Quién

Anne Hathaway y Dakota Johnson Sobre *Verity*, el fenómeno editorial que llevan al cine

(p.22)

GAEL LLAMÓ, RICKY DIJO SÍ

"Con Gael no me lo pensé dos veces"

ENRIQUE ACEVEDO

El periodista quiere cambiar la conversación sobre los latinos

La nostalgia que vamos a maratonear: Timbiriche

00509
7 503027 020547
#QuiénEsQuién
OCTUBRE 2026
$65 MN
PARA VENTA EXCLUSIVA A MAYORES DE EDAD

Cartier

Cartier

Quién

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

HardWear by Tiffany
Un símbolo de la fuerza del amor.

MONTBLANC

Let's Write

INICIE SU PROPIA
TRADICIÓN

PATEK PHILIPPE
GENEVE

LA COLECCIÓN CUBITUS

CUBITUS EN TAMAÑO MEDIANO REF. 7128/1R

UN RELOJ PATEK PHILIPPE NUNCA SERÁ EXCLUSIVAMENTE SUYO.
USTED SÓLO TIENE EL PLACER DE CUIDARLO PARA LA SIGUIENTE GENERACIÓN.

PATEK PHILIPPE BOUTIQUE
BY PEYRELONGUE
CENTRO COMERCIAL ARTZ PEDREGAL, LOCAL 41
CIUDAD DE MÉXICO - TEL: 55 13 28 52 53
PATEKBOUTIQUEBYPEYRELONGUE.COM

HOMBRES AL AGUA

MARÍA TORRES CLAUSELL
EDITORA GENERAL

Hay portadas que empiezan en una junta. Otras, en el momento en que ves la escena frente a ti y entiendes perfectamente por qué tenían que existir.
Con ésta me pasó en Malibú.

Tardamos semanas en conseguir algo imposible: juntar a Gael García Bernal y Ricky Martin. La cita fue en Little Beach House Malibu, con el Pacífico enfrente, un camerino para cada uno, *racks* de ropa, producción y Dorian Ulises López detrás de la cámara, en ese caos perfectamente organizado detrás de una portada.

No se veían desde el rodaje de *Hombre al agua*. Se saludaron como dos amigos que habían dejado una conversación pendiente. No dejaron de platicar. Entre los cambios de *looks*, caminando hacia las fotos, esperando una toma y durante la sesión. Literalmente tuvimos que fotografiarlos platicando.

Ricky y Gael se conocieron hace años por Mariana Yazbek, amiga en común. Lo que no había ocurrido era trabajar juntos. Hasta que Gael empezó a imaginar *Hombre al agua*.

Cuando hablamos con Gael, me encantó que desmontara inmediatamente esa fantasía romántica del cineasta al que le cae una idea perfecta del cielo. Para él, "no existe el momento Eureka". Las películas aparecen de inquietudes, conversaciones, curiosidades; cosas que no entiende y quiere investigar.

Debajo de esta historia, el actor metió las cosas que le daban vueltas en la cabeza: la masculinidad, la paternidad, la clase, el amor y esa pregunta bastante menos cinematográfica y bastante más importante de qué necesitamos para ser felices.

En algún momento de ese proceso apareció Ricky. Lo extraordinario es que Gael lo había imaginado como Roby. Cuando por fin llegaron a hablar, la negociación fue menos hollywoodense de lo esperado. A los pocos minutos Ricky ya había dicho: "Yo estoy ahí. Yo voy". Gael lo recuerda como "un golazo olímpico".

Y Ricky cuenta la emoción de volver al cine en español, hacerlo con Gael y filmar en Yucatán. Tanto significa para él esta nueva etapa que terminó llamando a Gael su "padrino" en Venecia.

Me gusta mucho ese Ricky que aparece en nuestra conversación. Después de haber vivido prácticamente todas las versiones posibles del éxito, hoy lo define de una manera sorprendentemente sencilla: paz, sus hijos, tiempo para sí mismo, hacer lo que le apasiona y seguir teniendo curiosidad. Él, que podría permitirse perfectamente mirar hacia atrás, dice algo mucho más revelador: "No paro".

Y Gael tampoco parece demasiado interesado en quedarse quieto. Hablando de cine, paternidad y vida, terminó diciendo algunas de mis frases favoritas de esta edición: "el amor son los cuidados", que Latinoamérica es su gran hogar y que hacer películas sirve, entre muchas cosas, para intentar "destrabar la felicidad". Su conclusión fue todavía mejor: "Preocúpense por ser felices, cabrón".

Bajamos a la playa, algunas personas los reconocieron. Primero las miradas discretas, después el inevitable *double take* y finalmente esa pregunta que parecía estar flotando alrededor: ¿qué hacen Ricky Martin y Gael García Bernal juntos?

Habíamos trabajado semanas para coordinar agendas y producir el encuentro; lo verdaderamente bueno no hubo que producirlo. Ya estaba ahí. Eso fue lo que más me gustó de ese día.

Un director imaginó a un actor para una historia que estaba tomando forma, un "yo voy" dicho casi sin pensarlo y, tiempo después, una tarde frente al Pacífico en la que seguían teniendo cosas que contarse. La respuesta corta a qué hacen Gael y Ricky juntos es *Hombre al agua*. La larga está en esta portada.

Bienvenidos a *Quién* octubre y gracias, gracias, gracias por leernos.

@maria___torres

BERGER
100 AÑOS *definiendo el* LUJO
Masaryk 438. Tel: 52 (55) 9138 0500, 9138 2770 | Antara Polanco. Tel: 52 (55) 5280 7959
Paseo Interlomas. Tel: 52 (55) 5290 7543 | Vía Santa Fe. Tel: 52 (55) 2167 8035
Mitikah. Tel: 52 (55) 5542 9593

Quién

EDITORA GENERAL
MARÍA TORRES CLAUSELL
mtorres@grupoexpansion.com

Editora Adjunta
MARÍA TERESA LELO DE LARREA GONZÁLEZ
teresa.lelo@grupoexpansion.com

Editora Web
MIRIAM GARCÍA
nayelig@grupoexpansion.com

Coeditora Web
FABIOLA PICHARDO

Coeditor Web
RAYMUNDO ZAMARRIPA

Social Media Manager
IRVING CHAGA

Reportero Web
ARTURO PEREA

Realizadora de Video
MARIELA CALDERÓN

Editor de Cultura
JONATHAN SALDAÑA
omar.saldana@grupoexpansion.com

Editora de Moda
GUADALUPE MERCADO
guadalupem@grupoexpansion.com

Coordinadora de Belleza
MERCEDES RUY-SÁNCHEZ ASSAM

Reporteras
MARÍA JOSÉ BARROETA GÓMEZ
maria.barroeta@grupoexpansion.com

DANIELA BRUGGER FUERTES
daniela.brugger@grupoexpansion.com

Becarios
PATRICIA MONROY, DANIELA CUELLAR, MONTSERRAT SÁNCHEZ, LILIAN AIZA, CARLA ARIZMENDI, ANTONELLA BERTELLO, MARIANA ARCHER, XIMENA ALESSIO, INÉS ALMAGRO, NICOLE DECELIERE, SOFÍA DE LEÓN, JOEL HINOJOSA

Editora de Arte
VANESSA DÍAZ
vanessa.diaz@grupoexpansion.com

Diseñadora
VALENTINA OLHOVICH SIMÓN
valentina.olhovich@grupoexpansion.com

Editora de Foto
BRENDA FERNÁNDEZ UGALDE
brenda.fernandez@grupoexpansion.com

Coordinadora de Foto
JESSIE FURLONG
jessica.rebollar@grupoexpansion.com

Fotógrafa
SELENE ALAÍDE

Colaboradores
Azcary Andino Olivé, Aarón Colín, Ana Uribe, Francesca Sophie Ebrard, Alfonso Lázquez, Luis Calderón, Dorian Ulises López Macías, Salvador Cosío, Douglas VanLaningham, Barbara Guillaume, Sergio Valenzuela, Mariana González, Abigail Maldonado, KEDigital Davo Sthebané, Vicente Montoya, Ernesto Vargas, Robbie Sierra

DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO GLOBAL
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 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

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

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

GERENTE DE ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA
MARÍA JOSÉ LÓPEZ PIÑA

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

DIRECTORA EDITORIAL DE SOFT NEWS Y EXPANSIÓN STUDIOS
CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

BRAND MANAGER
PAMELA GARCÍA

LÍDER DE MARCA
CONSTANZA CALZADA

HEAD DE PR Y EVENTOS
FERNANDA CABRERA

LÍDER DE EVENTOS
ANA MENDÉNDEZ

HEAD DE OPERACIONES EXPANSIÓN STUDIOS
JANETH CORREA

HEAD CREATIVO EXPANSIÓN STUDIOS
IGNACIO AMAYA

EDITORA EXPANSIÓN STUDIOS
PAULINA CASTELLANOS
pcastellanos@grupoexpansion.com

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

PROJECT MANAGERS
ALEJANDRA JIMÉNEZ
FERNANDO CORTÉS
MONTSERRAT REYES
SHANTAL ELIZABETH GÓMEZ

COORDINADORA DE VIDEO
MARIANA MARTÍNEZ

DISEÑADORAS
LEI AGUILAR GOLDNER
PAMELA JARQUIN
SHUELLEM ESTRADA

COORDINADOR POSTPRODUCCIÓN
Christian Castillo Paralizábal

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

PRODUCTORA
JACQUELINE FACIO

DIRECTORA DE CUENTAS
ANA LILIA CHÁVEZ

COORDINADORA DE ESTUDIO DE FOTO
ALEJANDRINA LIRA

FOTÓGRAFA ESTUDIO DE FOTO
ANYLÚ HINOJOSA

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

COORDINADORA ADMINISTRATIVA
YRAZEMA ALMANZA
yalmanza@grupoexpansion.com

ACCOUNT MANAGER
MARTHA SOTO

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

Consejo Editorial
Miguel Álvarez, Mariana Baños, Patricia Barrios Gómez, Sylvana Beltrones, Sergio Berger, Lina Botero, Giorgio Brignone, Juan Carlos Campos, Roy Campos, Manolo Caro, Andrés Carretero, Fanny Carrillo, Alberto Cinta, David Cohen, Bárbara Coppel, Ramón Corona, Carlos Couturier, Lulú Creel, Francisco Del Cueto Y Dondé, Alejandra Frausto, Sonya Garza Rapport, Miguel Gómez, Bertha González, Sami Hayek, Michel Kuri, Óscar Madrazo, Moisés Micha, Ruth Ovseyevitz, Eduardo Prieto, Darío Ramírez, Enrique Rubio, Liliana Sada, Sonya Santos De Arredondo, Federica Simón

GRUPO EXPANSIÓN

PRESIDENTE DE GRUPO EXPANSIÓN
EDGAR FARAH

VICEPRESIDENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES
LEONARDO VALLE

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

COO GRUPO EXPANSIÓN
HILDA MAESTRE

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL
JOSÉ ALBERTO BALBUENA

OUT OF HOME / PUBLISHING / MOBILITY

QUIEN®, es una publicación de Expansión, S.A. de C.V. Revista mensual, No. 509 octubre 2026. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No.: 04-2000-012011470800-102; Certificado de Licitud de Título No.: 11056, Certificado de Licitud de Contenido No.: 7848. QUIEN® es una publicación editada y publicada por Expansión, S.A. de C.V., con domicilio en Avenida Constituyentes No. 956, Colonia Lomas Altas, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11950, Ciudad de México. Editor responsable: María Torres Clausell. Esta publicación fue impresa por Reproducciones Fotomecánicas, S.A. de C.V., con domicilio en Duraznos No. 1, Colonia Las Peritas, Delegación Xochimilco, C.P. 16010, Ciudad de México. Distribuida por Expansión S.A. de C.V. con domicilio en: Constituyentes 956, Lomas Altas, Miguel Hidalgo, C.P.11950, Ciudad de México y Alfesa Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicada en: Corona 23 Interior 1, Col. 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 Expansión, S.A. de C.V. Las opiniones y puntos de vista de las colaboraciones publicadas en esta revista no necesariamente reflejan la opinión de QUIEN® y quedan bajo la responsabilidad de los autores. Todos los derechos reservados © 2022, Expansión, S.A. de C.V. Consulta el aviso de privacidad de datos en la siguiente dirección https://quien.com/aviso-legal.

ISSN 1405-8601

Registro Postal: PP09-0769

The Pit Room
COFFEE BOURBON
HOUSE MUSTARD
HOUSTON
Donde empiezan tus mejores recuerdos.
HolaHouston.com

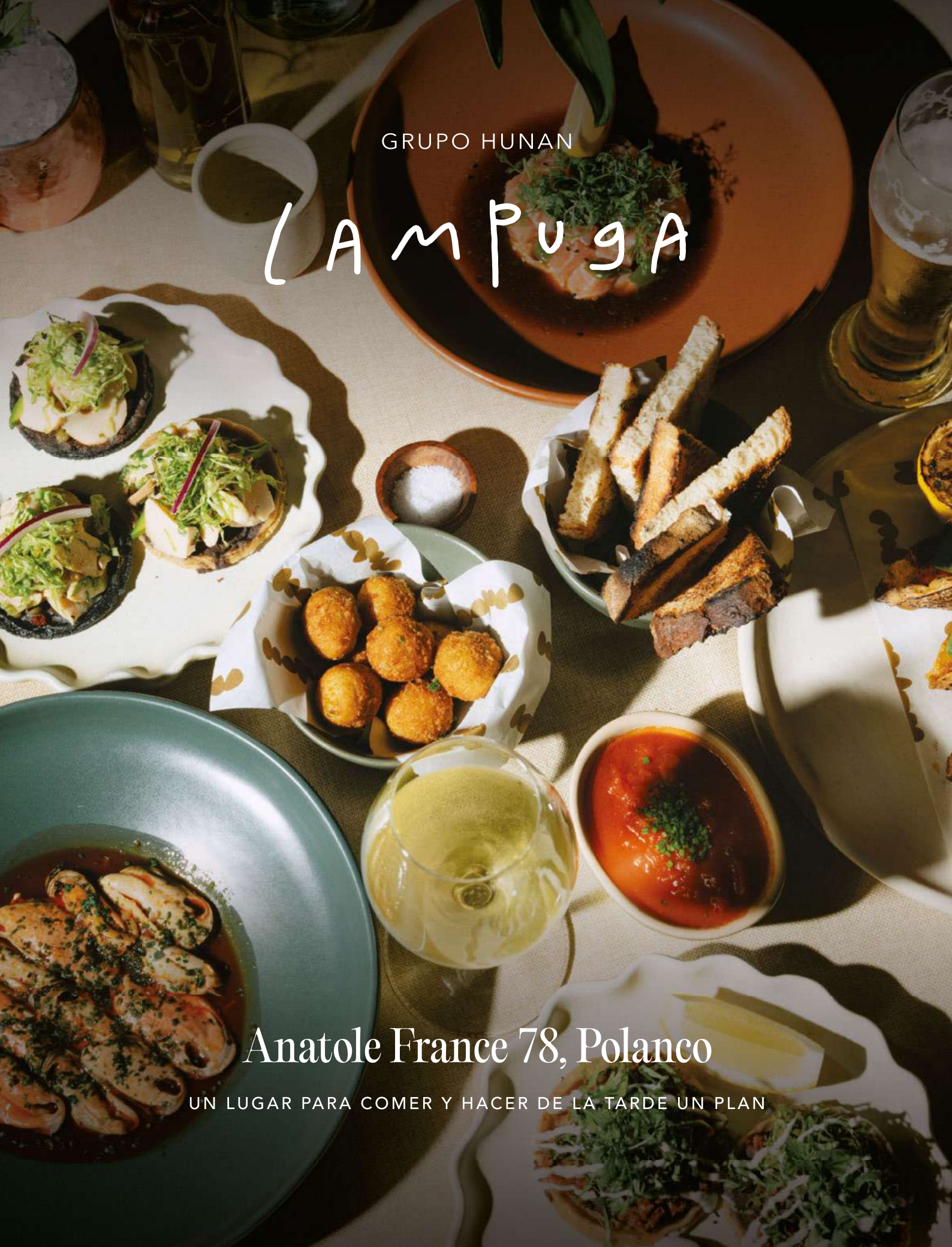

GRUPO HUNAN
LAMPUGA
Anatole France 78, Polanco
UN LUGAR PARA COMER Y HACER DE LA TARDE UN PLAN

FOTO MONTBLANC

22. Nos urge este *psycho thriller*

Entrevistamos a Anne Hathaway y Dakota Johnson antes del estreno de *Verity*.

26. Identidad, frontera y periodismo

Platicamos con el periodista Enrique Avecedo sobre su nuevo libro: *Essential*.

NOS FUIMOS A NY CON MONTBLANC

La casa de lujo alemana se lució con un festejo en el Crane Club para celebrar un siglo de marroquinería y estuvimos ahí.

Pág. 18

¿QUIÉN ES LA NUEVA *NEPOBABY* FAVORITA?

Durante la premiere de *War*, la nueva serie de Sienna Miller, toda la atención fue robada por su hija de catorce años Marlowe Sturridge. **Aquí te ponemos en contexto sobre la familia de la que apunta ser la nueva *it girl*.**

Por **María José Barroeta**

FUTURA ESTRELLA
Su primera aparición en una *red carpet* fue en 2024, cuando tenía 11 años, donde acompañó a su mamá en Cannes para el estreno de *Horizon: an American Saga*.

EL INICIO
En 2011, Sienna empezó a salir con el actor británico Tom Sturridge y en 2012 tuvieron a Marlowe Ottoline Layng Sturridge.

FAMILIA UNIDA
Sienna y Tom se separaron en 2015 pero se mantuvieron muy unidos. Durante la infancia de Marlowe eran vecinos para darle más estabilidad.

LOS PADRASTROS MÁS *COOL*
La pareja actual de su papá es la escritora y presentadora británica Alexa Chung. Por su parte, desde hace seis años, Sienna está con el actor Oli Green, quien es 15 años menor que ella y con quien tiene dos hijos que nacieron en 2024 y en 2026.

UNA VIDA PRIVADA
Marlowe ha crecido entre Nueva York y Londres, y hasta ahora ha tenido muy pocas apariciones públicas.

FOTOS ©GETTY IMAGES / 229512241, 453097519, 2153697102, 2274545600, 1056168680, 1056168680 SHUTTERSTOCK / JOHN SHEENE, JAMES VEYSEY

PEYRELONGUE
CHRONOS

MASARYK – ARTZ JOYAS Y RELOJES CHRONOS.COM.MX

SYDNEY SWEENEY EN POLÉMICA...OTRA VEZ

La actriz está en el *peak* de su carrera, también en uno de los momentos más controversiales. **Sweeney se ha convertido en la protagonista de debates que van mucho más allá de sus proyectos y abre conversación sobre hípersexualización, marketing y feminismo.**

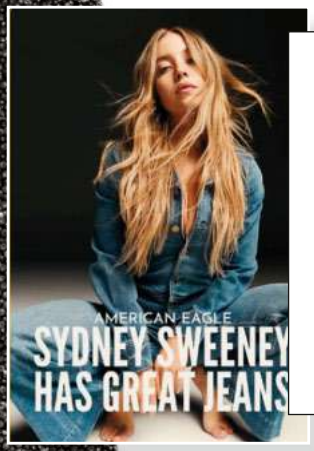
Por **María José Barroeta**

CASSIE, LA QUE EMPEZÓ TODO

Antes de la funa en campañas, Sydney ya había dado de qué hablar en su papel de Cassie Howard en *Euphoria*. El personaje fue criticado por cómo retrata su sexualidad y vulnerabilidad, que ha dado pie al resto de sus debates públicos y profesionales sobre estándares de belleza y objetivación.

EL JABÓN MÁS CONTROVERSIAL

Tras un anuncio viral de Dr. Squatch (marca para hombres) de Sydney Sweeney en 2024, la marca lanzó en mayo de 2025 un jabón de edición limitada con agua real de la tina del comercial. Fue otro ejemplo de cómo se explota la imagen sexualizada de la actriz como estrategia de *marketing*.

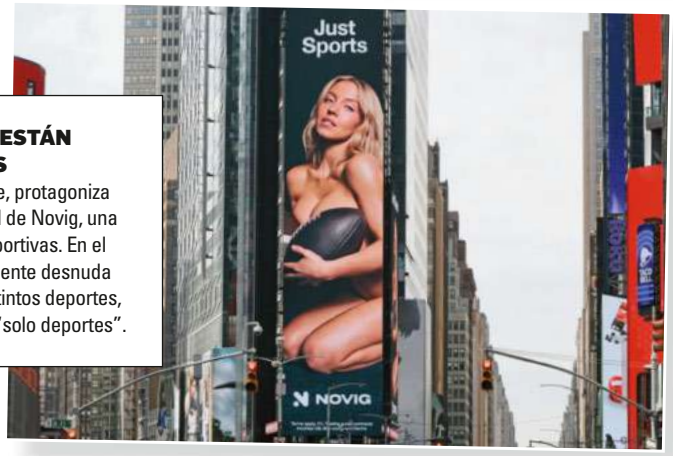


GREAT JEANS?

En julio de 2025, Sydney Sweeney protagonizó la campaña "Sydney Sweeney has Great Jeans" de American Eagle, donde habla de cómo los genes definen rasgos físicos y se corrige al decir "jeans", así revela el doble sentido.

BRAS EN HOLLYWOOD

En enero de 2026, la actriz lanzó su marca de lencería SYRN con un comercial en el letrero de Hollywood. Pero la Cámara de Comercio de Hollywood dijo que nunca autorizó el uso del letrero ni sabía del rodaje.



LAS ATLETAS NO ESTÁN CONTENTAS

En su polémica más reciente, protagoniza la primera campaña nacional de Novig, una plataforma de apuestas deportivas. En el anuncio, aparece prácticamente desnuda mientras simula practicar distintos deportes, mientras repite que Novig es "solo deportes".

FOTOS ©GETTY IMAGES / 2293374625, 2295598439, SHUTTERSTOCK / HBO/KOBAL, ONSTAGRAM / @SYRN, CORTESÍA

BULOVA

LEGENDARY SINCE 1875

SUTTON
97L191

FRANK SINATRA
97B243

, Bulova son marcas registradas. 2026 Bulova. 97L191, 97B243

EL VIAJE DE RODRIGO Y GABRIELA

De México a Irlanda y de tocar en las calles a la Casa Blanca, **Rodrigo y Gabriela han construido una historia de reinvención. Hoy, su nuevo disco los lleva de vuelta a una pregunta esencial: ¿dónde está el hogar?**

Por **Fabiola Pichardo**

Hubo un tiempo en que Rodrigo Sánchez y Gabriela Quintero pensaron que su historia con la música había terminado. En 1998 dejaron México con guitarras acústicas rumbo a Irlanda. Querían tocar donde pudieran. No imaginaban que aquel viaje los llevaría a Glastonbury, a recorrer el mundo y, años después, a tocar en la Casa Blanca frente a Barack Obama. Mientras el entonces presidente de Estados Unidos era fan de su música —incluso la escuchaba en su iPod—, el mandatario mexicano no los conocía. En 2010, el dúo tocó en la cena de Estado que Obama ofreció a Felipe Calderón. "Cuando tocamos en la Casa Blanca, Obama era fan de nosotros, pero Calderón no sabía ni quiénes éramos", cuenta Rodrigo.

Antes de convertirse en Rodrigo y Gabriela, fueron dos jóvenes obsesionados con el *thrash metal*. Tocaban en Tierra Ácida –su primera banda–, pero al irse a Irlanda las guitarras eléctricas quedaron atrás. "Dijimos: 'Aquí ya el *thrash metal* no se va a poder tocar'", cuenta entre risas Rodrigo.

Lo que no dejaron atrás fue la técnica, la velocidad y la energía del metal, que encontraron una nueva vida en las guitarras acústicas. Mientras en México eran prácticamente desconocidos, ya hacían giras por Europa y tocaban en festivales como Glastonbury. En 2007, Robert Trujillo, bajista de Metallica, quiso verlos y tocar con ellos en Chicago.

"Ese espíritu no se va, siempre está contigo", dice Rodrigo. Después de más de dos décadas, esa capacidad de cambiar sin perder la esencia aun marca su historia. *OurHome*, su nuevo álbum, nace de una pregunta íntima: qué significa tener un hogar después de tantos años de escenarios, aeropuertos y hoteles. Puede ser, simplemente, esa sensación de estar en paz.

Grabado en Japón y autoproducido por ambos, el disco representa una etapa de reflexión. Rodrigo y Gabriela se permitieron volver a la libertad de hacer música sin pensar en lo que deberían demostrar. "Ha sido un proceso para encontrar esa paz, pero el disco tiene también esa reflexión de decir, a estas alturas de nuestra carrera ya no tenemos que probarle nada a nadie", explica Rodrigo.

Esa libertad se refleja también en un encuentro inesperado. En Japón conocieron a Naoki Urasawa, autor del manga *Monster*, quien ya era fan de su música. Ellos, por su parte, habían escrito "Monster" inspirados en su obra. Cuando se encontraron en Tokio, la admiración fue mutua y el encuentro terminó convertido en una colaboración: Urasawa creó el video de la canción con imágenes inspiradas en su universo. Dos artistas de mundos distintos encontraron un punto de conexión en una canción que los acercó.

Quizá ahí está la clave de su momento actual: ya no se trata de demostrar de dónde vienen, sino de descubrir hasta dónde pueden llegar.

Hoy Rodrigo habla menos de las credenciales y más de la paz: de los fantasmas que enfrentaron y de lo que aprendieron lejos de casa. "Creo que el éxito se mide cuando encuentras la paz". Q

"EL ÉXITO SE MIDE CUANDO ENCUENTRAS LA PAZ. SI ESTÁS EN PAZ, ERES UNA PERSONA EXITOSA" ***— Rodrigo***

FOTO **ENROQUE LEYVA**

EL ARTE DE VIAJAR CON ESTILO

Hackett London presenta ''The Journey of a Man - Chapter 2'': una colección inspirada en las tierras altas de Escocia que invita a la aventura y la libertad, conservando el estilo.

Hay viajes que empiezan mucho antes de llegar a cualquier destino, dan inicio en el instante de hacer una pausa y dejar atrás el ritmo de la rutina. Para la temporada Otoño/Invierno 2026, Hackett London continúa su relato a través de "The Journey of a Man - Chapter 2", una travesía que encuentra en los paisajes abiertos de las Tierras Altas de Escocia el escenario idóneo para dar vida a una colección concebida para moverse con libertad y comodidad.

La campaña, retratada con sutileza bajo la mirada de Mariano Vivanco, sigue a un grupo de amigos recorriendo caminos en carretera, andando en motocicleta y pescando junto al lago. Es en estas vivencias auténticas donde las prendas demuestran su verdadera fortaleza: chamarras resistentes al agua ideales para el clima cambiante, elegantes gilets de gamuza pensados para vestir en capas, bomber jackets versátiles y materiales nobles como el moleskin, la franela y tejidos de punto que aportan calidez y sofisticación a cualquier look.

La herencia británica de la firma destaca con el icónico tweed a cuadros ''Horse and Hound'', una pieza clave rescatada de su archivo histórico de 1999. Esta propuesta se viste de tonos neutros, matices tierra y destellos fríos inspirados en el entorno escocés, complementada por la línea ''Tailored for Travel'', que se caracteriza por el uso de materiales resistentes a las arrugas y stretch natural. Hackett London confirma así que el estilo contemporáneo no renuncia a la funcionalidad: la domina en cada escenario.

ESTILO BRITÁNICO, PRENDAS FUNCIONALES Y COLORES DE TEMPORADA PARA DOMINAR LA AVENTURA SIN PERDER EL ESTILO.

HACKETT LONDON CAMPAÑA OTOÑO INVIERNO 2026.

FOTOS: CORTESIA

ALEXANDRA DADDARIO

PAUL ANTHONY KELLY

JAMIE CAMPBELL BOWER

MONTBLANC TOMA NUEVA YORK

Para celebrar los 100 años de su marroquinería, **Montblanc tiró la casa por la ventana con una fiesta en el Crane Club** que reunió a sus amigos más cercanos.

Por **María Torres**

En plena New York Fashion Week, Montblanc celebró 100 años de marroquinería tomando el Crane Club de Manhattan. Entre actores, cineastas y una nueva generación de creativos, la *maison* recordó que quizá el verdadero lujo de 2026 sea algo mucho más sencillo: tocar, escribir, guardar y crear objetos capaces de acompañarnos durante años.

La cita fue en el Crane Club, uno de los espacios más espectaculares de Manhattan, convertido esa noche en una extensión del universo de Montblanc. La arquitectura Art Déco, la piel, los instrumentos de escritura y diferentes instalaciones convivieron con el set de Honey Dijon, responsable de ponerle el *beat* neoyorquino a una celebración que reunió a personajes del cine, la moda, la música y la cultura.

Entre los invitados estuvieron Alexandra Daddario, Roman Coppola, Jamie Campbell Bower, Olympia de Grecia, Rupert Friend, Bianca Brandolini, Alfonso Herrera, Manolo Caro y Fiona Palomo (representando a México), Kerem Bürsin y el más guapo del momento, Paul Anthony Kelly.

UN VIP MUY VIP
Paul Anthony Kelly, Rupert Friend, Jamie Campbell Bower y la DJ Honey Dijon fueron algunos de los invitados *top* de la noche.

FOTOS **MONTBLANC / TYRELL HAMPTON, EMMA BEILES Y MARTINA KEENAN**

KEEP WRITING
El Writing Traveller parece un maletín clásico. Cuando lo abres, se convierte en un escritorio portátil con espacio para plumas, libreta y todo lo necesario para trabajar o crear desde cualquier lugar.

La cita era a las ocho de la noche. En la entrada, una instalación monumental reproducía el Writing Traveler, una de las piezas con las que Montblanc resume un siglo entero de historia. Inspirado en los antiguos *cabinets of curiosities*, el maletín es mitad objeto de viaje y mitad escritorio portátil: al abrirlo aparecen compartimentos especiales para plumas, libretas, documentos, artículos de piel e incluso un reloj. Esto era un guiño a los orígenes de los artículos de piel de la marca. En 1926, cuando los coches cambiaron la manera en la que la gente viajaba y cuando empezaba a transportar sus artículos personales que hasta ese entonces solo vivían en un escritorio, Montblanc produjo sus primeros artículos de marroquinería. Eran estuches creados para proteger sus instrumentos de escritura durante los viajes. Con los años llegaron libretas, organizadores, portadocumentos

NEW YORK BUT MAKE IT MONTBLANC
Un fiestón en el Crane Club fue la noche perfecta para celebrar los primeros 100 años de los artículos de piel de Montblanc.

PAUL ANTHONY KELLY

JAMIE CAMPBELL BOWER

y finalmente colecciones completas de piel. En 2006, la casa trasladó su *expertise* en piel a Florencia, donde continúa desarrollándose esta parte de su universo.

Cien años después, Marco Tomasetta, director artístico de Montblanc desde 2021, ha vuelto a unir de manera especialmente visible esos dos mundos: escribir y viajar. El Writing Traveler lo explica mejor que cualquier discurso: puede abrirse y transformarse en una especie de pequeño estudio creativo en movimiento. La pieza está pensada para una computadora, papeles y los objetos que acompañan el ritual de escribir. Una actualización contemporánea de una pregunta que la marca se hizo hace un siglo: ¿cómo llevamos nuestras ideas con nosotros? Y justo esa pregunta recorrió toda la noche. En el Montblanc Desk, los invitados podían personalizar artículos de piel. A un lado, había una estación de postales para escribir un mensaje a mano y enviarlo por correo. En un mundo dominado por celulares y redes sociales, no hay nada más *refreshing* que enviar una carta escrita a puño y letra, y quizá ahí estaba el verdadero punto de la celebración: siempre vale la pena escribir a mano. Q

1. Bianca Brandolini, Olympia de Grecia, Carlos Sestini, Kyra Kennedy y Roman Coppola
2. Karen Elson
3. Waris Ahluwalia y Rupert Friend
3. Alfonso Herrera

Castel®
más que un estilo
D´OR PATAGONIA - PISO
PISOS ▪ SANITARIOS ▪ GRIFERÍA ▪ LAVABOS ▪ BAÑOS ▪ CANCELES ▪ PIEDRA NATURAL
castel.com.mx

LA VERDAD NO ES LO QUE PARECE: ELLAS LO SABEN

Entre risas, la anécdota sobre un mordisco a una cabecera de madera y reflexiones sobre la confianza, **Anne Hathaway y Dakota Johnson nos llevan al corazón de *Verity*, el *thriller* psicológico que adapta el fenómeno editorial de Colleen Hoover.**

Por **Jonathan Saldaña**

En la película desconfían la una de la otra. No hay tregua entre sus personajes hasta que la trama, dictada por el material original, las conduce a un desenlace tan sorpresivo como difícil de digerir. En esta sala de entrevistas ocurre lo contrario. La suya es una carcajada plena, de aquellas que solo se comparten con quien se ha construido confianza.

Anne Hathaway y Dakota Johnson protagonizan *Verity*, la adaptación cinematográfica de uno de los fenómenos editoriales más comentados de los últimos años y que tiene como punto de partida la novela homónima de 2018 de Colleen Hoover, una autora que pasó de ser una figura popular dentro del romance contemporáneo a convertirse en una fuerza dominante de la industria editorial global con un texto que desata preguntas como ¿qué tanto conocemos a las personas que amamos?, ¿qué sucede cuando la verdad depende de quién la cuenta?, ¿hasta dónde puede llegar una persona convencida de que tiene razón?

La adaptación lleva esas inquietudes a la pantalla. Dakota Johnson interpreta a Lowen Ashleigh, una escritora que acepta terminar la exitosa saga literaria de Verity Crawford, una célebre novelista que ha quedado incapacitada tras un supuesto accidente. Al instalarse en la casa familiar para revisar sus archivos, descubre materiales que detonan una inquietante exploración de secretos y versiones enfrentadas de la realidad.

"UNA DE LAS COSAS MÁS ATERRADORAS ES QUE ALGUIEN A QUIEN JURARÍAS CONOCER, RESULTE QUE TE HA MENTIDO, QUE NO HA SIDO QUIEN CREÍAS"

—Anne Hathaway

La película está dirigida por Michael Showalter, quien enfrenta el reto de trasladar al cine las dudas que instala en la mente del espectador.

Cuando les preguntamos si hubo algún momento particular del rodaje que les provocara alivio una vez que el director gritó "corte", la respuesta deriva hacia una anécdota tan extraña como reveladora. Hathaway recuerda haber llegado al *set* después de semanas de conversaciones técnicas sobre la construcción de una cabecera de cama de la madera la cual tenía que morder y que, por suerte, quedó en la primera toma. Johnson interviene para recordar que tuvo que morder aquel cabecero una y otra vez durante la filmación. Hathaway responde que su compañera lo hizo mucho mejor que ella. Johnson insiste en que no. La conversación deriva rápidamente en una discusión absurda sobre quién mordió mejor la madera.

La escena sirve para entender algo fundamental sobre la dinámica entre ambas.

“TENGO PRINCIPIOS MORALES BASTANTE FIRMES EN LO QUE RESPECTA A LA VERDAD Y LA MANIPULACIÓN. LO HAGO A MENUDO, CREO QUE ES MUY SALUDABLE Y FUNCIONAL”

—Dakota Johnson

FOTOS ©GETTY IMAGES / 2247059776, 2286150875, CORTESÍA, AMAZON

Aunque sus personajes habitan un universo dominado por la sospecha, ellas parecen operar desde la confianza absoluta. Quizá por eso el intercambio resulta tan llamativo: la película se alimenta del miedo a la manipulación, mientras que la entrevista está atravesada por una complicidad genuina.

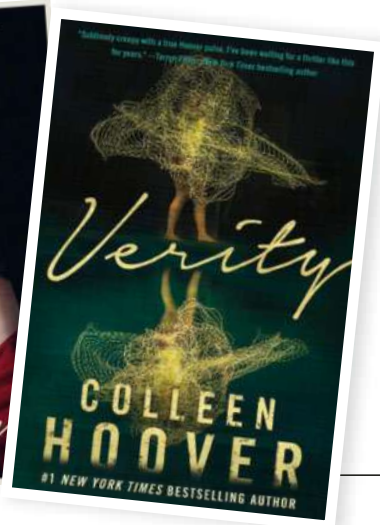
Johnson responde con ironía cuando surge el tema de la manipulación. “Tengo principios morales bastante firmes en lo que respecta a la verdad, la manipulación. Lo hago a menudo. Creo que es muy saludable y funciona. Es la mejor manera de conseguir lo que quieres: mentir y manipular”.

Detrás del humor aparece una de las preguntas más inquietantes de la historia. ¿Qué ocurre cuando nuestra certeza sobre alguien se derrumba? Hathaway parece encontrar ahí el verdadero núcleo emocional de la película.

Para la actriz, el terror de *Verity* no reside únicamente en sus giros argumentales o en sus elementos más oscuros. Lo verdaderamente perturbador es descubrir que alguien a quien creíamos conocer profundamente no era quien imaginábamos.

La reflexión resulta especialmente pertinente en una época obsesionada con la autenticidad. *Verity* toma ese fenómeno contemporáneo y lo lleva al extremo, transformándolo en un *thriller* psicológico.

En pantalla, Anne Hathaway y Dakota Johnson protagonizan una batalla psicológica marcada por el engaño, la obsesión y los secretos familiares. Fuera de ella, la dinámica es completamente distinta. Se ríen, se interrumpen y celebran juntas las rarezas del rodaje. Una prueba más de que todo es solo una versión de la verdad. Q



EL LIBRO

QUE DESATÓ TODO

Publicada en 2018, la novela encontró en *BookTok* su explosión. Miles de lectores han debatido en el espacio literario en la red social los dilemas que plantea la historia y a sus protagonistas. Esos debates convirtieron tanto al libro como a su autora en un fenómeno. La cinta se estrena el 1 de octubre en cines.

LOS GRANDES CREADORES

Hay una pregunta que casi nadie se atreve a hacer en voz alta: ¿por qué seguimos contando la vejez como si fuera sinónimo de que la fiesta se acabó? Arrugas igual a retiro, retiro igual a silencio, silencio igual a desaparecer del radar.

Por **Daniela Brugger**

MARTHA RIVERA
@60MEJORQUENUNCA

SONIA SEPULVEDA
@SONIASEPULVEDA

MARISA ORTIZ
@MARISAORTIZVIDA

LA EDAD DEJÓ DE SER CHISTE CON LA ERA DE LOS GRANDES CREADORES. HACER UN *REEL* O SUBIR UN *OUTFIT* NO TIENE NADA QUE VER CON CUÁNTOS AÑOS TIENES.

Es el guion de siempre. El problema es que ese guion ya no le corresponde a nadie, y menos a las personas que están reescribiendo desde su celular, en Instagram, a pleno ajuste de algoritmo. Koltin decidió romper esa narrativa con una iniciativa que se llama Grandes Creadores, diez personas mayores de 50 años que hacen contenido en redes y que, sin proponérselo, destruyen cada estereotipo que asociamos con cumplir años. Y ojo, la idea no es aplaudirles como si hicieran algo heroico "a pesar de la edad": todo lo contrario, la apuesta es cuestionar por qué nos parece raro, tierno o sorprendente que alguien mayor esté ahí, aprendiendo a editar un *reel*, subiendo un *outfit* o compartiendo su día a día como cualquier creador de menos de treinta años.

Tres protagonistas resumen perfecto de qué se trata esta conversación, y las tres tienen algo en común, y es que decidieron que los 60 no eran la meta final, sino apenas un nuevo punto de partida. Marisa Ortiz, la maestra que se reinventó con estilo. A sus 61 años, Marisa pasó buena parte de su vida frente a un salón de clases, formando niños y sosteniendo su propio jardín infantil. Después vinieron capítulos durísimos, un coma, un diagnóstico de cáncer, el tipo de experiencias que reordenan las prioridades de cualquiera. Hoy convirtió esa nueva mirada en contenido. Habla de la vejez como un privilegio, no como una condena, y lo demuestra con lo cotidiano, con los postres que le encanta hornear, la ropa que elige, el estilo que construye sin pedirle permiso a nadie. Su *feed* es, literalmente, una clase de cómo vivir esta etapa con libertad.

Martha Rivera, la modelo que no llegó tarde, llegó a tiempo. Desde niña soñaba con el mundo del modelaje. La vida la llevó por otros caminos, pero a los 60 decidió que las inseguridades y los prejuicios ya habían ocupado suficiente espacio en su cabeza. Se lanzó. Hoy documenta su proceso con una honestidad que engancha, los *castings*, los llamados, los "sí" y también los rechazos, sin filtro ni pose de *influencer* perfecta. Es, quizás, la prueba más contundente de que las segundas oportunidades no tienen fecha de caducidad.

Sonia Sepúlveda, la maestra del tiempo propio. Después de 40 años trabajando, Sonia se jubiló hace poco, y en lugar de vivirlo como un final, lo hace como el mejor *plot twist* de su historia. Por primera vez en décadas tiene algo que casi nunca tuvo: tiempo completamente suyo. Su contenido celebra justamente eso, las actividades que ahora puede disfrutar sin culpa, el equilibrio entre moverse, cuidarse y aprovechar cada día y la certeza de que la libertad, cuando llega, hay que exprimirla.

Lo que conecta a Marisa, Martha y Sonia no es solo que crean contenido después de los 60. Es que lo hacen sin pedir validación, sin la etiqueta de "inspiración a pesar de su edad" colgada al cuello, simplemente viviendo y compartiendo como lo haría cualquier persona con algo que contar. Y esto apenas empieza. Marisa, Martha y Sonia son solo tres de las diez historias que conforman Grandes Creadores, un ecosistema de voces que, sumadas, arman un mapa mucho más amplio de lo que significa envejecer hoy, moda, bienestar, curiosidad, reinvención, todo mezclado sin jerarquías ni condescendencia. Ninguna de ellas pidió permiso para existir en digital, y esa, más que una tendencia, es la señal de un cambio cultural que ya estaba tardando.

Porque al final la propuesta de Koltin es simple y filosa a la vez, que cumplir años deje de ser el límite de lo que alguien puede ser, hacer o crear, y empiece a ser justo lo contrario, el momento en el que por fin se atreven a hacerlo sin miedo. Q

FOTO **CORTESÍA**

ENRIQUE ACEVEDO: PERTENECER SIN PEDIR PERMISO

En *Essential*, Enrique Acevedo se propuso contar la historia de los latinos en Estados Unidos y terminó investigando algo mucho más difícil de delimitar: quién decide cuándo una persona pertenece. **El periodista mexicano-estadounidense habla de identidad, fronteras invisibles, periodismo, sus hijos y de por qué ya no cree que haya que escoger una parte de uno mismo para poder habitar la otra.**

Por **María Torres Clausell** / Fotos **Gustavo Rodríguez**

La pregunta parece sencilla. Casi demasiado. ¿Quiénes somos? Enrique Acevedo abre *Essential* con ella y, después de dedicar un libro entero a intentar responderla, admite que ya no la entiende de la misma manera. Antes, dice, pensaba en quién era a partir de la identidad: mexicano, estadounidense, alguien que vive entre dos idiomas y dos países. Hoy piensa más en la pertenencia. "No somos solamente lo que dice un pasaporte o una categoría del censo", explica. También somos las historias que heredamos, los lugares que construimos y las comunidades que nos reconocen como propias. Y hay algo más que descubrió escribiendo: la pregunta de quiénes somos nunca se responde completamente en singular.

Ahí está el tema central de *Essential*. El libro nació durante la pandemia, cuando Estados Unidos comenzó a utilizar constantemente una palabra: 'essential'. Esenciales eran quienes seguían trabajando en hospitales, campos agrícolas, fábricas, restaurantes y sistemas de transporte mientras millones podían permanecer en casa. Muchos eran latinos. Al principio, recuerda Acevedo, el término parecía un reconocimiento. Después apareció la paradoja. "Podíamos llamar esenciales a quienes cosechaban nuestra comida o procesaban nuestros alimentos y, al mismo tiempo, aceptar que trabajaran por salarios bajos, con poca protección y muchas veces sin seguridad migratoria". La palabra comenzó a incomodarlo porque revelaba que una sociedad podía considerar indispensable el trabajo de alguien sin considerar igualmente indispensable su bienestar. "Muchas veces confundimos el valor de una persona con su utilidad". De ahí surge una de las ideas centrales del libro: los latinos no deberían tener que demostrar cuánto producen para justificar su lugar en Estados Unidos.

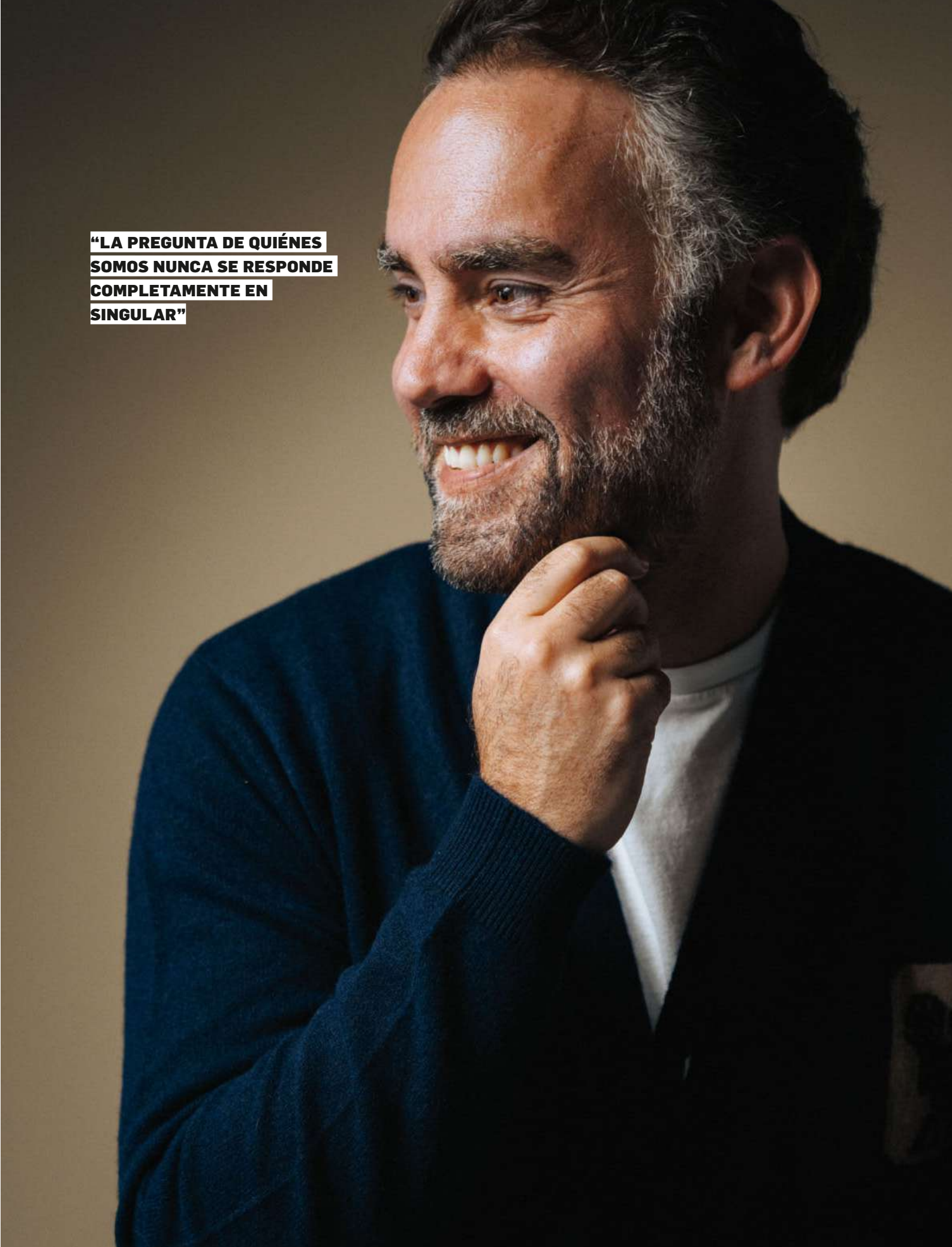
Acevedo habla de la narrativa del "buen inmigrante": aquel que trabaja más que todos, supera obstáculos extraordinarios, produce, agradece y nunca se equivoca. Pero, ¿qué ocurre con quien no es extraordinario? "El inmigrante no debería tener que ser extraordinario para merecer un trato ordinariamente humano". Por eso el libro comienza hablando de lo que los latinos hacen, pero quiere terminar en otro lugar: en lo que son. "No pertenecen a Estados Unidos porque sean económicamente convenientes. Pertenecen porque forman parte de su historia, de su cultura y de su identidad". Acevedo no está proponiendo añadir un capítulo latino a la historia estadounidense. Su argumento es que ese capítulo siempre estuvo ahí.

Todo cambia dependiendo de dónde se empiece a contar la historia. Si comienza en la frontera contemporánea, el latino aparece como alguien que llega. Si se retrocede varios siglos, la imagen es muy distinta. En muchos lugares, dice, "no fueron los latinos quienes cruzaron la frontera; fue la frontera la que los cruzó a ellos". Pero *Essential* habla también de otras fronteras, las que no aparecen en ningún mapa: la del apellido, el acento, el color de piel, la pregunta repetida una vida entera, "¿pero de dónde eres realmente?". "Puedes cruzar una frontera en una tarde y pasar décadas cruzando la otra".

Acevedo conoció esa segunda frontera muy pronto. Tenía 12 años cuando se fue a estudiar a Estados Unidos. Algunos niños comenzaron a llamarlo *wetback* y *beaner*. Él ni siquiera sabía exactamente qué significaban esas palabras, pero entendió para qué servían: para señalarlo como distinto. Hasta entonces su nombre, su acento o el color de su piel eran simplemente partes de quien era. "Creo que fue la primera vez que fui consciente de mi mexicanidad a través de la mirada de alguien más". Décadas después, escribir el libro lo obligó a enfrentarse a otro descubrimiento: cuánto desconocía de una historia que también era suya. "Soy mexicano, estudié en México y, sin embargo, había capítulos fundamentales de la historia compartida entre México y Estados Unidos que entendía de manera incompleta".

Cuanto más investigaba, más difícil le resultaba separar limpiamente lo mexicano, lo estadounidense y lo latino. Y quizá por eso hoy se resiste a las mitades. "No soy medio mexicano y medio estadounidense. Soy completamente las dos cosas". Cuando le preguntamos dónde está su casa si eliminamos mapas, direcciones y pasaportes, responde: "Donde están mis afectos, mi familia, mi memoria y las partes de mí que no necesito traducir".

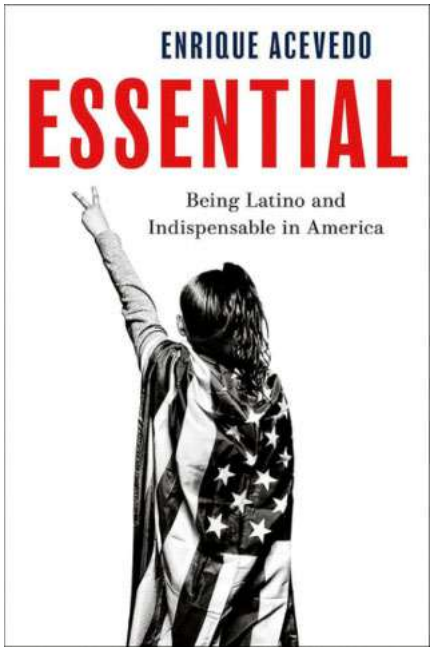
Durante su carrera, Acevedo ha vivido otra forma de pertenencia: entrar a espacios en los que alguien como él no había estado antes. Cuando llegó a *60 Minutes* se convirtió en



“LA PREGUNTA DE QUIÉNES SOMOS NUNCA SE RESPONDE COMPLETAMENTE EN SINGULAR”

“DESPUÉS DE TANTOS AÑOS HACIENDO PERIODISMO, QUIZÁ LO QUE MÁS HA CAMBIADO ES ESTO: CADA VEZ ME INTERESA MENOS TENER RAZÓN Y MÁS ENTENDER MEJOR”

el primer corresponsal latino de la franquicia. Ser "el primero" se sintió como una conquista personal, pero también como el recordatorio inevitable de cuánto había tardado en suceder. Acevedo insiste en no apropiarse de esa historia. "Mi oportunidad descansa sobre los hombros de quienes abrieron brecha en el mercado anglo mucho antes de que yo apareciera". Sin embargo, llegar produjo una presión distinta. "Sentí que tenía cero margen de error". Pensaba en cómo hablaba, cómo se veía, las historias que escogía y los ángulos que proponía. Al principio intentó demostrar que podía pertenecer a una institución como *60 Minutes* sin alterarla demasiado. Después entendió la contradicción: "Si llegas como el primero de algo, tu sola presencia ya modifica la tradición".



PERTENECER TAMBIÉN ES ESENCIAL

En *Essential*, Enrique Acevedo explora qué significa ser latino en Estados Unidos y por qué esa historia va mucho más allá de la frontera. Un libro sobre identidad, pertenencia y el lugar esencial de los latinos en la historia del país.

El aprendizaje fue dejar de intentar parecerse a quienes habían estado antes. "No tenía que parecerme a quienes habían estado antes para demostrar que merecía estar ahí". La frase podría servir también como síntesis de *Essential*, porque el libro no intenta definir cuál es la manera correcta de ser latino. De hecho, Acevedo desconfía profundamente de esa idea. Un mexicano en California, un cubano en Miami, un puertorriqueño en Nueva York y un venezolano recién llegado pueden compartir ciertas experiencias y, al mismo tiempo, diferir en clase, generación, religión, raza, política, idioma o historia familiar. La palabra latino ilumina cosas. También las borra.

Le preocupa especialmente cuando la identidad comienza a utilizarse como explicación automática de lo que alguien debería pensar o cómo debería votar. "Decimos 'los latinos' y parece que ya hemos dicho algo definitivo sobre decenas de millones de personas". Cuando le preguntamos a quién quiere incomodar con el libro, responde sin escoger bandos: "A cualquiera que llegue demasiado seguro de que ya entiende la experiencia latina". No quiere sustituir una simplificación negativa por una positiva. Quiere complicar la conversación.

Esa resistencia a las certezas atraviesa también su manera de ejercer el periodismo. Durante décadas, reconoce, los medios contaron gran parte de la experiencia latina a través de inmigración, frontera, crimen y elecciones. Son historias importantes, pero "no son la historia". "Cuando una comunidad aparece en las noticias casi exclusivamente cuando existe un problema, terminamos convirtiéndola, narrativamente, en un problema". Y Acevedo no se excluye de la crítica. Él mismo cayó durante años en ese encuadre. "La inmigración es una historia latina, pero la historia latina no es solamente una historia de inmigración". Hoy también cuestiona otra transformación de su oficio: el periodista convertido en personaje, obligado a reaccionar inmediatamente, tener una posición sobre todo y construir una identidad pública reconocible. Él intenta ir en dirección contraria. "Me interesa recuperar el carácter informativo del periodismo por encima de la construcción de una marca personal". Pero la duda existe. Después de tantos años entrevistando, investigando y contando historias, una de las preguntas que más le cuesta contestar es si el periodismo todavía conserva la capacidad de cambiar aquello que revela. Puedes investigar, verificar, contextualizar y presentar los hechos con rigor, explica, pero esa información llega muchas veces a personas que ya decidieron qué creer antes de escucharla. Acevedo sigue convencido de que el periodismo es necesario. Sólo se pregunta cuánto poder conserva.

Quizá por eso, después de años trabajando en un oficio construido alrededor de encontrar respuestas, cada vez desconfía más de la certeza. "Después de tantos años haciendo periodismo, quizá lo que más ha cambiado es esto: cada vez me interesa menos tener razón y más entender mejor". Y entonces la conversación vuelve a algo mucho más íntimo. Sus hijos crecerán también entre más de una cultura, una nacionalidad y una identidad. ¿Qué quisiera que nunca tuvieran que demostrar? "Que son suficientemente algo. Suficientemente mexicanos. Suficientemente estadounidenses. Suficientemente latinos". Quiere que entiendan que una identidad no necesita disminuir para que otra pueda crecer.

De México, Acevedo dice haber heredado una esperanza difícil de abandonar. De Estados Unidos, la idea de posibilidad. "México me enseñó a no perder la esperanza; Estados Unidos me enseñó a ampliar lo posible". Quizá ahí esté finalmente la respuesta a la pregunta que abre *Essential*. Después de escribir un libro entero sobre pertenecer, Acevedo ya no cree que la pregunta sea México o Estados Unidos. Español o inglés. Una identidad o la otra. Cree que ésa era, desde el principio, la pregunta equivocada. Q

FOTO **CORTESÍA**

50 PRIMERAS VECES DE BÁRBARA LÓPEZ

Si hablamos de *it girls* mexicanas del momento, tenemos que mencionar a Bárbara López. **La actriz se ha convertido en una de las favoritas del público y de las redes sociales.** Nos sentamos a platicar con ella para desbloquear algunos de sus recuerdos más antiguos. Aquí te dejamos algunas de sus primeras veces para que la conozcas mejor.

Por **María José Barroeta**

1. Primera mascota Winnie, una Chow chow hermosa y súper buena onda.
2. Primer recuerdo de la infancia Recuerdo a mi abuelo materno cargándome en sus brazos.
3. Primera película que te hizo llorar *Titanic*.
4. Primer juguete No es el primero, pero es el más especial. Una Barbie hawaiana que me regaló mi papá. Me encantaba.
5. Primer apodo Palmerita [risas], porque mi mamá me peinaba con una colita que quedaba toda despeinada.
6. Primera cita No me acuerdo, pero presiento que fue en el cine.
7. Primera vez que te enamoraste En maternal había un niño que me gustó hasta que me cambié de escuela. Me quería casar con él [risas].
8. Primer plan con mis amigas sin adultos No sé por qué creo que fue ir a comer al Moshi Moshi de Avenida de La Paz con mis amigas de secundaria.
9. Primer pensamiento al despertar Intento agradecer a Dios.
10. Primera vez que te rompieron el corazón Desde mi primer relación a los quince se me rompió el corazón, pero es porque soy muy sensible.
11. Primera receta que cocinaste Empecé con un libro de *cupcackes* pero entendí que la repostería es cosa seria.
12. Primera travesura Me portaba muy bien. Tenía mucho miedo de que me regañaran, así que lo tengo completamente bloqueado.
13. Primer *celebrity crush* Leonardo DiCaprio en *Titanic* nos cambió a todas.
14. Primer *trabajo* Animadora de fiestas infantiles, no duró mucho.
15. Primer ídolo Jim Morrison es mi número uno.
16. Primer miedo Nunca he sido muy miedosa, pero los fantasmas me aterrorizaban.
17. Primera decisión importante Probablemente fue salirme de mi casa.
18. Primer coche Un Seat Toledo.
19. Primer viaje sola Nos fuimos a Acapulco con la mamá de una amiga, pero yo sentía que íbamos solas.
20. Primera vez que te sentiste adulto En la adolescencia todos creen que son adultos, qué horror.
21. Primer celular Un Sony Ericson chiquito, yo tenía el rosa.
22. Primera red social Hi5.
23. Primera vez que saliste en la tele Desde chiquita salía de extra en los programas de mi papá [Reynaldo López], tipo *La hora pico*, un clásico de la televisión mexicana.
24. Primer premio El premio TvYNovelas. Fue épico.
25. Primer *hobby* Natación hasta la secundaria. Después me obsesioné con el baile hawaiano.
26. Primera amiga del medio Maca Achaga, la quiero muchísimo.
27. Primer fracaso Hice un *casting* para una novela en donde me querían como protagonista, pero supongo que no estaba lista y al final no me lo quedé.
28. Primera decepción De chiquita recuerdo que mis tíos me prometían un reloj de muñeca que respondía preguntas, pero nunca llegó.
29. Primera canción favorita "Serious" de Duran Duran. Me acuerdo que mi papá la escuchaba mucho.
30. Primer arrepentimiento *Wow*, esto está muy *deep*. Te lo cuento a la próxima.
31. Primera inspiración Lindsay Lohan era lo máximo.
32. Primera vez que lloraste en público Una vez me caí en el cine y me golpeé la nariz, lloré mucho.
33. Primera borrachera En mi casa de Cuernavaca con una amiga, no estuvo tan divertido.
34. Primera éxito *Amar a muerte*.
35. Primer día en la tierra 13 de agosto de 1992.
36. Primera vez que te sentiste orgullosa de ti misma Sigo trabajando en ello.
37. Primer libro, película o serie que te marcó *El viaje del elefante* de José Saramago.
38. Primer concierto al que fuiste NSYNC. Me quedé dormida en las sillas.
39. Primer oso profesional Constantemente me topo con osos de cosas que digo o subo al internet.
40. Primera vez que estuviste en un evento importante Sin duda, los premios TVyNovelas fueron muy imponentes.
41. Primera cosa valiosa que te compraste con tu dinero Los zapatos que usé para los premios TVyNovelas.
42. Primer sueño cumplido Desde que tengo memoria soñaba con el momento de convertirme en actriz.
43. Primera persona que confió en ti Yo fui quién siempre confié en mí, incondicionalmente.
44. Primera vez que te sentiste orgullosa de ti Cuando estudié en el CEA los maestros que me permitieron ver mi proceso y capacidades.
45. Primera parada obligatoria en un viaje Un café.
46. Primera materia que reprobaste Física y química, eran un infierno.
47. Primer castigo Uf, si te contara.
48. Primer consejo que te dieron y a la fecha aplicas Todo lo que hagas, hazlo lo mejor que puedas.
49. Primer jefe Si contamos que desde chiquita salía de extra en los programas de mi papá, entonces seria él.

FOTO CORTESÍA

50.
Primera vez que te sentiste famosa
Después de *Amar a muerte* todo cambió.

EL LUGAR DONDE **EL TIEMPO SE DETIENE**

De la montaña del Ajusco al mar de Veracruz, Grupo Orgánico Hoteles Boutique creó refugios donde la naturaleza, la gastronomía de autor y el bienestar se convierten en otra forma de viajar por México.

EN CADA ESPACIO DE GRUPO ORGÁNICO EL LUJO HABITA EN LOS DETALLES, EN LAS FOGATAS, LOS ATARDECERES Y LOS SABORES LOCALES. AQUÍ EL TIEMPO SE DETIENE Y EL VIAJERO VUELVE A ENCONTRARSE CON LA CALMA.

En días donde el aire pesa solo de respirarlo, la mente y el cuerpo buscan un refugio que cambie su textura y con ello el estado de ánimo. Seguir el mapa de Grupo Orgánico Hoteles Boutique es aprender que el descanso tiene climas distintos. Ahí empieza Orgánico Hotel Boutique Ajusco: pinos que se cierran sobre el camino, el frío que se instala apenas baja el sol y una fogata que alguien ya encendió para ti.

Es el único complejo boutique de montaña dentro de la CDMX, donde por un momento sientes que no estás ahí. A un costado, entre oyameles centenarios, Origen Centro Holístico y Spa invita a quedarse un día más solo para respirar. En Valle de Bravo, el bosque baja hasta el lago y las mañanas se llenan de remo, senderos y el crujir de la madera bajo los pies en cabañas de vigas altas. Por las tardes, una cancha de tenis o una copa junto a la alberca cierran el día sereno.

En Tepoztlán, la energía cambia otra vez. El Tepozteco vigila el pueblo desde arriba, y entre calles empedradas y mercados, un temazcal se convierte en ritual de cierre para quienes llegan buscando algo más que una habitación. Más al oriente, donde el calor humedece, Orgánico Hotel Boutique Veracruz te regala el sosiego del mar. Ahí la brisa entra por las ventanas, el oleaje es el que marca el compás de la conversación y la arena queda a unos pasos de la cama.

De regreso a la ciudad, Grupo Orgánico Hoteles Boutique también encuentra su propio pulso. El Centro Cultural Quinta Soledad, en Tlalpan, ocupa una casona donde la historia habita en los muros y el brunch de los domingos convoca a vecinos y viajeros. Hacia el centro, en la Roma Norte, Frontera 49 recibe a quienes viajan ligeros y curiosos, con ese ánimo de hostal donde las conversaciones con desconocidos terminan el gran recuerdo.

Detrás de todos estos lugares hay una misma cocina, coordinada por un chef corporativo que recorre las propiedades del grupo para tejer un hilo común: ingredientes que viajan de una mesa a otra sin perder su origen. Comer aquí es también un mapa de México servido en un plato listo para disfrutarse.

Quien llega a Orgánico no encaja en un solo perfil, y esa es quizá su mayor virtud. Hay parejas que buscan una fogata y silencio; ejecutivos que cambian la sala de juntas por un jardín para cerrar un buen trato; familias que aprenden a trepar árboles juntos; parejas que celebran un aniversario en el rooftop, el jardín o un salón con vista al bosque. A todos los recibe la misma filosofía: nada se impone, todo se ofrece.

Y cuando la época cambia, cada propiedad se adapta para vivir cada momento. Los colores del otoño se hacen presentes y las cenas junto al fuego o los brindis se sienten más como reuniones familiares que como eventos. Porque aquí, el lujo no se mide en kilómetros recorridos, sino en la profundidad del descanso, en los paisajes que tocan el corazón, en el nivel de desconexión y, sobre todo, en la manera en que el tiempo, por un momento, se detiene.

FOTOS: CORTESIA

ÚNETE A LA COMUNIDAD
SUSCRÍBETE AHORA

EXPANSION Quién ELLE

Sports Illustrated MÉXICO 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.

FOTO LUIS CALDERÓN

PINCH ME MOMENT

María Moreno se convierte en el sueño de cualquier *bride to be* en alta joyería CHANEL y un *full glam* por Ana Uribe.
Pág. 40

36. *The perfect masterpiece*

Viviana Serna nos enseña los vestidos de novia más *trendy*. *Spoiler alert:* ¡te vas a enamorar de todos!

45. El compromiso perfecto

¿Buscando el anillo ideal para decir ¡Sí acepto!? Esta es nuestra selección de súper *favs*.

Vesido **VALERIA RANGEL ATELIER**
Joyería **VAN CLEEF AND ARPELS**
Ramo **MAISON BOTANIQUE**

HERE COMES THE BRIDE

Sin duda, la pieza más importante para tu boda es el vestido. Pero también debes saber algo, no importa si es un *total look* en encaje, con transparencias o cortes minimalistas; llevarlo con la seguridad de que refleja tu estilo es lo que lo hará ¡per-fec-to! **Junto a Vivina Serna recorrimos los vestidos más *cool*** que, literalmente, podrían haber salido de un sueño. ¿Lista para elegir el tuyo?

Por **Guadalupe Mercado**

Fotos **Anylú Hinojosa-Peña**

Maquillaje **Mariana González** / Pelo **Abigail Maldonado**

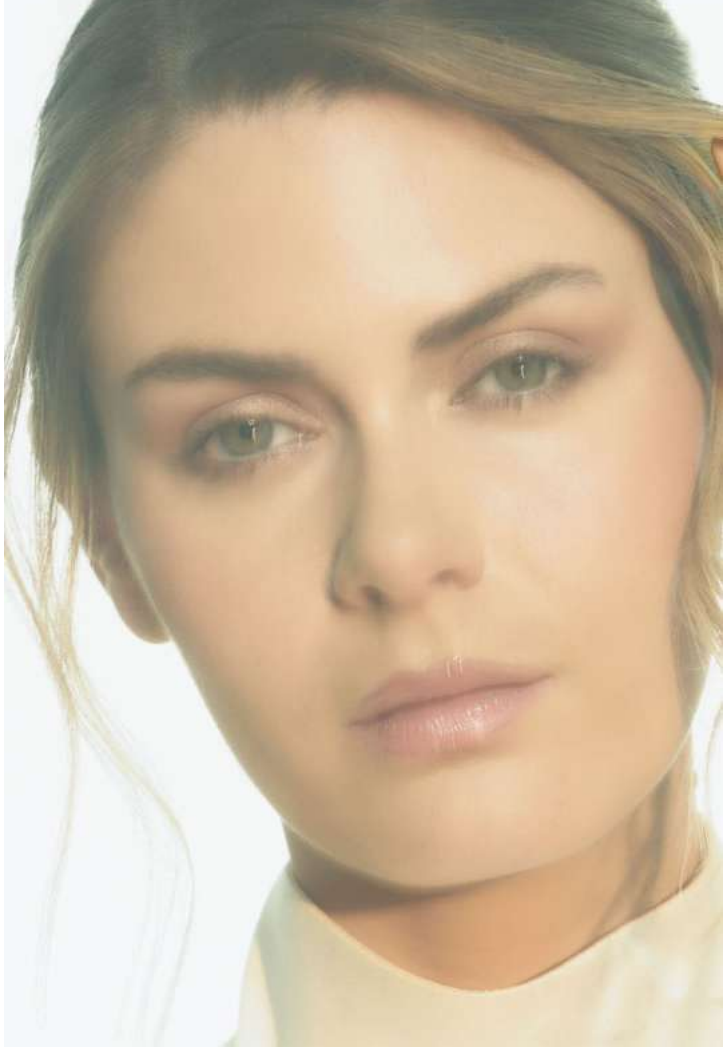
Top y pantalón **SIMORRA /** Joyería **PEYRELONGUE CHRONOS /** Ramo **DEMETRIA FLORERÍA**

Vestido **ALEXIA ULIBARRI** / Joyería **PEYRELONGUE CHRONOS** / Ramo **MAISON BOTANIQUE**

Vestido **LARISA HINIJOSA ATELIER /** Joyería **PEYRELONGUE CHRONOS**

Vestido **KRIS GOYRI /** Joyería **VAN CLEEF AND ARPELS /** Ramo **DEMETRIA FLORERÍA**

Vestido **ATELIER BOLDÓ NOVIAS** / Joyeria **VAN CLEEF AND ARPELS**



I do, in CHANEL

La novia CHANEL no sigue tendencias, las convierte en clásicos. Para 2027, el *beauty* nupcial se lleva luminoso y *effortless* según la *makeup artist* Ana Uribe, co-creadora de BrideLab, con piel *glowy* y ojos apenas definidos. **Acompañada por el brillo en la joyería de COCO CRUSH, María Moreno demuestra que la naturalidad se convierte en el máximo lujo en este gran día.**

Por **Mercedes Ruy-Sánchez** / Fotos **Luis Calderón** /
Maquillaje **Ana Uribe** para BrideLab / Pelo **Eduardo Bravo** para BrideLab

ASISTENTES DE FOTO **RULO CASTELLANOS Y RO ALPIZAR**

PARA EL DÍA Y TAMBIÉN ¡PARA LA NOCHE!

Los lentes de sol son perfectos si tu boda es de día en un lugar abierto, pero son aún más *cool* para el baile durante la noche.

UN GRAN TOQUE DE ESTILO

Además de tu vestido, **hay elementos que son súper importantes para lucir increíble en este día especial.** Elige tus accesorios según tu *bridal style* y recuerda: ¡el brillo es tu mejor aliado!

ALGO AZUL

La joyería en color azul es un buen pretexto para cumplir con esta tradición de una forma más divertida y *stylish*. Apuesta por los aretes y los tonos más claros. ¡Amarás el efecto de brillo en tus fotos!

LA CORONA PERFECTA

Las diademas son el *hit* de la temporada. Pero no te preocupes, si tu estilo es más tradicional, las peinetas siguen siendo un *must*.

PARA TUS SECRETOS

Tu celular para las *selfies*, tu *lipstick* y *blush* para el retoque, deben estar en un mismo lugar y cerca de ti. ¿Cómo lograrlo? Con una *mini bag* que haga juego con el estilo de tu vestido y sobretodo con mucho *glam*.

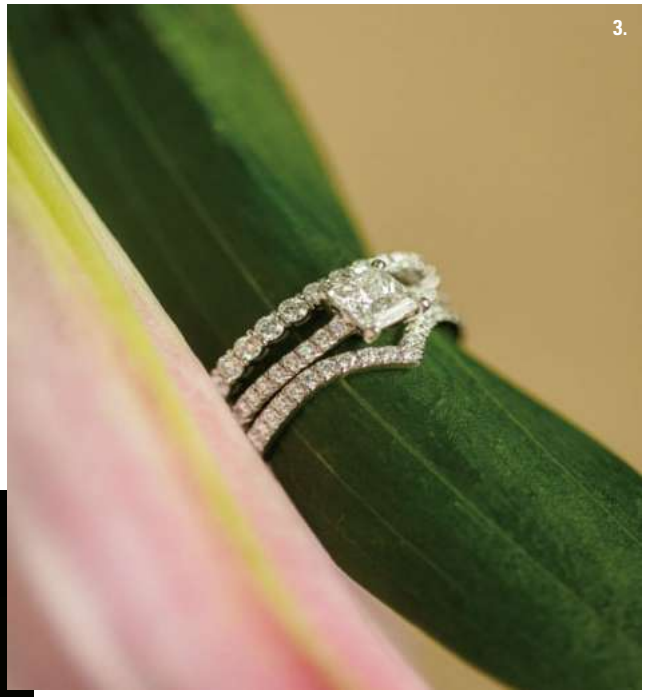
'I DO' SHOES

Altos, en colores o ¡hasta botas! Aquí solo se trata del modelo más cómodo para ti, porque recuerda que serán muchas horas de baile.

FOTOS **CORTESÍA** / COLLAR **SWAROVSKI**, ARETES EN CORAZÓN **VALENTINO**, ARETES FLORES LARGOS **JENNIFER BEHR** / LENTES ROMBO **GUCCI**, LENTES PERLAS **CAROLINA HERRERA**, LENTES COLOR ARENA **MIUMIU**, LENTES BLANCOS **MAISON MARGIELA** / BOLSA LENTEJUELAS GOTA **LOVERS AND FRIENDS**, CLUTCH PERLAS **OLGA BERG**, BOLSA AZUL **KURT GEIGER**, CLUTCH CUADRADO **CHANEL**, BOLSA BAGUETTE **FENDI** DIADEMA **PARLOR**, PEINETA Y DIADEMA **JENNIFER BEHR** / ZAPATOS BEIGE **CHANEL**, ZAPATOS PULSERA PEDRERÍA **JIMMY CHOO**, ZAPATOS AZULES **ALDO**, BOTAS **BRANTANO**, ZAPATOS BLUSH **LE SILLA**.

1.

2.



3.

EL BRILLO DE LA PROMESA

Diamantes, perlas o gemas de colores; **los anillos de compromiso dieron un *twist* para adaptarse a tu personalidad y ser una pieza con un significado único.** ¡Aquí nuestros más *favs* del momento!

Por **Guadalupe Mercado** / Fotos **Anylú Hinojosa-Peña**

4.

1. Alianzas lado izquierdo, JOYERÍA SUAREZ*, Alianzas lado derecho, JOSE LUIS JOYERÍAS*,
El Palacio de Hierro / Santa Fe

2. Anillo, H STERN*,
El Palacio de Hierro

3. Anillo y churumbelas, TIFFANY & CO.*
Artz Pedregal

4. Anillo y sortija, POMELLATO*
El Palacio de Hierro

5. Anillo, H STERN*
El Palacio de Hierro

6. Anillo y sortija, BERGER JOYEROS*
Masaryk 438, Polanco

5.

6.

BUT FIRST... THE BOUQUET

El toque romántico, divertido o innovador está a cargo de la combinación de flores que lleves en tu ramo. Recuerda que todo depende de la temporada, pero lo ideal es dejarte guiar por los expertos para encontrar las opciones más frescas y bellas para tu gran día. Te lo aseguramos: tu estilo e historia de amor se reflejará en cada detalle.

Por **Guadalupe Mercado** / Foto **Jess R. Furlong**

EL MÁS ELEGANTE
Calas blancas
y Tulipanes blancos
@maisonbotaniquemx

SÚPER ROMÁNTICO
Alcatraz, Calla Lily, Anturio, Amaranto y Orquídea Mariposa
@demetriafloreria

GRAN PROTAGONISTA
Rosa Inglesa, Lisianthus, Rosa Mini, Anturio y Amaranto
@maisonbotaniquemx

COLOR POP
Rosa, Clavel, Orquídea Mariposa, Lentejilla, Tulipán y Tulia Intervenida
@demetriafloreria

BLANCA ARMONÍA
Alcatraz, Calla Lily Tulipán, Anturio, Cosmos y Ranúnculos
@demetriafloreria

ATEMPORAL
Rosa inglesa y Rosa mini
@maisonbotaniquemx

AGRADECIMIENTO ESPECIAL A **DEMETRIA FLORERÍA Y MAISON BOTANIQUE**

25 años
Comprometidos
con la Salud de México
La tecnología
y la calidez humana
se encuentran
en Santa Fe.
Star Médica
Santa Fe
Un espacio humano

HERE COMES THE GROOM

Porque el novio también tiene que verse guapísimo, nos dimos a la tarea de reunir los esenciales de *skincare* perfectos para el día de la boda. Una rutina sencilla, con pocos productos, pero eficaces, que dejarán la piel luminosa, suave y se verá mejor que nunca.

Por **Mercedes Ruy-Sánchez** / Foto **Jess R Furlong**

1. LOCIÓN Chanel $5,990 El Palacio de Hierro **2. JABÓN DE CARA Colorescience $889** needbeauty.com
3. CREMA FACIAL Augustinus Bader $7,230 Olivine **4. LIP BALM Moroccanoil $525** Sephora
5. SUERO The Ordinary $466 Sephora **6. TÓNICO Dior $1,670** dior.com

DON LUIS
CETTO

SELECCIÓN RESERVADA

EL LEGADO DE NUESTRA TIERRA

EVITA EL EXCESO 1 243300201A2666

EL DIARIO DE BELLEZA DE DENISSE DE ALBA

Ser una *bride* en 2027, viene con expectativas y también con muchas ilusiones. Para Denisse, su boda es un "gran bailazo", como lo dijo cuando anunció su fecha y, parte importante de este día son los preparativos de *beauty*. Por eso, **platicamos con la *stylist* e *influencer* sobre su rutina de *skincare* previa, el estilo de maquillaje que usará y su secreto para una melena increíble.**

Por **Mercedes Ruy-Sánchez** / Foto **Jess R Furlong**

CREMA
La Mer
$4,650
Liverpool

GUA SHA
Sisley
$3,300
El Palacio de Hierro

PRE-BRIDAL MUST
Por las mañanas, paso mi *gua sha* religiosamente. También he hecho limpieza profunda con faciales cada dos meses, para que la piel se vea sana y, sobre todo, luminosa.

SUERO
Kérastase
$1,705
Sephora

EL SECRETO MEJOR GUARDADO
¡El pelo! Uso un *shampoo* con romero y sí o sí, el suero de Kérastase. Huele delicioso, te da brillo y quita el *frizz*. Me gustan mis chinos y el secreto es hidratarlos.

LA DE ORO
Nunca te vayas a dormir sin lavarte bien la cara. Si quieres vete a descansar peleada, ¡lo que quieras! Pero jamás, jamás, jamás te acuestes con la cara sucia. Si puedes hacer doble limpieza, aún mejor.

LIP GLOSS
Chanel
$1,000
chanel.com

BASE
Hermès
$2,880
El Palacio de Hierro

LA PODEROSA
Estoy obsesionada con la base de Hermès.La usaría en mi boda porque se siente súper ligera, y además, amo que ya tiene *skincare*, entonces es un dos en uno.

PERFUME
Burberry
$4,070
Liverpool

EL CONSENTIDO
Siempre que me lo pongo, me preguntan qué estoy usando. No soy muy de perfumes dulces, pero este es una locura. ¡Huélanlo y se van a acordar de mí!

BRONZER
Estèe Lauder
$1,230
El Palacio de Hierro

ILUMINADOR
Clinique
$699
Sephora

GLOWY & BRONZED
Si tuviera que maquillarme yo para mi boda, me iría por una piel bronceada y con toques rositas. Me encanta que se vea que sí te maquillaste, pero muy ligero. Preparía muy bien la piel y me enfocaría en el *glow*.

*** Precio en punto de venta**

FOTOS **CORTESÍA**

CURAPROX

SWISS PREMIUM ORAL CARE

UN SOLO CEPILLO.
5,460 FILAMENTOS.

NINGUNO SE SIENTE.

Cepillo dental Curaprox CS 5460.

Encuéntralo en:

San Pablo FARMACIA · Sanborns · Walmart · Farmacias del Ahorro · la Comer · Hospital Angeles

curaprox.com.mx

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

FEATURES

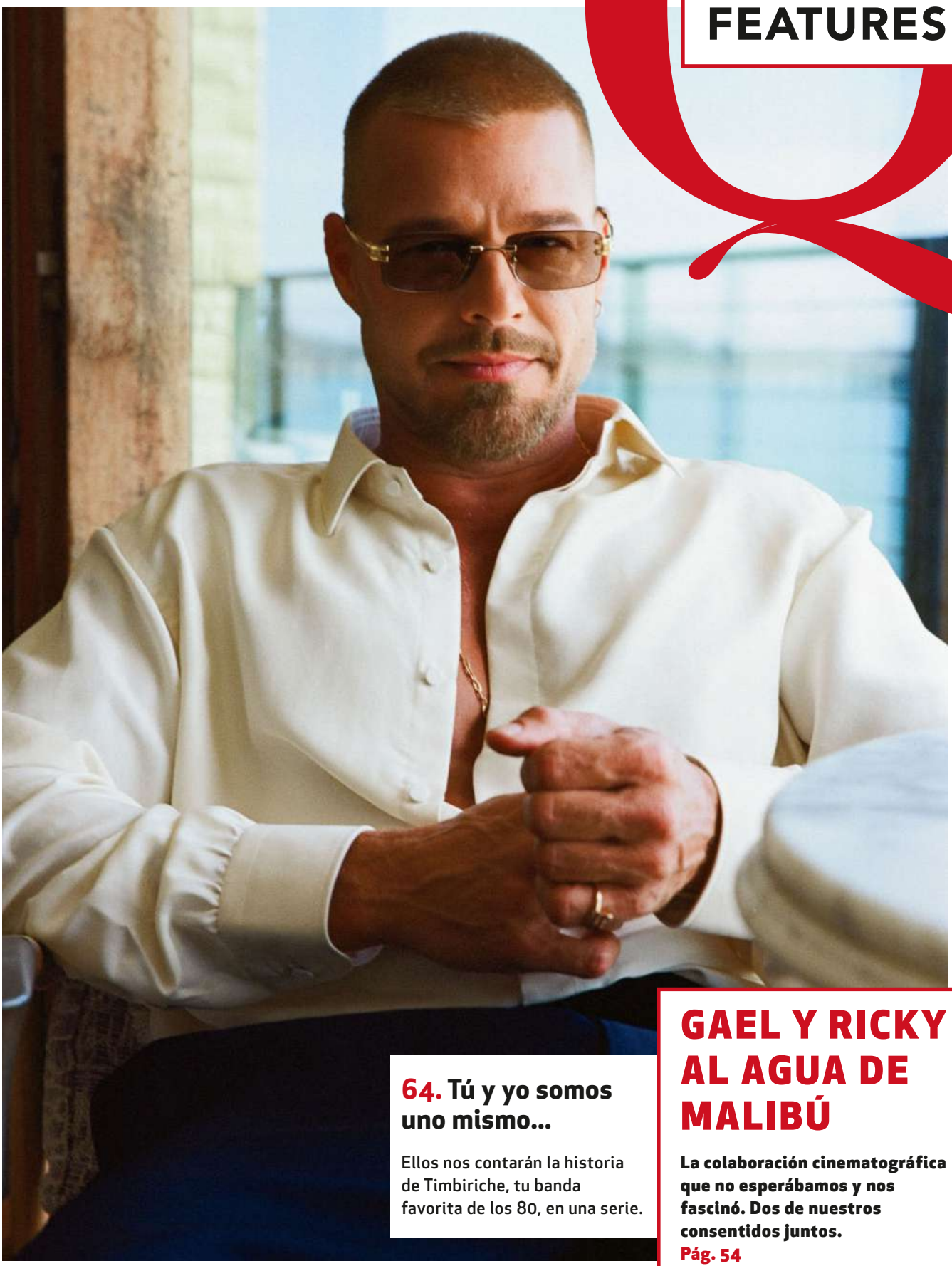


FOTO **DORIAN ULISES LÓPEZ MACÍAS** JOYERÍA **CARTIER**

64. Tú y yo somos uno mismo...

Ellos nos contarán la historia de Timbiriche, tu banda favorita de los 80, en una serie.

GAEL Y RICKY AL AGUA DE MALIBÚ

La colaboración cinematográfica que no esperábamos y nos fascinó. Dos de nuestros consentidos juntos.
Pág. 54

GAEL + RICKY: ESTO TENÍA QUE PASAR

Una película de Gael, un personaje pensado para Ricky y un "sí" instantáneo. El inesperado encuentro detrás de *Hombre al agua*.

Por
María Torres y Jonathan Saldaña
Fotos
Dorian Ulises López Macías
Stylist Gael
Salvador Cosio
Stylist Ricky
Douglas VanLaningham
Joyería
Cartier
Locación
Little Beach House Malibu

GAEL
Camisa **AMIRI**
Pantalón **DOLCE & GABBANA**
Joyería **CARTIER**

Ricky
Camisa **TOM FORD**
Pantalón y cinturón **GIORGIO ARMANI**
Joyería **CARTIER**

ASISTENTE DE FOTO **GUILLERMO ARANGO**/ ASISTENTE DE STYLING **JOSE SANTIAGO**

R

Ricky Martin y Gael García Bernal se conocían desde hacía años por Mariana Yazbek, amiga en común. Faltaba una excusa para trabajar juntos. Gael la encontró con *Hombre al agua* y Ricky no lo dudó: "No me lo tuve que pensar dos veces".

Meses después nos encontramos con ellos en Little Beach House Malibu. No se veían desde el rodaje. Apenas se saludaron, empezaron a hablar. Y no pararon. Entre cambios, camino al *set*, durante las fotos. Una anécdota llevaba a otra. Cuando bajamos a la playa, algunas personas comenzaron a reconocerlos. Miradas, *double take* y la pregunta inevitable: ¿qué hacen Ricky Martin y Gael García juntos?

La respuesta corta es una película. La larga tiene que ver con dos artistas que finalmente encontraron una historia que contar juntos. Y, por cómo platicaron toda la tarde, quedaba claro que todavía tenían mucho que decirse.

*****

"No existe el momento Eureka", dice Gael García al hablar de *Hombre al agua*, su tercer película como director. Lo dice sin nostalgia ni solemnidad. En su sonrisa se asoma la contundencia de alguien que ya pasó muchos años dentro de los mecanismos de la imaginación para creer en revelaciones instantáneas.

Las películas, explica, surgen de otra forma. De ideas que aparecen mientras vas en el tráfico. No, recalcula la ruta de su comentario. "En el tráfico no se puede pensar". Más bien cuando hace ejercicio o simplemente cuando deja vagar la cabeza. "Nace de un sinfín de inquietudes, curiosidades y de juegos narrativos. Después se vuelve más extraño", dice. Llegan las locaciones, el equipo, los actores y de pronto ya hay una película que aún no es película. "Es un animal rarísimo", describe Gael. "Es un enamoramiento incondicional, una necesidad de hacerla, como si el mundo no fuera a dar vueltas si se llegara a caer".

Para este punto entran los cuestionamientos existenciales. ¿Por qué hacer algo que a nadie le importa más que a los que lo están haciendo? Y, sin embargo, que quede bien es el deseo más legítimo. En la sala de edición la película comienza a tomar forma y esa sensación de "alivio brutal" que el actor de 47 años describe, se hace presente. "¡Quedo buena, cabrón! Es hasta más interesante de lo que me imaginé".

Hombre al agua cuenta la historia de Camilo (García Bernal), un salvavidas cubano que rescata de morir ahogado a Abel (Jorge Salinas), un poderoso empresario mexicano. Como muestra de gratitud, Abel lo lleva a México, lo integra a su círculo cercano, lo convierte en su mano derecha y termina vinculando con su hija Juana, con quien tiene forma una familia. Lo que parece un ascenso social extraordinario se transforma poco a poco en una red de manipulación, dependencia y control.

A medida que Camilo se instala en un mundo de privilegios, descubre que su nueva vida responde más a las ambiciones de quienes lo rodean que a sus propios deseos. El relato mezcla sátira social, melodrama, humor negro, metacine y elementos de farsa para explorar cómo operan el poder, el dinero, la polémica, el afecto y las relaciones de clase alta en América Latina.

García Bernal llega a su tercer largometraje como director casi 20 años después de *Déficit*, su ópera prima. En esa primera experiencia se trataba más de resolver el cómo hacer una película, en esta ocasión cambió la presión por el juego. "Queríamos crear e irnos al carajo. Perdernos. Es bien rico perderse en el proceso creativo, en el mejor de los sentidos; no en un rollo sin saber qué hacer, más bien es decir, "¡Ay, cabrón, estas puertas que abrimos, ¿quién sabe para dónde nos llevan? Lo peor que puede pasar es que nos hayamos equivocado y ya está". En esa declaración hay un punto de vista: el cine –para él– parece menos una maquinaria de control que un ejercicio de confianza y esa cualidad aparece también cuando habla del elenco.

Cuenta que imaginó a Ricky Martin antes de que la película existiera. Como una fantasía imposible. Amigos que conocían amigos y por fin logró hablar con él. Se lanzó a explicarle una compleja hipótesis filosófica sobre la película, pero Ricky lo paró a los tres minutos de que comenzó a hablar. "Yo estoy ahí. Yo voy". "Fue un golazo olímpico", recuerda.

*****

Ricky Martin llegó a *Hombre al agua* por una invitación imposible de ignorar. Gael García Bernal había pensado en él desde el principio para interpretar a Roby, un actor contratado para meterse en la vida de otro hombre. "El solo hecho de tener la oportunidad de volver al cine de la mano del gran Gael García

GAEL
Total look **SCHON MOTT**
Joyería **CARTIER**

RICKY
Sweatshirt **JAQUEMUS**
Pantalón **SIMONE ROCHA**
Joyería **CARTIER**

Camisa **SIMONE ROCHA**
Jeans **MM6**
Joyería **CARTIER**

“ES BIEN RICO PERDERSE EN EL PROCESO CREATIVO, DECIR, “¡AY, CABRÓN, ESTAS PUERTAS QUE ABRIMOS, ¿QUIÉN SABE PARA DÓNDE NOS LLEVAN?”

Bernal, es algo que no me lo tuve que pensar dos veces”, cuenta. El papel era pequeño, el rodaje breve, pero justamente ahí encontró parte de su atractivo. “Primero que nada, lo que quiero es pasarla bien y este personaje me dio esa oportunidad”.

La experiencia lo llevó a Yucatán, le permitió compartir set con actores a quienes admira y formar parte de una película que describe como “una obra de arte”. Pero también le ofreció algo más profundo. “Quizás por eso me llamó la atención este personaje, porque juega con esa dinámica entre quién es realmente y lo que los demás creen que es”.

Pocas personas entienden mejor esa distancia entre la persona y el personaje. Durante años, el público ha construido distintas versiones de Ricky Martin: el integrante de Menudo, la estrella global, el actor, el símbolo sexual, el padre. Él, sin embargo, insiste en una idea sencilla: “Soy una persona real”. Y después de años bajo la mirada pública ha llegado a una conclusión aún más contundente: “El control es una fantasía”. Puede decidir sobre su vida, su familia y sus hijos; todo lo demás pertenece a la interpretación ajena. “Cada mente es un universo”, dice. “Tienes que dejarlo fluir y sentirse bien con uno mismo”.

Esa reflexión también atraviesa su relación con las redes sociales. Ricky conoció la fama mucho antes de Instagram y ha sido testigo de la transformación radical entre artistas y audiencias. Valora la cercanía que hoy permiten las plataformas. “Ganamos una conexión mucho más directa”, afirma. Pero también reconoce que “lo que hemos perdido es la atención que le dedicábamos a simplemente vivir ciertos momentos, sin pensar inmediatamente en compartirlos”. Aun así, mantiene ciertos límites. “Todavía me guardo algunas cosas, claro”.

La conversación inevitablemente conduce al éxito. Ricky conoce una versión de la fama reservada para pocos. Ha llenado estadios, encabezado listas y construido una carrera global. Sin embargo, tardó años en entender que el éxito “no necesariamente tiene que ver con lo que pasa afuera”. Hoy su definición es otra: “Estar en paz, estar con mis hijos, hacer lo que me apasiona, dedicarme tiempo, trabajar en proyectos que me gustan... es la representación del verdadero éxito”. Porque, advierte, “cuando pierdes esa conexión contigo mismo, no importa cuánto éxito tengas, te puedes sentir completamente perdido”.

Ese cambio de perspectiva coincide con un momento particularmente interesante para los artistas latinos. Ricky fue protagonista de la era del llamado *crossover*, cuando parecía indispensable cambiar de idioma para conquistar mercados globales. Hoy observa una realidad distinta. “La música latina ha logrado derrumbar esas barreras que antes nos dividían”. Considera que las redes sociales y las plataformas digitales ayudaron a que la cultura latina encontrara nuevas audiencias sin necesidad de traducirse. “Hoy en día, un artista latino no necesariamente tiene que cambiar quién es, ni cantar en otro idioma para conectar con una audiencia global”. Aunque advierte que la tarea no está terminada: “Tenemos mucho trabajo por hacer, sobre todo para mantener esa puerta abierta”.

La actuación es una parte esencial de ese camino. Ricky rechaza la idea de que *Hombre al agua* represente un regreso. “Nunca he dejado de actuar”, recuerda, mencionando proyectos como *The Assassination of Gianni Versace* o *Palm Royale*. Lo que permanece intacto es la curiosidad. “La actuación me apasiona y cada proyecto me despierta algo diferente”. Además comienza a mirar detrás de la cámara. Como productor ejecutivo de la película, busca participar en la creación de las historias que quiere ver en pantalla. “Quiero llevar a la pantalla historias que realmente me mueven, y hacerlo tanto delante como detrás de las cámaras”.

Pero hay una identidad que eclipsa todas las demás. Cuando habla de la paternidad, Ricky no se refiere a una nueva prioridad, sino a una transformación. “La paternidad no cambió mi definición de éxito, me cambió a mí y mi vida por completo. Así de simple”. Y resume su presente en una frase que funciona también como brújula: “Todo lo que hago es por mis hijos”.

Al final, después de décadas de carrera, premios y reconocimiento internacional, Ricky se define de una forma sorprendentemente sencilla: alguien que desde niño sintió una pasión profunda por las artes, que ha trabajado para alcanzar sus metas y que ha aprendido a valorar a quienes lo acompañan en el camino. “Nada de lo que he construido lo he hecho solo”. Y, pese a todo lo vivido, asegura que la motivación permanece intacta. “Después de todo este camino, sigo teniendo la misma motivación y las mismas ganas de crear que tenía desde niño”.

*****

El elenco de *Hombre al agua* lo integran la uruguaya Natalia Oreiro, la brasileña Débora Nascimento y los mexicanos Anna Díaz, Jerry Velázquez, Manu García Rulfo, Esmeralda Pimentel y Jorge Salinas, este último con quien Gael compartió créditos en *Amores perros,* aunque nunca estuvieron juntos en el set.

Cuando Gael habla sus actores, recuerda una frase del director brasileño Walter Salles “No es que uno encuentre a los actores, los actores encuentran la película”. Habla del reparto como una comunidad más que un *casting*. Un grupo de personas que vivieron juntas en Yucatán, desayunan, cenan y construyen una misma ficción. “Son bien buenas personas”, lo dice varias veces, como si fuera más importante que cualquier currículum.

La conversación abandona el cine o quizá entra de lleno en él. Porque hablar de *Hombre al agua* implica hablar de Latinoamérica y no es que en la cinta sea un tema o un apunte sociológico, sino que habla desde la distancia de Cuba, las fracturas

NOS VEMOS EN LA SALA

La cinta, que llega a los cines el próximo 24 de septiembre, cuenta con guion original del propio Gael en conjunto con Mariano Pensotti. Es su reencuentro cinemtaográfico con Jorge Salinas después de 26 años de *Amores perros* y comparten créditos con Esmeralda Pimentel, Natalia Oreiro, Débora Nascimento, Anna Díaz, Jerry Velázquez y Manu García Rulfo.

de clase, las historias que contamos para sobrevivir. "Latinoamérica es mi gran hogar", dice y después define a Camilo, su personaje, como alguien que llega vacunado de ideologías, un sobreviviente y un observador. Alguien que atraviesa las contradicciones de una región donde las promesas suelen romperse antes de cumplirse. En la película se pregunta dónde está parado el cuerpo político latinoamericano. La respuesta no aparece como discurso, sino como humor que exalta lo absurdo y la contradicción.

En este punto, Gael deja visibles sus referencias y sus obsesiones: Ettore Scola, Luchino Visconti, Tomás Gutiérrez Alea, Milos Forman, Jean-Luc Godardo Buñuel. De este último dice "es la referencia de ese humor de *El discreto encanto de la burguesía* o *El Ángel exterminador*".

La política vuelve a la conversación. "Mucho del haz de luz de la comedia que hacen los artistas como Buster Keaton, Jack Patton, Annie Moretti, Woody Allen, Nikita Mikhalkov... tienen esa característica: meter las manos en el lodo de la política". Y es que Gael ha sido uno de los actores que más se ha involucrado en temas políticos. Sin embargo, explica: "Hace rato que abandoné las redes como una manera de expresarme políticamente. Me di cuenta de que se habían convertido en un animal grotesco, del concurso de popularidad y del juego electoral". Hoy prefiere retratarla a través del cine. "Lo que más temen la derecha libertaria es la libertad de expresión, el juego, el carnaval y lo impúdico; lo complicado, las preguntas terribles. Está buenísimo hacer películas. La derecha libertaria nunca podría hacer una película y eso les da nervio".

Cuando la conversación se acerca al final, Gael deja de hablar de cineastas, de procesos creativos o de las trampas de la política. Habla de algo más simple y radical: la ternura. Durante años, el éxito se nos ha contado como una historia individual donde llegar primero es el único indicador. Con *Hombre al agua* propone algo mucho más frágil: el encuentro. Gael dice que hacer cine sirve para "destrabar la felicidad". Cree que sentarse junto a desconocidos en una sala oscura puede cambiar algo. Porque el cine, insiste, sigue siendo una forma de comunidad. Un espacio donde personas que nunca se habrían cruzado comparten la misma historia. "Nos encontramos, nos conocemos", dice.

Hay algo muy político en esa idea, no desde la confrontación, sino desde el afecto. El cine como un antídoto contra el aislamiento. Una forma de desmontar "ese discurso único, chato y completamente obsoleto" que reduce la felicidad al éxito económico.

Por eso, cuando habla de lo que verdaderamente importa, no menciona premios, taquillas ni festivales. "Preocúpense por ser felices, cabrón." La frase provoca una sonrisa, pero detrás hay una convicción que atraviesa toda la película: la felicidad nunca ha sido una conquista individual. Siempre ocurre en compañía.Y entonces aparece la paternidad. Si *Hombre al agua* habla de comunidad, de solidaridad y de la necesidad de encontrarse con otros, la relación entre Camilo y su hija, en la cinta, representa la forma más íntima de esa búsqueda. "El amor son los cuidados", dice Gael.

La frase podría resumir la película completa. Camilo quiere ser un buen padre. Quiere encontrar una forma de estar presente en medio de un mundo hostil, contradictorio y muchas veces imposible. No busca cumplir con una expectativa heredada ni interpretar un papel impuesto. Busca aprender a cuidar.

Porque con el tiempo, explica Gael, entendió que la paternidad no consiste en responder a una estructura ni en satisfacer expectativas ajenas. Consiste en encontrar una manera propia de amar. Y ahí conecta con su experiencia fuera de la pantalla: "No me di cuenta de lo infeliz que era antes de que naciera mi primer hijo". Q

FOTO CORTESÍA LA CORRIENTE DEL GOLFO.

Festival Internacional de Cine de Morelia

24° FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MORELIA

OCTUBRE 16-25 2026

Selección Oficial del 24° FICM

Conoce las películas mexicanas que competirán en el #FICM2026

Consulta **www.moreliafilmfest.com**

---

cinépolis

SIDRAL MUNDET NACIDO EN MÉXICO

AIRFRANCE

PEUGEOT

ADOLFODOMINGUEZ

TEQUILA 1800

MONTE XANIC MÉXICO EXCEPCIONAL

Victoria

Quién

morelia siente la cultura

morelia brilla más

MICHOACÁN ES MEJOR

MICHOACÁN CULTURA VIVA

Michoacán EL ALMA DE MÉXICO

moreliafilmfest ficm @ficm @ficm #MoreliaEsCineMexicano

VUELVE LA ERA TIMBIRICHE

UH OH OH UH OH

Por
Mari Tere Lelo de Larrea
Fotos
Jess R. Furlong
Styling
Sergio Valenzuela
Total looks
Dolce & Gabbana

Hubo un momento en que ser una estrella en México significaba crecer frente a millones de personas. Timbiriche fue exactamente eso: canciones imposibles de sacar de la cabeza, looks que definieron una época y una fama tan precoz como descomunal. Ahora, la historia vuelve en *Timbiriche*, la nueva serie de ViX realizada por el equipo detrás de *Luis Miguel, la serie*. En ocho episodios, la ficción se asoma más allá del escenario para contar lo que ocurría mientras el país los veía crecer: las amistades, los afectos, las relaciones y las tensiones de un grupo que terminó convertido en parte del imaginario pop mexicano.

MACA GARCÍA ES SASHA

Incluso antes de saber que interpretaría a Sasha, Macarena García sentía que ese personaje le pertenecía de alguna manera. "Hay historias que te piden que las cuentes tú", dice. La conexión con su personaje fue inmediata y profundamente emocional. "Me tocó en lugares muy sensibles, muy profundos. Pensaba 'quiero tener el privilegio de poder contarla, lo necesito, lo siento en el cuerpo'".

Interpretar a Sasha significaba mucho más que recrear a una de las integrantes de Timbiriche. Implicaba acercarse a la relación que mantuvo con Luis de Llano cuando ella era menor de edad, uno de los episodios más delicados de la historia de la cantante. Macarena ya conocía públicamente el caso antes de comenzar el proyecto y, precisamente por ello, entendió la responsabilidad que tenía enfrente. "Jamás me lo tomé a la ligera". Su manera de interpretarla fue hacerlo sin juicios. Para ella, uno de los valores de la serie está en permitir que el espectador observe lo sucedido dentro del contexto de una época en la que muchas conductas no eran cuestionadas de la misma manera. "Es un privilegio entender que eso está mal", reflexiona sobre cuánto ha cambiado la conversación. "En tan pocos años ha cambiado tanto nuestra forma de pensar".

Ese contraste entre la Sasha pública y la privada fue una de las claves para construir al personaje. Sobre el escenario estaba la adolescente que formaba parte del grupo más importante del momento; fuera de él había una realidad mucho más compleja. "Puede existir un universo muy divertido y muy alegre, de música y de todo lo que el mundo vio, y también puede existir uno muy vulnerable".

Interpretarla también obligó a Macarena a dimensionar qué significaba ser una estrella adolescente en los años de Timbiriche. En tiempos de redes sociales, donde convivimos diariamente con personas que acumulan millones de seguidores, aquella clase de celebridad resulta difícil de imaginar. "No dimensionamos lo que significaba la fama en esa época", dice. Para ella, lo que alcanzó Timbiriche tenía una escala excepcional: eran jóvenes expuestos frente a miles de personas cuando todavía no existía la familiaridad que hoy tenemos con la fama. La serie, dice, también invita a voltear la mirada hacia el presente: "A preguntarnos cómo vemos la fama ahora y cómo nos sentimos al respecto". Una reflexión especialmente pertinente cuando quienes ocupaban aquellos escenarios eran, muchas veces, apenas unos adolescentes.

Macarena no pretende hablar por Sasha ni anticipar qué sentirá si decide ver la serie. "No puedo asumir cómo esto puede hacer sentir a una persona y jamás me atrevería a intentarlo". Su posición está en otro lugar: contar desde el respeto y provocar conversaciones que trasciendan la pantalla. "Espero que al final del día sume y ayude a la prevención del abuso sexual".

HAIR AND MAKEUP MACARENA **VICENTE MONTOYA / ERNESTO VARGAS**, HAIR AND MAKEUP MICHELLE Y SEBASTIÁN / **DAVO STHEBANE. ASISTENTES: ANNA MORTERA, CARLO PULIDO**

MICHELLE PELLICER ES PAU

Interpretar a Pau significa enfrentarse a una personalidad que lleva décadas instalada en el imaginario colectivo. Michelle Pellicer lo supo desde que recibió la noticia. "Lo primero que pensé fue mucha emoción y presión", reconoce. Pau es una figura que ya estaba presente en su casa: "Es una persona que admiro y mi mamá también". El desafío estaba en olvidarse por momentos de 'La Chica Dorada´ para regresar los inicios. Michelle estudió sus movimientos, su manera de bailar y esos pequeños gestos capaces de hacerla reconocible desde lejos. Pero tuvo claro que no quería construir una imitación. "Esta Pau que vamos a ver en la serie es una Pau joven, desde otra visión, desde el respeto y desde el amor".

"Son humanos, son personas con inseguridades, con miedo y son imperfectas", explica. Para llegar ahí, Michelle recurrió a sus propios recuerdos. "Pensaba cómo era yo de adolescente, cuáles eran mis miedos, qué sentía". Desde esa memoria comenzó a construir una Paulina que podía ser muy segura frente a un público y, al mismo tiempo, dudar de sí misma cuando las luces se apagaban.

SEBASTIÁN POZA ES BENNY

"Es intimidante", reconoce. Sebastián Poza ya sabía perfectamente quién era Benny antes de acercarse al universo Timbiriche. Lo había visto en teatro, conocía su música y lo admiraba como artista, por eso enterarse de que sería el encargado de interpretarlo tuvo un peso especial. "Mi primer pensamiento fue respeto ante todo y emoción". Para construirlo se aferró a ciertos rasgos que encontró revisando entrevistas y material de archivo: "Te transmite bondad. Siento que es alguien muy cariñoso y con mucha verdad". Hubo, momentos en los que la recreación fue prácticamente exacta. Una de las escenas que más recuerda reproduce la entrada de Benny a un concierto tal como sucedió en la vida real. "Creo que él va a poder reconocer ese momento".

Después de sumergirse en Timbiriche, Sebastián entendió también la dimensión de crecer dentro de aquel fenómeno. La combinación de una época distinta, una fama descomunal y una adolescencia vivida dentro de una banda terminó siendo, para él, una de las claves para comprender la historia que ahora les toca contar.

JESUSA OCHOA ES ALIX

Ni la mamá del grupo ni la más rebelde. Para Jesusa Ochoa, Alix ocupaba un lugar muy particular dentro de la banda: "Creo que Alix era como la hermana mayor". Una presencia firme, protectora y cercana que le dio la primera pista para entender a una adolescente a la que conocíamos principalmente frente a las cámaras.
Existe muchísimo archivo de Alix como estrella, pero ¿quién era cuando terminaban los conciertos? Jesusa comenzó por observarla. "Quería entender cómo se mueve, cómo habla", explica. La responsabilidad no era menor. Timbiriche pertenece a una generación que conoce canciones, coreografías y personalidades casi de memoria. Aun así, Jesusa asegura que la presión terminó convirtiéndose en confianza: "Estoy orgullosa del trabajo que hicimos".

¿Su mayor curiosidad ahora? Saber qué pensará la verdadera Alix. Si pudiera sentarse con ella después de ver la serie, iría directo al punto: "Me daría muchísima curiosidad saber qué tan cerca de la realidad fue".

IKER SOLANO ES DIEGO

Energía, carisma y una forma de bailar imposible de ignorar. Eso era lo que Iker Solano conocía de Diego antes de saber que tendría que convertirse en él. "Era distintivamente el que tenía más personalidad en el escenario, el más apasionado con el baile y con la música", recuerda. A partir de ahí comenzó una investigación casi obsesiva. Vio sus telenovelas, presentaciones y entrevistas: "Donde hubiera un video de Diego hablando, lo veía". El objetivo era entender sus gestos y su personalidad para después hacer algo fundamental como actor: olvidarse de todo. "Idealmente haces una investigación y después, cuando estás en escena, lo sueltas".
También había que recrear coreografías que varias generaciones conocen de memoria. Su mamá y sus tías se lo confirmaron: ser fan de Timbiriche también significaba aprenderse los pasos al pie de la letra.
Pero Iker terminó llevándose algo más personal. "Hay que resignificar el éxito y darnos cuenta de que no son los números los que hablan por sí solos". Para él, el verdadero legado está en lo que permaneció después del fenómeno: las amistades, los recuerdos y una historia compartida.

HAIR AND MAKEUP JESUSA, IKER Y EDU / **DAVO STHEBANÉ. ASISTENTES: ANNA MORTERA, CARLO PULIDO,** MAKEUP ANDREA / **ROBBIE SIERRA**

ANDREA CHAPARRO ES EDITH

Para Andrea Chaparro, interpretar a Edith significó descubrir a la adolescencia de una de las voces más reconocibles de México. Le sorprendió conocer el papel que tuvo su familia al inicio de su carrera y la seguridad con la que Edith llegó a un grupo que ya era todo un fenómeno. "Ella era un poco mayor que los otros chicos y ya había pasado por cosas que le habían gustado. Había cierta tranquilidad y certeza en tener una carrera por sí misma", cuenta.

Esa condición de "la nueva" también encontró un curioso paralelismo fuera de cámara. Mientras el elenco llevaba tiempo juntos, Andrea tuvo que incorporarse a una dinámica ya creada. "Intenté entrar a esa ola", recuerda sobre un rodaje en el que terminó encontrando una comunidad muy cercana.

El reto fue acercarse a una cantante con una identidad vocal muy particular. "Era ecualizarme, de alguna manera, ochentera", explica. Pero más allá de la caracterización, se queda con una reflexión sobre la industria: "Necesitamos entre nosotros abrazarnos y humanizarnos". Para ella, la experiencia confirmó que atravesar la fama acompañado puede hacer toda la diferencia.

EDU MARURI ES EDU

Antes de aprender los pasos o encontrar la voz, Edu Maruri tenía que entender algo más difícil: ¿qué se sentía ser un galán adolescente en los ochenta? Eduardo llegó a Timbiriche cuando el grupo ya era un fenómeno y él comenzaba a descubrir el efecto que provocaba entre las fans. "Me enfoqué en entender que eran chavos y que todo lo que pasaba era divertido pero intenso", cuenta. "No traté de hacer una imitación, era mi interpretación de lo que se hubiera sentido en ese año ser un cantante de una banda tan exitosa".

Para encontrarlo, estudió movimientos, bailes y, especialmente, la manera de hablar de Eduardo. La libertad terminó de llegar gracias al director Beto Hinojosa, quien le dejó claro que no estaban haciendo un documental. Esa indicación le permitió soltar la presión de reproducir a una persona real y concentrarse en algo que terminó siendo fundamental: que frente a la cámara realmente parecieran una banda.

"Lo más importante fue la dinámica y la complicidad que tendría que sentirse en pantalla".

LUIS DE LA ROSA ES ERIK

Luis de la Rosa sabía lo que significaba entrar a una historia basada en hechos reales. Después de haber formado parte de *Luis Miguel, la serie*, cuando recibió la llamada para *Timbiriche* su respuesta fue casi inmediata: "¿Dónde firmo?".
Esta vez se convirtió en Erik y descubrió desde dentro la dimensión de un fenómeno que hoy resulta difícil de imaginar. "La adrenalina de estar en un concierto enfrente de 50 mil personas es algo que creo que hoy se cuenta poco", asegura. Para acercarse a esa realidad, pasó tres meses ensayando coreografías y estudió obsesivamente el material de archivo. Hubo dos referencias fundamentales: "Princesa tibetana" y "Ámame hasta con los dientes". "Los vimos 500 mil veces", bromea. Pero fuera del escenario no buscó hacer una réplica. La convivencia durante tres meses de rodaje en Uruguay permitió que las relaciones entre el elenco construyeran algo propio y más orgánico.
Luis tampoco ha tenido contacto con Erik, aunque sabe qué le gustaría transmitirle si algún día ve su trabajo: "Me gustaría hacerlo sentir orgulloso de lo que hizo y de lo que construyó". Porque detrás de los pasos y las canciones, asegura, está la historia de un grupo que tocó millones de vidas.

GROOMING LUIS / **DAVO STHEBANÉ. ASISTENTES: ANNA MORTERA, CARLO PULIDO**

BEHIND THE SCENES

La serie de Timbiriche se grabó en Uruguay y consta de ocho episodios, que estarán disponibles a partir del 9 de octubre en ViX. Al elenco también se suman Alberto Guerra y Osvaldo Benavides. El proyecto fue creado por Beto Hinojosa y Pablo Cruz, quienes anteriormente trabajaron juntos en *Luis Miguel, la serie*, y *¿Quién lo mató?*

THE
Sports Illustrated
MÉXICO
AWARDS
14-10-26
PRESENTADO POR:
VOTA AQUÍ

CÍRCULOS

FOTO ALFONSO LÁZQUEZ

74. Tiffany con acento norteño

Fuimos a la espectacular inauguración de la *boutique* de Tiffany en Monterrey.

80. Una cena en Lalo con *Quién*

Organizamos una cena con nuestros *favs* para conocer el renovado concepto de Lalo.

LO NUEVO EN EL MUNDO DEL LUJO

Ana Acosta, Tere Baillères y Tamara Hevia *en su trunk show* en LuxuryLab Global.

Pág. 86

LA FIESTA REGIA DE TIFFANY

Tiffany nos invitó a la gran apertura de su boutique en el Palacio de Hierro de Monterrey y, para celebrar como es debido, el Parque Fundidora se pintó de azul para una fiesta espectacular y un *show* de Danny Ocean.

Fotos **Cortesía**

Liliana Sada y Gerardo Amador

Aislinn Derbez y Michelle Salas

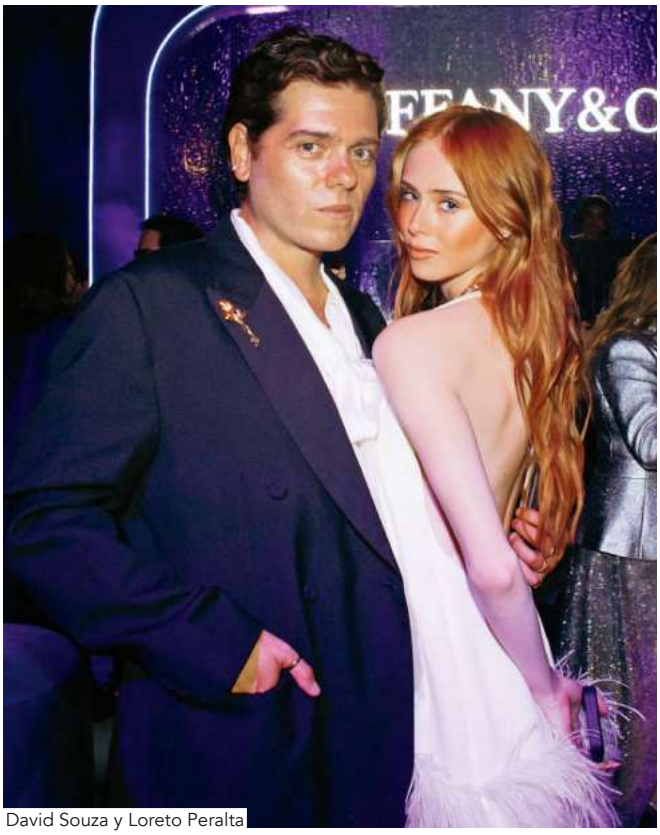
Andrés Treviño y Ángela Chávez

Pablo Crespo y Sebastián Yatra

Eloísa Villarreal, María de la Garza y Teresa Garza

Manolo Caro, Beto Santos y Diego Boneta

Danny Ocean



David Souza y Loreto Peralta

Florentina Romo

Hasan Halilovic, Michelle Salas, Sebastián Yatra y Paola Saviñón

Pamela Ocampo

Ana Pau Franco y Jaime Rodríguez

Alejandra López

Verónica de los Santos y Mercedes Quintanar

Alessandra Grijalba

Susy Ogando, Majo Barroeta y Betsy de la Vega

Virginia Quintana, Sebastian Mallen y Casilda Siegrist

Ale Carlín y Maya Lobo

Bárbara Oward y Laura González

Monse Castera

Ángela Tamez y Jesús Flores

Michelle Salas

ESCOGIMOS A NUESTROS QUIÉN 50

Como cada año, reunimos a nuestro jurado, compuesto por líderes en distintas industrias y disciplinas, para escoger a las 50 personas que transforman a nuestro país. ¡Nos vemos en la gala!

Fotos **Selene Alaíde**

Guillermo Osorno y Marion Reimers

Nicolás Alvarado y María José Cuevas

Mario García Torres y Mariángeles Reygadas

Chui Navarro y Gaz Alazraki

Ilse Salas

Marion Reimers, Gaz Alazraki, Jonathan Saldaña, Nicolás Alvarado, Ilse Salas, Guillermo Osorno, María José Cuevas, Mario García Torres, María Torres, Mari Tere Lelo de Larrea, Mariángeles Reygadas y Chui Navarro

Chui Navarro y Jonathan Saldaña

Ilse Salas y Mari Tere Lelo de Larrea

Marion Reimers y Mariángeles Reygadas

Gaz Alazraki y María José Cuevas

ORGANIZAMOS UNA CENA EN LALO

Lalo, el restaurante del chef Lalo García, se renueva con un concepto diferente, y para conocerlo organizamos una cena con algunos de nuestros *close friends* en donde disfrutamos de su increíble propuesta.

Fotos **Selene Alaíde**

Marimar Vega

Andrés Morales

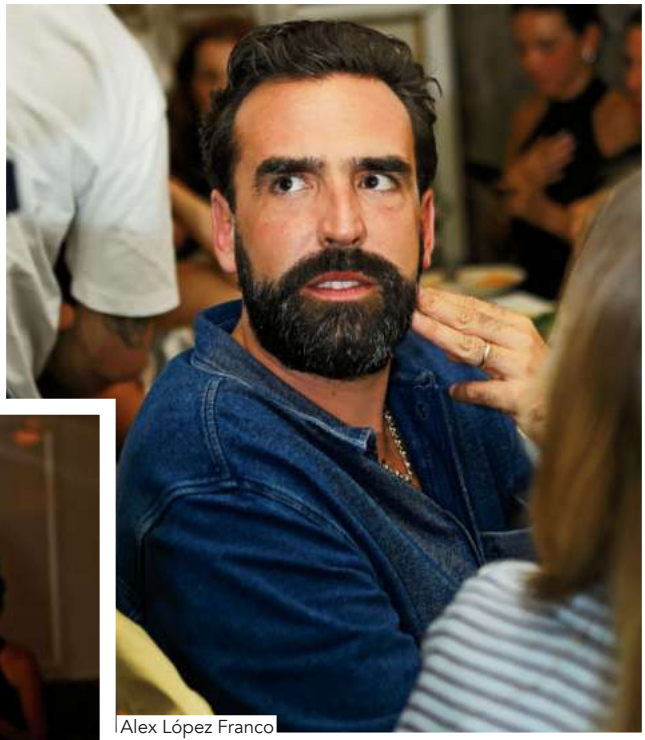
Fanny Zepeda

Mariana Gangoiti y María Torres

Max Villegas y Mariana García-Ramos Cossío

Lalo García y Gaby López Cruz

Mariana Gangoiti y Eduardo Guerrero


Alex López Franco

Pato Córdova y Marisol Ruiz

ANA ARTIGAS PRESENTA LIBRO

Rodeada de su familia y amigos, la nutrióloga Ana Artigas presenta su libro *AIW (Anti-Inflamatory Way)*, una guía de recetas y *tips* para combatir la inflamación crónica y tener un estilo de vida más saludable.

Fotos **Selene Alaíe**

Luis y Merle Oberhauser con Patricia Méndez y María Oberhauser

Ana Artigas

Cheli González y Jorge Aziz

Jorge Loaiza y Javier Sánchez-Mújica

Ana y Mariana Sánchez-Mújica con Paola Rodríguez

Adriana Sánchez-Mújica, Laura Elias y Araceli Prado

UNA BEBIDA CON ESPÍRITU

Después de años de consumir capomo, Claudia Lizaldi decidió convertir su vínculo con esta semilla prehispánica en un proyecto que surge del amor por México y la naturaleza.

El capomo –también conocido como nuez maya– tiene un origen ancestral ya que desde hace siglos se utilizaba como alimento de antiguas culturas mesoamericanas. Hoy, esa misma semilla rica en vitaminas, fibra, aminoacidos, calcio y hierro, busca retomar su importancia a través de Zenmaya, un proyecto que Claudia Lizaldi cofundó de la mano de Eda Samperi.

Para Claudia, emprender ha sido una constante. Primero creó una agencia de modelos; más tarde participó en proyectos de joyería, moda, producción y comunicación. Actualmente, con Zenmaya reúne varias de sus pasiones: bienestar, naturaleza, consciencia y un gran amor por México.

Su nueva propuesta busca promover el consumo del capomo, empezando por dar a conocer su proceso artesanal. El capomo se recolecta a mano, después se deja secar al sol, luego se tuesta y se muele para finalmente convertirse en una infusión en polvo que acompaña los distintos momentos del día. Aunque su verdadera intención va más allá de ser una bebida, se trata de recuperar el valor que tiene el momento de disfrutarla.

"Una taza de Zenmaya es un momento para ti", dice Claudia. Su ritual favorito es tomarlo caliente y concentrado, con leche vegetal espumada y, algunas veces, canela. También lo disfruta frío, pero siempre con una misma regla: dejar el teléfono y regalarse unos minutos para conectar con ella y el sabor del capomo.

Ahora, uno de sus objetivos principales es que esta semilla vuelva a formar parte de la conversación cotidiana y que pedir una taza sea tan natural como pedir un matcha, pero esta vez con un ingrediente que además de contar una historia, ayuda a estabilizar el estado de ánimo y promueve la calma.

"CON EL CAPOMO, BUSCAMOS QUE MÉXICO VUELVA A DESCUBRIR ALGO QUE SIEMPRE FUE SUYO".

—**Claudia Lizaldi,** cofundadora de Zenmaya.

FOTOS: CORTESÍA

LO DE LO MEJOR DEL INTERNET

Fuimos a los premios Digitelle, donde celebran aquellos creadores de moda, activismo, deporte, comedia y más que marcan el ritmo de las redes. Sin duda, es una de nuestras noches favoritas.

Fotos **Cortesía**

Edu Maruri

Aislinn Derbez

Claudia Cándano

Axel Madrazo

Graco Sendel

Dani Schulz

Alejandro Puente y Renata Vaca

ARTE CÓSMICO

José Schnaider lleva a Venecia una mirada del diseño construido en México, a partir de su riqueza material.

Para José Schnaider, la piedra es más que un material. Es la base de una práctica que, desde México, ha llevado el lenguaje de Sten Studio a distintos escenarios internacionales. En septiembre, el diseñador se presentó en Homo Faber Biennial 2026, en Venecia, con tres piezas: dos tótems de Cosmic Relics y una mesa de Cosmic Traces.

Pero ¿cómo nace este interés por los minerales? La relación comenzó desde su juventud, cuando una curiosidad personal se convirtió en una nueva forma de percibir el mundo. Entender que detrás de cada veta, color y superficie hay procesos naturales que comenzaron millones de años atrás, fue lo que transformó su manera de trabajar.

Esa visión dio origen a Cosmic Relics y Cosmic Traces, colecciones donde las piedras se convierten en composiciones escultóricas y paisajes abstractos. Para Schnaider, el objeto es también el vehículo para contar historias y despertar la curiosidad.

Además, para el artista, México es el eje de su trabajo, aunque su presencia no siempre sea evidente. El vínculo con nuestro país se encuentra en los minerales que utiliza, en los procesos de creación y, sobre todo, en el conocimiento de los artesanos con los que colabora. Una relación que le permite entrelazar técnicas tradicionales con nuevas formas de hacer diseño.

Fue así como el conjunto de estas ideas y todo el trabajo que hay detrás, llegó a Venecia como parte de An Island of Light, la nueva edición de Homo Faber. Para Schnaider, esta oportunidad significó reconocer a México como su origen y a la materia como su lenguaje, en uno de los escenarios más importantes del diseño internacional.

JOSÉ SCHNAIDER LLEVA SU ARTE A HOMO FABER BIENNIAL 2026, EN VENECIA.

FOTOS: CORTESIA

LA NUEVA GENERACIÓN DEL LUJO

Asistimos a la quinceava edición de LuxuryLab Global, donde se reunieron algunos líderes de distintas industrias para analizar cómo cambia el significado del lujo en las nuevas generaciones.

Fotos **Alfonso Lázquez**

Mauricio Rocha

Clarissa Egaña, Tamara Hevia y Ana Acosta

Daniela Magún

Eli Tortoledo

Abelardo Marcondes

José Sánchez, Ale Vargas y Catalina Irurita

ABRASAMAR: AUTÉNTICO SABOR A MAR EN LA CDMX

Un plato de Abrasamar sorprende por algo más que su oficio, sorprende por su origen. Los sabores del Golfo de México, tal cual, se han ganado un merecido templo en el corazón de la Roma Norte.

La oferta gastronómica en CDMX es interminable, donde hay cocinas que se reinventan para sobrevivir y otras que muestran con orgullo sus raíces. Abrasamar no reinterpreta al Golfo de México, lo sirve tal cual es.

Todo comenzó hace 14 años, en una charla de amigos entre los hermanos Barceló Ruiz y el chef Fernando Marrufo —recién llegado de Estados Unidos—, bajo la idea de honrar los ingredientes endémicos, el comercio justo y el legado que vive en la memoria de su región. Años después, eso se convirtió en platillos sencillos, capaces de sorprender y conquistar a quien los prueba.

En su propuesta aparecen camarones cristal del mar de Campeche, ostiones de Paraíso, pulpo maya de Yucatán, robalo de Tabasco y jaiba de Atasta, acompañados de chiles regionales como el amashito y plantas como la chaya, características de la zona. Todos estos ingredientes forman parte de una cadena de suministro construida para preservar autenticidad, calidad y sabor, y mantiene la tradición de traer a la ciudad los productos del Golfo desde sus lugares de origen.

El espacio también es una invitación abierta: piso de grava, verdes pálidos y grandes ventanales que se adaptan al clima de la ciudad, ideales para una tarde de mariscos con cerveza o una comida tranquila entre semana, y una terraza pet friendly, que refuerza la vocación de casa abierta con la que se concibió.

Abrasamar no pretende evolucionar la gastronomía del Golfo, sino demostrarnos por qué es una de las más extraordinarias del país. Y lo hace sin protocolos, con la alegría con la que un viejo amigo te recibiría al llegar a su casa.

EN CDMX ABUNDAN LOS SABORES DEL PACÍFICO Y BAJA, PERO ABRASAMAR PONE EN EL CENTRO ESTADOS COMO TABASCO, CAMPECHE Y YUCATÁN, CON UNA PROPUESTA GASTRONÓMICA AUTÉNTICA, ÚNICA Y SORPRENDENTE.

FOTOS: CORTESÍA

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

PLACERES

FOTO CORTESÍA

92. El hotel que es parte del *cast*

Beverly Wilshire, Beverly Hills, A Four Seasons Hotel vio crecer LA y a sus *celebs*.

94. Ya puedes tener tu *thriller night*

Con los *top* libros de terror escritos por mujeres latinoamericanas.

ESTAR A BORDO ES TODO EL PLAN

Muchos se quedaron con la idea de viajar en crucero para conocer más, pero Legend of the Seas ya es el viaje completo.
Pág. 90

LEGEND OF THE SEAS: EL BARCO QUE ES EL DESTINO

Hay barcos que te llevan de un puerto a otro y hay otros que convierten el trayecto en el destino. Legend of the Seas, el tercer integrante de la clase Icon de Royal Caribbean, pertenece sin duda a la segunda categoría. La nueva apuesta de la naviera llega con espíritu de parque temático, resort, teatro y ciudad flotante, todo al mismo tiempo, y con una escala pensada para que cada día a bordo se sienta distinto.

Por Maria Torres Clausell

El barco reúne ocho "colonias" con personalidades propias. Central Park, por ejemplo, funciona como un jardín al aire libre con más de 30 mil plantas, restaurantes y música en vivo; AquaDome combina vistas panorámicas con espectáculos de alto impacto; Surfside está pensado para familias, mientras que The Hideaway propone un refugio solo para adultos con una alberca infinita suspendida sobre el mar.

FOTOS CORTESÍA

8 vecindarios
Cada uno con personalidad propia, desde Central Park y Surfside hasta Thrill Island y The Hideaway.

7 albercas + 10 jacuzzis
Incluyendo Royal Bay y la alberca infinita de The Hideaway.

28 restaurantes
La mayor oferta gastronómica de la naviera, desde buffet a fine dining.

Más de 20 bares y lounges
Desde coctelería y piano bars hasta espacios de música.

1 casino de dos pisos
El único de dos niveles de Royal Caribbean.

6 toboganes
Dentro de Category 6, el parque acuático a bordo.

7 espacios de música en vivo
De jazz y ritmos latinos a bandas y DJs.

5 grandes espectáculos
Teatro, shows acuáticos, producciones sobre hielo, entre ellos Charlie and the Chocolate Factory: The Musical.

1 pista de hielo
Absolute Zero, el espacio de patinaje y espectáculos sobre hielo del barco.

La lógica es simple: elegir un mood y cambiar de universo sin bajar del barco.

Para quienes prefieren la adrenalina, Thrill Island es el lugar ideal. Ahí está Category 6, anunciado como el parque acuático más grande en alta mar, que incluye tirolesas y toboganes impresionantes. También hay una alberca especial para practicar surf, un muro de escalar, minigolf, laser tag y hasta una pista de patinaje sobre hielo. Además, cuenta con siete albercas y diez jacuzzis que terminan de confirmar que aquí el agua no es solo paisaje.

La comida es otro de sus puntos fuertes: cuenta con más de 40 opciones para comer y beber. Entre ellos hay buffets, propuestas casuales, seis conceptos dentro de AquaDome Market, pizza nocturna en Sorrento's y snacks con café las 24 horas en Pearl Café.

Cuando cae la noche, el barco cambia de registro. Su cartel incluye Charlie and the Chocolate Factory, America's Got Talent LIVE, espectáculos acuáticos, patinaje sobre hielo y ocho espacios de música en vivo.

Legend of the Seas comenzó sus travesías por el Mediterráneo en julio de 2026, con salidas desde Barcelona y Roma, y a partir de noviembre navegará desde Fort Lauderdale hacia el Caribe. Más que vender un crucero, Royal Caribbean parece apostar por otra idea: que el barco sea, por sí mismo, la vacación.

En los días de navegación la agenda se multiplica entre albercas, restaurantes, shows y espacios para niños, de modo que la experiencia puede variar por completo de la mañana a la noche. Y quizá esa sea su mejor carta: hacer que quedarse a bordo nunca se sienta como un plan B. Q

EL HOTEL QUE VIO CRECER A LOS ÁNGELES

Al Beverly Wilshire, Beverly Hills, A Four Seasons Hotel **lo has visto en pantalla, lo has escuchado nombrar entre *celebs* y probablemente ya tienes una imagen en tu cabeza** de su fachada, aunque jamás hayas cruzado Rodeo Drive.

Por **Daniela Brugger**

Desde 1928, cuando Beverly Hills apenas era una promesa, este hotel ha estado en primera fila de la historia de la ciudad. Tiene tanto ADN de Hollywood que ha sido escenario de clásicos como *Pretty Woman*, *Clueless* y *Sex and the City*; hospedó a Elvis Presley, Warren Beatty y Steve McQueen, y desde 1987 forma parte del National Register of Historic Places: es como su certificado de leyenda viva.

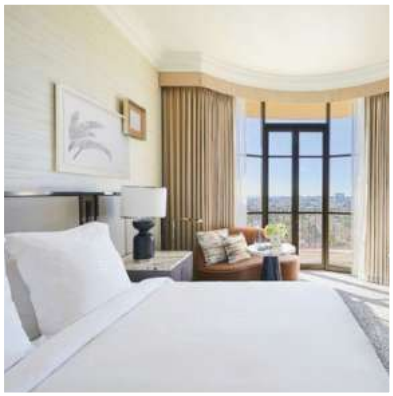
Para quienes viajan en grupo y sin compartir nada con nadie, existe Indulge in the Summit, la renta del piso completo, con la Penthouse y las *suites* Beverly Presidential, Governor y Ambassador, más de 1,200 metros cuadrados para todos, con *shopping* privado en Saks Fifth Avenue, *spa* fuera de horario y menú degustación en CUT.

Hablando de CUT, el *steakhouse* de Wolfgang Puck diseñado por Richard Meier, es ya una institución en Beverly Hills. Si buscas algo más relajado está THE Blvd, donde no puedes irte sin pedir el "Feeling Pretty", el coctel inspirado en *Pretty Woman* que todos prueban al menos una vez.

El hotel también es un museo *boutique*. Tras renovar en 2022 el arte de habitaciones y *suites*, hoy conviven piezas asimétricas con los patrones Art Deco, curadas en parte por Art Squared con artistas como David Cantu y Christina Ott.

El *spa*, Forbes Five-Star desde 2016, se renovó por completo en 2025 sin perder sus clásicos, y ahora suma The Renewal Ritual y un gimnasio con vista a la alberca.

Casi 100 años después, este lugar es la mezcla perfecta de historia y modernidad, y es parte de la memoria colectiva de Los Ángeles. Q



IT'S LIKE A REWARD

Con 395 habitaciones y *suites*, el hotel combina nostalgia y actualidad con tonos pastel, detalles finos y ese aire a Hollywood *vintage*. La joya de la corona es la Penthouse Suite, en el piso 14, con casi 465 metros cuadrados y una vista de 270 grados sobre Rodeo Drive, las colinas de Hollywood, Century City y *downtown*.

DÓNDE
9500 Wilshire Blvd, Beverly Hills, CA 90212, EUA

FOTOS **CORTESÍA**

EL FUTURO DE LOS NEGOCIOS

TIENE UNA PORTADA CADA MES

DESCUBRE POR QUÉ MILES DE LÍDERES LEEN EXPANSIÓN

VISITA: EXPANSIÓN.MX

QUIÉN RECOMIENDA

Del cine más esperado del año a exposiciones, teatro y series imperdibles: **la selección de experiencias culturales que vale la pena tener en el radar este mes.**

Por **Jonathan Saldaña**

DIGGER
La esperada colaboración de Alejandro González Iñárritu y Tom Cruise, es una comedia ácida y oportuna en la que el hombre más poderoso del mundo está en medio de una misión para salvar a la humanidad de una catástrofe provocada por sus propias empresas. La fotografía es de Emmanuel Lubezki
1 de octubre en cines

LUPIN
Assane Diop enfrenta desafíos que pondrán a prueba su ingenio. Más intriga, más giros inesperados y el carisma de Omar Sy en una serie una audiencia global. **23 de octubre, en Netflix**

TIERRA DE MI PADRE
Pawel Pawlikowski regresa con un drama íntimo sobre la memoria, la identidad y los lazos familiares. Con sensibilidad visual la película explora el peso del pasado y la búsqueda de pertenencia en un mundo lleno de fronteras físicas y emocionales.
22 de octubre en cines

NUESTRA ISLA
Dos actrices y una propuesta musical en vivo, una remota isla es el escenario de una historia sobre identidad, pertenencia y amistad. Una absoluta joya teatral.
Teatro Milán-Foro Lucerna

MATCHBOX
La línea de autos que alimentó la imaginación de generaciones llega ahora a la pantalla. Dirigida por Sam Hargrave y protagonizada por John Cena, transforma el espíritu de aventura de estos juguetes en una historia de acción a gran escala. Una apuesta que confirma a la nostalgia como una de las nuevas rutas en Hollywood.
9 de octubre AppleTV+.

EL HOGAR QUE HABITO
Con una selección de obras de la Colección FEMSA, esta exposición propone una reflexión sobre las distintas formas en las que habitamos el mundo. Organizada en cinco núcleos temáticos, cada espacio desarrolla una narrativa amplia sobre las maneras en que construimos y transformamos los territorios que habitamos.
Museo Amparo, Puebla

AL ESTE DEL EDÉN
La obra maestra de John Steinbeck con Florence Pugh al frente de una ambiciosa miniserie que explora el deseo, la culpa y los conflictos que atraviesan generaciones. Escrita por Zoe Kazan, nieta del legendario Elia Kazan, esta adaptación promete devolver a la conversación uno de los grandes clásicos de la literatura estadounidense.
1 de octubre en Netflix

FOTOS **CORTESÍA**

ELLAS ESCRIBIERON ESTOS MONSTRUOS

Casas embrujadas, cuerpos vulnerables, fantasmas y secretos familiares: **una estantería para adentrarse en el nuevo horror latinoamericano escrito por mujeres.**

Por **Jonathan Saldaña** / Fotos **Jessica R Furlong**

1. *EL BUEN MAL*
SAMANTHA SCHWEBLIN
Seis relatos donde una mínima grieta altera la realidad. La autora argentina convierte lo familiar en una experiencia perturbadora e inolvidable.

2. *MANDÍBULA*
MÓNICA OJEDA
Adolescentes obsesionadas con el horror, rituales secretos y terrores digitales. Una novela audaz y feroz sobre miedo, deseo y violencia.

3. *VISCERAL*
MARÍA FERNANDA AMPUERO
Entre el ensayo, la memoria y el horror, Ampuero explora el cuerpo, la violencia y los miedos que habitan lo cotidiano.

4. *LOS PELIGROS DE FUMAR EN LA CAMA*
MARIANA ENRÍQUEZ
12 cuentos donde fantasmas, casas embrujadas y obsesiones urbanas revelan los rincones más oscuros de la vida contemporánea.

5. *NUESTRO MUNDO MUERTO*
LILIANA COLANZI
Fantasmas, ciencia ficción y mitologías indígenas se cruzan en cuentos que exploran la muerte, el miedo y lo sobrenatural.

6. *EL MATRIMONIO DE LOS PECES ROJOS*
GUADALUPE NETTEL
Animales, obsesiones y vínculos frágiles recorren estos cuentos inquietantes donde lo extraño emerge bajo la superficie de lo cotidiano.

10 PREGUNTAS A ALEJANDRO PUENTE

Se ha ganado el cariño de todos por su trabajo en la televisión y por ese carácter tan alegre que lo caracteriza. **El actor mexicano que tiene mucho futuro en puerta, nos confesó y compartió su lado más personal y divertido.**

Por **Daniela Brugger**
Foto **Anylú Hinojosa-Peña**

Si tu vida fuera un *reality show*, ¿cómo se llamaría?
¿Con qué pie se despierta Alejandro?

¿Cuál es la *red flag* que ignorarías porque la persona está guapísima?
Mmm, que sea impuntual.

Si tuvieras que borrar una app de tu celular para siempre, ¿cuál sacrificarías?
TikTok. Por favor, ya no puedo. Soy adicto a TikTok, necesito desinstalarlo ya.

¿Cuál es el *ick* más *random* que te ha sacado de onda con alguien?
El *ick* más *random* es que su mamá le llame por teléfono mientras estamos en una *date*.

Si tu día tuviera un botón de *restart*, ¿en qué momento lo usarías más seguido?
Cuando me da pánico un lugar social porque hay mucha gente. Le doy a *restart* para respirar, prepararme y volver a empezar ese momentito.

Si te describieran con un objeto *random* de tu casa, ¿cuál sería?
Tengo una planta que está en una maceta rota y tiene como mil palitos para que se siga sosteniendo. Así que ese sería yo.

¿Qué es lo más loco que has hecho por conseguir un papel o una audición?
Mentir. He dicho que sé manejar y no sabía manejar, he dicho que sé andar en patineta y me pidieron andar y no pude hacer ni una toma, he dicho que sé bucear sin saber. Pero no importa, todo lo aprendo.

¿Qué palabra usas demasiado y ya te diste cuenta?
Chido.

Si pudieras tener superpoderes por 24 horas, ¿cuáles elegirías?
Volar y teletransportarme, obvio.

¿Cuál es tu *guilty pleasure* si te da hambre a las dos de la mañana?
Cookie dough, la masa cruda para galletas sin hornear. Q

LA BICI
NO SOLO
TE LLEVA,
TE LEVANTA.
EMPIEZA CON OTRA ENERGÍA.
HSBC
ECOBICI
HSBC
Patrocinado por
HSBC
ECOBICI

SALUD ES BELLEZA
CHANEL
COCO
MADEMOISELLE
CHANEL
PARIS
COCO MADEMOISELLE
CRUSH ABSOLU
EL NUEVO PERFUME
123300EL951048