
ELLE MX
ELLE
100 AÑOS DEL LITTLE BLACK DRESS
OCTUBRE 2026
JUDELINE
ÍCONO DE UNA NUEVA ERA
MÉXICO $59.00
00291
7 503027 020554
Consíguelo en el App Store
DISPONIBLE EN Google Play

ELLE.MX

ELLE®

OCTUBRE 2026




Sixteen Stone by Tiffany
Un símbolo de las fuerzas protectoras del amor.
Con Amor, Desde 1837
TIFFANY&CO.
Tiffany.com.mx | © 2026 T&CO. Jean Schlumberger by Tiffany & Co.™


Con Amor, Desde 1837 TIFFANY&CO.
Tiffany.com.mx | © 2026 T&CO.


HardWear by Tiffany
Un símbolo de la fuerza del amor.


CHANEL
COCO
MADEMOISELLE
CHANEL
PARIS



EL NUEVO PERFUME

123300EL951048



REACH FOR THE CROWN

ROSA VÁSQUEZ ESPINOZA - LAUREADA DE LOS PREMIOS ROLEX 2026

PROTEGE LA BIODIVERSIDAD DE LA SELVA PERUANA GRACIAS A SU DEFENSA
DE LAS ABEJAS SIN AGUIJÓN AMAZÓNICAS POR MEDIO DE SANTUARIOS
A CARGO DE COMUNIDADES INDÍGENAS EN UN CORREDOR ECOLÓGICO CRÍTICO

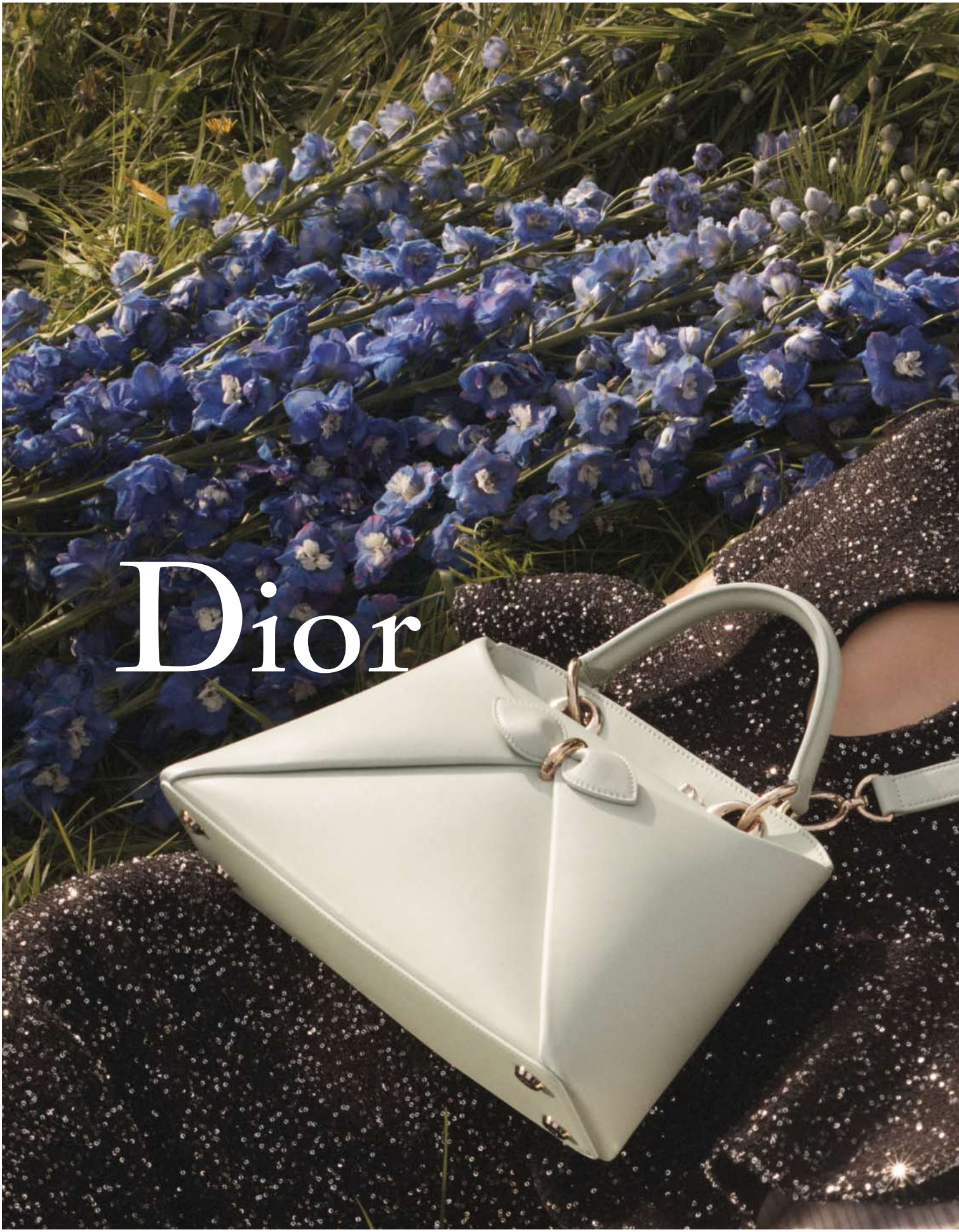




EL EXPLORER

ROLEX
Perpetual Planet
Initiative

ROLEX


Dior



Alhambra, celebrando buena suerte desde 1968

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906



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



Alhambra
Collar largo

Publicis Et Nous





SALUD ES BELLEZA 26091320002D00083



SALUD ES BELLEZA
133300EL950115



DIOR

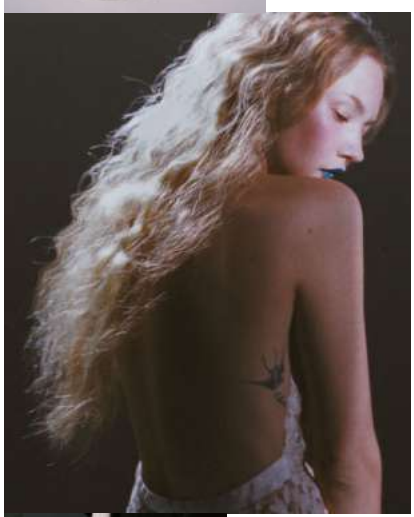
ELLE
octubre



p.112



p.126



p.94



p.33





portada 1. personaje: judeline. foto: javier biosca @lavamanagement. moda: look total, chanel. joyas, cartier. estilismo: diego serna. maquillaje: sendra igon. uñas: shinytoto nails. arte: uri serra. asistente de foto: miguel sancho. producción: diego serna para elle mexico. portada 2. moda: bolsa, cartier. foto y diseño de set: mauricio sánchez.

16. DIRECTORIO
18. CARTA DE LA EDITORA

TENDENCIAS
24. TRENDS
25. MAKEUP TRENDS
13. HAIR TRENDS
26. COMPRAS
28. TENTACIÓN
30. TENTACIÓN RELOJ
32. ACCESORIOS
34. ELLE LOOK
36. TOMA NOTA
38. FASHION FOCUS
El cinturon como protagonista
40. APUESTA
41. SIN CULPA
42. X-RAY
44. ELLE CV
46. SUSTENTABILIDAD
48. NEWS

STORIES
52. SOCIETY
OnlyFans: ¿explotación o empoderamiento?
54. FACE TO FACE
56. ACTUELLE
La historia de la pieza más icónica: el *little black dress*
58. REPORT
60. FACE TO FACE
62. PERSONAJES
66. COVER STORY
Judeline: su música y su conexión con la luna

MODA
76. GOTTMAXXXXING
84. TURISTA MUNDIAL
94. PRACTICAL MAGIC
100. ESTO ES HALLOWEEN

BELLEZA
112. I'M FREE AS MY HAIR
120. INSIDER
Dior Sauvage y su conservación del puma
122. REPORT
124. FACE TO FACE
125. EDITOR'S PICKS
126. TENTACIÓN
127. WHAT'S HOT
Sombras en todas sus fórmulas
130. BEAUTY EXPERT
131. SIN CULPA

ESTILO
134. AGENDA
¡Elton John en la CDMX!
138. DESTINO
142. HOTELES
144. GOURMET
Las aperturas imperdibles en la CDMX

FOTOS: 1. YANRAN XIONG. 2. ALONSO DÍAZ. 3. JESÚS SOTO. 4. LAUNCHMETRICS.COM /SPOTLIGHT



Franchisees Weekend Max Mara: CDMX - Centro Comercial Santa Fe, Planta Baja El Palacio de Hierro Perisur, 1er Piso weekendmaxmara.com

IT'S WEEKEND TIME!

WEEKEND

MaxMara





HAPPY SPORT

Chopard

ELLE

EDITORA GENERAL
CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

Editora Adjunta
TAMARA SANTILLÁN
tamara.santillan@grupoexpansion.com

Editora de Arte
DANIELA FONSECA
dfonseca@grupoexpansion.com

Editor Web
JORDI LINARES
jordi.linares@grupoexpansion.com

Coeditor Digital
ULISES GARCÍA

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

Asistente de Moda y Belleza
ALEJANDRA RAMOS

Corrección de Estilo
DANIELA ESPAÑA

Diseñadores
MARIO MARREROS
DANIELA FERES
SAMANTHA M. GONZÁLEZ

Diseñadora Digital
REGINA SAGA

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

Coordinador de Foto
ALONSO DÍAZ

AXEL GARCÍA, THELMA RUIZ, ICKA GALLEGO, SANTIAGO VILLASEÑOR, PILAR MARROQUÍN, CAROLINA ÁLVAREZ.

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

DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO NACIONAL
ALEJANDRO LEAL
aleal@grupoexpansion.com

DIRECTORES DE VENTAS NACIONALES
ABRAHAM MEZA
abraham.meza@grupoexpansion.com
CLAUDIO DELGADO
cdelgado@grupoexpansion.com
ELIZABETH DE GARAY
elizabeth.degaray@grupoexpansion.com
ÓSCAR ROSAS
orosas@grupoexpansion.com

DIRECTORA COMERCIAL RI
CARLA FONT
cfont@grupoexpansion.com

DIRECTOR DE ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA
CRISTHIAN DEL ÁNGEL
cristhian.delangel@grupoexpansion.com

HEAD DE ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA
JOSÉ FERNANDO BARCENAS GAZCA
fernando.barcenas@grupoexpansion.com

GERENTE DE ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA
MARIA JOSÉ LÓPEZ PIÑA
maria.lopez@grupoexpansion.com

LÍDERES DE ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA
ALBERTO CAMPOS LÓPEZ
BRENDA SÁNCHEZ FIERRO
GUSTAVO HERRERA MONSALVO
MARIANA GIAMMATTEI RODRÍGUEZ

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

DIRECTOR DE GROWTH
ANDRÉS TOMASSI
atommasi@grupoexpansion.com

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

DIRECTORA EDITORIAL, MARKETING Y BRANDED CONTENT
CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

BRAND MANAGER
PAMELA GARCÍA
pamela.garcia@grupoexpansion.com

LÍDER DE MARCA
JORGE FARAH

HEAD DE EVENTOS Y PR
FERNADA CABRERA

LÍDERES DE EVENTOS
SAMANTHA ARELLANO
ANA KAREN BARÓN

PRODUCTORAS DE EVENTOS
ANA MENÉNDEZ
MARÍA JOSÉ MIRANDA

HEAD DE OPERACIONES EXPANSIÓN STUDIOS
JANETH CORREA

HEAD CREATIVO EXPANSIÓN STUDIOS
IGNACIO AMAYA

EDITORA EXPANSIÓN STUDIOS
PAULINA CASTELLANOS
pcastellanos@grupoexpansion.com

GENERADORES DE CONTENIDO
MARCELA FERNANDA FLORES
MAURICIO GUERRERO
MELISA SALAZAR
MIGUEL ÁNGEL MEJÍA
VICTOR MIGUEL DEL CASTILLO

DIRECTORA DE CUENTAS
JACQUELINE FACIO

PROJECT MANAGERS
ALEJANDRA JIMÉNEZ
FERNANDO CORTÉS
MONTSERRAT REYES
SHANTAL ELIZABETH GÓMEZ
ANA HERNÁNDEZ

DISEÑADORAS
PAMELA JARQUIN
ROSALBA MACÍAS

EQUIPO DE VIDEO
COORDINADORA DE VIDEO
MARIANA MARTÍNEZ

COORDINADOR POSTPRODUCCIÓN
CHRISTIAN JAVIER CASTILLO PARALIZÁBAL

EQUIPO DE VIDEO
ABEL GONZÁLEZ
ALBERTO NOLASCO
ANABEL SARAHI MARTINEZ
ANDREA ESTRADA
DANIEL OSVALDO ESCUTIA
GUSTAVO RODRÍGUEZ
JONATHAN VÁZQUEZ
MARIA FERNANDA LÓPEZ
RICARDO RAMIREZ

COORDINADORA DE ESTUDIO DE FOTO
ALEJANDRINA LIRA

FOTÓGRAFA ESTUDIO DE FOTO
ANYLÚ HINOJOSA

COORDINADORA ADMINISTRATIVA
YRAZEMA ALMANZA
yalmanza@grupoexpansion.com

ACCOUNT MANAGER
MARTHA SOTO

DIRECTOR DE

OPERACIONES
FERNANDO CEBALLOS
fernando.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
FAUSTINE JOIRIS DE CAUSSIN

Copyrights Manager
KENZA ALLAL

Digital & Database Manager
CÉCILE VASSEUR MORIN

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

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 2026. 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, Ciudad de México. Distribución por: Expansión, S.A. de C.V. con domicilio en: Constituyentes 956, Lomas Altas, alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11950, Ciudad de México y Alfesa Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicada en: Corona No.23 Interior 1, colonia Cervecera Modelo, Naucalpan de Juárez, Estado de México, C.P.53330. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este ejemplar sin la previa autorización de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Las opiniones y puntos de vista de las colaboraciones publicadas en esta revista no necesariamente reflejan la opinión de ELLE® y quedan bajo la estricta responsabilidad de los autores. Todos los derechos reservados © 2026 Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Consulta el aviso de privacidad de datos en la siguiente dirección: https://elle.mx/aviso-de-privacidad. Registro postal: PP09-1013.


HOUSTON
Compras en CITYCENTRE
Cada momento es una nueva experiencia.
HolaHouston.com

carta editorial

Esta carta estará dividida en tres partes, para que no se saquen de onda si cambio el tema radicalmente de un momento a otro. Empezaré hablando del mes en el que se planea poner el altar de muertos (aunque es el 2 de de noviembre, lo sé) y hacer la fiesta más épica de *Halloween*, como lo hace ELLE Brasil. Octubre, para mí, significa creatividad y libertad de expresarte, desde tradiciones hermosas y divertidas.



FOTO: CORTESÍA CLAUDIA CÁNDANO.

Aunque es un *shock* cuando llega el momento de poner la foto de alguien que amas con todo tu corazón en el altar de muertos, también es una manera muy linda de honrar su vida y de hacerle un tributo cada año a lo que significó para ti. Cuando mi hermana (quien, por cierto, pone el altar más bonito) me mandó la foto de mi papá en su altar, se me detuvo el corazón por un segundo y volví a sentir la punzada de dolor en el pecho, pero después lo vi de nuevo, con calma, y reconocí a un hombre pleno, gozando, sonriendo y justo así lo voy a recordar siempre. Esta es la sensación que para mí debe dar la celebración de los que ya se fueron. Por otro lado, está *Halloween*, una fiesta que surge del festival celta Samhain, donde la gente hacía fogatas y usaba disfraces para ahuyentar a los fantasmas. Ahora es una celebración que se apropia del 31 de este mes, en la que se hacen fiestas y se toman las calles de las ciudades pidiendo calaverita. En esta edición hicimos una pequeña oda a este festejo (pag. 100).

Mi siguiente tema son los nuevos talentos en la música, que en ELLE siempre tendrán un espacio en nuestras páginas, como María Zardoya, Guitarricadelafuente, Nathy Peluso, y ahora Judeline. Cuando salió su nombre a la mesa, la primera reacción del equipo fue "es la más *cool*, hay que hacerla". Y por eso es nuestra portada del *Music Issue*, un número que amamos hacer. *Last but not least*, en esta edición le dedicamos unas páginas al LBD, la prenda más emblemática de la moda y la que TODAS tenemos en nuestro clóset. Esta me recuerda una conversación que tuve con el diseñador Francisco Cancino, en la que le pedí que me hiciera un vestido que pudiera usar siempre y para todo. Y así fue, un vestido negro que uso para cenas, para citas de trabajo y para un sábado cualquiera, porque el LBD realmente empodera.

CLAUDIA CÁNDANO
@candanoclau #editoraentenis

BOUTIQUES MESSIKA
CDMX - El Palacio de Hierro Perisur, Polanco & Santa Fe
GUADALAJARA - El Palacio de Hierro Andares
MONTERREY - Paseo San Pedro

DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS
Emwa
Joyería El Zafiro
Kogan Luxury House
Miguel Ramos
Torres Joyas
Ultrajewels



ÚNETE A LA COMUNIDAD
SUSCRÍBETE AHORA

EXPANSION Quién ELLE

Sports Illustrated MÉXICO THINK LIKE A MAN LIFE AND STYLE MEXBEST



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.



ELLE

I AM A ROCKSTAR (P. 23)

26. CON EL CUELLO EN ALTO: LAS CAMISAS QUE NO PUEDEN FALTAR EN TU CARRITO DE COMPRAS

38. CÓMO CREAR UN *LAYERING* DE CINTURONES

TENDENCIAS

FOTO: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / BACKSTAGE BLUMARINE FW26.



1. Camisa, **H&M**, $999, C.C. Santa Fe. **2.** Flats, **GUCCI**, C.C. Artz Pedregal.* **3.** Cinturón, **LOEWE**, mytheresa.com.* **4.** Lentes, **MIU MIU**, $7,716, cettire.com. **5.** Aretes, **POMELLATO**, El Palacio de Hierro Polanco.* **6.** Falda, **JIL SANDER**, USD1,263, lyst.com. **7.** Bolsa, **MARGE SHERWOOD**, USD473, shopstyle.com.

FOTOS: ©GETTY IMAGES / ISTOCK / LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / HM.COM / GUCCI.COM / MYTHERESA.COM / MIUMIU.COM / LYST.COM / SHOPSTYLE.COM / CORTESÍA POMELLATO / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



A TODO VOLUMEN

Hay una personalidad muy marcada en las pasarelas del momento: una mujer que no pide permiso y que sale de fiesta. Mini faldas, cuero de pies a cabeza, estoperoles, chamarras ajustadas y el delineado corrido como toque final. Toda la energía de Avril Lavigne o en su defecto, la evolución de Brat en un look que no pide disculpas.

1. Chamarra, **CAROL CHRISTIAN POELL**, carolchristianpoell.com.* **2.** Cinturón, **AMBUSH**, $26,976, farfetch.com. **3.** Botas, **BALENCIAGA,** El Palacio de Hierro, Polanco.* **4.** Falda, **KATYA ZELENTSOVA**, $7,990, Filia, Liverpool 9, Juárez. **5.** Lentes, **RAY-BAN**, $3,769, Sunglasshut, Polanco.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / CAROLCHRISTIANPOELL.COM / FARFETCH.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / FILIA.STORE / SUNGLASSHUT.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

1.



2.



PREPÁRALO

Utiliza productos que den cuerpo como un *mousse* voluminizador, *spray* de sal marina o crema texturizante. Aplícalo sobre el pelo húmedo, pero ojo, no uses demasiado si no quieres lograr el efecto contrario.









3.

UN POCO DE AYUDA

Para las ondas o rizos naturales, usa el difusor en una temperatura y velocidad bajas para potenciar tu textura. Logra un efecto despeinado al inclinar tu cabeza hacia abajo y deja que el aire separe los mechones. Si tu pelo es liso, sécalo boca abajo y ayúdate con los dedos para crear volumen desde la raíz.

4.



5.



TERMÍNALO DE DESARREGLAR

Usa un peine o cepillo de dientes anchos para levantar las raíces y esponjar el pelo intencionalmente. Por último, puedes rociar las puntas con un *spray* texturizante o shampoo en seco para mantener el volumen ligero y aireado.

¡VIVA *el frizz!*

Por años hemos escuchado que un *bad hair day* empieza cuando aparece el *frizz*, y nos hemos dedicado colectivamente a eliminarlo. Sin embargo, esta temporada los peinados encrespados y esponjados se están apoderando de las calles y pasarelas. Y es que, el mantra para otoño se aleja del pelo extremadamente pulido para abrazar la imperfección y convertir sus características naturalmente indomables en *looks* irreverentes, pero intencionales, para que parezca despreocupado y no solo de recién levantada.

1. Surf Spray, **BUMBLE AND BUMBLE,** $420, sephora.com.mx. **2.** Spray de fijación flexible, **OGX,** $199, chedrahui.com.mx. **3.** Difusor, **DYSON,** $1,199, C.C. Antara Fashion Hall. **4.** Cepillo N.02, **LA BONNE BROSSE,** $3,870, revolve.com. **5.** Tratamiento Light, **MOROCCANOIL,** $1,220, El Palacio de Hierro Polanco.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / PRODUCTOS: SEPHORA.COM.MX / CHEDRAHUI.COM.MX / DYSON.COM.MX / LABONNEBROSSE.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM.

GRUNGE *is not dead*

Lo que empezó en Seattle a finales de los 80 como un género crudo, sucio y descuidado, se convirtió en un movimiento cultural que trascendió la música. En maquillaje, esta antítesis al glamour excesivo se traducía en looks desalineados y *messy*. Piensa en Courtney Love, Kate Moss y Winona Ryder en los 90, con el delineador corrido o *smokey eyes* que parecen del día anterior. La estética *grunge* que definió a una década está de vuelta.



1.

UN *MUST*

Las sombras en *stick* son fáciles de aplicar y funcionan perfecto como base. Elige un delineador cremoso, que se difumine fácilmente y que también sea de larga duración. Queremos un efecto *smudgy* que dure horas.



2.

LA CLAVE ES DIFUMINAR

Puedes hacerlo con los dedos y lograr un look como el de Prada FW26, o utilizar una brocha pequeña y compacta para difuminar el delineador con precisión y sellar con sombra en polvo. Con una brocha *fluffy* puedes suavizar los bordes y llevar el color hacia las cejas como en el show de Gucci.



3.

4.





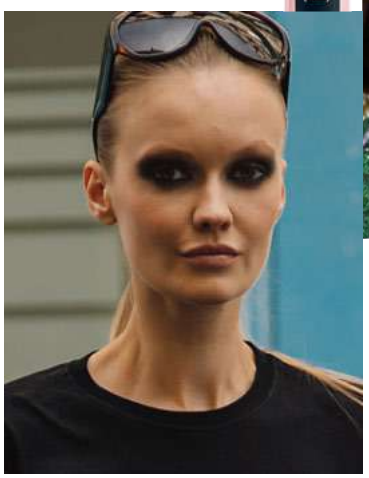




5.

EL TOQUE FINAL

Un auténtico look *grunge* noventero lleva un toque de brillo, ya sea en los ojos, la piel o los labios. Puedes utilizar sombra con glitter o incluso un poquito de Vaselina en los párpados para lograr ese efecto *greasy*. Termina el look aplicando máscara en las pestañas de arriba y abajo.





6.

1. Shadowstix Longwear Eyeshadow Stick, **FENTY BEAUTY,** $595, Sephora C.C. Artz Pedregal. **2.** Brocha 25 Smudge, **NARS,** $695, elpalaciodehierro.com.mx. **3.** Lápiz delineador de ojos Paradise Le Khol, **L'ORÉAL PARIS,** $220, delsol.com.mx. **4.** Grunge Eyeshadow Palette, **HUDA BEAUTY,** $1,670, sephora.com.mx. **5.** Brocha para sombra de ojos, **H&M,** $199, hm.com. **6.** Máscara L'Obscur en negro, **GUCCI,** $840, El Palacio de Hierro Santa Fe.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. PRODUCTOS: SEPHORA.COM.MX / ELPALACIODEHIERRO.COM / AMAZON.COM.MX / SEPHORA.COM.MX / HM.COM /

GRAN *formato*

Si hay algo que no entiende de temporalidades son las prendas cargadas de personalidad. Este otoño, las pasarelas revelaron un lenguaje en común para expresarte: el cuello. Con referencia a la era isabelina y el maximalismo de los 80, los cuellos dramáticos son el foco de camisas y blusas capaces de transformar las siluetas más simples. Puedes inspirarte en los olanes y moños románticos de organza y seda que vimos en Collina Strada y Coach; o en Givenchy y Louis Vuitton si prefieres una versión más sartorial y escultórica. Bastará que los lleves con tus jeans más cómodos o una minifalda con medias para conseguir un look impactante.





1. PRADA, $29,878 mytheresa.com. **2. PATOU**, $15,900, patou.com. **3. BANZO**, $4,200, Cohuila 129, Roma Nte. **4. ESSENTIEL ANTWERP**, $5,016, farfetch.com. **5. THE FRANKIE SHOP**, $3,903, thefrankieshop.com.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / MYTHERESA.COM / PATOU.COM / BANZO.WORLD / FARFETCH.COM / THEFRANKIESHOP.COM.

#ELLECONSEJO

Usa múltiples capas, combínalas debajo de un suéter colorido y un saco estructurado. Así no te preocuparás por el viento colándose.

CUESTIŌN *de corte*

El pantalón sastre es, antes que nada, una declaración. Apropiarse de una prenda diseñada para el armario masculino fue y sigue siendo un acto político. Figuras como la actriz Katharine Hepburn, en los años 30, ayudaron a romper estereotipos y popularizarlos. La conversación hoy se ha desplazado: hay que saber elegir el tipo de corte, cuánta caída, qué tan holgado e incluso en qué tela comprarlos. Para elegir el correcto, imagina en qué ocasiones lo usarás más... ¿Cena con amigas? ¿Eventos matutinos? ¿La oficina? La ventaja es que su silueta estiliza cualquier *look*, convirtiéndolos en una pieza necesaria en tu clóset. El mejor lienzo para un top con colores vibrantes o textura.



1. ARITZIA, $3,300, aritzia.com. **2. MAJE**, $8,290, C.C. Artz Pedregal. **3. POLO RALPH LAUREN**, $10,061, farfetch.com. **4. FERRAGAMO**, Masaryk 426, Polanco.* **5. MASSIMO DUTTI**, $2,995, C.C. Santa Fe.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / ARITZIA.COM / MAJE.MX / FARFETCH.COM / FERRAGAMO.COM / MASSIMODUTTI.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

#ELLECONSEJO

La cereza del pastel puede ser un cinturón de color como vimos en pasarela: morado o rojo quemado, o con una hebilla que contraste para definir la cintura y romper la sobriedad del sastre.

ETERNO RETORNO

DOLCE&GABBANA FW26

El tiempo es cíclico y, dicen por ahí, una ilusión. Pero mientras llega la eternidad, Dolce&Gabbana nos recuerda que hay momentos que no se pueden perder: los que marcan el siguiente minuto importante. Este cinturón de piel de becerro lleva en su hebilla un reloj rodeado de piedras, que convierte al accesorio más funcional de tu clóset en una declaración. Las hebillas grandes y poderosas, además de ser la obsesión del momento, llevarán al cinturón al espacio correcto para levantar un look de jeans y *t-shirt* blanca.

#¿DŌOONDE
Av. Presidente Masaryk 450, Polanco, CDMX.*

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





PEYRELONGUE
CHRONOS

MASARYK – ARTZ JOYAS Y RELOJES CHRONOS.COM.MX

#timeless





¿SABÍAS QUE...?
El calibre 6401, se ha introducido recientemente en las colecciones *Royal Oak* y *Royal Oak Offshore*.

por JESSICA GUITIÉRREZ

Serena Williamos lo hizo una vez más. La leyenda deportiva vuelve a ganar el *match* de la relojería con esta pieza especial en colaboración con Audemars Piguet. El Royal Oak *self-winding chronograph* de 38 mm es una edición limitada y una de las apuestas más fuertes para la casa relojera suiza este año. Este reloj es la mezcla más orgánica entre la potencia de la atleta y la elegancia que distingue a AP. Está hecho en cerámica blanca y cuenta con una esfera de nácar con tonos rosados, y aunque el Royal Oak clásico ya es conocido por ser una de las piezas favoritas entre el público femenino, esta versión también será un éxito asegurado. Te recomendamos aprovechar el *boom* que está teniendo el rosa, para acompañarlo de prendas y accesorios en este mismo tono. Usa la década de los 2000 para terminar de *stylear* tu look.

ELLE*look*

#OOTD


1.


2.


3.


4.


5.

1. Lentes, **GUCCI**, gucci.com* **2.** Blusa, **PATRIZIA PEPE**, $9,345, farfetch.com. **3.** Jeans, **MARELLA**, C.C. Antara.* **4.** Bolsa, **BALENCIAGA**, El Palacio de Hierro Polanco.* **5.** Sandalias, **AQUAZZURA**, $ 25,590, C.C. Santa Fe.

FOTOS: CORTESÍA AUDEMARS PIGUET / GUCCI.COM / FARFETCH.COM / MARELLA.COM/ ELPALACIODEHIERRO.COM/ GRANVIA.MX/ *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



, Bulova son marcas registradas. 2026 Bulova, 98B462 y 96l343.



PROTEGE TU AURA

La tecnología avanza tan rápido que accesorizar lo que ya tienes es la solución más inteligente para que ningún dispositivo rompa con tu look, ni en la oficina, ni en una cena. Puedes cubrir tu AirTag para convertirlo en llavero; ponerle *ear cuffs* a tus Huawei FreeClip como los de Les Néréides; o inspirarte en colaboraciones como la de Bose con Maggi Simpkins para sus audífonos Open Earbuds. Y si hablamos de dispositivos de rendimiento, hasta tu Oura Ring puede cubrirse con diamantes y diseños únicos, o apilarse con dos aros delgados a los lados para que nunca tengas que elegir entre estilo y tecnología.





1.





2.



3.



4.

1. BOTTEGA VENETA, selfridges.com.* **2. STEFF ELEOFF**, $6,732, steffeleoff.com. **3. MAISON de SABRĒ**, $1,894, farfetch.com. **4. LES NĒRĒIDES**, lesnereides.com.*

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / SELFRIDGES.COM / STEFFELEOFF.COM / FARFETCH.COM / LESNEREIDES.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



1.





2.



3.



4.



5.

MI BOLSA TIENE BOLSAS

El complemento ideal para las chicas que cargamos con todo: desde las llaves, hasta la creatina. Nos referimos a las bolsas que tienen muchos bolsillos, ya sea en los costados o al frente. Oficialmente, este accesorio nos ha invadido y varias marcas de lujo ya tienen su versión insignia, como la *multipocket* de Acne Studios. Bolsillos con aplicaciones metálicas o cierres son ideales para un *mood edgy*. Si prefieres algo más suave opta por las pieles con acabado *glossy*. Para darle un giro, está la Coach en mezclilla que se robará la atención, además nos encanta su monedero integrado. Si eres virgo y te obsesiona organizar todo, ¡amarás estas piezas!

1. MANGO, $9,999, C.C. Santa Fe. **2. ACNE STUDIOS**, acnestudios.com.* **3. MIU MIU**, El Palacion de Hierro Polanco.* **4. BERSHKA**, $549, C.C. Parque Delta. **5. COACH**, $12,890, C.C. Antara Polanco.



FOTOS: ©GETTY IMAGES / LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / SHOP.MANGO.COM / ACNESTUDIOS.COM / MIUMIU.COM / BERSHKA.COM / MX.COACH.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



Sin itinerario

GAP X A.P.C.

Descubrimos nuestro *look* ideal para los domingos de bajón, cuando caminamos por horas sin rumbo. A simple vista parece casual, sin embargo, todo está perfectamente calculado para vernos *cool* sin esfuerzo. La colaboración entre GAP y A.P.C. encuentra su punto de equilibrio en este *look* de fin de semana con prendas versátiles, muy al estilo de la marca americana; una playera de rayas marineras, una minifalda en mezclilla que retoma la energía de los años 60 y una chamarra utilitaria, con bolsillos de sobra para dejar la bolsa en casa. Como toque final, los *mules* cierran con la elegancia discreta de la firma francesa.

#¿DŌOONDE?
C.C. Santa Fe.*

FOTO: CORTESÍA GAP / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

COMPÁS DE TRES

Con tantos productos de maquillaje, ¿cómo saber cuál usar para cada situación? Desde lo más sencillo a lo más fantástico, te dejamos tres makeup looks con acabados y técnicas diferentes, cada uno con tres productos estrella, para que solo tengas que escoger tu favorito y empezar a recrearlo.



FRESH LOOK

SUNKISSED Y NATURAL

La clave de este look bronceado es una piel jugosa. Empieza con una tinta para cara y espárcela con brocha del centro hacia afuera. Sigue derritiendo un poco de rubor en crema coral en tu mano y aplícalo a toques en pómulos y nariz; usa el resto en párpados y mentón. Olvídate del rímel y cierra con labial o tinta hidratante.

1.Blueberry NutriTint, Dolce&Gabbana Beauty, $1,410 elpalaciodehierro.com **2.**Cherry Glaze Bar en tono 03 Cheeky Coral, Dolce&Gabbana Beauty, $1,050 elpalaciodehierro.com **3** Rose Dew Lip Bite en tono 03 Fizzy Coral, Dolce&Gabbana Beauty, $1,050 elpalaciodehierro.com



BOLD LOOK

BRILLO INTENSO

Si no le temes a un maquillaje con mucha personalidad, este te encantará. Empieza con una sombra blanca de base. En la esquina interior y el párpado inferior externo, aplica azul claro; en la esquina exterior superior, azul verdoso. Difumina morado pálido en la cuenca. Resalta el lagrimal, la nariz y los labios con lápiz iluminador, y cierra con iluminador en barra con tonos rosados en los puntos altos de la cara.

1. Paleta de sombras Eye Dare You Beyond, Dolce&Gabbana Beauty, $2,980 elpalaciodehierro.com **2.** Lápiz Delineador It's Lit!, Dolce&Gabbana Beauty, $710 **3.** Iluminador Glazelighter Glowpalescent All Over HighlighterDolce&Gabbana Beauty, $1,100 elpalaciodehierro.com



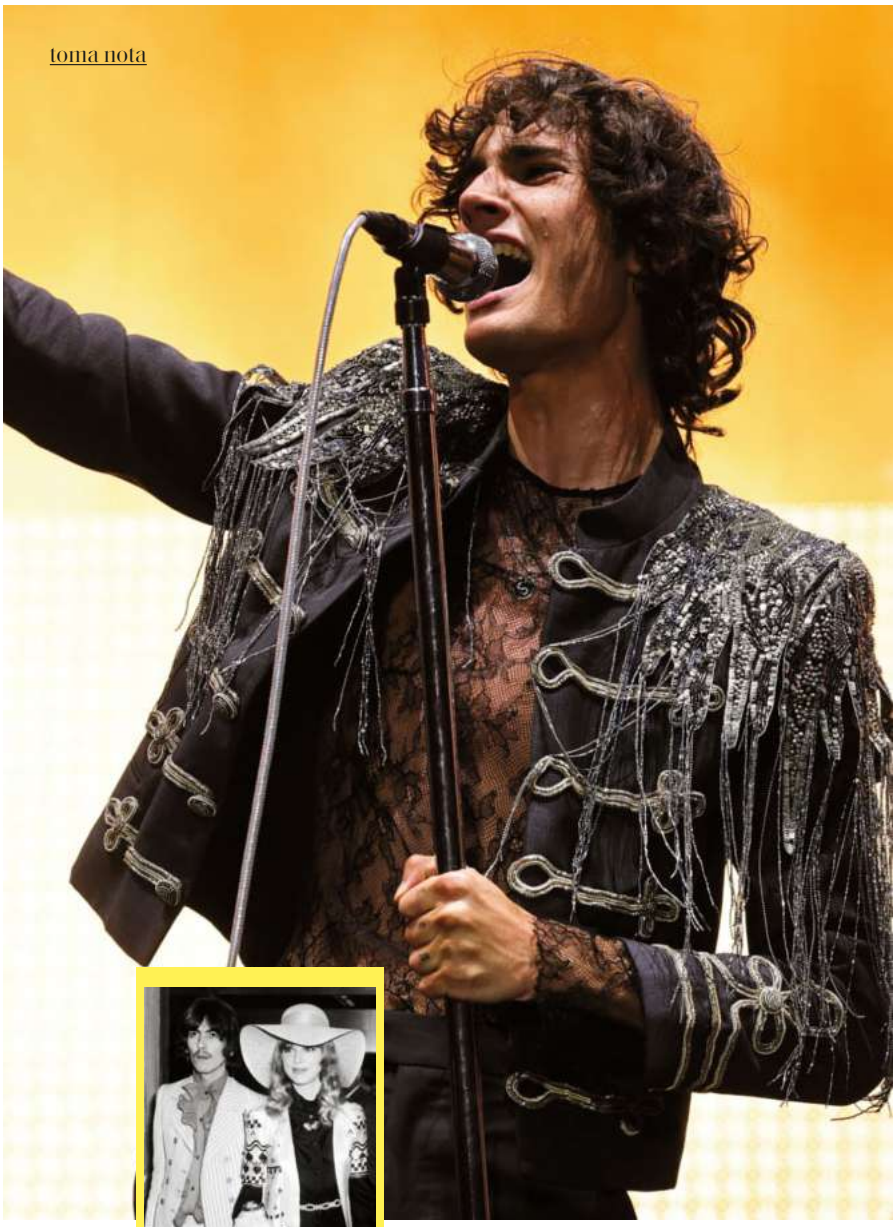
FLAWLESS LOOK

TOSTADO SENSUAL

Para un look sofisticado y clásico, el smokey eye es perfecto. Coloca corrector en ojeras, párpados y rojeces. Difumina café claro en la cuenca hacia arriba y afuera para un efecto lifting, y uno más oscuro en el interior del ojo y bajo el párpado con una brocha densa. En el centro, aplica iluminador en polvo para dar brillo. Termina con rímel acentuando la parte exterior del ojo.

1.Everlcon Palette en tono Rose Goddess, Dolce&Gabbana Beauty, $1,550 elpalaciodehierro.com **2.** Iluminador en polvo Everlift Luminizer, Dolce&Gabbana Beauty, $1530 elpalaciodehierro.com **3.** Everfull XL Mascara Dolce&Gabbana Beauty $940, elpalaciodehierro.com

FOTOS: ALONSO DÍAZ | CORTESÍA DOLCE&GABBANA BEAUTY



SOMBR

ROCKERO SENSUAL

1. Collar, **BIMBA Y LOLA,** $2,050, C.C.Antara. **2.** Bralette, **MASSIMO DUTTI,** $1,395, C.C. Santa Fe. **3.** Blusa, **BLUMARINE,** $12,957, farfetch.com. **4.** Pantalones, **ROTATE,** $7,622, mytheresa.com. **5.** Cinturón, **GOLDEN GOOSE,** $11,260, goldengoose.com. **6.** Tacones, **MANGO,** $1,099, Plaza Satélite. **7.** Aretes, **SIDEJOB JEWELRY,** $5,280, sidejob.mx.





DESDE IMAN, PATTIE BOYD Y HASTA COURTNEY LOVE, LAS PAREJAS DE LAS ESTRELLAS MÁS GRANDES DE LA MÚSICA SIEMPRE HAN TENIDO UN ESTILO PROPIO QUE TERMINÓ INSPIRANDO TENDENCIAS, CANCIONES Y DANDO FLECHAZOS AL CORAZÓN.



...UNA SUPERESTRELLA

Para este *music issue* nos inspiramos en Kate Hudson como Penny Lane en *Almost Famous* (2000) y tomamos a algunos de nuestros crushes musicales del momento para imaginarnos cómo nos veríamos si saliéramos con ellos, tal y como lo hacen las musas que inspiran canciones y las *groupies* que siguen artistas y bandas por cientos de ciudades. Cada look está creado con piezas *statement* para resaltar sobre una ola de fans y pasar directo al *backstage*, como ese top de Blumarine que nos recuerda a Stevie Nicks en los 70, o el abrigo de Desigual que grita "¡estrella del pop!".

©GETTY IMAGES / DESIGUAL.COM / FURBA.COM.MX / AMINAMUADDI.COM / ZARA.COM / DIESEL.COM / REVOLVE.COM / AGMESNYC.COM / MARCJACOBS.COM / INPRINTWETRUST.CO / THORO650.COM / SUNGLASSHUT.COM / PARFOIS.COM / LEVI.COM / UNODE50.COM / MYTHERESA.COM / FARFETCH.COM / MASSIMODUTTI.COM / MANGO.COM / GOLDENGOOSE.COM / BIMBAYLOLA.MX / SIDEJOB.MX.

DUA LIPA

LA FAVORITA DE DIOS

1. Aretes, **AGMES,** $15,063, agmesnyc.com. **2.** Abrigo, **DESIGUAL,** $4,890, C.C. Perisur. **3.** Lentes, **QUAY,** $1,857, revolve.com. **4.** Corset, **FURBA,** $6073, furba.com.mx. **5.** Falda, **ZARA,** $599, C.C. Paseo Acoxpa. **6.** Cinturón, **DIESEL,** $3,690, diesel.com. **7.** Botas, **AMINA MUADDI,** $28,400, aminamuaddi.com.









ROLE MODEL

VAQUERO DEL POP

1. Chamarra, **LEVIS,** $2,599, C.C. Parque Delta. **2.** Playera, **IN PRINT WE TRUST,** $848.87, inprintwetrust.co. **3.** Collar, **PARFOIS,** $399, C.C. Town Square Metepec. **4.** Anillo, **UNODE50,** $2,699, unode50.com. **5.** Bolsa, **HOUSE OF SUNNY,** $5,336, revolve.com. **6.** Falda, **MARC JACOBS,** $10,100, marcjacobs.com. **7.** Lentes, **RAY-BAN,** $4,659, Sunglass Hut C.C. Reforma 222. **8.** Botas, **THORO 650,** $3,250, Durango 186, Roma, CDMX.







FASHION FOCUS: EN LA CINTURA











MIS CADERAS NO MIENTEN Y MI CINTURA TAMPOCO

Los cinturones pueden ser un accesorio un poco olvidado o menospreciado. Pero esta temporada vienen con toda la fuerza para demostrar cómo le pueden dar un giro de 180° a tu look y ser la cereza del pastel. Prueba jugando con capas y exagerando con más de un diseño. No descartes incluir una mascada en la ecuación. También se vale optar por uno XL a la cadera o una hebilla grande que robe la atención. Si tu falda, pantalón o vestido no tiene presillas, no te límites y llévalo por encima, solo asegúralo bien.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.

CALIFORNIA CLOSETS®



CLÓSETS · VESTIDORES · CENTROS DE ENTRETENIMIENTO · LIBREROS · CAVAS · ALACENAS · CAMAS DE PARED · CUARTOS DE LAVADO

californiaclosets.mx

CONOCE MÁS

Espacios que se viven

CDMX · GDL · MTY · QRO · PUE

#ellepick









PLATA RECUPERADA

Los estudios fotográficos generan agua contaminada con partículas de metal. Esos residuos se procesan para separar la plata, que después se alea con cobre para obtener plata .925 y .955. La misma con la que Paulina crea cada pieza de NoK.

NEXT OF KIN

por BERENICE BUENDÍA



VÍNCULOS INVISIBLES

Escuchar la intuición puede ser el camino más honesto para crear, porque a veces la teoría pone límites donde no deberían existir. Así fue como Paulina Guillén comenzó Next of Kin, haciendo joyería en barro, sin manual y sin reglas, hasta aprender a traducir esas pequeñas esculturas a metales. Lo que hace a su proceso verdaderamente especial es que todas sus piezas se vacían en plata recuperada de los residuos tóxicos que desechan los estudios fotográficos, y ya en sus manos, toma formas orgánicas y fluidas, inspiradas en el agua y la naturaleza. Y aunque hay un universo visual muy claro, cada colección nace de un lugar distinto: lo que Paulina está viviendo en ese momento es siempre el punto de partida. Ahí es donde el nombre de la marca lo dice todo, su significado es "pariente más cercano", y para Paulina, cada pieza es una manera de contribuir a un mundo donde cuestionemos y repensemos las relaciones con todo lo que nos rodea, para crear un mundo un poco más compasivo. FIN

#¿DÓOONDE?
@ nextofkin / nok.studio

FOTOS: CORTESÍA NEXT OF KIN POR PAULINA GUILLÉN Y SANTIAGO RAPHAEL PRIEGO.

DIARIO DE UN EQUILIBRISTA

Milán Otoño Invierno 26





look 1

1. Lentes, **BOMBAVISTA**, $1,190, bombavista.mx. **2.** Aretes, **BIMBA Y LOLA**, $1,550, Presidente Masaryk 427. **3.** Top, **SERGĒ BASICS**, $1,590, Prado Norte 547. **4.** Chamarra, **DESIGUAL**, $4,390, C.C. Santa Fe. **5.** Jeans, **BERSHKA**, $999, C.C. Parque Delta. **6.** Bolsa, **ISADORA**, $399, isadoraonline.com. **7.** Mocasines, **H&M**, $749, C.C. Manacar.

$10,867



look 2

1. Top, **PULL&BEAR**, $499, C.C. Antara. **2.** Lentes, **BERSHKA**, $349, C.C. Parque Lindavista. **3.** Chamarra, **ZARA**, $1,599, C.C. Reforma 222. **4.** Pulsera, **TODOMODA**, $169, C.C. Oasis Coyoacán. **5.** Clutch, **H&M**, $1,299, hm.com. **6.** Jeans, **STRADIVARIUS**, $849, Av. Francisco I. Madero 53. **7.** Zapatos, **MANGO**, $1,599, shop.mango.com.

$6,363

#ELLECONSEJO

Ya es octubre con "O" de otoño. Este mes, entre días templados y vientos fuertes, la clave está en mantener el equilibrio. Para esto, las protagonistas son las siluetas *baggy* en chamarras de piel y pantalones *oversize*, que, combinadas con piezas sofisticadas y definidas, como un top ajustado a la cintura, unos *kitten heels* o hasta un *clutch* escultural, tienen la capacidad de crear un balance entre *edgy* y ultra femenino. Saber jugar con contrastes es lo que le dará más carácter a tu look.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / DESIGUAL.COM / BERSHKA.COM / SERGEBASICS.COM / BOMBAVISTA.MX / HM.COM / ISADORAONLINE.COM / BIMBAYLOLA.MX / ZARA.COM / STRADIVARIUS.COM / PULLANDBEAR.COM / SHOP.MANGO.COM.

Consultora creativa gastronómica y productora de eventos

ELSIE DECRESCENZO

@ELSIEDECRE

1.



2.









3.



por BERENICE BUENDÍA

Rescatar sabores y platillos olvidados es la especialidad de Elsie, quien después de estudiar diseño industrial terminó construyendo su carrera en gastronomía. A través de su proyecto Oficina Golosina, explora el estilismo culinario con una intención: sentir a través de la comida. El imaginario que ha construido convierte lo cotidiano en extraordinario, y su sentido del humor le exige nunca limitarse, ni en su forma de crear, ni de vestir. Su estilo remite constantemente a la infancia, a la nostalgia y a un universo bastante *whimsical*: piezas de Tarantella (su marca favorita), faldas, encajes, colores pasteles y *flats* coquetos.





1. Suéter, **CICLO**, USD80, ciclobangkok.com. **2.** Miel, **HONEY DEPT**, $275, honeydepartment.org. **3.** Perfume, **JEAN-CLAUDE ELLENA**, USD410, fredericmalle.com.

¿CONDIMENTO FAVORITO?
Últimamente, pandan. Un sabor neutro que va con todo: arroz, mermelada, lo que sea. Mi forma favorita de comerlo es en kaya *toast*, pan de caja con mermelada de coco con pandan y rebanadas de mantequilla fría.

¿PLATILLO DEL QUE NUNCA TE CANSARÍAS?
Taco de aguacate con tortilla de harina.

¿CÓMO DESCRIBIRÍAS TU PROCESO CREATIVO?
Siempre empiezo con recursos tangibles: mis libros, restaurantes de toda la vida, y termino investigando cosas perdidas en los rincones más inesperados.

¿SALADO O DULCE?
¡Siempre postre! Me encanta compartir en la sobremesa.

FOTOS: ALONSO DÍAZ / HONEYDEPARTMENT.ORG / FREDERICMALLE.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

COMO CAÍDO DEL CIELO: PREMIOS PEUGEOT DIGITELLE 2026 ¡AHHHH!

El pasado 2 de septiembre celebramos a lxs creadorxs que están transformando la conversación digital con la fiesta más cool. ¿Algún día podremos superarla?

Inspirados en el color del año (cloud dancer) y las recientes tendencias de moda y la cultura pop, la temática de la noche fue celestial: *inspo* bajada del cielo permitió que nuestros bebELLEs interpretaran la noche a su estilo y pusieran su toque personal a la celebración. ¡Y vaya que lo hicieron! A su llegada, Fernanda Lecona, nuestra host web, los recibió en la original grey carpet para romper el hielo y mostrarnos lookazos que, sin duda, ya forman parte de nuestro *moodboard*.

Como bienvenida, les ofrecimos canapés de Lifeway kéfir y yogurt griego FAGE (¿yogur y kéfir? Sí, además de cuidar tu microbiota son ideales para complementar tus recetas).

Poco a poco la casa comenzó a llenarse, y los nervios estaban a tope. Para relajarnos y entrar en calor, tomamos una mezcalita de jamaica con Mezcal Creyente, acompañado de dos recetas de Cancino: margherita y diávola, la manera perfecta de iniciar por segundo año consecutivo, *PIZZELLE*, la celebración más *cheesy* de los bebELLEs.

Con un St. Germain Spritz en mano, la entrega arrancó junto a nuestras MCs favoritas: Isabel Fernández y Mariana Zaragoza. Lxs ganadorxs tuvieron su IT moment al subir al escenario y recibir platos de cerámica grabada por MAAM Cerámica y una bolsita de Bissú que incluyó un lip combo que, sin duda, ya forma parte de nuestra *beauty bag*.

La celebración continuó en ELLE after party que sorprendió con una barra de drinks de Tequila 1800 y la música de Edu Maruri y Escuby, los DJ del momento. Para este punto, la noche había llegado a su momento cumbre, y el calor y las luces habían hecho de las suyas. Para eso, FOTOSUN UV 100 nos ayudó a retocarnos con su bloqueador en polvo que también funciona como maquillaje. El resto... Bueno, lo que pasa en DigitELLE, solamente una parte, se queda en DigitELLE.



GRACIAS A TODXS POR SER PARTE DE ESTA EDICIÓN. EN ESPECIAL A NUESTROS PARTNERS: SAMSUNG, COCA COLA, PELÓN, STARBUCKS, MEXBEST, CHAMPION, SMARTFIT, IPSY, LEVI'S, GUESS WATCHES, LIVERPOOL, MERCADO ROMA, FARMACIAS SIMILARES Y PERRON PREMIUM. ¡NOS VEMOS EN LA PRÓXIMA!





FOTOS: ANGELA RODRIGUEZ @ANGELRDGZ

FRONT ROW *sus Calvins*

POR VÉRONIQUE HYLAND

VERONICA LEONI EXPLORA CON INTELIGENCIA EL ARCHIVO DE CALVIN KLEIN, MIENTRAS REINVENTA ESTE CLÁSICO DEL *SPORTSWEAR* ESTADOUNIDENSE.

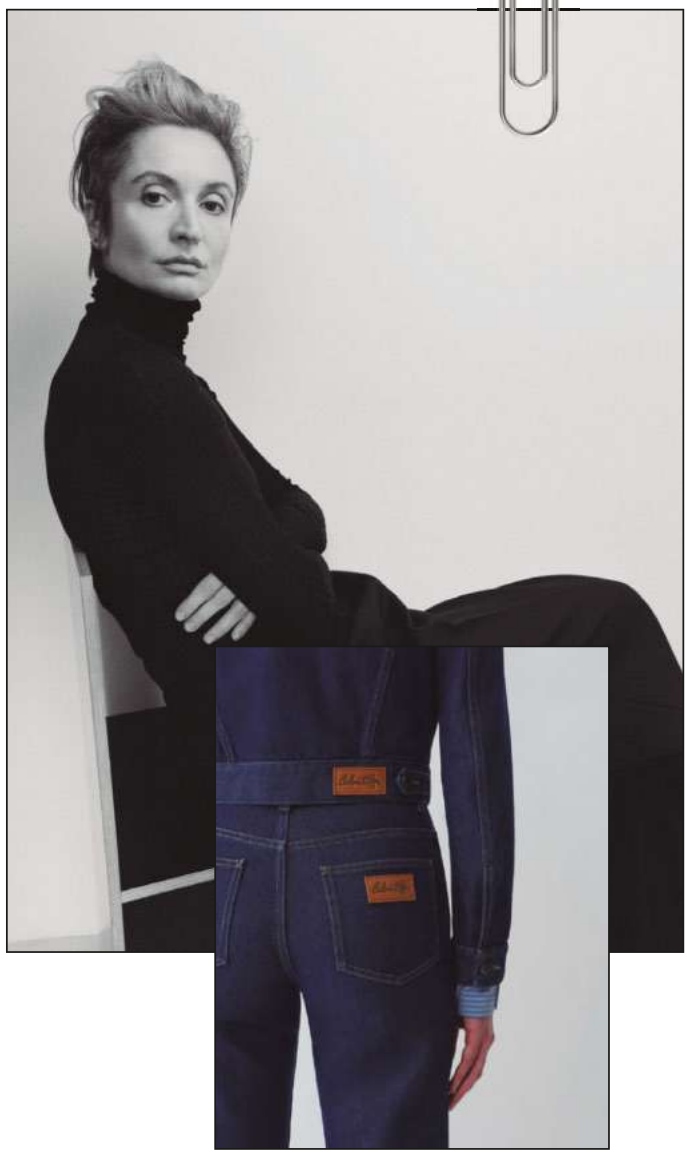
En Seventh Avenue, la avenida principal del Garment District de Manhattan, las apariencias lo son todo, incluso cuando se trata de los detalles más pequeños. A una cuadra de las oficinas de Calvin Klein, veo al jefe de un limpiador de ventanas señalarle un punto que se le escapó. La escena me hace pensar en el famoso perfeccionismo del fundador de la casa, cuyo trabajo ayudó a llevar el estilo estadounidense a lo más alto de la moda. Veronica Leoni, directora creativa de *Calvin Klein Collection*, llega recién salida de un *fitting*, con un alfiletero alrededor de la muñeca (¿hay algo más *old school* que eso?). Lleva un traje negro y tenis Adidas, aunque sus múltiples *piercings* y su corte *pixie* asimétrico le dan al *look* un toque *punk*."Estoy bien con ser minimalista", dice, "pero me gusta la idea de que los minimalistas también puedan hacer ruido".

Cuando crecía en Roma, su primer acercamiento al universo de Calvin Klein fue a través de las irresistiblemente andróginas campañas de CK One. Después de estudiar Literatura y Filosofía en la Universidad Sapienza de Roma, Leoni cambió de rumbo hacia la moda y trabajó en Jil Sander, The Row y Celine durante la era de Phoebe Philo. También creó su propia y reconocida marca, Quira, que fue finalista del *LVMH Prize* en 2023.

Después de haber trabajado con tantas diseñadoras reconocidas, Leoni es ahora una de las todavía pocas mujeres al frente de una gran casa de moda, algo que desearía que ya no fuera excepcional. Hace poco conoció a Maria Grazia Chiuri, directora creativa de Fendi, quien compartió con ella una observación que Leoni recuerda así: "Cuando un hombre cocina muy bien, le dicen chef. Cuando es una mujer, es cocinera". Esa idea de autoría que tantas veces se les concede a los diseñadores hombres es algo que Leoni quiere reclamar también.

Para su colección de otoño 2026, Leoni miró hacia lo que llamó "el culto al cuerpo" de finales de los 70 y principios de los 80, cuando la cultura del gimnasio estaba en pleno auge. Eso se tradujo en *looks* sin mangas que dejaban los músculos al descubierto y *cut outs* laterales que mostraban el abdomen y transparencias. La referencia encuentra un eco interesante en nuestra propia época, cuando los GLP-1 y los péptidos se han vuelto comunes entre quienes buscan cuerpos cada vez más definidos, aunque el hedonismo de aquellos años hoy se sienta como un recuerdo lejano.

Calvin Klein fue uno de los primeros diseñadores en apostar por el *denim*, y transformar este básico en una pieza de lujo digna de la pasarela. Leoni ha incluido mezclilla en los últimos tres desfiles de *Collection* y esta temporada recreó un par de jeans de Calvin Klein de 1976.



Para ella, el *denim* es una manera de "abrazar la herencia y la honestidad del guardarropa estadounidense e intentar llevar eso a la sensación de lujo que tenía la pasarela en ese momento".

Y no es la primera vez que hace un guiño al fundador de la casa: ha convertido el frasco de CK One en un bolso de gran tamaño y tejido los elásticos de la ropa interior de la marca hasta convertirlos en un vestido. ★FIN

Pero en el fondo sigue siendo minimalista: **"SIEMPRE LLEGA UN PUNTO EN EL QUE EMPEZAMOS A DAR MARCHA ATRÁS Y A QUITAR TODO LO QUE PARECE INNECESARIO".** *El propio Calvin Klein estaría orgulloso.*

FOTOS: ZOË GHERTER, CORTESÍA DE CALVIN KLEIN.



PREMIOS MEXBEST 2026

PRESENTADO POR

LEXUS
EXPERIENCE AMAZING

20-21 DE OCTUBRE
CIUDAD DE MÉXICO

Viajes Palacio

Matusalem RON EST. 1872

TEQUILA 1800

¡Viva Aguascalientes! México

COMO NUEVO

EN EL MARCO DE LA CELEBRACIÓN DE LOS 130 AÑOS DEL FAMOSO MONOGRAMA DE LA MARCA, DESCUBRIMOS EL SERVICIO *CARE & REPAIR* DE LOUIS VUITTON. A LAS AFUERAS DE PARÍS, LA *MAISON* TIENE UN TALLER DEDICADO A REPARAR BAÚLES, MALETAS, ZAPATOS Y UNO QUE OTRO OBJETO CURIOSO, TODOS DE DIFERENTES DÉCADAS, PROVENIENTES DE DISTINTAS PARTES DEL MUNDO, Y CADA UNO CON UNA HISTORIA ÚNICA QUE CONTAR.



DESDE 1854

Cuando el señor Louis Vuitton fundó su marca homónima con la intención de crear maletas y artículos de viaje duraderos y reparables, sentó las bases del enfoque circular de creatividad y durabilidad que hoy es un pilar estratégico de la *Maison*. En línea con su ambición de convertirse en la primera marca regenerativa de lujo, se prevé que los servicios de reparación se amplíen a todos los productos para 2030.

SAVOIR-FAIRE A MEDIDA

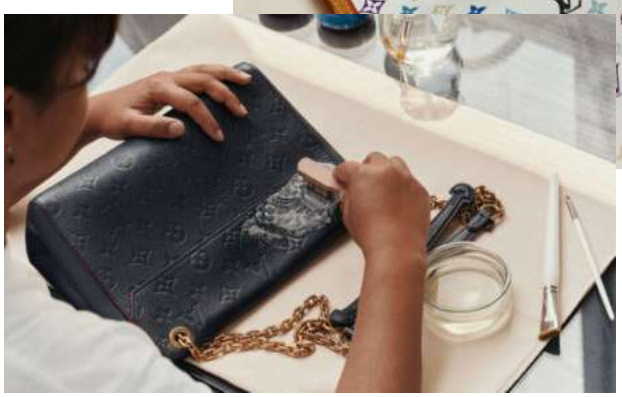
A diferencia de los artesanos que fabrican artículos nuevos y se especializan en la excelencia de una sola categoría de producto, los técnicos de este taller de reparación se preparan por años para ser como navajas suizas; deben dominar modelos de diferentes épocas, y son capaces desde reemplazar un zíper hasta reconstruir una maleta entera.





EL SPA DE BOLSAS

Todas las bolsas pasan por esta etapa para darles un *refresh* bien merecido. El uso diario, la suciedad o el simple hecho de estar guardadas hacen que a veces el cuero se seque, aparezcan manchas, los colores se opaquen o se requiera una limpieza profunda. En el *bag spa* de Louis Vuitton, que parece más un laboratorio que una cabina de masaje, hacen un diagnóstico experto y les dan un tratamiento rejuvenecedor.



CASO POR CASO

Cada artículo tiene huellas de uso que reflejan el cariño, muchas veces generacional, que una bolsa Louis Vuitton carga con los años. Y los artesanos lo saben muy bien. Por eso, si reemplazan un asa, envejecen el cuero para homogeneizar la pátina; si deben repintar un motivo en la lona a mano, igualan meticulosamente el color, e incluso fabrican piezas metálicas especiales para modelos descontinuados.

FOTOS: CORTESÍA LOUIS VUITTON.

#ELLECONSEJO

Si tienes un producto Louis Vuitton que necesita ser reparado, primero llévalo a una tienda; si es algo simple, como un repuesto común, a veces lo pueden hacer ahí mismo.


Accènt
Una publicación exclusiva de Aeroméxico
An exclusive magazine from Aeromexico
Accènt
AEROMEXICO
@accent_revista
Síguenos en nuestra nueva cuenta
Follow us on our new account

ELLE NEWS



octubre

1. JACQUEMUS Y TIMBERLAND LO HACEN DE NUEVO. DESPUÉS DE PRESENTAR UNA VERSIÓN EN COLOR AMARILLO, LAS FIRMAS VUELVEN A UNIRSE PARA PRESENTAR UNA VERSIÓN DE LOS *BOAT SHOES*, AHORA EN AZUL TURQUESA Y CON DETALLES MÁS MARCADOS. SI QUIERES CONSENTIRTE CON UNA PIEZA *STATEMENT*, NO BUSQUES MÁS.

JACQUEMUS.COM



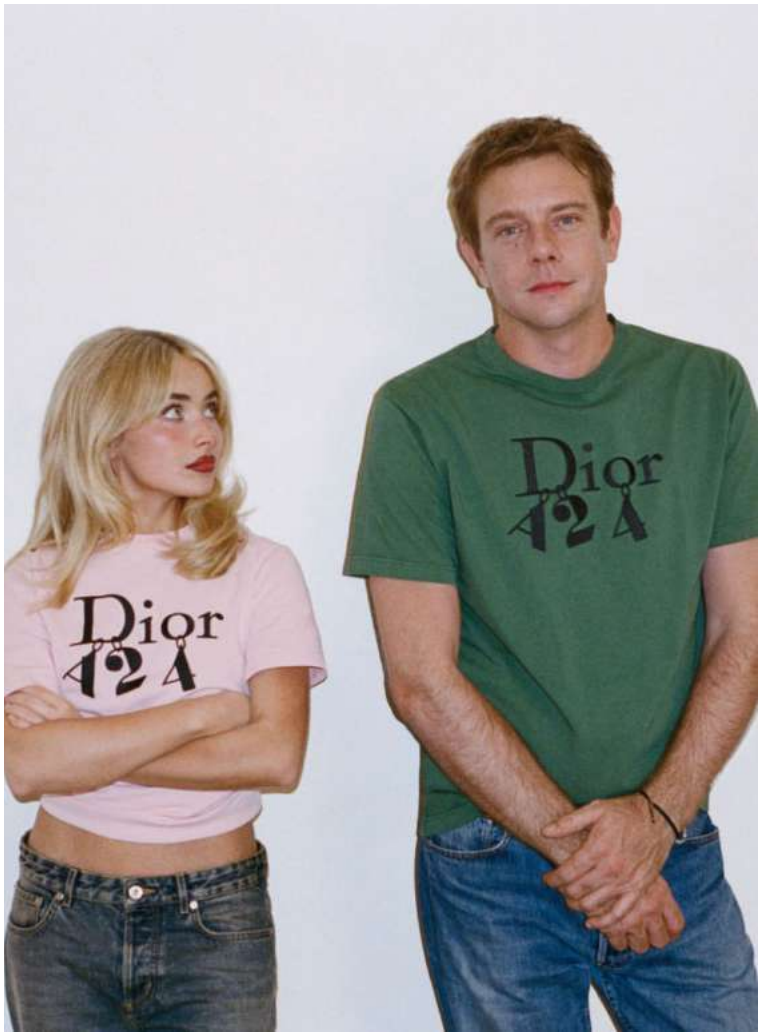
2. PENSANDO EN LAS PIELES MÁS SENSIBLES Y ESTRESADAS, LA PRAIRIE CREÓ *SWISS PRISTINE*, UNA NUEVA LÍNEA QUE ACTÚA COMO UN ESCUDO ANTE LAS AGRESIONES EXTERNAS: LA CONTAMINACIÓN, LA FALTA DE SUEÑO Y EL RITMO DE VIDA ACELERADO.

LAPRAIRIE.COM



3. ¡LA OBSESIÓN POR EL *MATCHA* ACABA DE LLEGAR A UN RELOJ! CASIO Y CAFÉ KITSUNÉ TIENEN LA PIEZA PARA LOS AMANTES DEL TÉ JAPONÉS.

CASIO.COM



4. Para reforzar la relación que existe con la moda y el cine, Dior anuncia una alianza creativa de dos años con el estudio A24, que también abarca el teatro y los eventos en vivo. La *maison* y la plataforma trabajarán en conjunto para apoyar y potenciar el talento emergente a través de distintos programas.

DIOR.COM

FOTOS: JACQUEMUS.COM / LAPRAIRIE.COM / CASIO.COM / DIOR.COM.

lo más hooot



5. ¿UN PRODUCTO PARA LA CARA QUE AYUDA A RELLENAR Y REAFIRMAR LA PIEL AFECTADA POR LA PÉRDIDA DE VOLUMEN O INCLUSO POR LA PÉRDIDA DE PESO? SÍ, KIEHL'S PRESENTA *1CC¹ COLLASHOT PLUMP SERUM*, UN PRODUCTO QUE LE APORTA FIRMEZA, ELASTICIDAD Y SOPORTE A LA PIEL.

KIEHLS.COM



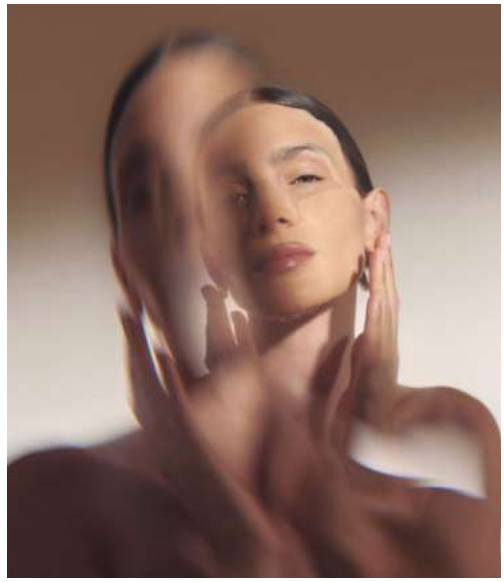
6. PARA CELEBRAR EL 70 ANIVERSARIO DE LA COLECCIÓN *LADYBIRD*, BLANCPAIN RINDE HOMENAJE AL HISTÓRICO RELOJ FEMENINO *LADYBIRD BULLET* DE 1956 CON LADY B, UNA NUEVA PIEZA QUE CONTINÚA CON SU FILOSOFÍA DE NO PRODUCIR RELOJES DE CUARZO Y ES FIEL A SU DISEÑO MINIATURA Y ESFÉRICO. ¡SU CORREA DE DOBLE VUELTA ELEVARÁ TUS LOOKS!

BLANCPAIN.COM.



7. Para que la joyería siempre brille en tus *looks*, Swarovski presenta Classica, una colección de 29 piezas perfectas para llevarse como segunda piel e ideales para esos días que tienes que planear un *look* que funcione tanto de día como de noche. Escoge entre pulseras, pendientes, anillos y collares o mejor, lleva el *set* completo.

SWAROVSKI.COM



8. GRACIAS A NATURA BISSÉ AHORA PODRÁS TRANSFORMAR TU PIEL EN TAN SOLO 10 MINUTOS. EL *DIAMOND MOLECULAR ACID4 PEEL-MASK* ES UN NUEVO *PEELING* EN FORMATO DE MASCARILLA QUE CONTIENE UNA FÓRMULA CON LOS CUATRO ÁCIDOS MÁS EFECTIVOS DEL MUNDO. TÚ Y TU CARITA LO TIENEN QUE PROBAR, LO VAS A AGRADECER.

NATURABISSE.COM

FOTOS: KIEHLS.COM / BLANCPAIN.COM / SWAROVSKII.COM / NATURABISSE.COM.


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



ELLE

¿ONLYFANS COMO AGENCIA ECONÓMICA? (P. 52)

56. UN RECORRIDO POR LOS 100 AÑOS DEL *LITTLE BLACK DRESS*

58. LOS ABRIGOS MAX MARA COMO REFERENTES DE MODA

FOTO: JAVIER BLOSCA
LOOK TOTAL, CHANEL
JOYAS CARTIER

STORIES



EL PRECIO DE LA AUTONOMÍA: LO QUE ONLYFANS REVELA SOBRE LA LIBERTAD FINANCIERA DE LAS MUJERES

FRENTE AL REGRESO DE ONLYFANS A LA CONVERSACIÓN CULTURAL, DE LA MANO DE SERIES COMO *EUPHORIA* Y *MARGO 'S GOT MONEY TROUBLES*, ME PREGUNTO QUÉ GANA UNA MUJER CUANDO DECIDE MONETIZAR SU PROPIO CUERPO Y QUÉ LE CUESTA CUANDO NO PUEDE ELEGIR.

POR **PILAR MARROQUÍN C.**

Jinx le explica a su hija que todo luchador necesita un *gimmick*: un personaje, una versión de sí mismo lo bastante grande para llenar un cuadrilátero vacío. En la pantalla, Margo Millet toma nota. Ella no entrena para subir a un *ring*. Con la misma lógica de su padre, exluchador caído en desgracia, arma el perfil de OnlyFans que la va a sacar de la quiebra. Unas semanas después veo a Cassie, uno de los personajes centrales de la última temporada de *Euphoria*, construir su propio personaje sexualizado para pagar una boda que se le salió de las manos. Confieso que me escandalicé un poco.

La idea me incomoda mucho más de lo que anticipé. Llevo años trabajando en proyectos de inversión con enfoque de género y empoderamiento de mujeres. Me considero muy *woke* para los estándares de mi entorno. Y sin embargo mi primer instinto, frente a ambos personajes, fue el juicio. ¿Será que toda la Generación Z decidió que la manera de ganarse la vida es a través de una suscripción mensual?

OnlyFans nació en Londres en 2016, un espacio de suscripción cualquiera, hasta marzo de 2020. El confinamiento hizo lo que ninguna campaña de *marketing* habría logrado: los ingresos de la plataforma crecieron 553% ese año, y sus usuarios pasaron de 20 a 120 millones. Ganar dinero con el cuerpo se volvió rápidamente una opción para millones de personas sin empleo. Hoy la plataforma reporta más de 375 millones de usuarios registrados y ha pagado más de 15 mil millones de dólares a sus creadoras desde su fundación.

A pesar de haber alcanzado esta escala, la plataforma no tardó en enfrentar contradicciones sobre su propia identidad. En 2021, presionada por sus bancos y procesadores de pago, OnlyFans anunció que prohibiría el contenido de sexo explícito a partir de octubre de ese año. La medida duró unos días: la reacción de creadoras y usuarios fue tan fuerte que la empresa dio marcha atrás antes de que entrara en vigor. La compañía se presenta hoy como una plataforma abierta a todo tipo de creadores: música, cocina y *wellness*, pero cuando tuvo que elegir entre esa imagen y su negocio real, quedó claro de qué vive. El modelo de este negocio resulta atractivo precisamente por la estructura financiera que ofrece a las creadoras frente a las redes tradicionales. El dato clave es que la empresa se queda con el 20% de lo que genera cada creadora, mientras que el resto es directo para ella. TikTok, en su mejor programa de recompensas, paga 1 dólar por cada mil vistas: hace falta un millón de reproducciones para igualar lo que un puñado de suscriptores fieles le da a una creadora de OnlyFans en un mes. Instagram exige diez mil seguidores sólo para acceder a sus herramientas de monetización. En OnlyFans cualquier perfil, desde el primer día, puede cobrar, aunque es bastante desigual: únicamente el 1% de las creadoras concentra cerca de un tercio de todo lo que se factura en la plataforma, mientras el 60% inferior gana menos de 50 dólares al mes. Más allá del ámbito digital, esta estructura modifica la dinámica de intermediación histórica dentro de la industria del sexo. La pornografía no inventó nada nuevo, apenas le puso cámara a un intercambio que existe desde siempre. Plataformas de contenido para adultos como PornHub retienen hasta 35% de lo que factura cada creadora, y el cuerpo pasa además por un estudio, un director y un contrato escrito por otro intermediario. En OnlyFans la creadora decide el precio, el encuadre, el límite, el horario. Esto no garantiza necesariamente seguridad, pero sí abre otro tipo de negociación.

En un mundo ideal, los cuerpos de las mujeres (y de los hombres) no serían un objeto de consumo, como lo son un par de zapatos. Pero no estamos ahí. Vivimos en un mundo en el que el cuerpo ya se compra y se vende todos los días: en la publicidad, las redes, la mirada ajena que no pide permiso. La pregunta nunca fue si el cuerpo se convierte en mercancía, sino quién cobra. Ahí aparece la palabra mágica: agencia. No hablo sólo de la agencia sexual, aunque también. Hablo de la cuenta bancaria a nombre propio, del primer depósito que no depende de un jefe, una pareja o un padre. La independencia financiera es la condición previa de cualquier otra libertad. Lo veo todos los días en el trabajo que hago con fondos de inversión: el capital propio cambia las preguntas que una mujer se permite hacerse. Sin dinero propio, no hay salida de una relación violenta, no hay decisión reproductiva libre, no hay voz en la mesa familiar.

Pero hay que ser realistas: el abuso de poder no desaparece porque cambie la plataforma. Una investigación de Reuters documentó, sólo en EE.UU. entre 2020 y 2024, treinta denuncias de contenido de abuso sexual infantil en OnlyFans, y cientos de casos de mujeres reclutadas con falsas promesas y luego bloqueadas del acceso a su propia cuenta y a su propio dinero. El proxeneta de siempre no desapareció, quizás aprendió a vestirse de manager. Al final es la misma historia: alguien más decide qué hacer con su cuerpo y con su dinero.

Esa tensión entre la autonomía recuperada y el control ajeno tiene hoy un eco difícil de ignorar. Mientras escribo estas líneas, voces del conservadurismo estadounidense promueven la idea de que las mujeres cedan su voto a sus esposos bajo un modelo de "un voto por hogar". La propuesta ganó tracción este verano en una cumbre de liderazgo femenino organizada por unos de los grupos conservadores más influyentes de EE.UU. La misma idea ya resuena en círculos conservadores mexicanos, setenta años después de que las mexicanas ganaran el voto.

No tengo una respuesta clara a la pregunta que me traje de vuelta del sofá. ¿Explotación o empoderamiento? Sospecho que la respuesta correcta no es una sola palabra, sino un mundo en el que las mujeres puedan decidir y tener autonomía sobre sus cuerpos, sus finanzas y sus vidas. ♥ FIN

FOTO: ISTOCK / ILUSTRACIÓN: MARIO MARREROS.



Caroline Hélain lleva su universo artístico a Longchamp

por TAMARA SANTILLÁN



Durante los últimos 15 años, Caroline Hélain ha recorrido la costa atlántica de Francia y el Mediterráneo. Estos viajes, junto con una paleta de matices estacionales que le compartió Longchamp, se convirtieron en el punto de partida para crear nueve paisajes exclusivos que trasladó a bolsos y piezas prêt-à-porter. Platicamos con ella sobre su proceso creativo, sus referencias y la manera en que el paisaje se transforma en moda.

ELLE MÉXICO:
¿Qué fue lo primero que te atrajo de Longchamp y qué te hizo aceptar esta colaboración?

CAROLINE HÉLAIN:
Siempre he admirado el hecho de que la familia siga estando en el corazón de la historia de Longchamp, ahora por cuatro generaciones; así como su compromiso constante por fomentar una relación vibrante con las artes en todas sus formas. Me daba curiosidad descubrir qué aspectos de mi trabajo habían llamado su atención, y qué tenían en mente, y rápidamente me emocioné mucho con la idea de colaborar con ellos. Ser parte de una plataforma artística impulsada por la pasión, que busca constantemente nuevos talentos, es increíblemente inspirador. La oportunidad de aportar nuevas perspectivas, abrir nuevos horizontes y apoyar el diálogo artístico en el que Longchamp ha participado desde su fundación era algo que me alegraba demasiado poder aceptar.

ELLE MÉXICO:
Tu trabajo tiene sus raíces en la observación, los materiales y la memoria visual. ¿Qué paisajes o recuerdos sirvieron como punto de partida para esta colección?

CH:
Estos paisajes son una suma de los lugares que me han formado y de aquellos que observo. También están profundamente conectados con mi manera de viajar. Durante los últimos quince años, he navegado por la costa atlántica francesa y más recientemente, por el Mediterráneo. Sin duda, estos paisajes están moldeados por los recuerdos y por mi observación de las costas tal como aparecen desde el mar.

ELLE MÉXICO:
Cuando comienzas un proyecto como este, ¿qué viene primero: una imagen, un color, una textura o una historia?

CH:
El punto de partida para los nueve paisajes fue la paleta de matices estacionales compartida por Sophie Delafontaine y el Departamento de Estilo de Longchamp, a la que incorporé un tono naranja neón, muy presente en mi trabajo. La primera pieza inspiró las siguientes y definió la paleta y el rumbo del proyecto, mientras que los recortes, colores y composiciones hicieron único cada paisaje. Después, visitar los sitios de producción de Longchamp, especialmente Segré, me permitió descubrir su trabajo con la piel y comprender mejor la artesanía detrás de la colección, lo que me ayudó a integrar mis obras de manera natural en el universo de la maison.

ELLE MÉXICO:
¿Cómo decides qué colores, texturas y materiales deben coexistir dentro de una composición? ¿Hay un elemento de intuición o improvisación en el proceso?

CH:
Cada etapa del proceso está guiada por el instinto. La elección del color pone todo en movimiento, seguida por el descubrimiento de las formas a través del corte. Acomodo y vuelvo a acomodar las piezas de tela recortadas hasta que el paisaje comienza a aparecer —quizá la etapa más emocionante del proceso—. Los últimos ajustes se realizan durante el ensamblaje, utilizando puntadas de bordado para unir los diferentes elementos y dar a la composición su forma final.

ELLE MÉXICO:
¿Qué descubriste sobre tu propio lenguaje creativo al trasladarlo del mundo del arte a la moda?

CH:
A través de mi colaboración con Longchamp, me resultó fascinante descubrir la variedad de materiales con los que trabajan, lo que abrió para mí nuevos horizontes creativos. Por primera vez, mi trabajo se adaptó a la escala del cuerpo. Ver estos paisajes cobrar vida a través de las siluetas fue una experiencia increíble. De alguna manera, ahora los paisajes están invitados a emprender su propio viaje, más allá del contexto en el que fueron creados y a adquirir una nueva vida a través de la moda.

ELLE MÉXICO:
Longchamp tiene una historia profundamente vinculada a las ideas de movimiento y viaje. Para ti, ¿qué significa viajar y cómo influye el movimiento en tu trabajo?

CH:
El movimiento es un lenguaje unificador. El color, la luz y el material se unen para dar vida a cada obra. Para mí, viajar despierta mis sentidos y aumenta mi curiosidad. El viaje en sí mismo y el cambio de paisaje me impulsan a observar con mayor atención. De cada viaje regreso con recuerdos, impresiones, sensaciones y emociones que a menudo encuentran su camino hacia mi trabajo.

FOTOS: CORTESÍA LONGCHAMP.



LITTLE BLACK DRESS

100 años de tener qué ponerse

por ULISES García

De Chanel a la Princesa Diana, el vestido negro ha cambiado de silueta y de intenciones. Un siglo después, todavía tenemos mucho que decir sobre él.

La invitación dice cóctel, tienes veinte minutos para salir y, después de probarte medio *clóset*, vuelves al vestido negro. Sabes cómo te queda, cuáles zapatos funcionan y qué aretes pueden cambiarle el ánimo. Hay cierta intimidad en esa decisión: conoces la prenda y te reconoces en ella. El *little black dress* lleva un siglo construyendo esa confianza. Aunque, si revisamos su historia, también ha servido para salir de casa y dejar a todo el mundo hablando.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / GETTYIMAGES© ISTOCK / SHUTTERSTOCK.COM



Christian Dior, 1950

Este octubre se cumplen **cien años** de una aparición decisiva. El 1 de octubre de 1926, la edición de Estados Unidos de Vogue publicó un dibujo de un vestido Chanel de manga larga, líneas rectas y largo por debajo de la rodilla. **Era el modelo 817, en *crepé* de China negro.** La revista lo comparó con un automóvil de Ford, asociándolo con la promesa de convertirse en una fórmula **reconocible** y **ampliamente adoptada. El guardarropa moderno encontraba uno de sus grandes referentes.**

Conviene ponerle un asterisco al cumpleaños. Chanel no inventó el vestido negro, ni fue la única diseñadora que trabajó con ese color. Ella misma lo promovía desde finales de la década de 1910. **El negro cargaba con asociaciones de luto y uniformes de servicio; su propuesta ayudó a afianzarlo como una elección *chic* para la vida moderna.** La transformación estaba en la sencillez y en poder adaptar una misma prenda a distintas horas y ocasiones. La comparación con el coche hablaba de su alcance potencial; no significaba que una creación de la *maison* estuviera al alcance de cualquier bolsillo.

Desde entonces, cada cambio de silueta ha modificado lo que entendemos por LBD. Con el **New Look de Christian Dior,** presentado en 1947, la moda volvió a marcar la cintura y a dar volumen a las faldas. Durante los **50,** el vestido negro encontró un lugar privilegiado en el ritual del **cóctel.** Bastaba alterar las proporciones para que la misma idea de **elegancia** adquiriera otro cuerpo.



Elizabeth Hurley, 1994



Audrey Hepburn, 1961

El cine hizo el resto. En 1961, Audrey Hepburn apareció frente al escaparate de Tiffany & Co. vestida de Givenchy en *Breakfast at Tiffany's.* Los guantes largos, las perlas y los lentes oscuros terminaron de construir a **Holly Golightly.** Hay un detalle delicioso: **uno de los vestidos que mejor representa al *little black dress* es largo.** A esas alturas, el nombre ya podía describir una idea de sofisticación más allá de una medida de falda.

Ese mismo año, Delphine Seyrig llevaba Chanel en *El año pasado en Marienbad,* de Alain Resnais. Entre sus *looks* estaba un **vestido negro de chifón con doce volantes fruncidos y un moño de tafetán en la espalda.** Frente a la familiaridad de Audrey, Seyrig ofrece una referencia más enigmática. Es también un recordatorio útil: **dentro de la historia del *LBD* caben el adorno y cierta teatralidad.** En 1994, el vestido negro tenía mucho menos interés en comportarse.

Elizabeth Hurley llegó a la premiere de *Cuatro bodas y un funeral* con un Versace de escote profundo y aberturas sujetas por grandes seguros dorados. Su aparente fragilidad estaba cuidadosamente construida: años después, la actriz explicó que el vestido se sentía sorprendentemente seguro sobre el cuerpo. **Gianni Versace convirtió un objeto cotidiano, el seguro, en el detalle que concentraba todas las miradas.**



Princesa Diana, 1994

Unas semanas después, el 29 de junio, Diana acudió a una gala en la Serpentine Gallery con un vestido de Christina Stambolian que dejaba los hombros al descubierto. Esa noche se emitió la entrevista en la que Carlos reconoció su infidelidad. La prensa leyó el *look* como una respuesta y lo bautizó como "***revenge dress***". La escena permite otra lectura: **una mujer podía ocupar el centro de la fotografía cuando se esperaba que quedara reducida a esposa traicionada.**

Vistos juntos, estos vestidos demuestran por qué llamar al *LBD* un básico se queda corto. También dejan ver lo que exige **diseñar en negro: la caída de la tela, la proporción del escote o una costura cobran protagonismo. El terciopelo absorbe la luz de una manera distinta al satén; una transparencia transforma la relación entre vestido y piel. El color compartido hace todavía más visibles esas decisiones.**

La historia se expande. En 2023, la exposición ***Beyond the Little Black Dress,*** del National Museum of Scotland, reunió a **Chanel** y **Dior** con propuestas de **Comme des Garçons, Simone Rocha** y **Maximilian.** Al abordar cuestiones de identidad, género y raza, mostró cuánto queda por explorar dentro de una categoría que solemos dar por resuelta. Celebrar su centenario en 2026 invita a revisar también la vieja recomendación de que **toda mujer debe tener uno. Su mayor atractivo está en poder elegir qué hacer con él, sin un manual de buena conducta.**

Tal vez por eso resulta tan fácil volver a ese vestido que espera en el clóset. **Puedes repetirlo, cambiarle los accesorios o llevarlo de una forma que antes no se te había ocurrido.** Después de cien años de referencias, todavía hay espacio para que se **parezca a ti.**







Jean coat



101801-madame



MM Resort 27 archivio 029



MM Resort 27 archivio 029

¿Qué hace de una firma de moda un imperio?

por **Jessica Gutiérrez.**

Celebridades como Kim Kardashian y Hailey Bieber, y *fashion insiders* como Carine Roitfeld y Mariacarla Boscono, han sido fieles amantes de Max Mara y sus abrigos. Una prueba de que estas piezas, más allá de ser icónicas, son capaces de desafiar el cuerpo, la edad y el origen de quien las usa, poniendo como enfoque las experiencias de personas reales en su vida cotidiana. Para celebrar este aniversario, hagamos un recorrido por estas prendas para entender su impacto, tanto a lo largo de sus años de historia como en todo lo que aún falta por escribirse.

Entre muchas de las razones, podemos enlistar cosas como un ADN, un estilo único, transformación, adaptación, tendencias y muchas otras. Pero, sin duda alguna, también están los *best-sellers* icónicos, esos capaces de vivir y brillar a través del tiempo y de sus generaciones, así como de los cambios culturales y creativos. Max Mara cumple 75 años como una de las marcas italianas que han sido capaces de todo esto; más de siete décadas de demostrar que se mantiene como un referente de la moda contemporánea. Dentro de su legado, están los abrigos, un *key piece* que se ha convertido en referente de la firma. Entre sus modelos más emblemáticos están el 101801, Manuela, Ludmilla, Ready y, por supuesto, el famosísimo Teddy.



Abrigo 101



Abrigo Teddy Bear Icon



Abrigo Ludmilla Icon



Abrigo Ready de camello



Abrigo Manuela Icon

El abrigo 101801 de Max Mara

Un objeto de deseo para la mujer moderna. Se trata de una pieza que se enorgullece de su pasado, además de ser un sinónimo de elegancia y del *know-how* de la sastrería italiana. Fue diseñado en 1981 por Anne-Marie Beretta y, hasta el día de hoy, es un ícono de la firma. Sus materiales, como el *beaver* de lana y cachemira, son la prueba viviente de una calidad absoluta. Es perfecto para usar con un traje sastre o un vestido de noche, pero también para llevar con jeans y una playera blanca clásica.

Teddy Bear

Cualquier amante de la moda y el estilo ha soñado con un *Teddy coat*. Es una de esas piezas de culto que se ha convertido en un *must* gracias a su diseño divertido y glamouroso. La Teddymanía es real. Aunque fue diseñado en 2013, la importancia que ha logrado hasta ahora es única. Su inspiración viene del archivo de Max Mara de los años 80. Tiene la extraordinaria capacidad de adaptarse al estilo de la mujer contemporánea. Todas las temporadas se renueva con nuevas versiones que se siguen ajustando a las necesidades de los *fashion lovers*.

Ludmilla

Aquí hay dos palabras importantes: cachemira zibellinada. Pero ¿qué es? Se trata de uno de los acabados textiles más lujosos del mundo. Es utilizado con frecuencia en la alta costura italiana para la elaboración de abrigos y otras prendas de alta gama. Esta pieza representa a la perfección el lujo discreto. Su acabado es brillante gracias a su proceso de cardado, mismo que elimina en su totalidad las impurezas del tejido. El Ludmilla destaca por su espíritu *effortless* y sofisticado a la vez.

Ready

Le llamaremos "el nuevo ícono". Un abrigo envolvente con cierre cruzado con actitud fuerte y poderosa. Con un cinturón que, al atarse, destaca una nueva silueta, tan interesante como clásica. Su singularidad es que *Ready* no está forrado y está hecho en pelo de camello puro doble faz. Además, su corte raglán en las mangas le da un carácter mega sartorial, pero bastante natural y orgánico. Es ideal para las mujeres que siempre están listas para lo que la vida les presente. Estos abrigos son súper reconocibles. Se sabe que un buen abrigo, es un abrigo de Max Mara.

Manuela

El eje de su magia está en su tejido de pelo de camello. Este abrigo se podría definir como la esencia de Max Mara materializada: calidad y filosofía. Su silueta es envolvente, como la de una bata, con un volumen y diseño que lo apuesta todo por la elegancia de lo clásico. Es por prendas como esta que se dice que lo importante está en los detalles. Y es que lo reúne todo: proporción, tejido y confección.

FOTOS: CORTESÍA MAX MARA / ES.MAXMARA.COM.







looks totales. BIMBA Y LOLA.

Isabel Fernández
"No te rindas, perra".

(LÉELO CON LA VOZ DE ISABEL EN TU MENTE).

por CARLA FORTES

Esas son las palabras que más me llevo de mi conversación con Isabel Fernández, un personajazo que, por suerte, no es un personaje. Después de ser host de DigitELLE 2026, se prepara para presentarse en el Teatro Metropólitan el 30 de octubre. "Lo siento como una estrellita en mi vida adulta", dice.

CARLA FORTES:
¿Qué fue lo primero que te hizo pensar que podías dedicarte a la comedia profesionalmente?

ISABEL FERNÁNDEZ:
Cuando empecé a hacer comedia fue cuando descubrí que algo me gustaba mucho y que me apasionaba de verdad. De todos los demás trabajos que he tenido me han corrido, y en cambio, esto, más allá de cuánto dure o no, cada vez que lo hago me encanta. Entonces, cuando me enteré de que podía ser una profesión ya de manera formal, dije: "pues vamos a intentarlo".

CARLA FORTES:
¿Imaginabas que ibas a acabar en un escenario tan grande como el Teatro Metropólitan?

ISABEL FERNÁNDEZ:
Pues siempre sueñas con eso. O sea, a mí me gusta mucho soñar en grande e imaginarme esas cosas, pero son de esas situaciones que se siguen sintiendo irreales, aunque has trabajado mucho por ellas. Entonces claro que me sorprende, pero también trato de decirme a mí misma que es el fruto del esfuerzo de tantos años de trabajo.

CARLA FORTES:
¿Qué es lo que más te gusta de hacer *stand-up*?

ISABEL FERNÁNDEZ:
Creo que para mí, el *stand up* tiene un lado muy psicológico. Para que te vaya bien tienes que olvidarte de que quieres que te vaya bien, confiar en lo que estás haciendo y entregarte al momento, sin saber qué va a pasar. Esa adrenalina y ese *rush* allá arriba me encantan, pero también porque es de los pocos momentos en mi vida en los que estoy realmente presente. Cuando estás haciendo *stand-up* en un escenario no puedes estar pensando: "Ay no, la lavadora. Ay, tengo que pagar la luz".

CARLA FORTES:
¿Cuál ha sido el momento más incómodo que has vivido arriba de un escenario?

ISABEL FERNÁNDEZ:
Uy, ¡tengo varios! Una vez, cuando empezaba a hacer *stand up*, me contrataron por $2,000 pesos y una botella de tequila. Por supuesto acepté, pero no me avisaron que había niños. Era mi cuarta vez haciéndolo y me quise hacer la muy extrovertida, así que empecé a alburearlos. Yo pensaba: "Hoy se van a enterar como los tuvieron sus papás". Cuando bajé, los papás me dijeron "¿Le puedes bajar a tu tono?". Y yo "Sí, perdón". Acabé y me fui corriendo. Ahí aprendí que tienes que medir muy bien al público. Los niños no estaban listos para esa información.

CARLA FORTES:
¿Qué prejuicios crees que existen hacia las mujeres en la comedia?

ISABEL FERNÁNDEZ:
Es un ambiente en el que la mayoría son hombres y eso nos puede jugar en contra. También existe la fama de que las mujeres no damos risa, y eso sí afecta como gremio porque la gente se queda con esa idea. Siento que nosotras tenemos que hacer un esfuerzo extra, mientras que de los hombres, la gente asume que son chistosos. También está el hecho de que los hombres se apoyan mucho entre ellos, se invitan entre compas, se van de gira y se abren puertas. Eso puede hacer más difícil abrirte camino, pero yo siempre he tenido muy buenos amigos comediantes y nunca he sentido ese rechazo.

CARLA FORTES:
¿Cómo encontraste tu fórmula en la comedia?

ISABEL FERNÁNDEZ:
Cuando empecé a hacer *stand up* descubrí que hay tres ingredientes en la comedia: el *timing*, el *delivery* (es quién eres arriba del escenario y cómo cuentas los chistes), y el material que escribes. Cuando empecé, muchos me decían cómo debía ser mi *delivery*, pero yo nunca tomé eso en cuenta. Decía "Mi *delivery* voy a ser yo". Obviamente hay cosas que se exageran cuando te subes al escenario, pero mi brújula siempre ha sido esa: yo soy así y no pretendo cambiar mi forma de ser para adaptarme al público.

CARLA FORTES:
¿Qué le dirías a la Isabel que empezó, ahora que vas a llegar al Teatro Metropólitan?

ISABEL FERNÁNDEZ:
"No te rindas, perra". Eso le diría. Y disfrútalo, confía en el proceso y en ti. No es solamente por ganar dinero o tener fama, realmente me gusta lo que hago. Si lo pienso mucho hasta me dan ganas de llorar. Lo siento como una estrellita en mi vida adulta, como cuando sacabas diez en un examen. Y también me repito mucho: disfrútalo. A veces el estrés y la angustia hacen que te olvides, pero que llegue la gente y se ría es el premio a todo el esfuerzo.

FOTOS: MARIANA MARTÍNEZ / ESTILISMO: JESSICA GUITERREZ.
ASISTENTE DE ESTILISMO: ALEJANDRA RAMOS MAQUILLAJE Y PELO: LUIS GIL.



NICOLAS GUESQUIÈRE, ASISTENTE EN JEAN PAUL GAULTIER EN 1991.



LOUIS VUITTON

El cuestionario de moda de...

Nicolas Ghesquière

Su relación con la ropa, su prenda fetiche, sus íconos de estilo… El director artístico de las colecciones femeninas de Louis Vuitton responde a nuestro cuestionario.

texto MARGAUX KREHL



NICOLAS GHESQUIÈRE A LOS 5 AÑOS, 1976.

¿Eras un niño bien vestido?

Me vestía mi mamá, que tenía un gusto bastante sencillo y lo sigue teniendo. No fui un niño al que vestían como adulto. Nací en 1971, así que ya te puedes imaginar la paleta de materiales y colores que existía en esa época. Digamos que reflejaba bien mis tiempos.

¿Tu primer recuerdo de moda?

Otra vez, es una respuesta muy generacional, pero mi primer recuerdo de moda es un recuerdo de revistas. ELLE, Vogue… Crecí en un pequeño pueblo, donde había un puesto de periódicos que tenía apenas unos cuantos títulos. Mi mamá estaba suscrita a varias revistas, y también me acuerdo de programas de televisión dedicados por completo a la moda. Me marcaron muchísimo los comerciales de Jean-Paul Goude para Kodak o Perrier, me hicieron un verdadero *click*. ¡Tuve la suerte de conocerlo años después y de que me retratara para ELLE!

¿Qué estilo te transmitieron tus papás?

Más que mis papás, fue mi abuelo, de quien heredé el clóset. Había, sobre todo, un abrigo grande de *shearling*, una gabardina preciosa… Esas prendas fueron el origen de mi interés por el diseño a través de la transformación de la ropa, porque fue en ese guardarropa familiar donde empecé a ajustar, a cortar… Aprendí a usar una máquina de coser para los acabados, que por cierto no siempre terminaba. Tendría 14 o 15 años.

¿El *look* de tu adolescencia?

Bastante *preppy*. Después de usar todo el clóset de mi abuelo, me lancé a los mercados de pulgas y a las tiendas de segunda mano. Era muy clásico: sacos de *seersucker*, camisas de cuadros, *blazers*, conjugados con piezas de segunda mano. Ya usaba muchos jeans, sobre todo los 501 de Levi's. También me acuerdo de una sudadera de Marithé + François Girbaud con un zipper enorme, que combinaba con un saco de príncipe de Gales, unos jeans y unos zapatos Weston viejos. Mi *look* era medio romántico, llevaba el pelo a media melena con un mechón… En la prepa uno siempre se imagina más grande de lo que es, y mi clóset reflejaba un poco cómo me veía de adolescente.

¿La primera prenda que te compraste?

¡Me acuerdo como si fuera ayer! Era una *bomber* de la colección Junior de Jean Paul Gaultier, que compré en la tienda de la rue du Jour, en París. Era el *best seller* de la marca: nailon negro, resorte en puños y cintura, forro vino, logo verde y "Junior" escrito en diagonal. La usé muchísimo tiempo, tuvo varias vidas. Lo increíble es que años después entré a trabajar con Jean Paul (como asistente de estilismo, de 1990 a 1992). Ya no la tengo, creo que me la robaron.

¿Qué prenda vas a conservar siempre?

Una chamarra Levi's que usaba en la prepa, con una especie de parche de Fórmula 1 en la manga.

FOTOS: GETTY IMAGES, LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. CORTESÍA DE NICOLAS GHESQUIÈRE.



NICOLAS GHESQUIÈRE CON JEAN-PAUL GAULTIER EN 2018.



LA FAMOSA BOMBER DE GAULTIER JUNIOR.

NICOLAS GHESQUIÈRE CON EMMA STONE.





NICOLAS GHESQUIÈRE A LOS 22 AÑOS, 1993.

Todavía me la pongo, estoy muy orgulloso de seguir entrando en ella. La compré en una tienda de segunda mano en Angers, a mediados de los 80. Lo lindo de la mezclilla es que es un material vivo, que poco a poco toma la forma de tu cuerpo. Esa chamarra guarda las marcas y las huellas del tiempo que pasa, es padrísima.

¿El día que encontraste tu estilo?

Paso más tiempo trabajando el estilo de los demás que el mío. Diría que tengo un uniforme. Tres o cuatro siluetas que voy alternando con el tiempo. Ahora otra vez uso mucho *total denim* con botas, dejé los tenis, uso prendas más ajustadas. Hubo un momento en que solo me ponía ropa *baggy*, negro y especialmente piezas de diseñadores japoneses.

¿Los diseñadores que más te han inspirado?

¡Es una lista larga! Obviamente está Azzedine Alaïa. Le tenía mucho cariño y una gran admiración por su trabajo. Jean Paul Gaultier fue una revelación. Issey Miyake me parece súper inspirador. Phoebe Philo también, su mirada es totalmente única y la manera en que aborda nuestra industria y su evolución es admirable. Y no puedo dejar de citar a Cristóbal Balenciaga, porque tuve la suerte de trabajar en la casa que él fundó. Todos estos diseñadores cambiaron nuestra forma de vestirnos y la forma en la que hoy vemos la moda.

¿Qué hizo que te volvieras diseñador?

Sin dudarlo, el dibujo. Todos los niños dibujan y al crecer, la mayoría deja de hacerlo. Como si la madurez nos lo exigiera. Yo nunca lo dejé. De niño dibujaba de todo y, con los años, mi trazo se fue afinando hasta volverse dibujo de moda. Me acuerdo de unas vacaciones larguísimas, tenía 10 o 11 años y me aburría muchísimo. Dibujaba, dibujaba, dibujaba, hasta que un día mi tía me dijo 'Nicolas, ¿te das cuenta de que lo que estás haciendo es un dibujo de moda?'. Después tomé clases con una maestra muy buena que entendió mi amor por la moda y que me inspiró muchísimo.

¿La prenda que más has vendido?

¿Mía o para los demás? [Risas]. Me han copiado mucho y está bien. Que te copien es un halago, inspirar es genial. Me divierte pensar que la prenda que más he vendido seguramente está en la marca en la que trabajo, pero también, sin duda, en muchas otras. Me costaría trabajo nombrar una en específico: los sacos son importantes para mí, igual que la marroquinería o un zapato bonito, los pantalones… Mis cortes son bastante afinados. Eso ayudó mucho desde el principio, porque la gente venía a comprar mi ropa justamente por eso. Pero también es lo propio de la moda: una tipología de prendas muy vendidas puede cambiar de un día a otro.

¿La prenda de la que estás más orgulloso?

La que las mujeres se apropian. Cualquier diseñador siente orgullo cuando alguien compra una de sus creaciones, se la apropia y esa pieza se vuelve parte de su personalidad, incluso cuando después se la hereda a alguien más.

¿Tu última compra?

Una chamarra de piel increíble de Phoebe Philo. Es un modelo de mujer, porque ella realmente no hace moda para hombre, lo cual no me impide comprarle un montón de cosas. Es increíble, tiene un cuello grande y alto que me va a proteger este invierno.

¿Se le puede cambiar el *look* a tu pareja?

Si piensas 'me gusta, pero le voy a cambiar el *look*': mala señal. Aunque con el tiempo, de forma natural, puede pasar. Mi pareja, que es californiano, influyó en mí cuando lo conocí. En una historia de amor uno se encuentra en un terreno común, y eso es lo interesante. En todo caso, no le cambias el *look* por completo a quien amas y sobre todo, no lo obligas a cambiar de estilo… ¡aunque seas diseñador! [Risas].

¿La prenda que encarna el mal gusto?

No existe. En eso creo que Jean Paul Gaultier tuvo una fuerte influencia en mí: sus colecciones elevaban las referencias populares para convertirlas en algo importante y admirable. He asumido mucho jugar con mis malos gustos. ¡No olvides que crecí en los 80! De hecho es un chiste en el estudio; seguido le digo a mi equipo que es más fuerte que yo: vivo en los 80. Es la época del *empowerment*, de las hombreras, los pantalones zanahoria, los colores vivos, los jeans… Cosas que se volvieron universales. En todo caso, el buen gusto de mañana es seguramente el mal gusto de hoy, y al revés.

¿La persona con más estilo del mundo?

¡Es imposible nombrar solo a una! Pero aquí te va mi *shortlist:* Bulle Ogier, que me parece increíble, sobre todo en *El discreto encanto de la burguesía*, de Buñuel. Delphine Seyrig, Françoise Hardy… Edie Sedgwick atraviesa el tiempo, uno no sabe si estás en los 80 o en los 90. También Stéphane Audran,

sobre todo gracias a las películas de Claude Chabrol y a Karl Lagerfeld, que la vestía mucho. Tina Chow, es de una sofisticación verdaderamente impecable, con joyas increíbles. Grace Jones, por supuesto. Y para ser más contemporáneo, tengo que mencionar a Emma Stone, a quien tuve la suerte de vestir. Hay algo muy contemporáneo y al mismo tiempo muy atemporal en su estilo. ¡Y no olvidemos a Jennifer Connelly, a las hermanas Haim y a Chloë Sevigny! Pero también me encanta ver lo que trae puesto la gente en la calle; veo a todo el mundo, todo el tiempo, es mi trabajo. Soy curioso.

¿A quién te gustaría vestir?

A Nina Simone. Me habría encantado que mis creaciones estuvieran en su clóset, que usara aunque fuera una vez uno de mis looks. Tengo una imagen suya con un vestido negro tocando el piano, una locura. Y sus turbantes, sus vestidos de crochet completamente setenteros, maravillosa…

¿Un *look* para 2050?

Tiene que ser sustentable, desde un punto de vista ético y material, para que la moda vaya por el buen camino. Cuando trabajas en el lujo, haces cosas que tienen un impacto en la moda, pero que deben poder tener varias vidas, o no tiene sentido. Ya estoy suficientemente viejo para darme cuenta de que las prendas diseñadas y fabricadas con dedicación se disfrutan mucho tiempo, se heredan o se revenden varias veces.

¿Un *outfit* para tu último viaje?

Espero que sea lo más tarde posible… Trabajo en la moda, así que obviamente quiero despedirme con un *look* del último grito (en todos los sentidos de la palabra), inscrito en el mal momento para mí, pero en el buen momento para la moda.

¿La pieza de culto que te habría gustado crear?

Un traje espacial. Me gustan todos: el de Sigourney Weaver en *Alien*, el de *Moon*, el de *Solaris* de Tarkovski, el de *Interstellar*, que es brutal… Ese *look* vive en mi cabeza. ¡Es el futuro, la ciencia ficción! A veces juzgo una película por el vestuario. Es un poco exagerado, porque hay películas muy buenas con un vestuario no tan bien logrado. En *Prometheus*, por ejemplo, una película que adoro, la ropa está hecha como si estuviera cosida con las técnicas actuales ¡no funciona para nada!

¿La primera prenda que imaginaste?

Hace poco encontré una libretita con mis dibujos de niño, entre ellos un triángulo. Es una figurita hecha mucho antes de mis 11 años, y cuando la vi pensé 'Ay, qué chistoso, al final ya es casi un vestido'. Así que la primera prenda que imaginé es un triángulo. Quizá sean los inicios de un vestido, una sola pieza de tela con un hueco para la cabeza y dos para los brazos.

¿Y la prenda que no existe, pero con la que sueñas?

Va a estar en mi próxima colección. Todavía no sé cómo se va a ver, porque estoy trabajando en ella, pero estoy seguro de que estará en mi desfile de octubre.

Si solo pudieras usar un *look*, ¿cuál sería?

El canadian tuxedo [*total look* de mezclilla]. Tengo los ojos azules, siempre me han dicho que combinan bien con los *blue jeans*. También es un *look* que exige cierta disciplina. Aunque sea casual, unos jeans no son unos pants. Hace falta rigor físico, y quizá hasta psicológico, para usarlos siempre de la misma manera.

¿Una palabra para resumir tu visión de la moda?

Arquitectónica. Me lo dicen seguido y yo también lo pienso: aunque hay muchas facetas en mi trabajo, lo que más me gusta es construir y deconstruir. Para mí, la prenda es la arquitectura del cuerpo.

FOTOS: GETTY IMAGES, LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. CORTESÍA DE NICOLAS GHESQUIÈRE.



NICOLAS GHESQUIÈRE A LOS 15 AÑOS, 1989.

SIGOURNEY WEAVER EN ALIEN, 1979.

FOTO, JAVIER BIOSCA @ LAVA MANAGEMENT
ESTILISMO, DIEGO SERNA
ENTREVISTA, BERENICE BUENDÍA

JUDELINE

LAS CONVERSACIONES TAMBIÉN SON UNA FORMA DE CREACIÓN. ¿QUÉ PASA CUANDO DE ELLAS SURGE ALGO MÁS? ¿UNA CANCIÓN, UN UNIVERSO ENTERO? A LARA FERNÁNDEZ —MEJOR CONOCIDA COMO JUDELINE— LE OCURRE CUANDO HABLA CON CATALINA[1], LA LUNA. ESOS INTERCAMBIOS Y REFLEXIONES ÍNTIMAS SE CONVIERTEN EN LETRAS PARA SUS PIEZAS O EN IMÁGENES PARA SUS MUNDOS, PORQUE PARA ELLA UNA CANCIÓN Y EL UNIVERSO VISUAL QUE LA ACOMPAÑA, NACEN A LA PAR. SI ALGO SABE HACER LA ANDALUZA, ES CONTAR HISTORIAS, Y LO DEMUESTRA EN TODA SU DISCOGRAFÍA. EN SU DEBUT, *BODHIRIA* —EL QUE HIPNOTIZÓ A TODOS—, LO NARRA DESDE UN ALTER EGO LLAMADO ANGELA, QUE SE DEJA GUIAR POR LA LUNA HASTA UN NO-LUGAR DONDE EL AMOR DESAPARECE. EN VERANO *SAUDADE*, SU EP MÁS RECIENTE, CUESTIONA LA VELOCIDAD A LA QUE AVANZA SU VIDA, EL PESO DE LOS VEINTE Y EL DESEO DE VIVIR CADA EXPERIENCIA COMO SI FUERA LA PRIMERA Y LA ÚLTIMA. HOY, PROFUNDIZAMOS EN ESTOS PROCESOS CREATIVOS Y EN EL MOMENTO QUE HOY LA CONSOLIDA COMO UNA DE LAS VOCES MÁS SINGULARES DE LA MÚSICA CONTEMPORÁNEA ESPAÑOLA.

[1] CATALINA ES EL NOMBRE QUE LA TRADICIÓN POPULAR ANDALUZA LE OTORGA A LA LUNA. VIENE DEL REFRÁN "CATALINA ANDA DE NOCHE Y LORENZO, EL SOL, DE DÍA".



PRODUCCIÓN, DIEGO SERNA PARA ELLE MÉXICO

Look total, CHANEL.
Joyas, CARTIER.

BERENICE BUENDÍA: Quiero empezar por "BbY WOW". Fue un fenómeno que nos sorprendió a todos, y no solo la cantaste, también coescribiste otros temas del disco. ¿Rompió las expectativas que tenías, o de algún modo lo veías venir?
JUDELINE: Sabía que me iba a abrir muchas puertas porque el público al que llega Karol G es enorme, pero no esperaba este nivel de exposición. Por ahora estoy viendo los resultados, todavía estoy conociendo este lugar. Estoy entrando a un sitio en el que me he visto durante mucho tiempo, que llevo mucho imaginando y la imagen empieza a parecerse cada vez más a lo que soñé. No sé qué va a pasar en mi carrera, pero estoy feliz y agradecida. Se siente como un comienzo y me quiero acordar mucho de esto.

BERENICE BUENDÍA: De *Bodhiria* para acá has vivido un comienzo tras otro; terminaste gira, te colocaste en el top global ¿Qué es lo que más disfrutas de entrar a una nueva época?
JUDELINE: Mi vida va cambiando por temporadas, todo va por ciclos, y para mí eso es el éxito: que lleguen etapas nuevas. Me han pasado muchas cosas a las que no estaba acostumbrada: la primera vez que hice una gira, viajar en avión una vez a la semana, casi no dormir en mi casa. Cada una es distinta. También me encanta cuando empiezo a escribir una letra desde cero.

BERENICE BUENDÍA: En esa nueva etapa de creación, y sabiendo que no te gusta encasillarte en un género, ¿qué persigues cuando te acercas a un sonido nuevo? ¿Un ritmo, un idioma, una emoción que no habías tocado?
JUDELINE: No lo pienso de antemano, me cuesta planear qué voy a llevar al estudio o qué quiero intentar. Pero soy muy abierta a hacer cualquier género y llevarlo a mi interpretación, a experimentar con planetas distintos. Ahora mismo estoy en algo más instrumental: antes tiraba más sintetizadores y ahora estoy gozando los instrumentos, componer la canción entera con instrumentos antes de llevarla al programa de producción. Ir un poco a la antigua.

BERENICE BUENDÍA: Has dicho que te gustaría colaborar con artistas que no son músicos. ¿Con quién y cómo imaginas esas colaboraciones?
JUDELINE: Todo el arte me estimula a crear más. La pintura, la actuación... me inspira en todos los ámbitos de mi vida. Me encantaría trabajar con directores de cine, con actores y actrices, con pintores. Quiero conectar con toda la creación que pueda y conocer a cuantos artistas me sea posible. Al final cada quien lo siente de una manera distinta, pero es casi lo mismo, da igual la disciplina. Eso me parece muy especial.

BERENICE BUENDÍA: Tienes una línea espiritual muy marcada, en tu música y en ti como persona. ¿Cómo la describirías? ¿Cómo conviven lo que imaginas en tus canciones y lo que de verdad crees?
JUDELINE: La espiritualidad la siento distinta en cada momento de mi vida, pero tiene mucho que ver con cómo es mi carrera y cómo la vivo. Cada oportunidad es fruto del trabajo, pero también la siento como un regalo divino. Cuando me pasan cosas bonitas, intentó parar y agradecer por el aprendizaje que traen. Siempre que agradezco desde un lugar más conectado, las cosas salen mejor y tienen más sentido. Cuando sientes que la vida son milagros, los milagros empiezan a aparecer por todos lados. Hay un libro titulado *Un curso de milagros* que habla de eso. La vida se siente más bonita cuando la piensas así: todo está conectado.

BERENICE BUENDÍA: Hablando de esta sensibilidad y alineación con energías poderosas. Me encantaría conocer tu conexión con la luna. ¿Qué te da? ¿Hay una Judeline que se conecta con la noche?
JUDELINE: La conecto más con mis veranos y con la naturaleza. Es muy místico y mágico: piensa en toda la gente que ha tenido conversaciones profundas con la luna a lo largo de la historia. Es un símbolo de feminidad. Hay muchos momentos de silencio con la luna, tan distinta al sol. Creo que todas las mujeres nos sentimos muy conectadas con ella. Yo siempre he tenido conversaciones íntimas con Catalina.

BERENICE BUENDÍA: ¿Y tu proceso creativo es de noche o de día?
JUDELINE: De día, la verdad. Ahora intento verlo más como una rutina y un trabajo. La noche es más de templanza y reflexión: absorbo por la noche para poder reflejarlo en el estudio al siguiente día.

BERENICE BUENDÍA: Y en el escenario, todo eso místico parece volverse físico. Te vi el año pasado en México y fue literalmente un hechizo. ¿Cómo lo experimentas? ¿Cómo procesas después toda esa energía del público?
JUDELINE: En el escenario me pasa un poco eso, es como un pequeño limbo en el que me transformo un poco y pasan cosas muy mágicas. Un amigo que vino a vernos hace poco me dijo "Se te transforma la cara, la mirada es completamente distinta, eres como otra persona". Después no salgo de fiesta, me voy al hotel a descansar y a platicar con alguien. Hay quien lo celebra y necesita soltarlo, pero yo prefiero relajarme y procesarlo de forma más íntima.

BERENICE BUENDÍA: Dices que es cuando eres artista cuando más conectada te sientes, y que eso ocurre en el escenario y en tus narrativas ficticias: en un video, en la letra de una canción... Y hoy, en estas fotos para la portada de ELLE México, ¿lo sentiste? ¿Hubo algún momento que destacarías?
JUDELINE: Fue una producción maravillosa. Se notaba la profesionalidad del equipo y estuve muy cómoda. En esos momentos me siento iluminada, ¡incluso de manera literal! Delante de la cámara puedes construir un personaje, sentirte dentro de una película. Me encantó la experiencia.



Vestido, DOLCE&GABBANA.
Zapatos, VERSACE. Joyas, CARTIER.



Suéter y falda, MAISON MARGIELA.
Guantes, GUANTE VARADÉ.
Joyas, CARTIER.

Vestido, VERSACE. Joyas, CARTIER.

“CUANDO SIENTES QUE LA VIDA SON MILAGROS, ESTOS EMPIEZAN A APARECER POR TODOS LADOS”.





Look total, LOEWE. Joyas, CARTIER.

“ESTOY ENTRANDO A UN LUGAR QUE LLEVO MUCHO TIEMPO IMAGINANDO. SE SIENTE COMO UN COMIENZO, Y ME QUIERO ACORDAR DE ESTO”.

MAQUILLAJE, SENDRA IGON. PELO, FERNANDO TORRENT @KASTEEL ARTISTS. ARTE, URI SERRA. UÑAS, SHINYTOTO NAILS. ASISTENTE DE FOTO, MIGUEL SANCHO.



Top y falda, PRADA. Joyas, CARTIER.

73

ELLE
PODCAST

HABLEMOS DE MODA

El primer **podcast de moda** en México

JORDI LINARES
EDITOR DIGITAL

CLAUDIA CÁNDANO
EDITORA GENERAL



EL PODCAST DE MODA FAVORITO EN ESPAÑOL

¡ESCÚCHANOS **TODOS LOS MARTES!**

GRUPO EXPANSIÓN

DISPONIBLE EN: DEEZER amazon music



ELLE

GOTHMAXXXXING (P. 76)

84. FIGURA DE PODER

94. *PRACTICAL MAGIC*

100. ESTO ES *HALLOWEEN*

FOTO: MARC DE GROOT.
LOOK TOTAL: MIU MIU.

MODA



gothmaxxxxxxxing

foto PAOLA LEDDERUCCI
estilismo JENNIFER STECCA
producción ELLE MÉXICO



AMBAS PĀGINAS: looks totales, GUCCI.



AMBAS PÁGINAS: looks totales, GUCCI.







AMBAS PĀGINAS: looks totales, GUCCI.

asistente de foto ALESSIA BARONTINI. asistente de estilismo DAVIDE ZANOLA.



AMBAS PÁGINAS: looks totales, GUCCI.





fotos MARC DE GROOT
estilismo RUDY SIMBA BETTY
producción ELLE UK

Figura de poder

(pág. opuesta) top, pantalones y guantes **BALENCIAGA.**
zapatos **PROPIEDAD DEL ESTILISTA.**

(esta pág.) look total **LOUIS VUITTON.**

look total **MAX MARA.**



look total **HERMÈS.**

(esta pág.) look total **ISABEL MARANT.**
(pág. opuesta) look total **CHANEL.**





(pág. opuesta) look total **GUCCI.**

(esta pág.) look total **MCQUEEN.**



modelo AMAR AKWAY @PREMIER MODEL MANAGEMENT. maquillaje y pelo IRENA RUBEN. uñas DELPHINE AÏSSI.
asistente de estilismo OLIVIA SANDFORD-WILSON.

(pág. opuesta) look total **DIOR.**

(esta pág.) look total **FERRAGAMO.**



foto JESÚS SOTO
estilismo NATALIA SÁNCHEZ
producción ELLE MÉXICO

practical mag



AMBAS PÁGINAS
looks totales. FENDI.





AMBAS PÁGINAS
looks totales. FENDI.



AMBAS PÁGINAS
looks totales. FENDI.

MODELO, KATYA @ GH MANAGEMENT. MAQUILLAJE, ANA G DE V. PELO, EFRÉN ESPINOZA. UÑAS, NOHEMI GARDUÑO. PRODUCCIÓN, ALONSO DÍAZ. ASISTENTE DE ESTILISMO, ALEJANDRA RAMOS.





ESTO *es* *hallo*WEEN

FOTO Y REALIZACIÓN, MAURICIO SÁNCHEZ
ESTILISMO, NATALIA SÁNCHEZ
PRODUCCIÓN, ELLE MÉXICO


ZAPATO, FERRAGAMO.



BOLSA, CHANEL.

ZAPATO, PRADA.





BOLSA, CARTIER.



BOLSA, MIU MIU.



ZAPATO, LOUIS VUITTON.


mpire
Castle


ZAPATO, GUCCI.

ASISTENTE DE ESTILISMO, ALEJANDRA RAMOS.



BOLSA, DIOR.

THE

Sports Illustrated™ MÉXICO

AWARDS

14-10-26

PRESENTADO POR:

VOTA AQUÍ

BELLEZA

AQUÍ EL PELO SE LLEVA CON ACTITUD (P.112)

120. AVISTAMIENTO DE PUMAS CON DIOR

127. SOMBRAS EN TODAS SUS VERSIONES, ¡OH SÍ!

FOTO: YANRAN XIONG.

I'VE HAD ENOUGH AND THIS IS MY PRAYER, I SWEAR I'M AS FREE AS MY HAIR I AM MY HAIR

fotos Yanran Xiong

por Valeria Baqueiro

producción ELLE México

maquillaje Christyna Kay

pelo Jenni Iva Wimmerstedt



Piensa en la forma más loca en la que puedes llevar el pelo. ¿Ya lo imaginaste? Ahora atrévete a usarlo. El corte *"Ziggy"* es uno de los más atrevidos y con estilo en la historia de los cortes de pelo; es como un *mullet* pero mucho más *cool*: con volumen arriba y perfecto para darle onda al pelo lacio.



Si leíste nuestra sección de tendencias al principio de esta edición, ya sabes que el *frizz* intencional está de moda. Ahora te animamos a llevarlo al extremo dándole volumen hacia todas partes. Al frente, los costados, y atrás.



Llegar a un decolorado como este requiere varias sesiones, muchísimos cuidados y sobre todo, paciencia. Pero una vez que lo logras ¡se ve espectacular! Sobre todo si lo peinas con un ferro ultra delgado para lograr rizos cerrados que se vean como de sirena o hada.



No tienes que llevar una peluca como la de Kirsten Dunst en María Antonieta, pero sí puedes tomar como inspiración el estilo rococó para hacerte un peinado romántico, como un chongo estructurado y rizos que caigan a los costados de tu rostro. ¿Qué tan alto debe llegar? Tú pones las reglas.



Dale la vuelta a los clásicos tonos otoñales con un tinte de fantasía. El cambio de temporada no tiene que ser aburrido, sino todo lo contrario. Ten en cuenta que para que colores como el rosa se vean vibrantes, es probable que necesites una decoloración previa y mantenimiento mensual para que el tono se mantenga impecable.



Si quieres probar el color sin decoloración, ni pintarte el pelo, prueba con extensiones de clip. Son una buena forma de experimentar con diferentes tonos y cambiar tu look sin comprometerte demasiado.

por JORDI Linares Rivas

Sauvage en el fin del mundo

Eran las 8:00 a.m. de una mañana de abril y apenas amanecía sobre Torres del Paine, en la Patagonia chilena. El termómetro marcaba 4° C, pero el viento provocaba una sensación térmica menor. Así comenzamos nuestra caminata por la estepa de Cerro Guido en busca de un avistamiento de puma. Un dron nos guiaba hacia donde podríamos ubicar a alguno de ellos. Después del año y medio, dejan la camada y comienzan su vida en solitario. Nos encontrábamos en su zona de descanso, y en el piso húmedo había restos de huesos de guanaco, pues es ahí donde suelen comer después de la caza.





Tras aproximadamente una hora de búsqueda, nuestro guía en las alturas vio algo y nos indicó cómo movernos para rodearlo y poder observar desde una distancia respetuosa. **¡Eran tres!** Probablemente, menores de 18 meses y sabían que estábamos ahí. Seguimos caminando en paralelo a ellos, pero su camuflaje nos hacía imposible avistarlos, hasta que decidieron mostrarse. **Tres lomos dorados aparecieron entre la mata negra y, por una fracción de segundo, levantaron la cabeza y nos vieron fijamente para luego volver a desaparecer. Así conocí la colaboración entre Christian Dior Parfums y WWF para apoyar el programa de conservación del puma en su hábitat natural en Chile.**

La siguiente clave para entender a profundidad este proyecto fueron mis conversaciones con **Cécile Lochard,** directora global de sustentabilidad para **Dior Beauty.** Su amor por los animales y respeto por la Tierra han sido el motor de su trabajo para construir puentes –donde nadie los imaginó– entre lujo y conservación. Para ella, la búsqueda de sustentabilidad en detalles como los empaques y cadenas de suministro es un *must*, pero cuenta que, al analizar todas sus actividades y su huella, entendió junto a su equipo que debían dar un paso más y nunca dejar de hacerlo.



"Las marcas de lujo quieren ser excelentes en todo lo que hacen y la sustentabilidad representa un enorme desafío porque en este campo nunca puedes decir que ya alcanzaste la excelencia", dice. Ahora, si te preguntas por qué el puma, hay una explicación, además de protagonizar, junto a Johnny Depp, la campaña más reciente de Sauvage. El puma fue elegido por ser una especie endémica del continente americano, con presencia desde Canadá hasta la Patagonia, pero, ante todo, por tratarse de una especie paraguas. Es decir, que **cuando se protege al puma, existe un efecto positivo sobre prácticamente todas las especies que habitan en su ecosistema.**

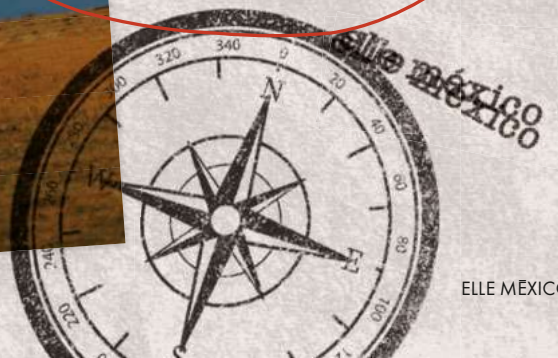


A través de este programa se realizará el estudio de comportamiento del puma más grande que se haya hecho en Latinoamérica, con más de 5,000 horas de monitoreo. Se busca la colaboración de los dueños de las tierras para fomentar la coexistencia del puma con animales domésticos, pues todo esfuerzo de conservación exitoso siempre debe hacerse desde una realidad local, como explica **Liliana Ortiz,** coordinadora de estrategia y ciencia para **WWF.** Con apoyo de los habitantes de la Patagonia, se están creando corredores de biodiversidad para que el puma pueda desplazarse de forma segura, incluyendo puentes y túneles en puntos estratégicos, como pasos de fauna. La educación está ligada también al turismo responsable, considerando la naturaleza de la especie y los riesgos que pueden ocurrir. **"El puma no es el malo de la película, es una especie que cumple un papel fundamental en la protección y el equilibrio de los ecosistemas",** afirma Ortiz.

Para Cécile Lochard, es mandatorio que el sector privado se involucre en temas sociales y de conservación, especialmente en momentos como ahora, en los que los recursos destinados a estos esfuerzos disminuyen. Pero no todo se reduce al capital económico, pues Lochard ve en el capital cultural, simbólico y narrativo de Dior la oportunidad de dar visibilidad a las comunidades y a las especies a través de la creación de contenido y plataformas de comunicación. **"Trabajamos con algunos de los mejores talentos del mundo: directores creativos, fotógrafos, artistas, diseñadores...Utilizamos ese enorme talento para nuestras campañas y para contar nuestras historias. ¿Por qué no utilizar también ese nivel de excelencia para hablar de conservación?",** dice. Para ella, participar en estas iniciativas incluye el reto de convertir un tema complejo en una historia que la gente quiera mirar, compartir y recordar, porque la comunicación también es **acción.**

La alianza entre Dior y WWF nace a partir de Sauvage, fragancia icónica de su universo olfativo masculino. Su identidad toma como inspiración la vida silvestre, y en un afán por devolver algo a su musa, la naturaleza, la maison colabora con el Fondo en un programa de protección de felinos en riesgo, que también ha impulsado acciones para la conservación del lince en Francia y el jaguar en México.





FOTOS: CORTESÍA DIOR



De: Brasil Para: El mundo

Si tuviéramos que categorizar todos los tipos de piel y pelo que existen, el resultado sería absurdo. Para fines prácticos, en belleza se han hecho categorías, o sería imposible crear soluciones que respondan a absolutamente todas las necesidades.

por **Valeria Baqueiro**



1.

L'Oréal, el mayor conglomerado de belleza, se ha dedicado a investigar y establecer una verdadera geografía de la piel alrededor del mundo. Al momento, sus investigadores han identificado 66 tonalidades distintas de piel, resultado de evaluar a mujeres de todas las regiones del planeta a través de entrevistas —donde ellas mismas comparaban su tono con una carta de color— y de mediciones instrumentales con el chromasphere®, un dispositivo patentado por la marca para capturar el color de piel de forma objetiva.

En el caso del pelo, los equipos de Investigación e Innovación de L'Oreal han desarrollado herramientas para analizar su complejidad más allá de la clasificación tradicional. Han hecho estudios para medir el diámetro de la curvatura, el índice de rizado, y el número de ondas y de mechones en espiral, clasificando el pelo en ocho categorías que van del más lacio (1) al más rizado (8).

ELLE DATO:

¿Sabías que Brasil es un país tan diverso que puedes encontrar los 8 tipos de pelo identificados y 55 de los 66 tonos de piel mapeados?

Esta fue la razón principal por la que L'Oréal Groupe eligió Rio de Janeiro para ubicar su Centro de Investigación e Innovación más grande de Latinoamérica. El clima también fue un factor importante, ya que es el escenario perfecto para probar sus productos en condiciones extremas de calor y humedad; algo que funciona perfectamente en otros mercados de Latinoamérica. Tuve la oportunidad de viajar a Rio para conocer el centro, la forma en la que opera desde adentro, aprender de sus expertos y por qué su labor se ha vuelto indispensable, no solo para la industria de la belleza, sino mucho más allá.



2.

Beauty tech a otro nivel

Latinoamérica se considera una *exposure zone* por sus condiciones climáticas extremas: mucho calor, alta exposición a rayos UV, humedad, contaminación. Estos factores hacen que la población necesite productos específicos para el cuidado de la piel y el pelo, muy diferentes a los que se desarrollan para países europeos. En su centro de investigación en Rio, L'Oreal tiene laboratorios dedicados específicamente a la investigación de la piel y el pelo. De hecho, hay tres productos que se han desarrollado aquí y se han expandido al resto del mundo (incluyendo a México, donde la mayoría de la población tiene piel grasa o mixta) como la línea de cremas con "toque seco" de Garnier, que matifican la piel y hasta tienen un efecto *"cooling"* para refrescar; el *UV Defender Efecto Makeup*, un protector con color que se absorbe rápidamente, es hipoalergénico y no transfiere; y la línea *Dream Liso* de Elvive, con una tecnología protectora anti-humedad que alisa y controla el *frizz* por días. En nuestro país, el pelo está entre el 1 y el 4 de la clasificación, es decir, menos rizado, pero más grueso, áspero y oscuro. México es un mercado prioritario para pruebas de color, ya que no solo los consumidores son más exigentes, sino que el pelo oscuro dificulta lograr la visibilidad del tono deseado.



3.

Más allá de la belleza

Río de Janeiro también alberga uno de los tres centros de Episkin que existen alrededor del mundo. Este es el único laboratorio de reconstrucción de tejido humano en Latam y se ha convertido en un pilar para las operaciones de L'Oreal. Episkin Brasil reconstruye piel y córneas humanas en laboratorio a partir de células donadas provenientes de Francia y son utilizadas para probar la seguridad de sus productos sin recurrir a animales.

ELLE DATO:

L'Oreal prohibió los *tests* en animales en 1989, 14 años antes de que entrara en vigor la regulación europea.

Episkin es una sede para la investigación científica. "Este laboratorio no solo produce piel reconstruida para pruebas cosméticas, también es sede de investigación científica propia. Una de sus publicaciones más recientes, en colaboración con la Universidad de São Paulo, estudió cómo la radiación UV y la contaminación —por separado y en conjunto— estresan la piel, con el objetivo de desarrollar mejores estrategias de protección a futuro.

En otra investigación, se utiliza la piel reconstruida en laboratorio para estudiar quemaduras. "Se genera una lesión controlada sobre el tejido y se observa cómo regenera, lo que también permite probar sustancias que aceleren o mejoren ese proceso de recuperación", menciona Vanja Dakic, científica y manager de Episkin Brasil, en entrevista para ELLE México. Estos tejidos de piel y córnea nacieron gracias a la belleza, pero su uso ha sido clave para hacer *tests* en otras industrias como la química y agroquímica, en farmacéutica e insumos médicos y hasta para probar la seguridad de juguetes y útiles escolares.

Si piensas que la belleza solo es vanidad, L'Oreal y Episkin demuestran lo contrario.

#¿DÓOONDE?

1. UV Defender Efecto Make Up FPS 50, L'Oréal Paris, $365, amazon.com.mx. **2.** Sérum Elvive Dream Liso 7 Días, L'Oréal Paris, $205, chedraui.com.mx. **3.** Hidratante toque seco anti-imperfecciones con ácido salicílico, Garnier, $119, Walmart.*

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / PRODUCTOS: AMAZON.COM.MX / *PUNTO DE VENTA.

Becky G: Los perfumes son una representación auténtica de cada etapa de mi vida.



por VALERIA BAQUEIRO

ELLE MÉXICO:
¿Qué tienes en común con BOSS Bottled Beyond for Her y cómo crees que debería ser una jefa de Boss?

BECKY G:
Totalmente estoy en mi *boss era*, o mejor dicho, ¡mi *patrona era*! Yo diría que ser una BOSS no es solo ser una mujer fuerte y empoderada, sino que también somos vulnerables, sensuales, sencillas y frágiles, y creo que así es esta fragancia. Aunque me hace sentir como toda una jefa empoderada, también tiene algo muy dulce y suave. Es el reflejo de la experiencia como mujer.

ELLE MÉXICO:
Si tuvieras que escoger una nota o sensación de la fragancia con la que te identifiques, ¿cuál sería?

BECKY G:
Es adictiva. Es muy suave, con un toque ligeramente dulce gracias a esa nota que recuerda a la miel de maple. Tiene esa cualidad de hacerte voltear dos veces y preguntarte "¿Qué es ese aroma? Necesito saber qué es". Tiene personalidad y eso es con lo que más me identifico.

ELLE MÉXICO:
Hace cuatro años que fuiste portada de ELLE México. ¿Cómo has evolucionado personal y profesionalmente desde entonces?

BECKY G:
He aprendido que no sé nada, y hay algo muy bonito en reconocerlo. Cuando empecé mi carrera pensaba que tenía todas las respuestas. Era la mayor de cuatro hermanos y desde muy joven tuve muchas responsabilidades, sentía que tenía que saberlo todo. Ahora estoy en una etapa completamente distinta: me siento inspirada, estoy aprendiendo muchísimo, tanto profesional como personalmente. Me siento más relajada, más tranquila y con muchísimas ganas de comerme el mundo.

ELLE MÉXICO:
¿Hay alguna colaboración con la que soñaste y se hizo realidad?

BECKY G:
Guardo con muchísimo cariño el recuerdo de mi versión de *Becky from the Block* con JLo, aunque hayan pasado más de 10 años. Pero creo que la mejor colaboración que he hecho ha sido conmigo misma, la de Rebeca y Becky G. Después de tantas colaboraciones, sentí que merecía ese espacio para encontrarme. Ese proceso de vulnerabilidad, de descubrir quién soy como persona y como artista terminó de consolidarse en Baraja Bendita.

Con más de una década de carrera, Becky G ha descubierto que la mejor forma de evolucionar es mantenerse fiel a sí misma. Entre nuevas facetas y colaboraciones, su esencia, su pasión por la música y el orgullo por sus raíces mexicoamericanas son el hilo conductor que la guían en cada paso, incluyendo su nuevo rol como embajadora de BOSS.



FOTOS: RETRATO Y PRODUCTO CORTESÍA DE BOSS.

BEAUTY OBSESSIONS *(del momento)*

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



#ellepick

DE VUELTA A MI PIEL

Después de meses lidiando con acné hormonal, por fin veo la luz. Este suero se ha convertido en mi BFF gracias a su fórmula con extractos de levadura que ayuda a tratar las imperfecciones y rojeces, mejorando notablemente la apariencia de mi piel.

Sérum Vivant, **BIOLOGIQUE RECHERCHE,** $3,800, naturellebeaute.com.mx.

POEMAS HECHOS FRAGANCIA

Me declaro fan de cualquier marca que te llega con su *storytelling,* como Floraïku que está inspirada en los rituales asiáticos. Cada fragancia se llama como un Haiku (poema breve de origen japonés) y su tapa también es un estuche de viaje.

Set de Perfume Sound of a Ricochet, **FLORAÏKU PARIS,** $7,500, La Galería Olfativa - Osmoteca Palacio en El Palacio de Hierro Polanco.

LIGERO E HIDRATANTE

Pasé de no usar contorno de ojos a amar este de Guerlain. Su textura de gel se absorbe al segundo, es apta para pieles sensibles e ilumina la mirada mientras reduce las arrugas con el uso. Además, me ayuda a que el corrector no se agriete.

Abeille Royale Eye Cream, **GUERLAIN,** $2,350, Liverpool.

PIEL DE CRISTAL

Desde que cambié mi base *glowy* por una mate (porque acentúa menos las imperfecciones), me gusta utilizar este *mist* al final para hidratar y darle a la piel un toque de brillo sutil y aspecto saludable.

Glass Skin Veil Mist, **PEACH & LILY,** $850, ulta.com.mx.

FOTO: ALONSO DÍAZ.

ANTICIPA, INTERCEPTA, REINICIA...

SKINCARE ENFOCADO EN LA LONGEVIDAD

La nueva línea Absolue Longevity MD de Lancôme llegó para cambiar las reglas del envejecimiento de la piel. Su fórmula se centra en la longevidad, es decir, en su capacidad de mantenerse joven por sí misma. Utiliza un postbiótico llamado Mitopure que mejora la función mitocondrial y contrarresta el envejecimiento celular, lo que se traduce en una piel más firme, luminosa y elástica, con menos arrugas y líneas finas. Además, hay un protocolo que acompaña a cada etapa de la piel, que actúa sobre los signos de la edad antes de que aparezcan, en cuanto aparecen y después de que han aparecido: Anticipate (-35 años), Intercept (35 y 55 años) y Reset (55+).

#¿DŌOONDE?

Absolue Longevity MD Intercept The Serum, LANCÔME, $4,000, lancome.com.mx.



FOTO: ALONSO DÍAZ

A PRUEBA *de errores*

Cuando estás aprendiendo a maquillarte, los ojos pueden ser el paso más aterrador. Un smokey eye, un cut crease o un cat eye simétrico son cosa seria y lograrlos requiere práctica. Para perderle el miedo a las sombras, te recomendamos empezar con fórmulas líquidas o en crema; su aplicación es menos desastrosa que los polvos, puedes usar los dedos para difuminar y te evitas el terrible fallout, ese momento de horror cuando los pigmentos sueltos arruinan tu makeup.













UN SOLO PASO

SOMBRAS LÍQUIDAS

Las sombras líquidas no solo son fáciles de usar gracias a su aplicador preciso, sino que una vez que las pones sobre el párpado tardan en secar para que puedas manipularlas, ya sea con el dedo o con una brocha *fluffy*. Vienen en acabado mate, satinado, *shimmery*, tornasol y, por lo general, son más pigmentadas que los polvos. Así que usar poquito producto es suficiente.

1. Long-Wear Cream Eyeshadow, **MAKEUP BY MARIO,** $675, sephora.com.mx. **2.** Eyeshadow STAY-N, **SACHEU,** $410, Ulta Beauty Madero. **3.** Ombre Eclat Liquide Eyeshadow, **SISLEY PARIS,** $1,500, sisley-paris.com.

MULTIUSOS

SOMBRAS EN *STICK*

Si coloreabas con crayolas, este formato va a ser tu favorito. Se aplican directo sobre los párpados y a toquecitos con los dedos desvaneces las líneas para que se fundan con la piel. Algo que nos encanta de las sombras en *stick* es que puedes usarlas solas, como delineador, como base antes de los polvos o para agregar brillo en zonas difíciles de llegar como el lagrimal.

1. Jumbo Eye Pencil, **NYX PROFESSIONAL MAKEUP,** $165, amazon.com.mx. **2.** Exagger-Eyes Easy Eyeshadow Stick, **CHARLOTTE TILBURY,** $715, elpalaciodehierro.com. **3.** Superhero No-Tug Shadow Stick, **IT COSMETICS,** $560, sephora.com.mx.

APLICACIÓN PERFECTA

SOMBRAS EN CREMA

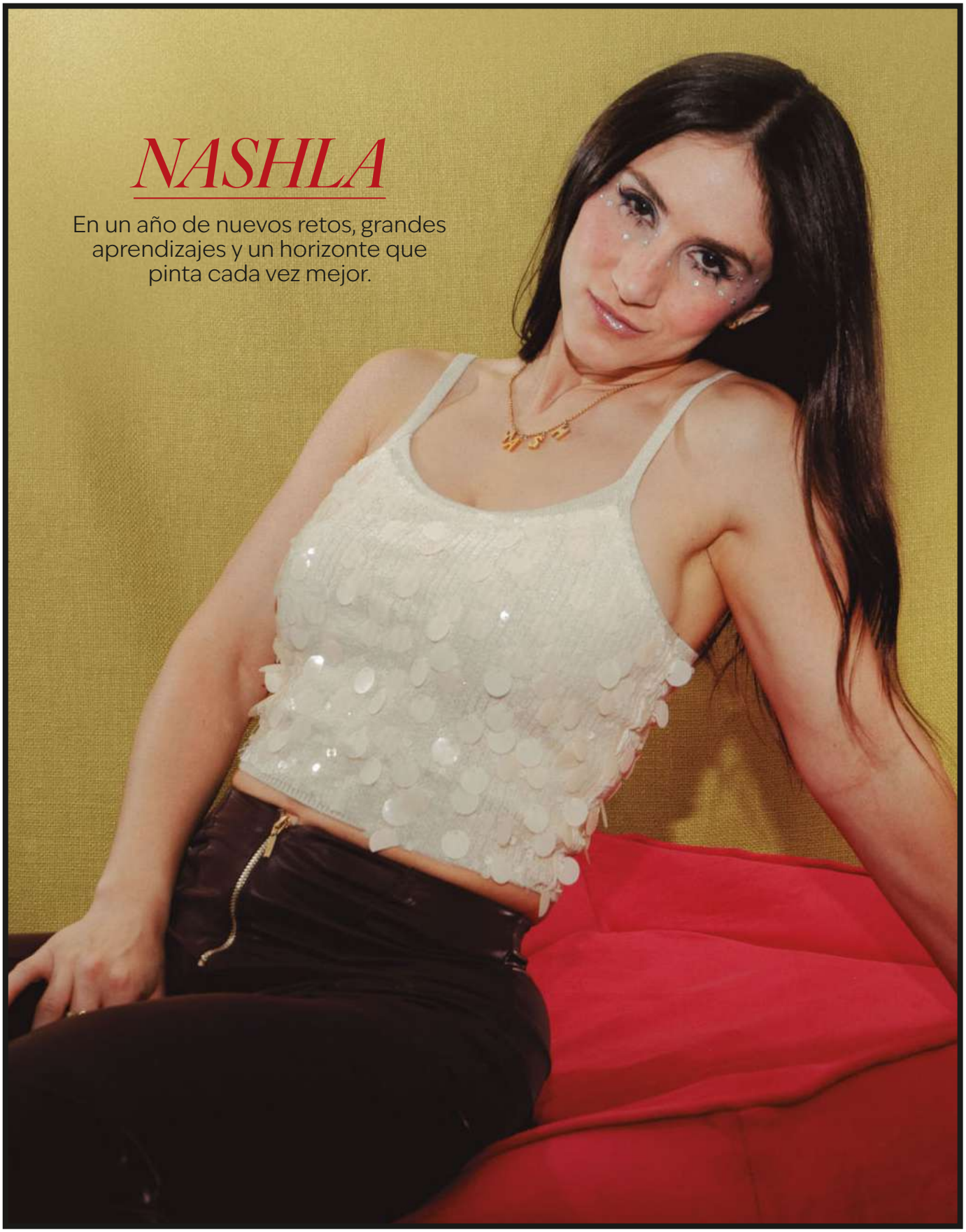
Las sombras cremosas no solo son perfectas para principiantes, también son ideales cuando tienes poco tiempo y quieres un maquillaje exprés. Este tipo de fórmulas tienen mejor adherencia que los polvos, no se desmoronan ni quedan parchadas o acartonadas, y si las sellas bien, no se acumulan en los pliegues. Son las favoritas para maquillar pieles maduras.

1. Colorstay Crème Eye Shadow, **REVLON,** $230, Chedraui. **2.** Eyelights, **RMS BEAUTY,** $770, ulta.com.mx. **3.** Pro Longwear Paint Pot, **M.A.C. COSMETICS,** $580, Antara Fashion Hall.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / PRODUCTOS: SEPHORA.COM.MX / ULTA.COM.MX / SISLEY-PARIS.COM / AMAZON.COM.MX / ELPALACIODEHIERRO.COM / ITCOSMETICS.COM / REVLON.MX / ULTA.COM.MX / MACCOSMETICS.COM.MX

NASHLA

En un año de nuevos retos, grandes aprendizajes y un horizonte que pinta cada vez mejor.



SERIES, RADIO, ALFOMBRAS ROJAS Y ENTREVISTAS EXCLUSIVAS: NASHLA CONTINÚA EXPANDIENDO LOS LÍMITES DE SU CARRERA.



Nashla —actriz y conductora mexicana— vive uno de los mejores momentos de su carrera. Este 2026 ha marcado un periodo de crecimiento, con nuevos retos y proyectos que reflejan una evolución tanto en el ámbito profesional como en el personal.

En octubre estrenará Prefiero la Muerte, la nueva serie de Amazon Prime Video, donde interpreta uno de los personajes que más la ha desafiado a lo largo de su trayectoria. El papel la llevó a salir de su zona de confort y a explorar una faceta distinta como actriz, consolidado así una nueva etapa en su carrera. Ahora, con la mirada puesta en nuevos desafíos, busca asumir personajes cada vez más complejos y diversos.

A principios de este año se incorporó a ¡Ya Párate!, uno de los programas de radio más representativos de México, con más de dos décadas de historia. Su llegada fue recibida con gran entusiasmo por la audiencia y representa un paso importante en su desallorro como conductora.

Actualmente, también forma parte del elenco de una nueva producción de Netflix, cuyo estreno aún no ha sido anunciado, mientras continúa sumándose a proyectos de algunas de las plataformas más relevantes de la industria.

En paralelo, Nashla sigue afianzando su faceta como conductora en eventos y alfombras rojas de alcance internacional. Recientemente asistió a la premier de Michael Jackson, donde fue una de las pocas representantes mexicanas con acceso al elenco, realizando entrevistas exclusivas y dando cobertura al evento.

Su trayectoria también se ha expandido a través de campañas publicitarias y colaboraciones con marcas de renombre, integrando sus pasiones: actuación, conducción y creación de contenido, en un perfil cada vez más versátil.

Convencida de que la preparación es un proceso constante, recientemente estudió en la London Academy of Music & Dramatic Art (LAMDA), una de las escuelas de actuación más prestigiosas del Reino Unido. La experiencia reafirmó su interés por seguir perfeccionando su talento y asumir proyectos de alcance internacional.

Hoy, Nashla disfruta una etapa de plenitud profesional en la que cada oportunidad abre la puerta a un nuevo desafío. Entre la actuación, la conducción y la creación de contenido, continúa construyendo una trayectoria multifacética, auténtica y guiada por una clara visión de crecimiento constante.



FOTOS: NADIRA ABRAHAM VENCES @NADIRA.PH | MAQUILLAJE: MICHELLE BUSTILLOS @MICHBUSTILLOS_MUA

FOTOS: NADIRA ABRAHAM VENCES @NADIRA.PH

#skinexpert



@DRAKARENCARRILLO

DRA. KAREN CARRILLO

MÉDICA CIRUJANA ESPECIALIZADA EN MEDICINA ESTÉTICA Y ANTIENVEJECIMIENTO

Fundadora y directora médica de tres clínicas en México, consideradas entre las más completas de Latinoamérica. Con una trayectoria internacional vinculada a la innovación estética, en la que combina ciencia, tecnología y una visión integral del bienestar.



MEDICINA ESTÉTICA

1. *GLOW* SIN RECUPERACIÓN El Mesojectgun de TOSKANI es ideal para iniciar en el mundo de los procedimientos de medicina estética, ya que utiliza pulsos eléctricos suaves y controlados para favorecer la penetración transdérmica de ingredientes activos. Dentro de protocolos personalizados, puede enfocarse en necesidades específicas como hidratación y luminosidad, dejando una piel con aspecto más fresco y radiante. **2. NO LO DEJES EN LA CABINA** El PDRN, también conocido como ADN de salmón, es uno de los activos más populares actualmente por sus propiedades regenerativas. Puede incorporarse al protocolo en clínica y continuar en casa. Tras un tratamiento como el Mesojectgun, un suero reparador con este activo ayuda a complementar el cuidado y mantener la piel hidratada y confortable por más tiempo. **3. UN SUÉTER PARA TU PIEL** Los antioxidantes ayudan a protegerla del estrés oxidativo provocado por factores como el sol y la contaminación, por eso son el complemento ideal al protector solar. Incorporarlos a la rutina, como con la línea AOX, ayuda a prevenir signos de envejecimiento y mantener la piel hidratada. **4. PROTECCIÓN DESDE ADENTRO** Los fotoprotectores orales pueden complementar el uso diario de protector solar tópico al ayudar a preparar la piel con antioxidantes cuando haya mayor exposición solar. Si vas a la playa, la recomendación es comenzar con dos cápsulas al día, 15 días antes de tu viaje y continuar durante 15 días después. **5. SKINCARE QUE SE COME** Una microbiota intestinal equilibrada favorece a una piel más sana, ya que el intestino funciona como un filtro que ayuda a regular qué absorbe el organismo. Para cuidarla, incorporar probióticos, prebióticos y alimentos fermentados como el kéfir puede ser un buen complemento.

1. Una sesión de Mesojectgun, **TOSKANI,** $3,500, Av. Ejército Nacional Mexicano 453-Piso 15, CDMX. **2.** Lumicen Boost Serum, **TOSKANI,** $2,499, supiel.com.mx. **3.** AOX Advanced cream, **TOSKANI,** $1,809, supiel.com.mx. **4.** Heliocare 360° bloqueador en tabletas, **HELIOCARE,** $910, Farmacias del Ahorro. **5.** Kefir, **LIFEWAY,** $120, Walmart.

RETRATO: CORTESÍA DRA. KAREN CARRILLO. PRODUCTOS: TOSKANI.COM / SUPIEL.COM.MX / FAHORRO.COM / WALMART.COM.MX. SHUTTERSTOCK.

BÉSAME MUCHO

LLAVES, CELULAR, CARTERA... ¿QUÉ MÁS NO PUEDE FALTAR EN TU BOLSA AL SALIR DE CASA? CLARO, UN PRODUCTO PARA LABIOS. SEGURO HAY MÁS DE UNO EN CADA UNA DE TUS BOLSAS, PORQUE TENERLOS AL ALCANCE DE LA MANO PUEDE HACER LA DIFERENCIA EN TU LOOK. ¿*GLOSS*, *LIPSTICK* O *LIP OIL*? ESTOS SON LOS FAVORITOS DEL EQUIPO ELLE MÉXICO.



EL DE SIEMPRE
"Es un *gloss* y un bálsamo al mismo tiempo; humecta y deja una sensación fresca en los labios. También tiene un brillo muy lindo y sutil sin ser pegajoso. Me gusta este color porque tiene un ligero tono naranja translúcido que lo vuelve más interesante".
REGINA SAGA, DISEÑADORA DIGITAL
1. Squirt Plumping Gloss Stick en tono Hazard, **MAC COSMETICS**, Liverpool Interlomas.

LA CEREZA DEL PASTEL
"Este es buenísimo como último paso de mi *lip combo* diario. Como es transparente, va con cualquier tono de labial o delineador que me ponga. Me gusta que, aunque tiene la duración y brillo de un *gloss*, también tiene la textura hidratante de un *lip oil*".
NATALIA SÁNCHEZ, COEDITORA DE MODA
2. 3D Hydra Lipgloss en tono 01 Clear, **KIKO MILANO**, C.C. Santa Fe.

UN CLÁSICO NOVENTERO
"No siempre uso un labial convencional, pero cuando lo hago siempre me pongo este. Aunque es un tono clásico de los 90, me encanta porque es como una versión mejorada de mis labios naturales. Es hidratante, cremoso y con un toque de brillo".
ALEJANDRA RAMOS, ASISTENTE DE MODA Y BELLEZA
3. Labial Super Lustrous Glass Shine en tono 008 Rum Raisin, **REVLON**, ulta.com.mx.

BRILLO INFINITO
"Es mi favorito porque hidrata los labios por horas y su brillo dura muchísimo. Para las que no nos gusta sufrir con los *plumpers*, este es perfecto porque te da volumen sin la parte dolorosa. El tono es muy natural y funciona para cualquier situación".
CARLA FORTES, COMMUNITY MANAGER
4. Fat Oil Lip Drip Gloss, **NYX PROFESSIONAL MAKEUP**, bellisima.mx.

#ELLECONSEJO

Aplica un poco de labial en el centro de tus labios y difumina con el dedo antes de que seque, y así lograr un efecto *bitten lip*. Este truco hace que dure más que el color aplicado directamente. Termina con tu gloss favorito para un toque brillante.

RETRATO: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / PRODUCTOS: MACCOSMETICS.COM.MX / KIKOCOSMETICS.COM / ULTA.COM.MX / BELLISIMA.MX.

EL FUTURO DE LOS NEGOCIOS

TIENE UNA PORTADA CADA MES

DESCUBRE POR QUÉ MILES DE LÍDERES LEEN EXPANSIÓN



VISITA: EXPANSIÓN.MX

ELLE

ESTILO

¡VÁMONOS A MADRID CON NOBU! (P. 138)

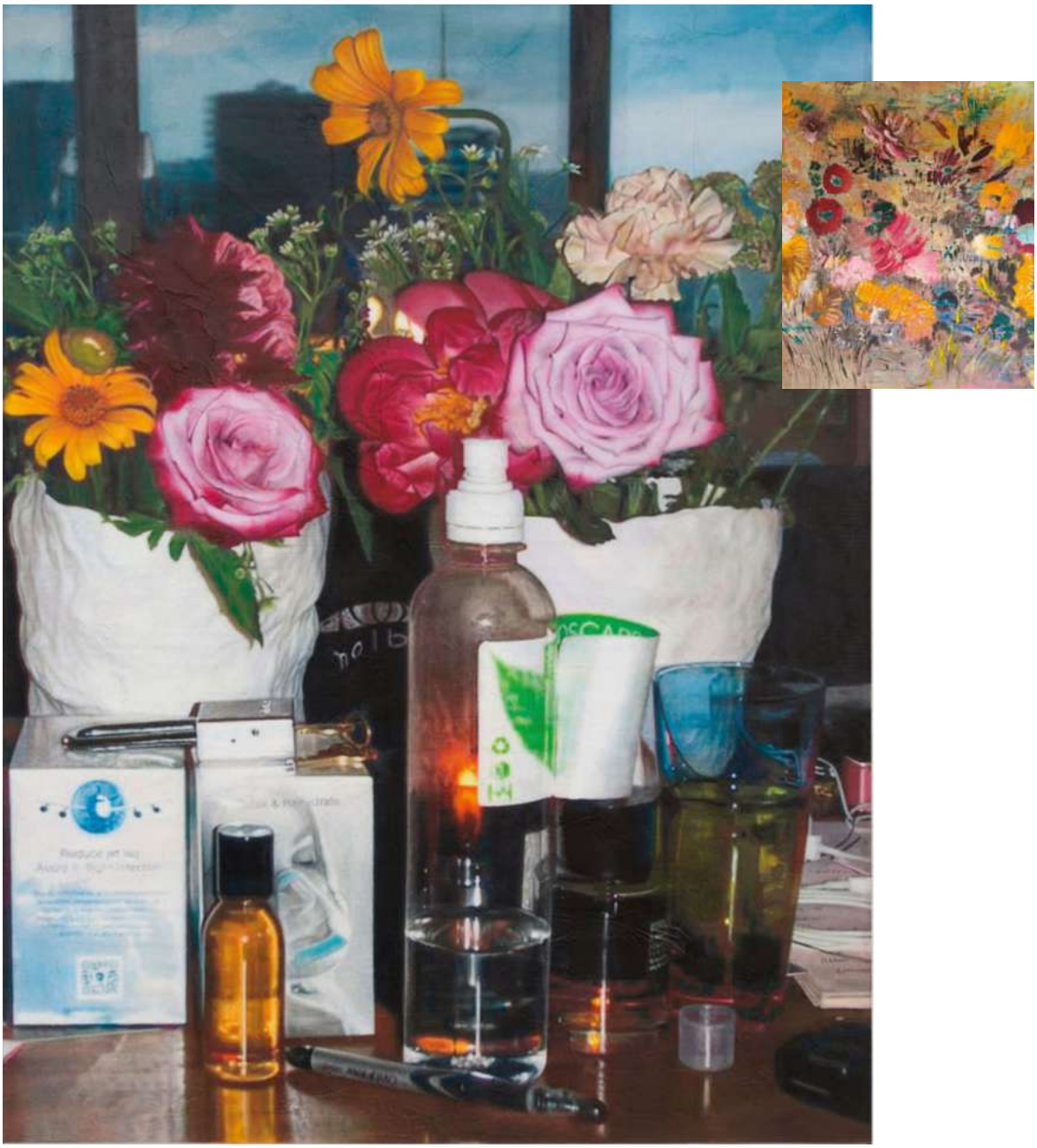
142. PUERTO ESCONDIDO SIEMPRE ES UNA BUENA ESCAPADA

144. LOS NUEVOS *SPOTS* PARA COMER RICO, ESCUCHAR CON ATENCIÓN Y BEBER EN LA CDMX



FOTO: CORTESÍA SHHH ROMA.

AGENDA ELLE



arte y cultura

DÓNDE
LagoAlgo
CUÁNDO
Hasta el 29 de noviembre, 2026
+INFO
lago-algo.mx

UNA OBSESIÓN POR LAS FLORES

DOS GIGANTES DE LA LITERATURA COMPARTÍAN LA MISMA OBSESIÓN: LAS *FLORES*. EL FRANCÉS MARCEL PROUST LAS USÓ PARA HABLAR DEL DESEO, LA MEMORIA Y EL PASO DEL TIEMPO; EL MEXICANO MARIO BELLATÍN LAS CONVIRTIÓ EN EL EJE SECRETO DE *FLORES*, UNA DE SUS OBRAS MÁS CELEBRADAS. DE ESE DIÁLOGO IMAGINARIO PARTE *UNA OBSESIÓN POR LAS FLORES*, LA EXPOSICIÓN QUE ANAÏS LEPAGE CURÓ CON DIECISIETE ARTISTAS INTERNACIONALES. AQUÍ, LA BELLEZA SE VUELVE HERRAMIENTA DE RESISTENCIA Y TRANSGRESIÓN, RETRATANDO LA COMPLEJIDAD Y LA FUGACIDAD DE LA VIDA. LAS FLORES SE RETRATAN A TRAVÉS DE PINTURA, CERÁMICA, PAPEL TAPIZ, VIDEO Y FOTOGRAFÍA, CON CADA PÉTALO ESCONDIENDO UN MENSAJE DIFERENTE.

FOTOS: ILEANA GARCÍA "MAGODA": RAÍCES INDECIBLES, 2026. CORTESÍA DEL ARTISTA / PARKER ITO, OSCAR / HOOLBOX, 2020. CORTESÍA DEL ARTISTA.



#recomendacionesficm

FESTIVAL DE CINE DE MORELIA

EL FICM NOS CONVOCA CADA AÑO PARA DESCUBRIR ALGUNAS DE LAS MEJORES PROPUESTAS DEL CINE ACTUAL. EN ESTA EDICIÓN, LA SECCIÓN MICHOACANA VUELVE A APOSTAR POR TALENTO LOCAL, MIENTRAS LAS COMPETENCIAS DE CORTOMETRAJE, DOCUMENTAL Y LARGOMETRAJE MEXICANO MUESTRAN LO QUE SE ESTÁ HACIENDO EN EL PAÍS, JUNTO A ESTRENOS INTERNACIONALES, RETROSPECTIVAS Y CLASES MAGISTRALES. UNA CELEBRACIÓN DE LAS DISTINTAS MANERAS PARA VER, NARRAR Y ENTENDER EL MUNDO.

DÓNDE: Morelia, Michoacán
CUÁNDO: 16 – 25 de octubre de 2026
+INFO: moreliafilmfest.com

CENIZA EN LA BOCA

Diego Luna vuelve a la dirección con una adaptación de la novela de la escritora mexicana Brenda Navarro. Lucila, de 21 años, viaja con su hermano menor a Madrid para reencontrarse con su madre, pero la promesa de una vida nueva pronto se enfrenta a la realidad de la migración.

CHICAS TRISTES

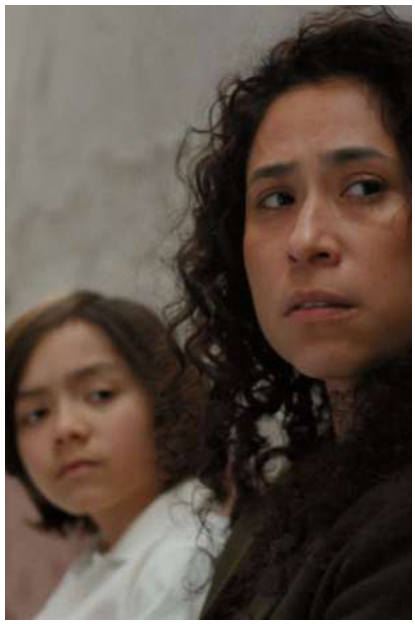
La adolescencia también puede sentirse como nadar a contracorriente. En su ópera prima, la directora Fernanda Tovar cuenta la historia de dos amigas y nadadoras que atraviesan un momento que pondrá a prueba su amistad, sus certezas y la forma en que empiezan a descubrir el mundo.

CONTESTA

Una cabina telefónica se convierte en el punto de encuentro entre Mateo y su padre. Su madre teme que esas conversaciones alimenten una fantasía. En este cortometraje dirigido por Maria Fernanda Prieto y coescrito por Ximena Prieto, la imaginación ayuda a aliviar el peso de la pérdida.







FOTOS: FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MORELIA / © INICIA FILMS / © COLECTIVO COLMENA / © WOO FILMS.

AGENDA ELLE *book club + playlist*



performance

CUÁNDO:
24 de octubre
DÓNDE:
Antiguo Templo de Christ Church, C. Artículo 123 134, Centro Histórico, CDMX.
+INFO:
@cinestesi.a

RUBY HAUNT
EL DÚO DE LOS ÁNGELES LLEGA POR PRIMERA VEZ A MÉXICO PARA PRESENTAR *PAPER HALO,* EN UN PERFORMANCE DISEÑADO PARA ACTIVAR TODOS LOS SENTIDOS. NIEBLA, ILUMINACIÓN Y UN DISEÑO OLFATIVO INSPIRADO EN EL PETRICOR, EXPANDIRÁN SU UNIVERSO MUSICAL MÁS ALLÁ DEL SONIDO, AMBIENTADO EN UN TEMPLO GÓTICO, PARA CONVERTIR CADA CANCIÓN Y EL ESPACIO EN UNA EXPERIENCIA SENSORIAL. UNA NOCHE PARA ENTRAR DE LLENO EN LA ATMÓSFERA DE WYATT ININNS Y VIKTOR PAKPOUR.



book club

STRANGERS
BELLE BURDEN
¿Qué pasa cuando la persona que creías conocer mejor se convierte, de pronto, en un extraño? Después de que acaba su matrimonio, una mujer reconstruye su historia para descubrir quién era y sobre todo, quién quiere ser.

PENDULO.COM $510



4concierto

ELTON JOHN: FAREWELL TO MEXICO
DÓNDE: Estadio Banorte, CDMX.
CUÁNDO: 2 y 3 de octubre
+INFO: eltonjohn.komi.io

#ROCKETMAN

1. *YOUR SONG*
2. *ROCKET MAN (I THINK IT'S GOING TO BE A LONG, LONG TIME)*
3. *I'M STILL STANDING*
4. *BENNIE AND THE JETS*
5. *GOODBYE YELLOW BRICK ROAD*
6. *TINY DANCER*
7. *COLD HEART* (PNAU REMIX) FEAT. DUA LIPA

FOTOS: CORTESÍA RUBY HAUNT / THE DIAL PRESS / ©GETTY IMAGES.

¿SABES QUÉ ESTÁ CHIDO?



LO QUE NO ESTÁ Chido ES QUE FUMEN Y VAPEEN

INFÓRMATE AQUÍ:

Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas

TAPAS, VERMŪ Y BUENA VIBRA

por CAROLINA ĀLVAREZ.

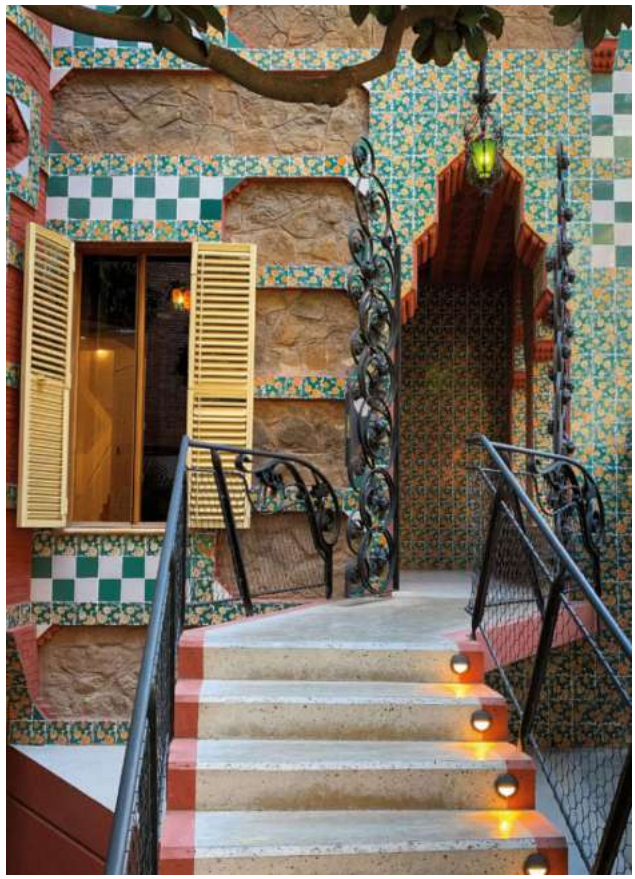


ESPAÑA

NO TENGO EL PRIVILEGIO DE VIAJAR A ESPAÑA REGULARMENTE, PERO LAS VECES QUE ME HA TOCADO IR, SIEMPRE ME SORPRENDO CON LO CÁLIDA QUE ES LA GENTE, LO BIENVENIDA QUE ME SIENTO (MUY IMPORTANTE EN ESTOS TIEMPOS), Y LO EMOCIONADA DE VOLVER "A ESOS VIEJOS SITIOS DONDE AMÉ LA VIDA", COMO DICE EL TANGO. ESTA OCASIÓN, FUI A BARCELONA, MADRID –CIUDADES QUE VISITÉ POR PRIMERA VEZ EN 2005 Y A LAS QUE NO HABÍA VUELTO–, Y SAN SEBASTIÁN, QUE ESTABA EN MI *BUCKET LIST* DE LUGARES POR CONOCER. Y, ¡SÍ SEÑOR! SE DISFRUTÓ, SE COMIÓ, SE BEBIÓ Y SE DESCANSÓ MUY BIEN.

01. BARCELONA







LA CIUDAD DE GAUDÍ

No hay manera de que te aburras en esta ciudad. Si eres entusiasta de la arquitectura, es el lugar para estar; es un museo al aire libre en el que Gaudí edificó sus obras más trascendentales: Casa Milà (La Pedrera), Casa Calvet, Park Güell, Casa Batlló (personalmente mi favorita, me parece espectacular que haya convertido la fachada de una casa en un homenaje a San Jordi colorido y lleno de movimiento), y por supuesto la Basílica de la Sagrada Familia, en la cual, por motivo del centenario de la muerte del famoso arquitecto, el 10 de junio de este año, el papa León XIV ofició una misa y bendijo la torre de Jesucristo terminada apenas en febrero. Otra de las joyas que pude visitar fue Casa Vicens, la primera casa que diseñó Gaudí y hoy es patrimonio cultural de la UNESCO. Puedes estar horas viendo, descubriendo y admirando su obsesión con la geometría sagrada, el detalle, las formas orgánicas de la naturaleza, el color, el arte islámico y vaya, la integración de todo en un espacio acogedor y brillante.

COMER Y BEBER QUÉ ES UN DEBER

Nunca había estado en un viñedo y tuve la oportunidad de ir a Bodega Llopart, ¡tiene 6 siglos de historia! Probamos vinos espumosos, rosados, blancos, y mi descubrimiento favorito, el mosto, que es el jugo de la uva antes de fermentarse, sabe a muchas frutas a la vez: pera, manzana, durazno… Es fresco, dulce y con el calor que hacía fue una delicia tomarlo. Después, hicimos un pícnic de tapas con la montaña de Montserrat de frente en el paisaje, mientras nos explicaban que el sabor de los vinos de esa región era muy particular porque el mar cubría esa área hace 50 millones de años y las vides absorben y "traducen" esos minerales marinos en su fruto. En la noche comí uno de los mejores sushis que he probado en mi vida (no he ido a Japón, así que no hablo a tono personal). Este festín lo puedes encontrar en el restaurante del Hotel Nobu Barcelona; la cocina es de inspiración japonesa-peruana y no vas a saber ni qué pedir. Mis platillos favoritos fueron su famoso black cod miso y la ensalada de shiitake crujiente con trufa. En el *rooftop*, el más alto de Barcelona, te puedes echar unos *drinks* (su oferta de sakes es buenísima), y probar las mini hamburguesas de wagyu.

A DORMIR

Si nunca lo habías escuchado, las camas del Nobu, de cualquier hotel Nobu, son las mejores. Y en una ciudad como Barcelona, en la que caminas mucho, hay muchas posibilidades de ir de fiesta, ir a la playa, etc... Se agradece que puedas regresar a tu hotel, darte un masajito reparador (lo recomiendo especialmente después de tu vuelo el día que llegas) y tener unas vistas inigualables de la ciudad mientras te bañas. Desde mi cuarto se veía el Palau Nacional de Montjuïc y la Sagrada Familia. Puntos extras para Nobu San.

FOTOS: ISTOCK / GETTY IMAGES.





02. SAN SEBASTIĀN

LA UBICACIŌN ES LA CLAVE

San Sebastián es el lugar ideal para comer pintxos y vivir la buena vida, y el Nobu Hotel es el lugar ideal para hacer base. Antes era el antiguo Palacio Vista Eder, una joya arquitectónica de 1912 que aunque tiene la construcción moderna de Nobu, conserva una parte de la fachada que le sigue dando esa vibra de Belle Époque. Ten por seguro que vas a tener las vistas más bonitas a cualquier hora porque está plantado en el paseo de Miraconcha, desde donde podrás deleitarte con las mejores panorámicas de la icónica bahía y la fotogénica Isla de Santa Clara (tan solo ver la gente pasar por el malecón es super relajante). Aquí, la visión de Robert De Niro y el chef Nobu Matsuhisa se funde con el diseño vasco, logrando un equilibrio perfecto entre el minimalismo japonés y la elegancia clásica. Lo mejor de todo es que tienes la arena dorada de la playa de La Concha a un par de pasos, y tras una caminata de apenas diez minutos bordeando el mar, estarás en plena Parte Vieja, listo para tu ruta de tapeo. Recomiendo contratar un guía conocedor para esta misión, así te comes una o dos tapas en cada lugar, acompañadas con una cerveza bien fresca o una copa de txakoli, el vino tradicional del País Vasco. Lo más aventurero que probé fue la oreja de cochino y pues… la textura es toda una experiencia; las piparras y la tortilla de patatas no tienen desperdicio, maridadas con una cerveza bien fresca o una copa de txakoli, el vino tradicional del País Vasco caen perfecto al estómago. De postre, obviamente pide la tarta vasca, no comerla en el lugar donde fue creada sería un pecado.





OFERTA CULTURAL

A las afueras de la ciudad se encuentra el lugar con el cuerpo de obra más amplio y representativo del famoso escultor y grabador donostiarra Eduardo Chillida. En la propiedad adquirida a finales de los años 80, puedes caminar entre sus esculturas situadas en los amplios jardines. Están ahí para que interactúes con ellas y las descubras desde todos los ángulos. Si tienes suerte te toca de guía Míkel Chillida, nieto del artista que tiene las historias más interesantes para contar, como que su abuelo fue portero de la Real Sociedad de Fútbol en los años 40, y que tenía una amistad cercana con figuras como el pintor Antoni Tàpies, el diseñador Cristóbal Balenciaga, el escultor Alexánder Calder y los filósofos Emil Cioran y Martin Heidegger, nada más de imaginar esas pláticas se me enchina la piel de emoción. Mi abuelo decía que para conocer de verdad un lugar tienes que comer en donde comen los locales y tienes que entrar a las iglesias; la Basílica de Santa María del Coro te va a dejar sin aliento, no tienes que ser católico para maravillarte de lo majestuosa que es. La Basílica es una construcción Barroca del siglo XIII, construída sobre los restos de una iglesia románica del siglo XII. Visualmente está perfectamente alineada con la catedral del Buen Pastor, en su interior hay una obra de Chillida, y aunque está dedicada a la Virgen del Coro, en su fachada tiene una escultura de San Sebastián Mártir. Otro lugar imperdible es el Museo Cristóbal Balenciaga, localizado en Getaria, a solo 30 minutos de San Sebastián. Es imperdible, las exhibiciones van cambiando debido al extenso archivo que tienen del diseñador. Ver de cerca la estructura, los bordados, los volúmenes y piezas icónicas como el vestido globo de manga larga es una locura. Me tocó la suerte de ver muchos de sus vestidos negros, la exhibición *The Givenchiaga family* (¡vi en vivo el *little black dress* de Audrey Hepburn!), y una exposición del fotógrafo francés George Dambier en la que había unas portadas de ELLE increíbles y unas fotos hermosísimas de una joven Brigitte Bardot.

FOTOS: ISTOCK / GETTY IMAGES / CRISTOBALBALENCIAGAMUSEOA.COM / CORTESÍA NOBU

03.MADRID



LA CIUDAD MERENGUE

En Madrid me tocó estar muy poco tiempo, pero el suficiente para apreciar la buena vibra de la ciudad. En medio de todas las cosas duras que están pasando en el mundo, visitar esta metrópoli me hizo entender por qué fue la eterna musa de Agustín Lara. De alguna manera se siente como si Madrid manejara otro tiempo, uno más lento, más amigable. Sí, hay tráfico y hay mucho movimiento, pero de alguna manera te sientes más en paz; los edificios están tan blancos y bien cuidados que deslumbran. La gente es muy amable, es una ciudad para caminar, meterse a algún barecito a echar el vermú (a las 12:00 PM ya es oficial), descubrir tienditas de decoración, antigüedades, ropa y, por supuesto, ¡bien comer! Fui a cenar a Fismuler que tiene un concepto *farm to table*: cocina moderna y libre de mercado. Todos los platos con verduras estaban para morirse; el menú cambia pero si vas y te tocan los chipirones de anzuelo con carbonara guanciale y piñones, te sacaste la lotería. Me atrevo a decir que también tienen una de las mejores tartas vascas que probé en todo el viaje (¡perdóname San Sebastián!), pero el postre que se ganó el premio para mí, es su tarta fluida de chocolate y avellana, no saben que cosa. Otro lugar donde comí delicioso fue Los 33, uno de los restaurantes más populares del momento en Madrid. El concepto del asador de estilo uruguayo, es un bar informal de barra, donde puedes llegar sin reservación a tapear, echar el cóctel o sentarte a comer un buen corte a la leña, acompañado de patatas trufadas y una deliciosa coliflor a la brasa. De entrada, no te olvides de pedir los bikinis de prosciutto a la parrilla.





¡RASSHAIMASE!

Para los fans de estar en medio de la escena pero que también aprecian el buen descanso, les tengo una gran noticia, Nobu acaba de abrir sus puertas en el mero corazón de Madrid, en la calle Alcalá, muy cerca de la Plaza de Cibeles y la Puerta del Sol. Un edificio que sigue la línea del minimalismo japonés pero que se mezcla perfectamente con las construcciones clásicas de Madrid: tiene 50 habitaciones súper elegantes y cómodas, un bar en la terraza, restaurante con áreas privadas y la oferta culinaria por la que Nobu se hizo famoso, entradas secretas para los huéspedes más discretos (¡Oh làlà!), spa con tratamientos creados especialmente para el nuevo hotel, y amenidades de baño de lujo de la marca Byredo. Lo tengo que mencionar otra vez: ¡esas camas! Si te toca una de las *suites* que están en la esquina, te va a encantar. Tienen una vista envidiable de la calle, así no te da FOMO del jaleo de afuera, porque lo estás viendo desde la comodidad de tu nube (cama).







NO HAY EXCUSAS PARA SER TROPICAL

por MARIO MARREROS

CADA QUE PIENSO EN PUNTA ZICATELA, LO PRIMERO QUE SE ME VIENE A LA MENTE ES MANTRA HOTEL BOUTIQUE, UN REFUGIO DE LO COTIDIANO EN UN OASIS UBICADO EN PUERTO ESCONDIDO, OAXACA. CUANDO ME REFIERO A UN OASIS, NO ES SOLO PORQUE SE ENCUENTRA RODEADO DE VEGETACIÓN O POR SU ARQUITECTURA, QUE REMITE A ESTAR EN MEDIO DE ALGÚN ECOSISTEMA, ES PORQUE LA HOSPITALIDAD DE SU PERSONAL INVITA A NO TENER NECESIDAD DE SALIR DE ÉL. EN CUANTO PONES UN PIE AHÍ, SOLO QUERRÁS TU TRAJE DE BAÑO, IR A LA ALBERCA Y ACOSTARTE EN LOS CAMASTROS, TODO MIENTRAS ESCUCHAS LAS OLAS DEL PACÍFICO DE FONDO.



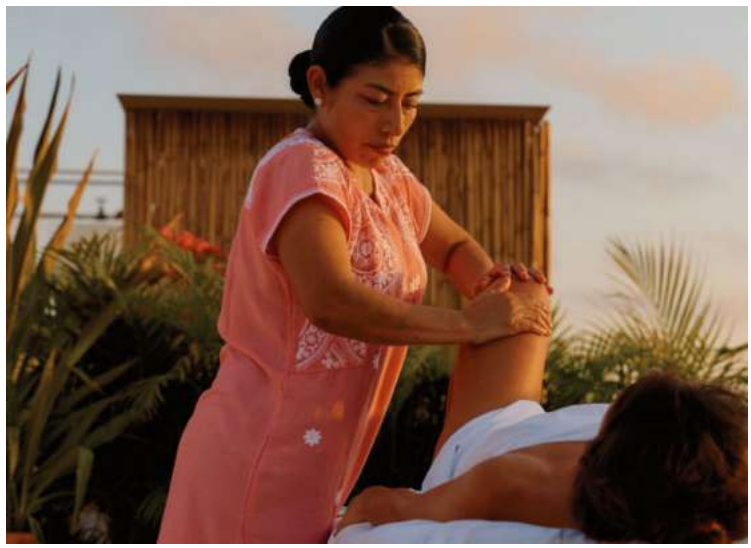






Los detalles importan, y en Mantra no es la excepción. En tu habitación encontrarás una Polaroid para capturar tus propios recuerdos. **¡Dale *click* al obturador y sonríe!**

El espacio es tan íntimo que cuenta solo con doce habitaciones que evocan una atmosfera cálida con muros de piedra laja, madera de parota, texturas naturales y colores neutros acompañados de artesanías locales.





A pasos de Playa Zicatela se encuentra Hotel Mantra Boutique, un espacio pensado para reconectar contigo mismo y vivir el hospedaje de una manera diferente. Aquí, puedes sentirte como un local más, viviendo a tu propio ritmo entre el mar, el bienestar, la gastronomía local y la tranquilidad. Mantra es más que un lugar de desconexión del ajetreo cotidiano. El *wellness* está presente en distintas actividades, entre ellas: clases de yoga, masajes, sauna y vapor. Cada rincón es tan acogedor que no tendrás razón para salir. Al entrar, el *lobby* te recibe con la luz que se filtra desde la alberca de cristal del *rooftop*, creando la sensación de estar bajo el agua. Muy cerca, una pequeña isla emerge de la tierra como un ojo de agua y se convierte en el escenario perfecto para planear tu siguiente aventura en Zicatela. Pero, sin duda, el tercer piso guarda uno de los *spots* favoritos: la alberca, el lugar ideal para disfrutar los cócteles de la casa mientras contemplas una vista de 180 grados, acompañada por el sonido de las olas. La esencia de Mantra también está en enaltecer lo local, desde los materiales naturales en su arquitectura, hasta los ingredientes regionales de su cocina, a cargo de chefs locales. Si tienes oportunidad, prueba el menú maridaje del chef Irving Velázquez; querrás que cada plato que llegue a la mesa nunca termine. ¿Mi preferido? La tarta vasca con compota de frambuesa. Esto es apenas una probadita de lo que se vive en esta propiedad hecha para vivir sin prisa, olvidarte de los horarios y dejar que el lugar haga lo suyo.

FOTOS: CORTESÍA MANTRA HOTEL / JPARK.

UN ESPACIO *particular*

DICEN QUE EN LA CIUDAD DE MÉXICO SIEMPRE SE ESTÁ ABRIENDO UN LUGAR NUEVO. POR ESO QUIERO DEDICAR ESTE MES A ALGUNAS DE ESTAS APERTURAS, ENTRE LAS QUE ELEGÍ UN *LISTENING ROOM*, UN RESTAURANTE Y UN BAR. ¿EL COMÚN DENOMINADOR? LA PARTICULARIDAD DE SUS ESPACIOS PARA CREAR UNA ATMÓSFERA ÚNICA.

por JORDI LINARES RIVAS







Solo escucha

SHHH ROMA

Imagina ese sentimiento de ponerte tus audífonos, desconectarte del mundo y escuchar tu álbum favorito (paz). Ahora visualízalo como una experiencia inmersiva acompañada de cócteles y una botana. Shhh Roma es un *listening room* para disfrutar de la música en un espacio diseñado y equipado para lograr la mayor fidelidad acústica posible. Dentro de un ambiente con luz tenue y el silencio de los asistentes, en cada sesión se reproducen de seis a nueve álbumes completos, ¡revisa la cartelera! En esta misma ubicación puedes disfrutar también de un *jazz kissa*, que recrea los cafés de escucha japoneses acompañado de un café, té o whisky nipón.

DÓNDE: Av. Álvaro Obregón 273, Roma Norte, Cuauhtémoc, CDMX.

Bar de barrio

CASI CASI

Santa María la Ribera es un barrio lleno de autenticidad y personalidad propia, es por ello que el propósito de Casi Casi fue crear un lugar que coexistiera con estos códigos y se sintiera como un bar de barrio. Pequeño e íntimo, el diseño es una oda al modernismo mexicano, particularmente, a Luis Barragán. El colorido y los detalles lo hacen por sí mismo un espacio digno de admirarse; su disposición fue pensada para hacerte sentir en casa. Definitivamente debes de ponerlo en tu lista de bares por conocer. En el menú encontrarás coctelería clásica y creaciones propias que siempre guardan una sorpresa para quien visita.

DÓNDE: Dr. Atl 238, Santa María la Ribera, Cuauhtémoc, CDMX.

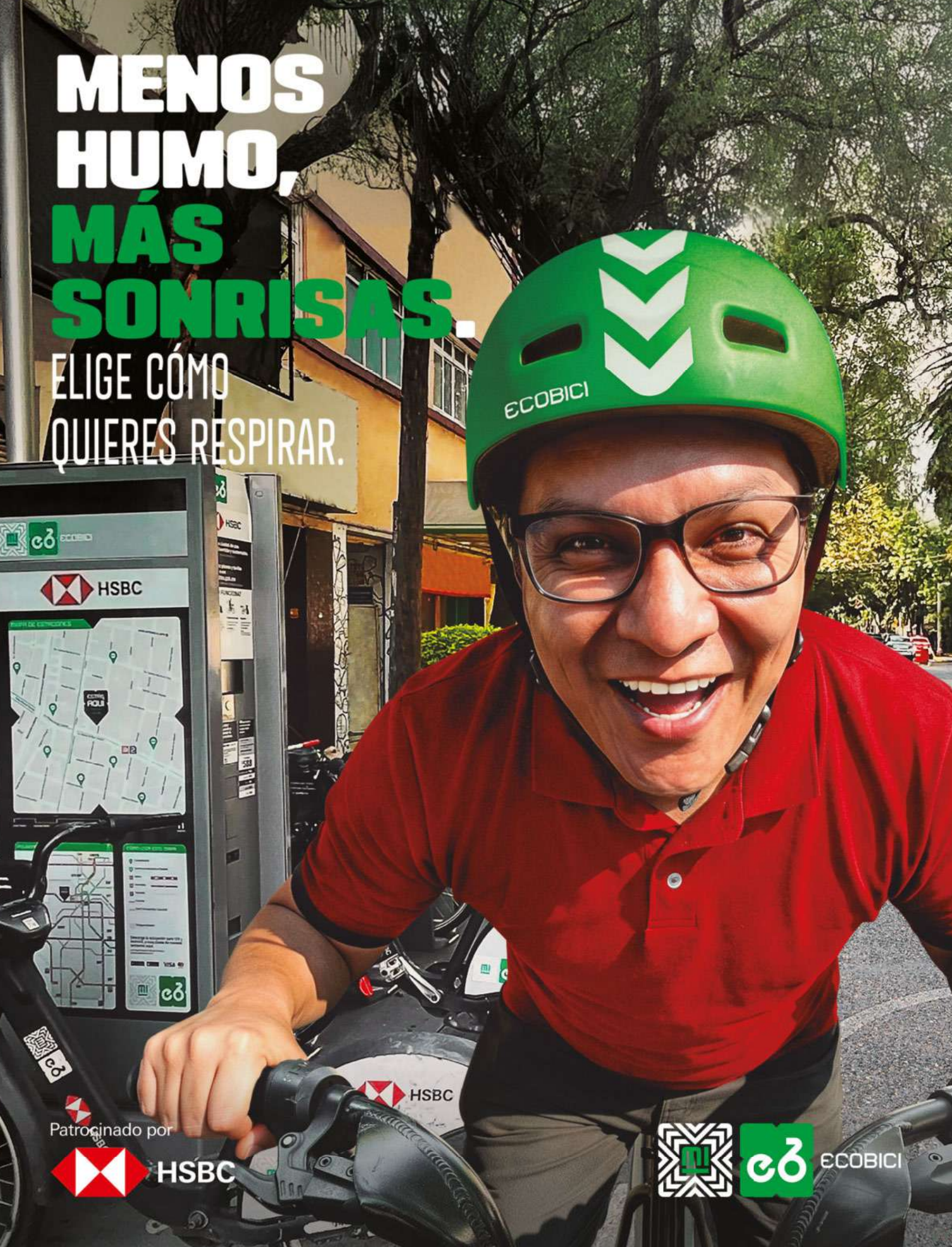
Como un domingo

LA PANTERA

El asador tiene el poder de crear comunidad y en este restaurante la leña y el fuego están al centro de su propuesta gastronómica. Aquí la comida se sirve *"family style"* y la sobremesa es ley. En un espacio en el que predominan el acero, la madera y la vegetación, La Pantera te dará esa sensación de estar en el jardín de una casa un domingo entre amigos. Tanto la proteína como los vegetales son protagonistas del menú y la idea es que pruebes y taquees a tu antojo. No te puedes ir sin probar Baby Pantera, el vino de la casa, creado especialmente para el lugar y el maridaje perfecto para uno de los mejores asados que probarás en CDMX.

DÓNDE: Colima 124, Col. Roma Norte, Cuauhtémoc, CDMX.

FOTO: CORTESÍA SHHH ROMA / LUCA SIMPSON / CORTESÍA LA PANTERA.


MENOS HUMO,
MÁS SONRISAS.
ELIGE CÓMO QUIERES RESPIRAR.
ECOBICI
HSBC
Patrocinado por
HSBC
ECOBICI

cartier.mx



Ciudad de México - Guadalajara - Monterrey - Cancún
800 847 0217

Cartier