ELLE.MX
ELLE
OCTUBRE 2025
GRAPHIC TEE'S
TODA UNA HISTORIA
+
NO MÁS MÁSCARA DE PESTAÑAS
#THE MUSIC ISSUE
MARÍA ZARDOYA
MÉXICO $59.00
00281
7 503027 020554
Consíguelo en el App Store
DISPONIBLE EN Google Play

ELLE MX
ELLE®
OCTUBRE 2025
GRAPHIC TEE'S
TODA UNA HISTORIA
+
NO MÁS MÁSCARA DE PESTAÑAS
#THE MUSIC ISSUE
JENNIE
MÉXICO $59.00
00281
7 503027 020554
Consíguelo en el App Store
DISPONIBLE EN Google Play

ELLE MX

ELLE

OCTUBRE 2025

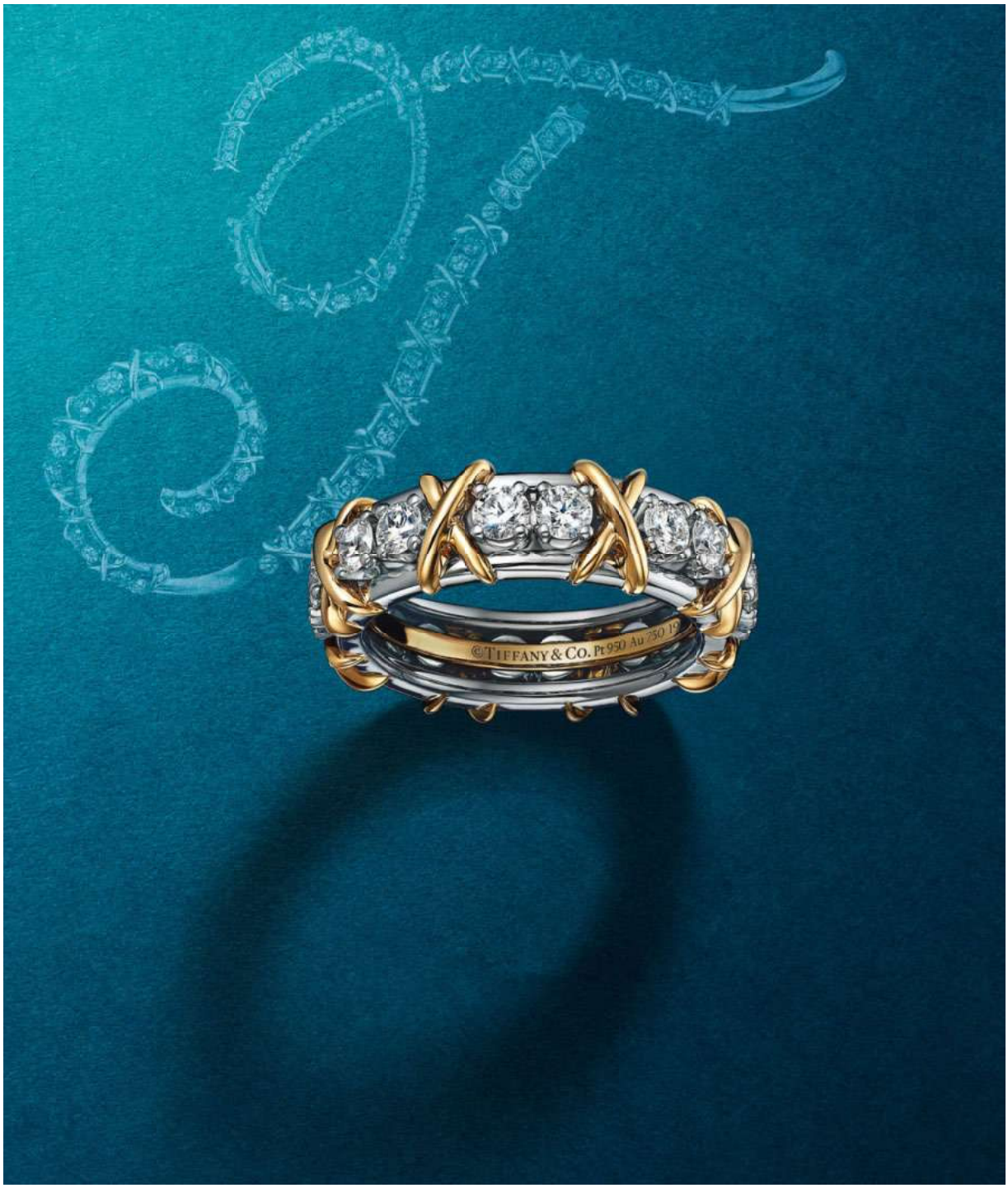
#THE MUSIC ISSUE

ELLE.MX
ELLE
OCTUBRE 2025

The Sixteen Stone Collection
A timeless icon inspired by an archival motif created in 1959
TIFFANY&CO.
Tiffany.com.mx | © 2025 T&CO. Jean Schlumberger by Tiffany & Co.™

The Sixteen Stone Collection

Tiffany.com.mx | © 2025 T&CO. Jean Schlumberger by Tiffany & Co.™



A timeless icon inspired by an archival motif created in 1959

TIFFANY&CO.

SALUD ES BELLEZA

CHANEL.COM 123300EL951048

N°5

REACH FOR THE CROWN

EL DAY-DATE

ACADEMY
OF MOTION PICTURE
ARTS AND SCIENCES

ROLEX

Dior

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906

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

Snowflake
Collar

Publicis EtNous

HERMÈS
PARIS

DISPONIBLE EN DIOR.COM

Miss Dior

LA NUEVA ESSENCE

DIOR

ELLE *octubre*

portada 1 : foto: alfred marroquin. personaje: maría zardoya. moda: top propiedad de maria zardoya. estilismo: jose carayol. maquillaje y pelo: leticia llesmin. uñas alexandra smith. productor: sean gordon-loebl. productor asociado: sara renteria. dirección de iluminación: mika altskan. dirección de movimiento: elena vazintaris. diseño de set: rosie turnbull. asistentes de foto: yolanda leaney y alexandra kuhn. retocador: kushtrim kunushevci. asistente de estilismo: carmen julia. asistente de diseño de set: chazz foggie. asistentes de producción: chris chute y kai affolter. producción: two caats para elle méxico.
portada 2 : foto: moon song yi. personaje: jennie. moda: look total. chanel. estilismo: park min hee. maquillaje: wonjo yeon. pelo: gabe sin. uñas: park eun kyung. editor de features: jeon hye jin. editor de moda: lee ha yan. Set: jeon minkyu. diseño de arte: lee so jeong. producción: elle korea.
portada 3 : foto: ed gumuchian. modelo: nicole quintana @ in the park management. moda: falda, blusa, calcetas y estola. miu miu. zapatos. gucci. joyas. tiffany & co. estilismo: jessica gutiérrez. maquillaje: aleida gómez. pelo: efrén espinoza. uñas: wendy betancourt. asistentes de estilismo: victoria ávila, valentina alvizo. asistente de foto: kane ocean. producción: alonso díaz y josemra para elle méxico.

112.

28.

24.

144.

14. directorio
16. carta editorial

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
36. fashion focus
38. xray
40. elle look
41. sin culpa
42. elle CV
44. apuesta
46. sustentabilidad
48. news

STORIES
52. society
54. report
58. actuelle
Las graphic tees: de medio de protesta visual a manifiesto de moda.
60. report
62. cover story
Explorando los mundos de María Zardoya.

MODA
74. zoom in, zoom out
84. hide & seek
Jennie se reinventa y pisa fuerte con su proyecto como solista.
92. alta energía
100. mercurio

BELLEZA
112. beauty
¡*Kabooom*!, con ustedes la nueva Miss Dior.
120. wellness
122. insider
124. face to face
125. beauty expert
126. tentación
127. what's hot
130. editor's picks
131. sin culpa

ESTILO
134. agenda
138. destino
Suiza, es más que el exquisito fondue.
142. hoteles
144. gourmet

FOTOS: 1. XIMENA MORFÍN. 2. CORTESÍA OMEGA. 3. LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. 4. CORTESÍA RICARDO RAMOS.

CIUDAD DE MÉXICO • GUADALAJARA
CANCUN • MONTERREY
VERACRUZ • QUERETARO
VILLA HERMOSA • PUEBLA

DOLCE & GABBANA

FALL WINTER 2025

VITTORIA CERETTI AND MONA TOUGAARD PHOTOGRAPHED IN NEW YORK BY STEVEN MEISEL

ELLE

EDITORA GENERAL
CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

Editora Adjunta
CAROLINA ALVAREZ
caro.alvarez@grupoexpansion.com

Editora de Arte
DANIELA FONSECA
dfonseca@grupoexpansion.com

Editor Web
JORDI LINARES
jordi.linares@grupoexpansion.com

Coeditora Digital
TAMARA SANTILLÁN

Community Manager
CARLA FORTES

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

Coeditora de Moda
NATALIA SÁNCHEZ

Coordinadora de Moda
BERENICE BUENDÍA

Editora de Belleza
VALERIA BAQUEIRO
mbaqueiro@grupoexpansion.com

Corresponsal en París
SANTIAGO VILLASEÑOR

Corrección de Estilo
DANIELA ESPAÑA

Diseñadores
DANIELA FERES
MARIO MARREROS
SAMANTHA M. GONZÁLEZ

Asistente de moda y belleza
VICTORIA ÁVILA

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

Coordinador de Foto
ALONSO DÍAZ

Colaboradores
LILIANA LÓPEZ SORZANO, ULISES GARCÍA, ICKA GALLEGO, ALEJANDRA GARCÍA, VALENTINA ALVIZO, ANA SOFÍA FEMAT.

DIRECTORA EDITORIAL DE SOFT NEWS Y BRANDED CONTENT
CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

HEAD BRANDED CONTENT
MERCEDES ABASCAL
mabascal@grupoexpansion.com

EDITORAS DE BRANDED CONTENT
PAULINA CASTELLANOS
pcastellanos@grupoexpansion.com
IRAYDA RODRÍGUEZ
irodriguez@grupoexpansion.com

GENERADORES DE CONTENIDO
VERÓNICA CERVANTES
FERNANDA CISNEROS
ISRAEL DÍAZ

DISEÑADORAS
PAMELA JARQUIN
SHUELLEM ESTRADA

EQUIPO DE VIDEO
Coordinadora de Video
MARIANA MARTÍNEZ
mariana.martinez@grupoexpansion.com

PRODUCCIÓN
MARIANA ORTEGA
DANIEL OSVALDO ESCUTIA

POSTPRODUCCIÓN
ABEL GONZÁLEZ
GUSTAVO RODRÍGUEZ

Coordinadora de Estudio de Foto
ALEJANDRINA LIRA

Fotógrafa Estudio de Foto
ANYLÚ HINOJOSA

Coordinadora Administrativa
YRAZEMA ALMANZA
alira@grupoexpansion.com

Account Manager
MARTHA SOTO

DIRECTOR GLOBAL CORPORATIVO DE VENTAS
ROBERTO CABALLERO
roberto.caballero@grupoexpansion.com

DIRECTOR COMERCIAL IP
ALEJANDRO LEAL
aleal@grupoexpansion.com

DIRECTORA COMERCIAL RI
CARLA FONT
cfont@grupoexpansion.com

DIRECTORA COMERCIAL CENTROS COMERCIALES
PAHOLA CARRETO
pahola.carreto@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

HEAD DE EVENTOS
GONZALO FERNÁNDEZ

DIRECTORA DE ESTRATEGIA COMERCIAL
ALEJANDRA BUSTOS
alejandra.bustos@grupoexpansion.com

DIRECTOR DE MARKETING Y TRANSFORMACIÓN DE NEGOCIO
RENÉ FLORES
rflores@grupoexpansion.com

HEAD DE PRODUCTO Y MARCA
BRUNO MARTÍNEZ
bruno.martinez@grupoexpansion.com

HEAD DE MARKETING SERVICES
ITALO CORONA
italo.corona@grupoexpansion.com

LÍDERES DE MARKETING SERVICES
PAMELA VARGAS
pvargas@grupoexpansion.com
ANA MENÉNDEZ
ana.menendez@grupoexpansion.com
ISABEL CAMACHO
isabel.camacho@grupoexpansion.com
PAMELA GARCÍA
pamela.garcia@grupoexpansion.com
ALEJANDRA MÁRQUEZ
alejandra.marquez@grupoexpansion.com

EVENT MANAGER
JIMENA PILLADO

PROJECT MANAGER
FERNANDO CORTÉS

DIRECTOR DE OPERACIONES
FERNANDO CEBALLOS
fernando.ceballos@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

POSPRODUCCIÓN DIGITAL
DIANA AGUILAR
JESÚS GONZÁLEZ

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
servicioaclientes@grupoexpansion.com

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 BENQUÉ

CEO ELLE International Licenses
FRANÇOIS CORUZZI

Chief Content Officer/ International Director of ELLE
VALÉRIA BESSOLO LLOPIZ

Deputy Editorial Director
VIRGINIE DOLATA

FASHION DIRECTOR
ALEXANDRA BERNARD

Creative Director
IRIS ROMBOUTS

Editorial & Syndication Coordinator for Latin America
FAUSTINE JOIRIS DE CAUSSIN

Copyrights Manager
KENZA ALLAL

MARKETING DIRECTOR
MORGANE ROHÉE

INTERNATIONAL ADVERTISING: LAGARDERE GLOBAL ADVERTISING

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

GRUPO EXPANSIÓN

PRESIDENTE DE GRUPO EXPANSIÓN
EDGAR FARAH

VICEPRESIDENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES
LEONARDO VALLE

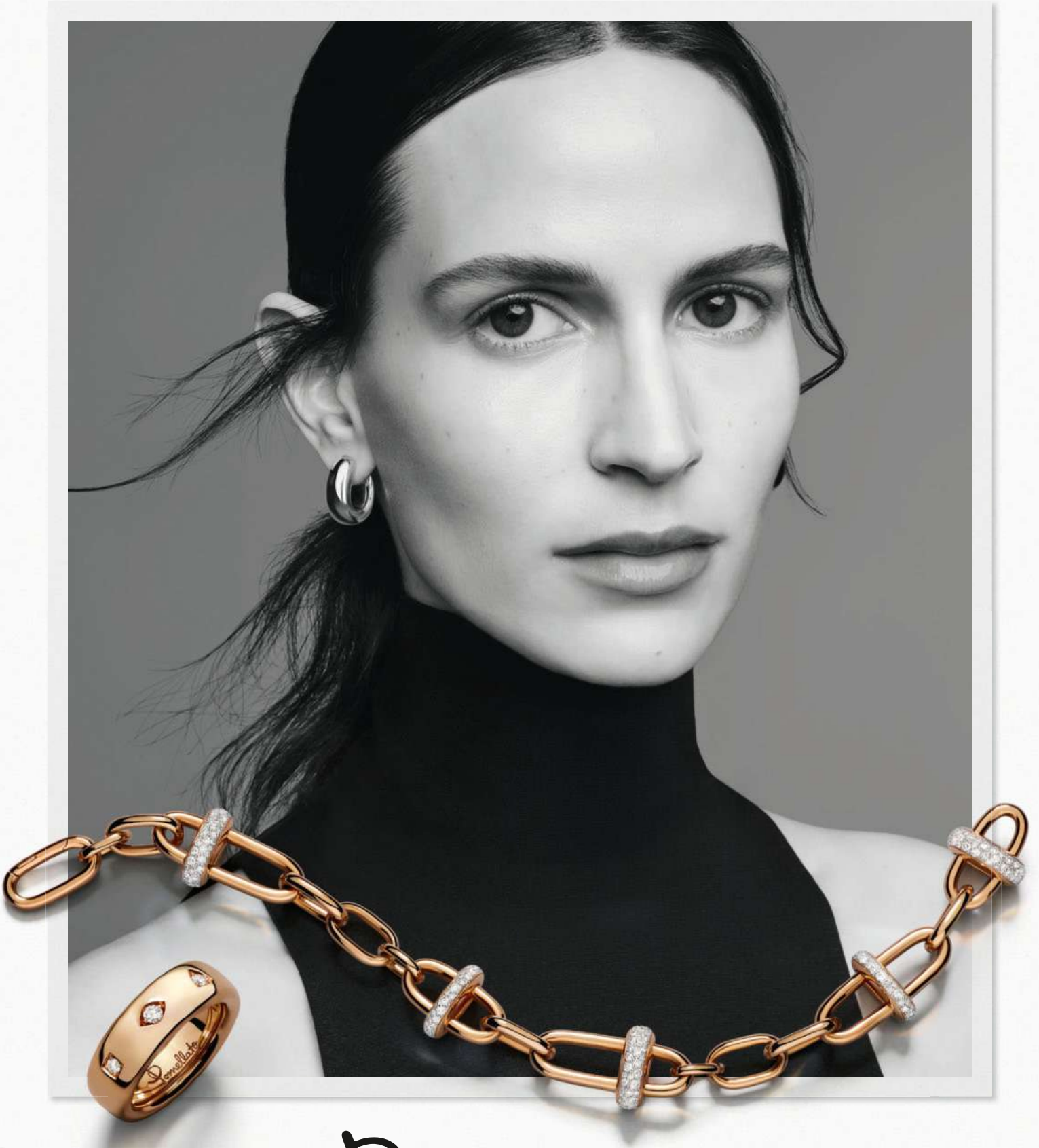
CEO DE GRUPO EXPANSIÓN, OOH, PUBLISHING Y MOBILITY
JORGE DIBILDOX

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. Octubre 2025. Editora Responsable: Claudia Cándano de la Peza. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-101413222700-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 17512. Domicilio de la Publicación: Hegel 111, Piso 1, Colonia Polanco Chapultepec, C.P. 11560, Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. Imprenta: Reproducciones Fotomecánicas S.A. DE C.V., con domicilio en: Durazno 1, Las Peritas, Xochimilco, C.P. 16010 CDMX. Distribución por: Expansión S.A. de C.V. con domicilio en: Constituyentes 956, Lomas Altas, Miguel Hidalgo, CDMX y Alfesa Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicada en: Corona 23, Col. Cervecera Modelo, Naucalpan, Estado de México. 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 © 2025 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: PP09-1013.



Pomellato

MILANO 1967

ICONICA COLLECTION

POMELLATO.COM

carta editorial

Aprovecharé esta carta para contarles que, el 25 de septiembre lanzamos nuestro nuevo podcast: *DigitELLE*. En él pueden escuchar las historias de varios creadores de contenido que nos cuentan cómo llegaron a donde están, si les costó trabajo, si piensan mucho en lo que suben a sus redes o si solo postean espontáneamente.

FOTO: GUSTAVO RODRÍGUEZ.

Les recomiendo que lo escuchen porque la creación de contenido parece más fácil de lo que realmente es. A mí me abrió un panorama muy diferente de mi percepción sobre el trabajo que implica el mundo digital. Unos han hecho todo un emporio y para otros, es un espacio para hacerle la vida más ligera a sus seguidores, pero lo que todos tienen en común es el tiempo que invierten para generar una conexión real con su público.

Una de las cosas que más me ha gustado de mi trayectoria en la moda es tener la posibilidad de platicar con diferentes personalidades a través de un micrófono como parte de un podcast como *Hablemos de Moda*. Tener la posibilidad de hacer que ELLE llegue a más personas a través de diferentes plataformas ha sido un trabajo arduo que he logrado con mi equipo y que hoy nos hace un medio multiplataforma que llega a diferentes audiencias por medio de proyectos muy distintos, como *DigitELLE*. Esta plataforma la creamos para hacer una comunidad más grande, para acercarnos a nuevas voces y para construir juntxs el futuro del contenido.

Además, este es nuestro *Music Issue*, con dos portadas muy especiales: la de María Zardoya y la de Jennie. Les recomiendo que compren las dos como coleccionables, porque ambas muestran un momento interesante en la música. María, por ejemplo, es esa voz que nos recuerda que hay que sentir con todo el cuerpo, mientras que Jennie nos transmite felicidad en sus presentaciones y también en cómo vive su propia vida. Ambas conectan con el público de diferentes maneras, y por eso las elegimos para ser nuestras portadas de octubre.

CLAUDIA CÁNDANO
@candanoclau #editoraentenis

Scandinavian Diary
weekendmaxmara.com
WEEKEND
MaxMara
Franchisee Weekend MaxMara: CDMX - Centro Comercial Santa Fe, PB

EXPANSIÓN

CUÉNTAME DE ECONOMÍA

PARA ENTENDER TODO SOBRE DINERO

PRESENTADO POR: Actinver

DISPONIBLE EN

ELLE

PÁRATE LOS HOMBROS (P. 20)

30. ZAPATOS PARA PUNTAS Y GOLES

25. REGRESAMOS A LOS 80 CON ESTOS SUÉTERES *OVERSIZED*

TENDENCIAS 19

FOTO | LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / BACKSTAGE STELLA MCCARTNEY FW25.

HOMBROS ATRÁS, PECHO ARRIBA

Las hombreras son un símbolo de poder y en este *fall-winter '25* son un must absoluto. Saint Laurent ha sido un referente constante en el uso de esta pieza: una chamarra de piel como la de su propuesta será un verdadero tesoro en tu clóset. Tampoco descartes un buen vestido, la clave está en estilizar y acentuar la cintura para enfatizar aún más los *shoulder pads*. Ahora sí, ¡sin miedo al éxito!

1. Botas, **BALMAIN,** $36,117, farfetch.com. **2.** Pulsera, **VAN CLEEF & ARPELS,** C.C. Artz Pedregal.* **3.** Lentes, **GANNI X ACE & TATE BROOKE,** $4,650, ganni.com. **4.** Vestido, **JACQUEMUS,** C.C. El Palacio de Hierro Polanco.* **5.** Bolsa, **GUCCI,** Masaryk 408, Polanco.* **6.** Aretes, **TOUS,** $7,500, C.C. Parque Delta.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / SHUTTERSTOCK / FARFETCH.COM / VANCLEEFARPELS.COM / GANNI.COM / JACQUEMUS.COM / GUCCI.COM / TOUS.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

1. Chamarra, **DESIGUAL,** $4,390, C.C. Santa Fe. **2.** Collar, **NAM,** $5,700, mexicouture.com. **3.** Lentes, **LEXXOLA,** $3,100, lexxola.com. **4.** Blusa, **H&M,** $459, C.C. Parque Delta. **5.** Pantalones, **THE ATTICO,** $11,779, mytheresa.com. **6.** Zapatos, **GRAPE,** $5,500, Liverpool 9, Juárez.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / DESIGUAL.COM / MEXICOUTURE.COM / LEXXOLA.COM / H&M.COM / MYTHERESA.COM / FILA.STORE / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

SIN NADA *de makeup*

Deja la máscara de pestañas en tu cajón, es momento de llevarlas al natural. Pero eso sí, bien rizadas y peinadas.

1. PIEL DE MUÑECA
Elige una base hidratante y de cobertura media para emparejar el tono de la piel y dejarla como porcelana.

2. COLOR NATURAL
El rubor te hace ver saludable, aplícalo en la zona alta de los pómulos para un acabado natural. A nosotros nos encantan los tonos rojos o ladrillo.

3. PARA QUE DURE
Sella las ojeras y la zona T del rostro con un polvo traslúcido para que la base no se cuartee ni se mueva.

4. UN TOQUE COOL
¿Sientes tu maquillaje muy sencillo? Dale personalidad a los ojos con un *smokey eye* sutil en café o un delineado gráfico.

5. *MAIN CHARACTER*
Para prolongar el rizo de tus pestañas, utiliza un rizador tradicional y después, pásales uno térmico, esto ayudará a mantenerlas en su lugar.

6. NO LAS OLVIDES
Termina peinando muy bien tus cejas. Si te gusta el efecto laminado, puedes lograrlo con un gel de larga duración.

FAV FAV

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / PRODUCTOS: ULTA.COM; WESTMAN ATELIER.COM; YSLBEAUTY.COM.MX; BELLISIMA.MX; CONAIRMEXICO.COM; SANBORNS.COM.MX.

1. ReEvolve Natural Finish Liquid Foundation, **RMS BEAUTY,** $1,094, glowy.mx. **2.** Baby Cheeks Blush Stick, **WESTMAN ATELIER,** $1,190, olivine.com.mx. **3.** All Hours Hyper Blur Loose Powder, **YSL BEAUTY,** $1,350, yslbeauty.com.mx. **4.** Sombra quinteto, **BISSŪ,** $75, bellisima.mx. **5.** Enchinador de pestañas térmico, **CONAIR,** $249, conairmexico.com. **6.** Brow Lamination, **L'ORÉAL PARIS,** $303, sanborns.com.mx.

WET CON *volumen*

Ya sea recogido, suelto, corto o largo, el wet look regresa y esta vez con volumen desde la raíz.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

1. DESENREDA
Empieza por las puntas y ve subiendo progresivamente hacia la raíz. Hazlo con el pelo seco o húmedo para evitar que se quiebre.

2. EFECTO "MOJADO"
El secreto está en combinar un gel de efecto *wet* con un aceite hidratante para que sea más fácil manipular el producto y el resultado final se vea más brillante.

3. POCO A POCO
Sobre el pelo húmedo, aplica el gel de las raíces a las puntas y ve agregando más conforme lo vayas necesitando.

4. DISTRIBÚYELO
Utiliza un peine de cerdas anchas para distribuir bien el producto y con el pelo aún mojado, divídelo hacia donde lo quieras peinar.

5. DALE FORMA
Con tus manos, levanta las raíces para darles volumen y utiliza unas pinzas para mantener todo en su lugar.

6. TODO EN SU LUGAR
Usa un spray con acabado *glossy* para fijar el peinado y espera a que se seque antes de retirar las pinzas.

1. The Pocket Brush, **HAIR RITUEL BY SISLEY PARIS,** $2,100, sisley-paris.com. **2.** Gel efecto mojado, **GARNIER FRUCTIS,** $71, Bodega Aurrera. **3.** Lightweight Hair Oil*, **LOLAVIE,** Ulta Beauty C.C. Antara Polanco. **4.** Wide Tooth Comb, **JBABE,** $55, cosmeticosalamoda.com. **5.** Pinzas planas glitter, **AMAZON MĒXICO,** $188, amazon.com.mx. **6.** Spray Got Gloss, **GOT2B,** $158, Chedraui.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / PRODUCTOS: SISLEY-PARIS.COM; WALMART.COM.MX; SHUTTERSTOCK.COM; LOLAVIE.COM; JBABEUSA.COM; AMAZON.COM.MX; CHEDRAUI.COM.MX / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

ARCHIVO... *imprimir*

Si hay algo que nos guste mucho, son las prendas que gritan personalidad. Y para este otoño la pasarela nos sorprendió con muchos jeans gráficos: impresiones metálicas, ilusiones ópticas, *animal print* y más. Acá el *fit* y la silueta los escoges tú, lo importante es que tus pantalones digan algo. Si prefieres algo discreto opta por un diseño como la propuesta de Ganni, pero si ya eras fan de la tendencia y amas los que llegó a usar Charli XCX de Acne Studios, es el momento de conseguir tu favorito ya que tienen más de una opción. También puedes inspirarte en tu *spirit animal* y llevarlo en tu look, ya sea un tigre, serpiente, vaca o leopardo.

1. DIESEL, El Palacio de Hierro Santa Fe.* **2. ACNE STUDIOS,** USD950, acnestudios.com. **3. HELMUT LANG,** USD446, shopstyle.com. **4. DESIGUAL,** $3,690, C.C. Antara Polanco. **5. PULL&BEAR,** $1,199, C.C. Parque Delta.

FOTO: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / DIESEL.COM / ACNESTUDIOS.COM / SHOPSTYLE.COM / DESIGUAL.COM / PULLANDBEAR.COM /
*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

#ELLECONSEJO
Dalo todo y complementa tu look con una contraparte que haga juego con el *mood* de tus jeans.

TEJIDO *sin medida*

En esta ocasión te traemos a tu mejor aliado para estar cómoda y elevar cualquier look: el suéter *oversized*. Inspírate en los años ochenta para elegir el tuyo con siluetas grandes, motivos, colores inesperados, mangas abombadas, tejidos trenzados y un clásico cuello en V. Lo mejor es su versatilidad, puedes llevarlo casi como mini vestido o jugar con él fajándolo para acentuar tu cintura. Tienes dos caminos para combinar: medias o *leggings* ajustados para equilibrar proporciones, o bien, faldas y pantalones rectos si buscas un fit más relajado.

1. B+AB, $4,642, farfetch.com. **2. COS,** $3,180, C.C. Antara. **3. STELLA MCCARTNEY,** $44,700, El Palacio de Hierro. **4. MASSIMO DUTTI,** $5,595, C.C. Santa Fe. **5. TOMMY HILFIGHER,** $4,599, C.C. Reforma 222.

FOTO: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / FARFETCH.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / COS.COM / MASSIMODUTTI.COM / MX.TOMMY.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

#ELLECONSEJO
Para estar realmente abrigada usa una blusa de tirantes abajo y evita que se cuele el viento.

70's, 80's y más

POMELLATO

¡Que viva la alta joyería! *Collezione 1967* es el nombre de la nueva colección de la casa italiana, misma que recorre la estética y códigos visuales de distintas décadas: Las cadenas revolucionarias de los años setenta, la rebeldía de los ochenta y el uso explosivo del color en los noventa. Este collar, *Lagoon Bavarole*, es el ejemplo perfecto. Está hecho de oro rosa de 18 quilates, 819 diamantes y 47 turmalinas verdes, verde azuladas talla pera y ovalada. Literal es un sueño.

#¿DŌOONDE?
El Palacio de Hierro Polanco.*

FOTO: ROGER VEKSTEIN / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA

BULOVA

Es tiempo de decir: “Sí, acepto”

, Bulova son marcas registradas. 2024 Bulova, 96B436 y 96R254.

#timeless

¿SABÍAS QUE...?
Omega desarrolló el Oro Moonshine™ en 2019. Se trata de una aleación de oro amarillo de 18 quilates que ofrece un tono más pálido que el tradicional oro amarillo y una gran resistencia a la pérdida de intenidad de color y brillo.

por JESSICA GUTIĒRREZ

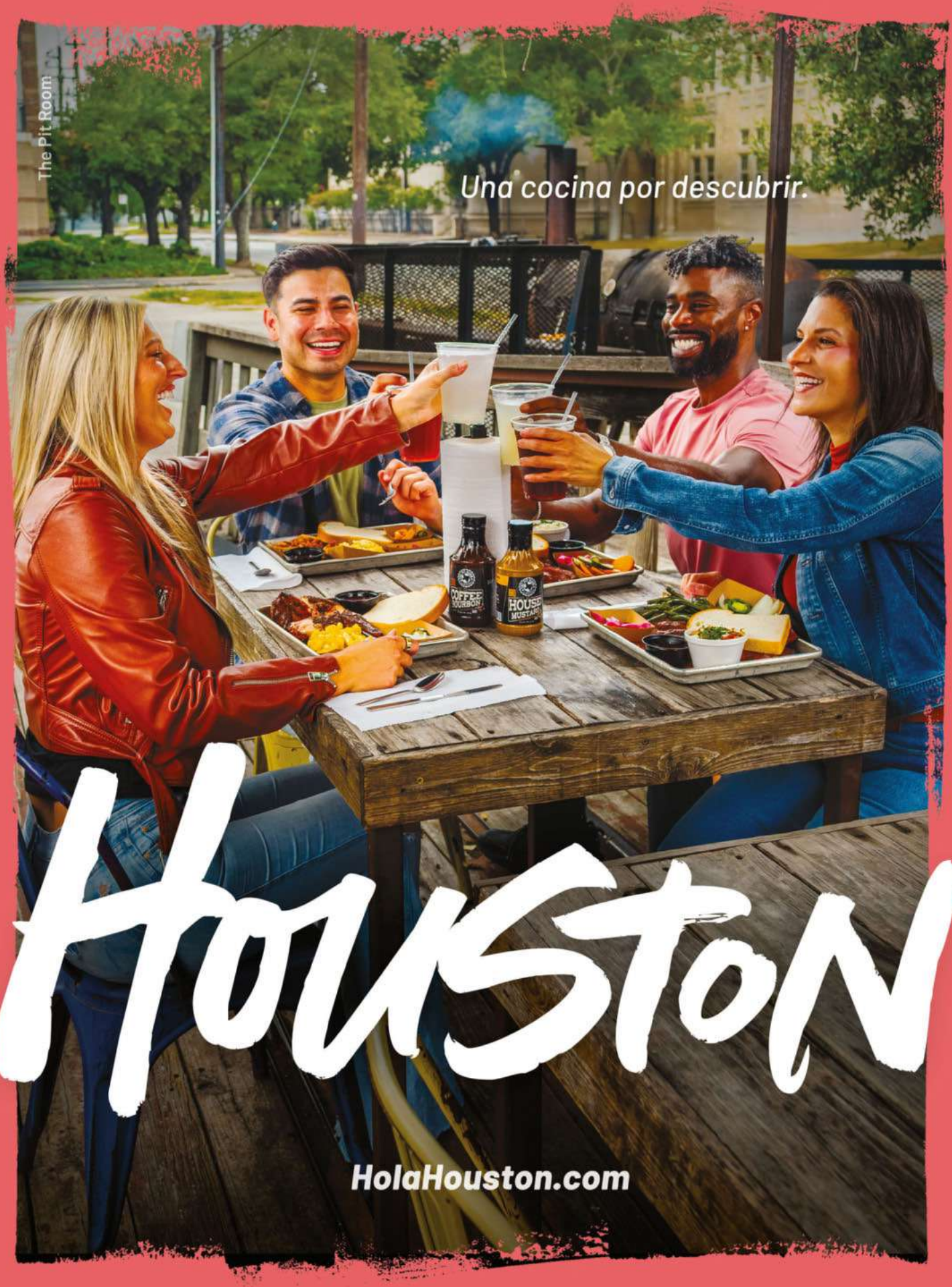
Agua y tierra. *El Seamaster Aqua Terra 150M* es nada más y nada menos que la representación perfecta del balance. Es un reloj moderno y clásico, con un tono verde juvenil en contraste con lo tradicional del oro Moonshine™ de 18 quilates. Tiene diamantes pero es ideal para usar todos los días. Justo por eso, es una pieza ideal para usar 24/7. Nosotros te recomendamos llevar un outfit que dé un *vibe* marino que haga homenaje al legado marítimo de OMEGA. El combo ganador va más o menos así: una playera de rayas horizontales, una minifalda en corte "A", unas botas altas con un toque retro, un *trench coat* por encima y unos lentes XL, muy al estilo de las hermanas Olsen. Así lograrás verte en tendencia pero con una propuesta que es capaz de sobrevivir al tiempo.

ELLE*look*

#OOTD

1. Falda, **COURRĒGES**, $12,000, C.C. Arcos Bosques. **2.** Lentes, **GUCCI**, $12,110, Masaryk 408, Polanco. **3.** Playera, **BIMBA Y LOLA**, $2,500, C.C. Antara. **4.** Abrigo, **BURBERRY**, El Palacio de Hierro Polanco.* **5.** Botas, **COACH**, $9,750, C.C. Artz Pedregal.

FOTOS: CORTESÍA OMEGA / OMEGAWATCHES.COM / JETSTORE.COM.MX / GUCCI.COM / BIMBAYLOLA.MX / BURBERRY.COM / COACH.COM / *PRECIOENPUNTODEVENTA.

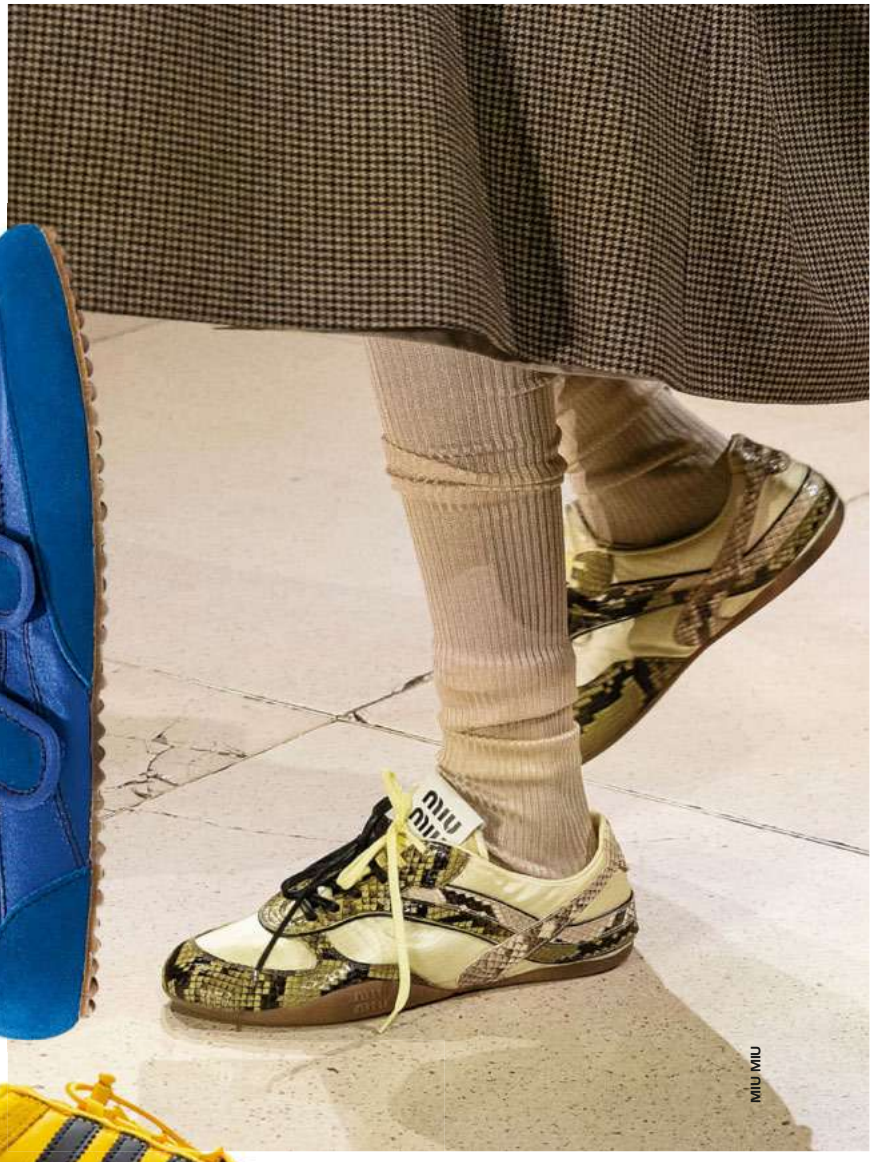

The Pit Room
Una cocina por descubrir.
COFFEE BOURBON
HOUSE MUSTARD
Houston
HolaHouston.com

1.

2.

3.

4.

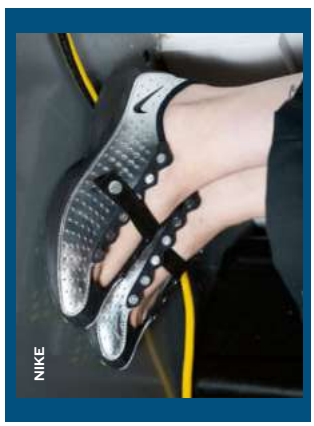


MIU MIU

PASS DE BOURRÉE

Este accesorio es el hijo de los *sneakers* y las *ballerinas*, por ser un modelo de tenis que se caracteriza por su delicada silueta, una suela plana y muy delgada –parecida a unas puntas de ballet– al igual que una estructura fiteada a la horma natural del pie. Este otoño invierno será uno de los modelos más cotizados de calzado, así que ve preparando tu *wishlist* y elige tus favoritos. Tienes dos opciones: de agujeta o de pulsera, te recomendamos usar con los que te identifiques más. Nuestros favoritos son los de Louis Vuitton y los de la colaboración de Adidas con Bad Bunny.

1. ONITSUKA TIGER, $3,550, onitsukatiger.com. **2. BIMBA Y LOLA,** $2,829, Masaryk 427, Polanco. **3. LOUIS VUITTON,** $20,800, El Palacio de Hierro Polanco. **4. ADIDAS,** $5,547, Atlixco 91, Condesa.



NIKE

FOTO: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / ONITSUKATIGER.COM / BIMBAYLOLA.MX / LA.LOUISVUITTON.COM / FARFETCH.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA

POP IT, LOCK IT

La marca PopSockets nació en 2014 y rápidamente se convirtió en una de las innovaciones de su época. Creada por David Barnett, su propósito inicial era facilitar el agarre del celular. Hoy, además de cumplir esa función, también accesoriza tu accesorio (la funda) y se ha convertido en un reflejo de tu personalidad. Ahora son más versátiles que nunca: algunos tienen ventosas para fijarlos donde quieras para tomarte una *selfie*, otros tienen espejo e incluso hay modelos con portatarjetas. Elige uno que te haga sentir *supercool* y que contraste con tu *case*.

1.

2.

3.

4.

FOTO: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT/LIVERPOOL.COM.MX/CASETIFY.COM/MOBO.COM.MX/AMAZON.COM/POPSOCKETS.COM

5.

1. MITZU, $606, Liverpool. **2. CASETIFY**, $920, casetify.com. **3. MOBO**, $610, Av. Chapultepec, Juárez. **4. SANRIO**, $575.83, amazon.com. **5. POPSOCKET**, $374, popsockets.com.

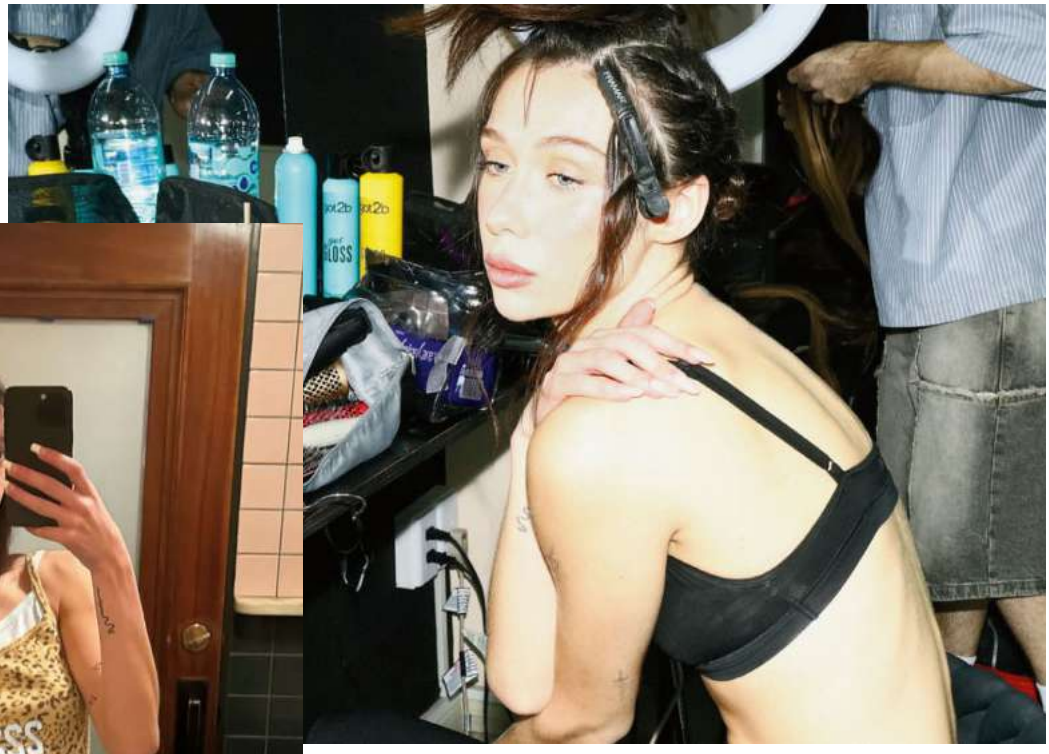
ROBY DAMIAN

por NATALIA SÁNCHEZ

@robertadamiann

artista

Roberta tiene un background familiar artístico. Desde pequeña, la actuación llegó a su vida de una manera cotidiana, creció en una casa rodeada de arte, música y disfraces, donde jugar con sus emociones era parte de la rutina: un juego que, con el tiempo, se transformó en una manera consciente de expresarse y en un camino profesional. Su transición al mundo de la música fue natural, siempre estuvo obsesionada con ella y la ve como una hermana de la actuación, pues ambos son una narración de historias con distintos lenguajes. En sus días más largos, encuentra refugio en unos audífonos, un matcha helado y playlists de *ambient music*, aunque también la poesía es otro de sus escapes. Fuera del trabajo, su estilo es relajado: *baggy jeans*, *tanks* y *sneakers* desgastados. En su clóset nunca faltan una *baby tee* blanca, anillos llamativos con un aire artístico y una *tote* gigante de Prada, su indispensable de viaje. Cuando se trata de un estilo soñado, Miu Miu es su ideal por esa mezcla de rebeldía y feminidad; y si pudiera intercambiar clóset con alguien, elegiría a Zoë Kravitz por su look desenfadado. Aunque la agenda se sature, siempre regresa a sí misma con música y sesiones de terapia. Nos confesó que, si no se dedicara a la música y la actuación, probablemente sería psicóloga o chef. Hoy, inspirada con *"Bunny Is A Rider"*, de Caroline Polachek, en repetición, se enfoca en su próximo EP: un proyecto que describe como abrirle un diario secreto al mundo, un *drop* que esperamos con emoción de su característico *reggaetón cute*. "No corras, todo llega a su tiempo". ★ FIN



ICE ICE BABY!
Uno de sus rituales de belleza es sumergir la cara en agua con hielos, una práctica de skincare que la hace sentir renovada.

SU *PINCH ME MOMENT* FUE ESCUCHAR A ALGUIEN CANTAR UNA DE SUS CANCIONES DURANTE SU SHOW, COMPRENDIÓ QUE SU MÚSICA YA NO LE PERTENECÍA SOLO A ELLA.

FOTOS: CORTESÍA DE ROBERTA DAMIAN.

DRUM SOLO

ACTITUD REBELDE

1. Lentes, **OTRA**, $1,403, revolve.com. **2.** Chamarra, **NOUR HAMMOUR,** $22,033, mytheresa.com. **3.** Collar, **VAN CLEEF & ARPELS,** C.C. Artz Pedregal.* **4.** Top, **MASSIMO DUTTI,** $799, C.C. Perisur. **5.** Pulsera, **PARFOIS,** $699, C.C. Parque Delta. **6.** Shorts, **ZARA,** $829, C.C. Antara. **7.** Bolsa, **DIESEL,** $19,187, C.C. Centro Santa Fe. **8.** Botas, **AMINA MUADDI,** granviaoutlet.mx.*

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

"LA MODA Y LA MÚSICA SON FORMAS DE ARTE QUE PODEMOS REINVENTAR CADA DÍA".
-VIRGIL ABLOH

8.

BUEN RITMO

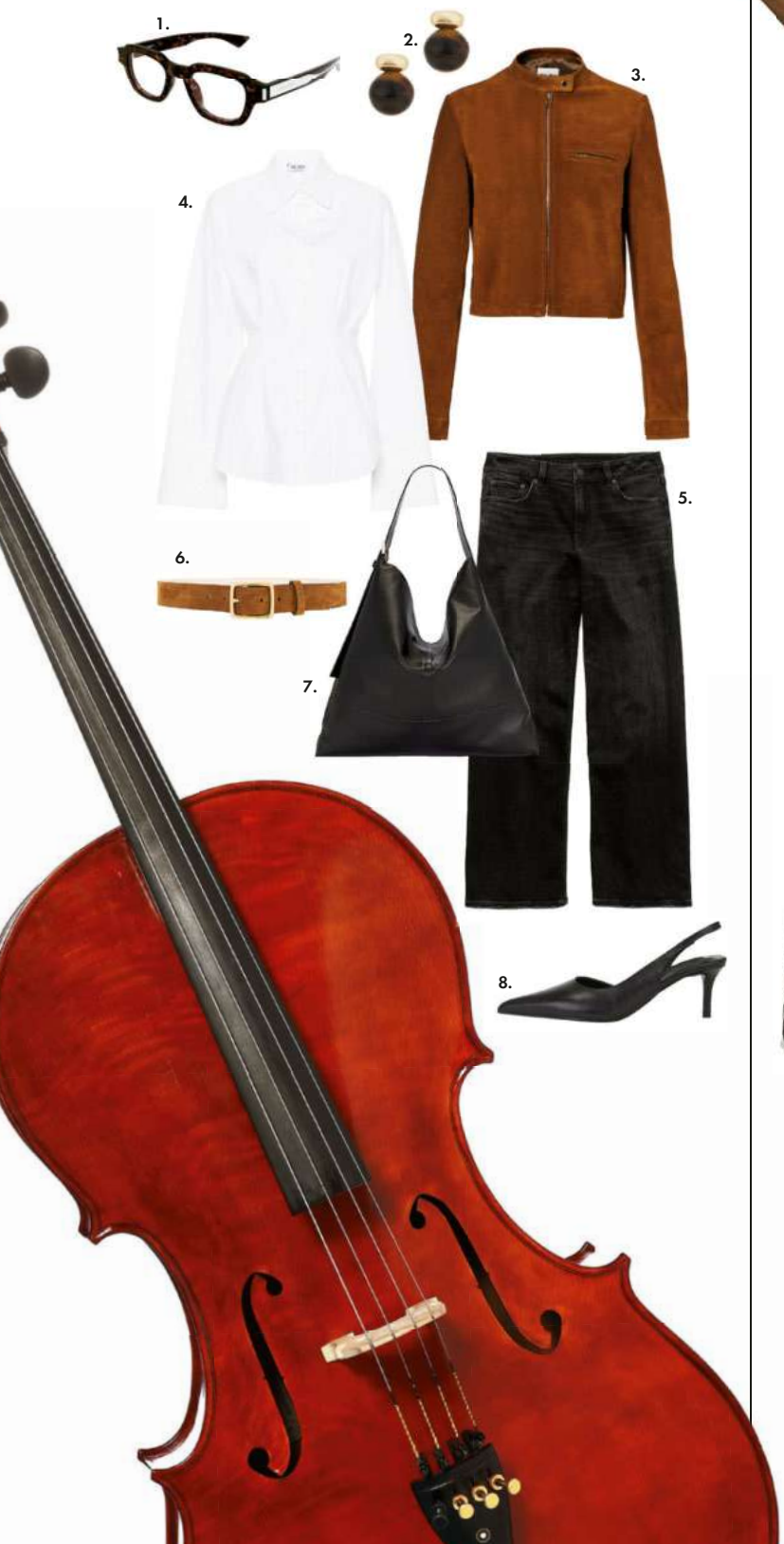
La música siempre nos ha acompañado en nuestra vida y hay instrumentos que simplemente nunca pasan de moda: la batería, el violín y el piano. Tres clásicos que aparecen tanto en festivales, en un TikTok viral o en la *playlist* de tu abuela. La batería marca el *beat* con seguridad, el violín nos regala drama y nostalgia (muy *main character energy)*, y el piano siempre eleva cualquier escena de película. En esta edición nos inspiramos en esos sonidos que hacen *match* con nuestro estilo: potencia, sensibilidad y elegancia. Si tu outfit tuviera un *soundtrack,* ¿cuál crees que sería?

FOTOS: ISTOCK / SHUTTERSTOCK / AE.COM / DESIGUAL.COM / FARFETCH.COM / FERRAGAMO.COM / FWRD.COM / GRANVIAOUTLET.MX / MASSIMODUTTI.COM / MYTHERESA.COM / PARFOIS.COM / REVOLVE.COM / SHOP.MANGO.COM / ZARA.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

NO STRINGS ATTACHED

CLÁSICO *PREPPY*

1. Lentes, **SAINT LAURENT,** $6,285, El Palacio de Hierro Santa Fe. **2.** Aretes, **SHASHI,** $1,650, revolve.com. **3.** Chamarra, **MIU MIU,** El Palacio de Hierro Polanco.* **4.** Camisa, **THE ATTICO,** $10,291, farfetch.com. **5.** Jeans, **AMERICAN EAGLE,** $1,599, C.C. Oasis Coyoacán. **6.** Cinturón, **RAG & BONE,** $3,850, rag-bone.com. **7.** Bolsa, **ALLSAINTS,** $5,608, C.C. Mitikah. **8.** Tacones, **TONY BIANCO,** $3,668, tonybianco.com



PRACTICANDO ESCALAS Y APREGIOS

ELEGANTE CON UN *TWIST*

1. Vestido, **MANGO,** $2,399, C.C. Plaza Satélite. **2.** Aretes, **DESIGUAL,** $1,590, C.C. Reforma 222. **3.** Reloj, **FERRAGAMO,** Av. Masaryk 426, Polanco.* **4.** Bolsa, **CULT GAIA,** $6,747, fwrd.com. **5.** Suéter, **LOULOU DE SAISON,** $5,235, farfetch.com. **6.** Sandalias, **CAMPER,** $3,200, Palacio de Hierro Interlomas.

FASHION FOCUS: *Estilo desde la cabeza*

LOS MEJORES PERSONAJES SIEMPRE LLEVAN SOMBRERO. ESTOS ACCESORIOS SON DIGNOS DE "MUCHOSIDAD".

Como el Sombrerero Loco nos enseñó, ya no se trata de cubrir la cabeza, sino de enmarcarla. Esta temporada, los gorritos abandonan lo clásico para hacerse notar. Algunas de las siluetas que deberías buscar son: náuticas, esponjadas, vaqueras o tejidas, todas en colores provocativos. ¿La clave para usarlos con seguridad? Hacerlos tuyos. Si el sombrero es voluminoso, acompáñalo con otras prendas que resalten tu estilo. Para evitar sentirte disfrazada, puedes empezar con uno en tonos neutros y coordinarlo con unas botas o un bolso llamativo. Estas piezas funcionan mejor cuando no intentas domarlas, sino cuando las dejas hablar por sí solas.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT.

BIMBAY LOLA
INTRODUCING
THE PAPER BAG
Akima by Adrian González-Cohen
bimbaylola.com
BIMBA
Y LOLA

Música

EMJAY

@EMJAYY444

1.

2.

por BERENICE BUENDÍA

Cuando una artista define su estética musical, surge la pregunta: ¿quién es fuera del escenario? María José, mejor conocida como Emjay, contrasta estos dos universos. Su lado personal busca la calma: despierta estirándose y escuchando *jazz*. Le encantan las flores, pero como no puede tenerlas por sus gatos, las integra en cojines, tapetes y cuadros, creando un ambiente acogedor en su casa. En cambio, en su alter ego artístico encarna la libertad y la comodidad. Para ella lo esencial es vestirse para sí misma y de ahí nace un estilo que ella define como *bossy*: lista para todo, de la oficina a pilates, combinando piezas deportivas como *leggings* con accesorios formales como tacones. Le encanta *thriftear,* pero si tuviera que elegir marcas favoritas serían Minena y Radélica.

¿ACCESORIOS FAVORITO?
E: Los lentes, porque me gusta cuidarme los ojos y me cambian la personalidad. Y las bolsas, siempre uso dos: una grande de Longchamp donde traigo todo y otra pequeña como *statement*.

¿*LIP COMBO*?
E: Labello para hidratación + delineador de Nars color Marne + labial Charlotte Tilbury color Pillow Talk.

¿RUTINA DE BELLEZA?
E: Vitamina E + Resveratrol + Magic Cream de Charlote Tilbury + Cejas perfectas.

¿OLOR FAVORITO?
E: Mi spray de lavanda con melatonina para dormir.

¿CÓMO PIDES TU CAFÉ?
E: Americano frío con un shot extra de leche de avena o almendra.

1. Spray, **DR TEAL'S,** $133, Farmacias del Ahorro. 2. Polvo, **CHARLOTTE TILBURY**, $745, Sephora.

FOTOS: ALONSO DÍAZ / DRTEALS.COM / CHARLOTTETILBURY.COM.

MEXBEST

#ConoceMexBest

Síguenos

Presentado por:

HSBC

mex-best.mx

Ready, shoot, done!

FERRAGAMO FW25

Para esta colección, Maximilian Davis, Director Creativo de la marca, mezcla *hints* de los años 20 y 80, con una directa inspiración al *Tanztheater*, danza expresionista alemana. De ahí que observemos siluetas fluídas que evocan al baile con detalles en texturas y paletas de color ténues-oscuras. Este look nos robó la atención por la gasa de seda estampada, el mismo patrón que lleva la bolsa. Un *fit* que envuelve la feminidad de quién la porta, enfatizando su silueta con elegancia pero sobre todo, sutileza.

#¿DŌONDE?
Av. Masaryk 426, Polanco.*

FOTO: ALONSO DÍAZ / ESTILISMO: NATALIA SÁNCHEZ / MAQUILLAJE Y PELO: PETER SNOWS / MODELO: PAULA @APAGON_MODELS MANAGEMENT / ASISTENTE DE MODA: VICTORIA ÁVILA / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

OTOÑO MINI

Milán Street Style F25

look 1

1. Camisa, **MANGO**, $799, C.C. Antara **2.** Chamarra, **STRADIVARIUS**, $1,299, C.C. Centro Santa Fe. **3.** Shorts, **BERSHKA**, $499, C.C. Parque Delta. **4.** Medias, **LEFTIES**, $219, C.C. Metrópoli Patriotismo. **5.** Cinturón, **C&A**, $199, C.C. Parque Delta. **6.** Bolsa, **CIDER**, $1,165, shopcider.com. **7.** Zapatos, **PULL & BEAR**, $3,595, C.C. Paseo Interlomas.

$7,725

look 2

1. Pulsera, **TODOMODA**, $130, C.C. Miyana. **2.** Camiseta, **MASSIMO DUTTI**, $999, C.C Manacar. **3.** Chamarra, **ZARA**, $1,299, C.C. Parque Duraznos. **4.** Shorts, **DESIGUAL**, $1,590, C.C. Perisur. **5.** Botas, **H&M**, $1,299, C.C. Toreo Parque Central. **6.** Bolsa, **PARFOIS**, $599, C.C. Toreo Parque Central.

$5,916

#ELLECONSEJO

En octubre el protagonismo se lo llevan los *hot pants* que, combinados con chaquetas de piel y camisas, añaden un toque sofisticado. Para el frío de otoño, combínalos con medias y botas, o juega con texturas como el cuero, gamuza, o lana. Dale carácter a tu look con un accesorio: un cinturón, una bolsa de color o un brazalete *edgy*.

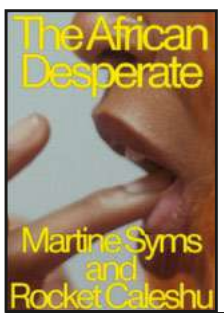
FOTO: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / SHOP.MANGO.COM / STRADIVARIUS.COM / CYAMODA.COM / BERSHKA.COM / LEFTIES.COM / SHOPCIDER.COM / PULLANDBEAR.COM / ZARA.COM / MASSIMODUTTI.COM / DESIGUAL.COM / MX.TODOMODA.COM / PARFOIS.COM / HM.COM.

BRENT DAVID FREANEY

@SPAMRISKMISSEDCALL

Además de dirigir su empresa, es Editor de Arte en i-D, donde revolucionó la edición al diseñar toda la revista en Figma.

Múltiples talentos
Ha participado en otras industrias, como el cine. En la película The African Desperate (2022) dirigida por Martine Syms, actuó, diseñó el vestuario y editó el largometraje.



“LO QUE ME IMPULSA A SEGUIR CREANDO ES *CONECTAR CON LA GENTE EN EL MUNDO Y HACER COMUNIDAD.” -BRENT DAVID FREANEY*

DISEÑANDO LA CULTURA *POP*

Es ganador de un Grammy y no es músico, es el director creativo, emprendedor y diseñador gráfico que más nos ha hecho suspirar este último año. Su biografía no le hace justicia: “Brent David Freaney (1985, Florida) es un artista que trabaja con medios digitales y escultura conceptual”. Su carrera comienza de manera autodidacta en Los Ángeles, intentó estudiar arte por un año y dejó la escuela, así que aprendió a programar y diseñar páginas web y lo hizo para sus amigos con bandas emergentes. Ese espíritu inquieto lo llevó a fundar *Special Offer*, su empresa dedicada a la creación, desarrollo, diseño, producción y postproducción de experiencias digitales para el sector cultural. Una década después, su firma fue la responsable de diseñar la portada de *Brat*, el aclamado álbum de Charli XCX, mismo que le ganó el Grammy a “Mejor Empaque de un Álbum” en 2024. Un reconocimiento que resume más de diez años ofreciendo servicios creativos como campañas para Prada, Nike o sitios web para Martine Rose, Haim y dando identidad visual a proyectos como Khy, de Kylie Jenner.

FOTOS: SHUTTERSTOCK / ©GETTY IMAGES / AMAZON.COM.MX.

DAILY PODCAST
LUNES A VIERNES 9 AM
POLÍTICA Y OTROS DATOS
JUEVES 6 AM
CUÉNTAME DE ECONOMÍA
LUNES 7 PM
Geek hunters PODCAST
DOMINGO 4 PM
NUEVOS VIDEOS TODOS LOS DÍAS
PODCASTS | NOTICIAS | POLÍTICA
SUSCRÍBETE EN YouTube
EXPANSIÓN
@ExpansionVideo

#ellepick

COLECCIONES
Como una marca emergente, sus colecciones avanzan con el ritmo de su comunidad. Su primera línea sigue vigente como parte de su plan de atemporalidad.

ZHADÈRE

por JESSICA GUTIÉRREZ

MUSA ETERNA

La pregunta inicial fue: ¿por qué seguir centralizando la conversación de la moda en las capitales tradicionales como París, Milán o Nueva York? Brenda Chagollán y Renata Villand, dos queridas amigas, decidieron emprender su propia marca tras perseguir la inquietud de explorar cómo viven y entienden la moda las mujeres de ciudades como Gibraltar, Taipéi, São Paulo o incluso Guadalajara, ciudad de la que son originarias. "Zhadère es un homenaje a los sueños y deseos femeninos. Creemos que esas aspiraciones son una forma poderosa de atravesar geografías, generaciones e historias personales. Cada diseño es un diálogo entre lo que fuimos, lo que somos y lo que aspiramos a ser", comentan. La calidad es su prioridad número uno, buscando la atemporalidad absoluta; su reto más grande es el de navegar de la mejor manera la compleja relación entre la moda y la sustentabilidad. Zhadère es una marca hecha en México pero con una visión global. ♥ FIN

#¿DÓONDE?
@zhadere / zhadere.com

FOTO: CORTESÍA ZHADERE.

Saba® buenas noches®

Conoce las 4 opciones que te dan 8 horas de protección*

Saba®

Saba® Libertad de sentirte cómoda

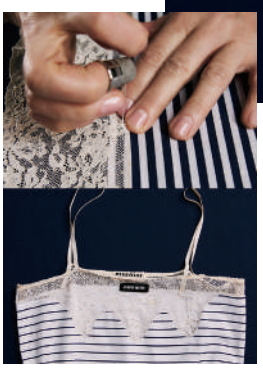
HIGIENE ES SALUD

Responsable de la publicidad: Essity Higiene y Salud México, S.A. de C.V. ("Essity")
*Por su diseño, tecnología y resultados de desempeño en laboratorio y percepción de consumidor de capacidad y velocidad de absorción, protección durante el uso del producto, sensación de sequedad y comodidad realizadas por Essity.

¡EXTRA EXTRA!

TE TRAEMOS LAS NOTICIAS MÁS EMOCIONANTES EN MODA Y SUSTENTABILIDAD, UN EJE QUE CADA VEZ ES MÁS IMPORTANTE PARA LAS MARCAS, CON UN CRECIMIENTO QUE RESULTA IMPOSIBLE IGNORAR. LA CREATIVIDAD ALCANZA UN NIVEL ÚNICO CUANDO SE ENFRENTA AL DESAFÍO DE UNIR PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN.

MIU MIU *UPCYCLED*
Una iniciativa que surgió en el 2020 con una serie de piezas *vintage* transformadas por Miu Miu, seleccionadas de tiendas de segunda mano y creadas para promover el diseño circular. La última campaña de estas piezas fue hecha por Catherine Martin.



CARAPELLI X LUISA RESTREPO
La reconocida marca de aceite de oliva colaboró con la artista del vidrio Luisa Restrepo en su proyecto "Pico de Botella" para crear piezas de joyería a partir de las botellas de Carapelli.

HAVAIANAS X ZELLERFELD
La icónica marca de chanclas *flip-flops* es parte de la colección *SS26* de Zelleferd presentada en *Fashion Week Copenhague*. Hechas con monomaterial, no contiene piezas adicionales, pegamento ni costuras, lo cual las hace completamente reciclables.

FOTOS: CORTESÍA CARAPELLI / CORTESÍA HAVAIANAS / CORTESÍA MIU MIU.

#ELLECONSEJO
Recuerda investigar los materiales con los que se elaboran tus prendas y accesorios, así podrás consumir de manera más consciente.

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

DESCÚBRELAS EN

▸ **LIFE AND STYLE**

#ThinkLikeANewMan

ELLE NEWS *octubre*

1. EL ESTILO BRITÁNICO Y FRANCÉS SE FUSIONARON JUNTO A LONGCHAMP X GLOVERALL, TOMANDO FORMA EN EL *DUFFLE-COAT* Y LA BOLSA LE ROSEAU.

LONGCHAMP.MX

2. AORA MAKEUP PRESENTA SU NUEVA LÍNEA DE DELINEADORES DE LABIOS *HÁBLAME* PONIENDO EN ALTO AL MAQUILLAJE MEXICANO.

AORAMAKEUP.COM.MX

3. LOUIS VUITTON LLEVA SU *SAVOIR-FAIRE* A LA CANCHA, REVELANDO LOS ATUENDOS FORMALES QUE DISEÑÓ PARA EL EQUIPO FEMENIL DEL REAL MADRID. EL DEPORTE NUNCA SE HA VISTO TAN ELEGANTE.

LOUISVUITTON.COM

4. Alessandro Michele reveló la campaña de *Le Méta Théâtre Des Intimités* de Valentino con una carta personal, que expresa la visión poética detrás de una colección que cobra vida a través de Clairo y Kembra Pfahler, en donde el mundo es un escenario y la ropa, la segunda piel con la que lo enfrentamos.

VALENTINO.COM

FOTOS: CORTESÍA LONGCHAMP / CORTESÍA AORA MAKEUP / CORTESÍA LOUIS VUITTON / CORTESÍA VALENTINO.

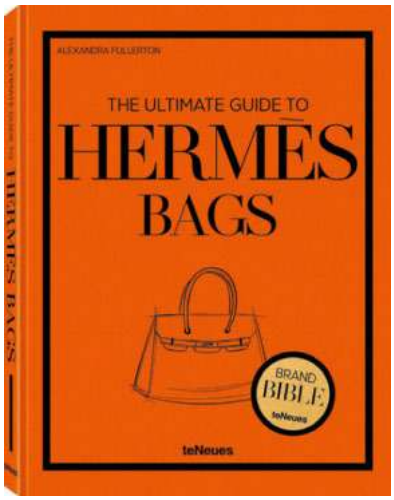
lo más hooot

5. LA NATURALEZA SE FUSIONA CON LA ELEGANCIA EN LA NUEVA COLECCIÓN DE LOUBOUTIN, CREADA EN COLABORACIÓN CON EL ARTISTA Y SURFISTA OTIS CAREY, PARA DARLE UNA NUEVA VIDA A LOS MODELOS FEMENINOS Y MASCULINOS MÁS ICÓNICOS.

CHRISTIANLOUBOUTIN.COM

7. La creatividad e innovación mexicana se entrelaza con la filosofía de trabajo japonesa en GRAMO, la marca de lentes que convierte a cada diseño en una extensión de la identidad.

GRAMO.MX



6. LA NUEVA SERIE DE LIBROS BRAND BIBLE DE LA EDITORIAL TENEUES EXPONE TODO LO QUE NECESITAS SABER DE LAS BOLSAS MÁS ICÓNICAS DE LAS FIRMAS DE LUJO MÁS EMBLEMÁTICAS.

TENEUES.COM

8. SKIMS EMPIEZA SU EXPANSIÓN A LATINOAMÉRICA LLEGANDO A MÉXICO CON UN SU PRIMERA TIENDA PERMANENTE EN EL CC ARTZ PEDREGAL.

SKIMS-MEXICO.COM

FOTOS: CORTESÍA CHRISTIAN LOUBOUTIN / TENEUES.COM / CORTESÍA GRAMO / CORTESÍA SKIMS.

PODCAST

RESUMEN DIARIO DE LAS
MEJORES NOTICIAS

LUNES A VIERNES 6 AM

DISPONIBLE EN

Apple Podcasts · Google Podcasts · amazon music · Spotify

ELLE

LOS MŪLTIPLES UNIVERSOS DE MARÍA (P. 62)

52. EL ABRAZO DE LA AMISTAD FEMENINA

58. *NOT YOUR REGULAR T-SHIRT:* LA HISTORIA DE LAS *GRAPHIC TEES*

FOTO: ALFRED MARROQUIN.
PANTALÓN, DOLCE&GABBANA.
TOP, PROPIEDAD DE MARÍA.

STORIES

51

una mañana aireada y congelada
La rebeldía «Me abrazo
XILES DE MI ABUELA

LAS AMISTADES QUE SIGO ENCONTRANDO

LAS PERSONAS QUE NOS RODEAN SE VUELVEN PARTE DE NUESTRA HISTORIA. EN LA ADULTEZ, LA AMISTAD ENTRE MUJERES FLORECE CUANDO RECUPERAMOS LA CURIOSIDAD QUE ALGUNA VEZ NOS UNIÓ DE NIÑAS.

POR **POR ICKA GALLEGO**
@ICKAGALLEGO

En la niñez, hacer amigas llegaba con la facilidad del habla y del gesto, tan natural como la curiosidad que nos arropa cuando estamos descubriendo el mundo. Cada salida resultaba en un nuevo encuentro, una nueva conversación y por lo tanto una nueva amistad, que muchas veces terminaba con la rapidez con la que empezó. Mis amigas de la infancia, contadas, y dispersas en tierras lejanas, son parte de la persona que soy. Atesoro ver cada etapa que viven y cada versión de ellas en la que se convierten. A su lado descubrí el mundo y me recuerdan hasta el día de hoy que la curiosidad nunca debe ser apagada.

La adultez, con sus grandes libertades y complejidades trae con ella un sentimiento de distancia en el que puede ser fácil aislarse, quedarse en la comodidad de lo conocido, o sentir una falta de pertenencia al salir de la rutina social de la escuela. Quizás por eso debo decir que una de las grandes fortunas de mi vida son las amigas que sigo encontrando.

Me mude a la Ciudad de México a los 19 años con el sueño de ser periodista, cineasta o escritora, aún no sabía de qué manera quería contar historias. En esos años de descubrimiento, encontré a las amigas que me acompañaron en la metamorfosis que sucede entre la adolescencia y la adultez. Recuerdo el sonido de nuestros tacones contra las banquetas verdes y mojadas de la ciudad, y el sentimiento intrépido y de completa confianza que me envolvía. Me hacían sentir invencible. No importaba que tan grande era la capital, ni las distancias del mundo, ellas me daban la seguridad de que podría llegar a cualquier lugar.

Este año, mi amiga Ana celebró su cumpleaños e invitó a cenar a mujeres que no se conocían entre sí. Una curaduría de personalidades, anécdotas y vocaciones con la que nos regaló una noche de conexión. En un momento de vacío emocional estas extrañas, sin saber nada de mí, de mis preocupaciones, ni vivencias, me hicieron entender miles de años de leyendas de mujeres sanadoras.

Conocí a las "Tiburonas" hace un año en un viaje a San Diego en el que no debí haber estado. El nombre que se le dió al grupo surgió por un conjunto de chistes que se fueron desviando. Me uní a su plan sin conocerlas, por la coincidencia de estar en ciudades vecinas y porque mi amiga María me invitó. Desde entonces, he vivido cautivada por ellas. Por la amistad de la que fui testigo, por sus personalidades tan vibrantes y contrastantes, y por la manera en la que me incluyeron. Después de once horas de amistad brindamos por los años que venían. Al día siguiente fuimos a la playa y nos sentamos a platicar de todo y nada a la vez. Un señor pasó y se disculpó *"I hope I'm not interrupting your séance"*. Nos reímos y lo disculpamos, él también sabía que presenciaba algo mágico.

He encontrado amigas con las que puedo soñar y construir. Mujeres de diferentes edades y contextos en distintas etapas de vida, y quienes son tan diferentes entre ellas como de mí. Poder abrazar estas diferencias es lo que me atrae, lo que nos permite formar lazos, retarnos y crecer. A lo largo de la historia, los vínculos entre mujeres han sostenido conocimientos, rituales y tradiciones; hemos sido guardianas silenciosas de lo que perdura. Ahora, somos las primeras mujeres de nuestro linaje en vivir una libertad que antes parecía inalcanzable. Tenemos la dicha de acompañarnos, de aferrarnos a la curiosidad, y de seguir descubriendo las diferentes versiones que hay de nosotras. ★FIN

FOTOS: CORTESÍA DE ICKA GALLEGO / SHUTTERSTOCK / ISTOCK.

FOLIO NO. 1953: ARCHIVO DE UN ÍCONO

HABLANDO DE SIMBOLĪSMOS Y ELEMENTOS ICŌNICOS QUE PERDURAN A TRAVĒS DE LOS AÑOS, TENEMOS QUE MENCIONAR UNO DE LOS MĀS EMBLEMĀTICOS DE LA FIRMA ITALIANA GUCCI: EL *HORSEBIT*. ENTREMOS EN EL ARCHIVO PARA COMPRENDER EL CONTEXTO HISTŌRICO Y SU RELEVANCIA A LO LARGO DEL TIEMPO.

por **Natalia Sánchez**

FOTOS: CORTESÍA GUCCI / LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / ISTOCK.

GUCCI HORSEBIT
ARCHIVO-1955

73... GUCCI 73
En lugar de los dos aros y barra tradicionales, el diseño se simplifica con un solo aro y barra, otorgando un *vibe* fresco que conecta el pasado con la visión contemporánea de Gucci.

1953-MENSWEAR

TRADICIŌN, MODERNIDAD Y SOFISTICACIŌN ETERNA

Gucci ha sabido construir un lenguaje visual propio a través de símbolos que trascienden temporadas y modas desde los tiempos de Tom Ford y hasta el día de hoy, donde la batuta la tiene Demna Gvasalia. Entre todos ellos, el Horsebit ocupa un lugar muy especial: un herraje de dos aros y una barra metálica inspirado en la tradición ecuestre, un universo cercano a los primeros clientes de Gucci y que, desde mediados del siglo XX, se ha convertido en sinónimo de la identidad de la casa. El Horsebit es mucho más que un detalle decorativo, es un emblema cultural que conecta historia, diseño y estilo de vida. Su primera aparición fue en la década de los 50, cuando apareció por primera vez en los mocasines *Horsebit 1953*. Aquella pieza marcó un antes y un después en la historia de la moda, convirtiéndose en un sinónimo de lujo internacional y que, para muchos, es un objeto de deseo, fue el primer zapato creado por la casa y redefinió la elegancia masculina al fusionar lo deportivo con lo casual y lo sensual. Recordemos que esto se desarrolla en los años de la posguerra, cuando la moda comenzaba a resurgir en las calles, al igual que la economía. Este contexto permitió que se convirtiera en una apuesta tan exitosa que pronto se extendió a la moda femenina, consolidándose como un modelo unisex. En 1985, su importancia quedó confirmada al incorporarse a la colección permanente del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York, lo que selló su lugar como ícono cultural y ejemplo de la excelencia del diseño italiano. También podemos destacar la viralización de los famoso *loafers* peludos de Alessandro Michele en los años dos mil, que se volvieron un emblema de la cultura pop en su momento.

El éxito del Horsebit no se detuvo en el calzado. En 1955, Gucci lanzó el bolso *Horsebit 1955*, un accesorio que mantiene hasta hoy su estatus de clásico: elegante, versátil y atemporal. Su atractivo radica en la perfecta combinación entre la fuerza de su diseño y la maestría artesanal que caracteriza a la firma. La evolución del Horsebit continúa con propuestas que lo actualizan sin perder su esencia, presente ahora en accesorios como cinturones, collares y brazaletes. En la pasarela de Otoño-Invierno 2025 se presentó el *Horsebit Soft*, un bolso que expande el lenguaje del herraje con una silueta envolvente y táctil: suave al tacto, pero visualmente estructurado. Otra reinterpretación llega con el *Gucci 73*, inspirado en un modelo tipo *bucket* documentado en los archivos de la casa entre finales de los sesenta y principios de los setenta. El director creativo Sabato De Sarno reimaginó este bolso para la colección Primavera-Verano 2025, manteniendo el espíritu ecuestre, pero con un giro contemporáneo. Estos tres universos: el mocasín *Horsebit 1953*, el bolso *Horsebit 1955* y sus nuevas interpretaciones como el *Horsebit Soft* y el *Gucci 73*, trazan una narrativa coherente, la de un icono que no solo evoca su herencia ecuestre, sino que también se reinventa generación tras generación. En cada reinterpretación se mantiene un hilo conductor: el compromiso de Gucci con la innovación y la artesanía impecable. El Horsebit, más allá de ser un herraje, es un lenguaje que habla de historia y que sigue escribiendo nuevas páginas en el presente. Con ello, Gucci demuestra que la verdadera innovación no consiste en olvidar el pasado, sino en reinterpretarlo con sensibilidad contemporánea.

ARCHIVE

08/09/2025

FOTOS: CORTESÍA GUCCI / LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / ISTOCK.

SUSCRÍBETE

EXPANSION Quién ELLE

Escanea para ingresar al sitio

tienda.grupoexpansion.com

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

LA T-SHIRT GRÁFICA

POR
ULISES GARCÍA

UNA CAMISETA PUEDE REPRESENTAR MUCHO MÁS QUE SOLO UNA PRENDA EN TU CLÓSET. LAS PLAYERAS GRÁFICAS HAN PASADO DE SER LIENZOS DE PROTESTA A PIEZAS DE LUJO; DE *MERCH* DE CONCIERTOS A OBJETOS DE COLECCIÓN. SU HISTORIA ES TAMBIÉN LA DE LA CULTURA POP, PERO **¿CÓMO UN BÁSICO *GENDERLESS* LOGRÓ CAPTURAR LA ESENCIA DE ÉPOCAS ENTERAS Y CONVERTIRSE EN SÍMBOLO DE ESTILO?**

EN LOS AÑOS 60 Y 70, LAS T-SHIRTS IMPRESAS ERAN EL MEGÁFONO DE LOS JÓVENES: FRASES POLÍTICAS, LOGOS DE BANDAS EMERGENTES, SÍMBOLOS DE MOVIMIENTOS SOCIALES. IR A UN CONCIERTO DE LOS STONES O NIRVANA NO TERMINABA EN LA MÚSICA, SALÍAS CON UNA CAMISETA QUE ERA PRÁCTICAMENTE UN MANIFIESTO VISUAL. EN ESE CONTEXTO, VIVIENNE WESTWOOD LLEVÓ LA PRENDA A UN NUEVO NIVEL CUANDO, JUNTO CON MALCOLM MCLAREN Y LOS SEX PISTOLS, CREÓ CAMISETAS COMO LA ICÓNICA "*GOD SAVE THE QUEEN*" (1977). CON UN RETRATO DISTORSIONADO DE LA MONARCA, SAFETY PINS Y TIPOGRAFÍAS VIOLENTAS, LA PRENDA SE CONVIRTIÓ EN EMBLEMA DEL *PUNK* Y EN UNA DE LAS PRIMERAS PRUEBAS DE QUE LA MODA PODÍA SER ACTIVISMO.

LA EXPLOSIÓN DEL *PUNK*, EL GRUNGE Y EL HIP-HOP TRANSFORMÓ LA CAMISETA EN IDENTIDAD. TUPAC, MADONNA O SMASHING PUMPKINS NO SOLO ERAN ÍDOLOS, SUS T-SHIRTS ERAN SÍMBOLOS DE PERTENENCIA. MARCAS COMO STÜSSY O SUPREME ENTENDIERON EL PODER DE ESE LIENZO Y LO CONVIRTIERON EN LA BASE DE LA CULTURA STREET. ENTRE 2011 Y 2016 SE CONSOLIDÓ EL SALTO DE LA CAMISETA GRÁFICA AL CIRCUITO DEL LUJO. EN GIVENCHY, RICCARDO TISCI CONVIRTIÓ SU ROTTWEILER TEE EN UN SUCESO QUE PROBÓ QUE UNA GRÁFICA PODÍA FUNCIONAR COMO PIEZA *IT* DE PASARELA Y *RETAIL*. DESPUÉS, LA CONVERSACIÓN ESTALLÓ:

Vetements

Vivienne Westwood

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT/GETTY IMAGES.

VETEMENTS LLEVÓ AL *RUNWAY* UNA CAMISETA CON EL LOGO DE DHL QUE SE AGOTÓ Y DESATÓ UN DEBATE SOBRE VALOR Y APROPIACIÓN DE LO COTIDIANO; EN PARALELO, ALESSANDRO MICHELE DESEMPOLVÓ EL LOGO VINTAGE DE GUCCI PARA PLASMARLO EN CAMISETAS Y SUDADERAS. CON ESE TERRENO PREPARADO, EL SALTO A LA DECLARACIÓN POLÍTICA EXPLÍCITA LLEGÓ CON MARIA GRAZIA CHIURI Y LA CAMISETA "*WE SHOULD ALL BE FEMINISTS*" EN SU DEBUT PARA DIOR, QUE CONVIRTIÓ EL ESLOGAN EN UN FENÓMENO GLOBAL.

HOY, EL MERCADO VINTAGE Y LA REVENTA HAN ELEVADO SU VALOR AL NIVEL DE OBRA DE ARTE PORTÁTIL. UNA CAMISETA ORIGINAL DE NIRVANA O TUPAC PUEDE SUPERAR LAS MIL LIBRAS. TIENDAS COMO NOT/APPLICABLE VINTAGE. ESPECIALIZADAS EN RESCATAR PIEZAS ICÓNICAS CON HISTORIA, CONFIRMAN QUE ESTAS CAMISETAS YA NO SE PERCIBEN SÓLO COMO RECUERDOS, SINO COMO ARCHIVOS CULTURALES Y OBJETOS DE DESEO CONTEMPORÁNEO.

MÁS RECIENTEMENTE, LA PRENDA VOLVIÓ A SER BANDERA DE PROTESTA. EN LA SEMANA DE LA MODA DE LONDRES 2025, EL DISEÑADOR CONNER IVES CERRÓ SU SHOW CON LA CAMISETA "*PROTECT THE DOLLS*", UN MENSAJE DIRECTO PARA DEFENDER LOS DERECHOS DE LAS MUJERES TRANS. CELEBRIDADES COMO PEDRO PASCAL Y TROYE SIVAN LA LLEVARON EN EVENTOS INTERNACIONALES, CONVIRTIÉNDOLA EN UN SÍMBOLO VIRAL Y EN UNA FORMA TANGIBLE DE ACTIVISMO, YA QUE LAS GANANCIAS FUERON DESTINADAS A ORGANIZACIONES DE APOYO TRANS. ESTOS EVENTOS DEMUESTRAN QUE, AUNQUE CAMBIEN LOS CONTEXTOS, LA CAMISETA SIGUE SIENDO UN ESPACIO DE RESISTENCIA Y VISIBILIDAD.

EN PLENO 2025, LA T-SHIRT GRÁFICA ES UN HÍBRIDO: ARCHIVO CULTURAL, STATEMENT PIECE Y FENÓMENO DE TIKTOK. MUSEOS COMO EL MOMA Y EL V&A LA EXPONEN, MIENTRAS NUEVAS GENERACIONES LA CONVIERTEN EN FETICHE. LO FÍSICO Y LO DIGITAL TAMBIÉN SE CRUZAN, ALGUNAS MARCAS YA VENDEN CAMISETAS LIGADAS A NFTS, TRANSFORMANDO LA IDEA DE COLECCIONISMO.

EN EL CLÓSET O EN LA PARED, LA CAMISETA GRÁFICA SIGUE SIENDO LO QUE SIEMPRE FUE: UNA PRENDA DEMOCRÁTICA CON SUPERPODERES. DICE QUIÉN ERES, QUÉ ESCUCHAS Y QUÉ CREES, EN UN IDIOMA UNIVERSAL.

"THE SHAPE OF A T-SHIRT IS SO SIMPLE AND BEAUTIFUL... IT IS A CANVAS."
VIVIENNE WESTWOOD (2014)

"Para los diseños de Alta Joyería de *Bird on a Rock by* Tiffany, estudiamos las aves tal como lo hizo Jean Schlumberger con una observación cuidadosa de sus posturas, plumas y las estructuras de sus alas—así creamos diseños dinámicos que parecen revolotear y posarse sobre quien las lleva"
- Nathalie Verdeille

Bird on a rock. Sí, un pájaro sobre una piedra se ha convertido en un símbolo de distinción y elegancia para la casa joyera Tiffany & Co. y también para el resto del mundo. Sus primeras versiones llegaron en forma de un broche. Ahora, este icónico modelo toma vuelo hacia un insólito destino: una nueva colección que reinterpreta al clásico en una serie de piezas que mezclan joyería y alta joyería, como collares, aretes y dijes. *Bird on a Rock by Tiffany* es un sinónimo de emociones, en las que se encuentran la alegría, el optimismo y la posibilidad. Su historia está llena de amor y apreciación hacia la naturaleza, sentido de hogar, creatividad, arte, amistad y especialmente muchísima sofisticación.

ÍCONOS CON ALAS

FOTOS: CORTESÍA TIFFANY & CO.

POR JESSICA GUTIÉRREZ

La parte más emocionante de conocer una nueva colección de joyas está precisamente en lo que en ocasiones los ojos no pueden ver. El primer diseño del broche *Bird on a rock* fue hecho en 1965 por Jean Schlumberger. Se trataba de un ave de diamantes blancos y amarillos que posaba sobre un cabujón de lapislázuli que le pertenecía a la socialité, filántropa y sobre todo, su mejor amiga Bunny Mellon. Schlumberger es reconocido por sus joyas maestras que celebran como nadie, la belleza que vive en la naturaleza, y Mellon era una admiradora devota del trabajo de su amigo en Tiffany &Co., así como de los encantos de la jardínería. No por nada fue una gran coleccionista de muchas de las piezas que creó Jean para la casa joyera americana. De hecho, gracias a su amor por las plantas y el diseño de paisajes, se convirtió en una legendaria diseñadora de jardines, creando paisajismos para la Casa Blanca, incluyendo el *Rose Garden* y el *East Garden,* que fue renombrado en honor a Jackie Kennedy. Incluso su finca Oak Spring en Virginia, fue el alma de su trabajo en jardinería. ¿Lo mejor? Trabajaba con sus propias manos las plantas, mientras usaba piezas de alta joyería diseñadas por su querido amigo. En una reciente visita a la finca, ahora nombrada Fundación *Oak Spring Garden* (dedicada a preservar y compartir el legado de Bunny Mellon), se expusieron piezas originales, propiedad de su colección personal, junto a bocetos y mensajes con dedicatoria especial de Schlumberger a Mellon. Con una historia que pareciera sacada de un libro de fantasía, el orginal broche de *Bird on a rock* llega al 2025 con una reinterpretación a cargo de Nathalie Verdeille, directora artística de la firma. Se trata de una colección que combina joyería y alta joyería y que traduce lo mejor de su legado pero también de sus emociones, explorando su esencia de dos maneras: en el naturalismo y en la abstracción. Para la alta joyería, las referencias vienen de la imitación del estudio de las aves de Schlumberger para crear dinamismo, mientras que para la colección de joyería, se observó al pájaro de forma figurativa y también abstracta. Los diseños figurativos resultan en aves en vuelo, mientras que los abstractos se reducen meramente a la figura de "el ala", que se conocen con el nombre de *Wings*. En fin, es uno de esos lanzamientos que entre más entiendes e investigas, más significado personal cobran. Piezas que literalmente llegan al alma. FIN.

LA COLECCIÓN ESTÁ DISPONIBLE A PARTIR DEL 2 DE SEPTIEMBRE EN TIENDAS SELECCIONADAS DE TIFFANY & CO. A NIVEL GLOBAL

LAS PIEZAS ESTÁN DISEÑADAS Y PENSADAS PARA IMITAR LA FORMA NATURAL DE LAS ALAS

No existen dos aves iguales. Cada una se ensambla a mano con una selección de gemas especiales para garantizar su singularidad.

ENTRE MUNDOS, MARÍA

FOTO
ALFRED
MARROQUIN
ESTILISMO
JOSE
CARAYOL
PRODUC-
CION
TWO CAATS
PARA ELLE
MEXICO

THE ZARDOYA

BRA, MIU MIU.

MARÍA ZARDOYA SE PRESENTA COMO UNA ARTISTA QUE NO TIENE MIEDO A MOSTRARSE VULNERABLE. DESDE ESA HONESTIDAD EMOCIONAL, HA CONVERTIDO A "THE MARÍAS" EN UNA BANDA DISTINTIVA DENTRO DEL PANORAMA CONTEMPORÁNEO. SU UNIVERSO GÓTICO-ROMÁNTICO Y ONÍRICO, CARGADO DE DRAMATISMO Y SENSUALIDAD, HA CAUTIVADO A MÁS DE 33 MILLONES DE OYENTES EN PLATAFORMAS DIGITALES, CONSOLIDÁNDOLA COMO UNA VOZ CAPAZ DE TRADUCIR EMOCIONES COMPLEJAS COMO EL AMOR Y EL DESAMOR EN ATMÓSFERAS ÍNTIMAS QUE SE VIVEN EN TODO EL CUERPO.

BERENICE BUENDÍA: CRECISTE ENTRE DOS PAÍSES, PUERTO RICO Y ESTADOS UNIDOS, TU MÚSICA AÚN REFLEJA ESA DUALIDAD. ¿CÓMO HA EVOLUCIONADO CON EL TIEMPO?

MARIA ZARDOYA: Creo que el haber crecido yendo de un idioma a otro, de una cultura a otra y experimentando la vida de manera tan dual, siempre formará parte de mí. Esa dualidad siempre ha estado presente y se refleja también en mi proceso creativo, tanto con *The Marías* como fuera de la banda. No importando qué, debemos estar orgullosos de nuestras raíces, apoyar a nuestra gente y a nuestro país. Eso ha sido clave desde el inicio de la banda, encontrar maneras de alzar la voz por nuestra comunidad, porque al final nos tenemos los unos a los otros. El gobierno no habla por nosotros, somos nosotros quienes nos sostenemos mutuamente.

BB: ¿CÓMO HA REACCIONADO TU FAMILIA AL ÉXITO DE THE MARÍAS, SIENDO QUE SU MÚSICA ES TAN EXPERIMENTAL?

MZ: Están muy orgullosos y también es divertido. La última vez que estuve en Puerto Rico, estaba con mi abuela y me dijo: "Me contaron que has vendido montones de CDs". Me dio risa —nadie en mi familia viene del mundo musical. Mi familia en Puerto Rico es de un pueblo pequeño, Juncos (Valenciano), y en Georgia, donde crecí, nunca pensaron que podríamos dedicarnos a la música. Para nosotros, la música era cantar en la iglesia. Así que todos están tan sorprendidos como yo por nuestro éxito. Lo estamos viviendo día a día. Mi mamá me contó que un *handyman* fue a la casa en Georgia, vio mis fotos por todos lados y le dijo: "Mi esposa es fan de ella". Mi mamá casi se infarta, pensó que ahora todo el mundo iba a saber dónde vivo. Ha sido una curva de aprendizaje para todos. Por ejemplo, mi papá tuvo sus cinco minutos de fama, Bad Bunny lo subió al escenario a cantar y bailar en uno de sus conciertos en Puerto Rico. Al día siguiente, era un meme: "El abuelo en el show de Bad Bunny". ¡Hasta lo entrevistaron en Telemundo! Fue increíble. Así fue como mi papá entendió lo que es estar en un escenario.

BB: ¿SE DICE EN INTERNET QUE ERES MUY BUENA MANIFESTANDO. ¿HUBO MOMENTOS QUE TE SORPRENDIERON?

MZ: El más reciente fue colaborar con Bad Bunny para "Otro Atardecer", lo escribí en mis metas y ocurrió. También escribí que quería tocar en un buen horario en el escenario al aire libre de Coachella, y un año después me lo ofrecieron.

BB: ¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO LAS PRESENTACIONES DE LA BANDA EN EL FESTIVAL?

MZ: Coachella es muy especial para mí porque no crecí yendo a festivales ni a conciertos; de hecho, fue el primer festival al que asistí como espectadora. No sabía qué esperar al presentarme ahí como artista. La primera vez que toqué en ese escenario estaba tan nerviosa que me disocié durante todo el concierto. Después en nuestro segundo Coachella, ya sabía que esperar, pero la situación era difícil a nivel personal y mental. Josh, el baterista de la banda y yo, estábamos a punto de separarnos después de una relación muy larga. Ahora en este tercer festival, siento

PÁGINA OPUESTA: TOP, PROPIEDAD DEL ESTILISTA. FALDA, BURBERRY. ROSARIO, DOLCE&GABBANA.

que salimos de las sombras, la banda está más fuerte que nunca. Josh y yo ya no estamos juntos pero seguimos siendo mejores amigos. Ha sido una evolución tanto personal como colectiva. Estoy muy orgullosa de ver esta transformación desde que comenzamos, no solo el crecimiento en impacto sino como individuos.

BB: TU PRESENCIA EN EL ESCENARIO ES HIPNÓTICA. ¿CÓMO LLEGASTE A ESE DOMINIO ESCÉNICO? ¿CREES QUE LA VULNERABILIDAD SE ENTRENA?

MZ: Para conectar con otros tienes que conectar contigo mismo. Pasé por una ruptura y me perdí a mí misma, pero ese proceso me ayudó a descubrir quién soy fuera de una relación. Me cuestioné: ¿quién soy como persona?, ¿qué quiero en la vida? Fue el proceso más difícil que he atravesado, pero también el que me permitió empatizar y conectar de forma auténtica con otros porque me descubrí como individuo. Hay muchas formas de comunicarse y conectar que van más allá del lenguaje: la mirada, la energía, la música, la propia esencia de cada quién. En un show, hay una comunicación casi telepática con el público, ellos reciben tu energía y te la devuelven.

BB: DURANTE EL PROCESO DE SANACIÓN QUE FUE *SUBMARINE* PARA TI ¿APRENDISTE ALGO DE TI QUE EMPEZASTE A VALORAR?

MZ: Sí. Meditar, frenar el ritmo y valorar el tiempo en la naturaleza, aunque sea solo estar cinco minutos bajo un árbol.

BB: YA DE GIRA CON EL ALBÚM, ¿QUÉ HAS APRENDIDO DEL PÚBLICO?

MZ: Aprendí que también son románticos y les atrae la oscuridad, igual que a mí. Canciones como *No One Noticed* y *Sienna* fueron *hits* inesperados para el equipo porque tienen un tono oscuro, dramático y lento. Y aprendí que creamos un espacio que valida la intensidad emocional.

BB: TU ESTILO HA EVOLUCIONADO DE *INDIE* A GÓTICO, ROMÁNTICO Y ELEGANTE. ¿CÓMO SUCEDIÓ ESA EVOLUCIÓN VISUAL?

MZ: Surgió al descubrir mi esencia: intensa, romántica,

BLUSA, PROPIEDAD DE MARÍA.

sensual y con un encanto por lo sombrío, aunque me gusta mantener las cosas ligeras. Esa dualidad se refleja en mi estética visual.

BB: HABLEMOS DE LO QUE SIGUE. MENCIONASTE QUE ESTÁN EN *ELECTRIC LADY STUDIOS* EN NUEVA YORK TRABAJANDO EN MÚSICA NUEVA. ¿QUÉ PUEDES ADELANTAR?

MZ: Hemos estado semanas componiendo aquí, tenemos muchas canciones candidatas para el nuevo álbum. Estoy inspirada en la trilogía del director de cine polanco Kieślowski, *Tres colores: Rojo, Blanco y Azul*. Lo que puedo decir, es que solo resta un color por explorar y que la inspiración en este momento viene de reflexionar qué hay fuera de una relación: la soledad, salir de nuevo en citas, divertirme y la emoción de los nuevos comienzos.

BB: ¿HAY APRENDIZAJES DE ÁLBUMES ANTERIORES QUE NO REPETIRÍAS?

MZ: Sigo aprendiendo... pero nunca sacrificaré mi trabajo por alguien más. Mi arte es mi prioridad. A partir de ahora, quiero descubrir cómo se siente poner el arte por encima del amor.

BB: SOBRE TU FUTURO CREATIVO ¿TIENES ALGO QUE TE GUSTARÍA EXPLORAR?

MZ: Me gustaría estudiar herbolaria o botánica. Y estoy lanzando mi proyecto solista, *Not for Radio*, con el que quiero explorar la escritura y el sonido sin la intención de hacer canciones pop. Donde pueda componer de manera consciente, estar presente en el momento y dejar que la energía del espacio guíe la música; algo más íntimo, discreto y fiel a mi ADN musical.

BB: ¿CÓMO DESCRIBIRÍAS EL ADN MUSICAL QUE MENCIONAS?

MZ: En The Marías se refleja mi esencia y la de Josh: una mezcla 50/50 de influencias y conciencia colectiva. Este proyecto, en cambio, está inspirado en lo que más me gusta, la naturaleza y pasar tiempo contemplándola, lo que hace que suene más tranquilo. Lo desarrollé con Sam Evian y Luca Buccellatti; quería trabajar con colaboradores que amaran la lentitud del mundo natural, como yo.

VESTIDO Y ARETES, ACNE STUDIOS. ZAPATOS, PROPIEDAD DE MARÍA.

LOOK TOTAL, MIU MIU.

VESTIDO, ANN DEMEULEMEESTER. BODY, SKIMS. ZAPATOS, PROPIEDAD DE MARÍA.

MAQUILLAJE Y PELO **LETICIA LLESMIN** UÑAS **ALEXANDRA SMITH** PRODUCTOR **SEAN GORDON-LOEBL** PRODUCTOR ASOCIADO **SARA RENTERIA**
DIRECCIÓN DE ILUMINACIÓN **MIKA ALTSKAN** DIRECCIÓN DE MOVIMIENTO **ELENA VAZINTARIS** DISEÑO DE SET **ROSIE TURNBULL** ASISTENTES DE FOTO **YOLANDA LEANEY**
Y **ALEXANDRA KUHN** RETOCADOR **KUSHTRIM KUNUSHEVCI** ASISTENTE DE ESTILISMO **CARMEN JULIA** ASISTENTE DE DISEÑO DE SET **CHAZZ FOGGIE**
ASISTENTES DE PRODUCCIÓN **CHRIS CHUTE Y KAI AFFOLTER.**

PANTALÓN, DOLCE&GABBANA. LLAVERO, MIU MIU.

BB: ¿CÓMO SE REFLEJA ESTE NUEVA VISIÓN EN EL SONIDO?

MZ: Boscoso, análogo, experimental, cálido e intuitivo. Tonos que no necesariamente escucharías en la banda. Jugué mucho con los procesos, por ejemplo, quise pasar mi voz por una grabadora de cinta y explorar el sonido natural de un órgano. Y literalmente creamos todo el disco en un estudio en medio del bosque, en pleno invierno y lejos de todo. Hicimos el ritual de salir a caminar por horas antes de componer, para experimentar todos los estados de la naturaleza: lluvia, nieve, frío. Queríamos salir de nuestra zona de confort.

BB: ¿POR QUÉ SE TÍTULA *NOT FOR RADIO*?

MZ: Tengo muchos intereses. Está The Marías, ahora este proyecto solista y otras cosas que quiero hacer, todas bajo el paraguas de "María" como persona. Por eso para este proyecto quería un nombre que representara mi intención detrás de la música: no escribir canciones pensadas para sonar en la radio. Y tampoco quería comercializar mi nombre completo y verlo en una playera, me parecía un poco extraño.

BB: ¿CUÁLES FUERON LOS RETOS DE ESTE PROYECTO?

MZ: Tenía mucho miedo. Hacía años que no producía nada sin Josh y nuestra ruptura me hizo cuestionarme cuál sería mi siguiente paso musical, ¿cómo hago música por mí misma? Estoy orgullosa de haberme permitido estar presente y atravesar el ejercicio incómodo de crear.

BB: FINALMENTE, ¿QUÉ FUE LO QUE MÁS DISFRUTASTE DE HACER ESTA PORTADA?

MZ: Me encantaron los diferentes "mundos" que exploramos en la locación. Fue liberador moverme, jugar y experimentar con mi cuerpo en cada espacio, estaba divirtiéndome mucho.

TOP, PROPIEDAD DEL ESTILISTA.

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

MODA

MERCURIO (P. 100)
74. ZOOM IN ZOOM OUT
92. ALTA ENERGÍA

FOTO: ED GUMUCHIAN.
LOOK TOTAL, FERRAGAMO.

look total GUCCI.

foto ALONSO DÍAZ
estilismo JESSICA GUTIÉRREZ
producción ELLE MÉXICO

zoom in zoom out

look total DIOR.

look total PRADA.

look total LOUIS VUITTON.

look total CHANEL.

look total FERRAGAMO.

look total
DOLCE&GABBANA

look total HERMÈS.

modelos ANGELA DÍAZ @ NEW ICON MODELS Y FEDERICA @ NEW ICON MODELS
maquillaje EFRÉN ESPINOZA pelo KIKA TIRADO asistentes de moda VICTORIA ÁVILA Y VALENTINA ALVIZO

look total FENDI.

foto YOON SONG YI *estilismo* PARK MIN HEE
producción ELLE KOREA

HIDE & SEEK

JENNIE

LOOK TOTAL, CHANEL.

LOOK TOTAL, CHANEL.

JENNIE FINALMENTE SE DESCUBRE A SĪ MISMA. SIN DUDARLO, PISA FUERTE Y CON CLASE. ESA ES LA RAZŌN POR LA QUE TODAS LAS HISTORIAS, SIEMPRE EMPIEZAN CON ELLA.

ESTAMOS ACOSTUMBRADOS A VER TUS PRESENTACIONES EN ESCENARIOS ALREDEDOR DEL MUNDO, PERO EN REALIDAD, JENNIE ERES UNA PERSONA AMOROSA, TRABAJADORA Y QUE SABE CŌMO VIVIR FELIZ... Cuando escucho la frase "vida diaria", lo primero que me viene a la mente es mi momento favorito, que es cuando me despierto tarde después de dormir profundamente con ropa cómoda en casa y abro la ventana para ver el cielo. Es un momento simple, pero amo la tranquilidad y la calidez que siento en ese instante. ¡Ese es justo el tipo de "vida diaria" que me gusta y disfruto ahora!

BLACKPINK ESTĀ DE REGRESO, ¿EL TIEMPO QUE PASASTE SOLA TE DIO LA FUERZA SUFICIENTE PARA TRABAJAR EN EQUIPO?
Cada una de nosotras terminó sus actividades y ahora estamos juntas de regreso. Mientras preparaba mi álbum en solitario, *Ruby,* aprendí y sentí muchas cosas. Constantemente me preguntaba qué me faltaba y cómo podía caminar en una mejor dirección. Me presioné mucho para mejorar y pasé por un periodo de prueba y error. Luego, en algún momento, sentí que me había vuelto un poco más fuerte. Las otras integrantes también vivieron sus propios procesos y ahora que hemos vuelto, nos entendemos mejor y nos convertimos en un equipo más maduro. Siento que estamos en una etapa en la que trabajamos tan duro como antes, pero con un poco más de soltura al vernos entre nosotras. Así que esta etapa será especial para mí y para las demás. Mientras preparábamos "Jump", nuestra nueva canción lanzada después de tres años, el enfoque principal fue lograr un equilibrio al trabajar como equipo. Después de todo, es un grupo con personalidades muy fuertes. Nos enfocamos en combinar nuestra energía de forma natural para que nadie sobresaliera demasiado ni se quedara atrás en la atmósfera general de la canción, y también en crear momentos especiales.

BLACKPINK INICIŌ CON MUCHA FUERZA SU GIRA MUNDIAL DEADLINE. ¿QUĒ FUE LO QUE MĀS EXTRAÑABAS COMO INTEGRANTE AL REGRESAR AL ESCENARIO DESPUĒS DE TANTO TIEMPO?
Quería ver a los *Blinks* con mis propios ojos, sentir sus gritos, su pasión y toda su energía. En el primer concierto en Goyang, a pesar del calor extremo, ver a los fans tan emocionados me dio muchísima fuerza.

AHORA QUE EMPEZASTE A CONSTRUIR TU PROPIO CAMINO, BLACKPINK DEBE SER UNA FUENTE ENORME DE ORGULLO, SIN IMPORTAR EN DŌNDE ESTĒS.
Por supuesto. El nombre Blackpink y las integrantes mismas son una gran fortaleza. El hecho de que pudiera comenzar mi camino de forma tan fluida es gracias al viaje que hemos compartido hasta ahora, así que siempre será mi mayor orgullo. Fundar mi propio sello, Odd Atelier (OA), fue quizá una declaración de que estaba lista para abrazar todos los cambios en mi carrera. Y así lo hice.

SI GANASTE LIBERTAD ARTĪSTICA A TRAVĒS DE OA, ¿EN QUĒ ASPECTOS SENTISTE MAYOR LIBERTAD PARA EXPRESARTE?
El simple hecho de no tener restricciones ya era una enorme libertad para mí. Atreverme a hacer cosas que antes solo imaginaba era emocionante y abrumador. Por supuesto, eso viene con la responsabilidad de tener buenos resultados, pero me gustó que podía crear todo completamente bajo mis propias decisiones y mi propia voz. También fue posible porque los miembros de mi equipo ayudaron a que sucediera y me permitieron hacerlo sin miedo.

EN EL ĀLBUM RUBY PUDISTE RAPEAR, CANTAR, LLORAR Y REĪR... ¿CUĀL FUE LA EMOCIŌN MĀS HONESTA QUE SENTISTE DESPUĒS DE TERMINAR EL ĀLBUM?
Sentí que fue el momento en el que estuve más cerca de mí. Apenas era el primer paso, pero fue un momento precioso que pasé completamente conmigo misma. El disco se lanzó con nada menos que 15 canciones. Productores como Diplo, Dem Joints y Mike Will, junto con músicos como Doi, Dua Lipa y Dominique Pike, se unieron para crear este álbum, y creo que fue la producción general lo que lo hizo posible. Todo el proceso fue un gran reto para mí. De principio a fin tomé el liderazgo en la dirección del álbum, así que el senti-

AMBAS PÁGINAS: LOOK TOTAL, CHANEL.

do de responsabilidad era enorme, y hubo muchas pruebas y errores. Sin embargo, al mismo tiempo, trabajar con diferentes personas fue una experiencia divertida, y disfruté la sensación de armar el rompecabezas mientras aprendía cosas nuevas.

LA CANCIÓN MÁS DIFÍCIL PROBABLEMENTE FUE "ZEN", ¿VERDAD?
No fue fácil hacer "Zen", pero cuando empezó a tomar forma se sintió como poner una pieza importante del rompecabezas.

¿CÓMO DECIDISTE EL TÍTULO "LIKE JENNIE"? IMAGINO QUE HUBO MUCHAS DUDAS SOBRE USAR TU PROPIO NOMBRE COMO TÍTULO DE LA CANCIÓN.
En "Like JENNIE", Jennie es solo un pronombre. No se refiere únicamente a mí como persona. Escribí esta canción para transmitir el mensaje de que cualquiera puede amarse a sí mismo y brillar a su manera, y usé Jennie simplemente porque es mi nombre. Espero que todos los que canten esta canción lo sientan así. Espero que la gente agregue sus propios nombres y que crean que, sin importar si el camino que han recorrido ha sido cuesta arriba o cuesta abajo, o incluso si tienen que empezar de nuevo, están avanzando en la dirección correcta.

¿QUÉ TIPO DE RESONANCIA TIENE AHORA LA FRASE "LIKE JENNIE" PARA TI?
Yo también gané confianza mientras cantaba esta canción. Aunque el camino que he recorrido hasta ahora ha sido difícil, siento que tiene una resonancia positiva, que estoy avanzando en la dirección correcta y que lo estoy haciendo bien. Muchas veces me atraían "las cosas imperfectas".

¿HAY ALGÚN MOMENTO DONDE LAS IMPERFECCIONES BRILLAN MÁS QUE LA PERFECCIÓN? COMO EN LA ÚLTIMA PRESENTACIÓN EN COACHELLA CUANDO TERMINASTE AL BORDE DE LAS LÁGRIMAS Y VIMOS TU EXPRESIÓN DE EMOCIÓN QUE JAMÁS PODRÍA LOGRARSE CON PRÁCTICA.
Exactamente. Las cosas perfectamente planeadas dan una sensación de estabilidad, pero los momentos no calculados dan frescura. Casualmente, la canción de cierre en Coachella fue "Starlight", y cuando canté la letra "I just wanna make my mama prouder", justo frente a mí vi a mi madre mirándome. En ese momento grité sin darme cuenta. Fue una reacción natural que salió de la nada.

¿EL ESCENARIO DE COACHELLA FUE UN REFUGIO PARA TI O FUE MÁS COMO UN CAMPO DE BATALLA?
Durante la primera semana estaba tan nerviosa que se sintió como un campo de batalla, pero durante la segunda semana me sentí un poco más tranquila y pude disfrutar el escenario. Estaba muy nerviosa antes de subir, pero ya cuando estuve arriba, la gente y su energía me dieron más fuerza.

HOY LLEVAS LA COLECCIÓN READY-TO-WEAR OTOÑO/INVIERNO 2025 DE CHANEL. ¿QUÉ TIPO DE INSPIRACIÓN TE DA EL TEMA DE LA COLECCIÓN, EL ESTILO DE LOS AÑOS NOVENTA?
Me vienen a la mente las comedias románticas de los noventa y mujeres icónicas como Julia Roberts. Son seguras de sí mismas pero adorables, naturales sin estar demasiado producidas, y además tienen su propio estilo, que me gusta mucho. El estilo de esa época va más allá de ser simplemente una tendencia; puedes sentir la personalidad y la energía de los personajes a través de él. Eso resuena conmigo hoy.

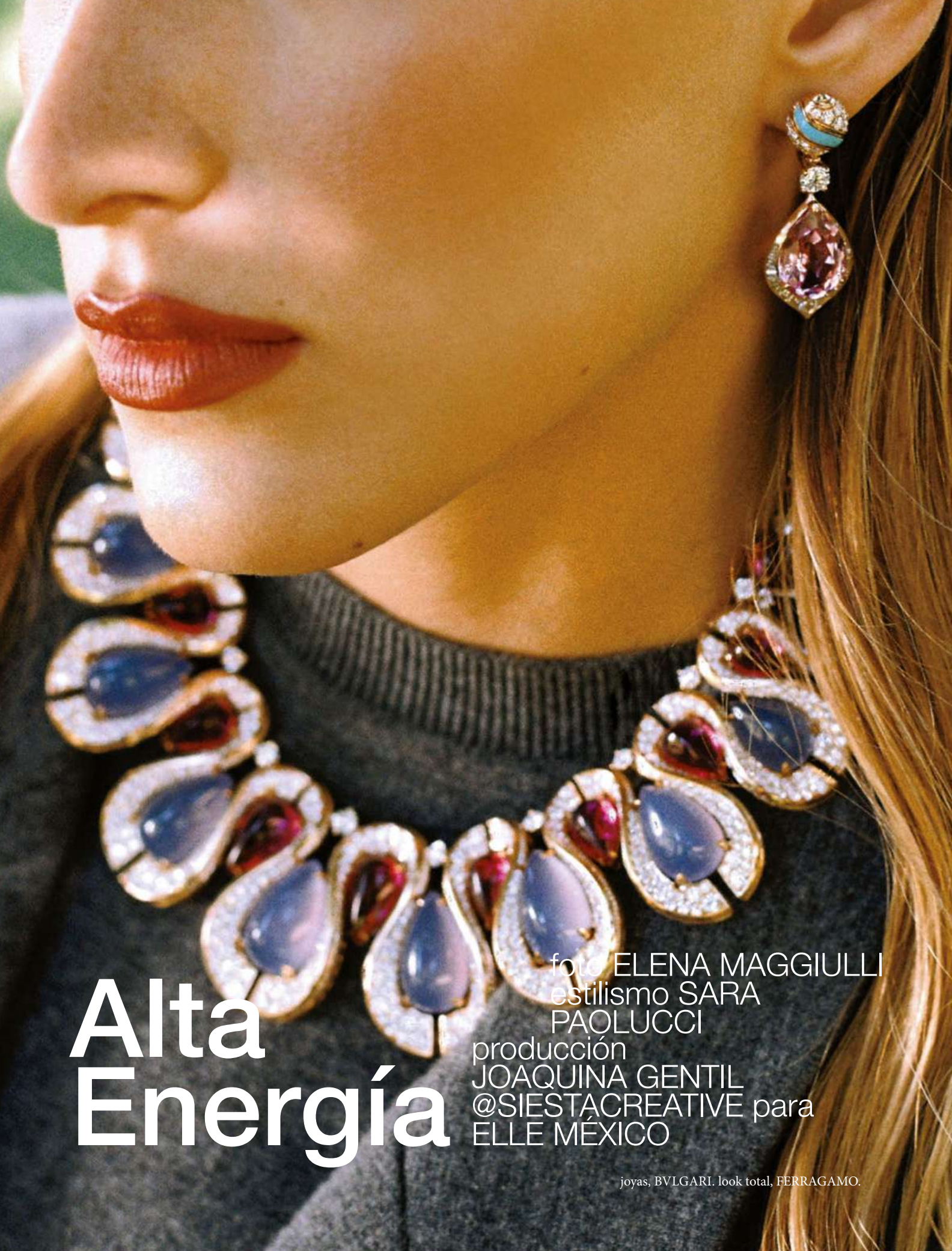
¿CÓMO HA INFLUIDO TU LARGA RELACIÓN CON CHANEL EN TU YO INTERIOR?
Borró las fronteras entre la estrella del K-pop y la Kim Jennie común y corriente, entre la masculinidad y la feminidad, entre París y Corea. Chanel siempre ha sido una marca que cruza libremente las fronteras entre masculinidad y feminidad, Oriente y Occidente, tradición y modernidad. Yo también estoy construyendo mi propio estilo e identidad dentro de esa flexibilidad. En cierto modo, en lugar de borrar el concepto de "fronteras", estoy encontrando mi propio equilibrio dentro de ellas.

TU ESTILO NO SE TRATA SOLO DE LO QUE USAS, TAMBIÉN DE LAS EMOCIONES QUE PROVOCA. ¿CÓMO DEFINIRÍAS TU ESTILO ACTUAL?
Es una fuerza importante que está formando quién soy hoy. Tu estilo no solo se trata de lo que usas, sino también de la estructura de tus emociones.

¿QUÉ CLASE DE YO INTERIOR REFLEJA TU ESTILO RECIENTE?
La comodidad y la autenticidad siempre están en el centro. Ya que he estado compartiendo mi historia a través de los álbumes, muchas veces me pregunto a mí misma "¿qué me define realmente?", una manera de expresar las emociones que llevo dentro.

¿HAY ALGO QUE ESTÉ CRECIENDO DENTRO DE TI EN ESTE MOMENTO?
Quiero lanzar mi primer álbum completo, lleno de mi propio color, hacer una gira en solitario y presentarme en Coachella… A través de estas experiencias, he tenido el valor y la emoción de perseguir cosas más divertidas e increíbles. No sé exactamente qué pasará, pero estoy disfrutando el proceso en este momento. A medida que avance, podré mostrarles otra parte de mí. Lo más hermoso para mí, ahora, son los corazones de todos los que me apoyan y creen en mí.

editor de features JEON HYE JIN *editor de moda* LEE HA YAN *maquillaje* WONJO YEON *pelo* GABE SIN *uñas* PARK EUN KYUNG
set JEON MINKYU *diseño de arte* LEE SO JEONG.



Alta Energía

foto ELENA MAGGIULLI
estilismo SARA PAOLUCCI
producción JOAQUINA GENTIL @SIESTACREATIVE para ELLE MÉXICO

joyas, BVLGARI. look total, FERRAGAMO.

Alta Energía

JOYAS QUE SUBEN EL VOLTAJE DEL LOOK
PORQUE EL LUJO SE NOTA DESDE LEJOS.

Bvlgari, 2025

joyas, BVLGARI. vestido, FENDI.

joyas, BVLGARI. saco, BALESTRA.

/izquierda/ joyas, BVLGARI. vestido, CHANEL. /derecha/ joyas, BVLGARI. look total, DOLCE&GABBANA.

joyas, BVLGARI. look total, CHANEL.

joyas, BVLGARI. look total, FENDI.

Alta Energía

modelo FEDERICA MAINI @GLAMOUR MODEL MANAGEMENT, maquillaje CAMILLA GUADAGNOLI, pelo MATTIA PONGOLINI, asistente de foto EMANUELA CINTI.

Bvlgari, 2025

joyas, BVLGARI. vestido BALESTRA.

joyas, BVLGARI. saco, GUCCI.

FOTO ED GUMUCHIAN ESTILISMO JESSICA GUTIÉRREZ
PRODUCCIÓN ELLE MÉXICO

MERCURIO

ESTA PÁGINA: *look,* CHANEL. *joyas,*TIFFANY & CO.
PÁGINA OPUESTA: *falda, blusa, calcetas y estola,* MIU MIU. *zapatos,* GUCCI. *joyas,* TIFFANY & CO.

ESTA PÁGINA: *vestido,* GUCCI. *joyas,* TIFFANY & CO.
PÁGINA OPUESTA: *abrigo,* BIMBA Y LOLA. *zapatos,* GUCCI. *joyas,* TIFFANY & CO.

ESTA PÁGINA: *look total,* DIOR.
PÁGINA OPUESTA: *falda y top,* MINENA. *zapatos y aretes,* CHANEL.

ESTA PÁGINA: *vestido,* LOUIS VUITTON. *joyas,* TIFFANY & CO.
PÁGINA OPUESTA: *look total,* LONGCHAMP.

MODELO, NICOLE QUINTANA @ IN THE PARK MANAGEMENT. MAQUILLAJE, ALEIDA GÓMEZ. PELO, EFRÉN ESPINOZA. UÑAS, WENDY BETANCOURT. PRODUCCIÓN, ALONSO DÍAZ Y JOSEMRA. ASISTENTE DE FOTO, KANE OCEAN. ASISTENTES DE MODA, VICTORIA ÁVILA Y VALENTINA ALVIZO.

ESTA PÁGINA: *look total,* FERRAGAMO.
PÁGINA OPUESTA: *falda y blusa,* ROBERTO SÁNCHEZ. *zapatos,* CHANEL.

EXPANSIÓN

DAILY PODCAST

EN LAS **VOCES** DE NUESTROS EDITORES

LUNES A VIERNES 6AM

ESCUCHA EL **PODCAST** EN: Spotify Apple Podcasts amazon music RSS

ELLE

MISS DIOR, MÁS FRESCA Y RENOVADA (P. 112)

120. A CUIDAR TU PISO PÉLVICO, TE DECIMOS CÓMO

127. SABEMOS CUÁLES SON LOS PRODUCTOS DE BELLEZA FAVORITOS DE LAS CHICAS DEL POP

BELLEZA

FOTO: XIMENA MORFÍN. LOOK TOTAL, DIOR.

Siri, reproduce "Comic Strip" de Serge Gainsbourg.

Si Miss Dior Essence tuviera un *soundtrack*, sería esta canción del compositor francés. Un himno divertido, sexy e irreverente hecho para una mujer joven, liberada y segura de sí misma, sin miedo a romper las reglas. Nosotros la imaginamos en *beauty looks* y concluimos que puede ser tan fresca o rebelde como quieras.

¡shebam! ¡pow! ¡blop! ¡wizz!

realización Valeria Baqueiro

fotos Ximena Morfín

makeup Ana G de V

pelo Efren Espinoza

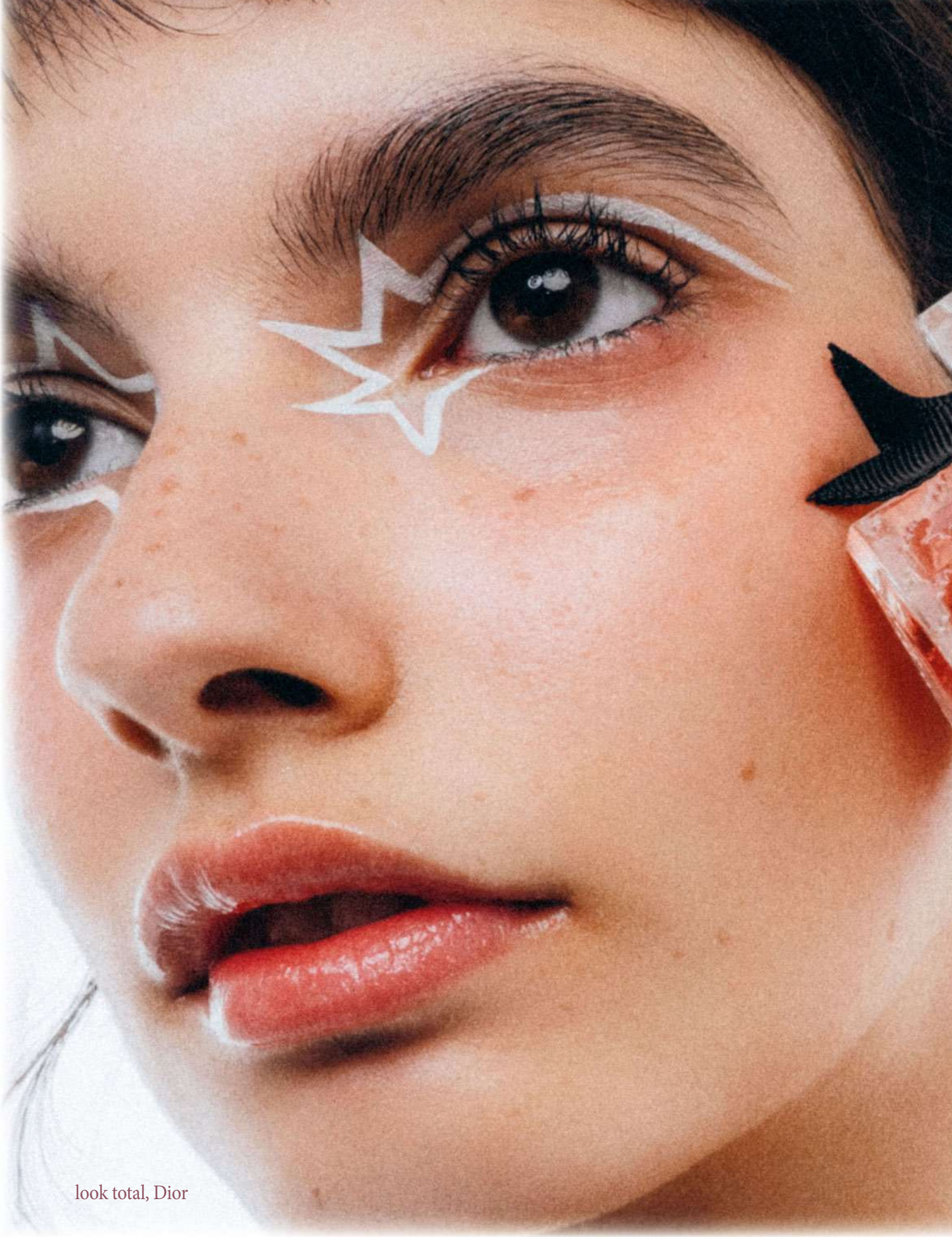
"Mi Miss Dior se parece mucho a las chicas de hoy, intensa y concentrada... deja tras de sí una estela vívida y adictiva que es hiperfemenina, pero que también rechaza todo lo que pueda limitar la libertad". - Francis Kurkdjian

Diorshow On Stage Crayon en 099 Black, $760 / Diorshow 5 Couleurs en 073 Pied-de-Poule, &1,600 / Diorshow Iconic Overcurl, $850 / Rouge Dior Contour en 303 Greige Attitude, $790, DIOR, dior.com.

ambas páginas, look total, Dior

Sus notas notas confitadas, florales y amaderadas la hacen fresca, juvenil y perfecta para combinar con cualquier mood; no importa si eres *team smokey eye* o *team glitter*, el espíritu de Miss Dior Essence es para todas.

Diorshow 5 Couleurs en 823 Rosa Mutabilis, $1,600 / Dior Forever Glow Luminizer en 03 Pink Halo, $1,300 / Dior Backstage Rosy Glow en 001 Pink, $1,000 / Rouge Dior en 100 Nude Look y 888 Strong Red, $1,000, DIOR, dior.com.



look total, Dior

ELLE dato: El nuevo frasco está inspirado en el diseño que Christian Dior creó en 1948. Una botella transparente con un motivo de pata de gallo esmerilado y el emblemático lazo "*poignard*" hecho de grogrén negro adornando la tapa.

Diorshow Liquid Liner en 001 Satin White, $800 / Dior Backstage Rosy Glow Stick en 077 Candy, $1,070 / Dior Addict Lip Glow en 061 Poppy Coral, $970 / Dior Addict Lip Maximizer en 016 Shimmer Nude, $970, DIOR, dior.com.

Cuando Christian Dior le comisionó su primer perfume a Paul Vacher en 1947, quería una fragancia revolucionaria y audaz que celebrara la feminidad después de la guerra. Esta esencia regresa a los orígenes, pero en su versión más intensa, concentrada y atrevida.

Diorshow Stylo en 091 Matte Black, $780 / Dior Addict en 734 D-Club, $970, DIOR, dior.com.

esta página, look total, Dior

Dior ha reinterpretado esta fragancia al menos unas siete veces, pero esta última es la más concentrada de la historia. Sus notas de salida son mermelada de moras y flor de saúco, el corazón es jazmín, fiel a la composición original de 1947, y todas están realzadas por una base amaderada de roble oscuro. Suave y poderosa a la vez.

Diorshow 5 Couleurs Glowmania en 623 Peachmania - edición limitada / Dior Addict Lip Maximizer en 010 Holographic Pink, $970, DIOR, dior.com.

asistente de foto: Erick Rivas. post producción: Christopher Valle.
estilismo: Natalia Sánchez. uñas: Brithanny Galviz. producción: Alonso Díaz.

Resolvemos *10 preguntas* sobre el *piso pélvico*

(que tal vez te da pena preguntar)

POR VALERIA BAQUEIRO

¿Me creerías si te digo que una de cada tres mujeres se enfrentará a un problema relacionado con el piso pélvico durante su vida? Aún así, muy pocas hablarán del tema, pues los síntomas como la incontinencia o las disfunciones sexuales pueden ser vergonzosos o estar normalizados como parte del envejecimiento, ¡Y no! Si bien la edad puede aumentar el riesgo de padecer uno o varios de estos trastornos, no necesariamente tienes que experimentarlos ni deberías sufrirlos en silencio; de hecho, muchas veces tienen solución.

FOTOS: SHUTTERSTOCK.

1. ¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE?

El piso pélvico es un conjunto de músculos, ligamentos y tejidos conectivos que se encargan de sostener los órganos de la pelvis como la vejiga, el recto y los órganos reproductores internos. Estos músculos, además de mantener en su lugar los órganos, también les dan la flexibilidad para controlar funciones básicas como ir al baño o ayudar a las contracciones vaginales durante el sexo.

2. ¿CÓMO SÉ SI ESTÁ DÉBIL?

Puedes experimentar escapes de orina al reír, toser o hacer ejercicio, sentir ganas de ir al baño constantemente, sufrir de estreñimiento crónico o tener incontinencia urinaria o fecal. El prolapso también puede ser una señal de piso pélvico debilitado, esto sucede cuando los músculos ya no pueden soportar a los órganos y se "caen" hacia la vagina, sobresaliendo a través de ella o creando un bulto que causa incomodidad en el día a día y dolor durante las relaciones sexuales. Es importante asistir con un especialista que confirme el diagnóstico.

3. ¿POR QUÉ SE DEBILITA?

Cuando los músculos se estiran o relajan demasiado, pierden fuerza y su capacidad de cumplir con sus funciones. Esto puede pasar por diferentes razones como trauma, ya sea por una operación o un parto natural; por malos hábitos para ir al baño, por aguantar la respiración, por uso excesivo al levantar objetos muy pesados o toser mucho. La edad también es un factor que influye en la fuerza del piso pélvico, especialmente por los cambios hormonales de la menopausia, pero esto no significa que sea algo "normal" y que te tienes que resignar a vivir con los síntomas.

4. ¿HACER DE "AGUILITA" ES MALO?

Desde niñas nos enseñan a hacer malabares para evitar sentarnos en baños públicos. Sin embargo, esta posición de sentadilla genera tensión innecesaria en las piernas, el abdomen y el piso pélvico que evita a la vejiga vaciarse por completo, quedando orina guardada y aumentando el riesgo de infecciones urinarias. Hacerlo de manera habitual acostumbrará al cuerpo a vaciar mal la vejiga. Esto y la sobrecaga muscular, pueden terminar dándote problemas de incontinencia o de micción frecuente.

5. ¿CÓMO SE RELACIONAN EL ESTREÑIMIENTO Y EL PISO PÉLVICO?

Si los músculos del piso pélvico están debilitados, no pueden cumplir bien sus funciones, entre ellas las contracciones necesarias para evacuar. Cuando padeces de estreñimiento crónico o sueles aguantarte las ganas de ir al baño, las heces se acumulan en el recto y se endurecen. Esto obliga al piso pélvico a soportar más peso del habitual, lo que estira y debilita los tejidos y la musculatura, reduciendo su capacidad de contraerse de manera adecuada. En el caso de las mujeres, el recto y las paredes de la cavidad vaginal son adyacentes, por lo que la acumulación de heces hace que el recto ejerza presión sobre la vagina; cuando esto ocurre de forma constante puede provocar incontinencia o hasta un prolapso.

6. ¿HAY OTROS MALOS HÁBITOS QUE LO DEBILITEN?

Pujar al hacer popó o apretar el abdomen para orinar más rápido hace que uses de más los músculos del suelo pélvico. Hacer pipí "por si acaso" cuando no tienes tantas ganas es pedirle a la vejiga se vacíe antes de expandirse por completo, causando que sientas ganas de ir al baño con volúmenes pequeños. Meter la panza o apretar los glúteos durante el día hace que, con el tiempo, los músculos se queden en estado de tensión y pierdan la capacidad de flexionarse. Pero ojo, no me refiero a que no "actives" el abdomen en tu clase de pilates, solo no lo hagas un hábito en tu día. Aguantar la respiración al hacer ejercicio o esfuerzo también crea presión innecesaria que se distribuye al suelo pélvico y, al igual que apretar el abdomen, lo termina debilitando. Si tienes dudas, siempre que hagas esfuerzo, exhala.

7. ¿CÓMO AFECTAN EL EMBARAZO Y EL PARTO?

Durante el embarazo, el peso del bebé, la placenta, el aumento del volumen sanguíneo y el crecimiento del útero ejercen presión adicional sobre los músculos del piso pélvico. La placenta también secreta la hormona relaxina, que prepara al cuerpo para el parto al aumentar la flexibilidad de los ligamentos pélvicos y ablandar el cuello uterino. Esto permite que la pelvis se vuelva más flexible para que el bebé pueda pasar, pero al mismo tiempo la hace menos estable. En el parto vaginal, los músculos sufren demasiada tensión, especialmente cuando se puja activamente, y pueden estirarse o incluso desgarrarse.

8. ¿SIRVE EL MÉTODO KEGEL?

Si sospechas que tienes el piso pélvico debilitado, podría ser momento de empezar a realizar los famosos ejercicios de Kegel, los cuales consisten en apretar, sostener y relajar los músculos de la zona para fortalecerlos. La próxima vez que vayas al baño, detén la orina a la mitad del chorro, los músculos que aprietes para detener el flujo son los del suelo pélvico. Aunque esta es una forma fácil de reconocer los músculos que debes usar, nunca debes hacer ejercicios de Kegel mientras orinas porque evitas que la vejiga se vacíe completamente. ¿La forma correcta? Estando acostada, sentada o parada, aprieta los músculos e intenta mantenerlos así por tres segundos, suelta y relaja todo el piso pélvico. Haz entre 10 y 15 repeticiones tres veces al día. No deberías sentir presión en el estómago, los muslos, el área vaginal o el recto, y si es así, no lo estás haciendo correctamente. Si eres constante, podrás empezar a ver resultados en unas cuantas semanas o pocos meses.

9. ¿Y LAS BOLAS CHINAS Y CONOS VAGINALES?

No son instrumentos de tortura ni juguetes sexuales, son herramientas para complementar tus ejercicios de Kegel y bien utilizados, pueden ser un buen complemento para la prevención o la rehabilitación, siempre y cuando seas candidata. Las bolas chinas llevan una esfera en su interior que vibra con el movimiento del cuerpo y provoca pequeñas contracciones involuntarias, favoreciendo la irrigación sanguínea y la lubricación natural. Los conos actúan por peso y obligan a contraer de forma voluntaria los músculos para mantenerlos en su lugar, fortaleciendo la musculatura. Si padeces de hipertonía, es decir, que tus suelo pélvico está excesivamente tenso, deberías evitarlos.

10. PERO, ¿Y SI YA TENGO PROLAPSO O INCONTINENCIA?

Si ya te encuentras en esta situación, lo más importante es hablarlo y saber que existen diferentes tratamientos según la gravedad. Los casos leves suelen solucionarse con fisioterapia o ejercicios. En situaciones moderadas, hay tratamientos médicos como láser o radiofrecuencia para mejorar la calidad de los tejidos, y en casos avanzados se recurre a la cirugía. Llevar un estilo de vida saludable, reducir alimentos irritantes como la cafeína y hacer ejercicio regularmente también puede ayudar a mejorar los síntomas. La elección dependerá siempre de una valoración individual de tu médico.

PIT STOP
Estuvimos 48 horas en la capital sueca para conocer los *headquarters* de Oriflame, su increíble laboratorio y sus nuevos lanzamientos.

LAS CRÓNICAS DE ESTOCOLMO

con ORIFLAME

POR VALERIA BAQUEIRO

FUERON APENAS 48 HORAS EN ESTOCOLMO, PERO SUFICIENTES PARA ENTENDER POR QUÉ EN SUECIA DICEN QUE ES ALGO MUY SUYO HACER COSAS ACCESIBLES.

DESPUÉS DE CASI 20 HORAS DE VIAJE Y UNA ESCALA EN MADRID, POR FIN ATERRICÉ EN ESTOCOLMO. LA CIUDAD ME RECIBE CON CLIMA PERFECTO, AFUERA DEL AEROPUERTO ESTÁ SOLEADO Y CÁLIDO. VINE HASTA AQUÍ PARA CONOCER LOS NUEVOS LANZAMIENTOS Y VISITAR LOS HEADQUARTES DE ORIFLAME, UNA MARCA QUE SIGUE LA FILOSOFÍA SUECA DE LA DEMOCRATIZACIÓN, PERO PARA EL CUIDADO DE LA PIEL.

Al llegar a mi hotel, ubicado en una de las zonas más bonitas de la ciudad, lo primero que vi en la mesita de mi habitación fueron cuatro productos hidratantes de Oriflame. Era justo lo que necesitaba para revivir mi piel después del vuelo y el *jet lag*. Tenía solo hora y media para estar lista para el primer evento del viaje.

El *dress code* para la primera noche decía *"Who's that Diva?"* y los colores eran negro y dorado, así que me alisté muy rápido para bajar al bar del hotel en punto de las seis para conocer a todas las invitadas. El Gold Bar del Hotel Nobis era todo un espectáculo: paredes y techo de espejos, una barra que parecía de oro y mujeres de todo el mundo vestidas para impresionar. Este es el lugar donde se tomaron las fotos de la campaña de su nueva fragancia, el lanzamiento que estamos a punto de conocer.

Después de romper el hielo con unos *drinks*, nos movimos al segundo destino de la noche. Caminamos por las callecitas de Norrmalmstorg que, aunque era miércoles, estaban llenas de vida con gente disfrutando los últimos días del verano. Nos tomó menos de diez minutos llegar a la entrada de lo que alguna vez fue una iglesia y que ahora alberga Soho House. Subimos las escaleras hasta el antiguo coro, donde nos recibieron con cócteles. No pasó mucho tiempo antes de que nos pidieran bajar a una especie de sótano, donde se encontraba el restaurante para la cena. Ya sentadas en nuestros lugares, por fin llegó el momento más esperado de la noche: la presentación oficial de *Divine Dark Velvet*. Al fin conocimos el nombre de su nuevo perfume y de pronto todo el ambiente cobró sentido. La botella, alargada y con un acabado que evoca el terciopelo coronado con tapa dorada, encierra notas cálidas y profundas que se sienten elegantes y misteriosas, una fragancia hecha para la noche, para llenarte de confianza y sacar a relucir a tu diva interior. Entre risas y pláticas en diferentes idiomas, la velada transcurrió hasta que llegó la hora de volver al hotel.

Tras un viaje tan largo, dormir no fue un problema. Y qué paz, porque el segundo día empezó muy temprano. A las 8:45 de la mañana ya estaba en el lobby, lista para dirigirnos a los *HQ* de Oriflame. Me subí a una van con mis nuevas amigas de México, Ecuador, Colombia y Portugal, y al cabo de media hora llegamos. Al entrar a las oficinas, nos encontramos con *stands* llenos de productos organizados por categorías: skincare, maquillaje, fragancias, suplementos, ¡podíamos probarlos todos! Después pasamos a una sala de conferencias donde Anna Malmhake, la CEO, nos dio la bienvenida.

Al terminar, nos dividieron en tres grupos para las actividades; a nosotras nos tocó empezar con un panel con dos científicas que hablaron sobre el compromiso de la marca con el desarrollo de productos basados en ciencia, especialmente con NovAge+, una línea de alta gama pero a un precio accesible. La siguiente actividad era la más emocionante, visitar el lugar donde la magia sucede. Nos pidieron ponernos una bata y entramos al laboratorio. Primero creamos un suero con péptidos, nos proporcionaron las materias primas e instrumentos necesarios y elegimos la fragancia que más nos gustara. El recorrido siguió hacia otra área en la que nos explicaron cómo prueban los compuestos, ingredientes y fórmulas. Hicieron una demostración para enseñarnos cómo comprueban si un ingrediente es antioxidante y nos llevaron a un área donde conservan réplicas de células humanas que utilizan para realizar pruebas reales. Oriflame es una marca comprometida con el medio ambiente, utiliza ingredientes naturales y por supuesto, no realiza pruebas en animales. Al salir del laboratorio, nos hicieron un análisis facial y nos entregaron los productos ideales para nuestras necesidades. Una vez que todos los grupos habían terminado sus actividades, nos reunimos a tomar un lunch en el comedor.

Aproveché las dos horas libres para recorrer un poco más de Estocolmo, y casi sin darme cuenta, ya eran las 4:30 de la tarde. Apenas tuve media hora para correr de regreso al hotel y alistarme, porque a las 5:00 en punto saldríamos rumbo a la bahía de Nybroviken. Vestidas en tonos pasteles, perfectos para el verano escandinavo, nos esperaba un yate que nos llevaría al escenario de nuestra cena de despedida. El trayecto de poco más de una hora coincidió con el atardecer, y mientras el mar se pintaba de dorado, la temperatura descendía suavemente. Al llegar, unas escaleras nos condujeron a Artipelag, un museo de arte en pleno archipiélago. Tras un cóctel de bienvenida, pasamos al salón donde, junto a ventanales con vista al bosque, nos esperaban largas mesas adornadas con flores y velas para cerrar el viaje con un brindis y una cena deliciosa.

FOTO: CORTESÍA DE ORIFLAME.

Patrick Ta: De ser el *makeup artist* favorito de Gigi Hadid a crear su propio imperio de belleza

por VALERIA BAQUEIRO

Como vietnamita-americano, Patrick se enfrentó a la falta de representación en la industria desde muy joven; esto, en lugar de limitarlo, fue el impulso que necesitaba para encontrar su voz y abrir su propio camino.

ELLE MÉXICO
Tu historia es inspiradora para las comunidades asiático-americana y LGBTQ+. ¿Cómo se siente ser una figura influyente siendo tan joven?

PATRICK TA:
Es increíblemente halagador. Al crecer, no veía personas como yo o que compartieran mi experiencia siendo representadas en el mundo de la belleza, así que cuando lancé mi marca quise cambiar eso. Si mi camino ayuda a que una sola persona se sienta vista, inspirada o animada a perseguir sus sueños, entonces eso significa todo para mí.

ELLE MÉXICO:
¿Cuál es el mayor desafío al que te has enfrentado en tu carrera?

PATRICK TA:
Al principio, fue reunir el valor para dar el primer paso. No seguí el camino tradicional ni tuve una formación formal, y muy seguido me cuestionaba si merecía estar en ciertos espacios. Con el tiempo, encontré mi voz a través de mi trabajo y aprendí a confiar en mis instintos. Lograr esto realmente ayudó a formar el artista y empresario que soy hoy.

ELLE MÉXICO:
¿Hay algún look que hayas creado con el que sigas obsesionado?

PATRICK TA:
Gigi en el Festival de Cannes 2023. Fue mi primera vez haciendo glam en Cannes. Su look fue la definición de *glowing goddess:* bronceada, esculpida y luminosa, pero sin esfuerzo. La idea era dejar que su belleza natural brillara, y el resultado fue la máxima expresión de mi estética: piel dimensional, contornos suaves, calidez en los lugares correctos y un acabado radiante.

ELLE MÉXICO:
¿Cuál recuerdas como tu primer momento viral en redes sociales?

PATRICK TA:
¡Mi técnica de layering de blush realmente explotó! Consiste en aplicar el rubor en crema sobre el rubor en polvo para lograr un acabado de "piel real" y pocas personas habían pensado en hacerlo de esta manera, así que llamó mucho la atención e hizo que mucha gente quisiera probar.

FOTOS: CORTESÍA PATRICK TA.

#hairexpert

@FRANCISCOIGLESIASSALON

FRANCISCO IGLESIAS

EXPERTO EN PELO Y MAKEUP

Desde pequeño supo que quería dedicarse a la belleza después de pasar horas en el salón con su mamá. Ahora, con 47 años de experiencia, sabe que la belleza está en entender la individualidad de cada tipo de pelo y rostro, y que un buen corte o peinado tienen el poder de transformarte.

RUTINA

1.LE VA BIEN A TODAS Los peinados con movimiento son más favorecedores porque refrescan las facciones. Un buen marco con volumen y el pelo "ordenadamente desordenado" es la fórmula ganadora: cabelleras con movimiento, despegadas de las mejillas y con altura en la coronilla que alargan el cuello y favorecen cualquier look. **2.HERRAMIENTAS QUE IMPORTAN** El cuidado también está en lo que usamos todos los días. El cepillo correcto pule la cutícula y distribuye aceites naturales desde la raíz hasta las puntas. Complementa tu rutina con un exfoliante capilar una vez a la semana para liberar los poros, oxigenar el cuero cabelludo y estimular el crecimiento. **3.CUIDADOS DE INVIERNO** En temperaturas muy bajas, refuerza tu rutina con hidratación extra. Un tip sencillo es dejar aplicado el acondicionador como capa protectora o saturar el pelo con un acondicionador *leave-in* y enjuagarlo al volver a casa. Para protección extra, utiliza un gorro de punto que lo resguarde de la sequedad del clima y del *frizz*. **4.NUNCA, NUNCA** ¡Te duermas con el pelo mojado! Hacerlo altera la microbiota del cuero cabelludo, debilita la fibra y promueve la irritación. Invierte en una secadora de calidad que controle la temperatura y siempre aplica protector térmico antes de usar calor. **5.LO MÁS HOT** Los cortes medianos con capas largas, bobs con textura, *shags* modernos y *pixies*, son estilos que reinarán esta temporada. En color, castaños profundos, chocolates cálidos y rubios sofisticados al estilo Carolyn Bessette, o técnicas como el *caramel balayage*.

1. Tijera Essencial Pro Corte 5.5", **KOKORO,** $890, kokoro.mx. **2.** Cepillo, $1,550 y Exfoliante Capilar, $550, **FRANCISCO IGLESIAS,** Monte Athos 189, Lomas de Chapultepec. **3.** Gorro de punto en Mohair, **BRUNELLO CUCINELLI,** $12,024, mytheresa.com. **4.** Secadora Dyson Supersonic R Professional, **DYSON,** $14,000, dyson.com.mx.

RETRATO: CORTESÍA DE FRANCISCO IGLESIAS / PRODUCTOS: KOKORO.MX; CORTESÍA FRANCISCO IGLESIAS; MYTHERESA.COM; DYSON.COM.MX.

Una escultura en tu tocador

EL ENCANTO VENECIANO HECHO FRAGANCIA

La primera colección de fragancias de Bottega Veneta bien podría exhibirse en un pedestal como una auténtica obra de arte. Cada botella, inspirada en la tradicional técnica de vidrio soplado de Murano, es como una pequeña escultura sobre una base de mármol Verde Saint Denis, el mismo que distingue el diseño de las boutiques de la firma. La línea tiene cinco aromas que te transportan a diferentes rincones del mundo, del Mediterráneo a España, o de Guatemala a Brasil. Una pieza de lujo que captura la esencia de Venecia y que promete convertirse en el nuevo tesoro de tu tocador.

#¿DŌONDE?
Colpo di Sole, BOTTEGA VENETA,
El Palacio de Hierro Polanco.*

FOTO: ALONSO DÍAZ. / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

LOS FAVS DE LAS *pop girlies*

El LiquiLust Legendary Wear en el tono Elson 4 de Pat McGrath Labs está agotado desde que supimos que es el lipstick rojo que usa Taylor Swift, pero la nueva generación de estrellas del pop también tiene una lista de productos en los que confían y que nos urge probar y añadir a nuestra colección de belleza.

VOLUMEN, BRILLO Y *BLUSH*

SABRINA CARPENTER

La maquillista de Sabrina reveló que para lograr ese súper *glow* en los pómulos aplica el bálsamo de Aquaphor sobre el iluminador. En sus mejillas rosas y jugosas, utiliza una combinación de los tonos 53 y 62 de las tintas de Armani. Y para que su pelo tenga un volumen espectacular y sus ondas se mantengan intactas su *hairstylist* usa un spray de Redken.

1. Aquaphor Healing Balm Stick, **EUCERIN,** $243, mx.iherb.com. **2.** Volume Maximizer, **REDKEN,** $840, sephora.com.mx. **3.** Luminous Silk Cheek Tint, **GIORGIO ARMANI,** $1,100, elpalaciodehierro.com.

BRONZED GODDESS

TATE MCRAE

Esta paleta de sombras con tonos tierra y *glitter* es su favorita para sus looks de día a día. ¿Sus pecas? Tate usa esta pluma para lograrlas. Primero, dibuja puntitos en su dedo índice y a toquecitos, las pone desde la nariz hacia el pómulo. El *bronzer* de Charlotte Tilbury es su preferido para definir el rostro, levantar la nariz y lograr ese look bronceado perfecto.

1. Spice Mini Eyeshadow Palette, **ANASTASIA BEVERLY HILLS,** $900, Liverpool. **2.** Freckle Pen, **COLOUR POP,** $170, colourpop.com. **3.** Airbrush Bronzer, **CHARLOTTE TILBURY,** $1,390, El Palacio de Hierro Polanco.

BELLEZA NATURAL

GRACIE ABRAMS

En varias ocasiones, la cantante ha dicho que le encanta la bruma de Caudalíe para preparar su piel. ¿Sabías que ella misma se maquilla para sus shows? Su tez natural y saludable es gracias a esta tinta hidratante de Hourglass. Y si te preguntabas a qué huele Gracie Abrams, es una combinación de estas dos fragancias: primero aplica Sex Musk y encima, Another 33.

1. Beauty Elixir, **CAUDALIE,** $450, mx.caudalie.com. **2.** Veil Hydrating Skin Tint, **HOURGLASS,**$1,100, hourglasscosmetics.com. **3.** Another 13, **LE LABO,** $7,000, lelabofragrances.com.mx / Sex Musk, **CYKLAR,** No se vende en México.

FOTOS: SHUTTERSTOCK Y GETTY IMAGES / PRODUCTOS: AMAZON.COM.MX; REDKEN.COM.MX; ARMANIBEAUTY.COM; LIVERPOOL.COM.MX; AMAZON.COM.MX; PALACIODEHIERRO.COM.MX; MX. CAUDALIE.COM; HOURGLASSCOSMETICS.COM; EL PALACIODEHIERRO.COM; CYKLAR.COM.

Censo Económico 2019, INEGI

¿Sabes cuántas empresas hay detrás de esta tarde de series?
LAS EMPRESAS GENERAN
8 DE CADA 10 EMPLEOS
¡Escanéame!
Voz de las Empresas
Consejo de la Comunicación

BEAUTY OBSESSIONS *(del momento)*

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

#ellepick

BRILLO MÁXIMO

Los dúos de blush en crema y polvo de Patrick Ta son virales por una razón, ¡son perfectos! Puedes usarlos por separado o con la inesperada técnica de Patrick: crema sobre polvo para un resultado dimensional y luminoso que parece tu propia piel y dura todo el día.

Major Headlines Double-Take Crème & Powder Blush Duo, **PATRICK TA,** $995, sephora.com.mx.

SÚPER PODEROSAS

Este tratamiento de siete días tiene micronutrientes ultra concentrados que nutren, restauran y mejoran la apariencia de la piel en una semana. ¡Comprobado!

Ampolletas Nutri Restore, **BABOR,** $1,045, El Palacio de Hierro Polanco.

ACABADO NATURAL

Lo que más me gusta de los nuevos *sticks* de Dior es que reaccionan con el pH y se adaptan a tu tono de piel. Además, su textura se funde como mantequilla y deja un acabado luminoso y saludable.

Dior Backstage Rosy Glow Stick, **DIOR,** $1,070, dior.com.

PARA UN PELAZO

Este shampoo está hecho de ingredientes naturales y es una delicia para el pelo. No solo huele súper rico, la manzanilla y el aceite de argán lo nutren y lo dejan brilloso y suavecito.

Shampoo de sandía, manzanilla y argán, **MAJUL,** $95, majul.com.mx.

FOTO: ALONSO DÍAZ.

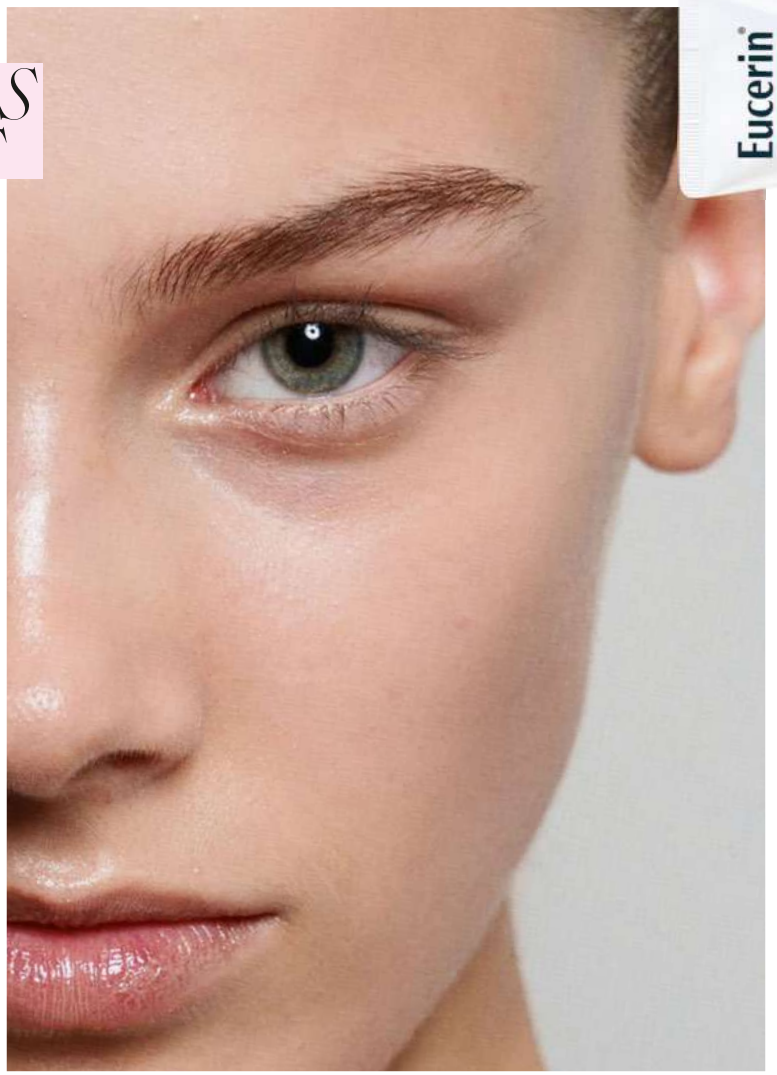
Fuertes y bonitas

HABLAMOS DE LAS *NAKED LASHES* COMO EL LOOK DEL MOMENTO Y TE DECIMOS CÓMO LOGRAR QUE ESTÉN SANAS, LARGAS Y BRILLANTES. APRENDE A LLEVARLAS SOLAS O CON UN TOQUE LIGERO DE TRATAMIENTO.

WINK

#LARGAS Y SANAS

EL EQUIPO *ELLE* AMA EL *LOOK* NATURAL Y ESTOS SON SUS PRODUCTOS FAVORITOS PARA DAR EFECTO "WOW" SIN NECESIDAD DE MAQUILLAJE.



REPARADORA

"Para pestañas que tienden a quebrarse, esta pomada es la salvación. Les da un ligero brillo y las deja flexibles y fuertes".
DANIELA FONSECA, EDITORA DE ARTE
1. Pomada Reparadora Aquaphor, **EUCERIN,** $340, walmart.com.mx.

SUAVE PERO PODEROSO

"Unas gotitas bastan para dar brillo, suavidad y además las hace crecer. Es un básico natural que no me falla".
CAROLINA ALVAREZ, EDITORA ADJUNTA
2. Aceite de Almendra Dulce 100% Puro, **SILK ELEMENTS,** $154, sallymexico.com.

A TODOS LADOS

"Lo aplico como un suero ligero que fortalece y alarga. No deja residuos y me gusta que lo puedo llevar en mi cosmetiquera sin ocupar espacio".
BERENICE BUENDÍA, COORDINADORA DE MODA
3. Tratamiento Crystal Protein Gel, **PROSA,** $50, prosanatural.com.

LOOK FRESH

"Cuando no quiero usar maquillaje, este suero es perfecto: deja las pestañas largas y definidas. Ideal para días de cara lavada con un toque de *glow*".
CARLA FORTES, COMMUNITY MANAGER
4. Suero para Pestañas y Cejas con Péptidos, **THE ORDINARY,** $365, El Palacio de Hierro.

1.

2.

3.

4.

#ELLECONSEJO

Tus pestañas también necesitan descanso. Evita rizarlas de más, desmaquíllate con suavidad haciendo movimientos descendentes y aplica un suero nutritivo antes de dormir para reforzarlas.

TU RUTINA DE SKINCARE TAMBIÉN APLICA PARA TUS PESTAÑAS. ¡CONSIÉNTELAS IGUAL QUE A TU PIEL!

RETRATO: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / PRODUCTOS: WALMART.COM.MX; SALLYMEXICO.COM; SEPHORA.COM.MX.

Sports Illustrated™ MÉXICO

LA CARRERA

BEST OF THE BEST

SI CREÍSTE EN TU EX, PUEDES CREER EN TI

DESCUBRE MÁS EN:

En alianza con: asdeporte®

30•11•25

ELLE

ESTILO

ENTRE LAGOS, RÍOS Y MONTAÑAS (P. 138)

142. EXPERIMENTA LA CULTURA DE OTRA CIUDAD COMO LOCAL

144. LITERALMENTE, UN RESTAURANTE SIN DESPERDICIO

FOTO: CORTESÍA BADRUTT'S PALACE.

AGENDA ELLE

arte y cultura

DONDE:
LagoAlgo
CUÁNDO:
5 de octubre
+INFO:
www.lago-algo.mx

SUEÑO PERRO
A 25 AÑOS DEL ESTRENO DE AMORES PERROS DE ALEJANDRO G. IÑÁRRITU, LA MUESTRA *SUEÑO PERRO, INSTALACIÓN CELULOIDE* SE PRESENTA ALREDEDOR DEL MUNDO, Y A PARTIR DE ESTE MES LLEGA A MÉXICO. LAGO ALGO PRESENTA ESTA EXPERIENCIA INMERSIVA CON MATERIAL NUNCA ANTES VISTO DE LA PELÍCULA. UN RECORRIDO POR UN LABERINTO ILUMINADO CON PROYECTORES DE 35 MM, PODREMOS SUMERGIRNOS EN UN UNIVERSO DE IMÁGENES Y SONIDOS QUE EXPLORAN EL AMOR, LA TRAICIÓN Y LA VIOLENCIA. LA FUERZA DEL CINE ANALÓGICO Y SU CAPACIDAD QUE NOS SIGUE IMPACTANDO PROFUNDAMENTE EN PLENA ERA DIGITAL.

FOTOS: CORTESÍA LAGO ALGO.

Entretenimiento

VUELVE YORGOS LANTHIMOS

EN UN MUNDO DONDE LAS CONSPIRACIONES PARECEN MÁS REALES QUE NUNCA, *BUGONIA* RETRATA LA HISTORIA DE UN SECUESTRO DONDE LA VERDAD Y LA PARANOIA SE ENTRELAZAN. DIRIGIDA POR YORGOS LANTHIMOS Y PROTAGONIZADA POR EMMA STONE Y JESSE PLEMONS, SE MEZCLAN EL HUMOR NEGRO, EL SUSPENSO Y UNA REFLEXIÓN SOBRE NUESTRA SOCIEDAD. LA PELÍCULA SE ESTRENARÁ EN EL FICM DE ESTE AÑO.

DÓNDE: Cines
CUÁNDO: 13 de Noviembre

CARTELERA, *#FICM2025*

EL AGENTE SECRETO KLEBER MENDONÇA FILHO (BRASIL)
COBRE NICOLÁS PEREDA (MÉXICO)
IT WAS JUST AN ACCIDENT JAFAR PANAHI (IRÁN)
EL GUARDÍAN NURIA IBÁÑEZ (MÉXICO)
ALPHA JULIA DUCOURNAU (FRANCIA)
OLMO FERNANDO EIMBCKE (MÉXICO)
EL DIABLO FUMA ERNESTO MARTÍNEZ BUCIO (MÉXICO)

FESTIVAL DE CINE DE MORELIA

El Festival Internacional de Cine de Morelia se presenta este año con 102 películas, en competencua y estrenos internacionales. El festival apuesta por el cine mexicano emergente, ofreciendo proyecciones, talleres y encuentros únicos. Esta edición promete ser imperdible.

DÓNDE: Morelia, Michoacá
CUÁNDO: 10-19 de Octubre

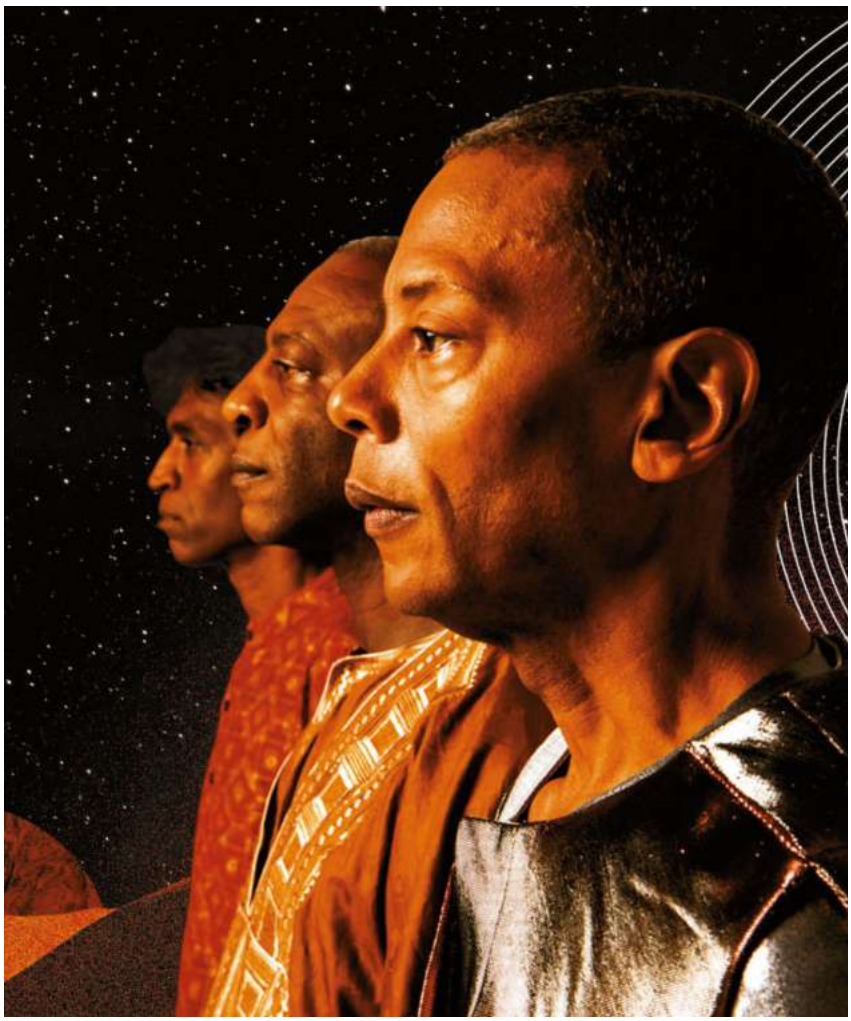
THE SMASHING MACHINE

The Smashing Machine retrata la historia de Mark Kerr, un luchador de MMA que también lucha contra sus propios demonios. Dirigida por Benny Safdie y protagonizada por Dwayne Johnson y Emily Blunt, conquistó al público en Venecia con una ovación de 15 minutos.

DÓNDE: Cines
CUÁNDO: 9 de Octubre

FOTOS: CORTESÍA UNIVERSAL / MORELIAFILMFEST.COM / CORTESÍA A24.

AGENDA ELLE *book club + playlist*

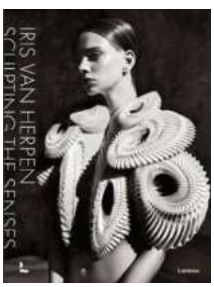


festival

DÓNDE: Museo Anahuacalli y otras sedes por anunciar en mutek.org
CUÁNDO: Del 9 al 12 de octubre.

MUTEK

ESTE OCTUBRE, MUTEK LLEGA NUEVAMENTE A LA CIUDAD DE MÉXICO CON ARTISTAS QUE HAN IMPACTADO LA ESCENA EXPERIMENTAL Y ELECTRÓNICA A NIVEL MUNDIAL. LA EDICIÓN DE ESTE AÑO PRESENTA A TOMORROW COMES THE HARVEST, AUTECHRE Y CIRCLE OF LIFE. CADA ACTO SERÁ UN ESTRENO, UNA COLABORACIÓN INÉDITA O UN PERFORMANCE COMISIONADO POR MUTEK. MX.



book club

IRIS VAN HERPEN:
SCULPTING THE SENSES
Este libro es un tributo a la diseñadora que borra los límites de la escultura y la moda. Acompaña su retrospectiva en el Musée des Arts Décoratifs de París donde se expusieron más de 100 diseños.

concierto

RUSOWSKY LATAM TOUR
DÓNDE: Pepsi Center
CUÁNDO: 11 de octubre

#PLAYDAISY

1. MWUAH :3 RUSOWSKY, DINAMARCA
2.SOPHIA RUSOWSKY
3. BRUJITA RUSOWSKY, SARAMALACARA
4. ALTAGAMA RUSOWSKY
5. NEO ROMEO RUSOWSKY, LATIN MAFIA
6. DOLORES RUSOWSKY, RALPHIE CHOO
7. HEAVENLY JUDELINE, RUSOWSKY

FOTOS: CORTEESÍA MUTEK / CORTESÍA IG @_RUSOWSKY / CORTESÍA LANNOO.

Cada **decisión** tiene
una **historia,** **consecuencias**
y más de una versión.

CONDUCE:

MARIEL IBARRA

EDITORA DE
EXPANSIÓN POLÍTICA

NUEVA TEMPORADA

EXPANSIÓN POLÍTICA

Y OTROS DATOS

LA VIDA PÚBLICA EXPLICADA

DANOS PLAY EN: Spotify Apple Podcasts amazon music

SONORO

DEL LUJO URBANO DE ZÜRICH AL NATURAL DE ST. MORITZ

por LILIANA LÓPEZ SORZANO

SUIZA

ZÚRICH Y ST. MORITZ SON LA DUPLA IDEAL PARA UNA ESTADÍA MEMORABLE. LA PRIMERA, UNA PEQUEÑA GRAN CIUDAD, LA MÁS COSMOPOLITA Y EL CENTRO FINANCIERO DE SUIZA, QUE ATRAE POR SU ELEGANCIA SIN GRITOS, SU LIMPIEZA Y BELLEZA ENTRAÑABLE DE CALLECITAS EMPEDRADAS. EL AGUA SIEMPRE ESTÁ PRESENTE, YA SEA POR EL RÍO LIMMAT QUE LA ATRAVIESA O EL HORIZONTE DE MONTAÑAS Y EL LAGO COMO TELÓN DE FONDO. LA SEGUNDA ES UNO DE LOS DESTINOS NATURALES MÁS GLAMOROSOS DE LOS ALPES SUIZOS, DONDE LAS ESTACIONES DE VERANO E INVIERNO FASCINAN CON SUS PARTICULARES ENCANTOS.

FOTO: ANDREA FURGER. CORTESÍA BADRUTT'S PALACE HOTEL.

01. ZŪRICH

DŌNDE QUEDARTE

DŌNDE QUEDARTE

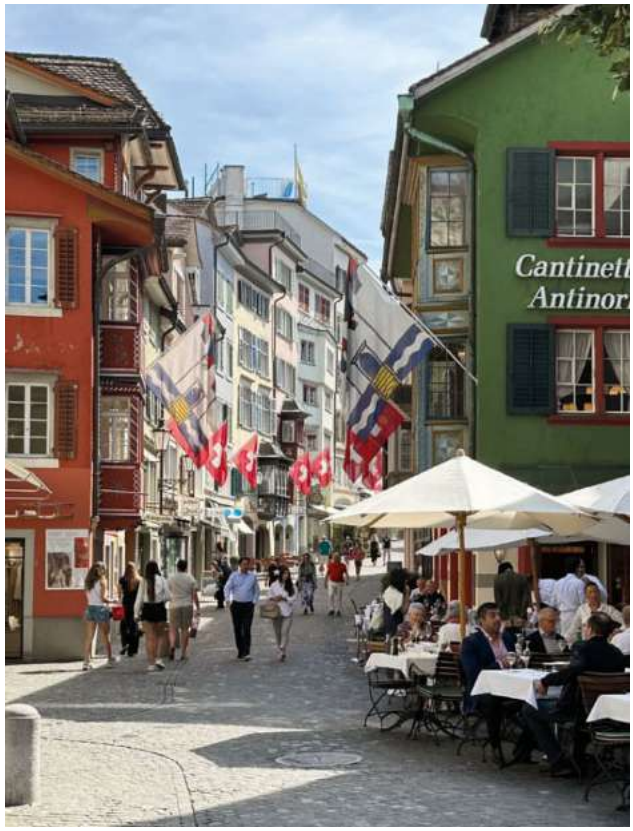
El clásico, pero siempre renovado Baur au Lac es uno de esos hoteles de lujo atemporal donde todo se siente en su lugar. Este edificio histórico y espléndido ha estado bajo la gestión de una misma familia desde 1844, manteniendo un aire especial y particular gracias a la mirada detallada de sus dueños, lejos de la influencia corporativa. Su restaurante Marguita, de cocina mediterránea, es una de las terrazas preferidas por los locales, no solo por su comida y su ambiente, también por la vista al hermoso jardín con árboles milenarios y el lago como fondo de pantalla, algo único para un hotel en la ciudad. No muy lejos de ahí se encuentra una de las aperturas hoteleras de lujo más recientes: el Mandarin Oriental Savoy, ubicado en Paradeplatz, el corazón financiero de la ciudad donde todos los bancos tienen sus oficinas. Su restaurante Savoy Terrasse es ideal para probar uno de los platos típicos de la ciudad: el Zürcher Geschnelzeltes (ternera picada en una salsa de hongos con crema), acompañado de rösti (papa rallada y dorada). Cuenta con apenas 80 habitaciones, de las cuales la mitad son suites. La Münsterhof, situada en uno de los edificios de conservación arquitectónica, ofrece una vista sobre las dos iglesias icónicas de la ciudad, la Grossmünster y la Fraumünster. Esta última es una parada obligada para apreciar los coloridos vitrales hechos por Marc Chagall, quien los elaboró al final de su carrera, cuando tenía 80 años.

ARTE Y ARQUITECTURA

Dos visitas imprescindibles para la inspiración estética, visual y emocional son el museo Kunsthaus Zürich, el más importante del país y uno de los más completos de Europa, y la Biblioteca de la Universidad de Zúrich. Esta fue diseñada por el arquitecto español Santiago Calatrava, conocido por evocar esqueletos en sus construcciones. El museo, un referente cultural en la ciudad, cuenta con un nuevo edificio diseñado por la oficina de arquitectura David Chipperfield, donde se despliegan cuatro grandes colecciones privadas adquiridas por el museo. La intención de esta ampliación fue darle más cabida al arte contemporáneo, con instalaciones oníricas como las de la videoartista suiza Pipilotti Rist o las generadas por IA por Refik Anadol. En el edificio antiguo, no hay que dejar de visitar la sala dedicada al artista Giacometti.

CULTURA, ARTE Y NATURALEZA EN UN SOLO LUGAR

FOTOS: CORTESÍA KUNSTHAUS ZÜRICH / CORTESÍA BAUR AU LAC.



02. LOS ANTOJOS
COMIDA Y *SHOPPING*

APETITO

Más allá de los clásicos de la cocina suiza, como la fondue o la raclette, que se aconseja consumir solo en los meses de invierno, no hay que irse de Zúrich sin probar un *bratwurst*, salchicha de ternera que sirven con mostaza, y un burli, un pan de masa madre, en un lugar de tradición como el Sternen Grill. Pero, si hablamos de la escena actual de restaurantes, hay una cocinera catalana de padres marroquíes que destaca por sus conceptos inéditos. Zineb "Zizzi" Hattab es ingeniera de formación, pero un día cambió su rumbo por la gastronomía. Se entrenó en las mejores cocinas del mundo para volver a Zúrich y llenar un hueco en el mercado: el de la alta cocina vegana. Así nació Kle, un restaurante que solo abre de noche para servir un menú degustación basado en plantas, donde hasta el más amante de las proteínas animales no las extrañará, gracias al talento y creatividad para potenciar los sabores del producto de temporada a través de texturas y combinaciones inesperadas. De hecho, la mayoría de sus clientes no siguen ninguna dieta porque, así como se antoja un día sushi, otro día es la comida potente del mundo vegetal. Dar, su concepto más casual, se inspira en sus raíces y viajes por el mundo, y el brunch del domingo es de los más solicitados de la ciudad. En el mismo barrio, en una esquina está Cor, un bar de vinos íntimo donde se sirven tapas veganas y se privilegian las bodegas que trabajan con mínima intervención.

LAS COMPRAS

Las marcas de lujo se despliegan sobre la Bahnhofstrasse, una de las calles comerciales más famosas por sus boutiques de moda, joyería y relojería, sin olvidar las chocolaterías suizas, entre ellas una tradicional como Sprüngli. Esta, además de sus chocolates, es famosa por los Luxemburgerli, un macarron suizo que no tiene nada que envidiarle a los franceses. Pero, para llevarse souvenirs únicos, hay que buscar las marcas locales de la ciudad, como Freitag, una compañía de bolsos y accesorios divertidos hechos con la lona de PVC con la que se forran los camiones y que se ha vuelto un sello distintivo de Zúrich.

FOTOS: ERNA DRION. CORTESÍA KLE / CORTESÍA FREITAG.

03. ST. MORITZ
Y EL PALACIO

El nombre de St. Moritz siempre ha estado ligado a la sofisticación. Para empezar, es el único lugar de los Alpes suizos, italianos y franceses que cuenta con un aeropuerto privado. Para los demás, no hay que perderse el viaje en tren, ya que el impactante trayecto por los paisajes de Albula y Bernina es Patrimonio de la UNESCO. Este pueblito que parece de fábula, con un lago de un verde profundo que contrasta con sus montañas, es conocido por ser un destino jet set, por su calle principal llena de boutiques de lujo, por sus pistas de esquí y por sus exclusivos eventos, como el polo sobre el lago congelado o la carrera de autos sobre la nieve. Sin embargo, la temporada de verano regala caminatas hermosas, paseos en bicicleta alrededor del lago y una temperatura ideal para disfrutar de un paisaje extraordinario que solo hay que contemplar. El Badrutt's Palace es un icónico hotel que es un destino en sí mismo. Resalta no solo por su construcción, sino porque encarna el lujo como un sentimiento. Desde que se cruza la entrada, hay un trabajo de seducción para los cinco sentidos. Encontrar tradición e innovación en lugares con tanta historia no es evidente, pero detalles como una arpista que ameniza diariamente el desayuno —servido en un salón esplendoroso con candelabros— y por la noche, encontrarse con el DJ del Berghain (uno de los clubs más relevantes en la escena electrónica de Berlín) pinchando en el King's Club, la discoteca del hotel, son claves para entender el tipo de hospitalidad que ofrece.

FOTOS: CORTESÍA BADRUTT'S PALACE HOTEL. FOTO DEL RESTAURANTE ANDREA FURGER.

LAS INDULGENCIAS

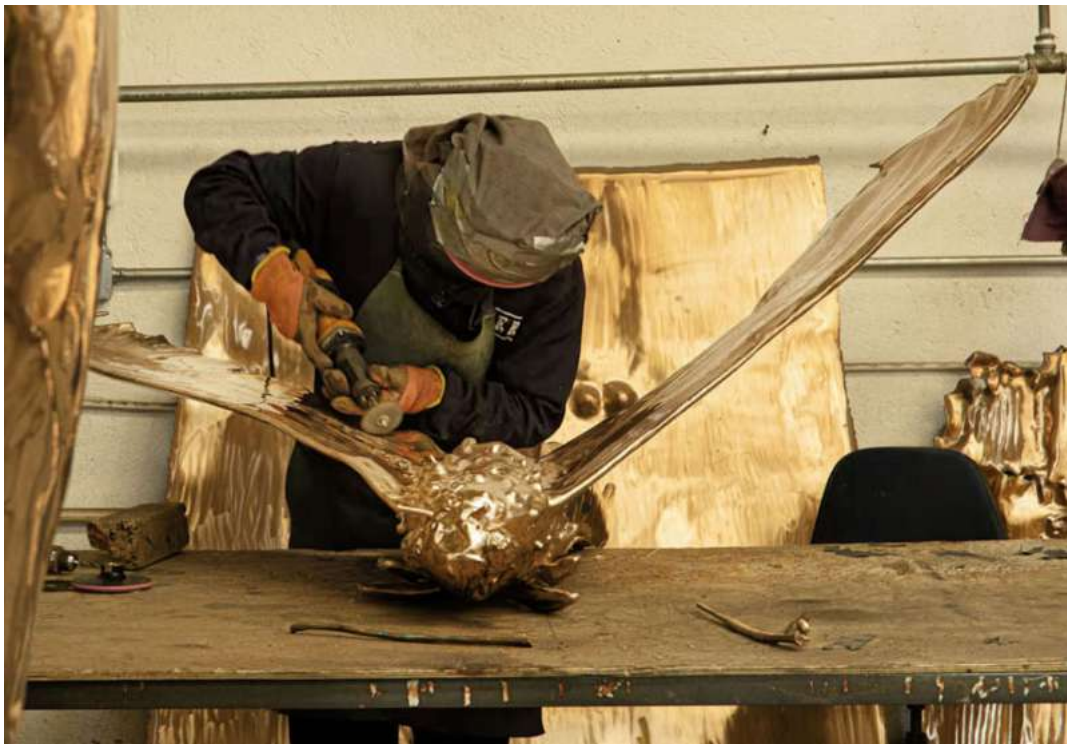
No hay otro hotel en la región que preste tanta atención a su oferta gastronómica con once conceptos distintos y variados, que incluyen alta cocina, comida japonesa e india. A esto se suman, en la temporada de invierno, los *pop-ups,* en las que es posible encontrar a Joan Roca, de El Celler de Can Roca, o a Santiago Lastra, de Kol, preparando un menú especial. En la montaña se encuentra Paradiso, al que hay que acceder con los *lifts* para disfrutar de las vistas que quitan el aliento por segundos. Aquí se descorchan borgoñas blancos y champañas sin control, se sirven cócteles de autor y se disfrutan especialidades del valle de Engadina, como su charcutería y quesos. En invierno, la hora del *après-ski* se enciende con los beats de los DJs, mientras otros prefieren terminar en la alberca gigante con circuito de hidroterapia o en la piscina interior, donde hay una zona para clavados.

COMIDA DE AUTOR, VISTAS ÉPICAS Y DJS

VIAJA COMO LOCAL

por JORDI LINARES RIVAS

CADA QUE VIAJO ME IMAGINO CÓMO SERÍA MI VIDA EN LA CIUDAD QUE VISITO Y ME EMOCIONO CONSTRUYENDO MIS DÍAS FICTICIOS. BUSCO EL CONSEJO DE LOCALES Y AMIGOS DE AMIGOS QUE VIVEN AHÍ PARA CONOCER UNA VERSIÓN MÁS HONESTA Y MENOS TURÍSTICA DE LOS DESTINOS. EN MÁS DE UN SENTIDO, AIRBNB CONVIRTIÓ EL PLAN DE VIAJAR COMO LOCAL EN UNA EXPERIENCIA INMERSIVA, AL PERMITIR UN HOSPEDAJE EN CASA QUE TE ACERCA MÁS A LA CIUDAD VISITADA. AHORA, TAMBIÉN A TRAVÉS DE SUS EXPERIENCIAS, OFRECE LA OPORTUNIDAD DE VIVIR MOMENTOS MÁS AUTÉNTICOS.



De acuerdo con una encuesta realizada por Airbnb, más del 70% de los viajeros reserva una experiencia como parte esencial de su viaje.

Casi el 85% de las personas que viajan han elegido un destino motivados por vivir una actividad específica.

Las experiencias Airbnb son actividades que, más allá de un atractivo turístico, tienen el objetivo de que quien las viva sienta una conexión real con el destino. Son guiadas por personas con un fuerte vínculo con cada una de las opciones, y hay para todos los gustos. Por ejemplo, en Ciudad de México, puedes tomar una clase de lucha libre con un luchador profesional; hacer una degustación histórica con un escritor culinario o hasta un tour de tacos en bicicleta. Cuando yo visité Medellín, aprendí a tejer bolsos ancestrales de la mano de una diseñadora de moda y también pinté mis propias postales guiado por una artista. Para aquellos que no se conforman y quieren algo verdaderamente especial, están también las Airbnb Originals, descritas como experiencias extraordinarias y exclusivas diseñadas por algunas de las personas más interesantes e influyentes. Entre las filas de los anfitriones de estas experiencias hay chefs, atletas olímpicos, artistas y celebridades. En México, se han aliado con Gabriela Cámara, chef de Contramar (sí, el favorito de Dua Lipa), para crear una experiencia llamada "El arte de la tostada" en la que la chef enseña a preparar sus famosas tostadas de atún e incluye hasta un paseo en bicitaxi para vivir la experiencia chilanga completa. La chef Elena Reygadas, poseedora de una estrella Michelin por Rosetta, lidera una experiencia con enfoque en un pilar de la cocina mexicana: ¡el pan dulce! Aquí aprenderás a hacer conchas y puerquitos. El rango en las experiencias va desde hacer tu propio pan hasta fundir una escultura junto a la artista y curadora Su Wu en el estudio del escultor Alma Allen en Tepoztlán. Por supuesto, las experiencias Airbnb no están limitadas a los turistas y también pueden ser reservadas por locales para redescubrir su propia ciudad con nuevos ojos.

FOTOS: CORTESÍA AIRBNB.

CERO *desperdicio*

EL ACTO DE COMER ES UNA NECESIDAD BÁSICA EN NUESTRAS VIDAS PERO TAMBIÉN ES UNA ACCIÓN A TRAVÉS DE LA CUAL CREAMOS HÁBITOS QUE SE CONVIERTEN EN CULTURA. HACERLO DE MODO CONSCIENTE REPRESENTA CUESTIONARNOS DE DÓNDE VIENEN NUESTROS ALIMENTOS Y A DÓNDE VAN NUESTRAS SOBRAS. PENSAR EN UNA FORMA DE CONSUMO *'ZERO WASTE'* NOS INVITA A REPLANTEAR NUESTRA RELACIÓN CON LOS INGREDIENTES Y VER EN ELLOS EL POTENCIAL DE APROVECHAMIENTO QUE NOS LLEVE A VIVIR LA SUSTENTABILIDAD DESDE NUESTRA MESA. EXISTEN PROPUESTAS GASTRONÓMICAS QUE HAN COMENZADO YA A INCORPORAR ESTO ENTRE LOS VALORES DE SU COCINA SIN SACRIFICAR LA CALIDAD Y EL RESULTADO DE SUS PLATILLOS.

por JORDI LINARES RIVAS

Trazabilidad

BALDÍO

Cuando Silo Londres, el primer restaurante cero desperdicio en el mundo, y Arca Tierra, el proyecto de agricultura regenerativa más reconocido en la escena gastronómica de la Ciudad de México, se unieron, nació Baldío. Un restaurante que además de erradicar el desperdicio, se basa en la circularidad y en la estacionalidad de sus ingredientes para su oferta culinaria. El objetivo de Lucio Usobiaga, fundador de Baldío, es invitar al comensal y a la industria a cuestionarse sobre nuevas posibilidades de habitar este planeta.

DÓNDE: Antonio Sola 26, Condesa, CDMX.

Creatividad

PIAZZA PASTICCIO

Para Matteo Zega, chef y cofundador de Piazza Pasticcio, el cambio de perspectiva hacia ser zero waste viene desde una planeación integral donde se hace un consumo responsable de los ingredientes. Aquí, se resignifican los sobrantes como excedentes en los cortes de la carne, el suero de los quesos que ellos mismos producen e incluso los huesos del pescado para dar lugar a nuevos platillos. Para Zega, el ciclo del cero desperdicio inicia desde la elección de proveedores con prácticas respetuosas y termina en el uso consciente de los ingredientes.

DÓNDE: Praga 33, Juárez, CMDX.

Cotidianidad

ALMA TIERRA Y ESPELTA

"Del rancho a tu mesa" es el slogan de este servicio de Alma Tierra que facilita el acceso a alimentos frescos y locales para todos: frutas, verduras, miel, huevos, lácteos y más. Solo debes hacer tu pedido en línea, se cosecha, se empaca bajo una filosofía libre de plásticos y llega hasta la puerta de tu casa (entregan los martes, miércoles, viernes y domingos). Además, recién abrieron su propio restaurante, Espelta, que se especializa en cocina vegetal con proteína consciente y un menú que cambia según las cosechas.

DÓNDE: Calle Gral. Antonio León 72, San Miguel Chapultepec I Secc, CMDX.

FOTOS: JORDI LINARES RIVAS, RICARDO RAMOS CORTESÍA, CORTESÍA ALMA TIERRA Y ESPELTA.

Descarga. Rueda. Comparte.

Descárgalo en el App Store

DISPONIBLE EN Google Play

ecobici.cdmx.gob.mx

MUÉVETE CON ECOBICI.

HSBC TE DA 15% DE DESCUENTO.

@ecobicicdmx

@ecobicicdmx

@ecobici

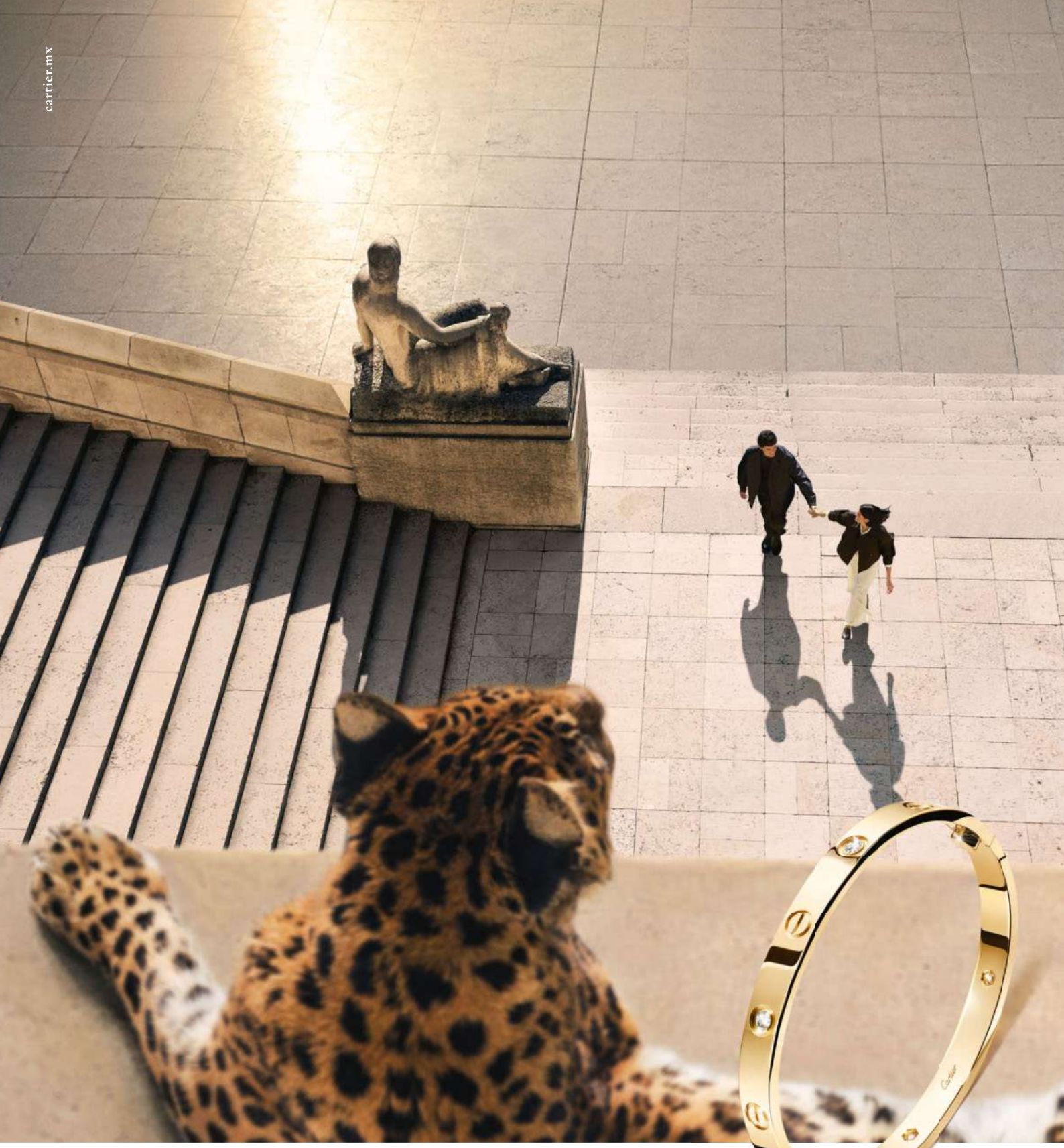
@ecobici

Patrocinado por

HSBC

GRUPO EXPANSIÓN MOBILITY

cartier.mx



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

Cartier