

# ELLE

DISEÑO,  
MODA,  
MIGRACIÓN,  
TACOS...  
ASÍ ES  
MÉXICO

SEPTIEMBRE 2025

**LAS JOYAS  
DE LA  
CORONA**

P. 94

LA NUEVA VERSIÓN DE  
**MARIANA  
ZARAGOZA**

MÉXICO \$59.00



Consíguelo en el **App Store** **Google Play**

# ELLE

ELLE.MX

SEPTIEMBRE 2025



150  
YEARS

AUDEMARS PIGUET  
*Le Brassus*

THE BEAT GOES ON



AP HOUSE : CIUDAD DE MÉXICO · BERGER JOYEROS  
AUDEMARS PIGUET BOUTIQUE : MONTERREY · EMWA

ROYAL OAK





AP HOUSE : CIUDAD DE MÉXICO · BERGER JOYEROS  
AUDEMARS PIGUET BOUTIQUE : MONTERREY · EMWA

150  
YEARS

AUDEMARS PIGUET

*Le Brassus*



CODE 11.59 BY AUDEMARS PIGUET





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

**LOUIS VUITTON**





# DOLCE & GABBANA

FALL WINTER 2025

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



# GUCCI

*The Gucci Portrait Series*  
Fall Winter 2025 by Catherine Opie







DIOR



PRADA



BORN MAGNIFICENT  
REBORN THROUGH TIME  
ETERNALLY ICONIC





# BVLGARI

ROMA 1884

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





FENDI



# Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906





**Snowflake**  
Collar



**MISSION TO EARTH*PHASE***



Only available at selected Swatch stores



swatch

60 TACHYMÈTRE

Ω  
OMEGA  
x  
swatch

Speedmaster

MOONSWATCH

SWISS MADE

Ω  
OMEGA



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: ALINA TROYAN © GUESS?, INC. 2025

# GUESS



**MEXBEST**  
#ConoceMexBest

# VIVI MEXPER

Presentado por:



**HSBC**



# LA RIENCIÓN

Síguenos



[mex-best.mx](http://mex-best.mx)

# ELLE *septiembre*



94.



41.



36.



166.

26. directorio  
28. carta de la editora

## TENDENCIAS

36. trends  
38. makeup trends  
39. hair trends  
40. compras  
42. tentación  
44. tentación reloj  
46. accesorios  
48. elle look  
49. fashion focus

Piezas estructuradas y poderosas que tienen mucho estilo y calientan con actitud.

50. ella es elle  
52. toma nota  
54. x-ray  
58. apuesta  
60. elle cv

Ossiel Ramos está redefiniendo el maquillaje con estilo y conciencia.

62. sin culpa  
63. sustentabilidad  
64. news

## STORIES

68. society  
La migración no es un crimen, es una forma de resistir.

70. report  
72. face to face  
74. insider  
78. actuelle

Seis diseñadores mexicanos hablan claro sobre la industria de la moda en México.

82. report  
84. cover story

Mariana Zaragoza tiene todo: talento, carisma y los pies bien puestos sobre la pasarela, el set (y la vida).



**Ciudad de México**  
Antara Polanco, Planta Alta  
+52 55 1880 1839  
**Liverpool**  
Insurgentes, Polanco, Perisur,  
Santa Fe, Zapopan, Mítikah

**MARELLA**



portada 1. foto: mauricio sánchez. personaje: mariana zaragoza. moda: look total, prada. estilismo: jessica gutiérrez. maquillaje: gus bortolotti. pelo: gerardo maldonado. uñas: zai vega. asistente de estilismo: victoria ávila. video: mariana martínez y gustavo rodríguez. producción: elle méxico.  
 portada 2. foto: mauricio sánchez. modelo: sheng wu @ queta rojas. moda: playera y pantalón, dior. joyas y reloj: van cleef & arpels. estilismo: jessica gutiérrez. maquillaje: ana g de v. pelo: gerardo maldonado. uñas: wendy betancourt. asistente de foto: josé hernández. asistentes de estilismo: berenice buendía, victoria ávila y valentina alvizo. producción: elle méxico.



124.



37.



44.



168.

## MODA

- 94. heir to the ether
- 102. delicias del tiempo
- 112. alta cultura

## BELLEZA

- 124. hyperglow
- 132. don't touch my hair
- 138. shopping
- 144. wellness

Hay una red que conecta todo en tu cuerpo y también guarda emociones, afectando cómo te mueves y sientes, te platicamos sobre la fascia.

- 146. face to face
- 147. el lugar
- 148. insider

- 150. beauty expert
- 152. tentación
- 153. what's hot
- 154. editors picks
- 155. sin culpa

## ESTILO

### 158. agenda

GAMA, la fiesta artística que conecta lo mejor de la CDMX en una ruta imperdible de galerías y talento.

### 162. destino

Seúl: donde el K-pop, el *streetwear* y la historia y el skincare se encuentran en cada esquina.

- 166. hoteles
- 168. gourmet



Azul Guaita

x

vogue

eyewear

# ELLE

EDITORA GENERAL  
CLAUDIA CÁNDANO  
ccandano@grupoexpansion.com

Editora Adjunta  
CAROLINA ALVAREZ  
cara.alvarez@grupoexpansion.com

Editora de Arte  
DANIELA FONSECA  
dfonseca@grupoexpansion.com

Editor Web  
JORDI LINARES  
jordi.linares@grupoexpansion.com

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

Editora de Belleza  
VALERIA BAQUEIRO  
mbaqueiro@grupoexpansion.com

Diseñadores  
DANIELA FERES  
MARIO MARREROS  
SAMANTHA M. GONZÁLEZ

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

Coeditora Digital  
TAMARA SANTILLÁN

Coeditora de Moda  
NATALIA SÁNCHEZ

Corresponsal en París  
SANTIAGO VILASEÑOR

Asistente de moda y belleza  
VICTORIA ÁVILA

Coordinador de Foto  
ALONSO DÍAZ

Community Manager  
CARLA FORTES

Coordinadora de Moda  
BERENICE BUENDÍA

Corrección de Estilo  
DANIELA ESPAÑA

## Colaboradores

MARÍA PAULA FLORES FIGUEROA, DIEGO FERNÁNDEZ, ICKA GALLEGO,  
ALEJANDRA GARCÍA, VALENTINA ALVIZO.

## DIRECTORA EDITORIAL DE SOFT NEWS Y BRANDED CONTENT

CLAUDIA CÁNDANO  
ccandano@grupoexpansion.com

## HEAD BRANDED CONTENT

MERCEDES ABASCAL  
mabascal@grupoexpansion.com

## EDITORAS DE BRANDED CONTENT

PAULINA CASTELLANOS  
pcastellanos@grupoexpansion.com  
IRAYDA RODRÍGUEZ  
irodriguez@grupoexpansion.com

## GENERADORES DE CONTENIDO

VERÓNICA CERVANTES  
FERNANDA CISNEROS  
ISRAEL DÍAZ

DISEÑADORAS  
PAMELA JARQUIN  
SHUELLEM ESTRADA

## EQUIPO DE VIDEO

Coordinadora de Video  
MARIANA MARTÍNEZ  
mariana.martinez@grupoexpansion.com

## PRODUCCIÓN

MARIANA ORTEGA  
DANIEL OSVALDO ESCUTIA

## POSTPRODUCCIÓN

ABEL GONZÁLEZ  
GUSTAVO RODRÍGUEZ

## Coordinadora de Estudio de Foto

ALEJANDRINA LIRA

## Fotógrafa Estudio de Foto

ANYLÚ HINOJOSA

## Coordinadora Administrativa

YRAZEMA ALMANZA  
alira@grupoexpansion.com

## Account Manager

MARTHA SOTO

## DIRECTOR GLOBAL CORPORATIVO

DE VENTAS  
ROBERTO CABALLERO  
roberto.caballero@grupoexpansion.com

## DIRECTOR COMERCIAL IP

ALEJANDRO LEAL  
aleal@grupoexpansion.com

## DIRECTORA COMERCIAL RI

CARLA FONT  
cfont@grupoexpansion.com

## DIRECTORA COMERCIAL CENTROS

COMERCIALES  
PAHOLA CARRETO  
pahola.carreto@grupoexpansion.com

## DIRECTOR DE ESTRATEGIA

MULTIPLATAFORMA  
CRISTHIAN DEL ÁNGEL  
cristhian.delangel@grupoexpansion.com

## DIRECTOR COMERCIAL REGIONAL

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

## HEAD DE EVENTOS

GONZALO FERNÁNDEZ

## DIRECTORA DE ESTRATEGIA COMERCIAL

ALEJANDRA BUSTOS  
alejandra.bustos@grupoexpansion.com

## DIRECTOR DE MARKETING Y TRANSFORMACIÓN DE NEGOCIO

RENÉ FLORES  
rflores@grupoexpansion.com

## HEAD DE PRODUCTO Y MARCA

BRUNO MARTÍNEZ  
bruno.martinez@grupoexpansion.com

## HEAD DE MARKETING SERVICES

ITALO CORONA  
italo.corona@grupoexpansion.com

## LÍDERES DE MARKETING SERVICES

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

## EVENT MANAGER

JIMENA PILLADO

## PROJECT MANAGER

FERNANDO CORTÉS

## DIRECTOR DE OPERACIONES

FERNANDO CEBALLOS  
fernando.ceballos@grupoexpansion.com

## DISTRIBUCIÓN

ALBERTO PALACIOS  
apalacios@grupoexpansion.com

## GERENTE DE TRÁFICO

ANA MARÍA GALINDO

## COORDINADOR DE PRODUCCIÓN

EDGAR MORA

## PRODUCCIÓN

ULISES ALARCÓN

## COORDINADOR PRODUCCIÓN DIGITAL

JAVIER JASSO

## POSTPRODUCCIÓN DIGITAL

DIANA AGUILAR  
JESÚS GONZÁLEZ

## TRADEMARK NOTICE

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

ELLE  
INTERNATIONAL

A division of: **Lagardère**

CEO  
CONSTANCE BENOÛT

CEO ELLE International Licenses  
FRANÇOIS CORUZZI

Chief Content Officer/  
International Director of ELLE  
VALERIA BESSOLO LLOPÍZ

Deputy Editorial Director  
VIRGINIE DOLATA

FASHION DIRECTOR  
ALEXANDRA BERNARD

Creative Director  
IRIS ROMBOUTS

Editorial & Syndication  
Coordinator for Latin America  
FAUSTINE JOIRIS DE CAUSSIN

Copyrights Manager  
KENZA ALLAL

MARKETING DIRECTOR  
MORGANE ROHÉE

INTERNATIONAL ADVERTISING:  
LAGARDÈRE GLOBAL ADVERTISING

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

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

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

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

**GRUPO  
EXPANSIÓN**

VICEPRESIDENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES  
LEONARDO VALLE

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

COO GRUPO EXPANSIÓN  
HILDA MAESTRE

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL  
JOSÉ ALBERTO BALBUENA

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

ELLE® es una revista mensual de moda y cultura de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V., bajo licencia de Hachette Filipacchi Presse, S.A. Septiembre 2025. Editora Responsable: Claudia Cándano de la Peza. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-101413222700-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 17512. Domicilio de la Publicación: Hegel 111, Piso 1, Colonia Polanco Chapultepec, C.P. 11560, Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. Imprenta: Reproproducciones Fotomecánicas S.A. DE C.V., con domicilio en: Durazno 1, Las Peñas, Xochimilco, C.P. 16010 CDMX. Distribución por: Expansión S.A. de C.V. con domicilio en: Consultantes 956, Lomas Altas, Miguel Hidalgo, CDMX y Alfesa Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicada en: Corona 23, Col. Carveceros Modelo, Naucalpan, Estado de México. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este ejemplar sin la previa autorización de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Las opiniones y puntos de vista de las colaboraciones publicadas en esta revista no necesariamente reflejan la opinión de ELLE® y quedan bajo la estricta responsabilidad de los autores. Todos los derechos reservados © 2025 Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Consulta el aviso de privacidad de datos en la siguiente dirección: <https://elle.mx/aviso-de-privacidad>. Registro postal: PP09-1013.



**PEYRELONGUE**

**CHRONOS**



septiembre 2025

*carta editorial* La complejidad de escribir un texto motivador en estos momentos del mundo me está costando trabajo. La idea de que la libertad se está perdiendo, no solo la de expresión, sino la libertad misma, me aterra. Tengo la intención de que hagamos un medio positivo y con mucha energía para compensar, pero no quiero que dejemos de lado lo que importa.

Desde la industria de la moda, la belleza y el estilo de vida, en ELLE hemos tratado de tener una voz que no deje pasar los hechos importantes. No queremos vivir en un mundo paralelo, pero sí seguir celebrando la creatividad ante el desconcierto a través de textos, recomendaciones, fotos, videos y hasta memes, para que la vida se lleve con más ligereza. Antes de sentarme a escribir, leí algunas columnas que se publicarán en la revista Life and Style, donde se habla de la mexicanidad y su significado. Me llamó la atención algo que dijo José Noé Suro: ser mexicano no es fácil. Hay miles de razones por las que se ha complicado nuestra nacionalidad. Justo por eso, me gusta que profundicemos en algunos temas sin perder de vista la realidad, pero que también tengamos un espacio para inspirarnos y olvidarnos, aunque sea por un ratito, del caos.

En la página 68 encontrarán un texto de María Paula Flores Figueroa sobre la crisis migratoria que estamos viviendo en el mundo, sobre todo en América. No voy a hacer *spoilers*, pero me quedé con esta frase grabada: "Lo que sí pretendo es que nos incomodemos, que nos hagamos preguntas y que redirijamos la atención hacia donde realmente está la raíz del problema".

No se pueden perder las entrevistas que Jordi les hizo a seis diseñadores de moda mexicanos, quienes nos compartieron cómo ven la industria en nuestro país. Sus opiniones son fundamentales para entender a qué se enfrentan al intentar consolidar un negocio tan competitivo, y no siempre valorado.

Y, por último, tenemos en portada a Mariana Zaragoza, una de las personas más simpáticas que conozco, tanto en la vida real como en redes sociales. Mariana aparece por cuarta vez en la tapa de esta revista y es siempre la misma: sonriente, transparente y auténtica, sin ningún tipo de pretensión. Por eso, en ELLE la amamos y queremos celebrar su trayectoria.

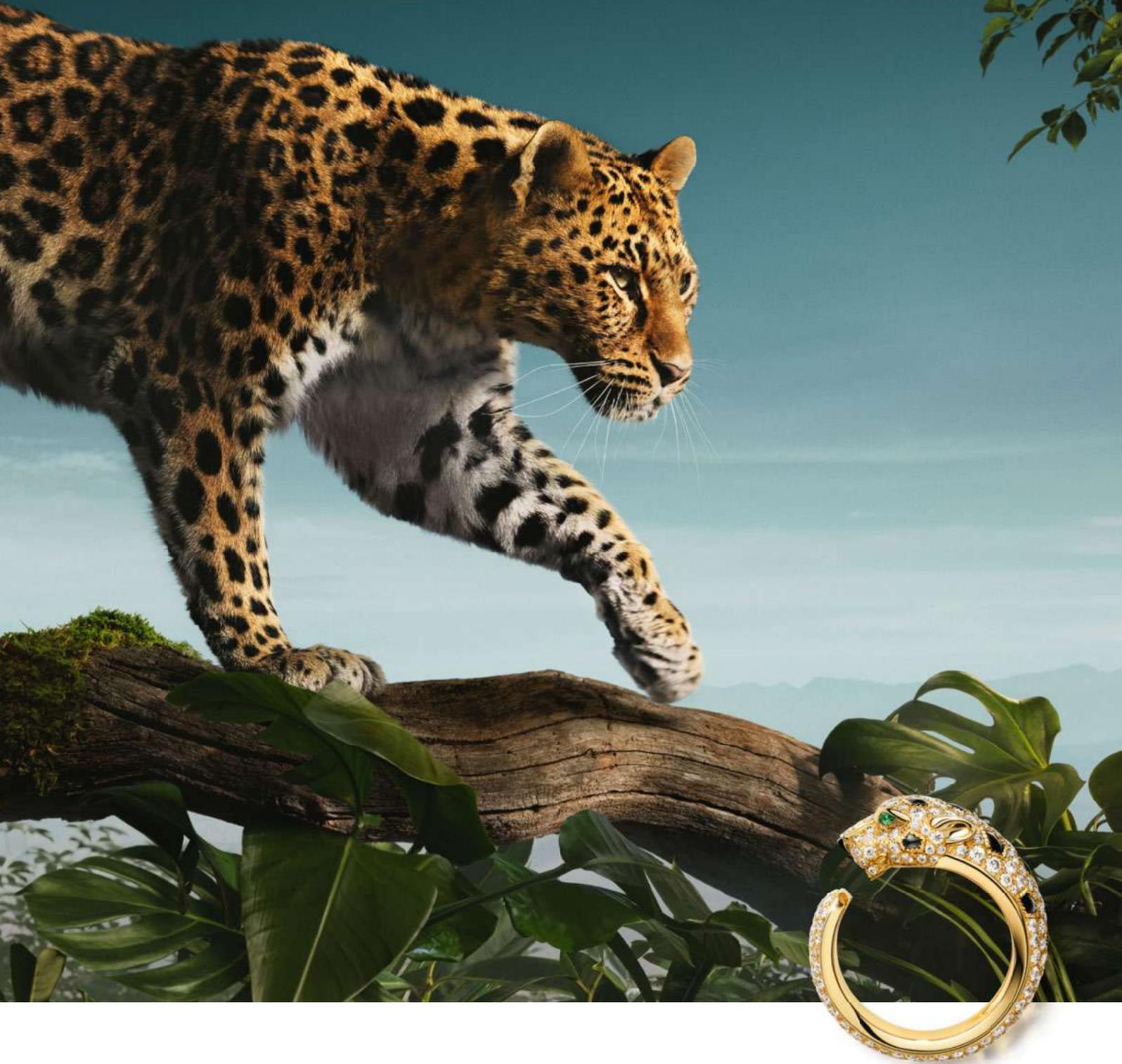


CLAUDIA CÁNDANO  
@candanocla #editoraentenis



**MONTBLANC**

Let's Write  
[montblanc.com](http://montblanc.com)



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

*Cartier*

# ELLE

LUNARES  
LUNATICOS  
(P. 36)

47. ES HORA DE  
USAR MINIS

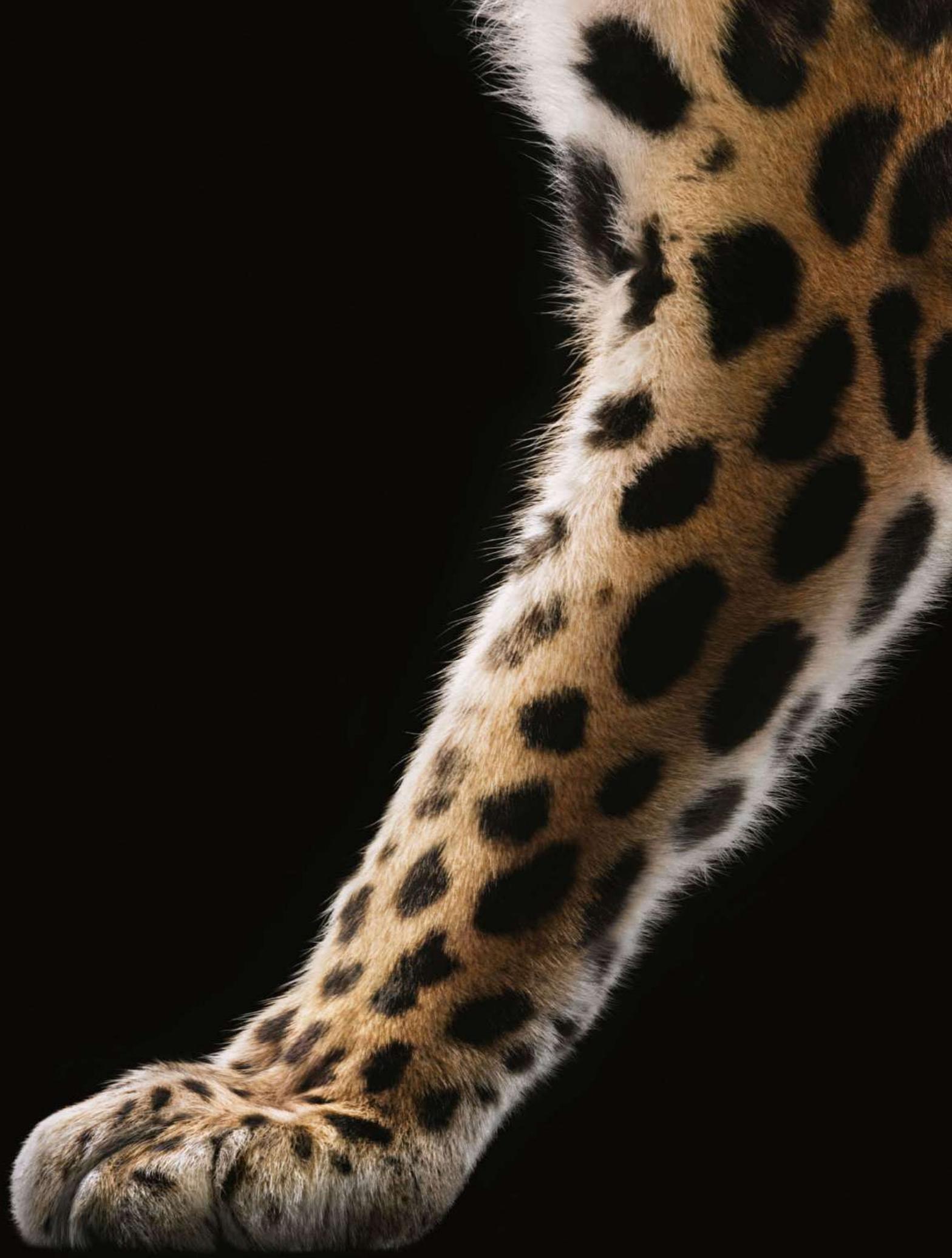
49. A FLOR DE PIEL:  
EL MATERIAL MAS RESIS-  
TENTE PARA EL OTONO

# TENDENCIAS

# 31











## YAYOI KUSAMA LE DIO LIKE

¡Hot, hot! Eso es lo que gritará tu look si te atreves a llevar la tendencia de pies a cabeza. Los lunares son el estampado IT que no puede faltar en tu clóset este 2025. Arriésgate combinando patrones, colores y jugando con layers. Crea un outfit que haría voltear a la artista japonesa.

- 1. Blusa, **ACNE STUDIOS**, USD620, [acnestudios.com](http://acnestudios.com).
- 2. Aretes, **PARFOIS**, \$399, C.C. Oasis Coyoacán.
- 3. Vestido, **SIMKHAI**, USD708, [mytheresa.com](http://mytheresa.com).
- 4. Ballerinas, **DOLCE&GABBANA**, El Palacio de Hierro Santa Fe.\*
- 5. Calcetas, **CIDER**, \$131, [shopcider.com](http://shopcider.com).
- 6. Bolsa, **KATE SPADE**, \$9,782, [cettire.com](http://cettire.com).
- 7. Lentes, **FERRAGAMO**, \$10,225, Masaryk 426, Polanco.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / ACNESTUDIOS.COM / PARFOIS.COM / MYTHERESA.COM / DOLCEANDGABBANA.COM / SHOPCIDER.COM / CETTIRE.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



# ASÍ VIVE UNA BOSS

¿Llevar el uniforme de oficina a todos lados? ¡Así es! Combina una blusa de cuello alto con una falda o pantalón de silueta simple y fluida para lograr un conjunto con presencia que grite "I'm a boss!". Apuesta por telas traslúcidas y completa el conjunto con accesorios pulidos, como toda una mujer poderosa.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / MASSIMODUTTI.COM / SSENSE.COM / BIMBA Y LOLA / PARETCHIC.COM / MYTHERESA.COM / REVOLVE.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA

1. Saco, **MASSIMO DUTTI**, \$7,495, C.C. Town Square, Metepec. 2. Brazaletes, **COURRÈGES**, USD452, ssense.com. 3. Zapatos, **BIMBA Y LOLA**, \$6,200, C.C. Perisur. 4. Falda, **VINCE**, \$10,950, farfetch.com. 5. Blusa, **RICK OWENS**, \$21,596, mytheresa.com. 6. Bolsa, **THE ATTICO**, USD108, revolve.com.

1.



# NATURALES & balmy

*El secreto para unos labios rellenitos y saludables está en cómo los cuidas. Te decimos cómo lograr estos looks de pasarela con una rutina sencilla.*



## 1. LISITOS Y SUAVES

En las noches, exfolia tus labios usando un *pad* con ácido glicólico. Hazlo en movimientos circulares del centro hacia afuera.

## 2. SIN FILLERS

El ácido hialurónico rellena los labios naturalmente y sin ponerte *fillers*. Aplica unas gotitas y masajea suavemente hasta que se absorba muy bien.

## 3. SÉLLALO TODO

Pon una capa generosa de alguna crema pesada y déjala toda la noche. También puedes usar Vaselina.

## 4. LOOK NATURAL

Delinea con lápiz cremoso en un tono parecido al de tus labios y con los dedos, difumínalo hacia el centro.

## 5. PROTEGE DEL SOL

Para lograr el efecto *balmy*, utiliza un bálsamo sin color que de brillo sin verse como *gloss*. Si tiene SPF, ¡mejor! El sol reseca y agrieta los labios.

## 6. ¡EXTRA, EXTRA!

Puedes terminar el look con un segundo bálsamo con efecto voluminizador para que se vean más rellenitos.

2.



3.



FAV  
FAV

4.



5.



6.



1. Glycolic Acid 7% Toning Solution, **THE ORDINARY**, \$320, El Palacio de Hierro.
2. Hyaluron Activ B3, **AVÈNE**, \$1,372, Liverpool.
3. Cicaplast Baume B5+, **LA ROCHE-POSAY**, \$385, fahorro.com.
4. Phyto-Lip Twist, **SISLEY PARIS**, \$1,350, sisley-paris.com.
5. Bananas Foster, **VACATION**, \$158, nuestrosecreto.com.mx.
6. Tripeptide Plumping Lip Balm, **THE INKEY LIST**, \$330, sephora.com.mx.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / PRODUCTOS: ELPALACIODEHIERRO.COM; LIVERPOOL.COM.MX; LA ROCHE-POSAY.COM.MX; SISLEY-PARIS.COM; NUESTROSECRETO.COM.MX; SEPHORA.COM.MX.

# SÚPER LISO *súper slick*

Suelto o recogido, el pelo lacio con división al centro es el look para llevar este otoño.



2.



3.

4.



5.



6.



## 1. EVITA EL FRIZZ

Sobre el pelo húmedo, aplica una crema termo-protectora contra el frizz y que además, deje el pelo suave y liso.

## 2. LA HERRAMIENTA PERFECTA

Un peine de vapor alacia el pelo desde la raíz sin dañarlo de más, dejando un acabado súper liso.

## 3. COMO SEDA

Puedes usar una plancha con placas de cerámica para asegurarte de que el alaciado quede perfecto.

## 4. HAZLO BRILLAR

Termina con un aceite de efecto glossy que controle la humedad. Aplícalo de medios a puntas y lo que sobre, úsalo para aplacar los pelitos sueltos.

## 5. SI LO RECOGES

Utiliza una crema para peinar en lugar de gel, así se verá más natural.

## 6. PERFECCIONA

Con ayuda de un cepillo para baby hairs, pule el acabado de tu recogido para un look perfecto.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / PRODUCTOS; DRYBAR.COM; WAVYTALK.COM; HOTTOOLS.COM; KERASTASE.COM.MX; LOREAL-PARIS.COM.MX; SALLYMEXICO.COM.

1. High-Gloss Smoothing Blowout Cream, **DRYBAR**, \$575, liverpool.com.mx. 2. Sleek Sweep, **WAVYTALK**, USD49, wavytalk.com. 3. Alaciadora para cabello, **HOT TOOLS**, \$949, walmart.com.mx. 4. Glaze Drops, **KÉRASTASE**, \$1,305, sephora.com.mx. 5. Crema para peinar extra brillo Elvive, **L'OREAL PARIS**, \$65, Soriana. 6. Cepillo Baby Hair Styler, **CANTU**, \$125, sallymexico.com.

# CICLISTA *off duty*

Llegamos al momento de vestir en capas y es la ocasión perfecta para hacer una buena compra de unos *biker shorts* o desempolvar esos que solo usas para hacer ejercicio. Este mes úsalos como base y juega con otras texturas encima. Para hacerlo como *pro*, busca esta silueta en materiales inesperados como encaje o tejido de punto con textura. Llévalo en capas, con algo translúcido o amplio encima y combínalo con piezas más formales como un saco o una camisa.



1. ADIDAS, \$2,299, C.C. Reforma 222. 2. CIDER, \$472, mx.shopcider.com. 3. OYSHO, \$899, C.C. Santa Fe. 4. GUESS, C.C. Antara. \* 5. SPORTY & RICH, \$2,341, farfetch.com.

## #ELLECONSEJO

Úsalo con botas altas y puntiagudas para un look Gen Z.

# BABY girl!

Se trata de una de las prendas más divertidas y *sassy* para el 2025. Estas playeras son todo un *mood* y son una gran opción para transicionar al otoño aferrándonos al verano. Las *baby tees* son tan populares ultimamente, que marcas como Miu Miu tienen un sinnúmero de versiones. Pero si aún te preguntas qué las caracteriza, simplemente son playeras de silueta ceñida al cuerpo y un poco cortas, perfectas para presumir un poco de abdomen y oblicuos. Si no eres fan de llevar ropa pegada, es súper válido llevarlas más holgadas, pero sin olvidar dar la idea de que se encogió. ¡Puntos extras si juegas con un gráfico en tu playera!



1. MIU MIU, El Palacio de Hierro Polanco. \* 2. MARTINE ROSE, USD360, matine-rose.com. 3. BERSHKA, \$299, C.C. Parque Toreo Central. 4. AMBUSH, USD183, ambushdesign.com. 5. DESIGUAL, \$2,190, C.C. Antara Polanco.

FOTO: ©GETTY IMAGES / LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / MIUMIU.COM / MARTINE-ROSE.COM / BERSHKA.COM / AMBUSHDESIGN.COM / DESIGUAL.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

#ELLECONSEJO  
Si no encuentras el corte, no hay problema, prueba en la sección de niños con la talla más grande o una regular de mujer en talla pequeña.



## Más allá del archivo

FENDI

En el marco de su centenario, hacemos homenaje a Roma para descubrir la nueva tentación de la casa italiana, inspirada en los recuerdos, reales e imaginarios de Silvia Venturini Fendi en torno a la marca. Esta bolsa es protagonista de la colección porque está confeccionada con un patrón *chevron* y una "V" invertida que incorpora una sutil textura entre cada bloque de color. Su paleta cromática evoca los matices de la ciudad al atardecer, el mejor escenario para el otoño en Italia.

#¿DÖÖONDE?  
EL Palacio de Hierro, Polanco.\*

**EXPANSION**

**CEO**

# SUMMIT

En alianza con:  **Banamex**

**11 09 25**

**WTC CDMX**

**11:00 HRS.**

**Más información en:** [expansion.mx/ceosummit-2025](https://expansion.mx/ceosummit-2025)



#timeless



¿SABÍAS QUE...?

Este modelo cumple con la norma ISO 6425 para los relojes de buceo. Se puede sumergir hasta 300 metros bajo el agua.

por JESSICA GUTIÉRREZ

Oficialmente empieza la temporada de las bajas temperaturas y con esta llegan los items que conquistarán el segundo semestre del año, como este reloj *Iced Sea Date 0 Oxygen* de Montblanc. Hace referencia a los glaciares blancos y la esfera está inspirada en la *Mer de Glace*, con una textura artesanal poco común que lleva por nombre *gratté-boisé*. Es tan cool, que literalmente necesitarás usarlo con prendas que también hagan alusión al clima frío. Las piezas en lana y tejidos de punto serán tus grandes aliadas para llevar este reloj sin esfuerzo. De hecho, es el momento ideal para apostar por un *bodysuit* / mono en tono café para seguir en tendencia hasta el fin de año. No dudes en contrastar este tono con otros más estridentes, como un amarillo pollo y un rojo vivo. De eso se trata un buen look, de buscar contraste pero también balance.

ELLElook

#OOTD



1.



2.



3.



4.



5.

1. Bolsa, **FERRAGAMO**, \$53,500, Masaryk 426, Polanco. 2. Charm, **NORA LOZZA**, USD245, noralozza.com. 3. Bodysuit, **SER.O.YA**, \$6,666, farfetch.com. 4. Calceñas, **OYSHO**, \$299, C.C. Artz Pedregal. 5. Zapatos, **CAMPER**, \$4,000, C.C. Antea Querétaro.

FOTOS: CORTESÍA MONTBLANC / STORE.FERRAGAMO.COM / NORALOZZA.COM / FARFETCH.COM / OYSHO.COM / CAMPER.COM

---

CONOCE A LOS CREADORES DE CONTENIDO  
NOMINADOS Y VOTA POR TU FAVORITO EN:  
DIGITELLE.MX

18  
SEPT  
2025

---

PREMIOS

**DIGITELLE**

PRESENTADOS POR ELLE

---

18  
SEPT  
2025

MILLONES LOS SIGUEN.  
NOSOTROS LOS PREMIAMOS

@ELLE\_MEXICO ELLE.MX

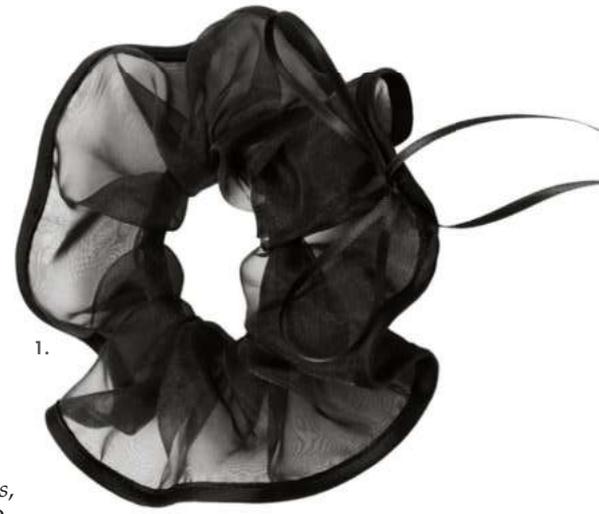
---

oppo BY5. IPSY TEQUILA CampoAzul. KARL LAGERFELD



# BUNS UP!

Esta mitad del año estará invadida por *scrunchies*, pero en tamaño XL. Mientras más se vea, mucho mejor. Será la cereza del pastel para terminar tu look y te ayudará a dominar la melena en esos días que no sabes como controlarla en época de lluvias. Prueba con diseños que salgan de lo típico, que formen figuras como flores o corazones en diferentes texturas como las de encaje u organza. Si estas buscando algo más clásico escoge una en satén o algodón. Un detalle a tomar en cuenta es el color de tu pelo, aplica colores que contrasten y no se pierdan en tu peinado.



1. & OTHER STORIES, USD15, stories.com. 2. ZARA, \$429, C.C. Reforma 222. 3. MIU MIU, El Palacio de Hierro Polanco. \* 4. MANGO, \$467, C.C. Parque Delta. 5. CIDER \$333, shopcider.com.

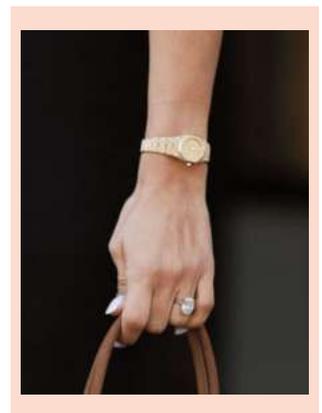
FOTO: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT / STORES.COM / ZARA.COM / MIU MIU.COM / SHOPWANG.COM / SHOPCIDER.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



# ¡TIC-TAC, TIC-TAC!

Como el Conejo Blanco en *Alicia en el País de las Maravillas*, tú también deberías estar preocupada por no llegar tarde a tus citas importantes. Y qué mejor manera de hacerlo que con un mini reloj. Estos accesorios son tan elegantes como discretos y pueden confundirse con brazaletes por lo diminutos que son. Para llevarlos al siguiente nivel, úsalos encima de una manga larga. Si aún no te convence, prueba con uno en forma de anillo: la idea es sumar funcionalidad sin esfuerzo. De hecho, Kendall Jenner es la mayor entusiasta de este accesorio.

1. **BREDA**, USD195, breda.com. 2. **COACH**, \$3,399, liverpool. 3. **BOCCIA**, \$3,799, watch2go.mx. 4. **CASIO**, \$2,949, C.C. Manacar. 5. **CENDRÉ**, \$3,118, revolve.com. 6. **DANIEL WELLINGTON**, \$3,595, El Palacio de Hierro. 7. **FOSSIL**, \$3,595, fossil.com.



## Future Nostalgia

MARELLA FW25

Hicimos un viaje en el tiempo y nos inspiramos en esas fotos de mamá cuando era joven. Con la nueva colección de Marella, puedes jugar con sets y capas inesperadas para construir looks llenos de nostalgia como este: un vestido largo y fluido con un delicado estampado floral, acompañado de un mini cárdigan tejido y ceñido al cuerpo, perfecto para protegerte del viento. Por último, una *bomber jacket* de piel napa en rojo quemado. Es, literalmente, el combo ganador para dominar el look más popular del otoño.

#¿DÓONDE?  
C.C. Antara.\*

*El  
Palacio de Hierro*



MI ESTILO  
SE ESCRIBE  
CON Z

**SÍ SOY**

SOY TOTALMENTE PALACIO



*El Palacio de Hierro*

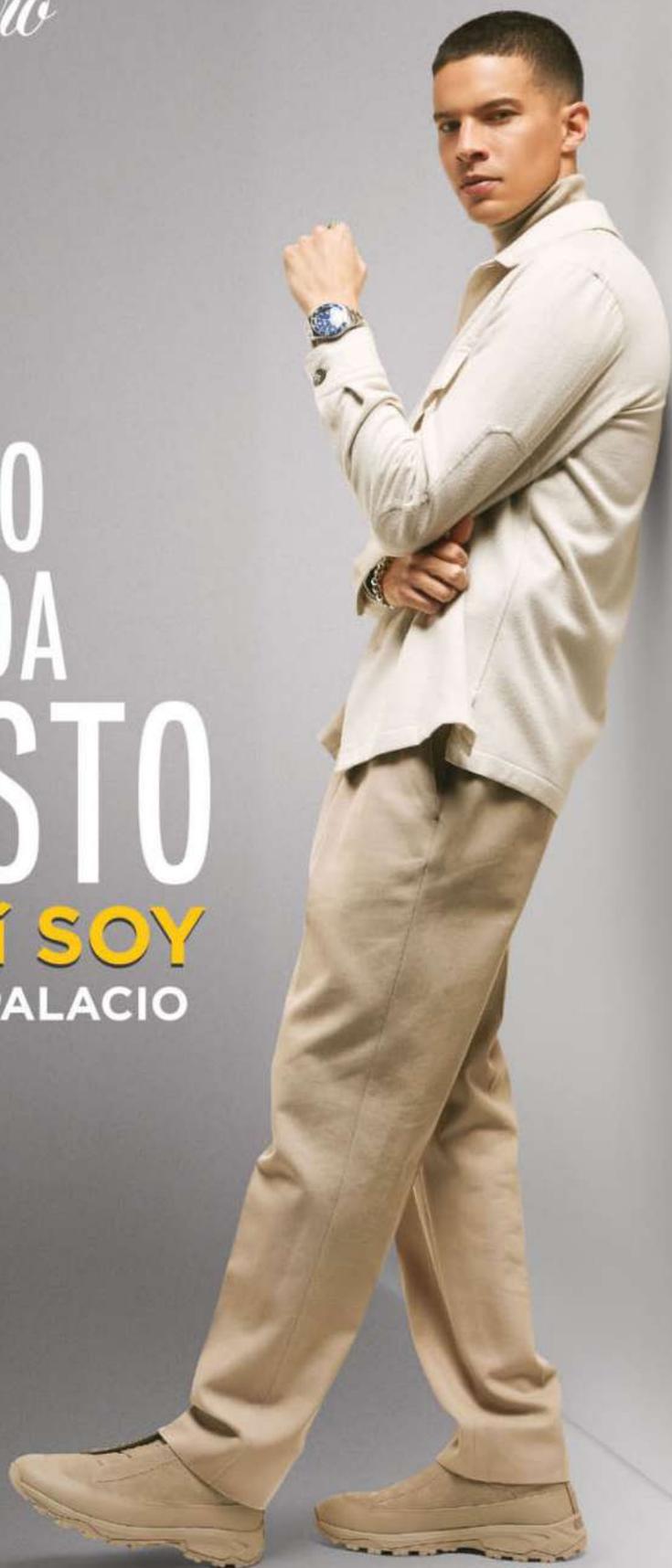
**MI VESTIDO  
DE NOCHE SIRVE PARA,  
CADA DÍA**  
**SÍ SOY**  
**SOY TOTALMENTE PALACIO**

*El  
Palacio de Hierro*

LO QUE VISTO  
NUNCA QUEDA  
EN VISTO

**SÍ SOY**

SOY TOTALMENTE PALACIO





# FASHION FOCUS: *Directo a la piel*



EL EXTERIOR TOMA EL CONTROL. SILUETAS QUE IMPONEN Y COLORES QUE DESTACAN.

El material estrella para arrancar el otoño es, sin duda, la piel. Ideal para llevar encima de cualquier look, su durabilidad la convierte en una inversión que te acompañará por muchos años, además conserva el calor como ningún otro material. En esta ocasión para encontrar la pieza perfecta, pon atención en los hombros: busca estructuras amplias y solapas grandes que le den fuerza y presencia a tu outfit. Apuesta por un abrigo largo o un set coordinado para que literalmente estés forrada en piel de pies a cabeza... te verás muy poderosa. Para usarla, combínala con una base que contraste como el azul cielo o tonos neutros para dejar que brille el cuero y, obvio, también tú.

# IMMY WATERHOUSE



por NATALIA SÁNCHEZ



*Actriz, modelo y directora*

*@immywaterhouse*

Desde pequeña sintió una conexión profunda con el cine y la creatividad. Immy disfrutaba de hacer pijamadas con sus amigas, viendo películas y grabando cintas caseras, experiencias que despertaron su pasión por contar historias. Comenzó su carrera en el modelaje, que le enseñó sobre disciplina y el rechazo, y facilitó su transición a la actuación. Su sueño siempre fue actuar y recuerda con cariño el primer trabajo como extra. Su primer papel con diálogo fue para una serie de la BBC, una experiencia nueva, emocionante y aterradora que aún resuena en ella al comenzar nuevos proyectos. En el set, su mayor fuente de comodidad es la música, siempre lleva un altavoz en su tráiler y baila frente al espejo antes de grabar. Su estilo personal es cómodo y desenfadado: prefiere no llevar bra, usar tracksuits, Uggs y ocasionalmente una mascarilla LED facial. Define su estilo como una versión ligeramente más refinada de Adam Sandler. Al viajar, nunca olvida empacar una camiseta gigante y su bolso Chloé Paddington. Un truco que utiliza cuando va con prisa es ponerse una mascada, ya sea en el pelo o en el cuello; en invierno, su BFF es una chamarra larga que lo cubra todo. Immy es experta en darle una segunda vida a las prendas. Una de sus piezas más atesoradas es un top azul pastel heredado de su madre que ha pasado por varias generaciones en su familia. En su bolsa siempre lleva maquillaje, su diario, una cámara digital, cargadores enredados, tampones y una mezcla de arena, tierra y tabaco. Sus podcasts favoritos son *This Cultural Life* y *Desert Island Discs*, donde encuentra mucha inspiración. Una de las cosas que más disfruta de grabar *The Buccaneers* es la hermandad entre las actrices, la intensidad emocional de la serie y el hecho de traer de vuelta la idea del anhelo y el deseo. 🍷 FIN



**BEAUTY FAVS:**  
ES FAN DE LAS  
CREMAS ESPESAS  
DE DR JART+ Y DE  
RHODE. SU PERFUME  
DE CABECERA ES  
TOBACO & VANILLA  
DE TOM FORD.



**“ACTUAR SIEMPRE FUE EL OBJETIVO. A TRAVÉS DE ESO, DESCUBRÍ LA DIRECCIÓN, ASÍ QUE ME SIENTO MUY AFORTUNADA DE QUE UNA COSA HAYA LLEVADO A LA OTRA”.**



## PICA RICO

ÁCIDO Y EDGY

- 1. Lentes, **BALENCIAGA**, El Palacio de Hierro Polanco.\*
- 2. Chaleco, **SPORTMAX**, Masaryk 318, Polanco.\*
- 3. Bra, **GCDS**, USD550, gcds.com.
- 4. Top, **SKIMS**, \$1,450, skims.com.
- 5. Pantalón, **MANGO**, \$1,599, C.C. Oasis Coyoacán.
- 6. Aretes, **HUGO KREIT**, USD494, hugokreit.com.
- 7. Bolsa, **ACNE STUDIOS**, USD2,400, acnestudios.com.
- 8. Zapatos, **HEAVEN BY MARC JACOBS**, marcjacobs.com.\*



FOTOS: BALENCIAGA.COM / MAXIMARA.COM / GCDS.COM / SKIMS.COM / ACNESTUDIOS.COM / MARC JACOBS.COM / BURBERRY.COM / SLEFRIDGES.COM / STUDIOCONCHITA.COM / FARFETCH.COM / MIUMIU.COM / COACH.COM / JACQUEMUS.COM / HM.COM / JWANDERSON.COM / LOEWE.COM / PRADA.COM / MYTHERESA.COM / ZARA.COM / \*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

“DALE, DALE, DALE, NO  
PIERDAS EL TINO, PORQUE  
SI LO PIERDES, PIERDES  
EL CAMINO”



# MISC(ELLE)ÁNEA

Parte de la cultura pop mexicana son sus dulces y todos los que crecimos en México lo podemos confirmar. Eran uno de los grandes *hits* de las fiestas infantiles, ya fuera en la piñata o en el aguinaldo. Esta edición súper mexa se la dedicamos al Pulparindo, al Pelón Pelo Rico, a la Nucita y a todos esos dulces que nos alegraban la tarde después de la escuela... o a veces, entre clases. Inspírate en tu sabor favorito: enchilados, caramelos o chocolates, para llevar tu look de la mano de tu paladar. ¿A quién no le tocó que, al comprar tortillas, le dieran de cambio una Pica Fresa por un peso?



# UN MUNDO DE CAMELO

## COLOR POP

1. Suéter, **BURBERRY**, El Palacio de Hierro Santa Fe.\*
2. Lentes, **CHANEL**, USD440, selfridges.com.
3. Collar, **STUDIO CONCHITA**, \$10,500, Tampico 41a, Roma Nte.
4. Falda, **CHOPOVA LOWENA**, \$44,819, farfetch.com.
5. Bolsa, **MIU MIU**, El Palacio de Hierro Polanco.\*
6. Zapatos, **COACH**, \$5,390, C.C. Antara.com.



# TRIPLE CHOCOLATE BUTTERY

1. Lentes, **JACQUEMUS**, USD375, jacquemus.com.
2. Top, **H&M**, \$549, C.C. Santa Fe.
3. Chamarra, **MAGDA BUTRYM**, \$72,642, farfetch.com.
4. Jeans, **JW ANDERSON**, \$12,500, jwanderson.com.
5. Charm, **LOEWE**, \$12,450, loewe.com.
6. Bolsa, **PRADA**, El Palacio de Hierro Polanco.\*
7. Aretes, **KHAITE**, USD856, mytheresa.com.
8. Sandalias, **ZARA**, \$1,099, C.C. Parque Delta.



Arquitecta, modelo y creadora de contenido

# MÓNICA CABALLERO

@MONICABALLERO\_\_

1.



2.



por NATALIA SÁNCHEZ

Mónica es un auténtico estuche de monerías. No solo por lo multifacética que es en su CV, su personalidad también esta llena de color y estilo, mismo que describe como romántico, relajado y cambiante. Es fan de la moda mexicana y dentro de sus favoritas están Minena y ABL Studio. Para su *beauty* look diario, Moni es *team* “nunca es suficiente blush”, acompañado de unas cejas envidiables y un pelo perfecto. Por último, el consejo que se daría a ella misma y a los demás sería: “No tienes que cambiar para que te amen, lo que eres ahora ya es suficiente”.



¿QUIÉN ES MÓNICA CUÁNDO NADIE LA ESTÁ VIENDO?

Soy muy introspectiva. Llora con facilidad, río fuerte y sobrepienso. Soy muy sensible y a veces me abruma lo que siento pero es parte de lo que soy.

¿CÓMO DEFINES LA AUTENTICIDAD?

La autenticidad es lo que muestras desde un lugar verdadero. Para mí, es estar alineada con mis valores, incluso cuando eso no se ve perfecto.

¿EN QUÉ MOMENTO ENCONTRASTE TU ESTÉTICA EN REDES?

Cuando dejé de pensar tanto en lo que “funcionaba” y empecé a compartir desde lo que me movía. Mi voz estética se volvió más intuitiva, más parecida a mí.

1. Juguete anti-estrés, **NEEDOH**, \$269, amazon.com. 2. Estuche big blue, **STAR FACE**, USD17, starface.world.

FOTOS: ALONSO DÍAZ / STARFACE.WORLD / AMAZON.COM.

PODCAST 



**RESUMEN DIARIO DE LAS  
MEJORES NOTICIAS**

*LUNES A VIERNES 6 AM*

DISPONIBLE EN



# ΜΙΛΕΪΤΕ

## HSBC ΤΕ ΔΑ 15%



Patrocinado por



Descarga. Rueda. Comparte.



ecobici.cdmx.gob.mx

# CON ECOBICI. DE DESCUENTO.



@ecobicidmx

@ecobicidmx

@ecobici

@ecobici



GRUPO EXPANSION / MOBILITY

#ellepick



# LIENZO

por NATALIA SÁNCHEZ

## PARA TODA LA VIDA

Este es un proyecto que nació en Oaxaca de la mano de dos amigas que fusionaron sus pasiones: la moda, los negocios y el impacto social. Lienzo es una marca de ropa conformada por un equipo únicamente de mujeres. Tienen un proceso de producción con flujo lento que va en contra de la *fast fashion* y buscan crear prendas de calidad que tengan una larga vida. Priorizan el uso de telas orgánicas y reutilizan merma, pues en dónde otros ven un pedazo de tela sin ningún fin, ellas ven un lienzo en blanco perfecto para una pieza única. Durante su proceso creativo se inspiran en su entorno, en las flores y en los paseos soleados de Oaxaca, una imagen muy colorida y llena de gráfica que representa una conexión con la naturaleza y la cultura local. Es difícil que tengan más de una prenda igual, así que si una te enamora no la dejes ir. Su oferta es unisex y unitalla, por lo que podrás encontrar piezas para todo tipo de cuerpo y gustos. 🌞 FIN



#¿DÓONDE?

@lienzolienzo / Casa de Barro, Oaxaca.

**AL EMPRENDER EN EL DISEÑO ARTESANAL, ES IMPORTANTE COMPRENDER EL CONTEXTO SOCIAL DE LA COMUNIDAD ARTESANA, TRABAJAR DE LA MANO CON ELLA Y RESPETAR Y VALORAR SU TRABAJO Y CONOCIMIENTO.**

FOTO: PAULA GONZÁLEZ @FALSAEDITORIAL, MODELOS: ANGELES ALTAMIRANO @ANGG\_CHA Y TANIA MARISCAL @TANIAMARISCAL

# ¿Sabes cuántas empresas hay detrás de estos XV años?

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

**TIENDAS DE ROPA**

+ 134,000 Empresas

+ 295,000 Empleos

**Corte y  
confección**

**Tienda de  
vestidos**

**Telas**

**TELAS**

+ 1,300 Empresas

+ 51,000 Empleos



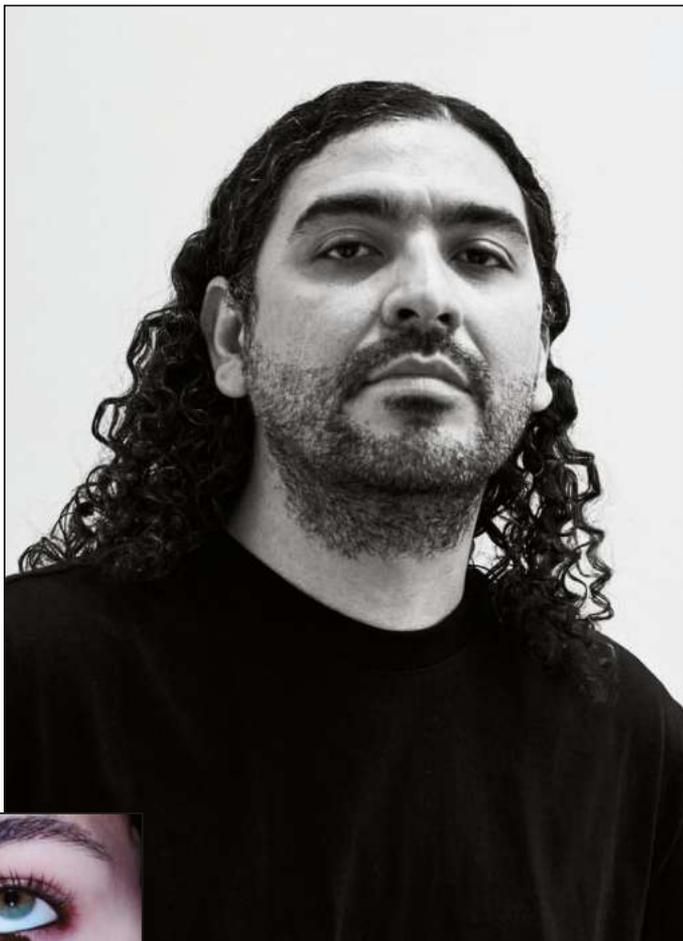
**¡Escanéame!**

**Voz de las Empresas**



Consejo de la Comunicación

# OSSIEL RAMOS ABARCA



@OSSIELRAMOSABARCA

## Para empezar...

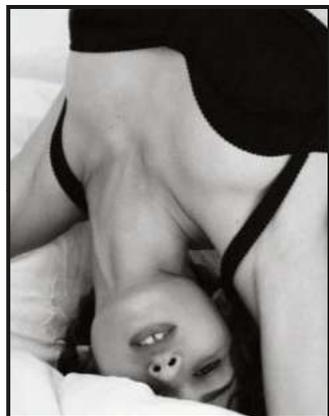
Su primer gran proyecto fue para El Palacio de Hierro, con espectaculares en toda la república.

## Inspiraciones atemporales

Sus referencias son extensas y de muchas épocas: desde Cher, Picasso, Diane Kendal y Lucia Pieroni, hasta sus amigos.

## Sueños imparables

Su mayor anhelo es poder maquillar en *Fashion Week* con su marca de maquillaje OD Beauty.



**“SIEMPRE QUISE EL RESPETO DE MIS COLEGAS. NO ME INTERESA LA FAMA, ME IMPORTA QUE RECONOZCAN MI ESTILO.”**

## DE MICHOACÁN PARA EL MUNDO

Desde los cinco años lo conquistó el mundo del maquillaje. Comenzó experimentando con su mamá y ahí consideró la belleza de forma profesional. Estudió maquillaje en Guadalajara y a los 18 años empezó a trabajar en una tienda de MAC Cosmetics, donde ascendió hasta llegar al área corporativa, formando a nuevos maquillistas. Más tarde, inició su carrera *freelance* en editoriales, hasta convertirse en *Head Makeup Artist* de Chanel en México. Con la intención de llevar su trabajo a otro nivel dejó ese puesto y se mudó a París. Desde entonces, ha colaborado con marcas como Urban Decay, Lancôme, Balmain y Fendi, entre otras, creando *beauty looks* memorables para pasarelas y campañas. En 2024, junto a su amigo Diego Diez, lanzó OD Beauty, una línea de maquillaje con productos veganos, reciclables y recargables. La misión de la marca es inspirar a una nueva generación de creadores a través de la libertad creativa. Su propuesta es tan sólida que las fotografías de la campaña de lanzamiento las hizo la mismísima Elizaveta Porodina. ★ FIN

# SUSCRÍBETE

EXPANSION

Quién

ELLE



Escanea para  
ingresar al sitio



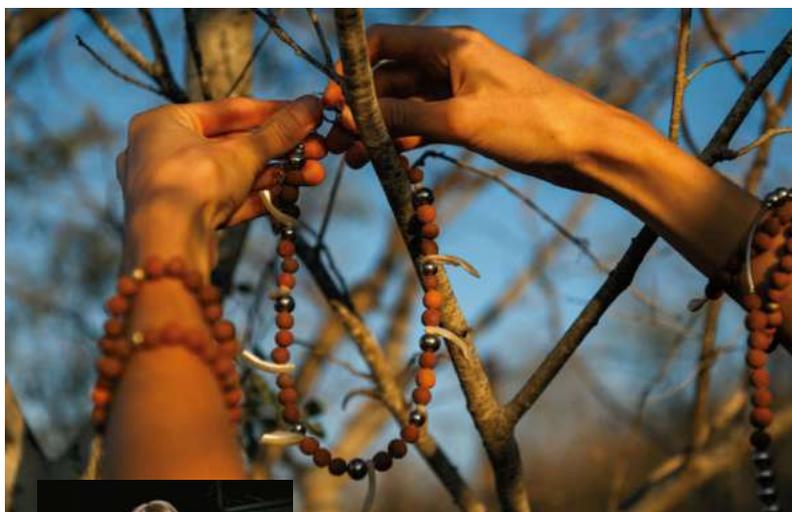
[tienda.grupoexpansion.com](https://tienda.grupoexpansion.com)

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



# CHIC Y CONSCIENTE

DESDE CUERO VEGANO HASTA PRENDAS HECHAS CON CARIÑO, ESTA TEMPORADA LAS MARCAS MEXICANAS DEMUESTRAN QUE LO SUSTENTABLE TAMBIÉN PUEDE SER DESEABLE. SI AÚN CREES QUE LO ECOLÓGICO ES ABURRIDO, ESTAS PROPUESTAS TE HARÁN CAMBIAR DE IDEA... ¡ADEMÁS DE BOLSA, SANDALIAS Y COLLARES!



**SACRED SCRAPS**  
Una cápsula del tiempo que cuelga de tu cuello. Esta marca mexicana rescata piezas *vintage* para transformarlas en collares, aretes y *charms* que brillan por su propia historia. Todo se arma a mano desde CDMX con materiales recuperados desde perlas, cruces metálicas, relicarios y cadenas con un *twist* gótico-místico que le dan un aire dramático a cualquier look.



**FÁBRICA DE PUNTO**  
Prendas minimalistas, cortes limpios y colores versátiles son el uniforme chic de esta temporada. Fábrica de Punto trabaja a partir del detalle, con básicos para todos los días con ese toque elevado. Todas las piezas están hechas en México con procesos lentos y materiales nobles.



**PAWUAMBA**  
Las nuevas sandalias favoritas de tu clóset probablemente vengan de Oaxaca. Pawuamba mezcla tradición, diseño y respeto por los materiales en sus sandalias de cuero curtido vegetal hechas a mano en colaboración con artesanos locales. Perfectas para caminar en una galería de arte o por una playa escondida.



**DESSERTO**  
La estrella de la temporada: la bolsa de cactus por Desserto. Adrián López y Marte Cázarez elaboraron un cuero vegano a base de nopal, hecho en Jalisco. Colaboran con distintas marcas. El material creado por este dúo mexicano se ha convertido en el favorito para crear bolsas irresistibles.

FOTOS: CORTESÍA SACRED SCRAPS POR LUCILA MURIEL / CORTESÍA FÁBRICA DE PUNTO POR ALEXA OSUNA / CORTESÍA PAWUAMBA POR ANGIE CASTRO Y MARCE CERBÓN / CORTESÍA ADRIANO DI MARO S.A. DE C.V. (DESSERTO®).

## #ELLECONSEJO

No subestimes el poder de una buena inversión, una bolsa que no dañe al planeta o unos aretes con historia pueden hacer más por tu outfit que diez compras impulsivas.

# ELLE NEWS



septiembre

1. AŞAP ROCKY Y RAY-BAN UNEN SUS VISIONES CREATIVAS Y NOS LLEVAN AL FUTURO DEL EYEWEAR: PRESENTAN TRES COLECCIONES QUE NOS DEMUESTRAN QUE LAS POSIBILIDADES DE COMBINARLOS SON INFINITAS.

RAY-BAN.MX



2. La perfumista Daphné Bugey fue la encargada de crear *L'Eau Pure*, la nueva fragancia de KENZO inspirada en la Polinesia Francesa que está formulada con un 91% de ingredientes naturales y un envase que contiene 15% de vidrio reciclado.

[KENZOPARFUMS.COM](http://KENZOPARFUMS.COM)



3. LA COLECCIÓN CITY EXCLUSIVE DE LE LABO TIENE UNA NUEVA FRAGANCIA: "OSMANTHUS19". CON NOTAS DE INCIENSO, LAVANDA Y MADERAS, ESTÁ INSPIRADA EN LA BELLEZA Y LA ESCENCIA DE LA CIUDAD JAPONESA DE KIOTO.

[LELABOFRAGRANCES.COM.MX](http://LELABOFRAGRANCES.COM.MX)



4. La naturaleza y la alta costura inspiraron *Flowerlace* y *Fleurs d'Hawai*, las nuevas colecciones de Van Cleef & Arpels, ideales para acompañarte desde tu día a día hasta en los momentos más especiales.

[VANCLEEFARPELS.COM](http://VANCLEEFARPELS.COM)

septiembre

# ELLE NEWS



5. PARA SU CAMPAÑA OTOÑO/INVIERNO 2025, LA FIRMA ITALIANA LANZA GUCCI PORTRAIT SERIES, UNA PROPUESTA VISUAL ÍNTIMA Y PODEROSA QUE PONE EN PRIMER PLANO A LO MÁS IMPORTANTE DE LA MODA: LAS PERSONAS QUE LA USAN.

GUCCI.COM



7. Alejandro G. Iñárritu celebra 25 años de Amores Perros con "Sueño Perro", una instalación que se exhibirá en la Fondazione Prada en Milán el 18 de septiembre y que eventualmente llegará a la Ciudad de México.

FONDAZIONEPRADA.ORG



6. GIGI HADID APRUEBA  
¡NUESTRAS PLEGARIAS FUERON ESCUCHADAS Y PATRICK TA POR FIN LLEGA A MÉXICO! LA MARCA DEL MAKEUP ARTIST FAVORITO DE LAS CELEBS ESTARÁ A LA VENTA EN SEPHORA A PARTIR DE ESTE MES.

PATRICKTA.COM



8. LA CIUDAD DE MÉXICO LE DA LA BIENVENIDA AL PRESTIGIO JOYERO DE PANERAI, EN COLABORACIÓN CON BERGER JOYEROS, CON SU NUEVA FLAGSHIP UBICADA EN MASARYK.

PANERAI.COM

# BELLEZA: *UN CONCEPTO* EN EVOLUCIÓN

Cambiar la forma en que vemos la belleza no es fácil, pero L'Oréal demuestra que es posible con mujeres como Blanca Juti, una mexicana que rompe esquemas desde adentro y transforma la conversación.

Durante siglos, la belleza ha estado presente en todas las culturas y momentos de la historia. Ha adoptado distintas formas, estilos y tendencias, pero nunca ha dejado de ser parte esencial de la vida. Hoy, en pleno 2025, el concepto está evolucionando como nunca antes: ya no se trata solo de verse bien, sino de estar bien, sentirse bien y vivir en equilibrio. L'Oréal, como líder mundial en belleza y cuidado personal, reconoce esta transformación y la ha plasmado en un nuevo enfoque: la "Esencialidad de la Belleza". Una idea que trasciende lo superficial, abraza el bienestar integral y muestra que cada momento de tu vida tiene un gesto de belleza. No se trata únicamente de maquillaje o skincare: la belleza es también una actitud, una forma de conexión con uno mismo y con el mundo.

## UNA VOZ CON PROPÓSITO

En esta nueva narrativa destaca una voz que impulsa el cambio desde adentro: Blanca Juti, Chief Corporate Affairs & Engagement Officer en L'Oréal Groupe. Mexicana y finlande-

sa, Blanca es antropóloga de formación, doctora por la Universidad de Cambridge y MBA por la Universidad de Dallas, con más de 25 años de experiencia creando estrategias de marketing y storytelling. Pero más allá de los títulos, aporta algo muy valioso: una mirada distinta sobre lo que hoy significa ser y sentirse bella.

Para Blanca, la belleza está íntimamente ligada con la salud. "Envejeces bien cuando te sientes bien", asegura. De ahí que distinga tres tipos de edad: la cronológica —la de tus documentos—, la biológica —señalada por tus biomarcadores— y la psicológica —cómo te sientes—. Cuando entendemos esto podemos hablar de envejecer con bienestar. Como dice Juti: "Cuando la vida te da más años, tú debes darle más años a la vida".

Blanca lo tiene claro: la belleza nunca ha sido un tema superficial. "Desde el Homo erectus ya se usaban pigmentos con fines estéticos. La belleza siempre ha estado ahí, marcando cambios culturales y reflejando lo que vive la sociedad. Es una forma de expresión, una aventura colectiva".





### **CREANDO LA BELLEZA QUE MUEVE AL MUNDO**

El enfoque de Juti es contundente: a través de la belleza nos relacionamos con la sociedad, nos mostramos al mundo, nos reconocemos en otros y construimos comunidad. Con esta visión, ha trabajado para que las 37 marcas de L'Oréal hablen un lenguaje más auténtico, cercano, respetuoso y representativo.

“La comunicación es clave para cualquier compañía. No se puede construir confianza sin compromiso. Para nosotros, la comunicación y la confianza son la base para lograr que la belleza sea más humana e inclusiva”.

Conscientes del impacto que pueden tener en la vida de cada persona, en L'Oréal han asumido un compromiso: crear una belleza que no cause juicio, sino amor propio. Una belleza que abrace la diversidad en lugar de imponer estereotipos, que sea una aliada del bienestar mental en un mundo que lo necesita urgentemente.

“Desde que entré a L'Oréal, me siento más guapa. Ahí se valoran las diferentes bellezas. Queremos decirle al mundo: tú eres bello. Y eso es transformador”. – Blanca Juti

### **BELLEZA AUTÉNTICA Y SIN FILTROS**

Este compromiso con lo real no es solo un discurso. L'Oréal ha tomado decisiones concretas, como no utilizar inteligencia artificial en su publicidad. ¿La razón? Preservar la autenticidad como valor central. Mostrar pieles, cuerpos y rostros reales, con textura y con historia. Bellezas que no encajan en un molde único, pero son profundamente humanas.

# *EL LIDERAZGO FEMENINO ESTÁ REDEFINIENDO EL DISCURSO DE LA BELLEZA DESDE UNA VISIÓN MÁS HUMANA, DIVERSA E INTEGRAL.*

Su objetivo no es solo vender un producto, sino empoderar a las personas para que se sientan seguras de sí mismas, desde lo más profundo hasta lo más visible. Esa seguridad que nace cuando aprendes a cuidarte, aceptarte y valorarte. Porque entender que no hay una sola forma de ser bella es liberador.

“Nos falta compasión hacia el otro, ver lo bello en los demás, sin compararnos. Pero también nos falta autocompasión: elogiarnos, celebrarnos desde lo profundo hasta lo externo. Todo tiene una belleza”.

## **AL CUIDADO DEL PLANETA**

Además de promover una belleza real e inclusiva, L'Oréal mantiene un compromiso sólido con la sostenibilidad ambiental. Ha sido reconocida por su labor en favor de la diversidad, la igualdad de género y el medio ambiente. Desde su programa “Para las Mujeres en la Ciencia” hasta sus ambiciosas metas para 2030, la compañía trabaja para reducir su huella y aumentar su impacto positivo.

Actualmente, el 100 % de la energía que usan en sus plantas mexicanas proviene de fuentes renovables. Además, están transformando sus productos con fórmulas naturales, ingredientes de origen responsable, envases biodegradables y procesos eficientes.

L'Oréal entiende que la belleza también tiene una dimensión ética. Por eso, su enfoque es integral: cuidar de ti, cuidar del otro y cuidar del mundo. Su meta es que puedas sentirte bien al usarlos, no solo por lo que hacen por tu piel o tu cabello, sino por el cuidado y la conciencia que hay detrás de cada frasco.

## **MÁS ALLÁ DEL PRODUCTO**

L'Oréal nos invita a replantear la belleza: entenderla como una experiencia que va mucho más allá del aspecto, que no nace del juicio, sino del reconocimiento. Porque la belleza no tiene un solo rostro, ni un solo tono de piel, ni una edad, ni un tipo de cuerpo. Es tan variada como la humanidad misma. Desde el momento en que nacemos hasta el día en que partimos, la belleza está presente y puede llenarnos de propósito, si la vivimos con conciencia y libertad.



*“MI IDEAL DE BELLEZA ES LA ARMONÍA INTERNA”:*

- BLANCA JUTI





Con líderes como Blanca Juti, la marca traza el camino hacia un futuro más equitativo, inclusivo y definitivamente más inspirador. Porque la belleza que realmente importa es la que nos conecta, nos libera y nos representa.

"Mi ideal de belleza es la armonía interna, sentirse bien en la piel. Celebro de todo corazón la infinidad humana y creo en la esencia de L'Oréal: Crear la belleza que mueva al mundo. Sin duda, lo estamos haciendo". —Blanca Juti

*L'ORÉAL BUSCA  
REFLEJAR  
UNA BELLEZA  
QUE INSPIRA,  
ABRAZA Y  
ACOMPaña.*



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

LUNES A VIERNES 9 AM

**POLÍ  
TICA**  
Y OTROS DATOS

JUEVES 6 AM

**CUÉNTAME DE  
ECONOMÍA**

LUNES 7 PM

**G**eeek hunters  
PODCAST

DOMINGO 4 PM

**NUEVOS VIDEOS  
TODOS LOS DÍAS**

PODCASTS | NOTICIAS | POLÍTICA

SUSCRIBETE EN  YouTube

**EXPANSION**

@ExpansionVideo



# ELLE

MARIANA  
ZARAGOZA:  
MOVERSE Y  
ENFRENTAR  
NUEVOS  
RETOS (P. 84)

68. INDOCUMENTADO,  
NO ILEGAL. MIGRAR NO  
ES UN CRIMEN

78. MODA EN MÉXICO:  
LA INDUSTRIA, SUS RE-  
TOS Y LO QUE VIENE

# STORIES

FOTO: MAURICIO SÁNCHEZ  
LOOK TOTAL, PRADA.

# 67



...O DE LA CRUZ ★ GONZALO FUERTES  
...JUAN VALENZUELA  
...RENZO LANDEROS  
ALEX GOMEZ USMC RIP  
...AMIREZ RAFAEL JAIME  
ANDREW WILLIAMS JOSE A  
DAVID J. WALLACE /  
...SANCHEZ C  
...LOPEZ

# RESISTIR PARA CUESTIONAR LA NARRATIVA MIGRATORIA

“YO CREO QUE ES MEJOR PASAR DOS O TRES VECES LA SELVA QUE ENFRENTARTE A LA GENTE, PORQUE LO POCO QUE TIENES, TE LO QUITAN TODO”.

POR **MARÍA PAULA FLORES FIGUEROA**  
@PAULALEYENDO

Eso fue lo que dijo Darwin Escocia, venezolano de 34 años, durante una entrevista en Casa Tochan, un albergue para migrantes en la Ciudad de México. Con 26 días de viaje a cuestas, narró los horrores que presenció en el camino: la extorsión, la violencia, la sensación constante de que todos, autoridades y delincuentes, podían despojarlo en cualquier momento.

Hace poco asistí a la presentación de un libro de Jacobo Dayan, un investigador con amplia trayectoria en el estudio de crímenes de la humanidad y memoria histórica. Entre todo lo que dijo, hubo una frase que no me he podido sacar de la cabeza: “Ya no deberíamos tener esperanza. Es inútil. Lo único que nos queda es la resistencia”.

Ese día entendí que yo siempre he tenido mi propia forma de resistir: cuestionar.

Por eso, no escribo este artículo con la intención de ofrecer una solución definitiva, ni de convencer a nadie de que, específicamente, aunque no exclusivamente en América, estamos ante una crisis migratoria inminente con un impacto humano sin precedentes. Mucho menos pretendo decir que sé cómo solucionarla. Tampoco busco imponer una retórica simple en uno de los debates más antiguos y complejos que existen. Lo que sí pretendo es que nos incomodemos, que nos hagamos preguntas y que redirijamos la atención hacia donde realmente está la raíz del problema.

Uno de los errores más graves al hablar de la crisis migratoria, como ocurre con muchos otros fenómenos sociales, es tratarla como un hecho aislado, sin entender que es, en realidad, la consecuencia de una cadena de problemas estructurales que poco tienen que ver con lo individual. Esto es importante, porque hiperindividualizar la migración nos

lleva a buscar culpables equivocados, atender causas erróneas y como resultado, aceptar soluciones inadecuadas.

Encuentro que uno de los caminos más transitados en este debate, es el de la criminalización del migrante. ¿Es el migrante ilegal o indocumentado? ¿Es la migración un crimen o un derecho? Me alegra que esta sea la discusión principal, porque —desde mi punto de vista— ahí se esconde la verdadera relevancia del fenómeno migratorio.

Hace tiempo entendí que la criminalización de la migración, específicamente la indocumentada, no es casual. Responde a un objetivo político-discursivo muy poderoso. La economía de Estados Unidos se sostiene, en gran parte, gracias al flujo migratorio indocumentado, que, según cifras que varían entre 14 y 20 millones de personas, cubre cada año la demanda de una industria que depende de esa mano de obra. “Donde, por cada millón de inmigrantes bajo la condición de indocumentados, los servicios públicos reciben unos 8,900 millones de dólares por los trabajos realizados”, según el más reciente estudio del Instituto de Impuestos y Política Económica (ITEP, por sus siglas en inglés).

Si Estados Unidos necesita tanto de la migración, ¿por qué se empeña en criminalizarla? ¿Por qué impone la misma agenda en México? ¿Por qué se esfuerza en destruir discursivamente la humanidad del migrante? ¿Cuál es el beneficio que obtiene de todo esto? Tal vez, la respuesta no esté en lo que la migración representa, sino en lo que el miedo permite justificar. Acaso, ¿la criminalización, tanto en el país de destino como a lo largo de la ruta, legítima, en el imaginario individual, colectivo, estatal y sistémico, la marginación, explotación y subordinación del “migrante indocumentado”? ★FIN



PLAY ME  
WHEN  
YOU ARE 150 YEARS

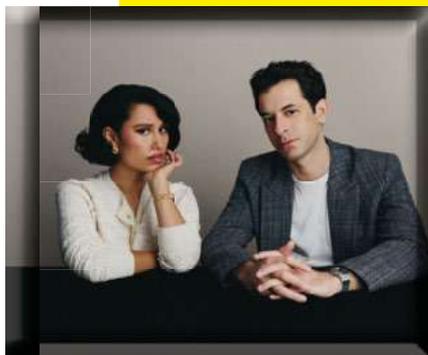
por JESSICA GUTIÉRREZ

**10 DE 10**

Los estilos de RAYE y Mark Ronson son un reflejo de los valores de la marca: artesanía, pasión y colaboración.



¿MARK RONSON Y RAYE? UN MATCH MADE IN HEAVEN. LOS ARTISTAS DEL MOMENTO UNIERON SU TALENTO ÚNICO EN UN SENCILLO QUE LLEVA POR NOMBRE "SUZANNE". DE LA MANO DE AUDEMARS PIGUET Y SU PROGRAMA AP X MUSIC, ESTE DUO CREÓ UNO DE LOS HITS DEL AÑO, COMO UN SÍMBOLO DE CELEBRACIÓN DE LOS 150 AÑOS DE LA FIRMA RELOJERA.



La conexión entre la música y el mundo del lujo es cada vez más fuerte y directa. Aunque el vestuario de los artistas musicales siempre ha sido un referente de estilo, el tipo de relaciones que se han formado en los últimos años va más allá de eso. Audemars Piguet es un gran ejemplo de esto, con un programa especial dedicado a la música y los talentos que están dando forma a la industria, este año, la firma decidió unir a dos de las personalidades más influyentes actualmente: el DJ y productor Mark Ronson y a la cantante RAYE. Juntos crearon un sencillo único llamado *Suzanne* donde su libertad creativa fue absoluta. El nombre fue idea de RAYE, al momento de escuchar la pista que Mark le presentó. Lo más interesante es que este nombre le surgió repentinamente sin saber que Suzanne es un nombre especial para Ronson y para la marca. ¿Señales del destino? Tal vez. Suzanne Audemars fue una mujer antepasada directa de las familias Audemars y Piguet, personaje clave en la fundación de la firma. Para complementar, Audemars Piguet quiso ampliar su experiencia creativa con un corto para documentar este proceso. Bajo la dirección de Theodor Guelat, el video se puede encontrar en plataformas como YouTube con el nombre de "Syncing Sounds 150". Es una exploración de su visión artística y un recorrido de inicio a fin, desde el desarrollo de la idea hasta la pieza musical definitiva. Todo hace *click* al final, el tiempo corre, pero la música es atemporal, como *Suzanne*. ★FIN

face to face



*Veronica Leoni*, la mente creativa que está reinventando la moda desde la esencia del diseño.

por JESSICA GUTIÉRREZ

*Como la directora creativa de Calvin Klein Collection, Veronica redefine el minimalismo no como ausencia, sino como presencia absoluta. Con una visión global y voz femenina, su propuesta celebra una nueva era.*

ELLE MÉXICO:

*¿Qué valores compartes con la marca y qué hace que tu conexión con Calvin Klein se sienta tan orgánica?*

VERÓNICA LEONI:

Soy parte de la generación de CK One y siento que Calvin Klein ha sido parte de mi vida desde siempre. Calvin ha sido culturalmente relevante tanto en lo estético como en los valores. Como adolescente extranjera, representaba la máxima expresión de la juventud más cool, encantadora y provocativa a la que aspirar. Además, el ADN de la línea Collection pertenece completamente a la ola estética y creativa en la que me he formado a lo largo de mi carrera. Esta oportunidad se sintió como algo hacia lo que había estado trabajando todo este tiempo.

ELLE MÉXICO:

*En una industria donde la dirección creativa sigue siendo en gran medida dominada por hombres, ¿cómo se siente asumir este rol como mujer en una casa de moda tan icónica?*

VERÓNICA LEONI:

Es una oportunidad única. Constantemente siento la presión y la responsabilidad que conlleva ser una de las pocas mujeres que tienen voz en la industria. He tenido mucha suerte en mi carrera al apoyar a algunas de las mejores directoras creativas de nuestro tiempo. Todos los días me comprometo a visibilizar el valor y empoderar las infinitas contribuciones que las mujeres ofrecen a la industria.

ELLE MÉXICO:

*Tras más de seis años de pausa ¿Cómo fue el proceso de revivir la línea Collection de Calvin Klein?*

VERÓNICA LEONI:

Al asumir este rol, hubo mucha emoción y también mucha responsabilidad. Si hay algo que he aprendido en mis años en la moda, es que independientemente de la marca o de las condiciones externas, no hay otra forma de dar vida a una colección *ready-to-wear* cualitativa y consistente. Confíe en mi instinto, me rodeé de un equipo pequeño pero muy experimentado y jugamos como sabemos hacerlo. La creatividad y la fuerte inspiración que Calvin en sí mismo ofrece, hicieron el resto.

ELLE MÉXICO:

*Calvin Klein es conocida por ser sexy, pero nunca de manera obvia: siempre camina en esa delgada línea entre la sensualidad y la sofisticación. ¿Qué significa para ti ese equilibrio?*

VERÓNICA LEONI:

No me gusta centrar la percepción de la marca solo en esto, ya que había un fuerte sentido del hedonismo y del culto al cuerpo, que sigue siendo muy relevante hoy y que se expresaba en diferentes tonos según el mensaje que el Sr. Klein quería transmitir. A veces era pícaro, otras, provocador o disruptivo y la mayoría del tiempo, con una actitud

firme y decidida. Pero también lograba ser extremadamente elegante y poético, chic y puro... incluso en una caja de ropa interior. ¡Diría que fue un maestro del marketing! Al final, para mí, ser sexy es una actitud. Es algo muy personal. Se trata de confianza, de tener un fuerte sentido de identidad, de un carisma nato. La ropa puede aportar sofisticación y estilo, pero realmente no creo que tenga que ver con la cantidad de piel que muestres.

ELLE MÉXICO:

*Eres conocida por tu estilo minimalista y tu sastrería impecable, pero ¿cómo definirías tu estética y visión creativa?*

VERÓNICA LEONI:

Calvin Klein Collection es el lugar perfecto para enraizar mi enfoque personal hacia la moda y evolucionarlo de una manera transatlántica, combinando la cultura típicamente pragmática del distrito de la confección neoyorquina con la artesanía europea más refinada, en la que me he formado toda la vida. El nuevo híbrido es la fórmula que seguimos en nuestro ejercicio de diseño. Podríamos hablar de minimalismo, pero queremos elevarlo a un nivel monumental donde todas mis obsesiones puedan encontrar resolución y donde forma, textura, detalle y pureza se equilibren.

ELLE MÉXICO:

*¿Quién crees que encarna claramente a la mujer Calvin Klein bajo tu dirección y por qué?*

VERÓNICA LEONI:

Nos dirigimos a una comunidad de mujeres inteligentes que aman la belleza y la calidad del diseño; que quieren verse impecables, chic y cool, pero también con espíritu y cierta imperfección. ¡El sentido más natural y empoderado de la feminidad es nuestro terreno común aquí! No creo que la edad, la profesión o la geografía deban ser una limitación.

ELLE MÉXICO:

*La superestrella Bad Bunny asistió a tu desfile debut. ¿Cómo percibes el talento latino y el mercado latinoamericano?*

NOMBRE APELLIDO:

Como marca global, nuestro objetivo es ser culturalmente relevantes en todo el mundo. Nuestra mayor ambición es ser locales y globales al mismo tiempo. ¡Además, soy fan de Benito!

ELLE MÉXICO:

*¿Qué consejo le darías a las mujeres que están luchando por hacerse un espacio en la industria de la moda?*

VERÓNICA LEONI:

No dejes de creer en ello y hazte visible. La falta de representación femenina es un problema cultural y no se limita solo a la moda o a las diseñadoras. Estamos librando una batalla más grande, pero no olvidemos que, al final... ¡no somos una minoría!

# Es la hora del Big Bang

por CAROLINA ALVAREZ



SUIZA ES UN PAÍS MUNDIALMENTE CONOCIDO POR SUS DELICIOSOS CHOCOLATES Y QUESOS, BANCOS QUE SI PUDIERAN HABLAR NOS DARÍAN BUENÍSIMAS HISTORIAS PARA LEER EN SERIE, ESCUELAS DE ALTO NIVEL Y PAISAJES QUE PARECEN SALIDOS DE UNA POSTAL. TAMBIÉN ES EL LUGAR DE NACIMIENTO DE H.R. GIGER, EL CREADOR DE LA ESTÉTICA DEL OSCURO UNIVERSO DE LAS PELÍCULAS ALIEN DEL DIRECTOR RIDLEY SCOTT. SI ERES SCIENCE-NERD SABES QUE, ESPECÍFICAMENTE, LA CIUDAD DE GINEBRA ALBERGA EL GRAN COLISIONADOR DE HADRONES DEL CERN, EXPERIMENTO CUYO OBJETIVO ES ESTUDIAR LAS PARTÍCULAS ELEMENTALES QUE FORMAN EL UNIVERSO, BUSCANDO RESPUESTAS SOBRE SU ORIGEN Y COMPOSICIÓN. Y SOBRE TODO, ES CONOCIDA POR SUS RELOJES, Y ES EL HOGAR DE LA MANUFACTURA DE UNA DE LAS MARCAS MÁS INNOVADORAS DEL MUNDO RELOJERO: HUBLOT.

Gracias a su colaboración con la UEFA Women's Champions League (son patrocinadores oficiales), Hublot me invitó a vivir una experiencia única en su casa en Nyon, junto a un grupo de amigos de la marca (entre los que estaba Beli, nuestro personaje de portada de Julio/Agosto). Fue mi primera vez en ese país, y no pudo haber sido mejor: tuvimos acceso exclusivo a su manufactura donde aprendimos de primera mano cómo se crea un reloj Hublot, desde el diseño hasta el ensamblaje final. Una mezcla de tradición, innovación y precisión (suiza) que impresiona incluso si no eres fan de la relojería.

BELINDA  
USANDO UN  
RELOJ  
HUBLOT  
DISPONIBLE  
EN EMWA.





ESTÁN ESTRENANDO SEDE EN UN NUEVO EDIFICIO DONDE LA MARCA NO SOLO GANA ESPACIO FÍSICO, TAMBIÉN MARGEN PARA SEGUIR PERFECCIONANDO SU CAPACIDAD TÉCNICA Y CREATIVA. CADA SEGUNDO CUENTA Y CADA DETALLE TIENE UN PROPÓSITO.

12  
11  
1  
10  
2  
9  
3  
8  
4  
7  
5

Y como si eso fuera poco, también tuve la oportunidad de entrevistar a Ada Hegerberg, futbolista de talla mundial, embajadora de la marca y una voz clave del fútbol femenino. Hablamos de deporte, disciplina, visibilidad y del significado de ser parte de una marca que apuesta por romper moldes, tanto en la cancha como fuera de ella.

En 1980 no era común combinar oro y caucho en la relojería de lujo. Desde sus inicios el ADN de Hublot ha sido retar las reglas establecidas del lujo con una mentalidad disruptiva, siempre cambiando lo que era normal o típico en la manufactura de relojes. 25 años después, bajo el liderazgo de Jean Claude Biver, Hublot ganó el pre-

mio al mejor diseño de una colección en Ginebra, con el nacimiento de la colección *Big Bang* —¡la cual está celebrando su veintavo aniversario este año!—. Se distingue por su estética llamativa y su diseño que rompe con las convenciones tradicionales de la relojería, siendo pionera en el uso de materiales como cerámica, titanio, caucho, oro y *Magic Gold*.

La importancia de la marca no solo recae en la maestría con la que están hechos sus relojes: diseño, materiales y colores, también en sus estrategias de marketing. Por ejemplo, el fútbol ha sido una pieza clave. En una época en la que las marcas de lujo evitaban asociarse con deportes considerados “populares”,

6 especialmente en Europa, la casa suiza apostó por lo contrario; mientras otras marcas limitaban su presencia al perímetro publicitario de los estadios, Hublot quiso ir más allá. La gente conocía muchas marcas gracias a la publicidad alrededor de la cancha, y en ese momento la dirección de marketing dijo que aunque nadie quería solo ocho minutos de exposición, a ellos les pareció suficiente. En ese entonces no había repeticiones, no existían las redes sociales ni ninguna otra manera de amplificar el mensaje, así que, aunque era una decisión completamente arriesgada, fue súper exitosa: conectar con la audiencia en tiempo real, en un contexto donde pocas marcas de lujo se atrevían a entrar.

De ahí vinieron colaboraciones con personajes fuera de serie como el mismísimo rey Pelé, el astro argentino Diego Armando Maradona, el jugador Luis Figo y recientemente el futbolista francés Kylian Mbappé. Pero estas alianzas no se limitaron al fútbol, el tenista Novak Djokovic y el atleta Usain Bolt también han sido embajadores importantes de la marca. La historia de Hublot también está profundamente ligada a la música, al arte y por supuesto, a la Fórmula 1. La mancuerna con Ferrari marcó un antes y un después, no sólo en términos de visibilidad, también en innovación técnica: materiales como la cerámica roja y amarilla o nuevas aleaciones que desafiaron lo establecido en la relojería tradicional.

La colaboración con Maxime Büchi, diseñador suizo de tatuajes, —famoso por tatuar a Kanye West y por diseñar los tatuajes del personaje de FKA Twigs en el inicio de la saga de *The Crow*— demuestra hasta qué punto Hublot está dispuesto a cruzar fronteras creativas. Juntos diseñaron piezas que combinan la estética del tatuaje con la precisión de la alta relojería, explorando nuevas for-

mas de expresión dentro de una caja de reloj.

Todo esto se enmarca dentro de una filosofía clara: dominar sus propios movimientos. Pocas personas saben que Hublot diseña y desarrolla sus complicaciones mecánicas (*in-house movements*), y lo hace a una velocidad sorprendente. Y esta fue mi parte favorita de la visita a la fábrica: el Departamento de Complicaciones. Para los que somos neófitos en el tema, me explicaban que una complicación en la relojería se refiere a cualquier función de un reloj que va más allá de simplemente mostrar la hora y los minutos. Lo que pasa en ese departamento, es que los relojeros expertos están entrenados para crear diferentes tipos de movimientos, incluyendo el famoso mecanismo *tourbillon*. De los más increíbles que ví fueron los del reloj diseñado a partir de la reproducción del motor de un Ferrari, el modelo MP-05 *LaFerrari Tourbillon* y el *Classic Fusion Tourbillon Cathedral Minute Repeater*, el cual tiene una repetición de minutos, una función de sonido que indica la hora con precisión y suena igual a las campanadas de una catedral.



OTRA PARTE MUY INTERESANTE DE LA MANUFACTURA ES EL DEPARTAMENTO DE *DIAMOND SETTING*. AHÍ TRABAJAN NO MÁS DE DOS PERSONAS QUE HAN DOMINADO CON MAESTRÍA EL ARTE DE ENSAMBLAR A MANO TODOS Y CADA UNO DE LOS DIAMANTES Y PIEDRAS PRECIOSAS DE UN RELOJ. ARMADOS CON UNA LUPA DE MUCHÍSIMO AUMENTO (QUE ES COMO UN MICROSCOPIO) Y MUCHA PACIENCIA, CREAN ESTRUCTURAS DIGNAS DE UN MUSEO. ASÍ QUE YA SABES, CUANDO VEAS A JAY-Z PRESUMIR EL REGALO QUE LE DIO QUEEN BEY (SU 5 MILLION HUBLOT *BIG BANG*) NO OLVIDES QUE ESOS 1,282 DIAMANTES *BAGUETTE* FUERON COLOCADOS A MANO.





Regresando a la importancia del deporte en la historia de Hublot, desde el 2010 la marca suiza se convirtió en el cronómetro oficial de la Copa del Mundo en Sudáfrica y desde entonces no ha soltado el balón. En Rusia 2018, los árbitros usaron relojes inteligentes Hublot y el tablero del cuarto árbitro tomó prestado el diseño de sus relojes. Hoy, Hublot también está presente en la Eurocopa y en los grandes torneos del fútbol femenino, demostrando que el tiempo, en la cancha, además de ser crucial, también puede ser una declaración de estilo. Por eso, platicar con la amiga de la marca, Ada Hegerberg, delantera de la selección de fútbol femenino de Noruega, uno de los equipos que jugó el partido inaugural de la UEFA *Women's Champions League* en la ciudad de Basilea y vivir la inauguración del campeonato, fue una oportunidad única.



FUE UNO DE ESOS VIAJES QUE LO TIENEN TODO: PAISAJES BRUTALES, CHOCOLATE, RELOJERÍA DE OTRO NIVEL, ARTE, FÚTBOL... Y MUY BUENA COMPAÑÍA. ¿QUÉ MÁS SE PUEDE PEDIR?



**E:** ¿HAY ALGÚN MOMENTO PERSONAL QUE RECUERDES EN EL QUE LLEVAR UN RELOJ HUBLOT TE HAYA HECHO SENTIR EMPODERADA O CELEBRADA?

**AH:** Sí, y curiosamente fue en un momento difícil. Estaba lesionada y tenía algo de tiempo libre, así que Hublot me invitó a conocer la manufactura. Almorcé con Ricardo Guadalupe y fue una experiencia increíble. Iba en muletas, así que fue agotador, pero me recibieron con los brazos abiertos. Me sentí parte de la familia desde el primer momento.

**E:** ¿QUÉ FUTBOLISTAS ADMIRABAS CUANDO ERAS NIÑA Y CÓMO MOLDEARON TU FORMA DE JUGAR?

**AH:** Soy un poco nerd, así que incluso hoy veo videos de jugadores que no pude ver en vivo. Siempre he admirado a Cristiano Ronaldo por su disciplina y dedicación. Y como delantera, estudié mucho a Thierry Henry. Su físico, sus movimientos... eran únicos. Me inspira ver a grandes delanteros y estudiar su juego para mejorar el mío. Es fascinante.

**ELLE MÉXICO:** ¿QUÉ TE ATRAJO DE COLABORAR CON HUBLOT Y CÓMO SE ALINEA LA FILOSOFÍA DE LA MARCA CON TUS VALORES COMO ATLETA?

**ADA HEGERBERG:** Siempre sentí que había una conexión muy natural entre el fútbol y la relojería. Hublot ya tenía un historial fuerte en el mundo del fútbol y eso me atrajo. La precisión, el *timing* perfecto, el hecho de que todo debe funcionar en conjunto... Es como en los deportes en equipo: cada pieza es clave.

**E:** HUBLOT ES SINÓNIMO DE INNOVACIÓN Y PRECISIÓN, DOS CUALIDADES CLAVE TAMBIÉN EN EL FÚTBOL. ¿CÓMO VES ESE PARALELISMO DENTRO Y FUERA DE LA CANCHA?

**AH:** Tiene todo el sentido. En el fútbol femenino, siempre estamos empujando los límites, intentando ir más allá de lo logrado. Quizás no hablamos de la misma innovación tecnológica, pero siempre hay necesidad de ideas frescas. Y la precisión... probablemente sea lo más importante de todo.

**E:** COMO FIGURA CLAVE EN EL FÚTBOL FEMENINO, ¿CÓMO CREES QUE ESTA COLABORACIÓN AYUDA A VISIBILIZAR EL DEPORTE E INSPIRAR A NUEVAS GENERACIONES?

**AH:** Es vital que marcas globales como Hublot se involucren e inviertan no solo en el fútbol masculino, sino también en el femenino. Hublot es *partner* oficial de UEFA y FIFA y apoya ambos torneos por igual. Eso es exactamente lo que necesitamos: plataformas grandes para que las futbolistas podamos impulsar el cambio y la igualdad.

**E:** ¿CÓMO TE AYUDAN LA MODA Y EL ESTILO DE VIDA A EXPRESARTE MÁS ALLÁ DE SER ATLETA? ¿QUÉ MENSAJE QUIERES TRANSMITIR CON ELLOS?

**AH:** Creo que el mensaje más fuerte se da en la cancha. Si no rindes ahí, no hay mucho que decir fuera de ella. No me considero influencer, ni socialité. No pretendo mandar mensajes con mi ropa. Solo intento ser una buena persona y dar un buen ejemplo a la próxima generación. Aunque, claro, el fútbol me ha dado espacios para expresarme más allá del juego... y eso también se agradece.

JULIA Y RENATA  
KRIS GOYRI  
FRANCISCO CANCINO  
ILEANA LEÓN  
ALEX SANDLER  
ALEX LEÓN  
SABRINA OL

# En dónde está la moda mexicana



Preguntamos a seis diseñadores mexicanos por su visión de la industria de la moda en México. Por un lado, Julia y Renata, Kris Goyri y Francisco Cancino, quienes han sido pilares para el desarrollo de la escena contemporánea. Del otro, Ileana León, creadora de 1999 Studio, Alex Sandler y Alex León, de Hermanos Koumori y Sabrina Ol, representantes de una nueva generación de creativos de la moda nacional.

por Jordi Linares Rivas

# ¿Cómo describes el momento actual de la moda mexicana?

Moda crítica e íntima

## Julia y Renata

La moda mexicana atraviesa una etapa de efervescencia crítica. Se siente como si estuviéramos en la intersección entre lo urgente y lo poético: nuevas voces están cuestionando cánones estéticos, proponiendo narrativas desde la intimidad, lo político y lo ritual. Es un momento fértil, pero también desafiante: hay que afinar la escucha, defender lo propio sin caer en exotizaciones y al mismo tiempo acompañar el cambio sin paternalismos.



## La búsqueda de identidad

La moda mexicana está atravesando una etapa marcada por la búsqueda de identidad. Frente a la saturación de contenido y sobreestimulación, muchos diseñadores estamos apostando por propuestas más auténticas y personales, con un enfoque claro en la originalidad generando un contraste interesante: algunas propuestas se sienten forzadas o excesivamente elaboradas, mientras que otras logran destacar por su honestidad y claridad.

## Un buen momento

### Hermanos Koumori

Está en un muy buen momento. Me encanta ver cómo viejos amigos siguen en el juego, y cómo sus marcas han ido madurando y volviéndose cada vez más estables, al mismo tiempo que surgen nuevas propuestas que están conectando con generaciones más jóvenes. Es un gran momento para consumir productos locales y sentirnos orgullosos de las marcas que tenemos. Cada mes vemos nuevas tiendas y productos que no le piden nada a las marcas globales.

una diversidad inimaginable. Creo que estamos en una etapa gloriosa donde la creatividad está en ebullición.

### Kris Goyri

Pienso que la moda en México está teniendo un resurgimiento creativo y al mismo tiempo se está creando algo mucho más estructurado a nivel negocio. La influencia creativa que está teniendo México es muy fuerte y única. Es como si la estética que existe en CDMX está irrigada por una sofisticación muy singular y al mismo tiempo en

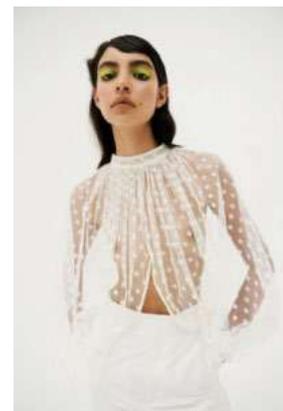
## Ileana León

La moda en México está en una especie de despertar lúcido. No es un auge explosivo ni una pausa, sino un momento de mucha conciencia; de replantear cómo, por qué y para quién hacemos moda. Hay una energía colectiva de introspección, de construir desde el sentido. Hay una búsqueda genuina por crear desde la intimidad, no desde la tendencia. También ha surgido algo fundamental: una comunidad de diseñadores, artistas, fotógrafos y creativos, una red silenciosa pero sólida que se apoya, se recomienda, se inspira mutuamente. Hay diálogo, y sobre todo, una voz mexicana que ya no pide permiso, solo habla claro.

## Francisco Cancino

Francamente, yo pensaría que estamos en una etapa de recesión o de estancamiento; es cierto que el diseño mexicano y latinoamericano tiene algo que está de moda, no sólo por el diseño, sino también por la oferta cultural que aportan al mundo. Pero me parece que tal vez hay muchas ofertas y no siento que esas ofertas están afianzadas desde la calidad, ni desde un discurso identitario propio.

Como sistema de moda, creo que no está pasando gran cosa y no sólo obedece a la moda que propician las marcas mexicanas, sino a todos los agentes que hacen de esta industria, la industria. Siento, por ejemplo, que hay una desconexión entre el mundo editorial y lo local. Pero insisto, hay algo que concatena la crisis o el estancamiento, porque no sólo tiene que ver con quienes diseñan la ropa, sino con quienes la comunican, la publican, la presentan y la usan también. Creo que hay una desconexión también con el público mexicano y que estamos entrando a una era en la que el consumo está más demarcado por quienes nos visitan, que por quienes viven en nuestro país.



### Kris Goyri

México tiene una de las maneras más sofisticadas a nivel creativo. Vemos personajes revolucionarios en todos los ámbitos como Frida Escobedo, Lucho Martínez, Abraham Cruz Villegas, Natalia Lafourcade, Pía Camil, Sánchez Kane, Gustavo García Villa, Yvonne Venegas, Su Wu, Rafael Prieto, Gabriela Jauregui, La musa de las flores, Andrés Carretero, Ana Gabriela Fernández, Ed Maverick, Perla Valtierra, Jerónimo Gaxiola, Maureen M Evans, Amora, Julia y Renata, Cancino... todos revolucionamos de alguna manera y vamos más allá, nos mueve la energía de nuestras ciudades y la cultura en la que nacimos.

El poder de la interdisciplinariedad



### Ileana León

La globalización nos hizo ver que podemos estar conectados con todo el mundo desde un pequeño taller en la Ciudad de México. Social y culturalmente, lo individual tiene mucho valor. Ya no se busca encajar, sino encontrar algo que te represente. La parte económica también ha moldeado nuevos hábitos.

Hoy elegimos con más cuidado; compramos menos pero mejor. En ese sentido, el diseño mexicano, con sus procesos lentos, narrativas y manos involucradas, responde a ese deseo.

El poder del internet

### Hermanos Koumori

Creo que México siempre ha sido un referente en disciplinas artísticas. Un factor clave ha sido el poder del internet: gracias a él, podemos darnos a conocer en lugares mucho más lejanos y conectar con personas que buscan lo mismo que nosotros.



### Julia y Renata

El auge de la moda mexicana se ha nutrido de una apertura hacia el cruce de disciplinas, el reconocimiento de narrativas locales y el deseo de vestir ideas, no solo tendencias. Factores como el movimiento queer, la digitalización de lo artesanal y la necesidad de replantear el lujo desde lo afectivo y lo sostenible han sido fundamentales. También hay una búsqueda muy clara por profundizar en la riqueza ancestral: muchos diseñadores están investigando archivos, técnicas y saberes tradicionales con un enfoque respetuoso, crítico y situado, lejos de simplificaciones estéticas.

### Sabrina Ol

México siempre ha tenido un reconocimiento en arte, arquitectura y gastronomía, pero la moda empezó a tener una presencia real hasta hace dos décadas, con más escuelas de diseño y acceso a información global. En los últimos diez años, la globalización y las redes sociales han sido fundamentales, cambiando la forma

en la que consumimos moda. Eso ha abierto la posibilidad de llegar a mercados muy variados, lo que hace necesario ser auténticos para poder competir en ese panorama global.

Para bien y para mal

### Francisco Cancino

Lo bueno es que nos pusimos de moda a través del diseño mexicano y latinoamericano, no solo en la moda sino también en otros sectores. El internet y las redes sociales también han sido un cambio positivo. En la última década hemos visto cada vez más marcas que generan colecciones de *ready to wear*, ya se consolidó el que existan colecciones. Lo malo es la misma inestabilidad económica, que incesantemente lo hace todo más difícil, como los procesos de importación y el encarecimiento de los productos. La industria editorial ha cambiado mucho, ya no estamos en esos espacios de manera tan fácil. La forma en que se comunica la moda hoy ha cambiado. Ahora hay que hacer el triple de comunicación, más agresiva, más rápida, más prominente, y no hay bolsillo que alcance para llevar a cabo todas esas gestiones.

¿Qué elementos han sido clave para llegar al punto en el que estamos hoy?

# ¿Qué te gustaría ver más en la industria nacional?



Más apoyo hacia la moda nacional

## Francisco Cancino

La interacción de los medios con nosotros. Recuperar algunos espacios estaría padre. Ayudaría mucho tener, como en algún momento lo hubo (nunca fue realmente algo que funcionara, eso quiero que sea clarísimo), algo de financiamiento o de atención a pequeños productores. Yo veo el panorama de manera incierta porque pienso que nunca hemos estado articulados como industria. Unos jalamos para un lado, otros para otro, con diversidad de discursos, de tipologías de empresa, de inversión, de modelos de venta, de calidades, y una diversidad tan amplia que me cuesta trabajo concebirlo como algo que pueda articularse de manera que dialogue para un futuro conjunto.

## Sabrina Ol

Lo que realmente puede hacer crecer la industria nacional es que patrocinadores, marcas y personas con recursos abran más sus horizontes para apoyar a nuevas voces. Tener una marca es muy costoso y muchas veces, para avanzar, se necesita ese apoyo externo. Me gustaría ver más programas de apoyo, mentorías y oportunidades reales para diseñadores emergentes, así como mayor visibilidad para quienes estamos construyendo algo desde cero. Hace falta más gente dispuesta a involucrarse activamente.

Que los nuevos talentos no paren

## Hermanos Koumori

Que más jóvenes se animen a crear marcas y propuestas, pero que lo hagan con seriedad. Que dejen el "hype" a un lado y se enfoquen en construir marcas con valor:

productos bien hechos, con visión a largo plazo, que se proyecten a diez años y que de verdad aporten algo a la historia de lo que significa ser mexicano.

## Kris Goyri

Me gustaría ver nuevas marcas lanzarse, comprometidas y con ganas de mostrarse auténticas y revolucionarias, me gustaría ver más apoyo del gobierno a las industrias creativas, al arte, al diseño y a todas sus formas. Pienso que lo único que nos falta como mexicanos es ser más unidos y creernos que somos los más chingones.



## Ileana León

Me encantaría que el *slow fashion* se convirtiera en un estándar dentro del guardarropa. Sensibilizar al público sobre el valor real de una prenda: el tiempo que toma, la calidad de los materiales, las pruebas, la destreza detrás de cada costura. Es un trabajo de reeducación, porque durante años el *fast fashion* nos maleducó. Lo emocionante es que el cambio ya comenzó. El diseño mexicano, y el *slow fashion* en general, están siendo reconocidos no solo como algo relevante, inteligente, también necesario.

Una nueva forma de consumo y de apreciación

## Julia y Renata

Nos entusiasma la posibilidad de construir una industria que sepa cuidar sus procesos tanto como sus narrativas. Más espacios para la experimentación, para el error como parte del diseño, y más colaboración entre generaciones. Urge una conversación sobre el acceso—qué cuerpos se representan, quién puede producir moda y en qué condiciones. Nos gustaría ver plataformas que no solo exhiban, sino acompañen procesos con honestidad y crítica. Debemos repensar el vestir como acto político, espiritual y relacional.

# Sarà perché ti amo...



EL LABORATORIO ES EL NIDO DE LA CONSERVACIÓN DE SU ARTESANÍA, DONDE SE BUSCA QUE PREVALEZCA EN LAS MANOS DE FUTURAS GENERACIONES.

## Marghera, Venecia, 2025.

Volamos a esta surreal ciudad de Italia y fuimos testigos de una noche inolvidable en HAUS, el espacio cultural de Golden Goose, donde se inauguró "Altered States". Esta muestra abrió oficialmente la Bienal de Arquitectura de Venecia 2025 y transformó la antigua zona industrial de Marghera en un epicentro de arte, tecnología y pensamiento contemporáneo. Esta es el segundo año que tienen este tipo de presentación, una fusión de arte, arquitectura y moda plasmada en una experiencia sensorial. Aquí te contamos qué vimos y cómo lo vivimos de la mano de Golden Goose, además de conocer y experimentar el famoso *Made in Italy*.

Comencemos con un poco de contexto. El famoso tenis con estética desgastada y con la simbólica estrella de costado, nació hace 25 años en un edificio en Marghera, el mismo que se ha convertido en uno de los lugares más especiales para la marca italiana, ya que era la oficina principal de sus fundadores, Alessandro Gallo y Francesca Rinaldo. Hoy es un lugar de conservación y encuentro, ahí mismo está "el archivo", un espacio lleno de prototipos y

piezas icónicas generados a lo largo de su trayectoria. Además se creó HAUS, un laboratorio donde se entrelazan arte, comunidad y marca. El CEO, Silvio Campara, busca que sea la base para remarcar el valor innegociable del *Made in Italy* como core de la firma. El año pasado fue la primera edición en la que Venecia fue el punto de encuentro del arte y la moda en Golden Goose Haus, comenzando con la tradición anual de ser un centro donde emerge el arte.



POR



NATALIA

SÁNCHEZ



**"NO QUEREMOS QUE EL LUJO SEA INTOCABLE, QUEREMOS QUE SEA CERCANO, REAL Y SOBRE TODO, AUTÉNTICO".**  
SILVIO CAMPARA,  
GOLDEN GOOSE CEO.



FOTOS: ISTOCK / CORTESIA GOLDEN GOOSE



Este año se presentó *Altered States*, a cargo del artista italiano Marco Brambilla, un despliegue sensorial donde el cine y los sueños se fusionaron en paisajes digitales que diluyen los límites entre lo real y lo imaginario. Tomando prestadas imágenes y sonidos del universo pop cinematográfico, Brambilla crea realidades paralelas que provocan y fascinan, generando una tensión constante entre el arte físico y el digital, tal cual como lo dice el título de la exposición. El resultado responde a la visión de la marca de hablarle directamente a una nueva generación de consumidores, una que busca experiencias auténticas, narrativas con propósito y un lujo más humano. Esta audiencia encuentra en *Altered States* un espejo de su propio lenguaje híbrido: saturado de estímulos entre lo virtual y lo tangible y con hambre por lo disruptivo. Fue ahí donde debutó la edición especial *Golden Goose X HAUS*, un modelo de lentejuelas plateadas que captura la esencia atrevida de la marca, y que seguramente se convertirá en objeto de deseo para más de una generación, quienes abrazan tanto la nostalgia como la experimentación. La firma, que revolucionó el calzado de lujo con la "sneakerización" de la industria, se ha convertido en referente de un nuevo lujo: imperfecto, personal y cargado de historia. Cada *sneaker* nace de manos expertas en talleres italianos, donde técnicas tradicionales dialogan con un diseño contemporáneo. Ese equilibrio entre tradición y modernidad es lo que conecta con la sensibilidad de la Gen Z, que ve la moda, no solo como piezas, sino elementos vivos que evolucionan con su propio estilo y vida. Más allá del arte, Golden Goose impulsa su *Forward Agenda*, un plan de sostenibilidad con metas para 2025: neutralidad de carbono, materiales de bajo impacto y fortalecimiento de comunidades locales. Ya que para la marca, el verdadero lujo no solo se ve, se vive y se siente, también se cuida y se comparte. Y concordamos al 100% con ellos.

Esa noche entre luces digitales y texturas artesanales, quedó claro que el futuro del lujo no está peleado al elegir entre pasado y presente, sino en fundirlos para crear algo que hable el idioma de las nuevas generaciones. Golden Goose, con su herencia artesanal y su punto de vista fresco, sabe exactamente cómo hacerlo. ★FIN



look total, PRADA.



# MARIANA ZARAGOZA

foto MAURICIO SÁNCHEZ estilismo JESSICA GUTIÉRREZ  
producción ELLE MÉXICO

look total, PRADA.



Antes de hacerle esta entrevista a Mariana Zaragoza, ya había coincidido con ella un par de ocasiones. Mi primera impresión fue: “es súper linda”. Tiene un carisma natural que conquista a cualquiera. Después de platicar más a fondo, confirmé que todo lo increíble que le ha pasado, las experiencias que ha vivido y lo lejos que ha llegado no son casualidad. Aunque desde muy joven desfiló para algunas de las casas de moda más importantes del mundo y hoy comienza a explorar un nuevo camino en la actuación, Mariana se mantiene sensible, observadora, auténtica y, sobre todo, muy aterrizada. Y ese es, sin duda, su verdadero poder y la razón por la que debes tenerla en la mira.

**TAMARA SANTILLÁN (TS): ESTA ES TU CUARTA PORTADA PARA ELLE MÉXICO, ¿CUÁL HA SIDO LA EVOLUCIÓN DE LA MARIANA QUE TUVIMOS EN PORTADA EN 2017 A LA DE AHORA?**

**MARIANA ZARAGOZA (MZ):** Siento que ELLE me ha acompañado en etapas clave de mi carrera. Desde mis inicios en el modelaje, hasta en los momentos en los que ya estaba trabajando en proyectos importantes dentro de la moda. Luego vino la pandemia, una etapa muy extraña para todos que transformó por completo la forma en la que trabajábamos, especialmente en las industrias creativas.

Después, en el periodo post pandemia, tomé la decisión de empezar a actuar y me abrí mucho más respecto a temas personales que antes no compartía. Y ahora me encuentro en un lugar distinto: más establecida en la actuación y con una relación diferente con el mundo de la moda. Han sido ocho años en los que ELLE ha estado presente en cada etapa importante.

**TS: HAS TRABAJADO EN UNA INDUSTRIA QUE EXIGE MADUREZ DESDE MUY JOVEN. ¿QUÉ TE HUBIERA GUSTADO QUE TE DIJERAN CUANDO EMPEZASTE?**

**MZ:** Creo que me hubiera gustado entender mejor la industria, sobre todo hablando del mundo de la moda. Me hubiera servido tener más seguridad mental y emocional para poder protegerme a mí misma por encima del trabajo y de cualquier otra cosa. Pero también creo que hay cosas que, por más que te las digan, no las aprendes hasta que las vives. Al final, estás entrando al mundo de los adultos siendo una niña, y en esos contextos es inevitable pasarla mal en ciertos momentos. Hay muchas lecciones que solo se aprenden sobre la marcha, y en ese proceso es normal caer o confundirse. Ha sido distinto en la actuación, porque empecé ya siendo adulta y con un recorrido previo en otra industria creativa; llegué con una base sólida, con una idea clara de lo que significa la ética laboral y con la seguridad de que mi bienestar va primero: mi salud, mis límites, todo. Por eso pienso que, aunque empieces desde muy joven y te preparen, hay cosas que inevitablemente te van a afectar.

**TS: TENÍAS 14 AÑOS CUANDO EMPEZASTE A MODELAR Y HOY TE ESTÁS ABRIENDO CAMINO EN LA TELEVISIÓN. ¿CÓMO HA SIDO ESTA TRANSICIÓN EN TU CARRERA? ¿EN QUÉ MOMENTO SUPISTE QUE QUERÍAS SER ACTRIZ?**

**MZ:** Una vez alguien me dijo que cuando entras al mundo de la moda, nunca sales de él, y creo que es la frase más cierta que me han dicho. Pero la actuación siempre me llamó la atención. Cuando vivía en Nueva York trabajando en moda, también estudiaba actuación —desde entonces nació una curiosidad y una necesidad de evolucionar. Sentía que necesitaba un cambio de

aire, dejar de depender de cómo me veo, de cuánto mido o qué talla soy. Me di cuenta de que para ponerme a mí primero, tenía que buscar un camino que no estuviera tan centrado en lo físico. Y supe que actuar era lo que realmente quería hacer.

La gente a veces cree que un día simplemente aparecí en proyectos, pero ha sido un proceso largo. Es una industria completamente distinta a la moda. Por más trayectoria que ya tuviera, en la actuación estaba empezando desde cero. Tuve que aprender a hacer castings, a presentarme, a entender cómo funciona un set, la terminología... todo. Han sido años de preparación, de tocar puertas, de trabajar hasta que los proyectos comenzaron a llegar. Ha sido muy bonito porque, al mismo tiempo, he podido mantenerme en el mundo de la moda, pero bajo mis propios términos, desde un lugar mucho más sano para mí.

**TS: ¿ES MUCHO MÁS COMPLICADO PREPARARTE PARA UN PAPEL EN UNA SERIE O PELÍCULA QUE HACER UN CASTING COMO MODELO, O ESTOY EQUIVOCADA?**

**MZ:** Definitivamente es más complicado. Para audicionar en actuación, necesitas estudiar un guión, entender al personaje, construirlo... eso implica muchas horas de preparación previa. Y eso es solo para un casting. Ahora imagínate cuando ya te quedas con el papel. Tienes que memorizar diálogos, construir al personaje desde lo físico hasta cómo habla, cómo se mueve y cuáles son sus relaciones. Al final estás creando a una persona que debe sentirse real, que nace de ti, pero que no eres tú. El modelaje es distinto. Una vez que dominas lo que implica es automático. Si me das una botella de perfume, sé cómo agarrarla, qué no debo tapar, cómo mostrarla. Si es maquillaje, sé que poses funcionan dependiendo de la ropa o del moodboard que me compartan. En el modelaje casi siempre estás interpretando al mismo personaje: un ideal de belleza, alguien inalcanzable, perfecto. En la actuación, los personajes tienen matices, historias, hablan, tienen diálogos, emociones, interactúan con otros... es más complejo.

**TS: DE LOS PERSONAJES QUE HAS HECHO EN ACTUACIÓN HASTA AHORA, ¿CUÁL HA SIDO EL MÁS RETADOR?**

**MZ:** La verdad es que todos. Siento que, como llevo poco tiempo actuando, todo lo que hago es nuevo para mí, ¿me explico? Al ser todo nuevo, cada proyecto implica un reto diferente. Obviamente, hay personajes que están más cercanos a mi realidad que otros. Por ejemplo, en algún momento interpreté a una abogada, y eso está lejísimos de quien soy. De pronto tenía que memorizar guiones llenos de terminología legal que jamás había escuchado y no solo era aprenderme los, sino hacer que pareciera que realmente entendía lo que decía, como si fueran términos que uso todos los días.



look total, PRADA.



look total, PRADA.

Hace poco hice un personaje con una historia muy fuerte, relacionada con las drogas y la trata de personas. Esa fue otra experiencia súper lejana a mi realidad, pero justo por eso requería aún más cuidado. Era importante encarnar esa historia con respeto, sabiendo que hay muchas personas que viven ese tipo de situaciones. Creo que esos dos han sido los más retadores: uno por lo técnico y el otro por lo emocional. Este último era muy demandante porque el personaje estaba constantemente en un estado emocional complejo.

**TS: ¿QUÉ MOMENTO EN TU CARRERA HA SIDO UN "PINCH ME MOMENT"?**

**MZ:** Me siento extremadamente afortunada, porque a lo largo de los años me han pasado muchas cosas que de verdad me hacen pensar "¡Qué locura que estoy aquí! ¡Qué locura estar al lado de estas personas!". Cuando empecé a actuar profesionalmente, todo me parecía muy lejano, y de repente me vi compartiendo escena con actores que admiro, que veía desde niña. Yo pensaba "¿Cómo puede ser que ahora estoy trabajando con ellos?". En la moda, que es la carrera más larga y consolidada que tengo, viví experiencias y oportunidades que hasta hoy me siguen pareciendo increíbles. Trabajé con casas de moda que jamás imaginé, con diseñadores que eran parte de mi día a día. Estuve en Dior, trabajé con Marc Jacobs, con Anthony Vaccarello, con Miuccia Prada, hacía looks para Miu Miu, cerré un desfile de Prada, he hecho varias portadas, esta es mi cuarta para ELLE México...

Son cosas que no tienen mucha explicación. Momentos que, a veces, no sé cómo ni cuándo llegaron, pero que han significado una validación muy bonita de todo el esfuerzo y la dedicación al trabajo que he hecho durante todos estos años.

**TS: ¿HUBO ALGÚN LOOK QUE LLEVASTE EN UN DESFILE O SESIÓN DE FOTOS QUE TE HAYA MARCADO PARA SIEMPRE?**

**MZ:** A ver... creo que el look del desfile que cerré con Prada. Fue mi segundo gran desfile y lo hice como exclusiva. Recuerdo perfecto que era un conjunto de dos piezas amarillo, como de gasa, con detalles de aplicaciones y plumas. Literalmente lo fueron construyendo sobre mí, pieza por pieza, mientras yo lo llevaba puesto.

Ese look fue clave en mi vida. Siento que marcó un antes y un después. No sé si estaría hoy donde estoy si ese momento no hubiera ocurrido.

**TS: TODO ESTE TIEMPO HAS ESTADO SÚPER PRESENTE EN REDES SOCIALES. ¿CÓMO ES TU PROCESO CREATIVO Y CÓMO TE MANTIENES FIEL A TU ESENCIA?**

**MZ:** Para muchas personas, las redes sociales son un lugar para construir personajes y está bien, pero para mí han sido justo lo contrario: un espacio donde puedo ser yo misma lejos de los roles que interpreto en la moda o la actuación. Desde el inicio sentí la necesidad de tener un lugar donde expresar mis ideas, emociones y mostrar el proceso detrás del resultado final. Siempre he querido compartir mi día a día de forma real y honesta, porque creo que es importante que quienes aspiran a esta carrera conozcan lo que realmente

implica. Además, creo que en esta industria es fácil parecer inalcanzable, pero mi vida es como la de cualquiera, solo con un trabajo distinto. Por eso valoro mucho haber construido una comunidad donde mi voz tiene peso y trato de usarla con responsabilidad y desde la honestidad.

**TS: ¿SIENTES RESPONSABILIDAD HACIA TU AUDIENCIA, SOBRE TODO PORQUE EN SU MAYORÍA SON MUJERES JÓVENES?**

**MZ:** Sí, totalmente. Creo que cualquier persona con una plataforma debe ser consciente del impacto que tiene y ser coherente con lo que comparte. En mi caso, he pasado por muchos procesos dentro de la moda relacionados con los TCA (Trastornos de la Conducta Alimentaria), los cuerpos, las tallas y los cambios físicos, así que para mí ha sido fundamental hablar desde un lugar honesto, real y específico, porque lo he vivido en carne propia y entiendo lo que implica. Siento el compromiso de ser una voz consciente y congruente, que no promueve cosas que no consume y que solo habla de lo que realmente conoce. Si algo de lo que he vivido puede impactar positivamente a alguien más, lo comparto sin filtro. Además, muchas personas me siguen porque sueñan con hacer lo que yo hago, y me parece importante ofrecer una visión honesta no solo con mis palabras, sino también con mis acciones. Yo crecí, cambié, ya no me veo como cuando tenía 14 años pero aquí sigo. No desaparecí, simplemente tomé otro rumbo: ahora actúo, salgo en películas, tengo mi espacio, tiempo para mí, veo a mi familia.

**TS: ¿TIENES ALGÚN RITUAL O RUTINA QUE TE AYUDE A MANTENERTE CENTRADA ENTRE TANTOS PROYECTOS? ¿QUÉ HACES EN ESOS DÍAS EN LOS QUE DICES 'ESTOY HARTA DE TODO'?**

**MZ:** Claro que tengo días difíciles, y he aprendido a permitirme vivirlos. A veces quisiera una vida más estructurada, con horarios fijos y la posibilidad de desconectarme, porque en esta profesión trabajo y vida personal están completamente mezclados, lo que puede ser muy agotador. En esos momentos trato de protegerme: cuido lo que consumo, me alejo de lo que no me suma y construyo una rutina con pequeñas acciones que me anclan como hacer ejercicio, pasear a mis perros o cocinar. También he aprendido a disfrutar actividades fuera del trabajo, y eso ha sido muy liberador.

**TS: PARA ESTAS FOTOS DE PORTADA USASTE VARIAS PIEZAS DE PRADA. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS ADMIRAS DE LA MARCA Y QUÉ SIMILARIDAD ENCUENTRAS CONTIGO?**

**MZ:** Prada es una casa de moda que ha evolucionado junto con la mujer actual —o, mejor dicho, para la mujer actual. Me parece que ha sido tan exitosa justamente porque ha sabido entender las necesidades de las mujeres a lo largo del tiempo. Quizá también tiene que ver con que está liderada por una mujer. Prada entiende lo que es querer estar cómoda, lo que implica que las mujeres trabajen, se muevan, vivan. Ha sabido romper con esa idea del glamour como algo inalcanzable o incómodo, y nos ha regalado un respiro: mostrarnos que no todo tiene que ser perfecto.

look total, PRADA.



PRADA  
MILANO

ELLE  
PODCAST

# HABLEMOS DE MODA

El primer podcast de moda en México

JORDI LINARES  
EDITOR DIGITAL



CLAUDIA CÁNDANO  
EDITORA GENERAL

EL PODCAST DE MODA FAVORITO EN ESPAÑOL

¡ESCÚCHANOS TODOS LOS MARTES!



GRUPO  
EXPANSION

DISPONIBLE EN:



DEEZER



amazon  
music



# ELLE

HEIR TO  
THE ETHER  
(P. 94)

102. DELICIAS  
DEL TIEMPO

112. ALTA  
CULTURA

FOTO: RAQUEL FRANCO  
JOYAS, CARTIER.

# MODA

# 93



HEIR TO THE  
**ETHER**

FOTOS RAQUEL FRANCO,  
ESTILISMO SALVADOR COSÍO  
PRODUCCIÓN ELLE MEXICO

PÁGINA OPUESTA.  
Joyas, CARTIER. Top, ERES.  
Falda, JIL SANDER. medias,  
FALKE. zapatos, ZARA.

ESTA PÁGINA.  
Tiara, CARTIER.  
Bodysuit, ERES.



Joyería, CARTIER. Medias,  
FALKE. Pantalón, MARINE  
SERRE.





Joyería, CARTIER.  
Blazer, BALENCIAGA.  
Medias, FALKE.

Joyería, CARTIER.  
Top, SCHON MOTT.  
Panties, ERES. Medias,  
FALKE. Zapatos, ZARA.







modelo ASTRID BAAUER @THE WONDERS. maquillaje, JASMINE LUNDMARK @MIKAS LOOKS. pelo, LOVISA LUN-  
NEBORG @MIKAS LOOKS. director de casting, CHARLIE DOMINGUEZ RAIDI. retoque, GIOVANNI GALILEI & STUDIO.

PÁGINA OPUESTA.  
Joyería, CARTIER.  
Top, ERES. Falda, ACNE  
STUDIOS. Medias, FALKE.

ESTA PÁGINA.  
Joyería, CARTIER. Top, ON.  
Shorts, MARINE SERRE.  
Medias, FALKE.



VESTIDO  
PRADA  
RELOJ Y JOYAS  
TIFFANY&CO.

# DELICIAS DEL TIEMPO

FOTO  
MAURICIO  
SANCHEZ  
ESTILISMO  
JESSICA  
GUTIERREZ  
PRODUCCION  
ELLE MEXICO

SUÉTER  
LOUIS VUITTON.  
RELOJ  
AUDEMARS PIGUET.



**JUMPSUIT Y JOYAS  
CHANEL  
RELOJ  
PANERAI.**





CHAMARRA  
HERMÈS.  
RELOJ  
HUBLOT  
EN ENVIÀ.  
RELOJ DISPONIBLE



ABRIGO Y ARETES  
LOUIS VUITTON.  
RELOJES  
OMEGA.



TOP Y PANTALÓN  
MIU MIU.  
JOYAS Y RELOJ  
CARTIER.



VESTIDO  
FENDI  
JOYAS Y RELOJ  
BVLGARI



SACO YARETES  
GUCCI  
RELOJ  
JAEGER-LECOULTRE

*CAMISA  
DOLCE&GABBANA.  
RELOJ  
VACHERON  
CONSTANTIN.*



PLAYERA Y PANTALÓN  
DIOR.  
JOYAS Y RELOJ  
VAN GLEEF & ARPELS.

MODELO: SHENG WU @ QUINN ROJAS. MAQUILLAJE: ANA G DE V. PELO: GERARDO MALDONADO.  
UNAS: WENDY BETANCOURT. PRODUCCIÓN: JOSEMRA. ASISTENTE DE FOTO: JOSÉ HERNÁNDEZ.  
ASISTENTES DE MODA: BERENICE BUENDÍA, VICTORIA ÁVILA Y VALENTINA ALVIZO.

PÁGINA OPUESTA  
look total, HERMÈS, reloj, BREITLING.



fotos FRIDA MARKLUND  
estilismo ALEXANDRA BERNARD  
producción YANNICK SELVA PARA  
ELLE INTERNACIONAL

# ALTA CULTURA





vestido, DOLCE&GABBANA. botas, GIUSEPPE ZANOTTI.



abrigo, BALENCIAGA.  
vestido, ACNE STUDIOS.





look total, PRADA.

look total, LOUIS VUITTON.





look total, SAINT LAURENT  
BY ANTHONY VACCARELLO.

ESCUITURA: EL PENSADOR POR AUGUSTE RODIN @MUSEO RODIN DE PARIS.



look total, GUCCI.

ESCUPTURA: EL PENSADOR POR AUGUSTE RODIN @MUSEO RODIN DE PARIS.

chamarra, CHANEL.  
collar, SAMUEL FRANCOIS JEWELRY.

lock total, MU MU  
modelo DANA @ OUI MANAGEMENT. maquillaje CÉLINE EXBRAYAT @CALL MY AGENT. pelo SÉBASTIEN LE CORROLLER @AIRPORT AGENCY.  
uñas SIDALIA ABBOU. asistente digital JULIUS BOHLIN. asistente de luz TOKIO OKADA. asistentes de moda MAEVA MALLIER, ALICE PERALTA y JULIE CHESNEAU.  
UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL AL MUSEO RODIN EN PARIS.

**Sports  
Illustrated™**  
MÉXICO  
**LA CARRERA**

**BEST OF THE BEST**

**SI CREÍSTE  
EN TU EX,  
PUEDES  
CREEN EN TI**

DESCUBRE MÁS EN:



En alianza con:

asdeporte®



**30-11-25**

ELLE

BRILLA MÁS,  
MÁS, ¡MÁS!  
(P. 124)

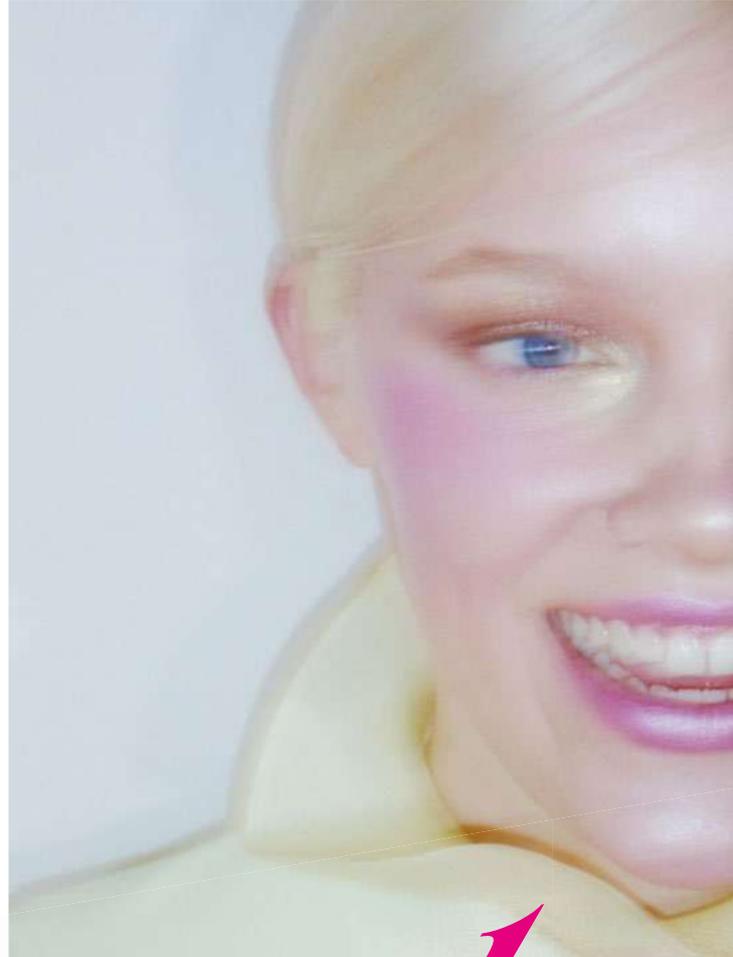
146. ¿ESTÁS LISTA? UN  
NUEVO PARAÍSO DE BE-  
LLEZA LLEGA A MEXICO.

152. SKINCARE QUE TE  
HACE FELIZ... LITERAL.

BE-  
LLE-  
ZA

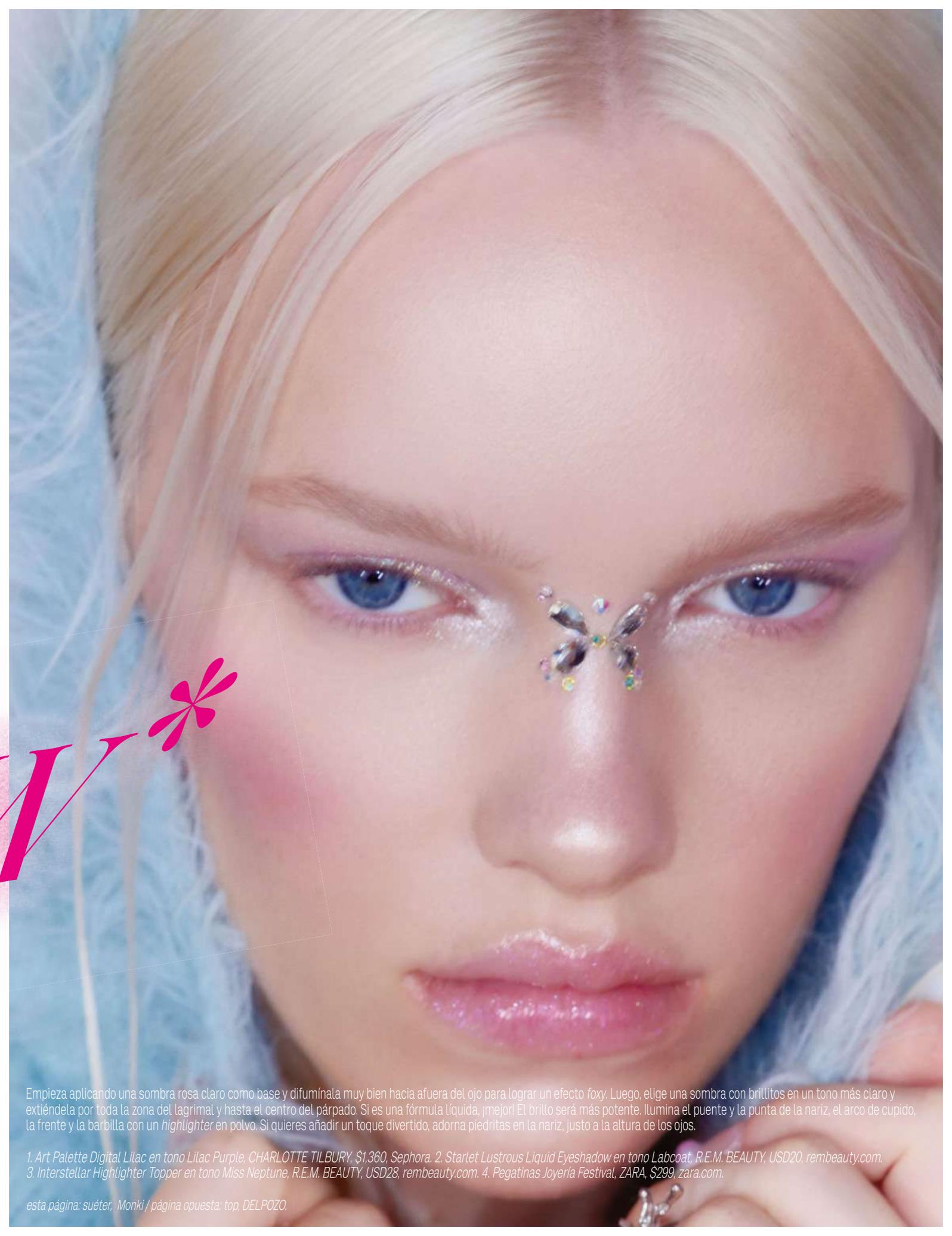
123

fotos ANAIRAM  
textos VALERIA BAQUEIRO  
maquillaje MICHAEL ANTHONY  
pelo TRACY NGUYEN  
producción ELLE MÉXICO



# Hyperglow

¡Este es un recordatorio para brillar! Michael Anthony es un experto en llevar el *glitter* a otro nivel y nos enseña cómo usarlo en ojos, piel y labios para que tu maquillaje parezca salido de un cuento de hadas. Efectos holográficos e iridiscentes, colores ultra brillantes y acabados mojados, aquí está toda la inspiración que necesitas para apostarle al brillo, desde un destello sutil hasta un efecto luminoso en todo tu rostro. Tú pones los límites.



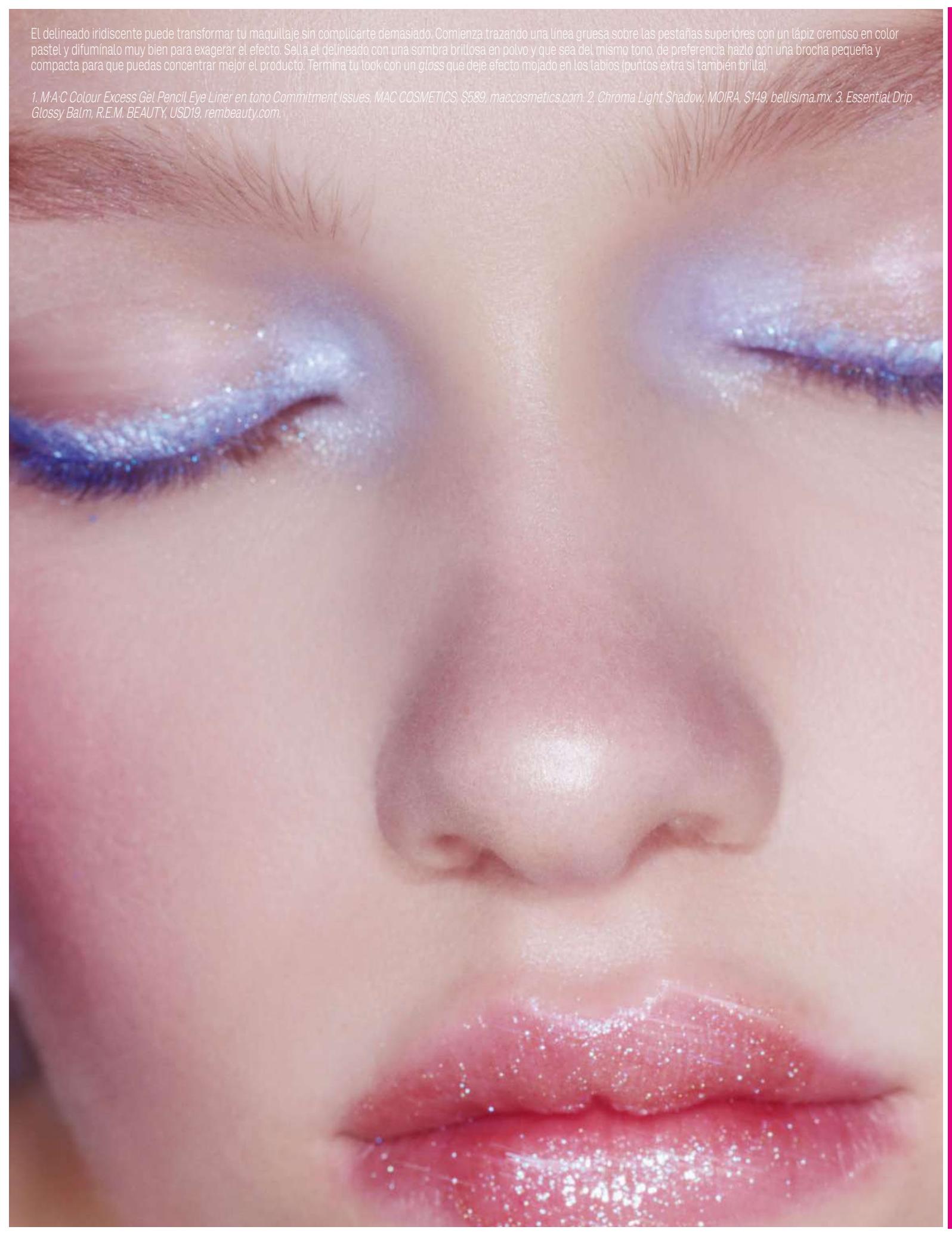
Empieza aplicando una sombra rosa claro como base y difumínala muy bien hacia afuera del ojo para lograr un efecto *foxy*. Luego, elige una sombra con brillitos en un tono más claro y extiéndela por toda la zona del lagrimal y hasta el centro del párpado. Si es una fórmula líquida, ¡mejor! El brillo será más potente. Ilumina el puente y la punta de la nariz, el arco de cupido, la frente y la barbilla con un *highlighter* en polvo. Si quieres añadir un toque divertido, adorna piedritas en la nariz, justo a la altura de los ojos.

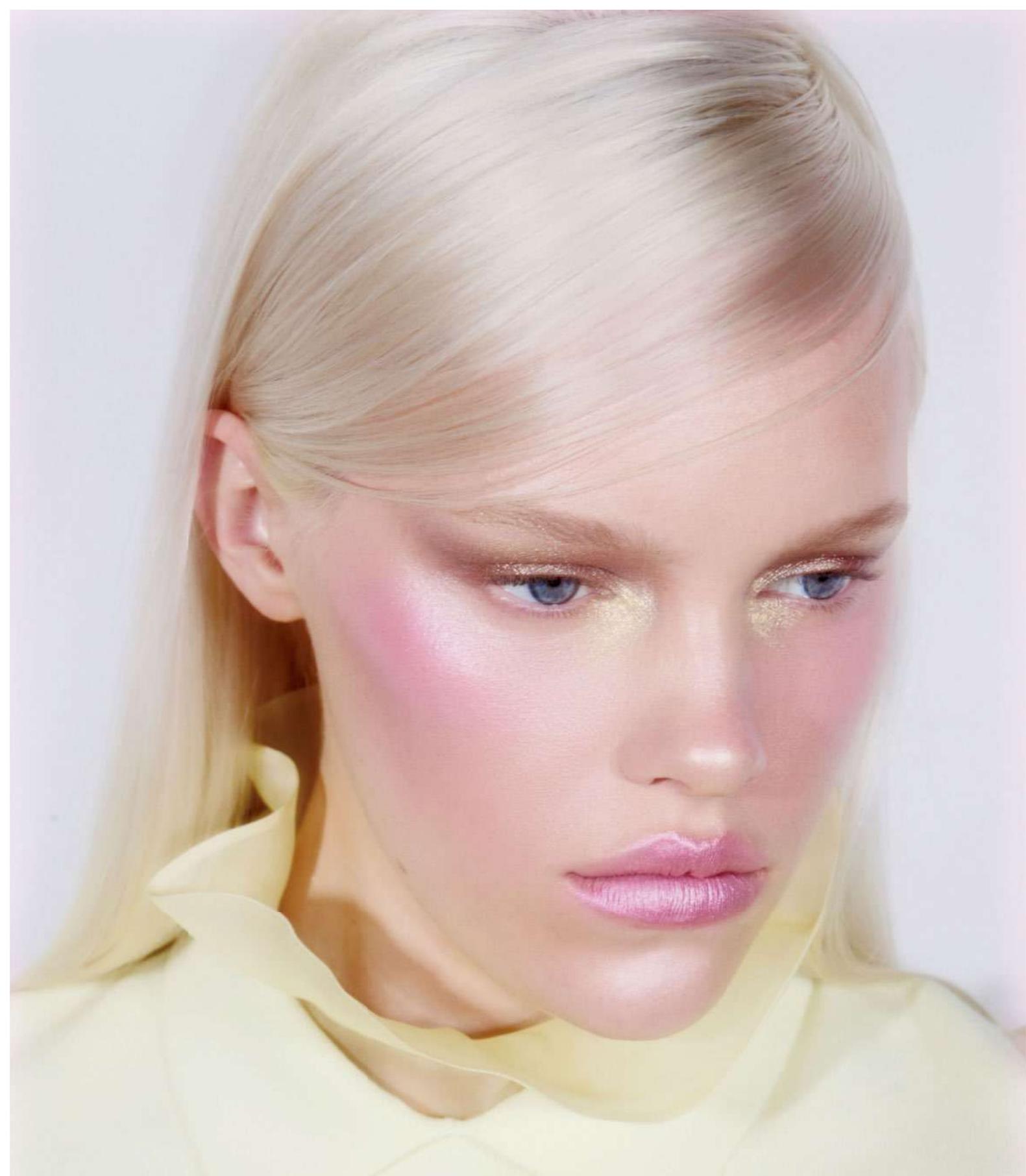
1. Art Palette Digital Lilac en tono Lilac Purple, CHARLOTTE TILBURY, \$1,360, Sephora. 2. Starlet Lustrous Liquid Eyeshadow en tono Labcoat, R.E.M. BEAUTY, USD20, rembeauty.com. 3. Interstellar Highlighter Topper en tono Miss Neptune, R.E.M. BEAUTY, USD28, rembeauty.com. 4. Pegatinas Joyería Festival, ZARA, \$299, zara.com.

esta página: suéter, Monki / página opuesta: top, DELPOZO.

El delineado iridiscente puede transformar tu maquillaje sin complicarte demasiado. Comienza trazando una línea gruesa sobre las pestañas superiores con un lápiz cremoso en color pastel y difumínalo muy bien para exagerar el efecto. Sella el delineado con una sombra brillante en polvo y que sea del mismo tono, de preferencia hazlo con una brocha pequeña y compacta para que puedas concentrar mejor el producto. Termina tu look con un gloss que deje efecto mojado en los labios (puntos extra si también brilla).

1. M·A·C Colour Excess Gel Pencil Eye Liner en tono Commitment Issues, MAC COSMETICS, \$589, [maccosmetics.com](http://maccosmetics.com). 2. Chroma Light Shadow, MOIRA, \$149, [bellisima.mx](http://bellisima.mx). 3. Essential Drip Glossy Balm, R.E.M. BEAUTY, USD19, [rembeauty.com](http://rembeauty.com).





*Blush blindness?* Eso aquí no existe. Elige un rubor que tenga brillo para que también ilumine tu piel y llévalo desde el centro de las mejillas hasta la sien. Usa ese mismo rubor en los labios para lograr un efecto holográfico. En los ojos, puedes añadir un pop metálico con una sombra dorada. Aplícala en todo el párpado con una brocha esponjosa y después, usando tu dedo anular, pon más producto en el centro del ojo y súbelo hasta la ceja. Haz lo mismo en el ángulo interno para abrir la mirada.

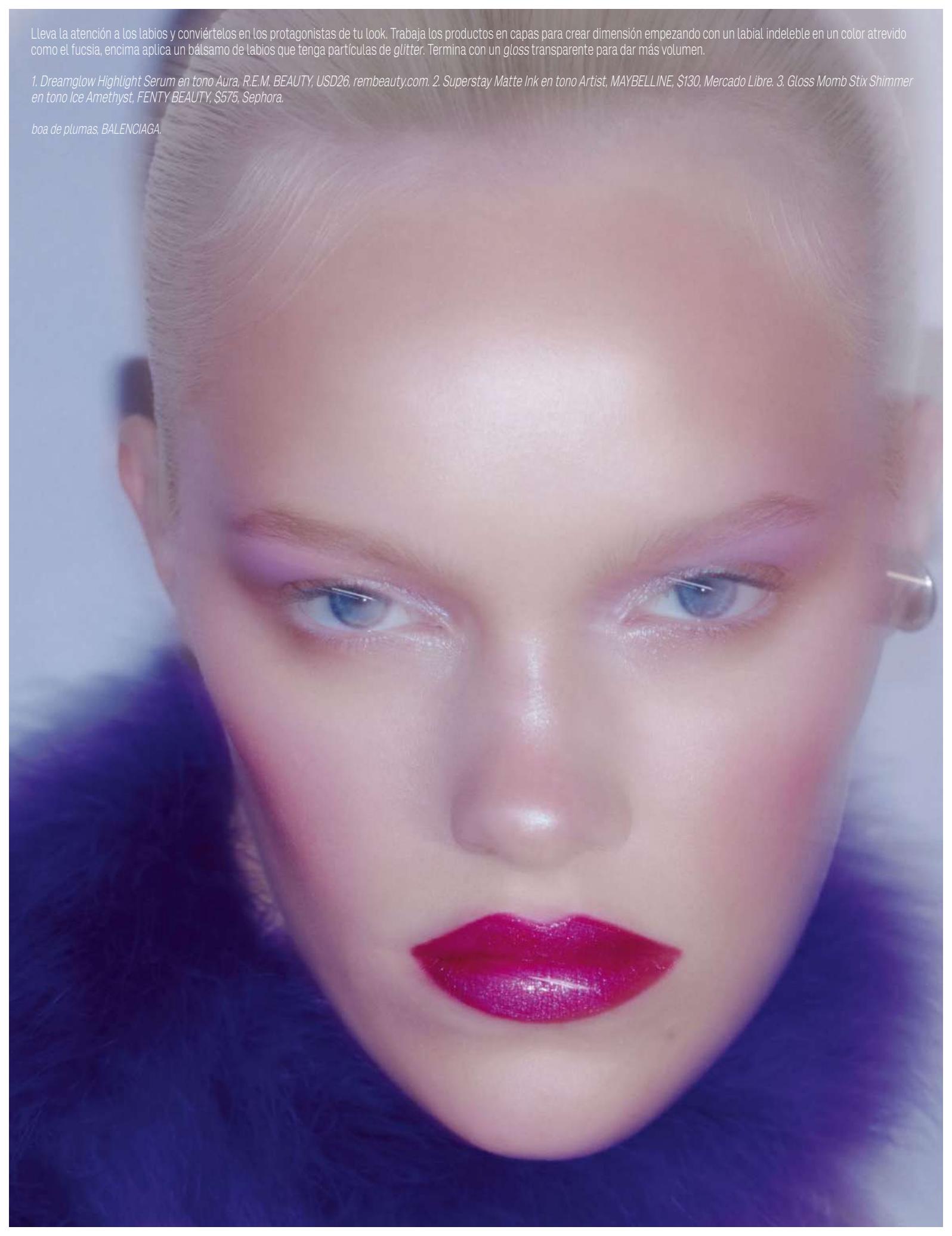
1. *Soft Pinch Luminous Powder Blush* en tono *Happy*, RARE BEAUTY, \$650, [rarebeauty.com](http://rarebeauty.com). 2. *Chic Mono Shimmer* en tono *Gold*, CAROLINA HERRERA, \$500, [carolinaherrera.com](http://carolinaherrera.com). 3. *Interstellar Highlighter Topper* en tono *Thee Sun*, R.E.M. BEAUTY, USD28, [rembeauty.com](http://rembeauty.com).

top, DELPOZO.

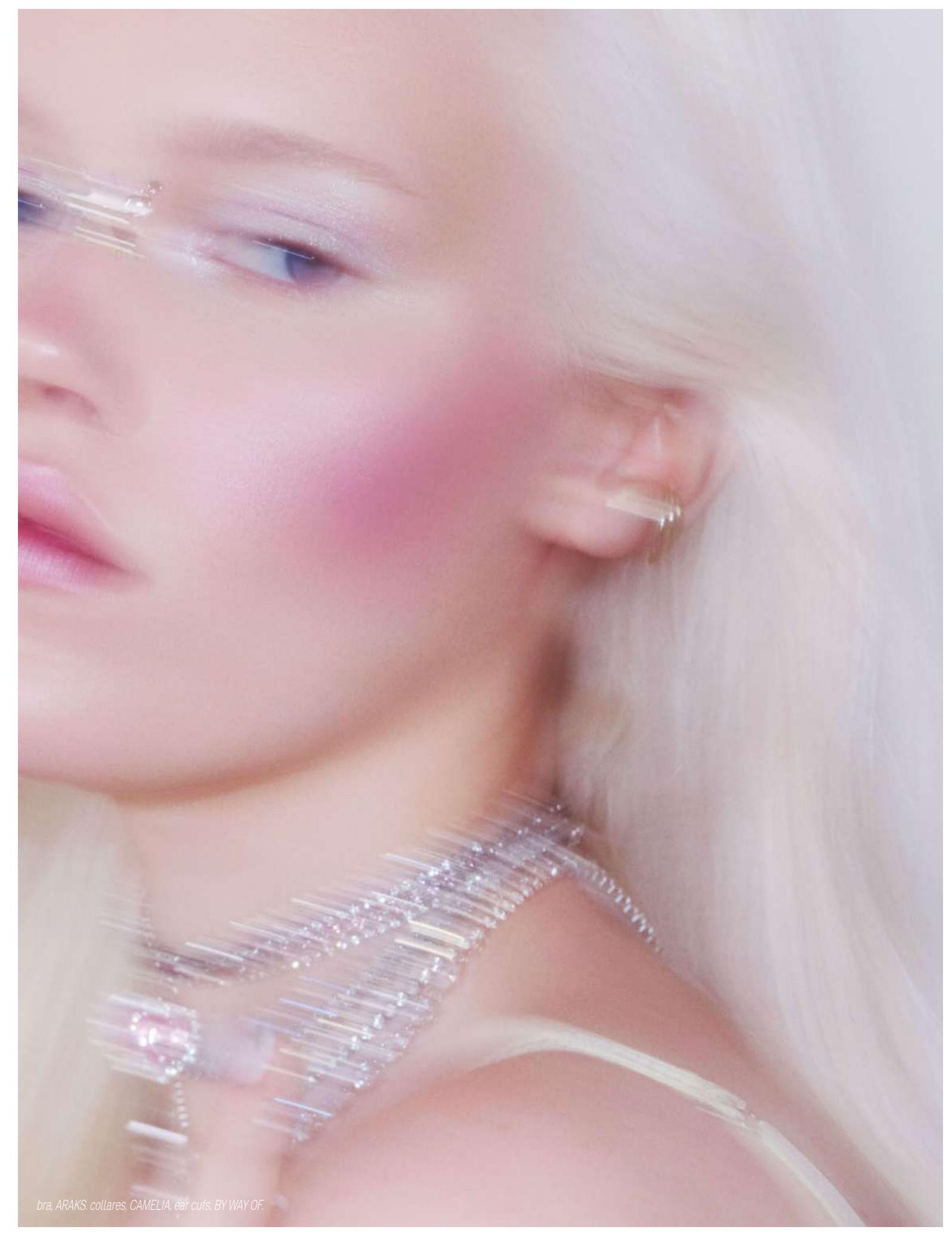
Lleva la atención a los labios y conviértelos en los protagonistas de tu look. Trabaja los productos en capas para crear dimensión empezando con un labial indeleble en un color atrevido como el fucsia, encima aplica un bálsamo de labios que tenga partículas de *glitter*. Termina con un *gloss* transparente para dar más volumen.

1. *Dreamglow Highlight Serum* en tono *Aura*, R.E.M. BEAUTY, USD26, [rembeauty.com](http://rembeauty.com). 2. *Superstay Matte Ink* en tono *Artist*, MAYBELLINE, \$130, Mercado Libre. 3. *Gloss Momb Stix Shimmer* en tono *Ice Amethyst*, FENTY BEAUTY, \$575, Sephora.

boa de plumas, BALENCIAGA.







Si buscas algo más discreto pero igual de impactante, puedes usar una sombra en un tono terroso en todo el párpado y darle un toque de brillo sutil en la zona interna del ojo. Para este paso, opta por una sombra líquida en colores como el rosa, dorado o blanco, levantarán tu mirada sin ser demasiado llamativos. Peina tus cejas con gel transparente y dales un efecto *fluffy*, ponte un brillo de labios, ¡y lista!

1. Sombra individual en tono Shedron, BISSÚ, \$48, [bissu.com](http://bissu.com) 2. Ultimate Glow Shots en Grapefruit Glow, NYX COSMETICS, \$279, Amazon. 3. Brow Laminating Gel, E.L.F. COSMETICS, \$260, [sephora.com.mx](http://sephora.com.mx). 4. Lust: Gloss en tono Astral Flashdance, PAT MCGRATH, \$850, El Palacio de Hierro.

chaleco de piel, NORISOL FERRARI.

modelo FREYA  
@ FORD MODELS.  
estilismo RACHEL GILMAN.  
uñas XING @ STARX'D  
NAILS.

FOTOS – M A R + V I N REALIZACIÓN – PEDRO CAMARGO  
PELO Y MAQUILLAJE – SILVIO GIORGIO UÑAS – MICHELLE SILVA TEXTOS – VALERIA BAQUEIRO  
PRODUCCIÓN – ELLE BRASIL

DON'T TOUCH  
MY HAIR

ESTA PÁGINA — VESTIDO, ISRAEL VALENTIM.  
PÁGINA OPUESTA — CORSET Y GANTES, ARTEMISI.



1. Rice and Wheat Volumizing Shampoo, KIEHL'S, \$595, [kiehls.com.mx](http://kiehls.com.mx). 2. Shampoo Moisture, MONDAY, \$195, [sallymexico.com](http://sallymexico.com).

### *XL por Extra Large*

El pelo fino necesita ayuda extra para que se vea con más cuerpo, abundante y denso. Utiliza un shampoo voluminizador para lograrlo, pero busca una fórmula con ingredientes hidratantes o alternalo con uno más suave que mantenga la humedad y proteja la fibra capilar para evitar la resequedad, porosidad y las puntas abiertas.

## Volumen hasta el cielo.

El enemigo número uno de tu peinado es un cuero cabelludo grasoso. Aplicar aceites o cremas pesadas en la raíz hará que el pelo pese demasiado y que el volumen o los rizos pierdan forma. Opta por productos que aporten textura y cuerpo, y una vez que tu look esté listo, evita tocarlo el pelo a toda costa.

1. Thickening Dryspun Texture Spray, BUMBLE AND BUMBLE, \$910, [sephora.com.mx](http://sephora.com.mx). 2. Phomollient Styling Foam, AVEDA, \$560, [elpalaciodehierro.com](http://elpalaciodehierro.com).





### ¡No te peines diario!

Mejor protege tu *blowout* y haz que te dure mucho más. Antes de dormir, echa todo el pelo hacia adelante, enróllalo suavemente y sujétalo en un chongo alto y suelto, justo en la coronilla, usando un *scrunchie* o una pinza que no deje marcas. Al despertar, aplica un poco de shampoo en seco en las raíces y con las yemas de los dedos, masajea con movimientos circulares para revivir el volumen. ¡Y lista para otro gran día de pelazo!

1. 2 Coleteros de satén para dormir, KITSCH, \$464, [mykitsch.mx](http://mykitsch.mx). 2. Dry Shampoo, AUTHENTIC BEAUTY CONCEPT, \$790, [elpalacodehierro.com](http://elpalacodehierro.com).

ESTA PÁGINA — CHAQUETA, CELINE.  
PÁGINA OPUESTA — VESTIDO, LINO VILLAVENTURA. ARETES, PAOLA VILAS.



1. The Protective Shield  
Mist, SISLEY PARIS, \$2,150,  
sisley-paris.com. 2. 8H Magic  
Night Serum, KÉRASTASE,  
\$1,305, Liverpool.

### *Overnight magic*

Si eres de las que les gusta peinarse, usar herramientas de calor o productos de estilizado muy seguido, no te olvides de darle amor a tu pelito con una rutina completa que le ayude a reparar los daños. Para que no se vea aspero, seco y opaco, protégelo todos los días del calor, la contaminación y las agresiones externas. En las noches, cuando la fibra capilar absorbe mejor los nutrientes, utiliza algún tratamiento que lo hidrate, cierre la cutícula y le regrese la vida.

MODELOS, CAMILA SANTOS @PRIME, ISADORA O @MEGA, MILLIENA BERNARDO @WAY, ASISTENTES DE BELLEZA, JULIA BOENO Y SHADY JORDAN, ESTILISMO, SUYANE YNAYA, COORDINADOR DE MODA, DIEGO TOFOLO, PRODUCCION DE MODA, THIAGO TORRES Y BRUNA CAMPI, PRODUCCION, IZABELA RIBEIRO, ASISTENTE DE FOTO, RENATO TOSO, ASISTENTES DE PRODUCCION, NINA SCALDELA Y RONALDO JUNGE, CASTING, SONNY DOMINGOS, RETOQUE, THIAGO AUGÉ.



1. Sérum para rizos, DAVINES, \$820, [mx.davines.com](http://mx.davines.com). 2. Natilla definidora y abrillantadora, CANTU, \$179, [sallymexico.com](http://sallymexico.com).

# Dentro de nuestra wishlist\*

foto JOSE MORA

## La *Fontana di Trevi* en una botella

Tiene un acorde mineral y acuático, esencia de enebro y notas metálicas que la hacen súper refrescante y perfecta para cualquier ocasión. Además, es unisex y tiene una fijación que dura todo el día. *Eaux d'Artifice*, FENDI, C.C. La Isla Cancún.\*



\*PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



### *Make me blush*

Estos rubores literalmente dejan la piel perfecta. Son ultra pigmentados y vienen en dos acabados, mate y con brillitos. Duran todo el día por ser a prueba de agua y sudor; su fórmula hidratante tiene un efecto *blur* que matifica y difumina imperfecciones. Bold Blurring Blush, YSL, \$1,250, [yslbeauty.com.mx](http://yslbeauty.com.mx).

### **Labios de cristal**

Los nuevos *plumpers* de Armani están formulados con ácido hialurónico, escualano y péptidos que cuidan e hidratan tus labios al mismo tiempo que los rellenan y dan volumen. Vienen en siete tonos y todos tienen micro partículas de brillo que dejan un acabado *glassy* y mojado. Prisma Glass Icy Plumper, ARMANI BEAUTY, \$925, [elpalaciodehierro.com.mx](http://elpalaciodehierro.com.mx).

*Warm  
& spicy*

La primera fragancia de la marca de Selena Gomez es perfecta para quienes aman los aromas dulces y orientales. Tiene notas de caramelo, vainilla y sándalo. Es vegana, apta para pieles sensibles, libre de parabenos y crueldad animal, y viene en un envase ergonómico. Rare Eau de Parfum, RARE BEAUTY, \$1,915, sephora.com.mx.



Fór-  
mula dos  
en uno

Este es un suero tonificante con niacinamida y cereza de barbados que ayudan a minimizar la apariencia de los poros, reducir manchas, unificar el tono, iluminar, suavizar y reafirmar la tez. Es apto para todo tipo de pieles y aunque tiene una textura densa se absorbe muy rápido. Fat Water Toner Serum, FENTY SKIN \$880, sephora.com.mx.



El  
regalo  
perfecto

Si estás buscando qué regalarle a tu novio, a tu papá, a tu crush o tu BFF, apuesta por un clásico renovado. La nueva edición de Sauvage es más fuerte y duradera que antes, y la mejor parte es que su nueva fórmula no contiene alcohol. Este aroma especiado, amaderado y almizclado, hará felices a todos. Sauvage Eau Forte, DIOR, \$4,100, [dior.com](http://dior.com).



Pelo  
de verano  
todo el año

La llegada del otoño no significa que tengas que decirle adiós a las ondas playeras. Este spray con efecto de agua salada te deja el pelo como si acabaras de salir del mar. Su fórmula es como una bruma ligera que no reseca, da volumen y realza la textura natural.

Sea Spray, ZARA,

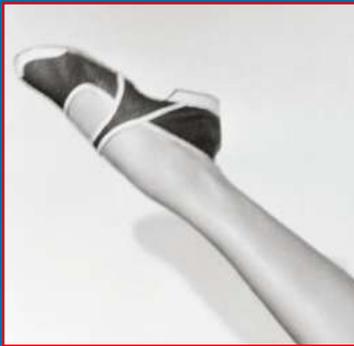
\$429, [zara.com](http://zara.com)

## Súper pigmentadas

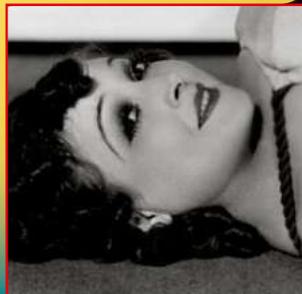
Estas sombras son pequeñas pero poderosas. Los dúos vienen en acabado mate, perlado y metalizado pero una sola funciona para crear un look completo, mientras que las Water Eyeshadow dejan un brillo hermoso. Si las usas con una brocha húmeda, puedes potenciar el color hasta usarlas como delineador.

Bright Duo Eyeshadow, New Water Eyeshadow, KIKO MILANO, C.C. Santa Fe.\*



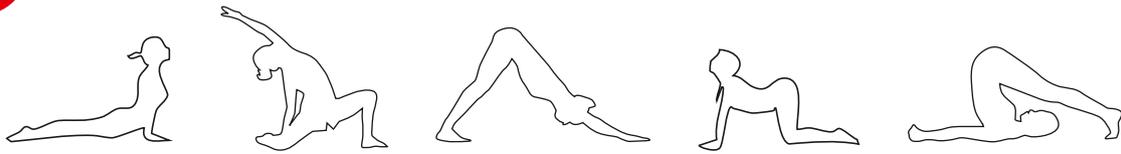


## ¡TU FASCIA IMPORTA MÁS DE LO QUE CREES!



POR VALERIA BAQUEIRO

¿En qué piensas si te pregunto qué es la fascia? Me tomé el tiempo de preguntarle a varias personas, y aunque algunos me contestaron que es la parte delantera de un coche (entiendo el punto, pero no), otros sí tenían una vaga idea de que esta parte del cuerpo existe, aunque no de lo importante que es. Mi esposo, por ejemplo, la relacionó inmediatamente con la fascitis plantar (inflamación de la fascia plantar) que a veces le da cuando corre distancias largas. Su respuesta fue parcialmente correcta, porque si bien la fascia está presente en la planta de nuestros pies, en realidad recorre todo el cuerpo y lejos de ser solo un “empaque” como se creyó durante muchos años, cumple funciones esenciales.



CUANDO REALICES YOGA O ESTIRAMIENTOS, HAZ MOVIMIENTOS CONSCIENTES CON TRANSICIONES LENTAS Y CONTROLADAS PARA EVITAR MICROLESIONES Y PERMITIR QUE LA FASCIA SE ADAPTE.

Te explico rápidamente. La fascia es un tejido conectivo que envuelve y mantiene cada órgano, vaso sanguíneo, hueso, fibra nerviosa y músculo en su lugar; imagina que es una red que conecta todo dentro del cuerpo, dándole soporte y estructura. Está compuesta principalmente por capas de colágeno y elastina, entre las cuales el ácido hialurónico actúa como lubricante y permite que dichas capas se deslicen suavemente. Este tejido también cuenta con millones de terminaciones nerviosas que lo hacen altamente sensible al dolor, al tacto, a la presión, al estiramiento, a la temperatura y a los estímulos químicos del cuerpo.

Cuando la fascia se vuelve más rígida o “pegajosa” de lo habitual, puede adherirse a los músculos o a sí misma, causando más rigidez, dolor, limitación del movimiento y pérdida de flexibilidad. ¿Cómo sucede esto? No existe una única causa, puede deberse a uno o varios factores como la pérdida de hidratación en la fascia, la falta de actividad física, la repetición constante de ciertos movimientos durante periodos prolongados, lesiones, cirugías e incluso nuestras emociones, especialmente el estrés crónico. No es descabellado pensar que las emociones reprimidas o los traumas del pasado puedan afectar su funcionamiento. Con millones de terminaciones nerviosas y receptores sensoriales, la fascia actúa como una red de comunicación que transmite información al sistema nervioso central y modula las funciones del sistema nervioso autónomo, el cual regula procesos involuntarios del cuerpo como la frecuencia cardíaca, la presión arterial y la digestión. La evidencia sugiere que experiencias emocionales intensas pueden “almacenarse” en la fascia y con el tiempo, alterar este equilibrio.

Saber si tu fascia está comprometida no siempre es sencillo, ya que suele confundirse con dolor muscular o articular. En general, las lesiones musculares o los problemas articulares empeoran con el movimiento, mientras que el dolor fascial tiende a intensificarse con el sedentarismo. Presta atención a cómo te sientes después de pasar mucho tiempo en la misma posición o tras realizar movimientos repetitivos durante horas. Si notas que las molestias mejoran al estirarte o moverte, podría tratarse de una fascia comprometida. Otro signo característico es que el dolor miofascial suele ser difuso o difícil de localizar, a diferencia de una lesión muscular que se percibe en un punto concreto. Además, al presionar ciertas zonas, es común que la molestia no solo se sienta en ese punto, sino que se irradie hacia áreas cercanas. Si las adherencias empeoran, la fascia puede comprimir y distorsionar los músculos que recubre, dando lugar a nódulos duros y sensibles que duelen con el movimiento. Conservar tu fascia saludable es posible.

**Manténla hidratada**, pero no solo tomando agua, también necesitas moverte conscientemente y seguir una rutina

variada con ejercicios de fuerza, movilidad y estiramientos suaves.

**Puedes hacer Yin Yoga**, un estilo de yoga estático que consiste en mantener las asanas o posturas por tiempos largos, de entre dos y cinco minutos, para relajar y estirar los tejidos conectivos. También funciona como meditación en movimiento para liberar tensiones y estrés.

**Concéntrate en tu postura** todo el tiempo y evita posiciones incómodas. Si pasas muchas horas sentado o frente a la computadora, o empiezas a sentir tensión en cierta zona, haz pausas activas, estira y cambia de posición.

**La terapia de liberación miofascial** también es ideal para aliviar la tensión y el dolor en los tejidos. Debe ser realizada por un profesional que sepa identificar el tejido miofascial, ya que este tipo de masaje requiere presión intensa y es más doloroso que uno relajante. El terapeuta también puede usar una pelota o un *foam roller* para separar mejor el tejido. Es normal que después de una sesión de liberación fascial te sientas adolorido, pero luego disfrutarás de mayor rango de movimiento y menos dolor y rigidez.

**¿FOAM ROLLER EN CASA?** ES UNA EXCELENTE OPCIÓN PARA AUTOMASAJEARTTE Y AYUDAR A LIBERAR TENSIÓN. ÚSALO EN LAS ZONAS DONDE EL TEJIDO MIOFASCIAL TIENDE A ENDURECERSE, COMO BRAZOS, PANTORRILLAS, PIES, CADERAS, ESPALDA BAJA, CUELLO, CUÁDRICEPS Y HOMBROS. COLOCA EL RODILLO EN EL SUELO, APOYA LA ZONA A TRABAJAR Y REALIZA MOVIMIENTOS LENTOS HACIA ADELANTE Y ATRÁS DURANTE 30 O 60 SEGUNDOS, APLICANDO UNA PRESIÓN MODERADA. OJO: VA A DOLER.

GRID 1.0 Foam Roller, **TRIGGER POINT**, \$689, mercadolibre.com.mx



**FASCIA BLASTING. ¿FUNCIONA?** NO ME GUSTA RECOMENDAR NADA QUE NO ESTÉ RESPALDADO POR EVIDENCIA CIENTÍFICA, COMO ES EL CASO DE ESTA TÉCNICA QUE CONSISTE EN MASAJEAR LA FASCIA CON UNA HERRAMIENTA CON PEQUEÑAS GARRAS DE PLÁSTICO QUE SUPUESTAMENTE AYUDA A LIBERARLA, REDUCIR EL DOLOR Y LA CELULITIS. AUNQUE SE HA HECHO MUY POPULAR EN INTERNET Y MUCHAS PERSONAS ASEGURAN VER RESULTADOS, AÚN NO EXISTEN ESTUDIOS QUE COMPROBEN SU EFICACIA; DE HECHO, OTRAS HAN REPORTADO EFECTOS ADVERSOS COMO MORETONES, DECOLORACIÓN DE LA PIEL, MAYOR CELULITIS, INCREMENTO DE VÁRICES, AUMENTO DEL DOLOR, FATIGA EXTREMA Y GANANCIA DE PESO.

Original FasciaBlaster, **FASCIABLASTER**, \$3,915, amazon.com.mx.



# Mila Magnani: la emprendedora mexicana que está revolucionando la salud hormonal femenina.

por SANTIAGO VILLASEÑOR



*Cuando su malestar de años resultó ser síndrome de ovario poliquístico (SOP) e hipertiroidismo, Mila decidió no conformarse con las escasas soluciones de los médicos y lanzó, con Lucas Labelle, Milamend, una línea de suplementos que simplifican el cuidado hormonal femenino.*



ELLE MÉXICO:

*¿Cómo pasaste de la frustración a tomar acción?*

MILA MAGNANI: Cuando era modelo en Nueva York, por tanto estrés, empecé a tener brotes de acné y a perder trabajos. La necesidad de verme bien y estar saludable me ayudó a empezar a luchar contra mis doctores y buscar una solución.

ELLE MÉXICO:

*¿Cómo empezó la investigación de tu fórmula?*

MILA MAGNANI: Estaba estudiando en NYU y mi cédula de estudiante me dio acceso a estudios clínicos por los que normalmente tienes que pagar. Cuando me diagnosticaron SOP, me puse a investigar y descubrí que hay ingredientes naturales que tienen el mismo efecto que la metformina —un fármaco que ayuda a controlar la glucosa en la sangre. En dosis clínicas, estos compuestos combaten las causas de los síntomas del SOP y los desequilibrios hormonales. Esa combinación de suplementos me cambió la vida.

ELLE MÉXICO:

*¿Qué beneficios ofrece Milamend?*

MILA MAGNANI: Desde la primera o segunda semana te da mucha energía. También ayuda con la neblina mental, que es una de las cosas que más afecta los estudios y las relaciones. Duermes mejor, que es esencial para bajar la inflamación y que tu cuerpo se repare. En la cuarta o sexta semana, tu piel se limpia, tienes un glow, baja la caída del pelo y fortalece las uñas. Y si tienes SOP, te regresa el ciclo.

ELLE MÉXICO:

*¿Con qué rituales complementas tu salud hormonal?*

MILA MAGNANI: Meditando y durmiendo mínimo ocho o nueve horas. Obviamente, tienes que comer saludable, pero no importa si tienes la mejor dieta, si tienes un trauma o tu sistema nervioso no está regulado, vas a tener brotes y te van a regresar los síntomas. Es esencial que vayas a terapia y encuentres una forma de meditación para salir de este estado de estrés constante.

ELLE MÉXICO:

*¿Qué mito quisieras desmentir y compartir con más mujeres?*

MILA MAGNANI: Que todo se resuelve teniendo hijos, y no. Muchos doctores dicen que después de tener hijos nuestras hormonas se van a equilibrar y no es verdad. Por eso, muchos tratamientos de SOP y desequilibrios hormonales son hechos para mujeres con hijos y no toman en cuenta a las mujeres que tal vez no quieren ser madres o son más jóvenes.

# VOLVIENDO *a la raíz*

por DANIELA FONSECA



FOTOS: CORTESÍA ROSEWOOD MAYAKOBA.

La sabiduría de la madre naturaleza sirve de inspiración para conectar con tu ser. Desde el corazón de un cenote emerge una de las experiencias integrales que mejor concentran una conexión sensorial.

*Sense, A Rosewood Spa*, te lleva por una verdadera introspección a través de rituales, tratamientos y experiencias ayurvédicas que te ayudarán a encontrar el equilibrio y la relajación profunda. Sus cinco rituales: Semilla, Floración, Crecimiento, Sabiduría y Estrella, fueron creados de la mano de la marca de *wellness* irlandesa *Ground Wellbeing*, bajo el concepto de “brújula de bienestar”, que toma los puntos cardinales como referencia para atender las necesidades de un momento específico en la vida. Cada uno incluye tratamientos faciales, corporales o ambos, y puede combinarse con rituales como la Cura Herbal del Itzam o el de Purificación en Cenote y Temazcal. Sumado a la alimentación saludable y la sostenibilidad distintivas del Rosewood Mayakoba, vivirás una experiencia de bienestar integral. 🧡 FIN

## DÓNDE

Sense, A Rosewood Spa.  
Rosewood Mayakoba  
Playa del Carmen, Quintana Roo.  
@rosewoodmayakoba



# \* LIKE, FAV, SHARE \*

## Ultra Beauty.

POR VALERIA BAQUEIRO

Sé que hay muchas marcas de belleza en México, que digo muchas, ¡muchísimas! Pero como buena *junkie* de belleza, siempre estoy preguntando quién se va de viaje para pedirle esos productos específicos que no venden en México y me muero por probar (*God forbid a girl has hobbies*). Pero muchas veces también me quedo con la espinita de probar algún producto viral de TikTok que no se consigue aquí, la buena noticia es que por fin hay un nuevo *spot* para consumir belleza. Estoy hablando de ULTA Beauty, un *retailer* con más de 300 marcas de maquillaje, cuidado de la piel, pelo y fragancias, de las cuales 81 llegan por primera vez a nuestro país. Además tendrán servicios de belleza, pelo y una sorpresa que nos emociona anunciar: ELLE Beauty Gang! Un eventazo en colaboración con ELLE México que tendrá experiencias y activaciones con las marcas de ULTA y expertos en la industria.

@ELLE\_MEXICO Y @ULTABEAUTYMX PARA CONOCER TODOS LOS DETALLES DE ELLE BEAUTY GANG Y CÓMO PUEDES PARTICIPAR.



1.



2.

### LAS MARCAS MÁS HOT DEL BEAUTYTOK

Las marcas de celebridades están en su mejor momento. Desde productos de *skincare* y cuidado del pelo, hasta maquillaje y fragancias, las actrices, cantantes y maquillistas famosas están dominando la industria de la belleza, pero la mayoría de ellas no llegaban a México... hasta ahora. **Lolavie** de Jennifer Aniston, **Orebella** de Bella Hadid, **Lemme** de Kourtney Kardashian, **Ouai** de Jen Atkin, **Half Magic** de Donni Davy –la makeup artist de *Euphoria*–, **About Face** de Halsey, **Isima** de Shakira son algunas de las que por fin están a nuestro alcance.



3.



4.



5.



6.



7.

- 1 HALF MAGIC
- 2 OREBELLA
- 3 LEMME PURR
- 4,5 ABOUT FACE

## UN ESPACIO ESPECIAL PARA LAS LATINAS <3

Algo que distingue a **ULTA Beauty México** de otros *retails* de belleza es que celebra la diversidad y el orgullo latinoamericano con el espacio más grande dedicado a marcas fundadas por **mexicanos y latinos**, dándoles visibilidad y acercándolas al mercado nacional. Hasta el momento, **ULTA** tiene **15** marcas latinas y de ascendencia latina dentro de su catálogo. Te contamos cuáles y de qué va cada una:

### 6 BAILANDO JUNTOS

Yuya fue pionera del contenido de belleza en México y también en lanzar su propia marca. Bailando Juntos destaca por un diseño que es fiel a su personalidad, fórmulas *cruelty free* y precios accesibles. Todo hecho con manos mexicanas.

### 7,12 MYS

Cinco años después de fundar Scape, su app de masajes y faciales a domicilio, Helle Jeppsson complementó su marca con Mys, una línea de aromaterapia que creó de la mano de la nariz mexicana, Izaskun Díaz.

### 8 BEAUTY BLENDER

¿Sabías que la beauty blender la creó una mujer de ascendencia latina? Rea Ann Silva buscaba una forma más eficiente de aplicar maquillaje sin aerógrafo, ¡y terminó revolucionando la industria!

### 9 ERE PEREZ

Con abuelo curandero y mamá experta en herbolaria y cosmética natural, Ere siempre estuvo interesada en la belleza minimalista y ética, pero fue hasta que emigró a Australia que decidió usar sus conocimientos en naturopatía para crear su propia marca.

### 10 LATINA

Una marca hecha en México que nace para celebrar nuestras raíces y genética. Sus líneas cubren hidratación, nutrición y reparación con fórmulas pensadas para lograr el método *Curly Girl* y tener rizos bonitos.

### 11 EVIE

Para su fundadora Ana Zinser, maquillarse es un ritual personal. Sus paletas en forma de diario invitan a escribir tu historia. La línea incluye lipsticks, máscara, productos de piel y protección solar.

### 13 SARELLY CREATIVO LAB

Anna Sareilly soñaba con una marca propia que reflejara su esencia. Hoy su firma de belleza no solo destaca por sus productos, sino por campañas creativas que te hacen querer probar todo.

### 14 DIVI

Tras sufrir de alopecia, Dani Austin creó un suero para tratar el problema desde la raíz. Así nació Divi: productos veganos y éticos que fortalecen el cuero cabelludo y promueven el crecimiento sano del pelo.

### 15 ISIMA

Shakira entiende que ser latino significa tener muchos tipos de pelo. Bajo esta filosofía, creó una marca hecha con ingredientes ancestrales de origen latinoamericano. Fórmulas, que se adaptan a todas las necesidades.

### 16 AHAL

Fundada por la ingeniera química Iliana Loza, Ahal nace como respuesta a los tóxicos innecesarios en los cosméticos tradicionales. Usa ingredientes naturales inspirados en la herbolaria para crear fórmulas orgánicas, científicas y libres de crueldad.

### 17 NOPALERA

Sandra Velasquez se inspiró en su herencia mexicana para crear fragancias y jabones que usan el poder del nopal y te transportan a rituales y celebraciones ancestrales a través de sus aromas.

### 18 KITSCH

Cassandra Morales Thurswell lanzó Kitsch como una marca práctica para problemas cotidianos de belleza. De ligas a filtros de regadera, tiene todo para simplificar tu rutina de belleza.

### 19 RESET WELLNESS

La primera marca mexicana de suplementos funcionales creada tras dos años de investigación. Combina hierbas, vitaminas y minerales para ayudarte con problemas como fatiga, ansiedad, insomnio y más, desde adentro hacia afuera.

### 20 RIZOS CURLS

Julissa Prado creó esta marca para quienes no encontraban productos que realmente funcionaran en su pelo. Con fórmulas naturales y enfoque sostenible, Rizos Curls celebra cada tipo de rizo.

FOTOS: ISTOCK / PRODUCTOS; HAL FMAGIGBEAUTY.COM; OREBELLA.COM; LEMMELIVE.COM; ABOU ITFACE.COM; REPUBLICCOSMETICS.COM; MYSSTOCKHOLM.COM; BEAUTYBLENDER.COM; EREPEREZ.MX; PRODUCTOSLATINA.MX; EVIE.COM.MX; MYSSTOCKHOLM.COM; SARELLYCREATIVELAB.COM; DIVIOFFICIAL.COM; ISIMA.COM; AHAL.MX; NOPALERA.CO; MYKITSCH.MX; RESETWELLNESS.MX; ES.RIZOSCURLS.COM.





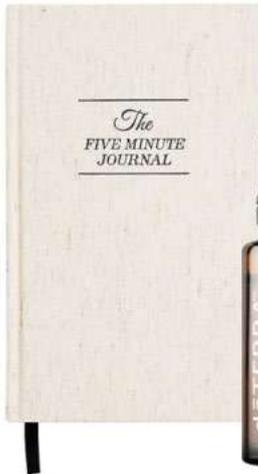
@ALIBEGUN / @ALIBEGUNN

# ALI BEGUN

## COACH DE PILATES, YOGA Y BREATHWORK

A través de técnicas como el *breathwork*, *sound healing* y yoga, Ali quiere ayudarte a reconectar con tu cuerpo, tu centro y tu propósito. Para ella el *wellness* no es una meta, sino una práctica diaria llena de amor, consciencia y disciplina.

2.



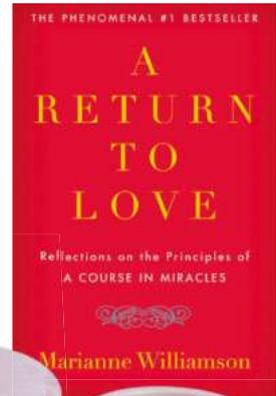
3.



4.



5.



6.



### RESPIRA

**1. TU CUERPO TE HABLA** Y tienes que aprender a escucharlo. Al principio, es una práctica difícil porque pensamos que nos va a pedir comodidades, pero no siempre es así. Puede ser tomar agua, estirarte, hacer una respiración profunda, sacudirte; aprovecha que estás leyendo esto para preguntarle a tu cuerpo qué puedes hacer por él ahorita. **2. CADA MAÑANA** Escribe en un diario las alegrías del día anterior, sean grandes o pequeñas. Es un hábito sencillo que te ayudará a estar buscando cosas “mágicas” que pasan día a día y crear una práctica constante de gratitud. Recuerda que donde pones tu atención, creas tu realidad. **3. REGRESA A TU CENTRO** La respiración consciente es tu herramienta para volver al presente, calmar la mente y abrir el corazón. Puedes llegar a estados de conciencia profundos solo respirando, sin estímulos externos. Es una forma de terapia no verbal que te ayuda a moverte de un estado emocional a otro: de la ansiedad a la confianza, del estrés a la calma, de la flojera al ánimo. **4. DISCIPLINA ES AMOR** Y la forma más pura de agradecerle a la vida es que puedes vivirla. No es una cadena que te ata, sino una herramienta que construyes para crear la vida que deseas. Es elegir por amor, hacer lo mejor para ti. **5. SU LECTURA FAVORITA** *A Return to Love* de Marianne Williamson no solo es un recordatorio para regresar al camino del amor, sino que te da las herramientas para hacerlo. “Cada vez que lo leo, algo en mí se acomoda, algo en mí se calma, algo en mí se entiende un poco más, algo en mí se siente más ligero”. **6. SUS CINCO HÁBITOS** Escribir, leer, meditar o respirar y simplemente estar. Tener estas herramientas a la mano, aunque no esté en casa o en mi rutina habitual, es lo que me permite reconectar cuando me siento fuera de mi eje.

2. “The Five Minute Journal”, INTELLIGENT CHANGE, USD32, intelligentchange.com. 3. Aceite esencial “Balance”, DOTERRA, \$635, doterra.com. 4. The Mat 5mm, LULULEMON, C.C. Artz Pedregal\*. 5. A Return to Love, MARIANNE WILLIAMSON, \$261, gandhi.com.mx. 6. Vela de lavanda con piedra amatista, CATALARA, \$515, catalara.com.

EXPANSION

**CUÉNTAME DE  
ECONOMÍA**



**PARA ENTENDER  
TODO SOBRE  
DINERO**

PRESENTADO POR:

Actinver

DISPONIBLE EN →





## Como te sientes, te ves

SKINCARE PARA TUS EMOCIONES

Tu piel refleja tus emociones, por eso cuando te sientes bien se nota y cuando no, ¡se nota más! Neuraé estudió esta conexión para crear una línea de neurocosméticos que trabajan con ingredientes, fragancias y texturas que te hacen sentir bien y verte mejor. Sus tres líneas Énergie, Joie y Sérénité tratan la piel cansada, apagada y arrugada a través de cremas que potencian las emociones positivas. También tienen un suero para restablecer el equilibrio de la piel y unos *boosters* en aceite que puedes llevar contigo siempre.

#¿DÓNDE?

The Emulsion, The Serum y The Emotion Booster,  
NEURAE, El Palacio de Hierro Polanco.\*

# ¿LO MEJOR? ¡es mexa!

Empieza el otoño y la piel pide hidratación, el pelo control y el maquillaje calidez. Encontramos las marcas de belleza con fórmulas que realmente funcionan y te ayudarán a cuidar tu piel y pelo esta temporada. ¿La mejor parte? Son mexicanas y hechas en México. ¡Porque comprar local es cool!



## RESULTADOS SÍ O SÍ

### SKINCARE

El tónico de AHA! es orgánico, hidratante, revitalizante y con propiedades antioxidantes que previenen el fotoenvejecimiento. La vitamina C de Physiology fue reformulada con precisión farmacéutica con ingredientes que previenen la irritación. El FPS de AgaveSpa aprovecha las propiedades del agave azul para proteger y regenerar la piel al mismo tiempo.

1. Tonic Mist, **AHA!**, \$790, ahal.mx.
2. Vitamina C 12%, **PHYSIOLOGY**, \$1,000, physiology.com.mx.
3. Bloqueador Solar FPS50, **AGAVESPA**, \$835, agavespa.mx.



## COLOR DURADERO

### MAQUILLAJE

Ámu es una nueva marca con las herramientas ideales para el maquillaje perfecto. Los labiales de OD Beauty pigmentan intensamente y sus tonos vino, durazno y terracota son perfectos para el otoño. Los blushes en crema de Beibi Beauty se difuminan con los dedos y dejan un acabado muy natural, pero con un color duradero.

1. Kit Eye & Brows, **AMU**, \$1,664, amu.mx.
2. Essential Matte Lipstick, **OD BEAUTY**, \$850, olivine.com.mx
3. Blush en Crema Sicilia, **BEIBI BEAUTY**, \$440, beibibeauty.com



## CUIDADO + ESTILO

### CUIDADO DEL PELO

La fórmula 2 en 1 de Botanicus simplifica tu rutina de lavado mientras equilibra el cuero cabelludo y deja el pelo limpio y suave. El óleo de Remedios del Bosque combina aceite de almendra, jojoba y argán, ideales para nutrir el pelo y reparar las puntas reseacas. Si buscas una styling cream la de Nyth ayuda a controlar el frizz y estiliza sin dejar residuos.

1. Shampoo 2 en 1 Lavanda, **BOTANICUS**, \$195, botanicus.com.mx.
2. Oleo Humectación Profunda, **REMEDIOS DEL BOSQUE**, \$545, remediosdelbosque.com.
3. Styling Cream, **NYTH**, \$480, Amazon.

# BEAUTY OBSESSIONS

*(del momento)*

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

## #ellepick

### SKINCARE CHANGER

Tuve un fuerte brote de acné y después de dos semanas usándola constantemente, los granitos se desinflamaron. Ahora ya pasaron dos meses y la textura de mi piel ha mejorado muchísimo.

Máscara LED CryoGlow, **SHARK**, \$6,999, Liverpool.

### AMO SU TEXTURA

Esta mascarilla nocturna se siente como terciopelo. Tiene el poder regenerador del retinol sin ser muy agresiva, promoviendo la renovación celular y mejorando instantáneamente la apariencia de la piel.

Unicretinol++ Invisible Night Mask, **UNICSKIN**, El Palacio de Hierro Polanco\*.

### LISTA EN 3, 2, 1

Mi nuevo french bob ama este producto. Lo aplico sobre el pelo húmedo y cuando se seca, está suave, hidratado, brillante y sin frizz. Me ahorra las herramientas de calor y mucho tiempo en las mañanas.

Repair Leave-in Conditioner, **MONDAY**, \$145, sallymexico.com.

**¡CON RAZÓN ES VIRAL!** Esta crema y la luz LED han sido el mejor combo para mi piel. Me han ayudado a desinflamar los granitos, reducir marcas, manchas y mejorar la textura en general.

345 Relief Cream, **DR. ALTHEA**, \$720, skinlovers.com.mx.

# COMO NUEVAS

NO ESPERES A QUE TUS MANOS ESTÉN RESECAS Y ÁSPERAS PARA DARLES AMOR, EMPIEZA A CUIDARLAS ¡YA!

## HAND CARE

### #SÚPER SUAVES

EL EQUIPO ELLE AMA LAS CREMAS DE MANOS Y ESTAS SON SUS FAVORITAS PARA LLEVAR CON ELLOS A TODAS PARTES.

#### PRÁCTICA Y RICA

"Mis manos son súper secas y su textura de manteca es la única que de verdad las hidrata. Extra: huele deli".

**CARLA FORTES,**  
COMMUNITY MANAGER

1. Crema de manos almendra, L'OCCITANE, \$490, L'occitane C.C. Antara Polanco.

#### DE BOLSILLO

"Me hidrata a profundidad sin dejarme las manos extra grasosas y el tamaño es súper conveniente".

**CAROLINA ÁLVAREZ,**  
EDITORIA ADJUNTA

2. Ureadin Manos Plus, ISDIN, \$168, Farmacia San Pablo.

#### LIGERITA

"Me gusta que la textura es ligera y se absorbe rápido, es ideal para cuando hace mucho calor".

**DANIELA FERES,**  
DISEÑADORA

3. Viotherapist crema reparadora, CAUDALÍE, \$350, mx.caudalie.com.

#### SIN ASPEREZAS

"Es una crema pesada y perfecta para mantener las manos, cutículas y codos bien hidratados".

**SAMANTHA GONZÁLEZ,**  
DISEÑADORA

4. Almond & Milk Hand Cream, BURT'S BEES, \$295, Farmacias del Ahorro.



1.



2.



3.



4.

#### #ELLECONSEJO

Las manos delatan la edad. Por eso, además de hidratarlas constantemente, utiliza bloqueador para protegerlas muy bien del sol y evitar que envejezcan antes de tiempo \*guiño\*.

EN LA NOCHE, PUEDES PONERTE VASELINA DESPUÉS DE LA CREMA PARA RETENER LA HIDRATACIÓN.

 **GRUPO  
EXPANSION  
OUT OF HOME**

# **LAS GRANDES HISTORIAS SE CUENTAN FUERA DE CASA.**



**MOBILIARIO URBANO // AUTOBUSES // ANDENES  
CENTROS COMERCIALES // AEROPUERTOS // DOOH**

A close-up photograph of a chef's tattooed arm holding a white plate with a decorative floral pattern. The plate is filled with a stack of thin, dark brown, grilled meat strips, likely carne asada. Below the plate is a large metal bowl filled with golden-brown, fried tortillas. The background is dark and out of focus, showing a kitchen setting.

# ELLE

VAMOS POR  
UNOS TACOS  
(P. 168)

158. GALERÍAS ABIERTAS,  
¡MENTES ABIERTAS!

162. CULTURA, GASTRONOMÍA,  
MODA, SKINCARE Y K-POP:  
TODO EN SEÚL.

# ESTILO

# 157



**1. PEANA**  
*EL DESIERTO DE ELLA; ALICIA, CHANTAL, EUNICE*

Manuela de Laborde

DÓNDE: Tlaxcala 103, Roma Sur, Cuauhtémoc, 06760 Ciudad de México, CDMX

**2. GALERÍA HILARIO GALGUERA**  
*MEMO*

Williem Boel

DÓNDE: C. Francisco Pimentel 3, San Rafael, Cuauhtémoc, 06470 Ciudad de México, CDMX

**3. GALERÍA PATRICIA CONDE**  
*MÉXICO: DESDE EL CENTRO HASTA LA HERIDA*

Sonia Madrigal, Yael Martínez y Francisco Mata Rosas

DÓNDE: Calle Gral. Juan Cano 68, San Miguel Chapultepec I Secc, Miguel Hidalgo, 11850 Ciudad de México, CDMX

## arte y cultura

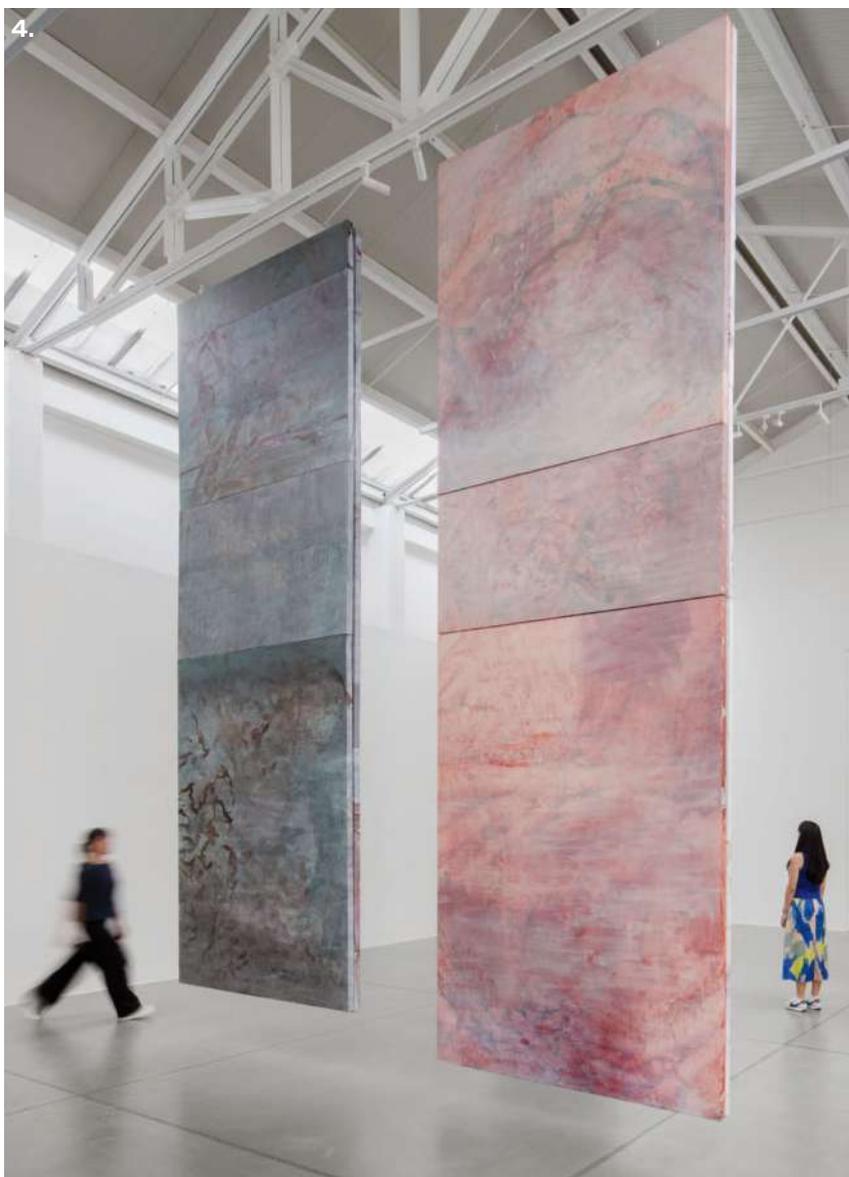
DÓNDE  
CDMX  
CUÁNDO:  
4-7 de septiembre  
+INFO:  
gamamx.art

### GAMA

CADA SEPTIEMBRE SE VIVE UNA CELEBRACIÓN COLECTIVA DE ARTE IMPULSADA POR UN GRUPO DE GALERÍAS MEXICANAS. SE TRATA DE 25 ESPACIOS QUE ABREN SUS PUERTAS EN HORARIO EXTENDIDO DE 11:00 A 19:00 HRS. PARA INVITARNOS A RECORRER SUS EXPOSICIONES, DESCUBRIR NUEVAS VOCES Y REENCONTRARNOS CON NUESTROS ARTISTAS FAVORITOS. GAMA WEEK ES UN MOMENTO DE ENCUENTRO ENTRE GENERACIONES, PERSPECTIVAS Y FORMAS DE VER, REFLEJANDO LA RIQUEZA Y DIVERSIDAD DEL ECOSISTEMA ARTÍSTICO DE LA CDMX.

FOTOS: 1. CORTESÍA PEANA / 2. CORTESÍA GALERÍA HILARIO GALGUERA / 3. CORTESÍA GALERÍA PATRICIA CONDE / 4. CORTESÍA NORDENHAKÉ / 5. CORTESÍA TRAVESÍA CUATRO / 6. CORTESÍA PROYECTOS MONCLOVA / 7. CORTESÍA GALERÍA KAREN HUBER / 8. CORTESÍA SAENGER GALERÍA.

arte, y cultura



4.

**4. NORDENHAKE**  
**BLEEDING BOUNDARIES**  
José Eduardo Barajas

DÓNDE: Monterrey 65, Roma Nte., Cuauhtémoc, 06700 Ciudad de México, CDMX

**5. TRAVESÍA CUATRO**  
**BULTO**

Ángela de la Cruz

DÓNDE: Valladolid 35, Roma Nte., Cuauhtémoc, 06700 Ciudad de México, CDMX

**6. PROYECTOS MONCLOVA**  
**ALBOR TZOMPOL**

Alejandra Venegas

DÓNDE: Lamartine 415, Polanco, Polanco V Secc., Miguel Hidalgo, 11560 Ciudad de México, CDMX

**7. GALERÍA KAREN HUBER**  
**TODO ESTE TIEMPO, TODA ESTA PINTURA:**

**11 AÑOS DE LA GALERÍA KAREN HUBER**  
Exposición colectiva

DÓNDE: Bucareli 120-piso 1, Colonia Centro, Cuauhtémoc, 06040 Ciudad de México, CDMX

**8. SAENGER GALERÍA**

Atsuki Fujimoto

DÓNDE: C. Manuel Dublán 33 4o. Piso, Tacubaya, Miguel Hidalgo, 11870 Ciudad de México, CDMX

5.



6.



7.



8.

# AGENDA ELLE *entretenimiento + playlist*



## concert

### OASIS

DESPUÉS DE 16 AÑOS, LA BANDA REGRESA A MÉXICO PARA CELEBRAR EL LEGADO DEL BRITPOP QUE MARCÓ UNA ÉPOCA. SU GIRA "LIVE '25" ES MÁS QUE UN CONCIERTO, ES UNA REUNIÓN HISTÓRICA QUE REVIVE LA ENERGÍA Y LA REBELDÍA QUE DEFINIERON A LOS HERMANOS GALLAGHER Y TRANSFORMARON LA MÚSICA DE LOS 90.

CUÁNDO: 12 Y 13 de septiembre del 2025.

DÓNDE: Estadio GNP Seguros.

## cartelera



### MANTENIENDO A MÉXICO EN LO ALTO

Guillermo del Toro sigue cautivando al mundo, dándole su giro único al clásico "Frankenstein" para elevar lo gótico hasta lo sublime. El director ganador del Oscar tendrá a Mia Goth, Oscar Isaac y Jacob Elordi protagonizando este film, que se presenta como un manifiesto sobre la otredad, la soledad y la ternura que puede existir en lo más monstruoso. Se estrena este septiembre en el Festival de Cine de Toronto y estará disponible en Netflix muy pronto.

DÓNDE: Festival De Cine De Toronto.

CUÁNDO: 9 de septiembre.



### EL GRAN VIAJE DE TU VIDA

¿A qué momento del pasado regresarías si tuvieras la oportunidad? "El gran viaje de tu vida" nos invita a recorrer una historia de fantasía, donde la nostalgia y la esperanza se entrelazan. Margot Robbie y Colin Farrell protagonizan esta aventura que despierta emociones profundas y nos hace redescubrir esos instantes que, sin saberlo, definen quiénes somos. Dirigida por Kogonada, la película llegará a México el 18 de septiembre.

DÓNDE: Cines

CUÁNDO: 18 de septiembre.

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

CONDUCE:

**MARIEL IBARRA**

EDITORA DE  
EXPANSIÓN POLÍTICA

EXPANSIÓN  
**POLÍTICA**  
Y OTROS DATOS

**NUEVA  
TEMPORADA**

**LA VIDA PÚBLICA  
EXPLICADA**

DANOS PLAY EN:  Spotify  Apple Podcasts  amazon music

**SONORO**

# K-MAD- NESS

por ISSA PLANCARTE



LA CIUDAD QUE IMPONE TENDENCIAS MUNDIALES Y QUE MARCA PAUTAS EN TODOS LOS TERRENOS —MODA, TECNOLOGÍA, MÚSICA, TV, BELLEZA Y MÁS. LA MECA DEL K-BEAUTY Y EL K-POP NO ES SÓLO EL PARAÍSO DEL SKINCARE, ES TAMBIÉN UNA METROPOLÍ VIBRANTE, CON UNA HISTORIA DOLOROSA Y QUE HA RENACIDO VARIAS VECES PARA MOSTRARSE CASI INVENCIBLE. ESTE VIBRANTE DESTINO SORPRENDE HASTA AL VIAJERO MÁS EXPERIMENTADO.

# 01. SEŪL

## FOR THE GRAM



### KEEPING UP WITH THE ROYALS

Al acercarte al palacio, podrás ver el sinfín de personas que caminan portando el Hanbok, la vestimenta tradicional coreana. Al igual que ocurre en Kioto, Japón, muchos locales y turistas rentan los trajes para hacerse fotos en el interior del palacio. Puedes dedicar varias horas de tu itinerario a recorrerlo, pues el lugar es muy grande y merece que lo camines con calma. No olvides programar tu reloj para las 10 am para que veas el cambio de guardia, en la que un grupo de hombres conocidos como “Wanggung Sumunjang” —ataviados con los uniformes de la Dinastía Joseon—, emulan no solo la vestimenta y armas de la época, sino también las canciones tradicionales militares. Todo un show que hay que ver, sí o sí.

### DETENIDO EN EL TIEMPO

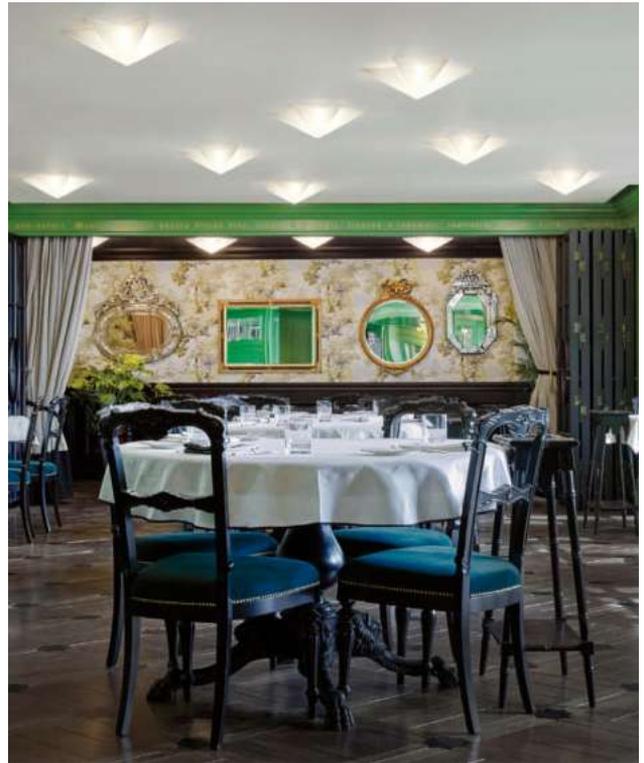
La aldea Bukchon Hanok te transportará al estilo arquitectónico clásico coreano de la Dinastía Joseon. Se trata de un barrio real donde aún vive gente en casas de arquitectura coreana tradicional. Por ello, verás letreros que te piden estar en silencio, porque puedes visitar sus calles pero si te ven hablando muy fuerte, los guardias locales te pedirán moverte discretamente por respeto a los habitantes. Es aquí donde harás las mejores fotos del viaje que muestran los contrastes entre el Seúl antiguo y el moderno que se asoma a la distancia. Como es un sitio tan famoso, varias tiendas de souvenirs y tiendas de skincare tienen **pop-up's** para que hagas algo de shopping a la salida de tu visita.

### HISTORY HARDCORE

Si quieres clavarte aún más en el pasado coreano, hay dos paseos que valen la pena, pero que se encuentran fuera de la ciudad. El primero es visitar la fortaleza Suwon Hwaseong, para meterte de lleno en la vida de los guerreros coreanos del siglo XVIII, y que incluye al palacio Haenggung. Por el contrario, si lo que buscas es entender su complicado presente, reserva un tour a la zona desmilitarizada de Corea (ZDC). Se encuentra en la frontera entre las dos Coreas y entenderás de primera mano la complicada relación entre ambas. Es un viaje intenso pero que te dará otra perspectiva de Corea del Sur.



PASADO QUE SE VIVE  
EN EL PRESENTE



## 02. SHOPPING



### SEONGSU

Es el barrio más famoso de la ciudad por una sencilla razón: es el paraíso de las compras. Los coreanos están obsesionados con ellas y las marcas lo saben. Por ello, acá verás pop-ups de todo tipo de marcas que vuelven lo efímero en un arte. Algunas sólo duran de una a tres semanas y si no tienes una foto de la tienda o si no compraste el artículo de edición limitada que se vendió ahí, fracasaste en la vida. Para muestra, dos datos: cada semana abren 50 tiendas *pop-up* distintas; la más exitosa de todas ha sido la de Dior, por ello se volvió tienda fija. Las compras no se limitan a la ropa o accesorios, también los restaurantes o las collabs con comida (Dyptique hizo una tienda de helados con sabores de sus fragancias icónicas). De verdad, no sabes lo que son las compras hasta que las haces en Corea.

### FOODIE LOVE

Esta misma fiebre por las tendencias se aplica a la gastronomía. Al igual que ocurre en distintos países asiáticos, la comida callejera ostenta varias estrellas Michelin. A menudo recorrerás mercados como el Gwangjang que ofrece varios puestos de comida que son tan famosos que han salido en programas de Netflix. La cocina coreana se hizo para compartir y varios son los platos que le han dado la vuelta al mundo. Desde el *korean bbq*, el pollo frito, el bibimbap, el bulgogi y el infaltable kimchi. Sus distintos sabores y preparaciones te volverán loco. Simplemente no hay tiempo que alcance para sumergirse de lleno dentro de la complejidad de su cocina.

### FINE DINING

No hay mejor parada que ir a Gucci Osteria Seúl. Acá probarás las creaciones de los chefs Hyungkyu Jun y Davide Cardellini, quienes muestra una visión particular de la unión entre Italia y Corea, sus ingredientes, preparaciones e historia. Después de tu almuerzo —sugerimos que pidas la terraza—, vete a recorrer el híper de moda distrito de Yongsan, donde se encuentra el restaurante. Ahí encontrarás un montón de tiendas de diseñadores locales y algunas experiencias que bien vale la pena visitar, como cualquiera de las panaderías o cafés. Porque esa es otra obsesión coreana ¡el café! Nunca verás tantos en tu vida —hay 600 Starbucks sólo en Seúl—, y si quieres sentirte todo un local, pide un *iced coffee*, es casi su bebida oficial.

# 03. EXPERIENCIAS ÚNICAS

## GENTLE MONSTER

Hay un antes y un después en el mundo del *eyewear* de lujo gracias a esta marca hecha por Hankook Kim. Es todo un caso de estudio. Fue el primero en diseñar para el rostro asiático y en crear una experiencia de compra distinta en las que sus tiendas también son un galería de arte futurista. Las filas para entrar comprueban el nivel del fenómeno. Hoy ya está presente en 30 países pero nada se compara en visitar una de sus *flagships* en Seúl, ahí te recibirán *happenings* de arte, esculturas gigantes, robots que parecen humanos y los diseños de gafas más increíbles que has visto nunca, por ello ya ha hecho collabs con Maison Margiela y Mugler.



## SKINCARE 101

En Seúl no hay Oxxos en cada esquina, hay tiendas de skincare. De verdad. Se llaman Olive Young y entrar en ellas puede provocarte dos cosas: o ansiedad por no entender nada o hiperventilación porque sabes qué es cada cosa y quieres comprar todo. Un dato que te hará feliz: el skincare es muy barato y los empleados a menudo quieren ayudarte a elegir lo mejor para tu piel. Lo mejor es que hagas tu tarea con antelación para que sepas exactamente qué quieres comprar y te vayas armado de un buen traductor. Una cosa importante, por cuestiones de seguridad cibernética, Google no funciona bien por lo que es mejor si bajas la app Papago para traducir, y Naver en lugar de Google Maps.

## DÓNDE QUEDARTE

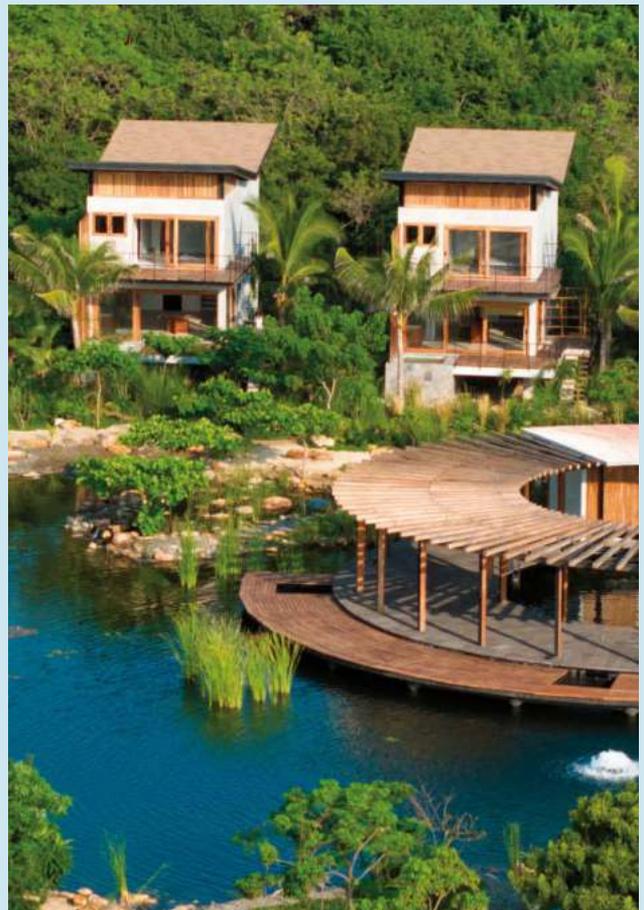
El Four Seasons Seoul está a escasos pasos de toda la acción, como el Palacio Gyeongbokgung o la casa de gobierno —de hecho, puedes verlos desde sus ventanas—. Este hotel aloja varias joyitas, pero dos destacan en particular. El Charles H, uno de los primeros bares coreanos en entrar al listado 50 Best Bars y The Market Kitchen, uno de los mejores buffets de la ciudad. Además, el tratamiento insignia del spa ofrece los grandes éxitos del skincare coreano, como su famoso *scrub* que limpia el cuerpo de toda clase de impurezas, después un detox de algas, un lavado herbal y una máscara de colágeno que te dejará piel de bebé.



# NO MOLESTAR, ESTOY EN EL TRÓPICO

por JOSEMRA

IMAGINA UN LUGAR DONDE LA CREATIVIDAD, LA NATURALEZA, EL DISEÑO INTELIGENTE Y LA SOSTENIBILIDAD SE ENTRELAZAN. ASÍ ES MUSA. CREADO POR ANDRÉS SAAVEDRA Y TARA MEDINA. ESTE SANTUARIO REDEFINE LA IDEA DE COMUNIDAD Y HOSPITALIDAD: AQUÍ EL RELOJ DEJA DE MARCAR Y CADA INSTANTE SE DISFRUTA A TU RITMO, YA SEA EN UNA ESCAPADA BREVE O EN UNA ESTANCIA PROLONGADA, SOLO O ACOMPAÑADO.





Diseñado para el viajero cosmopolita que ama la aventura y busca estar en contacto con la naturaleza, MUSA entiende que el verdadero lujo hoy es desconectarse.

Para mí, el fin de semana perfecto se resume en descanso, bienestar y el mar. Todo eso vive aquí, en una explanada de playa virgen a orillas del Pacífico guerrerense, a solo 45 minutos del aeropuerto de Ixtapa-Zihuatanejo. Las raíces de MUSA se nutren de arte, comunidad, sustentabilidad y diseño consciente; todo acompañado de hospitalidad genuina y una atención al detalle. Este es un lugar donde la innovación y la creatividad coexisten pacíficamente. Pensado para el *jet setter* o nómada digital que desea comodidad y aventura, este escondite abraza la arquitectura y el interiorismo como experiencias: tecnologías verdes, materiales nobles y espacios que conviven con el entorno.

Desde el momento en que sales de tu ciudad la expectativa crece. Al aterrizar en el pequeño aeropuerto de Ixtapa, la brisa tibia y salada te da una íntima bienvenida. Un *shuttle* privado de MUSA te espera para llevarte al inicio de tu desconexión total. Aquí, no tienes que preocuparte por nada. A tu llegada, un agua de coco fría te recuerda que has llegado al trópico y que la vida aquí tiene otro ritmo. MUSA no es un hotel más, es un lugar de experiencias y posibilidades. Puedes recorrer la playa caminando o a caballo, probar mezcales al atardecer, ver la noche caer al lado de la fogata, o simplemente entregarte al descanso en cualquiera de sus espacios. **Hotelito**, miembro de Design Hotels, ofrece trece habitaciones únicas, una piscina que recorre todo el hotel y arquitectura orgánica frente al mar. **Casa MUSA** es ideal para grupos, tiene una *infinity pool* de agua salada, una gran palapa y *glampings* con vistas panorámicas al océano. **Hideaways** reúne 35 casitas con alberca privada alrededor de una biopiscina, mientras que las Residencias Privadas —**Casa Tsili** y **Casa Parota**— son joyas de lujo tropical, modernas y rodeadas de mar y jungla.

Aquí, el lujo es consciente: gestión de residuos, reciclaje, energía solar, cuidado del agua y proyectos de regeneración mantienen vivo el paraíso. Más que un destino, MUSA es un estado mental, un abrazo entre el Pacífico y la selva que invita a vivir sin prisas.



# TRES *con todo*

EN MÉXICO LA CULTURA TAQUERA ES TAN PODEROSA QUE RAYA EN LO FILOSÓFICO. Y ES QUE, SIN AFÁN DE CONTRADECIR A LOS NIHILISTAS, LOS MEXICANOS SABEMOS QUE AQUÍ LA NADA NO ES OTRA COSA QUE LA AUSENCIA DEL CILANTRO Y LA CEBOLLA. ES POR ESO QUE EN UNA CIUDAD COMO LA CDMX, EN LA QUE LAS TAQUERÍAS SON CÁNON, HABLAR DE TACOS DESTACADOS ES COSA SERIA. DICEN QUE CUANDO EL RÍO SUENA ES QUE AGUA LLEVA, RAZÓN POR LA CUAL, NOS DÍMOS A LA TAREA DE PROBAR LOS TACOS QUE ESTÁN GENERANDO CONVERSACIÓN EN LA CAPITAL POR SU PROPUESTA. ¿QUE SI VALEN LA PENA? CLARO QUE SÍ Y TE CONTAMOS POR QUÉ.

por JORDI LINARES RIVAS



## *Taco premium*

LA ONCE MIL

Para César de la Parra y Quique Glennie, fundadores de la Once Mil, un buen taco tiene tres elementos: la tortilla, la salsa y la carne. Es por eso que aquí la tortilla se hace a mano, al momento, cada salsa ha sido cuidadosamente pensada y la calidad de su carne se ha convertido casi en leyenda. Su taco más famoso, el de rib eye, habla por sí mismo, pues nadie se queda indiferente después de probarlo; aunque también su trompo de picaña black angus tiene sus fans. Sí, es la taquería que siempre tiene cola, pero sus papitas preparadas y chelita mientras esperas también han ganado fama propia.

**DÓNDE:** Monte Everest 780, Lomas de Chapultepec, Miguel Hidalgo, 11000 Ciudad de México.

## *Taco chilango*

MAIZAJO

Maizajo es un proyecto que, en pocas palabras, podría describirse como la carta de amor de Santiago Moctezuma a la Ciudad de México. Aquí se reviven los sabores con los que creció, incluyendo un buen taco callejero. El twist está en la manera en la que, a través de su trabajo, Santiago se ha acercado a los ingredientes para tener una mejor comprensión de ellos y garantizar la mejor calidad. Sus tortillas 100% de maíz nixtamalizado son una de las claves de su éxito y así fue como esta barra de tacos se convirtió una de las más concurridas de la CDMX, con tacos exquisitos y salsas que sí pican.

**DÓNDE:** Fernando Montes de Oca 113, Colonia Condesa, Cuauhtémoc, 06140 Ciudad de México.

## *Taco norteno*

TACOS DOMINGO

En la historia de Nico, Alex y Alberto, el amor por los tacos viene de familia. Pero fue de su interés por la restaurantería y la intención de traer la carne asada del norte a la mesa de una taquería chilanga, que nació Tacos Domingo. Su idea parte de tener un menú simple pero conciso en donde, evidentemente, el de asada es rey, pero el de chuleta y pollo completan la trilogía perfecta. Puedes pedirlos con o sin queso; en tortilla de harina, de maíz o árabe o en formato volcán si lo prefieres. Además de la atención a la calidad de los insumos, lo que hace que sus tacos sean top es la atención que se le da también a la especialización del equipo en la técnica al carbón y sus salsas nortenas.

**DÓNDE:** Pl. Carlos Pacheco 5, Colonia Centro, Centro, Cuauhtémoc, 06070 Ciudad de México.



Hay montañas que no escalas, las conquistas.

## GX 550 OVERTRAIL

Un auto que no te hace sentir algo, se queda a un paso de lo asombroso. **That's the standard of amazing.**

Experience Amazing

SALUD ES BELLEZA

# CHANCE CHANEL



EAU SPLENDIDE

EL NUEVO PERFUME DE CHANEL