÉ ALBERTO BALBUENA

**PUBLISHING // MOBILITY // OUT OF HOME**

ELLE® es una revista mensual de moda y cultura de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V., bajo licencia de Hachette Filipacchi Presse, S.A. Junio 2026. Editora Responsable: Claudia Cándano de la Peza. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-10143222700102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 17512. Domicilio de la Publicación: Hegel 111, Pta 1, Colonia Polanco Chapultepec, C.P. 11560, Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. Imprenta: Reprográficas Fotomecánicas S.A. DE C.V., con domicilio en: Durazno 1, Las Perlas, Xochimilco, C.P. 16010, Ciudad de México. Distribución por: Expansión, S.A. de C.V. con domicilio en: Constituyentes 956, Lomas Altas, alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11950, Ciudad de México y Alfesa Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicado en: Corona No.23 Interior 1, colonia Cervecería Modelo, Naucalpan de Juárez, Estado de México, C.P.53330. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este ejemplar sin la previa autorización de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Las opiniones y puntos de vista de las colaboraciones publicadas en esta revista no necesariamente reflejan la opinión de ELLE® y quedan bajo la estricta responsabilidad de los autores. Todos los derechos reservados © 2026 Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Consulta el aviso de privacidad de datos en la siguiente dirección: <https://elle.mx/aviso-de-privacidad>. Registro postal: PPO91013.



OVERSEAS AUTOMÁTICO

Referencia 4605V

35 mm, acero inoxidable

  
**VACHERON CONSTANTIN** | ONE OF  
GENÈVE | NOT MANY.

junio 2026

*carta editorial* Quienes nos leen desde hace mucho saben que nuestro primer número dedicado al Orgullo fue en 2019, cuando la visibilidad de la comunidad LGBTQ+ ya formaba parte de la conversación, pero aún estábamos atrasados en representación y derechos. Siete años después, la lucha sigue, con un enfoque distinto por las circunstancias de polarización mundial actual.

Es verdad que los derechos LGBTQ+ han avanzado, cada vez más países reconocen el matrimonio igualitario, prohíben las terapias de conversión, fortalecen la protección laboral y amplían el reconocimiento de los derechos trans. Pero se esperaría que, en 2026, siete años después de aquella edición en la que tuvimos en portada a Valentina Sampaio, estuviéramos parados en un mundo más evolucionado, donde se pudiera transitar sin miedo y con la libertad de ser quienes somos. Pero no, no estamos ahí. Hoy nos encontramos en una situación en la que, si bien la comunidad LGBTQ+ es más visible, también está más expuesta. En los últimos años hemos visto el posicionamiento de la estética sin género; lo queer como un lenguaje de internet; la importancia de los pronombres; la conversación sobre transicionar, desde Hollywood hasta las personas que tenemos cerca; una cultura televisiva más incluyente; la exigencia de un activismo real por parte de las marcas y no solo rainbow washing; y cómo el debate dejó de centrarse en la orientación sexual para hablar de identidad, cuerpo, lenguaje y autodeterminación.

Hace siete años, la lucha estaba centrada en obtener reconocimiento para conseguir derechos LGBTQ+, en que las nuevas generaciones se encontraran a través de la representación y en que la comunidad queer dejara de existir en la periferia para formar parte real de la cultura y del mundo. Pero hoy, esa visibilidad ha desatado el cuestionamiento sobre su permanencia: ¿cómo podemos ayudar a que lo que se ha ganado no se pierda? Tenemos que seguir luchando, como aliados o como parte de la comunidad. No podemos permitir la censura, las leyes anti-trans, los retrocesos políticos, los ataques digitales y miles de cosas más que siguen ocurriendo. El frente debe ser colectivo.



CLAUDIA CÁNDANO  
@candanocla #editoraentenis



Azul Guaita

x

v o g u e

e y e w e a r

**DAI  
LY**  
**POD  
CAST**

LUNES A VIERNES 9 AM

**POLÍ  
TICA**  
Y OTROS DATOS

JUEVES 6 AM

**CUENTAME DE  
ECONOMÍA**

LUNES 7 AM

**NUEVOS VIDEOS  
TODOS LOS DÍAS**

PODCASTS | NOTICIAS | POLÍTICA

SUSCRIBETE EN  YouTube

**EXPANSION**

@ExpansionVideo

# ELLE

DE VUELTA A  
LOS OCHENTA  
(P. 21)

20. ESTAS SON LAS  
LENTEJUELAS QUE SÍ  
QUEREMOS ESTE SS26

38. LOS *LEGGINGS*  
A LA CADERA SON  
CLAVE, TOMA NOTA DE  
CÓMO LLEVARLOS

TENDEN  
CIAS



# BRILLAS TAN LINDO

Valentino hizo nuestros sueños de brillo realidad, la clave es buscar de qué forma prefieres llevarlo. Al igual que Matthieu Blazy para Chanel, puedes crear un look total en lentejuela y aterrizarlo con una chamarra de mezclilla, o puedes limitarlo a un solo accesorio, como bolsos o zapatos.



1. Top, **AYANEGUI**, \$900, [ayanegui-online.com](http://ayanegui-online.com). 2. Sandalias, **LOEWE**, \$21,650, [loewe.com](http://loewe.com). 3. Chamarra, **MIU MIU**, El Palacio de Hierro Polanco. \* 4. Falda, **ROTATE**, USD265, [mytheresa.com](http://mytheresa.com). 5. Bolsa, **STAUD**, \$12,172, [farfetch.com](http://farfetch.com).

FOTOS: ©GETTY IMAGE S / LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / AYANEGUI-ONLINE.COM / LOEWE.COM / MIUMIU.COM / MYTHERESA.COM / FARFETCH.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



HOT HOT



# HOMBRERA ARRIBA

Mamá lo llamaba moda, ahora lo llamamos tendencia. Los ochenta fueron la década del exceso: colores intensos, hombreras y muchos accesorios. Hoy, ese espíritu vive en los diseñadores que apuestan por texturas intensas y un dramatismo que no se disculpa. Si te atreves con todo, remata con un peinado de volumen. Hay infinitas referencias: la elegancia rebelde de Lady Di, la provocación de Joan Jett, la extravagancia de Prince, o la presencia magnética de Cindy Crawford y Pat Cleveland en cada pasarela.



FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / ZARA.COM / DOLCE&GABBANA.COM / FERRAGAMO.COM / FARFETCH.COM / ELPACIODEHIERRO.COM / GRANVIA.MX / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA

1. Blusa, ZARA, \$2,199, C.C. Antara. 2. Pulseras, DOLCE&GABBANA, \$22,000, Masaryk 450, Polanco. 3. Falda, FERRAGAMO, Masaryk 426, Polanco. \* 4. Licras, MARINE SERRE, farfetch.com. 5. Cinturón, DHIERRO, \$2,290, El Palacio de Hierro. 6. Zapatos, GIUSEPPE ZANOTTI, \$21,460, granvia.mx.

# COMO algodón de azúcar



WILLOW SMITH

Seguimos en un viaje colectivo de nostalgia y la obsesión de esta temporada lo confirma: las sombras pasteles. Inspirada en looks icónicos de Twiggy en los sesenta o Britney Spears en los dos mil, esta tendencia deja atrás el *clean look* para dar paso a un estilo más juguetón y juvenil. Desde azul claro hasta lilas y verdes, te aportarán frescura y un toque divertido.



2.



## PREPÁRATE

El secreto para que una sombra quede pigmentada y duradera está en la preparación, sobre todo con fórmulas en polvo. Usa un *primer* en el párpado para que los colores se vean mejor desde la primera aplicación.

1.

FAV FAV

## MÁS FÁCIL IMPOSIBLE

Si las sombras en polvo no son lo tuyo, puedes optar por una versión líquida. Esta fórmula es una alternativa más fácil y rápida de aplicar, construye y de alta pigmentación.



ZOMER



4.

CHASE INFINITI

## LA MANERA SUTIL

Usa un delineador pastel para llevar tu look al siguiente nivel con delineados gráficos, o sumarte a la tendencia de forma más discreta usándolo como un toque de color solamente.



3.



5.



1. Idôle Tint, **LANCÔME**, \$850, sephora.com.mx.
2. Ombre Essentielle en tono 222 Jade Facetté, **CHANEL**, \$850, chanel.com.
3. Eyeshadow Primer Nude, **MILANI**, \$259, bellissima.mx.
4. Colour Excess Gel Pencil Eye Liner, **MAC**, \$590, maccosmetics.com.
5. Diorshow 5 Couleurs en tono 279 Denim, **DIOR**, \$1,630, dior.com.



1.



2.

**DALE FORMA**

El fleco se estiliza mejor mientras sigue húmedo. Usa la secadora y un cepillo redondo chico o mediano, llévalo primero hacia arriba para dar volumen, después peina hacia abajo en la dirección que prefieras.



DAISY EDGAR-JONES



AJL SS26



3.

**LA TEXTURA PERFECTA**

El movimiento y textura son clave para un look boho y cool. Usa un poco de spray texturizante que te dará fijación, volumen e hidratación sin saturar tu pelo.



4.

**AL NATURAL**

Si no quieres dedicarle mucho tiempo en la mañana, usa tus manos para acomodarlo y déjalo secar al aire libre. Aplica *leave-in* ligero para suavizar y definir (si tienes ondas), evitando así el frizz.

**¡HASTA el copete!**

Si estás pasando por el evento canónico de cortarte el fleco, pero no quieres pasar horas peinándolo, apuesta por esta versión más relajada, larga y fácil de mantener. Inspirado en los cortes de Daisy Edgar-Jones o Dakota Johnson, este fleco casual y sofisticado, con textura ligera y movimiento sutil, va a enmarcar tu rostro con naturalidad gracias a sus capas largas y fluidas, transportándonos inmediatamente a los setenta.



5.

1. Broches para el cabello, **H&M**, \$199, C.C. Santa Fe. 2. Spray texturizador, **LIVING PROOF**, \$638, ulta.com.mx. 3. Sis La Brosse Brushing No 2, **SISLEY**, \$2,340, C.C. Perisur. 4. Crema definidora de rizos, **MARC ANTHONY**, \$232, sallymexico.com. 5. Spray para ondas, **Ouai**, \$770, sephora.com.mx.

# TÉRMINOS *medios*

Los días primaverales, entre mañanas soleadas y tardes lluviosas, ameritan una pieza que sepa habitar los puntos medios. Aquí, las faldas midi son el salvavidas. Con dobladillos que encuentran la equidistancia perfecta entre la rodilla y los tobillos, funcionan como un comodín para cualquier ocasión. Juega con su silueta, cortes o transparencias para crear una apuesta audaz como en Dolce&Gabbana y Eiko Ai, o llévalas con una camisa de corte entallado para un resultado minimalista inspirado en el estilo oficinista noventero que propone The Attico.



1. FRAME, \$21,748, Lorem. 2. BIMBA Y LOLA, \$4,800, C.C. Antara. 3. THE ATTICO, \$18,880, revolve.com. 4. DIESEL, \$7,390, El Palacio de Hierro. 5. BLUMARINE, \$8,359, mytheresa.com.

## #ELLECONSEJO

Para alargar tu silueta, puedes llevar tu falda con zapatos del tono de tu piel o en punta que te alarguen visualmente.

# CÓDIGO *noventero*

Las camisas con corte *slim* tienen un encanto particular. Prada lo sabía desde los noventa y principios de los años dos mil, recordemos el universo estético de sus campañas fotografiadas por Norbert Schoerner: un minimalismo de oficina que hoy tiene más sentido que nunca. La clave para llevarla en 2026 es romper la simetría en la parte inferior. Un pantalón a la cadera con olanes, una falda con corte asimétrico o un teñido inesperado son suficientes para transformar la pieza más básica de tu clóset en tu mejor aliada para tus planes después de tu horario de 9 a 5.



FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / STORESPORTMAX.COM / DOLCE&GABBANA.COM / FARFETCH.COM / STRADIVARIUS.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

1. SPORTMAX, \$9,464, Masaryk 318, Polanco. 2. DOLCE&GABBANA, \$13,965, Masaryk 450, Polanco. 3. NACHE, \$5,395, farfetch.com. 4. STRADIVARIUS, \$549, C.C. Metrópoli Patriotismo. 5. POLO RALPH LAUREN, El Palacio de Hierro.\*

## #ELLECONSEJO

Para llevarla más allá de la oficina, estilízala con una prenda ligera encima: una blusa de *mesh* o un *bralette* le dan un giro inesperado sin perder la estructura.

## TAMAÑO POLLY POCKET

DIOR ICON BAG CHARM

Este es uno de los varios diseños virales en miniatura que ha propuesto Jonathan Anderson. Y este en especial, como una insignia histórica. Es un amuleto que evoca al *New Look*: delicado pero con carácter. Un mini lujo con formas y detalles muy precisos que es un símbolo portátil de herencia y deseo. El *key charm* de Dior que reinterpreta la elegancia de la icónica *Médaille Chair*, parte clave del ADN de la firma francesa, es toda una tentación. Como Christian Dior se lo planteaba, cada detalle cuenta una historia; aquí, el *charm* es memoria, objeto y un gran acompañante para tu bolsa.

#¿DÖÖONDE?  
El Palacio de Hierro Polanco.\*



POST Houston



# HOUSTON

*Donde empiezan tus mejores recuerdos.*

[HolaHouston.com](http://HolaHouston.com)

#timeless



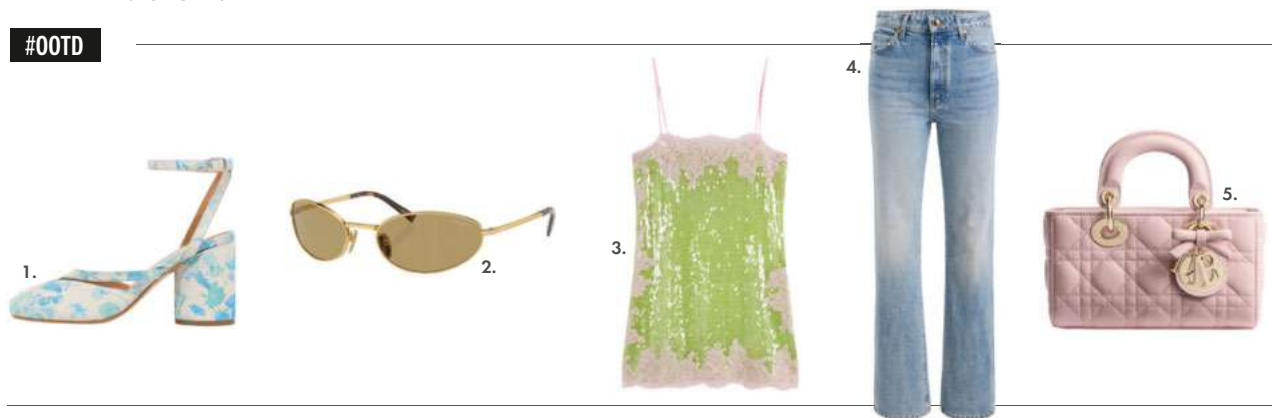
¿SABÍAS QUE...?  
El calibre de cuarzo 2730 provee más de siete años de duración de la pila y se desactiva cuando no se utiliza.

por JESSICA GUTIÉRREZ

**S**i Hailey Bieber es fan, nosotros también. El *Royal Oak Mini* de Audemars Piguet se ha convertido, en poco tiempo, en uno de los relojes favoritos de las *it-girls*, pero especialmente de Bieber. Es una de esas piezas que gritan estilo pero también modernidad. Además, recordemos que la nostalgia de los relojes miniatura de las abuelas, sigue ocupando un gran lugar en las tendencias de relojería femenina desde los últimos años. Una nueva versión se une a la conocida familia mini con una esfera de nácar extra blanca y un brazalete de oro amarillo de 18 kilates. Es excelente para llevar con casi cualquier *outfit*. ELLE equipo te recomienda llevarlo con piezas *statement* pero cómodas, así como lo hace Hailey; unos jeans con tacones y el *Royal Oak Mini*, son la combinación perfecta para lograr ese look.

## ELLElook

#OOTD



1. Zapatos, **MAISON MARGIELA**, El Palacio de Hierro Polanco. \* 2. Lentes, **PRADA**, \$9,959, [sunglasshut.com](http://sunglasshut.com). 3. Top, **HAND OVER**, US175, [h-andover.com](http://h-andover.com). 4. Jeans, **KHAITE**, \$12,067, [farfetch.com](http://farfetch.com). 5. Bolsa, **DIOR**, C.C. Andares, Guadalajara. \*

FOTOS: CORTESÍA AUDEMARS PIGUET / EL PALACIO DE HIERRO.COM / SUNGLASSHUT.COM / H-ANDOVER.COM / FARFETCH.COM / DIOR.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA

· A · V · Y · N · A ·<sup>®</sup>



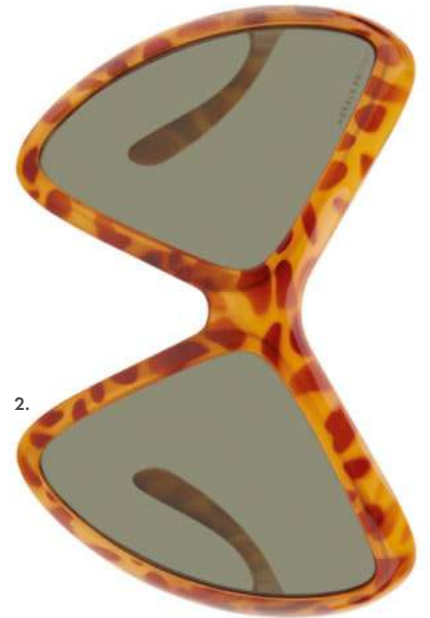
BÚSCANOS EN TU SALÓN DE BELLEZA FAVORITO.





# POV: ERES UNA MOSCA

El termómetro subió y ahora los accesorios hacen el trabajo pesado. Con menos capas y prendas más ligeras, los lentes se convierten en la pieza que construye el look. Marcas como Ottolinger y Gentle Monster llevan temporadas empujando las siluetas cada vez más lejos: extra grandes, coloridos y geométricos. Para seleccionar el color, busca el tono que más se repita en tu clóset, ese es el que va en la montura, así podrás combinarlos fácilmente. Aunque tu estilo sea minimalista, puedes seleccionar unos de metal y dominar la tendencia.



1. POLETTE, \$2,270, [polette.com](http://polette.com). 2. COLLINA STRADA, USD325, [ssense.com](http://ssense.com).  
3. GENTLE MONSTER, \$6,600, [gentlemonster.com](http://gentlemonster.com). 4. KUBORAUM, [farfetch.com](http://farfetch.com)\*

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / POLETTE.COM / COLLINA STRADA.COM / GENTLEMONSTER.COM / FARFETCH.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



# ME TRAEN DE LLAVERITO

La popularidad de los *key charms* ya se estacionó en nuestro día a día, ¡parece una competencia de quién consiguió la última *mystery box*! Desde la bolsa hasta tu cinturón, los llaveros se han vuelto un accesorio imperdible para sumar a tu look. Lo más divertido es que hay para todos los gustos: puedes llevar a tu personaje favorito de la infancia, una forma más conceptual o funcional como un mini monedero o hasta un *lipgloss*. Incluso se vale subirse al tren *kawaii* y llevar las tendencias coreanas y japonesas. Sin importar lo que elijas, vélo como un combo; asegúrate de que te represente y combine perfecto con tu bolsa favorita.

1. LOEWE, El Palacio de Hierro Polanco. \* 2. MOSCHINO, USD560, moschino.com. 3. POP MART, \$479, popmart.com. 4. NORA LOZZA, \$3,624, noralozza.com. 5. ACNE STUDIOS, \$11,272, celtire.com.



MONCHHICHI



# DANI MOON

por NATALIA SÁNCHEZ



@070shake

## Artista

Conocida en Instagram como 070 Shake, Dani Moon, nacida como Danielle Balbuena, es una de las artistas más interesantes de esta Gen Z musical. Gracias a su mezcla de sonidos experimentales, estética cinematográfica y sensibilidad emocional. Originaria de North Bergen, New Jersey, esta chica géminis comenzó escribiendo poesía antes de subir su música a SoundCloud en 2015, donde rápidamente llamó la atención por su voz grave, letras introspectivas y mezcla de hip hop, rock alternativo y ambient. Su carrera despegó tras firmar con *GOOD Music*, el sello de Kanye West y participar en canciones como “*Ghost Town*” y “*Violent Crimes*”, además de colaborar con artistas como Pusha T y RAYE. Con álbumes como *Modus Vivendi* y *You Can't Kill Me*, 070 Shake construyó un universo sonoro oscuro, melancólico y futurista. Su estilo personal también la convirtió en un referente para su generación dentro de la moda. Con una estética andrógina, tomboy y con una gran melena que nos da vibras de Rue, suele mezclar sastrería extragrande, cuero, piezas deportivas, botas toscas y siluetas oscuras que recuerdan al grunge y al cyberpunk. Ha colaborado y trabajado con marcas y diseñadores como Telfar, Dior y Gypsy Sport, además de aparecer constantemente en editoriales y semanas de la moda. ★ FIN



### ¡A IBIZA!

Fue imagen para la campaña de Paula's Ibiza de Loewe, fotografiada por Gray Sorrenti en 2004.



“A VECES  
SOLO QUIERO HACER  
QUE LA GENTE  
SIENTA ALGO”.



*Divine* ROMPIÓ CON LOS CÁNONES TRADICIONALES DE BELLEZA AL RADICALIZAR EL GLAMOUR FEMENINO CON TOQUES CAMP Y PUNK.

## LILY SAVAGE

HUMOR ÁCIDO

1. Aretes, **STUDIO CONCHITA**, \$7,000, Tampico 41.
2. Blusa, **DIESEL**, \$1912.65, es.diesel.com.
3. Falda, **MUNTHE**, \$7,781, farfetch.com.
4. Pulseras, **LUV AJ**, \$1,490, revolve.com.
5. Botas, **THE ATTICO**, \$25,138, theattico.com.
6. Clutch, **CULT GAIA**, \$16,447, cultgaia.com.



# ELEGANZA EXTRAVAGANZA

El mundo del *drag* ha encontrado en la moda una simbiosis explosiva, abriendo paso a una libertad que abraza la diversidad a través de la ropa. Desde sus inicios, el maximalismo y la teatralidad han sido mecanismos de expresión, resistencia y subversión. Así, en un afán por emular a las estrellas de Hollywood, el estilo *drag* se ha caracterizado por siluetas femeninas exageradas, vestidos ostentosos y elementos como boas de plumas, pelucas, lentejuelas y mucho brillo. En esta edición de Proud Humans, ponemos todos los reflectores sobre las *drag queens* que, con sus estéticas y personalidades únicas, han revolucionado el mundo.

FOTOS: ©GETTY IMAGES / STUDIOCONCHITA.COM / THEATTICO.COM / REVOLVE.COM / SABRINAOL.COM / CULTGAIA.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA. THEFRANKIESHOP.COM / ZARA.COM / SWAROVSKI.COM / SSENSE.COM / DESIGUAL.COM / BIMBAY.LOLA.MX / NUDE-PROJECT.COM / MYTHERESA.COM / THE-ARE.COM / TOUS.COM / PARFOIS.COM / AMINAMUADDI.COM / JACQUEMUS.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

## MARSHA P. JOHNSON

### GLAM EN RESISTENCIA

1. Collar, **SWAROVSKI**, \$40,000, swarovski.com. 2. Body, **ZARA**, \$549, Paseo Interlomas. 3. Aretes, **DESIGUAL**, \$3,690, C.C. Santa Fe. 4. Pulsera, **BIMBA Y LOLA**, \$1,800, Presidente Masaryk 427. 5. Short, **THE FRANKIE SHOP**, \$2936.06, thefrankieshop.com. 6. Botas, **MARC JACOBS**, \$10,315, ssense.com. 7. Balsa, **NUDE PROJECT**, \$3,738, nude-project.com



## RU PAUL

### LA REINA DE REINAS

1. Aretes, **TOUS**, \$9,500, tous.com. 2. Vestido, **RABANNE**, \$62,475, mytheresa.com. 3. Mascara, **THE ARE**, \$1,500, the-are.com. 4. Anillos, **PARFOIS**, \$299, C.C. Oasis. 5. Bolso, **JACQUEMUS**, \$19,416, jacquemus.com. 6. Zapatos, **AMINA MUADDI**, \$13,099, aminamuaddi.com



## Un verano en...

BIMBA Y LOLA SS26

No por nada esta es la temporada favorita de la mayoría o al menos de los *bebelles*. Sol, ropa ligera y una vibra de despreocupación y de saber que todo va a estar bien. Ese es el *mood* que nos refleja ELLE Look de la firma española. Un vestido en viscosa ligera color \*elige tu fruta de temporada favorita\*, con *layers* sutiles, un par de sandalias de tacón bajo perfectas para andar de arriba abajo todo el día y listo. Esta es la fórmula ideal para disfrutar de los días de calor y bronceado en la ciudad.

#¿DÓONDE?

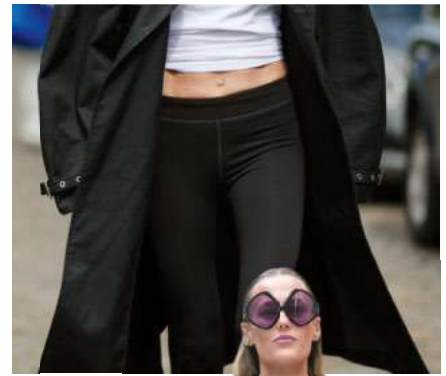
Majaryk 427, Polanco.\*

Accènt

Síguenos en nuestra nueva cuenta .  
**@accent\_revista**  
Follow us on our new account



Una publicación exclusiva de Aeroméxico  
An exclusive magazine from Aeromexico



## FASHION FOCUS: *Caderita dosmilera*



REPITE CONMIGO: ¡LOS LEGGINGS  
NO SON SOLO PARA EL GIMNASIO!

Con una mirada menos atlética y más intencional, esta pieza de tiro bajo de los dosmiles se convierte en el aliado escultórico que se transforma contigo durante todo el día, dándole protagonismo a tus piernas y caderas. La clave está en el *styling*, juega con diferentes cortes como capris, acampanados o al tobillo y encuentra la silueta que quieras llevar. Gracias a su versatilidad, puedes usarlos como un nuevo básico que funciona con blazers, playeras *oversized*, tacones, o sandalias. No le tengas miedo a los estampados y colores si quieres lograr un look más *funky* y llamativo.





# CALIFORNIA CLOSETS®

# ENERGÍA AL CUADRADO

*Londres Primavera Verano 26*



*look 1*



1. Vestido, **DESIGUAL**, \$3,990, C.C. Santa Fe. 2. Blusa, **BIMBA Y LOLA**, \$4,000, C.C. Antara Polanco. 3. Lentes, **MELLER**, \$1,100, mellerbrand.com. 4. Collar, **ISADORA**, \$199, C.C. Paseo Acoxpa. 5. Bolsa, **PULL&BEAR**, \$549, C.C. Reforma 222. 6. Zapatos, **THORO650**, \$1,490, thoro650.com.

**\$11,248**

*look 2*



1. Chamarras, **BERSHKA**, \$1,099, Parque Delta. 2. Falda, **MANGO**, \$1799, shop.mango.com. 3. Lentes, **CIDER**, \$249, shopcider.com. 4. Camisa, **ZARA**, \$599, zara.com. 5. Top, **STRADIVARIUS**, \$499, Plaza Satélite. 6. Botas, **ANDREA**, \$1,299, mx.andrea.com

**\$5,744**

## #ELLECONSEJO

Aunque podría parecer que son un básico otoñal fiel a su naturaleza *punk*, el tartán no responde a temporalidades fijas. Así que, para los días de calor, inyéctale energía a tu look con este estampado en faldas y vestidos vaporosos, y acompaña con piezas en siluetas más suaves y materiales delicados como el encaje para crear un contraste inesperado.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / DESIGUAL.COM / ISADORAONLINE.COM / THORO650.COM / PULLANDBEAR.COM / MELLERBRAND.COM / BIMBALOLA.MX / SHOP.MANGO.COM / STRADIVARIUS.COM / MX.ANDREA.COM / BERSHKA.COM / ZARACOM / SHOPCIDER.COM // PRECIO EN PUNTO DE VENTA

# EL ALIADO INESPERADO QUE TU PIEL ESTABA ESPERANDO

Piely™ by OFF!® llegó a México con un repelente que se siente y se vive como *skincare*. Tres presentaciones, ingredientes dermatológicamente probados y protección real contra mosquitos para el verano perfecto.

El verano es una época increíble. Te da cómodas tardes en terrazas, salidas improvisadas y esa hora dorada que a todo mundo le encanta. Pero también trae humedad, sol directo y una fauna que no piensa en tus planes y aparece justo cuando menos te lo esperas.

Piely™ by OFF!® entendió que nadie quiere sumar pasos a su rutina si eso implica oler a campamento y sentir una capa extra sobre la piel. Entonces fue por otro camino. Esta es la primera línea de OFF!® hecha con ingredientes que hidratan tu piel, no añaden fragancias ni texturas y cuentan con el respaldo de la familia OFF!®, que lleva décadas cuidándote de picaduras indeseadas de mosquitos. El resultado es un producto que se siente cómodo en la piel.

Tienes tres opciones: la Crema Hidratante Repelente formulada con ácido hialurónico, ofrece tres horas de protección y ayuda a hidratar y restaurar la humedad en la piel. La Loción Hidratante Repelente formulada con glicerina, brinda seis horas de protección y ayuda a hidratar y retener la humedad en la piel. El Spray Hidratante Repelente formulado con una mezcla única de ingredientes humectantes que trabajan en conjunto para retener la hidratación, dejando la piel suave, cómoda y protegida. Las mismas seis horas, más fácil de llevar.

Piely by OFF!® se integra perfecto al final de tu rutina diaria de *skincare*, justo después del protector solar. Te da una sensación hidratante y te mantiene seguro de molestas picaduras de mosquitos. No pelea con nada, no deja rastro y nadie, más que tú, notarán que está ahí. Cuida tu *glow* con un aliado que se preocupa por tu piel tanto como tú.



**PIELY™ BY OFF!® ES LA RESPUESTA PERFECTA PARA ESOS PLANES AL AIRE LIBRE, EL COMPLEMENTO IDEAL PARA TU RUTINA DE SKINCARE, MIENTRAS TE MANTIENE PROTEGIDO CONTRA LOS MOSQUITOS.**



#ellepick



OBSERVACIÓN  
ACTIVA

Para Camilo, las mejores ideas nacen caminando por el Centro Histórico, mirando a la gente hacer exactamente lo mismo que él.

# CANNEO

por BERENICE BUENDÍA

PUNTO POR PUNTO

La creatividad para algunas personas es un deber, el de honrar la sensibilidad con la que pueden apreciar y plasmar lo que observan a su alrededor. Así es como Camilo Pinedo conceptualiza el universo de CANNEO, una marca que plasma la delicadeza de la creación a través de piezas tejidas a mano, atemporales, asimétricas y sin género, donde incluso las letras de sus canciones favoritas se convierten en el lienzo del tejido. La marca construye una estética de fantasía cotidiana: hilos con destellos, paletas en pastel y mensajes que se llevan pegados al cuerpo como si fueran un diario personal. Cada pieza nace de la paciencia que exige el tejido de punto y de sus *glitches*, los errores técnicos que Camilo abraza para reconfigurar siluetas y abrir nuevas formas, todo elaborado por sus propias manos. Prendas que son igual de poéticas en una galería que en la calle, igual de válidas en un cuerpo que en otro. ♥ FIN



#¿DÓONDE?  
@\_canneo / Liverpool 9, Juárez.

# PREMIOS MEXBEST

PRESENTADO POR



SEDE

**MAZATLÁN**

UN MAR DE HISTORIAS

**OCTUBRE 2026**

[mex-best.mx](http://mex-best.mx) / [@mexbest.mx](https://twitter.com/mexbest.mx)



TEQUILA  
**1800**

*El Palacio de Hierro*

SOY TOTALMENTE PALACIO®



# DARA ALLEN



@DARA\_

## Marc by Dara

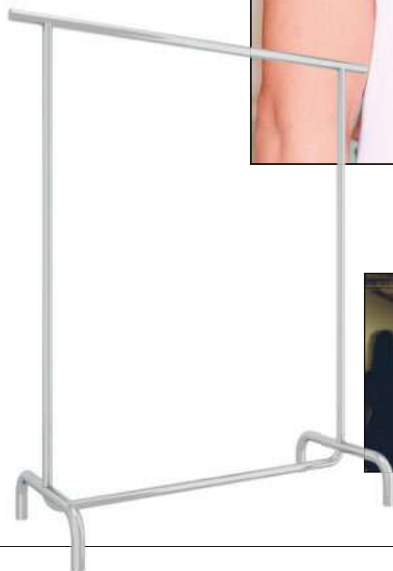
Dara desfiló para Marc Jacobs en el 2017, cuando tenía 23 años.

## Periodista

Llegó al mundo de la moda gracias a Tumblr y los blogs dosmileros. Por ello su interés la llevó a estudiar periodismo.

## Sin etiquetas

Dara es una figura trans y no binaria dentro de la industria de la moda, y aunque suele enfocarse en hablar de estética, creatividad y estilo, ha hecho comentarios sobre sentirse más libre dentro de expresiones de género no tradicionales y sobre cómo la moda le permitió construir identidad y comunidad.



“LA MODA DEBE SENTIRSE INSTINTIVA, NO DEMASIADO PENSADA.”

-DARA ALLEN

## FASHION DIRECTOR, STYLIST Y MODELO

Ella es una de las voces jóvenes más interesantes dentro de la moda contemporánea. Su carrera comenzó a construirse entre el *styling*, el modelaje y la edición, creando una estética reconocible por su mezcla de referencias *vintage*, y una sensibilidad artística. Con el paso de los años, se consolidó como un perfil clave dentro de la escena editorial neoyorquina gracias a su trabajo en publicaciones independientes y de culto. Parte de su reconocimiento llegó por su relación con *Interview Magazine*, donde ha trabajado como *fashion director* y *stylist*, participando en editoriales que mezclan moda, cultura pop, arte y fotografía de una manera fresca y poco convencional, un concepto que va perfecto con su identidad. Su estilo se caracteriza por jugar con siluetas relajadas, *layering*, piezas de archivo y combinaciones inesperadas. Además de su trabajo editorial, Dara Allen se ha convertido en una referencia para una nueva generación interesada en la moda menos rígida y más intuitiva. Moda para sentirse. ★ FIN

Mifel  
TENNIS OPEN  
BY telcel oppo

100 Years

ATP  
250

# Vive el tenis EN LOS CABOS

WE LOVE TO  
MEX TENIS  
CELEBRATE



JUL 25 - AGO 1, 2026  
¡BOLETOS YA DISPONIBLES!

Mifel  
telcel  
oppo  
LOS CABOS  
MEX TENIS

HACIENDA DEL MAR  
LOS CABOS

Caliente.  
caliente.mx

Mazda

inter.mx

Comex  
Vive tus sueños

ESPIRITU DEL MAR

Disney CRUISE LINE

Emirates

AMSTEL  
ULTRA

adidas

ISDIN  
LOVE YOUR SKIN

RADO  
SWITZERLAND

G

PEPSI

e.pura  
agua tu energía

DOBEL

Disney+

MICROBIOTFIT

ticketmaster

National  
Car Rental

P M  
BYBEE

Cinemex Platino

Ting

Lonol

Wilson

TECHNOGYM

ESPN

IMAGEN

Quién

CABO  
MIL

HOSPITAL  
Los Cabos  
BY HOSPITALES MAC

COMITÉ ORGANIZADOR  
LOS CABOS  
BY GOBIERNO DEL ESTADO  
DE BAJA CALIFORNIA

# ELLE NEWS

*junio*



1. CELEBRANDO 90 AÑOS: PANERAI PRESENTA EL *RADIOMIR BRONZO PAM00760*, UN RELOJ QUE RECUPERA EL ADN NAVAL DE LA MAISON.

PANERAI.COM



2. COLOR Y BRILLO, TODO LO QUE QUEREMOS ESTE VERANO Y LOS ANILLOS Y PULSERAS DE *BVLGARI COLORS* LO ENTIENDEN PERFECTO.

BVLGARI.COM



3. LA TEMPORADA HUELE A CÍTRICOS Y A VACACIONES EN EL MEDITERRÁNEO CON *TAORMINA ORANGE*, LA NUEVA FRAGANCIA DE LA COLECCIÓN *PRIVATE BLEND* DE TOM FORD.

TOMFORDBEAUTY.COM



4. Gucci reúne a su nueva generación en 84 looks fotografiados por Demna, y es tan impactante y bella como lo esperabas: cuero de pies a cabeza, seda con estampados ecuestres y el Jackie 1961 reinventado. Una nueva era con el archivo como base y mucho futuro por delante.

GUCCI.COM

FOTOS: CORTESÍA PANERAI / CORTESÍA BVLGARI / CORTESÍA TOM FORD / CORTESÍA GUCCI.

# lo más hoooot



5. LA NUEVA LÍNEA DE ACCESORIOS DE SANDRO MEZCLA INSPIRACIÓN SETENTERA, PATRONES GEOMÉTRICOS Y CHARMS EN UNA PALETA DE TONOS NATURALES Y PASTEL LISTA PARA EL VERANO. EL CROCHET MÁS COOL DE LA TEMPORADA.

SANDRO-PARIS.COM



6. LONGINES LLEVA CRONOMETRANDO LOS JUEGOS DE LA COMMONWEALTH DESDE 1962 Y NO PARA DE SORPRENDERNOS. PARA GLASGOW 2026 SE PRESENTÓ CON UN HYDROCONQUEST EDICIÓN LIMITADA.

LONGINES.COM



8. LEVI'S Y EL TRI SE JUNTARON EN UNA COLECCIÓN CON EL ESCUDO VINTAGE DE LA SELECCIÓN QUE QUEREMOS USAR DENTRO Y FUERA DEL ESTADIO.

LEVIS.COM.MX



7. Sombr es el protagonista de la nueva campaña de Valentino. Filmada por Alessandro Michele en el palacio de Cy Twombly, nos entregaron una exploración sobre la identidad, la memoria y el tiempo que es, en pocas palabras, una obra de arte.

VALENTINO.COM

FOTOS: CORTESÍA SANDRO PARIS / CORTESÍA LONGINES / CORTESÍA VALENTINO / CORTESÍA LEVIS.

**Sports  
Illustrated**<sup>TM</sup>  
MÉXICO

**EL BALÓN ESTÁ DE  
FIESTA**

EN JUNIO:

**GUÍA  
COMPLETA  
DEL MUNDIAL  
2026**

**PRÓXIMA  
EDICIÓN**





ELLE

GOTTMIK,  
UN ICONO  
DRAG DE LA  
NUEVA GE-  
NERACION  
(P. 56)

56. EL CAPITALISMO  
SALIENDO DEL CLO-  
SET Y LAS MARCAS  
QUE MARCHAN  
POR INTERÉS

62. PROUD HUMANS:  
LA VISIBILIDAD TAM-  
BIÉN ES RESISTENCIA

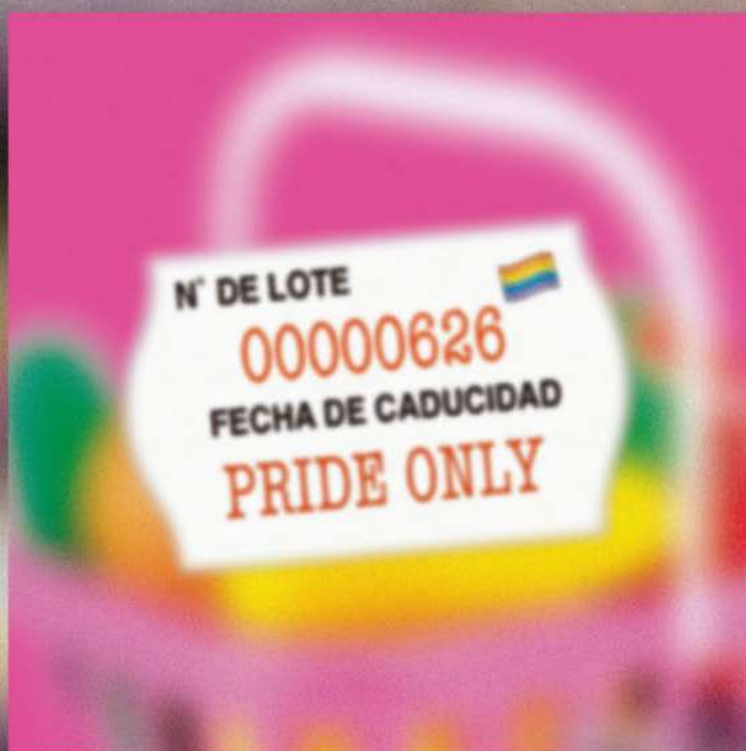
# STO RIES

FOTO: JUAN RETALLACK.

LOOK: VESTIDO, EDHER GIN\*

\*LAS PLUMAS UTILIZADAS EN LOS VESTIDOS DE EDHER GIN PROVIENEN  
DE PROVEEDORES REGULADOS Y NO SON OBTENIDAS MEDIANTE  
MALTRATO ANIMAL NI PRÁCTICAS DE LIVE PLUCKING

49



# BOFETADAS CON GLITTER

OTRO MES DEL ORGULLO LLENO DE *PINKWASHING*. ¿QUÉ HACE FALTA PARA PONERLE FIN? VENCER A NUESTRO EGO ANTES QUE TODO.

POR DAFNE RUIZ @ @ITS\_DAFNE\_RUIZ

Si me pidieran definir el *pinkwashing* con un reel, escogería el de “*Hi gay! Happy Pride Month*” de Meg Stalter. Una merceda ovación de pie para la comediante que logró plasmar la ridiculez por la que atraviesan muchas marcas al querer subirse al tren del Orgullo en junio como aliadas. Una “disculpa” a quienes no aprueben el uso del lenguaje inclusivo, pero ni modo, en este mes se vale, como todas esas campañas y logos con arcoiris que abundan, sean reales o una mera pantalla.

El activismo de las corporaciones se reduce principalmente a la comercialización de la lucha por la diversidad, causas y derechos de las minorías; una bastante descarada con fecha de caducidad y hasta hueca. Así tenemos a las que se disfrazan de morado en marzo, de verde en abril, multicolor en junio y de rosa en octubre porque es “cool”. Vale la pena recordar que el *pinkwashing* nació con la exhibición de la incongruencia de empresas que apoyaban la lucha contra el cáncer de mama al mismo tiempo que llenaban los anaqueles de supermercados con productos tóxicos que traían impreso el icónico listón. *The audacity*.

Como sociedad –hoy considerada una con más consumidores que humanos– es indispensable cuestionarnos hasta el mínimo detalle si queremos aspirar a una vida sana y relativamente digna. No podemos escapar de comprar, pero lo que sí podemos hacer es tomar decisiones más conscientes. Por supuesto, muchas de esas decisiones van a incomodarnos, precisamente porque antes las elegíamos sin cuestionarlas. Basta de ignorar, de hacernos de la vista gorda, sobre todo con el dilema de separar al autor de la obra. El caso de Coachella es sonado por su dueño, el billonario Philip Anschutz, quien dice abrazar a los gays, pero donó 850 mil dólares a grupos antiLGBTQ+ este año según lo reportado por LGBTQ Nation. Al menos J.K. Rowling, la máxima *terf* (Feminista Radical Transexcluyente) que financia grupos antitrans para cambiar políticas en el Reino Unido, ha sido clara sobre su postura. La triste realidad es que a muchos *Potterheads*, sea cual sea su preferencia u orientación, no les importa.

Creo que es preferible mil veces el villano honesto que un *partner* hipócrita o, en el peor escenario, uno tibio. Aquel que se proclama proLGBTQ+, pero cambia de acuerdo a las circunstancias o al clima político. Nada que ver con el apoyo sincero, el que destaca por ser fiel e incondicional contra viento y marea. Ese no se encuentra en Target. ¿Cómo olvidar cuando en 2023 removié coleccionables celebrando el *Pride* en la mayoría de sus tiendas por presiones del conservadurismo/cristianismo/racismo/homofobia tan fuerte de

los trumpistas? Después de haberlas vendido durante una década, mostró –como dicen los estadounidenses– sus *true colors*. ¿Tal vez sintieron por primera vez el miedo que frecuentemente transpira la comunidad?

Hablando de *targets*, recuerdo hace años que en congresos de marketing se hacía énfasis en captar la atención del nicho gay porque “sus ingresos no se destinaban a sostener un hogar”. El Banco Mundial señaló que la comunidad mexicana LGBTQ+ (aproximadamente 8 millones de personas) cuenta con un poder adquisitivo de 65 billones de dólares. DÓ-LA-RES. Sí, esas personas históricamente marginadas del modelo tradicional de sociedad y etiquetadas como hedonistas, representan hoy una contundente mina de oro. Partiendo del hecho de que el *pink/rainbow-washing* es una estrategia de ventas, el mensaje es claro: el dinero no tiene género. Tal como Samantha Jones lo dijo en una ocasión, no importa de dónde provenga porque es fluido. A los únicos que sí les importa son a esos reposteros religiosos que se rehusan a hornear pasteles para bodas homosexuales.

Salir del clóset como proLGBTQI+ va más allá de ofrecer *merch* bonita y visibilidad estacional con enormes banderas en edificios de instituciones para mejorar imagen y reputación. Se trata de actuar en términos que impacten de forma positiva tanto las condiciones de trabajo como de vida de un grupo vulnerable a largo plazo. Que tu cafetería favorita lance una bebida inspirada en un icono *queer* no está mal, solo hay que reconocer y hacerle saber que está haciendo lo mínimo. Es como el típico tío que presume de ser “moderno”, pero se pronuncia con “Yo respeto, pero... que no quieran imponer su estilo de vida sobre los demás, que no les toque a mis hijos, que los gays no sean ‘unas locas’, que las *drag queens* no les lean a menores de edad...”. La lista sigue. Más allá de boicots o cancelaciones, urgen iniciativas permanentes como la difunta Empresas Mexicanas X la Inclusión (EM-X) en la que doce compañías del sector privado adoptaron un programa para promover la inclusión entre 2023 y 2024. Para las empresas que todavía no están conscientes del peso de esas políticas, un estudio de la empresa de *software* de recursos humanos Buk México señaló que las que cuentan con ellas alcanzan un 21% más de valor en el mercado, así como un 12.5% más de rentabilidad. Tanto que gastan en *pinkwashing*, ya que de una vez hagan proyecciones de lo que podrían ganar quitándose la careta e invirtiendo de verdad, con compromiso. *Happy Pride BTW*. ♥ FIN



# Diseño & Orgullo

Hablar de una mirada *queer* es hablar de una aproximación a la realidad que se aleja de las normas tradicionales —la heteronorma— para entender el cuerpo, el deseo, la estética y la identidad bajo una perspectiva más fluida, libre y diversa. En la intersección entre moda y *queer gaze* se encuentran propuestas que hablan de memoria, de autoexpresión y de libertad. Es por ello que, para celebrar el diseño que nace desde el orgullo, reunimos tres propuestas de moda mexicana que, desde sus respectivos frentes, se convierten en punta de lanza hacia una industria más incluyente y diversa.

Fotos y texto:

Jordi  
Linares  
Rivas





Masculine / Femenin

# Juan Oyervides

Creador de Proteo

Proteo comenzó como una marca de lencería masculina a través de la cual Oyervides cuestiona, desde el primer momento, lo que entendemos como masculino. Para él, uno de sus mayores motores creativos son los fetiches y la inherente carga de prohibición que conllevan. Con la idea del encaje y la lencería como parte de lo prohibido dentro del imaginario masculino convencional, pero aun así buscado y disfrutado, decidió comenzar este proyecto. Él sabe que desafiar el status quo viene acompañado de rechazo: del público, de los haters e incluso de la industria de la moda. "Seguimos con una línea de lo permitido en la masculinidad muy limitada", dice. Pero al final del día, su mayor satisfacción es encontrar una comunidad que, como él, disfruta de retar las convenciones. A pesar de que la misma industria le sigue cerrando las puertas, Juan

Oyervides conoce la importancia de luchar y reclamar un espacio dentro del mundo creativo porque "existimos, resistimos y seguimos representando". Sobre la filosofía detrás de Proteo, reconoce que cuando la creatividad y el fetiche se unen, se crea un producto que constantemente incomoda, pero al mismo tiempo se convierte en objeto de deseo. Este proyecto es profundamente personal para Oyervides, porque viene ligado a ser fiel y orgulloso de quién es; pero también es colectivo desde la intimidad, a través de esa comunidad de personas que entienden la masculinidad bajo sus propias normas.

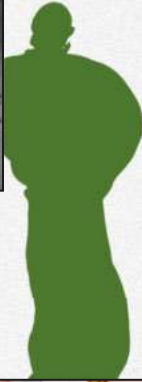


## Identidad

# María Ponce

Diseñadora

María Ponce construye su marca con la identidad como punto de partida. Su trabajo parte de su experiencia como mujer trans, pero se expande hacia algo mucho más amplio: una conversación que atraviesa lo personal y lo colectivo, lo nacional y lo global. En sus piezas maximalistas, la identidad no es solo expresión individual, sino también una manifestación cultural. Para Ponce, visibilizar a las mujeres trans no se limita a la representación, sino que implica generar cambios concretos: abrir espacios, educar, crear conversación y, sobre todo, construir referentes desde el trabajo. En ese sentido, su marca funciona como una plataforma para amplificar voces y cuestionar las narrativas tradicionales de la industria. Aunque reconoce avances, también es consciente de que la inclusión en la moda mexicana aún es parcial y desigual. Frente a eso, su respuesta desde su campo inmediato de acción es seguir diseñando desde la autenticidad, apostando por una moda que, por naturaleza, debería celebrar la diversidad. El mensaje que busca transmitir a través de su trabajo y de su propia existencia es no tener miedo y no permitir que éste detenga el impulso creativo.





## Genderless

# Molo Martínez

CEO de Pay's

Durante una década, Pay's ha construido una propuesta sólida que parte de una idea clara: la ropa no tiene género. Desde la historia familiar, que se remonta al tejido de punto en Moroleón, hasta una visión de moda contemporánea, Pay's ha desarrollado un lenguaje propio que celebra la libertad, el respeto y la creatividad como pilares de su identidad. Aquí, el trabajo en equipo es clave y quienes conforman la marca comparten los mismos valores. La autenticidad individual es el punto de partida para lograr que una pieza potencialice la esencia de una persona y, a través de Pay's, buscan que las posibilidades de autoexpresión sean infinitas. En un mercado que todavía insiste en categorizar, uno de sus mayores retos ha sido precisamente no dejar que esas clasificaciones definan su oferta, sino abrir la conversación para que tanto clientes como distribuidores entiendan que sus piezas pueden habitar cualquier espacio, pero en realidad son para todos. A través de su crecimiento, Pay's ha logrado amplificar este mensaje, permitiendo que su propuesta unisex gane visibilidad y alcance nuevas audiencias.





# GOTTMIK

FOTO JUAN RETALLACK  
ESTILISMO JESSICA GUTIERREZ  
ENTREVISTA MARIO MARREROS  
PRODUCCION ELLE MÉXICO

**GOTTMIK.** VESTIDO, ELIZABETH SILVA. ZAPATOS, CHRISTIAN LOUBOUTIN.  
**KADE.** PANTALÓN, H&M X STELLA MCCARTNEY.





VESTIDO, EDHER GIN\*.  
KADE. TRAJE SASTRE, SAINT LAURENT.  
PÁGINA OPUESTA. BLAZER, JEAN PAUL GAULTIER.

## “IT’S TIME TO CRASH THE CIS-TEM” - GOTTMIK

KADE GOTTLIEB, MEJOR CONOCIDO COMO GOTTMIK, ES UN ARTISTA *DRAG* MULTIDISCIPLINARIO QUE HIZO HISTORIA AL CONVERTIRSE EN EL PRIMER *HOMBRE TRANS* EN PARTICIPAR EN *RUPAUL’S DRAG RACE*. SU TRABAJO HA DADO VISIBILIDAD A LA COMUNIDAD TRANS Y TAMBIÉN LO HA LLEVADO AL MUNDO DE LA MODA, COLABORANDO EN CAMPAÑAS JUNTO A JEAN PAUL GAULTIER Y VERSACE. CON SU ESTÉTICA EN BLANCO Y NEGRO, SIGUE *ROMPIENDO BARRERAS DENTRO Y FUERA DEL DRAG*.

### MARIO MARREROS:

¿Qué ha significado para ti ser el primer hombre trans en una competencia como *RuPaul’s Drag Race*?

### KADE GOTTLIEB:

Aunque hubo controversia por ser *AFAB* (*Assigned Female At Birth*) en la competencia, sabía que había trabajado para estar entre las mejores *drag queens* del mundo, y demostrar que cualquier artista *drag* talentoso merece este espacio. Sentí orgullo al ser el primer hombre trans en el programa en abrir ese camino. Ver este tipo de representación cuando era niño, hubiese sido revolucionario, porque todos merecen verse reflejados en los medios hoy en día.

### MARIO MARREROS:

Tu estética única hizo que destacarás durante la temporada. ¿Cómo fue el proceso para lograrla?

### KADE GOTTLIEB:

Cuando empecé a crear el personaje *drag* de Gottmik, me enfoqué en tener un sello reconocible, en el maquillaje, pelo; algo que hiciera que me reconocieran al instante. Estando en el *reality show* ya llevaba años trabajando en esa identidad. La pintura blanca en la cara me ayudó con la disformia como hombre trans haciendo el *drag* más femenino; me hacía sentir como un *clown punk* gótico, a diferencia de alguien tratando de verse “bonito”. Con el tiempo sigo explorando el género, avanzando en mi transición, salud mental/física, empecé a jugar más con estándares de belleza femeninos, ha sido muy emocionante sentirme cada vez más cómodo y seguro con eso en mi arte *drag*.

### MARIO MARREROS:

¿Has visto o conoces algo acerca del *drag* en México?

### KADE GOTTLIEB:

¡SI! El *drag* en México me ha hecho sentir súper bienvenido. No solo me inspiran, admiro su creatividad y la pasión de las *drags* mexicanas; siempre disfruto regresar para convivir y trabajar juntxs.

### MARIO MARREROS:

Eres conocido como un icono trans masculino, ¿cómo te sientes al tener ese impacto y visibilidad entre la comunidad LGBTQ+?

### KADE GOTTLIEB:

Agradezco todos los días al universo, el poder inspirar con mi historia. Mis fans han sido parte muy importante de mi vida, y conocer sus experiencias también me inspira. He vivido momentos especiales con personas que se han sentido identificadas conmigo y que, con el tiempo, he visto crecer y sentirse más seguras de quienes son. Me siento afortunado de tener una conexión profunda con la gente que me respalda en mi trabajo. Todo lo que hago también es por seguir luchando por la seguridad e igualdad de las personas trans. ¡SOMOS EL FUTURO!

### MARIO MARREROS:

En *The T guide*; el libro que co-escribiste con Gigi Gorgeous,



¿cuál consideras que es el mensaje más importante que comparten para los lectores?

### KADE GOTTLIEB:

Queríamos mostrar que, aunque nuestras transiciones son diferentes, compartimos muchas experiencias como personas trans. Pienso que falta más representación de hombres trans, y recordar que, más allá del género, todos formamos parte de la misma comunidad y debemos apoyarnos entre nosotros.

### MARIO MARREROS:

¿Qué consejo le darías a infancias y juventudes trans, en estos momentos?

### KADE GOTTLIEB:

Sé que hoy en día, puede ser muy difícil, especialmente para las juventudes trans, pero lo más importante es confiar en quienes son y darse el tiempo de descubrirse sin presión alguna. Buscar apoyo, referentes y una comunidad segura puede hacer toda la diferencia, porque son personas valiosxs, queridxs y nunca están solxs.

### MARIO MARREROS:

¿Qué significado tiene la moda para ti y cómo ha sido ver —y vivir— la inclusión de artistas *drag* en campañas de *high fashion*?

### KADE GOTTLIEB:

La moda lo es todo para mí. Admiro todo el talento, trabajo y dedicación que hay detrás de cada diseño, así que poder colaborar con marcas y diseñadores que he admirado desde niño ha sido un sueño hecho realidad. También me parece muy especial ver cómo cada vez hay más espacio y reconocimiento para artistas *drag* y personas *queer* dentro de la industria de la moda.

### MARIO MARREROS:

¿Cómo visualizas a Gottmik en un futuro?

### KADE GOTTLIEB:

Gottmik está evolucionando todo el tiempo. Quiero encontrar un balance entre cuidar quién soy como Kade y seguir creciendo artísticamente como Gottmik, explorando todo lo posible para seguir desarrollándome y creciendo como artista.

**KADE.** BLAZER, JEAN PAUL GAULTIER. PANTALONES, H&M X STELLA MCCARTNEY.  
**GOTTMIK.** VESTIDO, EDHER GIN\*. ARETE (IZQ), H&M. ARETE (DER) BIMBA Y LOLA.



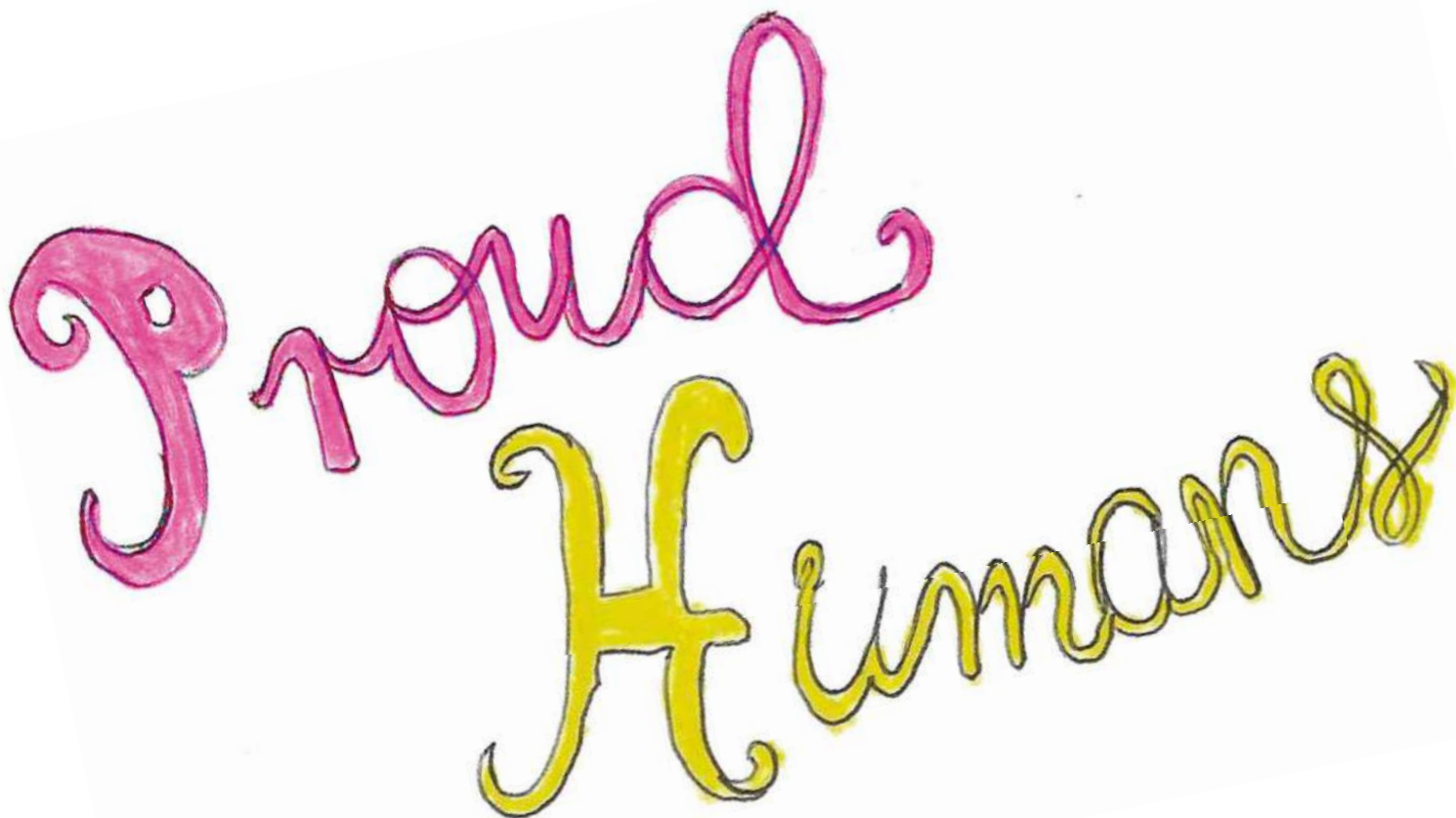
**MAQUILLAJE Y UÑAS,**  
GOTTMIK.  
**PELO,** ISRA QUIROZ.  
**ASISTENTE DE FOTO,**  
ANA SOFÍA FEMAT.  
**ASISTENTE DE ESTILISMO,**  
NATALIA SÁNCHEZ.

\*LAS PLUMAS UTILIZADAS  
EN LOS VESTIDOS DE  
EDHER GIN PROVIENEN  
DE PROVEEDORES REGULA-  
DOS Y NO SON OBTENIDAS  
MEDIANTE MALTRATO ANIMAL  
NI PRÁCTICAS DE LIVE  
PLUCKING.



**MARIO MARREROS:**  
Kade, antes de terminar...si  
estuviéramos en un lip sync for  
your life moment,  
¿qué canción escogerías?

**KADE GOTTLIEB:**  
"The girl who loved the  
monsters" de Rob Zombie.



Proud Humans

por Jordi  
Linares Rivas

fotos LUIS DE LA LUZ

diseño creativo floral FLOR DE LOTO X ISABEL RAMÍREZ DE ARELLANO

producción JOSEMRA para ELLE MÉXICO

### **ORGULLO Y VISIBILIDAD**

En cada edición de Proud Humans buscamos un hilo conductor para transmitir un mensaje relevante al espíritu de los tiempos; este año, son estas dos palabras las que nos guían. En un contexto que busca minimizar las voces de la lucha LGBTQ+, en el que incluso antiguos aliados han optado por ser cada vez más silenciosos, nosotros reafirmamos la importancia de celebrar el Orgullo y de no aceptar ni un paso atrás. Luchamos por la visibilidad y por el derecho a ocupar espacios desde la diversidad y la disidencia. Ser visibles es ser congruentes con nosotros mismos y, al mismo tiempo, servir de faro para quienes se sienten un poco desorientados o aún buscan su camino.



## MANUEL GÓMEZ

director creativo / @malegogo

En un momento como el actual en el que hay un pensamiento radical en contra de nuestra comunidad, para Manuel es más importante que nunca sentirnos orgullosos y buscar representación en todos los ámbitos, más allá de los creativos: en los deportes, en las finanzas y en los trabajos más tradicionales.

## JESÚS SOTO

fotógrafo / @sotofuentes

Para Jesús es importante seguir celebrando el Orgullo porque no podemos dar las cosas por sentado; aunque ha habido progreso, no todos hemos llegado a los mismos lugares. En su trabajo, el ojo gay está siempre presente para mostrar el mundo desde esta óptica y así poder contar historias desde una perspectiva muy humana e incluyente.

zapatos, COS.



## JERRY VELÁZQUEZ

actor / @jerryvelazquez

A través de la visibilidad hacemos saber que somos parte de una sociedad y que podemos ser personas exitosas, con miedos, con frustraciones, con metas, como cualquier otra. Para Jerry se trata de decir; "No quiero tu tolerancia, quiero aceptación". A través de su trabajo, busca combatir los estereotipos y representar con autenticidad, desde la experiencia y no desde el prejuicio.

*look total, CAMPILLO, zapatos, COS.*



## ALEJANDRA RÍOS

inversionista / @alerisp

“Tu orientación no define ni quién eres ni tu lugar en este planeta”, dice Alejandra. Debemos celebrar el orgullo para combatir la resistencia, el odio y la violencia que aún hoy existen. Debemos ser visibles para ser referentes; a ella le hubiera gustado tener ejemplos de mujeres lesbianas mientras crecía y hoy quiere compartir que se puede ser todo lo que se sueña.



## DANY RODRÍGUEZ

creadora de contenido / @danyrdza

Dany sabe que es importante hablar más de la bisexualidad y visibilizarla. Para ella, la notoriedad está ligada a la libertad y siempre busca darla a través de su trabajo. Reconoce también que la libertad que hoy ha encontrado se debe a su gente y sus amigos, mayormente de la comunidad, que la impulsan a ser ella.

top 1999, falda SENTIMIENTO, anillo SWAROVSKI, zapatos DIOR.

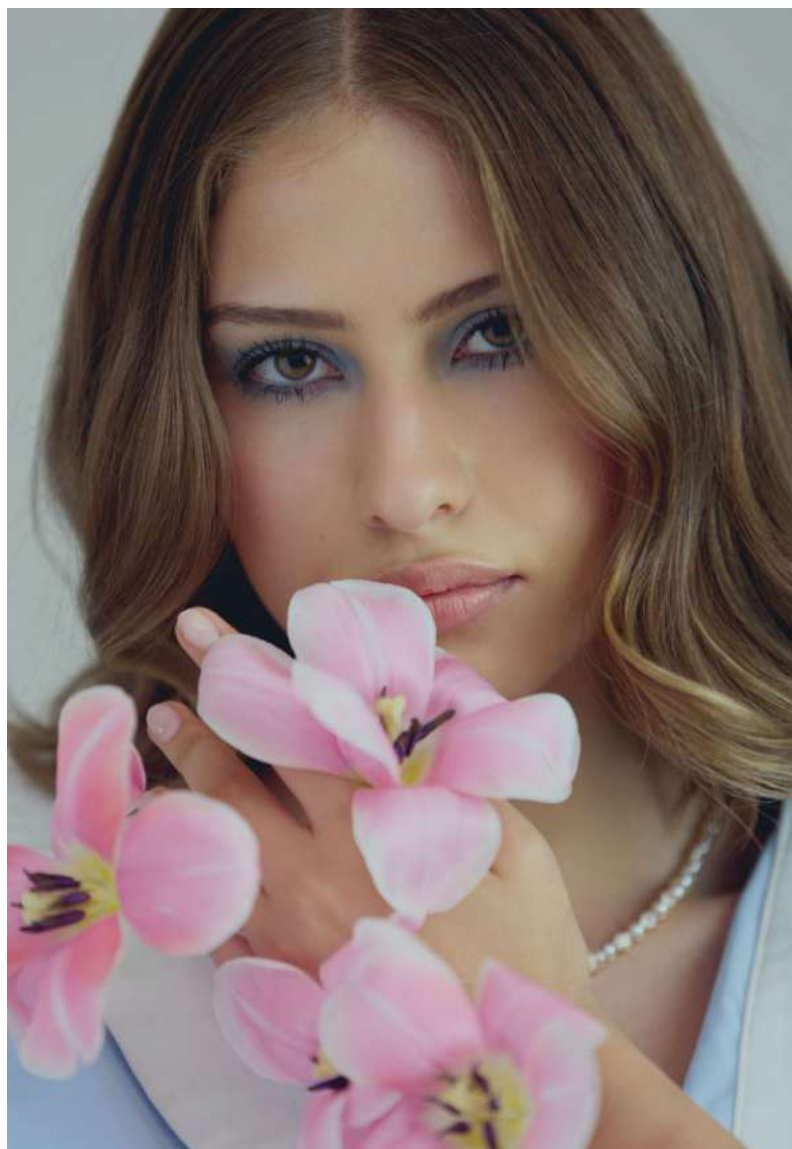


## VÍCTOR PRIETO

actor / @victorprieto\_actor

Para Víctor la visibilidad importa para abrir los ojos ante la homofobia y dar seguridad a quienes aún están en el clóset. Como actor, él busca dar representación de forma libre, expresiva e incluso cruda, contando aquello que algunos no quieren ver pero es necesario mostrar.

*chamarra ZIMMERMANN, pantalones LEVI'S.*



## VICTORIA BAZÚA

modelo y actriz / @victoriabazua

Para Victoria la visibilidad es importante para abrir el camino de las personas que aún no se atreven. Si algo define su carrera, y su vida entera, es la autenticidad: ser ella misma, seguir sus propias reglas y romper con los esquemas que van en contra de su libertad.

*collar SWAROVSKI.*

## EMJAY

cantante / @emjay444

“El Orgullo es parte de nuestra comunidad”, afirma Emjay, y también una celebración de la lucha de las personas que estuvieron antes. A través de su trabajo busca darle el lugar a la gente que, incluyéndolo, algún día nos quitaron; un lugar y una fuerza dentro de la sociedad.

top EDGAR MORALES, pantalones  
KRYSTAL PANIAGUA.



**LEEXA FOX**

artista / @leexafox

“Es importante que las infancias tengan iconos y referencias, que sepan que existimos” dice Leexa. Para ella, la importancia de celebrar el Orgullo radica en que algunas veces pensamos que seguimos avanzando, pero estamos en retroceso y con muchos derechos aún por conquistar.

*vestido IVÁN ÁVALOS, joyería SWAROVSKI.*



## EDD GARCÍA

músico / @crashyeye

Las canciones de Crash Yeye hablan de sus parejas. Sabe que hay quiénes presentan resistencia, pero cree necesario que esas personas sigan escuchando estas historias y se eduquen a través de ellas. Por cada paso atrás que la sociedad da, debemos continuar y hacer más ruido para no ser invisibilizados.

camisa BOTTEGA VENETA, shorts y tenis ADIDAS.



## RENEÉ CONSTANTINO

publirrelacionista y productora  
/ @soyreneconstantino

“Sin el Orgullo no podemos ser quienes somos”, afirma René y subraya la necesidad de tener una identidad y saber lo que representa. Cree que la visibilidad nos da oportunidad de obtener un ejemplo cuando más necesitamos un referente e incluso, de convertirnos en el ejemplo.

*vestido DESIGUAL, joyería SWAROVSKI.*



## RODRIGO SUÁREZ

actor / @rodrigo.dario.s

Para Rodrigo, el Orgullo es memoria por la represión que se ha vivido, y celebración por lo que se ha logrado. Es entender que existe un abanico inmenso de posibilidades de expresiones de sexualidad y de género. La visibilidad es poder existir más allá de ser nombrados y reclamar nuestro lugar.

*look total LEVI'S, botas ZARA.*

## ALEXANDER SUASTEGUI

chef / @la\_suastegui

Encontró en la gastronomía su medio más grande de expresión y ha buscado a través de sus espacios generar ambientes seguros. Está convencida de que es importante, mientras creces, reconocerte en otros y admirar a personas con las que te identificas.

saco FERRACAMO.



## ROXANA RAMOS

ilustradora / @taquito\_jocoque

Taquitojocoque piensa que ser diferente ya cuesta tanto, que es suficiente motivo para celebrarlo con Orgullo y, agrega, por el simple hecho de seguir vivos. Tener visibilidad es para ella una forma de tener comunidad y no tenernos solos, de apapacharnos y de reconocernos.

*vestido, ALMACENES EL PAYASO.*

asistente de foto SAÚL RIVERA  
maquillaje SEFHORA MÉXICO: ALEX CRUZ, PAUL FLORES, JOSELINE BADILLO.  
pelo WELLA PRO MÉXICO: EDUARDO NICANOR, ANA CALVA, PATRICIA MENDOZA.

## NANDO

florista / @aynando

A través de las flores, a Nando le gusta desestigmatizar los prejuicios de género, desafiando la idea de lo que es masculino o femenino. Sabe que celebrar el Orgullo es una lucha constante y latente, que la visibilidad es inspirar a futuras generaciones y vivir sin miedo a existir.

top OLVERA.



## ANABEL VENEGAS y LUIS MAYORQUÍN

fundadores FACC (Festival de Arte y Cine Contrasexual) / @luismayorquin y @anabel\_venegas

Para Anabel, el Orgullo es importante porque aún tenemos conversaciones pendientes en lo íntimo y lo social; celebrarlo es recordar que ahí siguen. Con su trabajo busca crear comunicad y conciencia desde una expresión artística que explora el placer y la sexualidad.

A través del Festival de Arte y Cine Contrasexual, Luis reúne diversas propuestas latinoamericanas sobre cómo se vive el erotismo y la sexualidad desde distintas miradas. Siempre con la intención de generar espacios para la diversidad y una plataforma para mostrar nuestras historias.

(Luis) look total CAMPILLO.



ELLE  
PODCAST

# HABLEMOS DE MODA

El primer podcast de moda en México

JORDI LINARES  
EDITOR DIGITAL



CLAUDIA CÁNDANO  
EDITORA GENERAL

EL PODCAST DE MODA FAVORITO EN ESPAÑOL

¡ESCÚCHANOS TODOS LOS MARTES!



 GRUPO  
EXPANSIÓN

DISPONIBLE EN:



DEEZER



amazon  
music



# ELLE

OLIVIA  
COOKE  
(P. 96)

76. TEORÍA  
DEL COLOR

86. DOSIS DE  
OXITOCINA

# MODA

FOTO: BRYAN FLORES  
LOOK TOTAL, CHANEL. JOYAS, BVLGARI

# 75



esta página: collar y aretes CHANEL.  
página opuesta: look total, GUCCI.

Teoría del color



fotos SHI HUCHEN  
estilismo HUANG  
producción  
ELLE STYLE CHINA



look total BOTTEGA VENETA.



top, shorts y guantes BALENCIAGA. cinturón  
SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.  
zapatos ALAÏA . aretes LOUIS VUITTON. collar GUCCI.



bodysuit y chamarra GIVENCHY  
BY SARAH BURTON. collar,  
aretes y pulsera CHANEL. zapatos ALAÏA.



abrigo

DIOR.



look

total

PRADA.



top y falda ALAÏA. cinturón y zapatos SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO. pulseras CHANEL. aretes LOUIS VUITTON.



look  
BY

total SAINT  
ANTHONY

LAURENT  
VACCARELLO.

modelo  
ZHOU YUEJIA.  
maquillaje A YONG.  
pelo DAI MING.



vestido PRADA. zapatos SAINT LAURENT  
BY ANTHONY VACCARELLO. aretes GUCCI.



foto alonso díaz estilismo jessica gutiérrez  
producción elle méxico

# dosis de oxitocina

Caitlin tops, TISSIMUM. jeans, LEVI'S.  
collar y anillos, SWAROVSKI.  
Tona chamarra, ADIDAS. pantalones, CAMPILLO.  
collar, COS.



Gabino sudadera, LEVI'S.  
shorts, ADIDAS. calcetas,  
PENGUIN.  
Sebastián boxers, CALVIN KLEIN.  
jeans, LEVI'S.





Ambar playera, LEVI'S. falda, EDGAR MORALES.  
zapatos, COS.

Arina set de top y pantalón, DESIGUAL x EGONLAB.  
aretes, SWAROVSKI.



Caitlin vestido, SENTIMIENTO.  
anillos, SWAROVSKI.  
Tona shorts y chamarra, BOYFRIEND'S  
SHIRT. collar, COS. tenis, ADIDAS.

Arina look total, MIU MIU.  
Gabino look total, GUCCI.  
Sebastián playera, CAMPILLO.  
collar, SWAROVSKI. lentes,  
CARTIER.





Caitlin tops, TISSIMUM. boxers, 1999 ESTU-  
DIO. jeans, LEVI'S. cinturón, KMY KMY. collar,  
SWAROVSKI. Amber bikini, TISSIMUM.  
Sebastián playera, CAMPILLO. collar, SWAROVSKI.

302



Amber y Arina, looks  
totales, MIU MIU.



Amber look total, MIU MIU.

Gabino look total, GUCCI.

Caitlin vestido, SENTIMIENTO. anillos, SWAROVSKI. sandalias, COS.

modelos  
CAITLIN WALSH Y  
SEBASTIÁN  
@CROM AGENCY,  
TONA @IN THE PARK,  
GABINO @NEW ICON,  
AMBARY ARINA @GH  
MANAGEMENT.  
maquillaje y pelo  
EFREN ESPINOZA.  
casting  
ANTHONY RIVERA.  
producción  
JOSE RODRIGUEZ  
asistentes de estilismo  
NATALIA SÁNCHEZ Y  
ALEJANDRA RAMOS  
asistente de maquillaje  
y pelo  
MARTHA GABRIELA  
PEREZ BARRANCO.  
asistente de producción  
CAROLINA LEMMEN.

Sebastián playera, CAMPILLO.  
shorts y chaleco, BOYFRIEND'S.  
SHIRT. lentes, CARTIER.  
collar, SWAROVSKI.  
Tona shortsy chamarra,  
BOYFRIEND'S SHIRT.  
collar, COS. tenis, ADIDAS.  
Arina look total, MIU MIU.  
lentes, GENTLE MONSTER.

# OLIVIA COOKE: FUERA DE ESCENA

LA FAMA INSTANTÁNEA ES UN DESEO CODICIADO POR MUCHOS, PERO NO PARA OLIVIA COOKE. A SUS 32 AÑOS, ÉSTA EN PLENO PROCESO DE DESCUBRIR QUÉ TANTO QUIERE PARTICIPAR EN EL JUEGO, Y QUE TANTO PUEDE ESQUIVARLO. SU IDEA DE SER ACTRIZ ES MUY DISTINTA A LA DE MUCHAS ESTRELLAS DE HOLLYWOOD: SE INCLINA HACIA EL ARTE DE CONTAR HISTORIAS, NO HACIA LA MAQUINARIA MEDIÁTICA QUE SUELE VENIR CON EL ÉXITO. INCLUSO CON TODOS LOS REFLECTORES SOBRE ELLA POR FORMAR PARTE DE UNO DE LOS UNIVERSOS MÁS ACLAMADOS DE LA TELEVISIÓN (*HOUSE OF THE DRAGON*), SIGUE PENSANDO QUE SU MEJOR PLAN ES SALIR A UN PUB CON SUS AMIGOS O QUEDARSE EN CASA A LEER UN BUEN LIBRO.

FOTO  
BRYAN FLORES  
ESTILISMO  
JESSICA GUTIÉRREZ  
ENTREVISTA  
VALERIA BAQUEIRO  
PRODUCCIÓN  
ELLE MÉXICO



LOOK TOTAL, CHANEL. ANILLOS, BVLGARI.





**VALERIA BAQUEIRO: ¿QUÉ VERSIÓN DE TI SE FUE CON LA TEMPORADA ANTERIOR Y CUÁL VEMOS EN ESTA?**

**OLIVIA COOKE:** Es raro arrancar una serie en la mitad de tus 20 y ahora tener 32. Si todo va bien, terminaremos la temporada final cuando ya tenga más de 35. Se siente como si la serie hubiera abarcado etapas muy importantes de mi vida. Soy una persona completamente distinta a la que era cuando estábamos por estrenar la segunda temporada. Creo que tengo una perspectiva más sana sobre lo que es la serie y el lugar que ocupa en mi vida. Me emociona el futuro, quiero explorar más historias y, no sé, quizás es porque estoy de vacaciones, pero me siento muy agradecida. Creo que la tercera temporada es la más ambiciosa hasta ahora.

**VB: ¿QUÉ RETOS ACTORALES TRAE UNA PRODUCCIÓN DE ESTA MAGNITUD?**

**OC:** Todo es muy intenso. Creo que el trabajo de un actor es recurrir a la experiencia personal para que cada escena y momento se sientan reales. Es difícil cuando intento darle a mi personaje esa profundidad emocional cuando nunca he tenido un marido que era rey, que murió, y que yo desencadenara toda una guerra civil. Es difícil empatizar con eso, pero hago lo que puedo e intento encontrar la humanidad dentro de todo ese universo tan desmedido.

**VB: LLEVAS MÁS DE UNA DÉCADA ACTUANDO, PERO LA FAMA MASIVA LLEGÓ RELATIVAMENTE TARDE. ¿CREES QUE ESO TE SALVÓ DE ALGO?**

**OC:** No lo sé, quizás. Creo que la industria es muy dura, es-

pecialmente para las mujeres jóvenes. Cuando la fama llega más tarde, puedes manejarla de otra manera. Llevo 14 años actuando y agradezco no haber tenido éxito de la noche a la mañana, de haber sido solo una actriz que trabajaba y poder mantener cierto anonimato. Creo que el lado de la fama es difícil, por eso intenté esquivarlo tanto tiempo, pero era inminente con un show como este. Y creo que es complicado para muchos; especialmente ahora que es cada vez más omnipresente y se interpone entre tú y el simple deseo de hacer películas y contar historias. A mis 32, me pregunto qué es lo que realmente quiero de todo eso, y hasta qué punto tengo que participar. Nos han hecho creer que como actores necesitamos alimentar constantemente la maquinaria de la publicidad, pero quizás eso está cambiando un poco. Tal vez puedes tener una carrera y luego desvanecerte entre las sombras. Puede que esté diciendo tonterías, pero espero que eso sea posible.

**VB: HAS INTERPRETADO PERSONAJES MUY COMPLEJOS QUE NO SE ETIQUETAN FÁCILMENTE COMO HEROÍNAS NI VILLANAS, ¿QUÉ TE ATRAE DE ELLAS?**

**OC:** Es complejo, ¿no? Como humanos, a veces cometemos errores terribles, pero nunca nos veríamos a nosotros mismos como el villano de la historia. Siempre intentamos justificarnos, luego nos damos cuenta de que hicimos algo mal y con suerte pedimos perdón. Somos increíblemente complejos. Me encanta ser una especie de psicóloga e intentar descifrar por qué hacen lo que hacen y trabajar en una historia de fondo muy detallada con el escritor o el director.



ESTA PÁGINA: VESTIDO, FERRAGAMO. PULSERAS, BVLGARI.  
PÁGINA OPUESTA: LOOK TOTAL, MIU MIU.



VESTIDO, LOUIS VUITTON. JOYAS, BVLGARI.

Saber los recuerdos y eventos que le dieron profundidad a mi personaje me ayuda a hacer mejor mi trabajo. Y esas son las historias que me gusta ver. No me identifico con una mujer en pantalla que es perfecta, quiero ver las malas decisiones y los días malos tanto como los buenos.

**VB: ¿CON QUÉ DIRECTOR TE GUSTARÍA TRABAJAR?**

OC: ¡Hay muchísimos! Will Sharpe, me encanta su serie *Flowers*, como actor y como escritor-director es brillante. Lars von Trier es sorprendentemente bueno, una especie de genio. Y Lynne Ramsay, obviamente. Sus personajes femeninos son sangre y vísceras, todo al descubierto, sin autoconsciencia, sin vanidad. Eso me encanta.

**VB: ¿Y ALGÚN GÉNERO QUE TE GUSTARÍA EXPLORAR?**

OC: Tal vez comedia, pero es muy difícil. tienes que ser muy aguda, muy inteligente, y tener un oído musical para dar con esos tiempos. Es todo un arte.

**VB: HACER REÍR A LA GENTE ES DIFÍCIL, PERO TIENEN MUY BUENA COMEDIA EN REINO UNIDO, FLEABAG ES UNO DE MIS SHOWS FAVORITOS...**

OC: Me encanta. Phoebe Waller-Bridge es una genia. Logra tomar esas conversaciones que se sienten tan íntimas, esas que tenemos con nuestros amigos, ponerlas en pantalla y cautivas a la audiencia. Sientes que estás dentro del chiste con ella. Es como si te estuviera susurrando un chiste obsceno al oído.

**VB: Y HABLANDO DE TUS RAÍCES BRITÁNICAS, ¿CÓMO HAN INFLUIDO A TU FORMA DE VESTIR?**

OC: Donde vivo, en el este de Londres, todos parecen ratas *cool*. Yo me visto un poco así: un look un poco desaliñado, un poco de todo, asimétrico, *grungy*, andrógino. Pero es muy específico del lugar donde vives. Estoy segura de que en la Ciudad de México pasa lo mismo.

**VB: ¿CÓMO ES TU RELACIÓN CON LA MODA AHORA QUE TIENES QUE ASISTIR A ALFOMBRAS ROJAS, PREMIERES, GIRAS DE PRENSA, SALIR EN PORTADAS?**

OC: Me encanta este lado del trabajo porque me gusta la moda. Amo usar distintos outfits, joyería y sentirme como una persona diferente o como que ese día soy una versión más segura y sexy de mi misma. Cuando me preparo para un personaje siempre empiezo con un *board* de Pinterest y pongo lo que creo que usaría, cómo lo combinaría, de qué color sería su pelo. En las giras de prensa me gusta hacer lo mismo, trabajar con un *stylist* y construir una vibra específica, así puedo entrar en personaje y no sentirme estresada ni nerviosa por el escrutinio.

**VB: CÓMO TU LOOK EN ESTA HISTORIA...**

OC: Al principio estaba un poco nerviosa con la peluca, pero cuando la estilizamos, la mojamós y la despeinamos, ¡me encantó! Fue como interpretar a otro personaje, eso siempre ayuda a sentirme más segura frente a la cámara, que puede ser una experiencia bastante horrible.

**VB: ¿TIENES DISEÑADORES FAVORITOS?**

OC: Estoy enamorada de lo que Matthew Blazy y Jona-

than Anderson están haciendo con Chanel y Dior, cómo han renovado por completo las casas y le han inyectado una energía más joven y divertida que realmente le habla a una nueva generación. Me gusta una marca llamada Diotima, la usé recientemente en un evento y es súper *cool* y sexy, me encantan sus siluetas. Y esto siempre lo digo, pero me fascina Paloma Wool. Su ropa es usable y le queda a quienes tenemos un gran trasero comparado con nuestra cintura.

**VB: TAMBIÉN PARA NOSOTRAS LAS LATINAS ESO SIEMPRE HA SIDO UN PROBLEMA.**

OC: Especialmente ahora que de repente todo el mundo está volviendo a ser muy delgado, las tallas se están reduciendo muchísimo.

**VB: PARECE QUE LA POSITIVIDAD CORPORAL Y LA INCLUSIÓN PASARON DE MODA...**

OC: Es el capitalismo, ¿no? Las marcas ganaban dinero con esa tendencia, y en cuanto pasó de moda, regresaron a como siempre han sido. No todos estamos supuestos a lucir igual, no podemos homogeneizar los cuerpos, porque todos son tan diferentes y tan hermosos. La suavidad, la carne, la redondez es preciosa —prerrafaelita, rubenesca— como la Venus de Botticelli que es tan sensual. Pero va a cambiar de nuevo y tenemos que mantenernos fuertes. Desafortunadamente esta estructura capitalista siente que puede convertir nuestros cuerpos en tendencias.

**VB: EN TU VIDA PERSONAL BUSCAS LA PAZ Y LA TRANQUILIDAD. ¿CÓMO PASAS TU TIEMPO LIBRE?**

OC: Me encantan las historias, el arte y la industria en la que me encuentro. Voy mucho al teatro, estoy leyendo todo el tiempo, intento ver a mis amigos tanto como puedo. Trato de mover el cuerpo, salir a caminar. Y tengo muchas ganas de retomar lo que amaba de niña, era muy manual. Cada dos semanas recibía la revista de *Sabrina the Teenage Witch* y venía con manualidades: hacías una poción, cosías algo, hacías pulseras. Me gustaría retomar eso. Es muy relajante y es una buena forma de liberar el estrés y reconectar con tu niña interior. Es importante no perder contacto con esa persona.

**VB: ¿QUÉ ESTÁS LEYENDO, VIENDO, ESCUCHANDO?**

OC: Leí la nueva novela de Sally Rooney, *Intermezzo*, y creo que es su mejor libro hasta ahora. Es hermoso, conmovedor y desgarrador. También fui a ver una nueva producción de *Into the Woods* en Londres, dirigida por Jordan Fein con diseño de set y vestuario de Tom Scutt, y fue la cosa más maravillosa que he visto en muchísimo tiempo. En música, no me puedo sacar de la cabeza la canción de Yung Lean, *Starz 2*. El video fue dirigido por un cineasta increíble llamado Romain Gavras, es juvenil, oscuro y kinético.

**VB: ¿QUÉ TIPO DE HISTORIA TE GUSTARÍA CONTAR AHORA?**

OC: Todavía lo estoy descubriendo. Quiero algo que me rete y un medio que todavía no he explorado es el teatro, así que estoy buscando activamente una obra. Espero que pase a finales de este año o el siguiente.



ESTA PÁGINA: LOOK TOTAL, DIOR. JOYAS, BVLGARI.  
PÁGINA OPUESTA: CAMISA Y SACO, CHANEL. ANILLOS ,BVLGARI.

MAQUILLAJE, ANA G DE V. PELO, GERARDO MALDONADO. UÑAS, WENDY BETANCOURT, ASISTENTE DE FOTO,  
SOFIA ORTIZ. PRODUCCIÓN, JOSEFIRA Y ALONSO DIAZ. ASISTENTES DE ESTILISMO, ALEJANDRA RAMOS,  
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN, CAROLINA LEMMEN.



# ÚNETE A LA COMUNIDAD SUSCRÍBETE AHORA

EXPANSION

Quién

ELLE

**Sports  
Illustrated**  
MEXICO

THINK LIKE A MAN  
**LIFE AND STYLE**

**MEXBEST**



ESCANEA PARA  
INGRESAR AL  
SITIO



[tienda.grupoexpansion.com](https://tienda.grupoexpansion.com)

Suscríbete en [tienda.grupoexpansion.com](https://tienda.grupoexpansion.com), llámanos al (55) 9177 4342 o escríbenos por WhatsApp: (55) 1410 3361 y ¿tienes dudas? Escríbenos a [servicioclientes@grupoexpansion.com](mailto:servicioclientes@grupoexpansion.com).  
Términos y condiciones: <https://tienda.grupoexpansion.com/pages/términos-de-promocion>.



# ELLE

QUE NUNCA  
NOS FALTE EL  
COLOR  
(P. 106)

114. ¿CONOCES LA  
PREP? EL TRATAMIENTO  
PREVENTIVO QUE ESTÁ  
SALVANDO VIDAS

120. NUESTRAS BASES  
DE MAQUILLAJE,  
SUEROS Y TINTAS  
CON COLOR FAVORI-  
TOS DEL MOMENTO

# BELLEZA

FOTO: JULIANA ROCHA.

# 105

Esta es una edición para celebrar el color, la individualidad y el arte de existir sin pedir permiso. Junio siempre llega para recordarnos que la autoexpresión es un acto radical, pero también de amor propio. Qué mejor manera de vivirlo que a través del maquillaje, ese lenguaje universal que no conoce géneros ni reglas. Pigmentos atrevidos, labios impactantes, colores espaciales y brillos en exceso. ¡Inspírate!

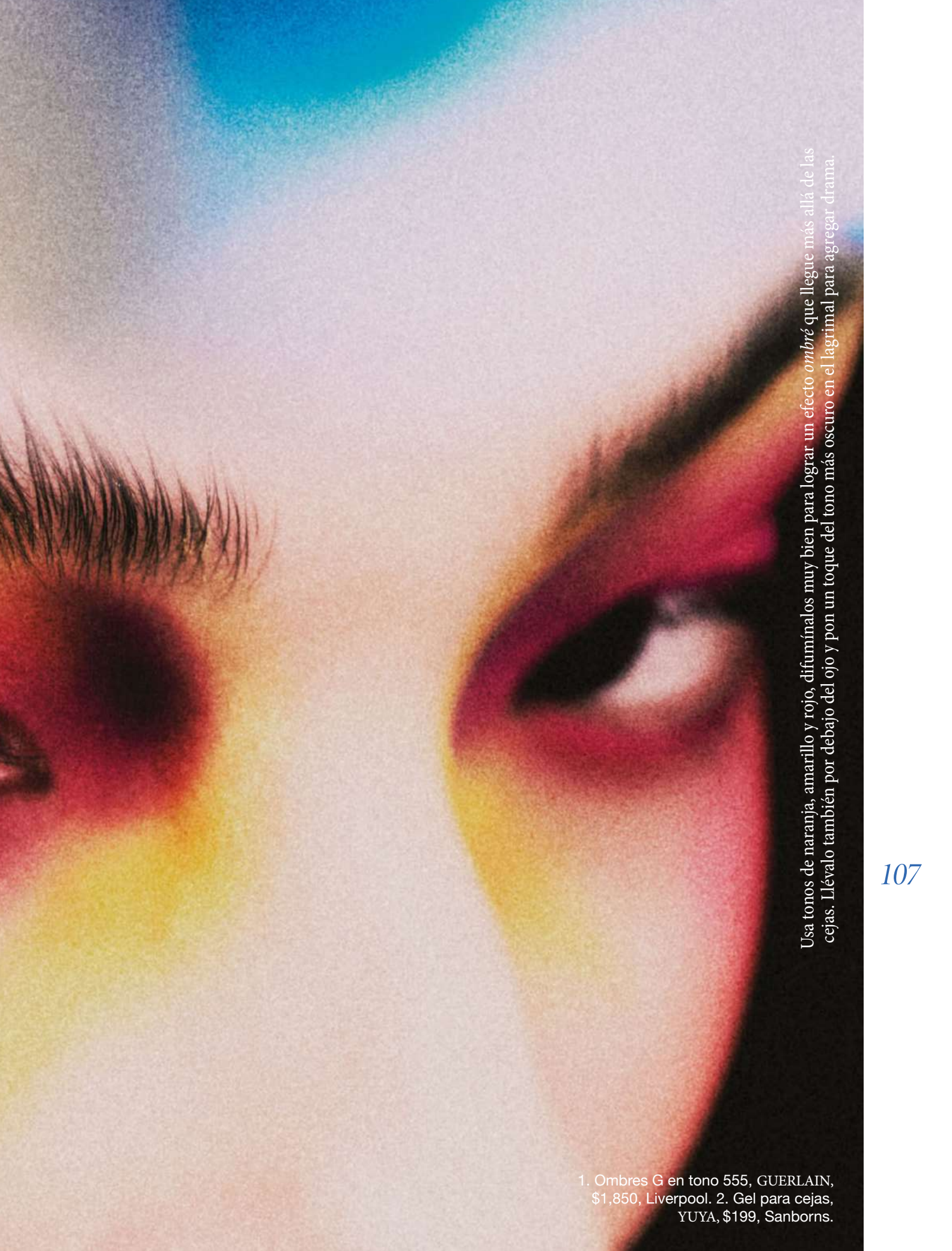
★ foto JULIANA Rocha ★

Maquillaje SILVIO Giorgio ★  
Arte ANDERSON Rodriguez ★

Editor de Belleza  
PEDRO Camargo

Producción  
ELLE Brasil

# Super nova

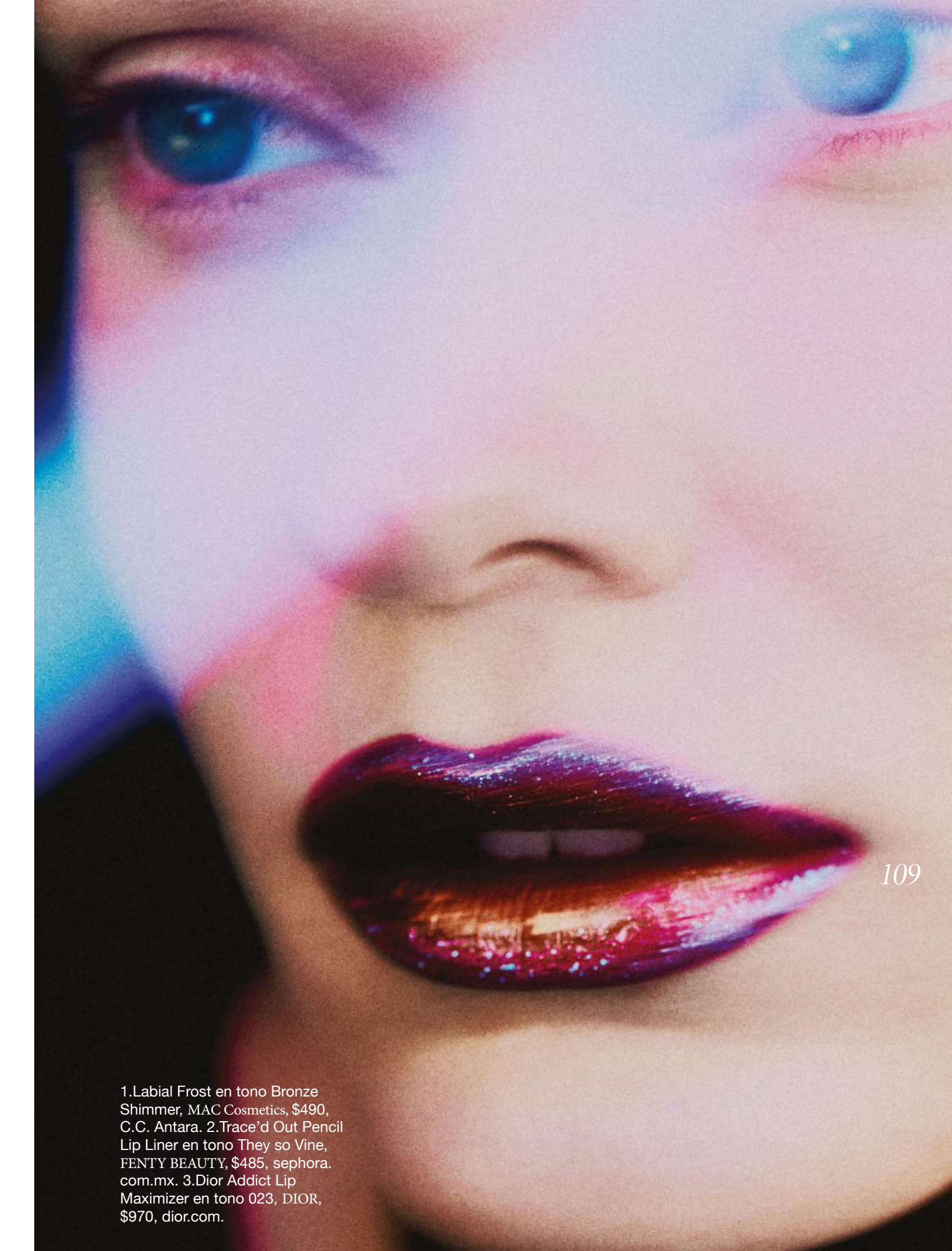


Usa tonos de naranja, amarillo y rojo, difuminalos muy bien para lograr un efecto *ombré* que llegue más allá de las cejas. Lévalo también por debajo del ojo y pon un toque del tono más oscuro en el lagrimal para agregar drama.

1. Ombres G en tono 555, GUERLAIN, \$1,850, Liverpool. 2. Gel para cejas, YUYA, \$199, Sanborns.

Glitter compacto para ojos,  
PINK UP, \$148,  
[amazon.com.mx](https://amazon.com.mx).

¿Alguien dijo glitter? Nunca es suficiente, puedes ponerlo en todos los labios para un gran impacto o solo en la orilla sobre un delineado vibrante y un lipstick cromado.



1.Labial Frost en tono Bronze Shimmer, MAC Cosmetics, \$490, C.C. Antara. 2.Trace'd Out Pencil Lip Liner en tono They so Vine, FENTY BEAUTY, \$485, sephora.com.mx. 3.Dior Addict Lip Maximizer en tono 023, DIOR, \$970, dior.com.

Aurora boreal. Desvanece tus cejas con corrector y pon un pigmento intenso en forma de arco desde el lagrimal hasta la colita de la ceja. Haz un delineado grueso con color y después uno más fino encima con un delineador con brillos, ¡y no escatimes con el color en los labios!

110

1.Sombras de alto rendimiento en tono I Know That's Bright, NYX PROFESSIONAL MAKEUP, \$599, [ulta.com.mx](http://ulta.com.mx). 2.Metalliner, H&M, \$149, [hm.com](http://hm.com). 3.Super Lustrous Lipstick en tono Fuchsia Fusion, REVLON, \$260, [fahorro.com](http://fahorro.com).



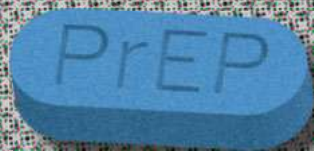
Efecto galáctico. Iluminador morado con efecto holográfico en el arco de la nariz y la frente, labios vinílicos y una sombra metálica en el lagrimal y ya estás.

1. Dazzlelips Crayon, MAC Cosmetics, \$540, C.C. Antara.
2. Lip Idôle Juicytreat en tono 00, LANCÔME, lancome.com.mx.
3. Overreaction Holographic Liquid Highlighter en tono Hyped Up, MORPHE, \$390, damarbeauty.com.
4. Iluminador Liquid Metal Shot, RABANNE, \$510, El Palacio de Hierro.

*Colorblock.* Elige dos colores que contrasten, como el verde y el azul. Cubre todo el párpado, hasta la ceja y bajo el ojo. Delinea los labios con ese mismo tono y rellena con el otro.

Mono-cromo. Los *halo* eyes se logran poniendo sombra en los extremos interno y externo del párpado, dejando el centro limpio. Hazlo con amarillo y combinalo con una boca cromada.

1. Lively Leo Palette, SHEGLAM, \$129, sheglam.com.
2. Holographic Eye Paint en tono Total Eclipse, ABOUT-FACE, \$520, Ulta Beauty Madero.



# REESCRIBIMOS LA FORMA EN QUE ENFRENTAMOS EL VIH

En los ochenta estábamos lejos de pensar en un mundo libre de VIH. El Virus de la Inmunodeficiencia Humana irrumpió como una crisis sanitaria marcada por el miedo y la urgencia de entender, atender y frenar el impacto de este virus que se propagaba rápidamente y cobraba miles de vidas. Hoy, décadas después, la ciencia redefine la prevención del VIH y transforma no solo la manera en la que vivimos la sexualidad, también nos permite ver de una manera distinta la importancia del autocuidado en poblaciones vulnerables como la comunidad LGBTQ+, injustamente estigmatizada.

por MARICELA RAMOS.

Hoy hablamos de prevención, de autonomía y de ciencia al servicio de la vida. Cuando se trata de VIH, esto se lo debemos a la Profilaxis Preexposición (PrEP), la respuesta biomédica que favorece la interrupción de la cadena de transmisión del virus y que ha colocado al VIH en el renglón de las enfermedades crónicas, que aunque exigen tratamiento constante, pueden controlarse.

Contado hasta aquí, todo puede tener tono de buena noticia, pues hoy tenemos más información al alcance de la mano, pruebas rápidas de detección de VIH, tratamientos y soluciones preventivas. ¡No podíamos pedir más!

Sin embargo, en México la situación sigue siendo alarmante. Estos son algunos datos proporcionados por Nick (Nicole) Finkelstein Mizrahi, de la Dirección Ejecutiva del Centro para la Prevención y Atención Integral del VIH/Sida de la CDMX.

En la ciudad de México diariamente se diagnostican con VIH entre 8 y 10 personas de entre 19 y 35 años.

Cerca de 360 mil personas viven con VIH en México, y la Ciudad de México concentra el 20.9% de casos nacionales, es decir, alrededor de 80 mil personas.

67% de nuevos diagnósticos se concentran en jóvenes de entre 15 y 34 años.  
El 40% de los diagnósticos de VIH ocurren en etapa avanzada.

Ante este escenario, se ve complicado el desafío propuesto por la Organización Mundial de la Salud (OMS) de alcanzar para 2030 la meta de una generación libre de SIDA. Uno de los principales desafíos es educar a las infancias y sensibilizar a las juventudes, pues, a pesar de ser uno de los grupos más afectados y vulnerables, consideran que el VIH es una condición crónica manejable con una pastilla diaria, quitándole gravedad.

Afortunadamente, quienes no dejan de ponerle atención e impulsar los cambios necesarios en la atención del VIH son los miembros de la comunidad LGBTQ+. Como dice Finkelstein Mizrahi, "Se han caracterizado por colocar, desde los primeros tiempos del virus, el tema en los espacios y con los actores clave para lograr políticas públicas que aseguren que hoy nadie se quede sin acceso a servicios de prevención, diagnóstico y tratamiento".

#### LA BUENA NOTICIA PROFILAXIS PREEXPOSICIÓN, ¿A QUÉ SE REFIERE REALMENTE?

La respuesta sencilla: se trata de una especie de escudo invisible que actúa antes de que exista siquiera el riesgo. Sin embargo, no es tan simple. Es importante saber que no es una solución de último momento ni de una dosis única. Es decir, no es que puedas tomar esta opción de manera imprevista ante la posibilidad de tener alguna práctica de riesgo ocasional; por el contrario, debe verse como una estrategia preventiva que funciona a base de constancia.

Cuando la **terapia de profilaxis** se toma de forma regular, sus componentes se acumulan en el cuerpo y crean una barrera a nivel celular. ¿El resultado? Si el VIH entra se encontrará con un entorno hostil que le **impedirá instalarse, replicarse, avanzar** y producir una infección permanente que ponga en riesgo la salud y la vida.

Es importante saber que la PrEP no es una vacuna, ya que mientras las vacunas enseñan al sistema inmunitario a combatir algún tipo de infección de manera duradera, la PrEP requiere la presencia del medicamento en la sangre para inhibir la replicación viral en el momento del contacto. Esta herramienta de prevención ha sido validada por la OMS, considerando que tiene una efectividad de hasta 99% de protección en casos de transmisión sexual y una reducción del riesgo de hasta 74% en quienes consumen drogas inyectables.

El hecho de que exista esta herramienta de prevención y esté disponible no significa que todos debamos recurrir a ella; es un recurso para las personas que consideran que pueden estar en riesgo. Las guías nacionales de atención ponen énfasis en poblaciones como hombres que tienen sexo con hombres (HSB), mujeres trans, trabajadores sexuales, parejas serodiscordantes (parejas en las que una persona vive con VIH con carga viral detectable, desconocida o con menos de seis meses en tratamiento estable) y usuarios de drogas inyectables. Por otro lado, es importante no pensar en la PrEP como la única medida de prevención; idealmente, debe acompañarse con el uso del condón, ya que de esa forma aumenta el nivel de protección, no solo contra el VIH, sino también contra otras infecciones de transmisión sexual (ITS).

Antes de realizar una prueba de detección del virus y recibir un resultado negativo, ya que una persona que vive con VIH sin saberlo podría generar resistencia a los medicamentos utilizados en el tratamiento antirretroviral.

La PrEP es gratuita y accesible para poblaciones de alto riesgo a través de múltiples canales, incluyendo la app de la CDMX, que de manera sencilla te lleva de la mano para saber si eres candidato y acceder al tratamiento. Ojo, este no es un medicamento de una sola vez: requiere seguimiento constante, exige pruebas diagnósticas cada tres meses y evaluación médica periódica, además de la realización de estudios de diagnóstico de otras ITS. La PrEP ha cambiado la manera de ver el virus de inmunodeficiencia adquirida, porque ha colocado en el centro la responsabilidad individual de la prevención y la atención sin estigmas asociados a la sexualidad.

Esta medida preventiva, disponible en todos los sistemas de salud pública en México, es una herramienta que está transformando el panorama global del VIH y abre la puerta a la posibilidad de un mundo en el que este virus sea cosa del pasado. 🟡 FIN

**"PENSAR QUE EL VIH YA ESTÁ RESUELTO NOS DUERME CUANDO MÁS DEBERÍAMOS ACTUAR. SI BAJAMOS LA GUARDIA, SE REDUCE LA ESPERANZA DE UN 2030 LIBRE DE VIH".**

Maricela Ramos

Periodista y especialista en comunicación con enfoque en salud con más de tres décadas de experiencia.

# Christine Nagel: Embotellar un paraíso submarino.

por VALERIA BAQUEIRO

ELLE MÉXICO:

*¿Cuál fue el momento exacto que desencadenó la idea de un jardín bajo el mar?*

CHRISTINE:

Hace unos cuatro años y medio, mi marido me sorprendió con un viaje a Tahití. Cuando llegué a Papeete, la ciudad en sí no es particularmente interesante, el encantamiento vino al viajar entre las islas. La flora era extraordinaria: flor de tiare, tamanu, vainilla, coco... todo olía. En Taha'a tomé un snorkel y nadé al final de la laguna, debajo de mí descubrí un jardín increíble de corales vivos, anémonas de colores, peces. Estaba abrumada y al mismo tiempo frustrada, porque no puedes oler nada bajo el agua. Cuando salí, tenía la visión del jardín submarino y el paisaje de arriba. Fue ahí cuando pensé: un día haré algo con esto.

ELLE MÉXICO:

*¿Cómo tradujiste esa imagen en notas y acorde?*

CHRISTINE:

Hablé de la flora, pero hay algo más en las islas de la Polinesia: la luz. Hay una luminosidad tal que los azules son increíbles —y digo azules en plural, porque está el azul del mar y el azul del cielo. Y siempre hay aire en las islas, pero es una brisa fresca que representa esa sensación de respirar. Cuando diseñé esta fragancia, necesitaba que la nota de salida fuera muy fresca, que tradujera ese primer respiro antes de sumergirse en todas las demás notas. Quería evitar el cliché de Tahití: el monoi, el tiare, la vainilla. Hay mucha gente que lo hace muy bien, pero yo quería ir a otro lugar.

ELLE MÉXICO:

*¿Cómo huele el color azul?*

CHRISTINE:

Tiene que ver con la sinestesia, que es muy personal. Mi idea del azul puede ser muy diferente a la de otro perfumista. Desde el punto de vista olfativo, diría que las notas minerales y salinas son casi blancas; de hecho, son translúcidas. Lo que mejor representa el azul es esa parte más técnica, más ligada a la investigación. Givaudan tiene una molécula llamada Mystikal, que es una molécula cautiva patentada por ellos. Normalmente solo la pueden usar sus propios perfumistas, pero me permitieron usarla y esto me permitió recrear esa nota mineral y salada. Huele dulce, pero también salada, sin ser excesiva.



*Tahití era una obsesión para Nagel. Las imágenes que veía la asombraban y se decía "algún día iré". Cuando el viaje llegó, se encontró con un paraíso olfativo, fuera y dentro del agua. Lo que vio en las profundidades fue hermoso y frustrante, pero la llevó a imaginar el último lanzamiento de Hermès, Un Jardin sous la Mer.*



FOTOS: CORTESÍA DE HERMÈS.

**LA BICICLETA  
NO ES SOLO  
TRANSPORTE.  
ES MOVERME  
CON  
ORGULLO.**



@lunarsman

Patrocinado por





@MARIA.SEXPLICA

# MARÍA MORENO

## SEXÓLOGA

Psicóloga y educadora sexual dedicada a crear espacios para que todxs puedan conectar con su sexualidad sin tabúes. Además de dar terapia, asesoría sexual y talleres a diferentes poblaciones, es la mente detrás de María Sexplica, un proyecto con más de 10 mil seguidores en Instagram diseñado para llevar información sexual integral, amigable y libre de prejuicios a su comunidad a tan solo un click de distancia.



## SALUD SEXUAL

**1. LA CURIOSIDAD ES TU MEJOR AMIGA.** Esto te ayudará a disfrutar y explorar sin juicio. Lo más importante es conectar contigo, que reconozcas qué y cómo te gusta, así como tu historia sexual y contexto. La mejor manera de hacerlo es aventándote a tus deseos a través de juguetes y demás artículos de placer (solx o acompañadxs). El mejor juguete para principiantes es la bala vibratora. **2. EL ENEMIGO SILENCIOSO.** El estrés crónico reduce la libido y puede afectar el placer. Gestionar las emociones con yoga, ejercicio o meditación, puede hacer toda la diferencia. Identificar, conectar y gestionar las emociones ayuda a vivir la sexualidad con mayor plenitud. *Dipsea* es una plataforma de porno auditivo ideal para soltar el estrés y dejarte llevar por el placer guiado. **3. NO TE COMPARES.** Tu experiencia no es la de los demás. Para esto, es importante que explores tu propio cuerpo y no aferrarte a mitos o experiencias ajenas. Recuerda que la sexualidad es bienestar integral: puedes vivirla plenamente sin importar cualquier diagnóstico. **4. ADIÓS A LA CULPA.** El placer es tuyo: reclámalo. El erotismo vive en los sentidos, así que explora lo que te excita ver, oír, oler, sentir o saborear. Esta vela es el punto de partida perfecto: crea buen ambiente y su cera, ideal para masajes, te invita a reconectar con tu cuerpo. **5. JUGAR PARA HABLAR.** El juego es la mejor puerta para hablar de deseos, fantasías y necesidades en pareja, lo hace amigable y sin tensión. *Talking Hearts* es un juego de cartas con preguntas que te ayudan a comunicar y crear intimidad. **6. EL SKINCARE TAMBIÉN ES ERÓTICO.** El cuidado íntimo también merece el mismo lugar que el *skincare*, es autocuidado, conexión con el cuerpo y, sí, también es erótico. Para hacerlo bien, elige productos aptos para genitales, lubricantes a base de agua o silicona de grado médico, sin fragancias o esencias.

1. Bali, **PLÁTANO MELÓN**, \$899, platanomelon.mx. 2. **DIPSEA: AUDIO STORIES APP**, disponible en todas las tiendas de descarga. 3. *Come As You Are*, Emily Nagoski, **SIMON & SCHUSTER**, \$369, El Péndulo Polanco. 4. Vela para masajes Flickering Touch, **LELO**, \$589, lelo.com. 5. Juego de cartas *Talking Hearts After Dark*, **COZIE GAMES**, \$433, amazon.com.mx. 6. Prebiotic Lube, **CUMLAUDE LAB**, \$505.00, kalyana.com.mx.



## Suave como algodón egipcio

CREMA CORPORAL

La primera crema corporal de La Prairie se siente tan reconfortante como ponerte tu suéter favorito. Tiene ácido hialurónico, niacinamida y manteca de karité que hidratan profundamente. Pero el ingrediente estrella es el péptido biomimético desarrollado por la marca suiza inspirado en el *cashmere*, que favorece la renovación celular, fortalece la barrera cutánea, reafirma y suaviza.

#¿DÓONDE Y CUÁANTO?

Cashmere Body Cream, LA PRAIRIE, \$6,510,  
El Palacio de Hierro.

# LA MEJOR VERSIÓN *de tu piel*

En el vasto océano de opciones de maquillaje, es fácil perderse y no saber cuál elegir. Una manera sencilla de empezar es definiendo qué acabado te gusta. ¿Algo súper natural con un toque de color o una cobertura construible y de larga duración? Simplificamos tu búsqueda en tres categorías que nos encantan.



## UN HINT DE COLOR

COBERTURA LIGERA

Si no te gusta la sensación de pesadez en el rostro, necesitas una tinta con color. Ayudan a mejorar la apariencia de la piel, unificando el tono y disimulando sutilmente las imperfecciones sin demasiada cobertura. Hay algunas que tienen ingredientes de *skincare* como ácido hialurónico o vitamina C, incluso protección solar, porque si ya las vas a tener en tu carita por horas, mejor que ayuden a cuidarla.

1. Tinted Oleo-Serum, **CLARINS**, \$1,020, clarins.mx. 2. Tinted Moisturizing Serum, **TIZO**, \$1,200, needbeauty.com. 3. Fit Me Fresh Tint, **MAYBELLINE**, \$255, Soriana.



## VARITAS MÁGICAS

COBERTURA MEDIA

Para una cobertura más completa pero natural al mismo tiempo, las bases en stick no fallan. Son nuestras favoritas del momento porque su fórmula en crema se funde completamente con la piel sin dejar parches ni cuartearse. Se deslizan suavemente sobre el rostro y te permiten ir construyendo la cobertura que quieras, de menos a más. Es un formato práctico y fácil de usar, incluso cuando eres principiante.

1. Teint Idol Ultra Wear Stick Foundation, **LANCÔME**, \$1,350, lancome.com.mx. 2. Conceal and Perfect Blur Out Skin Tint Stick, **MILANI**, \$519, bellisima.mx. 3. Moisturizing Complexion Stick, **ULTA BEAUTY**, \$440, ulta.com.mx.



## NADA A LA VISTA

COBERTURA ALTA

Nuestra fórmula favorita que se mantiene intacta todo el día, no importa si sudas o lloras. Tiene cobertura alta y acabado mate, pero es ligera e hidratante para evitar esa sensación pesada y tirante. Estas tres son ideales para pieles normales, grasas y mixtas porque ayudan a absorber el exceso de oleosidad y a controlar el brillo. Pero recuerda, la clave para que la base se vea bonita es la preparación de la piel.

1. Natural Radiant Longwear Foundation, **NARS**, \$1,300, El Palacio de Hierro. 2. True to Myself Natural Matte Longwear Foundation, **RARE BEAUTY**, \$855, rarebeauty.com. 3. Isdin Coverage SPF50, **ISDIN**, \$680, sephora.com.mx.

# ¿Sabes cuántas empresas hay detrás de este momento?

**LAS EMPRESAS GENERAN  
8 DE CADA 10 EMPLEOS**

**Tiendas  
departamentales:**

**+ 2,900 Empresas  
+ 238,000 Empleos**

**Botanas:**

**+ 74,000 Empresas  
+ 168,000 Empleos**



**¡Escanéame!**

Censo Económico 2024. INEGI

**Voz de las Empresas**

Consejo de la Comunicación



# BEAUTY OBSESSIONS

*(del momento)*

Nuestra editora de belleza, Valeria Baqueiro, te recomienda los productos que fueron su obsesión del mes.

## #ellepick

### 5 ESTRELLAS

Por fin encontré un enchinador que abarca todas mis pestañas. Es muy cómodo de usar por su apertura extra amplia y la forma se adapta perfecto al ojo.

Enchinador Extra Wide Opening, **SARELLY**, \$320, sareilly.com.



**AZUL MEZCLILLA**  
Este esmalte de uñas azul de la colección *Denim* de Chanel me tiene obsesionada. Es súper brillante y llamativo, me recuerda al que usa Hallie Parker en *Juego de Gemelas*.

Le Vernis en tono 419 (edición limitada), **CHANEL**, \$740, chanel.com.



**¡NO SE TE OLVIDE!**  
Uso bloqueador y cuido mi piel pero, ¿y el pelo? También sufre por los rayos UV, la humedad y la contaminación, por eso decidí incorporar este spray a mi rutina para cuidarlo y mantenerlo sano.

Protective Shield Mist, **SISLEY PARIS**, \$2,200, sisley-paris.com.



**PATRICK TA**

### NO SALE DE MI BOLSA

Si sale un nuevo lip balm, yo lo pruebo. Estos me gustaron porque se deslizan suavemente sobre los labios y la textura no es pegajosa. El color es muy sutil pero con brillo intenso.

Mayor Moisture Smoothing Lip Balm, **PATRICK TA**, \$720, Sephora C.C. Artz Pedregal.



# MARCHA DEL ORGULLO 101

COMO TODOS LOS AÑOS, NOS PREPARAMOS PARA ACOMPAÑAR A LA OLA ARCOÍRIS A RECORRER Y PINTAR LA CIUDAD DE MÉXICO DE COLORES CON LA MARCHA DEL ORGULLO LGBTQ+. MÁS ALLÁ DE TU OUTFIT Y BEAUTY LOOK, ESTOS SON ALGUNOS BÁSICOS INDISPENSABLES QUE HARÁN DE TU PRIDE 2026 UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE.

1.



\$145

2.



\$385

\$68



3.

4.



\$365



## VUELVE A LA VIDA

"Me encanta llevarla en la bolsa porque refresca e hidrata en un día caluroso. Es perfecta para revivir a tu piel cuando necesite un shot extra de hidratación después de tanto sol".

**JORDI LINARES,**  
EDITOR DIGITAL

1. Agua termal, **URIAGE**, \$145, Liverpool C.C. Perisur

## PA' QUE AGUANTE LA PELA

"Para un día tan ajetreado como este, una cera es perfecta para que no se mueva ni un solo pelo. Me encanta esta que lo deja manejable, con textura y volumen. Ah, y es libre de crueldad animal".

**MARIO MARREROS, DISEÑADOR**  
2. Cera de abejas para el pelo, **MALIN + GOETZ**, \$385, amazon.com.mx

## ¡AL RESCATE!

"A ti que te encanta besar, esto no te puede faltar. Su sabor a menta es refrescante pero no invasivo y su tamaño mini es ideal para guardarlo en el bolsillo del pantalón".

**JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ,**  
EDITOR DE FOTO

3. Refrescante de Aliento Sabor Menta, **POCKET**, \$68, farmaciasanpablo.com.mx

## FÁCIL Y EFECTIVO

"Me gusta porque se absorbe rápidamente y no mancha la ropa. La presentación en spray es ideal si no traes las manos limpias para reaplicar el FPS".

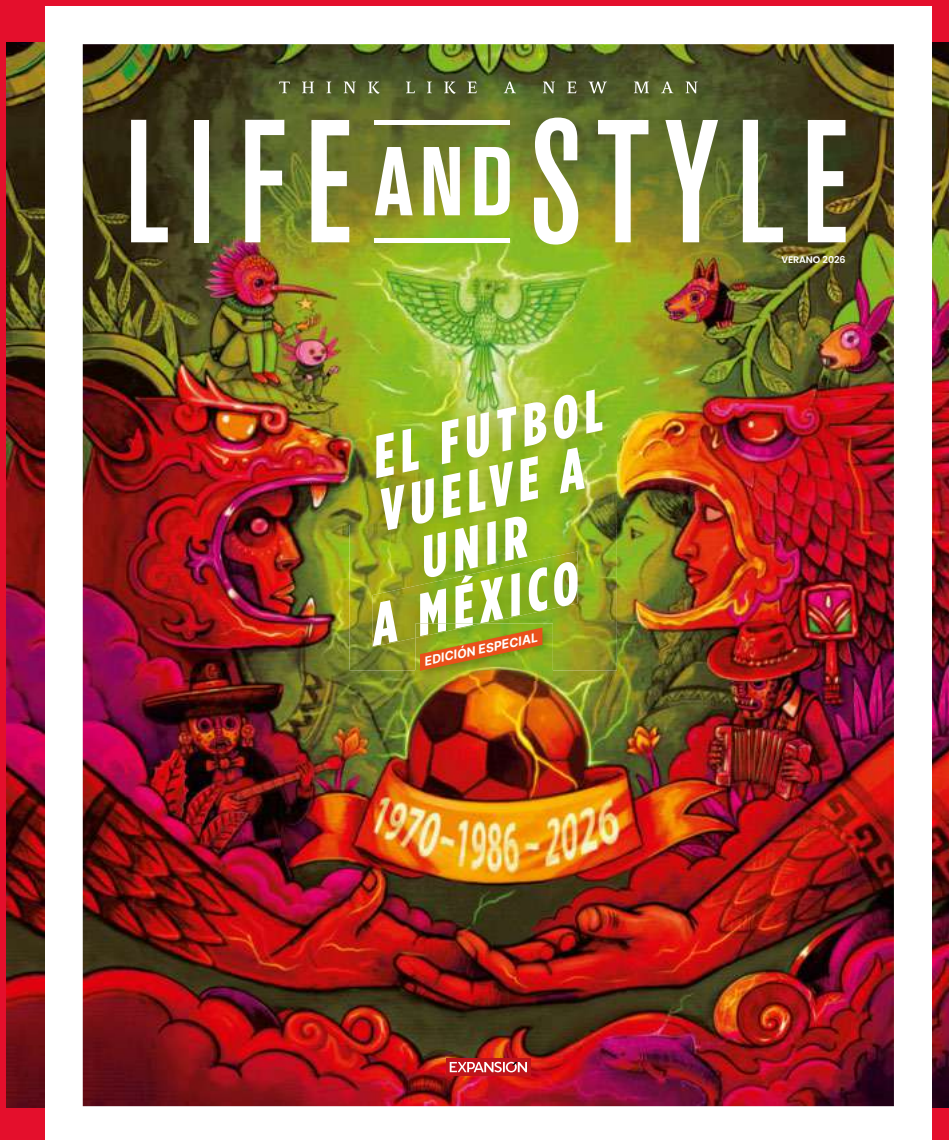
**SAMANTHA GONZÁLEZ,**  
DISEÑADORA

4. NIVEA SUN Protect & Refresh Sport, **NIVEA**, \$365, chedraui.com.mx

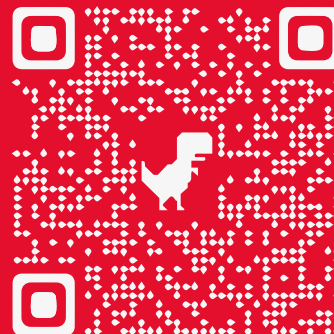
## #ELLECONSEJO

Entre el calor y las horas bajo el sol, mantener la piel hidratada hará toda la diferencia. Te recomendamos llevar un mini kit con productos ligeros, resistentes al sudor y fáciles de aplicar para refrescar y hacer retoques durante el día.

HAY **MUCHAS MANERAS** DE PENSAR COMO **HOMBRE**.



DESCÚBRELAS EN  
▶ **LIFE AND STYLE**  
#ThinkLikeANewMan



# ELLE

COMER RICO  
Y CONSTRUIR  
COMUNIDAD  
(P.125)

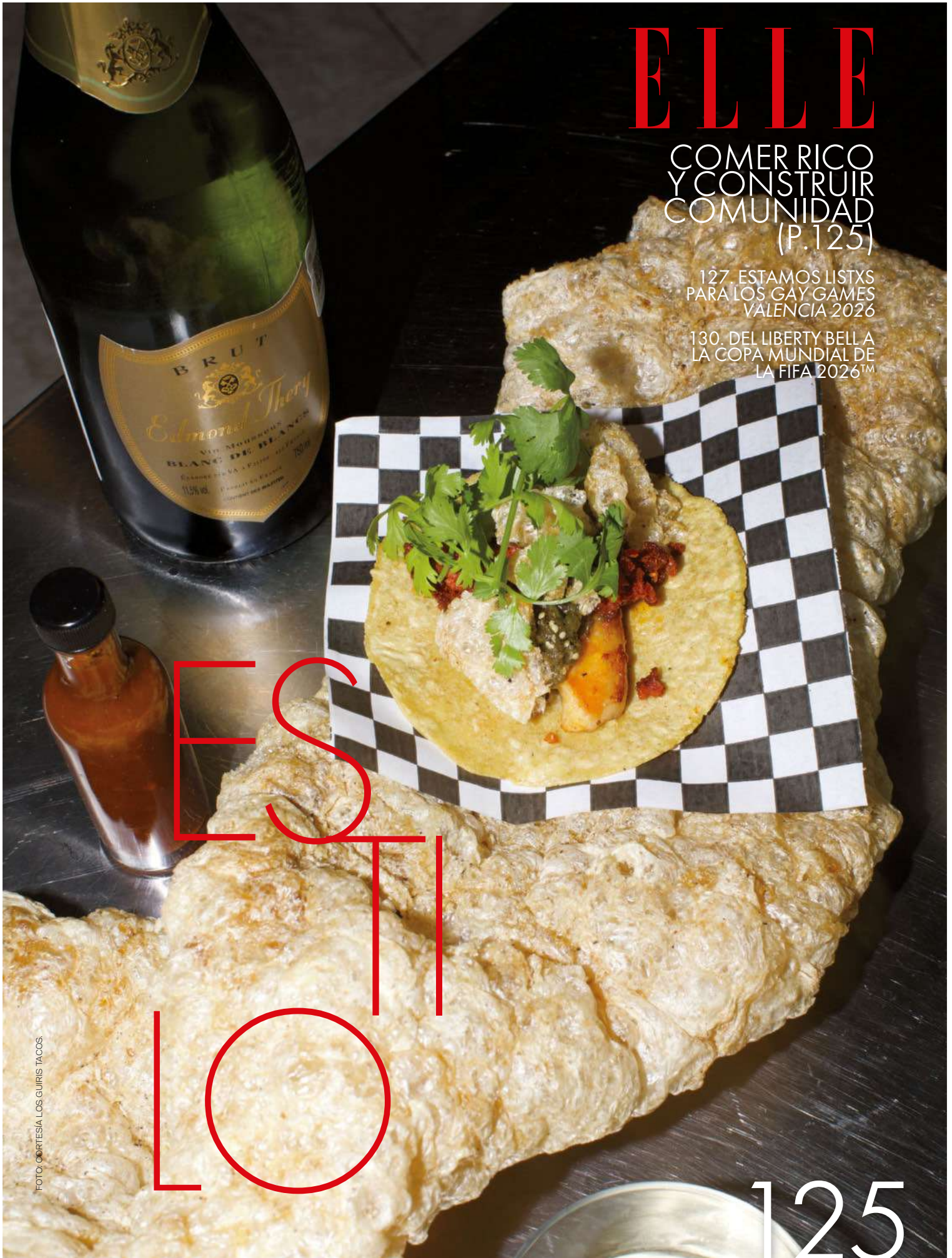
127. ESTAMOS LISTXS  
PARA LOS GAY GAMES  
VALENCIA 2026

130. DEL LIBERTY BELL A  
LA COPA MUNDIAL DE  
LA FIFA 2026™

# ESTO LO

# 125

FOTO: CORTESÍA LOS GURIS TACOS





## arte y cultura

### DÓNDE

Venecia, Italia

### CUÁNDO

Hasta el 22 de noviembre

### +INFO

labiennale.org

### BIENNALE DI VENEZIA ARTE 2026

CADA DOS AÑOS, LA BIENNALE TRANSFORMA VENECIA EN UN LABORATORIO VIVO DE ARTE. LA 61ª EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE ARTE, TITULADA *IN MINOR KEYS* Y CONCEBIDA PÓSTUMAMENTE POR LA CURADORA KOYO KOUJOH, PROPONE QUE FRENTE AL RUIDO, LA VIOLENCIA Y LA SATURACIÓN DEL PRESENTE, EL ARTE TODAVÍA PUEDE SER UN ESPACIO DE ESCUCHA, CONEXIÓN Y RESISTENCIA SILENCIOSA. DE MANERA COLATERAL, SE ENCUENTRAN PABELLONES NACIONALES, INSTALACIONES Y PROYECTOS *IN-SITU* QUE CONVIERTEN A PALACIOS, CANALES Y ANTIGUOS ESPACIOS INDUSTRIALES EN ESCENARIOS DONDE EL ARTE DIALOGA CON LAS INQUIETUDES DE NUESTRO TIEMPO.

# arte, cultura y entretenimiento



## Valencia Gay Games 2026

UNA CELEBRACIÓN COLECTIVA DONDE EL DEPORTE FUNCIONA COMO PUNTO DE ENCUENTRO, EXPRESIÓN Y COMUNIDAD. ENTRE DESFILES, TALLERES, MÚSICA Y ENCUENTROS ESPONTÁNEOS, LA CIUDAD SE TRANSFORMARÁ EN UN MAPA VIVO DE IDENTIDADES Y CONEXIONES INESPERADAS. UNA EDICIÓN DONDE COMPETIR TAMBIÉN SIGNIFICA CELEBRAR QUIÉNES SOMOS Y ENCONTRAR NUEVAS FORMAS DE PERTENECER.

DÓNDE: Valencia, España

CUÁNDO: 27 de junio - 4 de julio

+INFO: [gaygamesvalencia2026](http://gaygamesvalencia2026)

### EN EL CAMINO

Finalmente llega a cines *En el camino*. Dirigida por David Pablos, la cinta ganó el Festival de Cine de Venecia 2025 y confirmó al director como una de las voces más sólidas del cine contemporáneo mexicano. La película nos invita a un viaje íntimo que resonó mucho más allá del circuito de festivales.

DÓNDE: Cines

CUÁNDO: 4 de junio



### ANFITRIONES DEL MUNDO

Con el regreso de la FIFA World Cup™ a México, también llega *México 86*. El director Gabriel Ripstein reunió a un elenco increíble encabezado por Diego Luna y Karla Souza, mezclando *thriller* político y memoria emocional en el México de los años ochenta. La película recuerda lo que se vivió para que México fuera anfitrión.

DÓNDE: Netflix

CUÁNDO: 5 de junio



### NO ESTAMOS SOLOS

El verano viene con conspiraciones y nuevos traumas colectivos cortesía de Steven Spielberg. *El día de la revelación* marca su regreso a la sci-fi con Emily Blunt y Josh O'Connor al frente. La historia sigue una serie de apariciones inexplicables que empiezan a alterar el orden político y social a escala global.

DÓNDE: Cines

CUÁNDO: 12 de junio



# AGENDA ELLE *book club + playlist*



## concierto

### ZAYN MALIK

DÓNDE: Monterrey, Guadalajara y CDMX

CUÁNDO: 14, 17 y 20 de junio

+INFO: [inzayn.com](http://inzayn.com)

## #PRIDEPLAYLIST

1. NOCHES DE VERANO  
ESTEMAN Y VILLANO  
ANTILLANO

2. STATESIDE  
ZARA LARSSON

3. RUSH  
TROYE SIVAN

4. IMMATERIAL  
SOPHIE

5. LESS OF YOU  
OMAR APOLLO

6. WASSUP  
YOUNG MIKO

7. AGAIN  
DANNA

## festival

CUÁNDO:

11 de junio

DÓNDE:

Estadio Ciudad de México

+INFO:

[fifa.com](http://fifa.com)

### CONCIERTO INAUGURAL DE LA FIFA WORLD CUP 26™

LLEGÓ EL MOMENTO EN QUE EL FÚTBOL Y LA MÚSICA SE ENCUENTRAN FRENTE A LOS OJOS DEL MUNDO. EL CONCIERTO INAUGURAL DEL 2026 FIFA WORLD CUP™ EN MÉXICO ARRANCARÁ CON UNA ALINEACIÓN QUE MEZCLA POP GLOBAL, TRADICIÓN MEXICANA Y FENÓMENO LATINO: MANÁ, LOS ÁNGELES AZULES, ALEJANDRO FERNÁNDEZ, BELINDA, J BALVIN, LILA DOWNS, DANNY OCEAN Y TYLA SERÁN PARTE DEL ESPECTÁCULO QUE ABRIRÁ EL TORNEO. LA CEREMONIA PROMETE CONVERTIR EL ARRANQUE DEL MUNDIAL EN UNA CELEBRACIÓN MASIVA DE IDENTIDAD Y EMOCIÓN FUTBOLERA, EN DONDE MÉXICO TOMA EL CENTRO DEL ESCENARIO GLOBAL.

## book club

### EL CUARTO DE GIOVANNI

JAMES BALDWIN

Un hito de la literatura queer, la novela explora deseo, identidad y miedo a través de la relación entre dos hombres en el París de los años cincuenta.

PENDULO.COM \$300



# PROUD & Loud

CREAR COMUNIDAD VA DESDE TEJER REDES DE APOYO ENTRE TU ENTORNO CERCANO HASTA APOYAR AQUELLOS PROYECTOS QUE FUERON CREADOS DESDE LA DIVERSIDAD. NUESTROS HÁBITOS DE CONSUMO TAMBIÉN SON UN MANIFIESTO, ES POR ELLO QUE ELEGIR NEGOCIOS DE PROPIEDAD LGBTQ+ ES TAMBIÉN UNA FORMA CONCRETA DE APOYAR LA REPRESENTACIÓN, LA INCLUSIÓN Y LA DIVERSIDAD. ADEMÁS DE QUE ESTOS ESPACIOS SUELEN SER LUGARES SEGUROS Y, ADMITÁMOSLO, CON GRAN AMBIENTE. ESTAS SON LAS PROPUESTAS CULINARIAS QUE SÍ O SÍ DEBES DE AGREGAR A TU LISTA DE LUGARES POR VISITAR.

por JORDI LINARES RIVAS



## Tacos & burbujas

LOS GUIRIS TACOS

Este concepto de tacos norteros llegó a la Ciudad de México de la autoría de la chef Alexander Suastegui, quien es parte del especial *Proud Humans 2026*. Con ese sello tijuanaense que le caracteriza, su oferta gastronómica incluye guiños de otras regiones. Por ejemplo, en el taco *Chen Kai*, uno de los favoritos de pollo frito en adobo coreano con pepino encurtido y cebollas crujientes. Otro predilecto es el *Xochimilca*, de flor de calabaza rellena de requesón sobre salsa romesco y nuez pecana. Los ingredientes norteros, como el chorizo de Durango en el taco *Tremendo*, no pueden faltar. Lo mejor: el maridaje con vinos.

**DÓNDE:** Av. Baja California 326, Hipódromo, CDMX.

## Es un club

AGRIO CLUB

"No teníamos un club entonces hicimos uno", esa es la filosofía detrás de Agrio, creado por Grecia y Sol, una pareja argento-mexicana. La idea de un espacio es crear comunidad, que sea un lugar al que puedes ir por un café, a trabajar, por un drink, a leer o con amigos, el punto es pasarla bien. Así fue como convirtieron un depósito de cajas y reciclaje en un punto de encuentro para amigxs y vecinx que comparten intereses. Lo que se sirve aquí viene desde la nostalgia y el antojo, desde una milanesa o unos ñoquis hasta un asado. No se trata de un menú sino de "¿qué hay hoy?". Definitivamente un lugar hecho para regresar.

**DÓNDE:** Astrónomos 20, código 2, Escandón II Secc, CDMX.

## Lugar seguro

CARISMA LONCHERÍA

Solo basta con darte una vuelta por el Instagram de @carismamx para saber que se trata de un espacio seguro, divertido y cálido; esa fue la intención con la que Martín Barba y César Dimas crearon este proyecto. Aquí puedes encontrar desayuno todo el día (bueno, hasta las 4 de la tarde) y disfrutar de esos platillos reconfortantes que llegan directo al corazón como unos chilaquiles, burritos, sándwiches, lonches y más. El plan en Carisma es pasarla a gusto en un ambiente cercano y auténtico, que se convierta en ese lugar en el que siempre quieres quedarte 5 minutos más.

**DÓNDE:** Miguel E. Schultz 19, San Rafael, CDMX.

# AUTÈNTICA VIBRA

por ALONSO DÍAZ



FILADELPHIA SE PRESENTA COMO UN VESTIGIO DE LA HISTORIA AMERICANA: LA CIUDAD MÁS ANTIGUA DEL PAÍS, LA CAPITAL TEMPORAL MIENTRAS WASHINGTON D.C. TERMINABA DE ESTABLECERSE. PERO ESO NO PODRÍA ESTAR MÁS INCORRECTO. FILADELPHIA ES UNA DE LA REPRESENTACIONES MÁS CLARAS DE LO QUE ESTADOS UNIDOS ES: UN CRISOL DE CULTURAS, SABORES, COLORES Y OLORES CONSTRUIDO SOBRE LA IDEA DE LA DEMOCRACIA Y LIBERTAD PROMETIDA. VISITAR ESTA CIUDAD ES ABRIRTE TODAS LAS POSIBILIDADES DE LO QUE UN DESTINO PUEDE SER: DESDE VER UN PARTIDO DE LA COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026™, HASTA RECORRER LAS CALLES DEL GAYBORHOOD ANTES QUE COMIENZE EL DESFILE DEL PRIDE.

# 01. QUÉ SUENE LA CAMPANA



## ¿QUÉ SE HACE AQUÍ?

Lo primero que sabrás al llegar a Filadelfia es la importancia histórica que tiene. Desde la campana de la libertad, a el Independence Hall donde se firmó el acta de la independencia y empezó el famoso *Fourth of July*. Tanto se habla de este periodo de la historia que se nos olvida que Filadelfia sigue escribiendo la suya todos los días.

Un claro ejemplo es el legado que la película Rocky ha dejado en la ciudad. Un imperdible es visitar la estatua de Silvester Stalone in el Museo de Arte de Filadelfia, y subir corriendo los 72 escalones icónicos recreando la escena de la película. Una vez arriba, la vista del Boulevard que va desde la emblemática estatua del fundador de la ciudad William Penn, hasta donde te encontrarás parado, es inolvidable. Y todavía más imperdible será la oportunidad de presenciar el Mundial, ya que la ciudad será una de las sedes, adaptando el estadio de los Philadelphia Eagles para el evento deportivo más importante del mundo.

Los aficionados deportivos de Filadelfia son famosos por la pasión con la que apoyan a sus equipos, y esa energía ha permeado toda la ciudad. Por eso, estamos seguros de que el ambiente mundialista se sentirá por todos lados.





## 02. DE AQUÍ, DE ALLÁ, DE TODOS LADOS Y TODOS IGUALES



### ¿Y A DÓNDE TENGO QUE IR?

Siendo una ciudad clave e histórica de Estados Unidos, gente de todos lados ha migrado aquí, y no hay lugar como el South 9th St. Italian Market para entender la vibra. Por momentos te sentirás de vuelta en los cincuenta mientras recorres este mercado al aire libre, lleno de tiendas italianas, puestos de fruta mexicanos, carnicerías irlandesas, y locales de *Bahn Mi* vietnamitas, todo completamente auténtico, representando la ciudad y su crecimiento.

Esto junto crea una comunidad donde nadie queda excluido, donde las culturas chocan, se mezclan y crean algo nuevo. Recorriendo el sur de la ciudad también encontrarás murales en todas las calles, cada uno contando la historia de sus migrantes, cómo llegaron o cómo se adaptaron, y mostrando la importancia de la migración en esta ciudad.

Y si te diriges al norte, llegarás al histórico *Gayborhood*, donde la comunidad LGBTQ+ encontró su hogar. No hay mejor momento que visitarlo que durante el *Pride*, donde las *block parties* y *drags* conquistan las calles. Además encontrarás un sinfín de bares y tiendas queer. Un *highlight* es Giovanni's Room, una pequeña librería LGBTQ+ donde encontrarás tu nuevo libro favorito.

# 03. CERVEZA, HOAGIES, BARBACÓA Y CHEESETEAKS PARA TODOS

## ¿QUÉ TENGO QUE PROBAR?

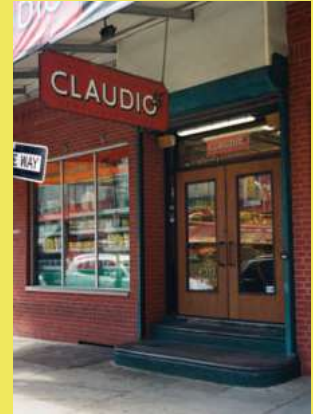
El secreto mejor guardado de Filadelfia actualmente es Fish-town. Al norte de la ciudad encontrarás bares industriales que sirven cerveza artesanal de primer nivel, representando la cultura cervecera de la ciudad. Entre terrazas y biertagens, aquí es donde todos se juntan, ya sea para festejar a los Eagles, o para relajarse después del trabajo.



La ciudad se refleja en su comida: abundante, directa y profundamente ligada a sus barrios. Los *hoagies* no son simplemente un sándwich; son el patrimonio gastronómico de la migración italiana. Pan suave, carnes frías apiladas, aceite, vinagre y una competencia en cada esquina que defiende el suyo como el mejor de la ciudad.

Y como cualquier gran urbe, Filadelfia ya no solo es representada por sus clásicos. La comida mexicana ha tomado fuerza, y aquí encontrarás las taquerías más vibrantes y auténticas de Estados Unidos. Imperdible es ir a South Philly Barbacoa donde la Chef Cristina Martinez ha creado un refugio, tanto para inmigrantes, como para estadounidenses, donde ha demostrado que la cocina es un idioma universal, y que cualquier barrera se puede romper con un buen taco.

Y en medio de todo esto, está McGillin's Olde Ale House. Entre madera antigua y tarros de cerveza, este pub ofrece el clásico Philly Cheesesteak que recuerda que Philly siempre ha sido una ciudad donde la comida y la bebida funcionan como memoria colectiva.



# FAVOR DE NO MOLESTAR

por CLAUDIA CÁNDANO

¿CUÁNTAS VECES AL MES ESTÁS EN TU COMPUTADORA Y PIENSAS ¡ME URGE IRME A LA PLAYA!?. CREO QUE YO LO HAGO POR LO MENOS DOS VECES A LA SEMANA (LOL). NO TIENE NADA QUE VER SI TE GUSTA O NO TU TRABAJO, PERO NO HAY NINGÚN LUGAR QUE TE OFREZCA LA PAZ QUE NOS DA EL MAR, Y MÁS AUN, SI ESTÁS EN UN CAMASTRO SIN UN SOLO PENDIENTE QUE TE PERSIGA. POR LOTANTO, TU SIGUIENTE VACACIÓN TIENE QUE SER EN ROSEWOOD MANDARINA.

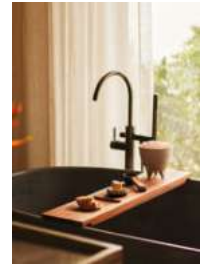




Mi plan perfecto en Rosewood Mandarinina: actividad matutina, desayuno en La Cocina, día en la playa, comida en Buena Onda, tarde en mi habitación, atardecer en Peñasco y cena en Toppu.

Aterrizas en Puerto Vallarta y 40 minutos después estás en un paraíso llamado Rosewood Mandarinina en la Riviera Nayarit. Este destino del Pacífico está tomando cada vez más relevancia dentro del turismo de lujo en nuestro país, pero la verdadera riqueza de esta costa es su variedad de naturaleza como pocos lugares. El paisaje es una mezcla especial de tres ecosistemas: playa, montaña y planicies extensas. Rosewood Mandarinina es todo lo que quieres en un lugar de descanso, pero también tiene muchas actividades para aquellos que quieren algo más que echarse a leer en la playa y, a ratos, darse un chapuzón en el mar. Una de las actividades que más disfruté fue el *hike* que hice a La Abuela, un árbol que tiene 700 años y que forma parte de los planes recreativas dentro de Mandarinina. La caminata para llegar no es para senderistas expertos, no te asustes, es bastante amigable y el guía te va contando sobre la flora y la fauna del lugar. Una vez que llegas a La Abuela, puedes tomar una meditación diseñada para llenarte de energía positiva; incluso puedes abrazarla si eso te hace feliz. Otro gran momento para mí fue ver el atardecer en Barra Peñasco, el extremo más alto del hotel, donde la vista no tiene igual, y los *drinks*, tampoco. Iván Flores, el jefe de mixología, se inspiró en los cuatro elementos: agua, tierra, fuego y aire. Cada uno asociado a deidades de las tradiciones Náyeri y Wixárika. Y los cuartos... son mi debilidad en los hoteles, puedes elegir con vista al mar o más en la selva y ambas experiencias valen la pena. Tienen una alberquita exterior, con la que podrías no salir de tu habitación en toda tu estancia. Pero no me haces tanto caso, porque no te puedes perder la paella de Buena Onda, ni la propuesta gastronómica japonesa de Toppu. Este es mi nuevo lugar favorito.

FOTOS: CORTESÍA ROSEWOOD MANDARINA.



Asaya Spa es todo lo que quieres en un spa, un programa integral con una propuesta inspirada en la cosmovisión del pueblo wixárika.





LA PRIMA IMPRESSIONE  
DIRETTO DA ANTONETA ALAMAT KUSIJANOVIĆ  
CAPITOLO V. SOTTOVOCE



ferragamo.com

**FERRAGAMO**  
**FIRENZE**



### CAJA PEQUEÑA. PRESENCIA EXTRAORDINARIA

El Seamaster Aqua Terra 30 mm posee un tamaño compacto, pero es ideal para cualquier ocasión. La esfera, de color lavanda con cepillado solar, está tintada con laca y muestra índices en forma de casco de barco y agujas facetadas en oro blanco de 18 qt. Este refinado reloj aloja el calibre 8750, el movimiento OMEGA Co-Axial Master Chronometer más pequeño, certificado según los estándares más exigentes del sector.

