Quién

CINE DE DÍA, FIESTA DE NOCHE
Estuvimos en todo lo que pasó en el Festival de Morelia

LOS CUARÓN
Y JUAN DANIEL, SU CAMPEÓN GABACHO
Un padre que no quiere apropiarse, un hijo que toma solo lo que le sirve y un actor fresco

Fobia: amistad, broncas y cumplir 40
"Ya no hay nadie que no queremos que esté"

LA NUEVA ONCE MIL
Tres chilangos ponen a Madrid a hacer fila por un taco



00510
7 503027 020547
#QuiénEsQuién
NOVIEMBRE 2026
$65 MN
PARA VENTA EXCLUSIVA A MAYORES DE EDAD



CHANEL.COM 123300EL951048

N°5




Happy Holidays
MONTBLANC




INICIE SU PROPIA
TRADICIÓN

PATEK PHILIPPE
GENEVE

LA COLECCIÓN CUBITUS



CUBITUS EN TAMAÑO MEDIANO REF. 7128/1R

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

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

CONTENIDO



FIGURA

20. La Once Mil ahora sesea

El *hype* llegó a Madrid: la taquería más famosa de la CDMX abrió sus puertas en la capital española y la fila es larga, pero vale todita la pena.

28. Diego Luna dirige, Adriana Paz y Anna Díaz, al frente

La cinta *Ceniza en la boca* llega a los cines en noviembre. Platicamos con estos tres personajes sobre la trama de migraciones, arraigo y relaciones familiares complejas.

36. Nos sentimos vivos con Fobia

La banda celebra 40 años de trayectoria en 2027 con rolitas inolvidables como “El microbito” y “Hoy tengo miedo”.

ESTILO

50. Entre uvas, violetas y berenjenas

Hay colores que brillan en la temporada, y este es digno de la realeza. Es el tono perfecto para agregar ese toque de color en invierno y nos tiene obsesionadas.



54. *Diamonds are a girl’s best friend!*

Michelle Salas, París, y un archivo de más de 5 mil diseños de Jean Schlumberger para Tiffany & Co. ¿Qué más podemos pedir?

64. La cena está servida con los *picks* de *beauty*

Sobre advertencia no hay engaño, al ver estas fotos tu apetito va a aumentar. Aunque no hablamos de la comida, sino de los productos que elegimos.



FEATURES

86. La princesa que su hermano nunca olvidó

Charles Spencer publicó un nuevo libro. Y lo que podemos decir es que los recuerdos de su hermana, Lady Di, siguen incomodando a la Corona británica.

FOTOS ©GETTY IMAGES / 2641696, SHUTTERSTOCK / KAMPON, CORTESÍA / LA ONCE MIL, TIFFANY, SELENE ALAIDE



EN PORTADA



FOTO PORTADA **RICARDO RAMOS**

CÍRCULOS

96. Un año más, otra edición de Bazar Gilberto

Arrancó la temporada de bazares y Gilberto la inauguró. Aquí, siempre están las mejores marcas de ropa, comida, accesorios y artículos para la casa.

100. *Walk the runway* con Lorena Saravia

La nueva colección de la diseñadora, El Origen, reinterpreta la identidad del México contemporáneo y claro que estuvimos ahí.



104. La ciudad donde todo es cine

El FICM es el lugar donde se reúnen cineastas, actores y cinéfilos que saben que las mejores historias no siempre terminan cuando aparecen los créditos.

PLACERES

130. Siempre estamos viviendo de noche

Si nos buscas en fin de semana, no esperes encontrarnos en los lugares de siempre. La vida nocturna se vive de una nueva forma.



132. *Check-in:* Brach Madrid

Con la Gran Vía a tus pies, Brach Madrid propone volver al corazón de la ciudad. Entre arquitectura y turismo, este hotel es clave para tus siguientes vacaciones.

134. *Seoul searching* en Corea

Después de cumplir miles de pasos paseando por sus calles, nada como llegar al Four Seasons Seoul para disfrutar de una cama deli y hacer como que el *jetlag* no existe.

LOS QUE SE VAN, LOS QUE SE QUEDAN

MARÍA TORRES CLAUSELL
EDITORA GENERAL



Cuando supimos que Jonás Cuarón presentaría en Morelia *Campeón gabacho*, su nueva película como director, con su papá Alfonso como productor, no lo pensamos dos veces: los queríamos en portada. Hace diez años los juntamos en una de nuestras ediciones más icónicas, y nos daba mucha curiosidad saber qué había pasado una década después. Qué había cambiado entre ellos, cómo se había movido la balanza entre el papá y el hijo.

Juntarlos no es sencillo. Alfonso vive en un pueblo de la Toscana; Jonás, en Nueva York. Dijeron que sí, con una sola condición: que en la portada también estuviera Juan Daniel García Treviño, el protagonista de la película y un actor al que no hay que perder de vista. Condición aceptada antes de que terminaran la frase.La premiere había sido la noche anterior y la fiesta, buena y larga. Llegaron a la sesión con la desvelada encima, y a Juan Daniel le tocó escuchar la frase del día: "Tienes 26 años, estás para estos trotes y más". La cita fue en la terraza de Alejandro Ramírez, una de las mentes detrás del FICM y el rey del cine en nuestro país. No había locación más perfecta. Alfonso llegó con su propia indicación de arte: "Yo soy el baterista en esta historia. A mí pónganme allá atrás, en un ladito". Dicho y hecho. Como lo cuenta Jonathan Saldaña en su texto para esta historia, si fueran una banda de rock, Jonás tocaría la guitarra, Juan Daniel sería el vocalista y Alfonso llevaría la bataca. Atrás, marcando el ritmo, sin pelearse el reflector.

Y es que eso es exactamente lo que pasó con la película. *Campeón gabacho* empezó una Navidad, cuando Jonás leyó la novela de Aura Xilonen y se enamoró de Liborio, un joven que cruza el río Bravo, llega a un barrio latino de Nueva York y cuyo único talento aparente es aguantar golpes. Le tomó casi diez años convertir esa voz en cine, y lo hizo contando la migración sin quedarse solo en la tragedia, porque, como dice Alfonso, la dificultad en la vida no cancela las otras emociones. Los migrantes también se enamoran, bailan y se ríen.

Alfonso llegó cuando el guion ya estaba avanzado y pisó el set apenas dos días. Su papel fue ver los cortes y opinar sobre el ritmo, una escena o una voz en off que le sobraba, igual que hace con sus amigos Iñárritu y Del Toro. Jonás escucha los consejos de su papá y luego decide: "Tomo lo que me sirve, quiero hacer mi propio lenguaje". Diez años después de aquella portada, la balanza se movió. Cuando le preguntamos a Alfonso por su papel en la película, no habló como productor ni como maestro: "El acercamiento con Jonás y esta película era más de fan". Y luego está el vocalista. Después de *Ya no estoy aquí* y de un Ariel, a Juan Daniel le aconsejaron prepararse para hacer personajes "más universales", con un look más neutro. Él no tenía ni el tiempo ni el dinero para convertirse en otro. Tenía una familia y tenía que trabajar. Así que siguió siendo él mismo, y eso fue exactamente lo que Jonás necesitaba. Llegó con una fuerza, un humor y una vulnerabilidad que el director no había imaginado, y Liborio se volvió otro. Por algo los Cuarón lo pusieron como condición: es el actor que les cambió la película.

Morelia también nos regaló a Diego Luna con *Ceniza en la boca*, la otra cara de la misma moneda. Si los Cuarón cuentan la historia del que se va, Diego cuenta la de los hijos que se quedan, a quienes se les pide entender que su mejor vida está lejos de sus padres cuando lo único que necesitan es un abrazo.

Pero porque un festival no se vive solo en las salas, también estuvimos en las fiestas, las cenas y las noches que se alargaron hasta la madrugada (que lo diga Juan Daniel). No se pierdan nuestra crónica de lo mejor de estos días.

Y de Morelia, viajamos a Madrid, donde César de la Parra, Jimena Gutiérrez y Enrique Glennie tienen a la ciudad formada por un taco en La Once Mil, la taquería que se volvió un fenómeno en la CDMX, y que ahora llega a España en sociedad con Los 33 y sin sombreros ni papel picado. César la llama "una embajada de México".Fobia, a punto de cumplir 40 años, nos recordó que la amistad también es un lugar al que se vuelve. Nuevo baterista, una app para abrir su baúl de recuerdos y la misma complicidad de cuando tocaban para diez personas en una librería de Insurgentes. Sur ¿Alguna vez pensaron en separarse? "Hoy en la mañana", nos confiesan, pero nosotros ya nos dimos cuenta de que hay banda para rato.

Un cuestionario intenso a Oswaldo Benavides, las residencias de Shakira y Celine Dion en Europa, una entrevista con Juan Rodrigo Llaguno (el gran retratista contemporáneo), las confesiones de Aldo Rendón tras ser el rey sin corona de *La casa de los famosos* y mucho más. Bienvenidos a Quién noviembre y gracias, gracias, gracias por leernos.

@maria___torres


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

Quién

EDITORA GENERAL
MARÍA TORRES CLAUSELL
mtorres@grupoexpansion.com

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

Editora Web
MIRIAM GARCÍA
nayelig@grupoexpansion.com

Coeditora Web
FABIOLA PICHARDO

Coeditor Web
RAYMUNDO ZAMARRIPA

Social Media Manager
IRVING CHAGA

Reportero Web
ARTURO PEREA

Realizadora de Video
MARIELA CALDERÓN

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

Editora de Moda
GUADALUPE MERCADO
guadalupem@grupoexpansion.com

Coordinadora de Belleza
MERCEDES RUY-SÁNCHEZ ASSAM

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

DANIELA BRUGGER FUERTES
daniela.brugger@grupoexpansion.com

Becarios
PATRICIA MONROY, DANIELA CUELLAR, RENÉ CHÁVEZ, JOEL HINOJOSA, XIMENA ALESSIO, MARIANA ARCHER, ANTONELLA BERTELLO, INÉS ALMAGRO, NICOLE DECE-LIERE Y SOFÍA DE LEÓN

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

Diseñadora
VALENTINA OLHOVICH SIMÓN
valentina.olhovich@grupoexpansion.com

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

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

Fotógrafa
SELENE ALAÍDE

Colaboradores
Azcary Andino Olivé, Aarón Colín, Francesca Sophie Ebrard, Mariana González, Alfonso Lázquez, Ricardo Ramos, Érika Roa Torres y Sofía Llaguno

DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO GLOBAL
ROBERTO CABALLERO
roberto.caballero@grupoexpansion.com

DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO NACIONAL
ALEJANDRO LEAL
aleal@grupoexpansion.com

DIRECTORES DE VENTAS NACIONALES
ABRAHAM MEZA
abraham.meza@grupoexpansion.com

CLAUDIO DELGADO
cdelgado@grupoexpansion.com

ELIZABETH DE GARAY
elizabeth.degaray@grupoexpansion.com

ÓSCAR ROSAS
orosas@grupoexpansion.com

DIRECTORA COMERCIAL RI
CARLA FONT
cfont@grupoexpansion.com

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

DIRECTOR DE GROWTH
ANDRÉS TOMASSI
atommasi@grupoexpansion.com

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

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

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

GERENTE DE ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA
MARÍA JOSÉ LÓPEZ PIÑA

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

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

BRAND MANAGER
PAMELA GARCÍA

LÍDER DE MARCA
CONSTANZA CALZADA

HEAD DE PR Y EVENTOS
FERNANDA CABRERA

LÍDER DE EVENTOS
ANA MENDÉNDEZ

HEAD DE OPERACIONES EXPANSIÓN STUDIOS
JANETH CORREA

HEAD CREATIVO EXPANSIÓN STUDIOS
IGNACIO AMAYA

EDITORA EXPANSIÓN STUDIOS
PAULINA CASTELLANOS
pcastellanos@grupoexpansion.com

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

PROJECT MANAGERS
ALEJANDRA JIMÉNEZ
FERNANDO CORTÉS
MONTSERRAT REYES
SHANTAL ELIZABETH GÓMEZ

COORDINADORA DE VIDEO
MARIANA MARTÍNEZ

DISEÑADORAS
LEI AGUILAR GOLDNER
PAMELA JARQUIN
SHUELLEM ESTRADA

COORDINADOR POSTPRODUCCIÓN
Christian Castillo Paralizábal

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

PRODUCTORA
JACQUELINE FACIO

DIRECTORA DE CUENTAS
ANA LILIA CHÁVEZ

COORDINADORA DE ESTUDIO DE FOTO
ALEJANDRINA LIRA

FOTÓGRAFA ESTUDIO DE FOTO
ANYLÚ HINOJOSA

DIRECTOR DE OPERACIONES
FERNANDO CEBALLOS
fernando.ceballos@grupoexpansion.com

DISTRIBUCIÓN
ALBERTO PALACIOS
apalacios@grupoexpansion.com

GERENTE DE TRÁFICO
ANA MARÍA GALINDO

COORDINADOR DE PRODUCCIÓN
EDGAR MORA

PRODUCCIÓN
ULISES ALARCÓN

COORDINADOR PRODUCCIÓN DIGITAL
JAVIER JASSO

POSPRODUCCIÓN DIGITAL
DIANA AGUILAR
JESÚS GONZÁLEZ

COORDINADORA ADMINISTRATIVA
YRAZEMA ALMANZA
yalmanza@grupoexpansion.com

ACCOUNT MANAGER
MARTHA SOTO

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

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

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

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

GRUPO EXPANSIÓN

PRESIDENTE DE GRUPO EXPANSIÓN
EDGAR FARAH

VICEPRESIDENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES
LEONARDO VALLE

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

COO GRUPO EXPANSIÓN
HILDA MAESTRE

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL
JOSÉ ALBERTO BALBUENA

OUT OF HOME / PUBLISHING / MOBILITY

QUIEN®, es una publicación de Expansión, S.A. de C.V. Revista mensual, No. 510 noviembre 2026. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No.: 04-2000-012011470800-102; Certificado de Licitud de Título No.: 11056, Certificado de Licitud de Contenido No.: 7848. QUIEN® es una publicación editada y publicada por Expansión, S.A. de C.V., con domicilio en Avenida Constituyentes No. 956, Colonia Lomas Altas, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11950, Ciudad de México. Editor responsable: María Torres Clausell. Esta publicación fue impresa por Reproducciones Fotomecánicas, S.A. de C.V., con domicilio en Duraznos No. 1, Colonia Las Peritas, Delegación Xochimilco, C.P. 16010, Ciudad de México. Distribuida por Expansión S.A. de C.V. con domicilio en: Constituyentes 956, Lomas Altas, Miguel Hidalgo, C.P.11950, Ciudad de México y Alfesa Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicada en: Corona 23 Interior 1, Col. Cervecera Modelo, Naucalpan de Juárez, Estado de México, C.P. 53330. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este ejemplar sin la previa autorización de Expansión, S.A. de C.V. Las opiniones y puntos de vista de las colaboraciones publicadas en esta revista no necesariamente reflejan la opinión de QUIEN® y quedan bajo la responsabilidad de los autores. Todos los derechos reservados © 2022, Expansión, S.A. de C.V. Consulta el aviso de privacidad de datos en la siguiente dirección https://quien.com/aviso-legal. ISSN 1405-8601

Registro Postal: PP09-0769





PEYRELONGUE
CHRONOS

MASARYK – ARTZ JOYAS Y RELOJES CHRONOS.COM.MX


EXPANSION
DAILY
PODCAST
EN LAS
VOCES
DE NUESTROS
EDITORES
LUNES A VIERNES 6AM
ESCÚCHANOS EN:
amazon music

FIGURA

El LADO B *de* OSVALDO BENAVIDES

El actor mexicano está en su mejor momento. Con *El círculo* como top en Netflix y el estreno de la serie de *Timbiriche*, aprovechamos para hacerle unas *rapid fire questions*.
Pág. 40

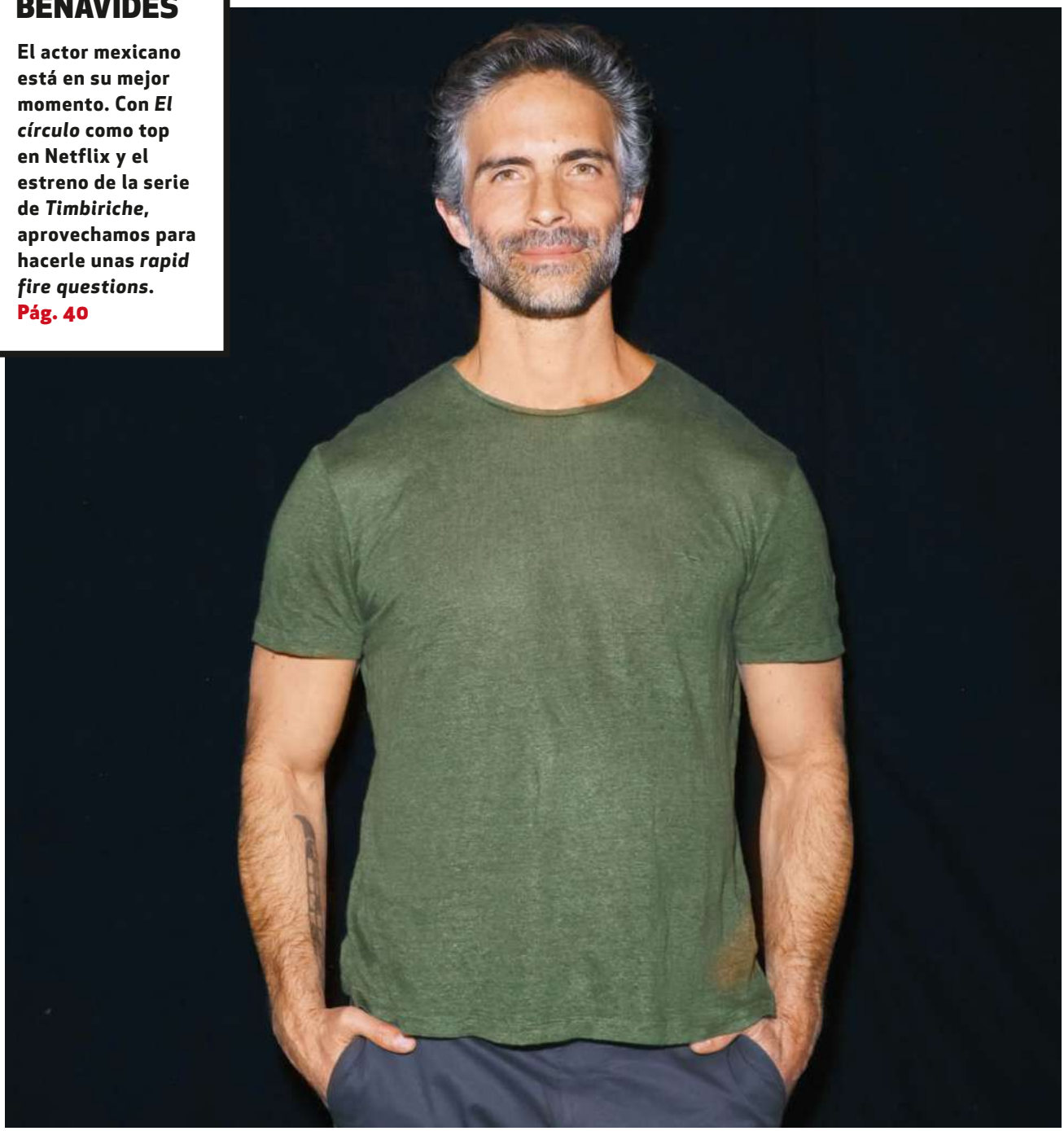


FOTO SHUTTERSTOCK / IVANHOE GARIBAY

20. ¡Ole! La Once Mil llegó a Madrid
Enrique Glennie y César de la Parra nos platican de este gran logro para su taquería.

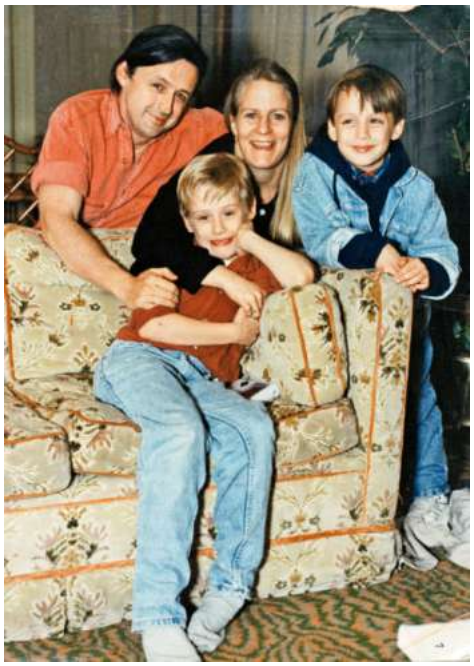
22. PUNTOiCOMA está de aniversario
El *spot* favorito de Las Lomas cumple 18. Conoce cómo empezó todo.

28. La quinta cinta de Diego Luna
El actor y director nos platica sobre su película *Ceniza en la boca*.

¿La **ROPA SUCIA SE LAVA** *en* **CASA? NO PARA** *ellos*

Hay veces donde el talento de los hijos se convierte en el principal sostén económico de una familia. Cuando esto sucede, las relaciones familiares comienzan a complicarse, pues los adultos confunden su papel de padres con el de representantes o dueños de una carrera.

Por **Mercedes Ruy-Sánchez**



POBRES ANGELITOS
La fama infantil de los hermanos Culkin causó muchos problemas entre sus padres. Cuando se divorciaron, la pelea sobre la administración de dinero y el éxito económico determinó gran parte de los bienes, lo que terminó por separar a la familia.





LA NIÑA QUE CRECIÓ PRONTO
Drew Barrymore saltó a la fama a los 7 años, con el éxito de *E.T.*. Su mamá Jaid la acompañaba en una vida social llena de excesos. Drew tuvo problemas de adicción desde una edad muy temprana, primero con alcohol y luego drogas. Después pasó un tiempo en rehabilitación y finalmente, a los 14 años, logró emanciparse legalmente de sus padres. La actriz ha contado que la relación con su madre no está completamente rota, pues le tiene mucho amor pero también sabe que debe mantener límites y distancia.



DECISIONES DE ADULTOS
Brooke Shields fue el centro de un caso mediático sobre explotación infantil. No sólo por comenzar su trabajo desde muy pequeña si no porque con sólo 11 años, su mamá Teri, autorizó que la actriz pudiera tener escenas desnuda. La decisión ha sido objeto de cuestionamientos sobre la sexualización de menores. En el documental *Pretty Baby: Brooke Shields*, la actriz cuenta sobre el miedo y la responsabilidad que sentía al cuidar de su madre alcoholica.

FOTOS ©GETTY IMAGES / 76194719, 461984648, 461984648, 2733755, 527343389, 1591494, 103628601, SHUTTERSTOCK / JOHN BARRETT, PETER MACDIARMID, JIM SMEAL, CORTESÍA



MEMORIAS EN VIDA
I'm Glad My Mom Died es el título del libro polémico de Jennette McCurdy, uno de los testimonios más impactantes sobre crecer como actriz infantil. Su madre supervisaba su peso, apariencia y revisiones corporales invasivas.



¿A QUÉ COSTO?
Joe Jackson fue el primero en impulsar la carrera de los Jackson 5. Detrás de ese éxito habían jornadas exhaustivas de ensayos, violencia y castigos físicos. Michael confesó sentir miedo de su papá muchos años.

MIÉNTEME COMO SIEMPRE
Cuando salió la serie de Luis Miguel, conocimos el papel de Luisito Rey en la vida del cantante: exigencias laborales, irregularidades financieras, y especulaciones de que él fue responsable de la muerte de Marcela Basteri. Una relación marcada por el control profesional y una infancia bajo presión.







LUCHA POR AUTONOMÍA
Después de la crisis de Britney en el 2008, su papá asumió la tutela sobre todas las decisiones financieras y personales. En 2021, el movimiento #FreeBritney fue el centro de la decisión de una jueza para que Britney recuperara el control legal.

LA DELGADA LÍNEA
El caso de Mitch y Amy Winehouse es controversial, pues las opiniones son divididas. El cariño entre padre e hija era muy notorio, sin embargo, hay quienes creen que Mitch debía haber cuidado mejor a Amy, y evitar que cayera en las adicciones como alcohol y drogas, además de alejarla del ojo público.

GIRLS VUELVE DIEZ AÑOS DESPUÉS

HBO confirmó que **Lena Dunham y su elenco original regresarán con cinco episodios nuevos** de la serie que retrató a toda una generación. A una década del final, Hannah y sus amigas llegan a los 40.

Por **Daniela Brugger**



"¿TODAVÍA PODEMOS LLAMARLA *GIRLS*?", BROMEÓ LENA DUNHAM

Si eres de la generación que se vio reflejada en Hannah y sus desastres, atención porque las chicas de Nueva York vuelven. El 13 de octubre, HBO soltó la noticia y cayó como bomba: la exitosa serie *Girls* regresará con una temporada limitada de cinco episodios, diez años después de cerrar su sexta y última temporada. ¿Y la fecha de estreno? Todavía no hay, pero la producción arranca en el verano de 2027. Y sí, vuelven casi todas. Lena Dunham, creadora de la serie, escribirá y dirigirá los nuevos capítulos y regresa como Hannah, junto a Allison Williams (Marnie), Jemima Kirke (Jessa), Zosia Mamet (Shoshanna) y Andrew Rannells (Elijah). Judd Apatow se suma otra vez como productor ejecutivo.

Para anunciarlo, el elenco se reunió en un *teaser* donde aparecen como ellos mismos, aunque con muchísimo de sus personajes, y Dunham lanzó la pregunta que todas nos hacíamos: ¿todavía podemos llamarla *Girls*? La clave, cuenta Dunham, es que nunca iban a volver por volver, solo si había una historia concreta que se murieran por contar. Según HBO, esa historia llega con un hito que muchas conocemos bien, los 40, y toca ver cómo llegan Hannah y sus amigas a esa edad. Ah, y ella misma bromeó con que el regreso también es la oportunidad de volver a ponerse el famoso *top* de rejilla amarillo.



Girls se transmitió en HBO de 2012 a 2017, con seis temporadas y 62 episodios. En 2013 ganó dos Globos de Oro: mejor serie de comedia o musical y mejor actriz para Dunham. El *comeback* llegará a HBO Max y fue una noticia que emocionó a toda una generación.





JESSA / JEMIMA KIRKE
La bohemia del grupo confirmó su regreso. En el video, las cinco aparecen como ellas mismas, aunque más o menos interpretando a sus personajes.





HANNAH / LENA DUNHAM
Creadora, guionista y directora, vuelve a ser Hannah, y ahora será ella quien lleve al personaje a los 40, en un mejor momento y más en paz con sus decisiones.





MARNIE / ALLISON WILLIAMS
Regresa como la amiga perfeccionista que nunca terminó de encontrar su rumbo. Dunham ya había imaginado que Marnie seguiría trabajando en sí misma.





SHOSHANNA / ZOSIA MAMET
La más joven y la prima de Jessa en la ficción, vuelve a la pantalla diez años después de su última aparición. Shosh se suma al regreso confirmado en el mismo video con el se anunció la serie.

FOTOS ©GETTY IMAGES / 142422204, 142422211, 159213184, 142422092, 2163537663, 227425944, 142429864, SHUTTERSTOCK / GREGORY PACE, CORTESÍA

La **GIRA** *ya* **PASÓ,** *las* **RESIDENCIAS** *son lo de* **HOY**

La gira ya no viaja, el público va a ella. Shakira convirtió el sur de Madrid en Macondo Park y Celine Dion regresó a París tras años de ausencia, dos residencias que demuestran que quedarse es más *cool* que un simple concierto.

Por **Daniela Brugger**

EL REGRESO

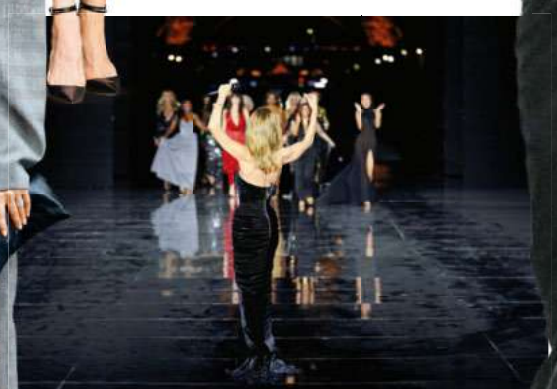
El 30 de marzo, día de su cumpleaños número 58, Celine Dion confirmó en un video, proyectado también sobre la Torre Eiffel, que volvería a cantar en París: "el mejor regalo de cumpleaños de mi vida", dijo. Es su regreso a los conciertos completos desde marzo de 2020. Días antes, la torre se había iluminado con el mensaje "*Paris, I'm ready*".





LA ARENA MÁS GRANDE

Eligió Paris La Défense Arena, la sala cubierta más grande de Europa, con más de 40 mil personas por noche. Son 16 fechas este otoño (el anuncio original eran 10 y luego se sumaron 6) y 10 más en mayo de 2027.



EL *COMEBACK* DE LA VOZ

Desde que en 2022 reveló que padece el síndrome de la persona rígida, su voz era la gran pregunta. Ella misma la respondió: "estoy cantando otra vez, incluso bailando un poquito". Antes del debut lanzó "Dansons", sencillo en francés grabado en Las Vegas, y promete grandes éxitos en francés y en inglés.



MIÉRCOLES Y SÁBADOS

Las funciones fueron del 12 de septiembre al 17 de octubre.



FOTOS ©GETTY IMAGES / 2286810935, 2297604125, 2297617047, 2297617048, SHUTTERSTOCK / SACHYN MITAL, DIAESPORTIVO/ACTION PLUS, HUGO ORTUNO/ZUMA PRESS WIRE, DAVID FISHER, DIDIER FEREY, CORTESÍA

MACONDO PARK

Más que un concierto, Shakira levantó una ciudad pasajera en Villaverde, al sur de Madrid: el Estadio Shakira, dentro del complejo Iberdrola Music, con capacidad para más de 50 mil personas por noche y construido por la famosa fimra de arquitectos Bjarke Ingels Group (BIG).









MÁS QUE MÚSICA

Fue punto de encuentro de creadores de América Latina y Europa, con música, moda y arte contemporáneo. Con ocho secciones: La Biblioteca con 24 escritoras, El Taller con un desfile de diseñadores de España, Colombia y Argentina, y un Museo de Shakira.



FIESTA DE DESPEDIDA

"El último baile", el concierto 13 que se sumó después, reunió a Maluma ("Chantaje" y "Agua"), Laura Pausini, Beéle, Dani Martín ("Te dejo Madrid") y Bizarrap, con comparsas del Carnaval de Barranquilla y drones. Antes habían subido Alejandro Sanz, Dua Lipa y Manuel Turizo. "Que alguien me pellizque", dijo ella.







13

Conciertos en Madrid con unos 700 mil asistentes según la cantante.



La **ONCE MIL** *a la* **CONQUISTA** *de* **MADRID**

César de la Parra, Jimena Gutiérrez y Enrique Glennie llevan su taquería a Madrid con una propuesta que combina identidad mexicana, ingredientes españoles y una filosofía sin folclorismos. Una historia de tacos, nostalgia y pertenencia al otro lado del Atlántico.

Texto y retrato por **Jonathan Saldaña**

En la puerta de La Once Mil, una lista escrita sobre el vidrio con marcador organiza a quienes esperan una mesa. Afuera, los clientes se acumulan mientras los transeúntes aminoran el paso para descubrir qué sucede dentro de este local del barrio de Justicia. El bullicio recuerda por momentos a una taquería chilanga; la atención al producto y la cuidada estética evocan un restaurante de alta cocina. La escena marca el comienzo de una nueva aventura para los mexicanos Jimena Gutiérrez, Enrique Glennie y César de la Parra, quienes, tras dos años de trabajo, llevaron su proyecto gastronómico a Madrid con una idea clara: compartir sus tacos sin renunciar a la identidad que los hizo posibles.

Todo comenzó cuando Enrique le contó a César que quería mudarse a Madrid. Encontrar el local, cerrar el trato y emprender la remodelación tomó cerca de dos años. La oportunidad llegó a través de Nacho Ventosa, socio local y propietario del restaurante Los 33, quien les mostró un espacio cercano a su establecimiento: un antiguo bar español con carácter de barrio.

La apuesta pronto superó sus expectativas. “Estamos profundamente agradecidos con la ciudad, con los españoles, con los extranjeros, con nuestros compatriotas”, dice César sobre la respuesta del público. Pero detrás de las filas hay algo más que curiosidad gastronómica. Para los mexicanos que viven lejos de casa, una buena tortilla o una salsa familiar pueden convertirse en un pequeño regreso al origen. “Me gusta pensar que esto es una embajada de México”, resume.

La identidad del restaurante también se expresa en su diseño. Arquitecto de formación, Enrique evita la decoración que reduce lo mexicano a una colección de clichés folclóricos. La intención fue conservar parte de la esencia del antiguo bar y



DÓNDE
Calle de Fernando VI, 14,
barrio de Justicia, 28004 Madrid, España.
@laoncemil.madrid

FOTOS **CORTESÍA**



CARNITAS CON PASAPORTE ESPAÑOL

Entre los guiños de La Once Mil a la despensa local está el cochinillo de Segovia, que sus fundadores relacionan con las carnitas michoacanas. La preparación ilustra su manera de entender la expansión: trabajar con ingredientes españoles sin abandonar la tradición taquera mexicana. No se trata de cambiar de cocina, sino de encontrar nuevos productos con los que contar la misma historia.





“NO ES ABRIR UNA ONCE MIL EN MADRID, ABRIMOS LA ONCE MIL DE MADRID. SE SIENTE DEL VECINDARIO, SE SIENTE COMO UN LOCAL QUE LLEVA AQUÍ MUCHOS AÑOS SIRVIENDO TACOS”



crear un espacio que pareciera pertenecer al vecindario desde hace años. “Abrimos la Once Mil de Madrid porque se siente el vecindario, se siente como un local que lleva aquí muchos años sirviendo tacos”.

En la cocina, la esencia se mantiene, aunque Madrid suma ingredientes propios. El taco de Rubia Gallega, elaborado con carne madurada durante 90 días, es una de las incorporaciones locales. La materia prima exige poco artificio, dice Enrique: “Lo único que tenemos que hacer es no cagarla”.

La adaptación, sin embargo, no termina en el menú. En Ciudad de México, el comensal suele comer un taco y seguir su camino; en Madrid, las sobremesas prolongan la ocupación de las mesas. La fila, explican, también responde a esa diferencia cultural. Por ahora, organizan la espera con listas y horarios aproximados de regreso.

Para César, la exigencia es clara: “Nunca hubiéramos abierto aquí si no hubiéramos logrado algo que nosotros consideramos extraordinario”. La Once Mil no pretende reproducir México como una postal, sino llevar a Madrid una experiencia cotidiana: tacos bien hechos, hospitalidad y un lugar para encontrarse. Q

PUNTOICOMA *ya* LLEGA *a la* MAYORÍA *de* EDAD

Mara Ortega y Lucía Téllez, amigas desde la primaria, abrieron una de las primeras *concept stores* de México cuando apenas entraban a la universidad. **Dos crisis, una pandemia y cero peleas después, la casa sigue de pie y este 2026 cumple 18 años.**

Por **Daniela Brugger Fotos Jess R Furlong**



"NOS ENCANTA HABER SERVIDO DE INSPIRACIÓN PARA OTROS ESPACIOS, NOS PUEDE IR BIEN A TODOS" — *Mara Ortega*

Antes de que existiera una *concept store* en cada esquina, hubo una casa de cinco pisos donde podías hacerte *manicure*, comprar un vestido, llevarte unos chocolates y desayunar con tus amigas, todo en la misma visita. Se llama Puntoicoma, y detrás están Mara y Lu, amigas "de toda la vida, literal", que hoy cumplen 18 años como socias.

La idea nació en un viaje. Querían un lugar que reuniera un poco de todo, para que las vecinas de la zona no tuvieran que irse lejos. Arrancaron con tres amigas más (Bárbara Braniff, Gina Moreno Valle y María Téllez) y la única fórmula fue las ganas. "Éramos tan chicas que nos aventamos sin miedo, y creemos que eso fue parte de que nos fuera bien", nos confiesa Mara.

Explicarlo no fue fácil, porque nadie en la ciudad sabía qué era una *concept store*. Su *pitch* era simple, "venir a hacer ejercicio y aprovechar para hacerse las uñas, comprar un regalo, un *snack*, flores o desayunar con amigas", nos dice Lu. "Sonaba raro, pero así les explicábamos la idea". Las familias, por su parte, tenían otra sugerencia que era terminar primero la carrera. Pidieron un *business plan* para comprobar que iban en serio, y cuando lo vieron, se sumaron.

El nombre es una declaración de principios. Lo querían en español, porque desde



FOTOS **ARCHIVO QUIÉN**

EL TIEMPO LO CONFIRMA TODO

2008

PRIMERA PRUEBA DE FUEGO

Apenas con el letrero colgado, llegó la crisis económica. "Fue una escuela desde el principio", nos dice Lu.



Primer desfile de Punticoma Lomas

LET THE PARTY BEGIN

Puntoicoma abre sus puertas en Lomas con una celebración a lo grande. "El principio de esta historia que no sabíamos a dónde nos llevaría".



Dagher Camil, Billy Rovzar y Sara Maldonado

GUADALAJARA

Las mejores amigas dieron el siguiente paso y con otras socias abrieron puertas en las tierras tapatías.



2011

PRUEBA Y ERROR

Fueron ajustando la propuesta, entendieron a sus clientas, y de explicar qué era una *concept store* pasaron a inspirar a las que llegaron después.



INAUGURACIÓN PEDREGAL

Apenas un año después de abrir en Guadalajara, Mara y Lu ya tenían las llaves de su tercera casa, en el sur de la CDMX.



Lucía Téllez, Mara y Bárbara Braniff

18 y contando

DIECIOCHO AÑOS Y LA MISMA CASA

Mara se fue a NY a estudiar arte, el mundo pasó por una pandemia, y aún así Puntoicoma sigue de pie.





Jacky Bracamontes



el inicio soñaban con un espacio hecho en México. El signo de puntuación lo resume, "unir, pero también darle su espacio a cada parte", explica Lu. "Diferentes propuestas con identidad propia, dentro de una misma historia".

La inauguración fue una fiestota. "¡Tiramos la casa por la ventana!", recuerda Mara. Invitaron a todos sus amigos, y los primeros clientes fueron sus familias. Unas semanas después llegó la crisis de 2008, luego la influenza de 2009, que las obligó a cerrar temporalmente, y años más tarde la pandemia. Esa última fue la peor, "Estuvimos a punto de cerrar", nos cuenta Mara, porque Puntoicoma es una experiencia presencial y de pronto eso dejó de ser posible. Lo que las sostuvo fue cuidar lo construido y a la gente que lleva años con ellas, "que ya es nuestra familia".

¿Se te antoja emprender con tu amiga? Mara y Lucía te dirían que lo mejor es: "Cuidar la amistad por encima del negocio, al final, lo que hace valiosa la vida son las personas con quienes la compartimos". Y sí, aunque cueste creerlo, nunca se han peleado. "Todo empezó desde una amistad, una hermandad", nos dice Lucía. ¿Quién decide y quién lo piensa? "¡Las dos!", nos dicen ambas entre risas. "Una pone una idea sobre la mesa y la otra ayuda a darle forma".

Para la selección de marcas, buscan identidad propia, buena calidad y afinidad con sus clientas. Entre sus primeros "esto sí o sí" está Kalosoma, admirada por su trabajo con artesanos y piedras naturales. Hoy les llegan propuestas, pero lo que más las enorgullece no es una colaboración en particular, sino ver crecer a quienes empezaron con ellas. Q



El DEPORTE *y la* PAREJA *que* CAMBIARON *la* VIDA *de los* NIÑOS *de* VALLE

Hace más de 20 años Francesco llegó a México desde Italia como misionero, conoció a Araceli, que hacía su servicio social, se enamoraron, y desde entonces **dedican su vida a ayudar niños y familias de Valle de Bravo a través de su fundación, Chiara y Francesco.**

Fotos **Alfonso Lázquez**

Historias de amor hay muchas, pero son pocas las que trascienden del vínculo entre una pareja y se multiplican a miles de personas.

Desde el momento en el que se conocieron, Araceli y Francesco se dieron cuenta que compartían la misma vocación: ayudar a los demás. Así que después de colaborar con instituciones y casas hogar en Valle de Bravo, decidieron crear espacios que ayudaran a personas en situaciones vulnerables, como programas de acompañamiento para adultos mayores y talleres extra escolares para niños, al punto que llegaron tantos que ya no se daban abasto. “Queríamos crear un espacio en donde niños que sufren de violencia o abandono en casa se divirtieran, aprendieran de manera sana y pudieran disfrutar ese espacio tranquilo con niños de la misma edad,” cuenta Francesco.

Durante mucho tiempo funcionaron así, hasta que llegó la pandemia y tuvieron que buscar otras formas de ayudar. “Organizamos colecta de despensas para la gente que no tenía qué comer, y en esa misión encontramos a un entrenador de futbol con el que empezamos a organizar partidos para los niños de las comunidades,” explica Araceli.

Así, lo que inició con alrededor de 60 niños en uno o dos pueblos hoy es una liga que alcanza a más de mil participantes en 15 localidades de tres municipios del Estado de México: Valle de Bravo, Amanalco y Donato Guerra.





ESTE ES SOLO EL PRINCIPIO

La fundación Chiara y Francesco, (nombrada así por Santa Clara y San Francisco de Asís), funciona gracias a 17 voluntarios que se dedican a dar entrenamientos en las tardes y organizar partidos los fines.

A través de clases y torneos de futbol y básquetbol, la fundación Chiara y Francesco (la cual se llama así por referencia a santa Clara y san Francisco de Asís, figuras que representan los valores de humildad y servicio que inspiran su labor), busca fomentar la disciplina, la confianza y el sentido de pertenencia que se ha extendido no solo a los niños, sino a también a sus familias. "Desde que empezamos este proyecto se abrió un abanico de de oportunidades para todos, porque el niño que va a entrenar, pero va también va la mamá a llevarlo en donde se encuentra con otras mamás de la comunidad. Los fines de semana van toda la familia a los partidos, llevan comida, y ha servido mucho para crear esta unión que antes no existía," dicen con orgullo.

Otra cosa que han notado desde que inicaron este proyecto es que algunos niños que vienen de situaciones complicadas han logrado superar inseguridades y *bullying*. "Las escuelas de los pueblos se han acercado a nosotros porque ven a los niños mucho más adaptados, seguros y con mejores calificaciones, así que ha sido muy bueno para todos", dice Francesco.

Pero esto no se queda aquí. A raíz de este éxito, buscan crecer. Ahora también brindan apoyo social a personas que necesitan medicinas, sillas de ruedas, operaciones y otros recursos médicos. "Nuestro trabajo consiste en buscar alternativas, conectar a quienes necesitan ayuda y tocar puertas para conseguir los apoyos que tristemente muchas veces son inalcanzables para la gente", comenta Francesco.

Mantener estos programas representa un reto constante. Actualmente, tienen alrededor de 17 entrenadores voluntarios que colaboran para hacer los entrenamientos y partidos de los niños, pero la continuidad de los proyectos depende de conseguir donaciones para cubrir materiales, traslados y otros gastos. Por eso, uno de sus objetivos es sumar más personas comprometidas con la causa, ya sea mediante donaciones, balones, equipo deportivo o el apoyo sostenido a alguna de las comunidades.

Recientemente, organizaron un encuentro con los más de mil niños que pertenecen a la fundación, donde pudieron ver el fruto de más de dos décadas de trabajo, el cual demuestra que el cambio comienza cuando alguien decide involucrarse. Ya sea a través de un taller, una comida o un balón de futbol, Araceli y Francesco han demostrado que las pequeñas acciones pueden generar grandes cambios cuando se hacen en comunidad. Q

EL DEPORTE CAMBIA VIDAS

Su labor es ayudar a niños de las comunidades del Estado de México a través de una liga de futbol y básquetbol, donde encuentran un lugar seguro para hacer ejercicio.









“ENTENDEMOS A LOS NIÑOS COMO PERSONAS. PARECE OBVIO, PERO NO ES. ENTENDEMOS A LOS NIÑOS COMO PERSONAS COMPLETAS”

—Irma Uribe Santibáñez

ATECONQUESO *los* LIBROS *son para* HABLAR *del* MUNDO

Irma Uribe Santibáñez y Ana Paula Goyenechea construyeron alrededor de la literatura infantil un proyecto que desafía las reglas de la industria editorial y una idea arraigada entre los adultos: que hay cosas del mundo que los niños todavía no están preparados para entender.

Texto y fotos **Jonathan Saldaña**

Cuando Irma Uribe Santibáñez y Ana Goyenechea se sentaron a tomar un café, no tenían una agenda de negocios. Había asuntos más personales de los que hablar. Se conocían por amistades en común y, cuando Irma atravesaba el duelo por la muerte de su hija Carolina, en 2022, Ana le escribió para acompañarla. Ella también conocía la experiencia de perder a alguien. De aquella conversación surgió una conexión que, tiempo después, encontraría su lugar en Ateconqueso, la editorial infantil que Irma había fundado en 2015 junto con Adriana Teja.

Irma llevaba años sosteniendo el proyecto y buscaba la manera de continuar. Ana atravesaba una transición profesional. Cuando llegó la invitación a sumarse, ambas descubrieron una coincidencia que iba más allá de los negocios: compartían una manera de entender el mundo y el trabajo. “No era tan importante para mí si iba a entrar con dinero o sin dinero, era más importante para mí saber que iba a trabajar con una persona que iba a remar hacia el mismo lado”, recuerda Irma.

A Ana la convenció el propósito de la editorial. “El componente social que tiene el libro fue también lo que me atrapó”. La propuesta consistía en acercar la literatura a niñas y niños que difícilmente tendrían libros en casa. La idea surgió de una investigación de Irma sobre bibliotecas, cuando alguien le hizo ver que el acceso a los libros en el hogar no

FOTOS **CORTESÍA**

podía sustituirse por completo con una visita a esos espacios.

De ahí nació un modelo poco habitual en la industria: por cada libro vendido comercialmente, se entrega otro a una familia en situación de desventaja. No es una acción filantrópica añadida al negocio, sino el principio con el que fue concebido. “Pensábamos en hacer una empresa social que generara impacto social y entonces todo se piensa distinto si lo piensas desde ahí”, explica Irma. La venta de libros convive con proyectos editoriales desarrollados para empresas y fundaciones, que contribuyen a sostener la operación y financiar nuevas publicaciones. El objetivo es ampliar el acceso sin renunciar a la calidad de los libros. “Queremos nivelar el terreno y que todas las niñas y los niños tengan libros en su casa para que lleguen a la escuela listos para aprender”, dice Irma. Pero tener libros es apenas el comienzo. La otra apuesta está en las historias que contienen.

“Entendemos a los niños como personas, que parece obvio, pero no es. Entendemos a los niños como eso, como seres humanos, personas completas”, afirma Irma.

Desde esa convicción, la editorial no considera que ciertos temas deban quedar fuera de la literatura infantil por resultar incómodos para los adultos. La muerte, la migración, el dinero, el cambio climático y la discriminación también forman parte del mundo de las infancias. “La incomodidad de hablar temas complejos, tal vez que duelan, con las infancias es un tema más de adultos”, sostiene. Esa mirada se refleja en libros nacidos de situaciones concretas: Mica surgió de la solidaridad que siguió al sismo de 2017; otro proyecto tomó forma a partir del encuentro con niños migrantes durante la caravana de 2018. La colección dedicada al arte, por su parte, abrió una pregunta sobre la ausencia de mujeres creadoras en el imaginario infantil.

Más que ofrecer respuestas cerradas, las historias buscan ampliar las conversaciones y los referentes de sus lectores. También procuran reflejar la diversidad de experiencias mexicanas sin reducirlas a una imagen folclórica.

“QUE PODAMOS PROMOVER EL ACCESO DE LOS LIBROS EN LOS HOGARES MEXICANOS ME PARECE INCREÍBLE. Y ADEMÁS ES UNA LABOR TITÁNICA”

— Ana Paula Goyenechea

PÁGINAS ABIERTAS





De la migración a la resiliencia tras un desastre natural, pasando por las finanzas personales, los libros de Ateconqueso abren conversaciones sobre temas complejos desde la infancia. Porque entender el mundo también comienza en las páginas de un libro.

Para Irma, crear un libro implica pensar en personajes, ritmo, color y tono antes de seguir una secuencia fija. “Un libro nunca se escribe inicio, medio, final. Jamás”, dice. Texto, ilustración y diseño deben construir una experiencia que invite a explorar, no solo a cumplir con una tarea. Por eso importa también dónde aparece el libro en la vida cotidiana. “Si el libro está en la mesa de la cocina, si el libro está en la mesa de la sala y está ahí accesible, eso es suficiente”, explica. La lectura puede comenzar antes de la escuela, sin convertir cada página en una lección: basta con que exista la posibilidad de abrir el libro, compartirlo y volver a él.

La sociedad entre Irma y Ana sostiene esa apuesta desde dos trayectorias distintas y una misión compartida. No ignora las exigencias de una empresa —los salarios, la producción, la distribución—, sino que busca resolverlas sin perder de vista su propósito.

Un libro no corrige por sí solo las desigualdades, pero puede abrir una conversación, ofrecer una imagen distinta del mundo o permitir que un niño encuentre su propia experiencia en una historia. Para estas editoras, ahí comienza el cambio: en reconocer que las infancias no están esperando a crecer para formar parte de la conversación. Ya pertenecen a ella. Q



DIEGO LUNA *con la* CÁMARA *frente a la* MIGRACIÓN

En su adaptación de la novela de Brenda Navarro, Diego Luna dirige una historia sobre las heridas de la migración, las contradicciones de la maternidad y los vínculos que sobreviven a la distancia con Anna Díaz y Adriana Paz como protagonistas.

Texto y fotos por Jonathan Saldaña

Hay ausencias que no terminan cuando alguien regresa. En *Ceniza en la boca*, ese espacio tiene la dimensión de una infancia: una madre y una hija deben enfrentarse a las consecuencias de una separación prolongada. A partir de la novela homónima de Brenda Navarro, Diego Luna dirige una película que desplaza la mirada sobre la migración. En lugar de detenerse únicamente en las razones que obligan a una persona a abandonar su país, se pregunta qué ocurre con quienes se quedan atrás, particularmente con los hijos que deben aprender a interpretar una ausencia antes de poder comprenderla.

Luna llegó al libro como lector. Le gustaba el trabajo de Navarro y un amigo, editor de la novela, se lo puso en las manos. La historia se quedó con él, aunque la posibilidad de hacer una película no apareció de inmediato. Fue con el paso del tiempo que la relación entre madre e hija y la desconexión que puede instalarse durante los años cruciales de la infancia y la adolescencia hicieron resonancia.

"Habla sobre una ausencia materna, sobre las fracturas familiares que la migración trae", explica. El desafío consistía en encontrar la película que habitaba en aquellas páginas, no en trasladarlas de manera literal a la pantalla. Una novela puede contener numerosas historias y permitir que cada lector construya sus propias imágenes. El cine trabaja con otras herramientas: el tiempo de una escena, una mirada sostenida, un silencio que se prolonga o una conversación que llega después de años de no haber ocurrido.

"Es muy injusto decir que una película es la versión cinematográfica de un libro. Eso es imposible", afirma Luna. La novela de Navarro está llena de capas, detalles y saltos temporales.

La migración suele contarse a través de quienes se van: las razones que los empujan a abandonar su lugar de origen, las dificultades para adaptarse y la esperanza de construir una vida distinta. *Ceniza en la boca* abre otra perspectiva. Se pregunta qué sucede en una familia cuando la posibilidad de un futuro mejor exige separarse en el presente.

Para Luna, hay una contradicción difícil de ignorar: el mundo obliga a muchas familias a aceptar que la distancia es el precio de una oportunidad. "Lo absurdo de este mundo que le pide a los niños entender que la mejor versión de su vida es lejos de sus padres", dice. Y resume el reclamo que podría hacer cualquier hijo ante esa explicación: "Pero si yo ahorita lo que necesito es un abrazo".

Luna reconoce que convertirse en padre cambió su perspectiva sobre la vida y aquello a lo que uno está dispuesto a renunciar. La fractura familiar que plantea la película no es un asunto abstracto: obliga a pensar en las decisiones que toman los adultos y en el precio que los niños pueden pagar por ellas. La madre y la hija no viven la misma historia, aunque estén unidas por ella. Cada una carga con una memoria distinta y con su propia interpretación del pasado.

Para Adriana Paz, la historia llegó primero a través de la lectura. Recuerda que conoció la novela en un programa de libros y lecturas en el que participó con Diego. La leyó en unas cuatro horas, sin poder dejar de reír, llorar y sentir; terminó de madrugada y después comenzó a regalar ejemplares a sus familiares, convencida de que tenían que leerla.

Cuando supo que formaría parte de la película y conoció a Anna Díaz durante el *casting*, aquel universo literario se encontró con su propia memoria. La conexión fue inmediata: los recuerdos, dice, estaban "en la piel". Volver a Barcelona para rodar significó regresar a una ciudad donde había vivido más de veinte años atrás, cuando buscaba abrirse camino.

"Yo estuve ahí buscándome la vida y hoy estoy aquí haciendo cine, que es lo que yo buscaba en ese momento, era mi anhelo más grande y por lo que me fui", recuerda.

Caminar de nuevo por Barcelona con Anna y rodar allí con



“LO ABSURDO DE ESTE MUNDO QUE LE PIDE A LOS NIÑOS ENTENDER QUE LA MEJOR VERSIÓN DE SU VIDA ES LEJOS DE SUS PADRES”

— Diego Luna



“LA VIDA PARECE QUE SON CÍRCULOS QUE SE VAN CERRANDO Y SE VAN ABRIENDO ESPIRALES”
— Adriana Paz

Luna significó mirar su propia historia desde otro lugar: volver a un espacio que había dejado atrás, pero hacerlo ahora como parte de una película. La experiencia personal no convierte su historia en equivalente a la del personaje. Lo que Paz encuentra es un universo compartido por madres, hijas, mujeres y migrantes; experiencias distintas que, sin ser idénticas, pueden tocar una memoria común.

“La vida parece que son círculos que se van cerrando y se van abriendo espirales”, dice. Los regresos no nos devuelven exactamente al mismo sitio: nos permiten descubrir qué ha cambiado en nosotros y qué permanece. El público, añade, puede identificarse con la hija, con la madre o con otras mujeres que viven en España lejos de su lugar de origen. No hay una única puerta de entrada a la historia, sino emociones capaces de llevar a cada persona “a lugares de tu propia memoria y de tu propia carne”.

Anna Díaz recibió el guion y la novela al mismo tiempo, cuando supo que formaría parte del proyecto. Al día siguiente debía tomar un vuelo largo y comenzó a leer durante el viaje. La imagen de México alejándose por la ventana acompañó una historia marcada por la distancia y las separaciones. Para ella, la novela era “muy visceral”, y el guion le abrió un mundo potente, atravesado por una mezcla de dolor y esperanza.

La actriz recuerda haber encontrado un personaje profundamente humano y haber sentido, al mismo tiempo, la responsabilidad de contar su historia y las ganas de ponerse en marcha. Su acercamiento implicaba entrar en un universo donde las decisiones familiares dejan marcas que cada integrante procesa de manera distinta.

Para Luna, encontrar a la actriz que interpretaría a Lucila exigía descubrir al personaje durante el rodaje. No quería una interpretación completamente cerrada antes de llegar al set: buscaba a alguien que se aventurara en el viaje con él y le permitiera ir conociendo sus herramientas y la persona que podía revelar en el personaje. Conocía desde hacía tiempo el trabajo de Adriana Paz; de Anna había visto una prueba y le había quedado claro que estaba frente a una actriz excepcional. Faltaba saber si entre ambas podía surgir el vínculo de madre e hija.

La prueba decisiva fue una escena en un restaurante. Las dos mujeres están sentadas frente a frente y se hacen el gran reclamo: hablan de lo que vivieron y de aquello que la separación dejó sin resolver.

FOTOS CORTESÍA / RETRATOS HECHOS CON LEICA SL3

Para el director, es el momento en que pueden mirarse por primera vez de forma horizontal, de igual a igual en una relación que no lo era.

La primera vez que hicieron la escena, con pocas indicaciones, ocurrió algo que sorprendió a Luna. La dinámica entre ellas parecía trabajada desde hacía tiempo, aunque apenas se conocían. No se trataba de una prueba convencional: la escena se filmó como si fuera parte del rodaje y la emoción creció en la interacción entre ambas.

En una de las tomas, Anna estaba de espaldas a la cámara. Luna no podía ver exactamente lo que hacía, pero percibía que estaba entregada a la escena y a su compañera, aunque la cámara no la registrara.

Para él, ese gesto hablaba de una actriz que entiende que interpretar no consiste únicamente en lucirse, sino en crear un vínculo y darle al otro lo necesario para que la escena suceda y la historia se cuente.

"Cuando un actor se pone de espaldas a la cámara y a su compañera o compañero le da todo, pues estás frente a alguien que entiende de qué se trata esto y lo vive profundamente", explica.

Aunque *Ceniza en la boca* parte de una experiencia concreta, sus preguntas no pertenecen a un solo país. Durante el recorrido internacional de la película, Luna ha encontrado espectadores que reconocen sus propias experiencias de desplazamiento, pero también personas que, sin haber vivido una situación semejante, descubren otra manera de comprenderla y encontrar empatía.

En Toronto, alguien le compartió una frase que se quedó con él: "Para nosotros los migrantes, nuestro territorio, nuestro país es la migración". La idea trastoca la noción de que pertenecer depende de permanecer en un lugar. Para quienes han tenido que desplazarse, el arraigo puede construirse en el movimiento, en la necesidad de adaptarse y en la experiencia de vivir entre dos geografías.

Tras su recorrido por festivales, *Ceniza en la boca* tuvo su premier mexicana en el Festival Internacional de Cine de Morelia, un regreso significativo para el equipo. Para Luna, Morelia es un punto de encuentro con una comunidad cinematográfica que ha acompañado su trayectoria durante más de dos décadas. Presentar allí la película permitió cerrar un ciclo internacional y compartirla con un público cercano a la perspectiva desde la que fue concebida. Su estreno comercial está previsto para noviembre. Al final, la película vuelve a una pregunta que no admite respuestas sencillas: ¿cómo se aprende a querer a alguien sin negar el daño que nos ha hecho? Comprender no significa justificar al otro ni olvidar las consecuencias; significa reconocer que detrás de cada ausencia hay una historia que no conocemos por completo.

Entre una madre y una hija, ese reconocimiento puede llegar después de años de distancia, cuando las palabras acumuladas ya no caben en el silencio. No garantiza una reconciliación ni devuelve el tiempo perdido. Pero abre la posibilidad de mirar de frente aquello que durante mucho tiempo permaneció sin decirse. Y, a veces, ese es el primer paso para volver a encontrarse. Q



LA LLEGADA A LOS CINES

Ceniza en la boca, basada en la novela de Brenda Navarro y bajo la dirección de Diego Luna llegará a los cines mexicanos este 5 de noviembre, después de su paso por Cannes y las salas en España.





JUAN RODRIGO LLAGUNO: TODA *una* VIDA MIRANDO

Después de más de tres décadas dedicado al retrato, **Juan Rodrigo Llaguno habla sobre cómo aprendió a mirar, encontró un lenguaje propio y convirtió la fotografía en una manera de registrar su época.**

Por **Sofía Llaguno**



“EL RETRATO REFLEJA UNA ÉPOCA, UNA MANERA DE SER, UNA MANERA DE VESTIR, UNA MANERA DE VER”

He tenido acceso privilegiado a uno de los fotógrafos que más admiro. He crecido cerca de su trabajo, he visto su evolución y he sido testigo de cómo, a lo largo de más de tres décadas, Juan Rodrigo Llaguno ha hecho del retrato no solo su oficio, sino su lenguaje. Considerado uno de los retratistas más destacados de México, por su cámara han pasado personajes como Octavio Paz, Leonora Carrington, Francisco Toledo, Mario Vargas Llosa, Elena Poniatowska, Tadao Ando y Philip Glass, entre otros.

Y, sin embargo, nunca me había sentado frente a él a preguntarle cómo aprendió a mirar, a retratar. Ser su hermana me ha permitido conocer de cerca una historia que comenzó mucho antes de que decidiera dedicarse a la fotografía. Crecimos en una familia en la que las imágenes estuvieron presentes. Mi papá llevaba su cámara a todas partes: fotografiaba a la familia, documentaba los viajes y filmaba películas en Super 8. Antes que él, mi abuelo paterno había tenido la misma afición. De alguna manera, aprendimos desde niños que mirar y conservar una imagen era también una forma de contar una historia.

En Juan Rodrigo, sin embargo, aquello se convirtió muy pronto en algo más. Desde niño se interesó por el cine y la fotografía. Con sus hermanos y primos hacía películas; más adelante estudió Comunicación en la UDEM, buscaba acercarse todo lo posible a esas dos disciplinas. La fotografía terminó imponiéndose y, dentro de ella, el retrato se convirtió en su territorio.

Su fotografía ha cambiado; él también. Pero hay una coherencia artística muy profunda en ese recorrido: la de un artista que, una vez que encontró su manera de mirar, eligió seguir profundizando en ella.

Cuando tuve la oportunidad de entrevistarlo, más que hablar con mi hermano quise escucharlo como fotógrafo. Quería entender de dónde venía esa mirada, cómo había encontrado su lenguaje propio y qué ocurre después de tantos años dedicados a observar a otros frente a una cámara.

APRENDER A MIRAR

Antes de encontrar en el retrato su propio lenguaje, Juan Rodrigo fotografió de todo. Hacía fotografía callejera, experimentaba y observaba. Entre los fotógrafos que entonces llamaban su atención estaban Henri Cartier-Bresson y Robert Frank.

En 1986 pasó el verano en Nueva York, donde tomó un curso de fotografía de cine y participó en la realización de un cortometraje como fotógrafo y camarógrafo. Un año después se fue a París. Fue ahí donde aquella búsqueda comenzó a tomar forma.

Eran años anteriores al internet y, viniendo de Monterrey, el acceso que había tenido hasta entonces a libros especializados, exposiciones y al trabajo de otros fotógrafos era mucho más limitado. De pronto, en París, se encontró rodeado de galerías, exposiciones y librerías especializadas en fotografía. Se le abrió un universo.

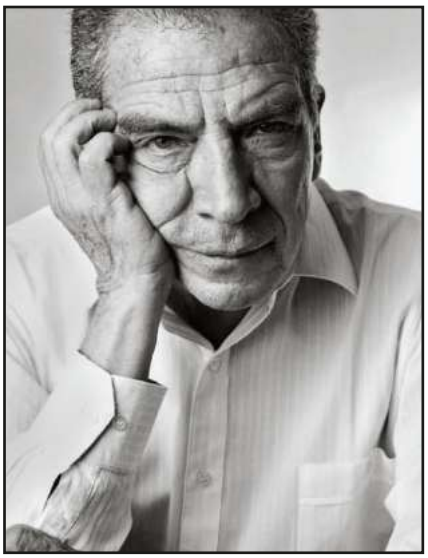
Comenzó a descubrir las posibilidades de la fotografía como medio de expresión personal. Podía ser, como él mismo me lo dijo, “un arte, un lenguaje muy personal”. Y dentro de ese universo hubo algo que comenzó a atraerlo especialmente: el retrato.

Estudió la obra de fotógrafos que habían hecho del retrato el centro de su trabajo, entre ellos Félix Nadar y August Sander, cuyo proyecto *El hombre del siglo XX* lo marcó profundamente. Al estudiar también a Irving Penn, Richard Avedon o Diane Arbus descubrió cuántas maneras existían de mirar a una persona. “Cada uno ve de manera diferente a la persona”, me dijo.

“Lo que pasó en París fue que se me abrió... la idea de que podía dedicarme al



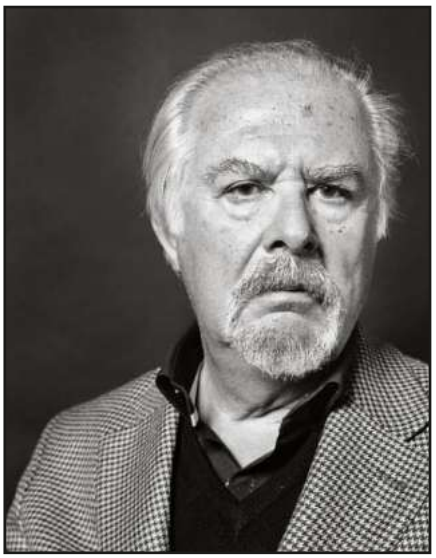
YVONNE VENEGAS Y OLIVER ALLEN



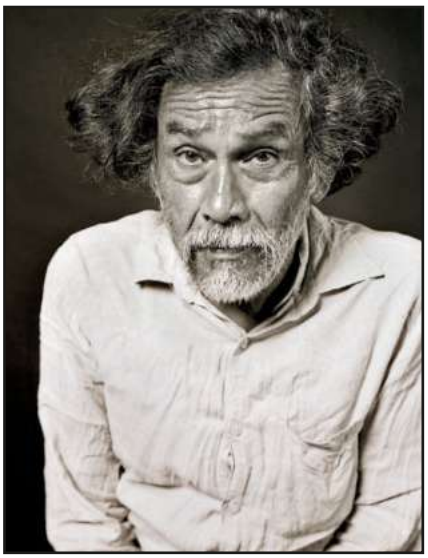
JUAN SORIANO



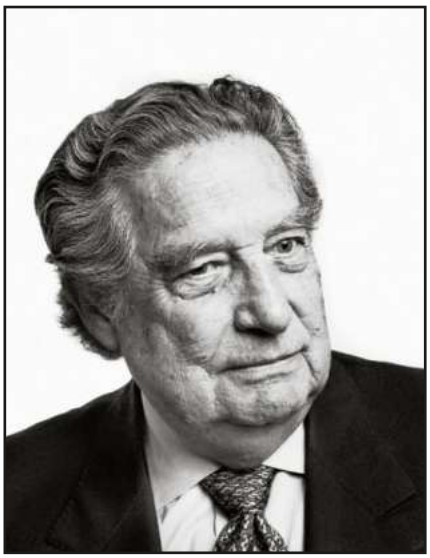
JULIO GALÁN



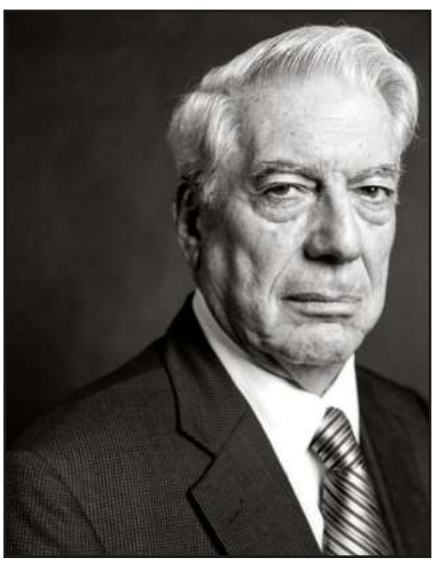
FERNAND BOTERO



FRANCISCO TOLEDO



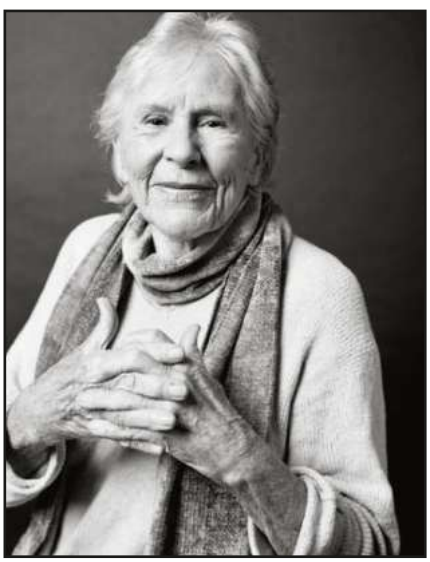
OCTAVIO PAZ



MARIO VARGAS LLOSA

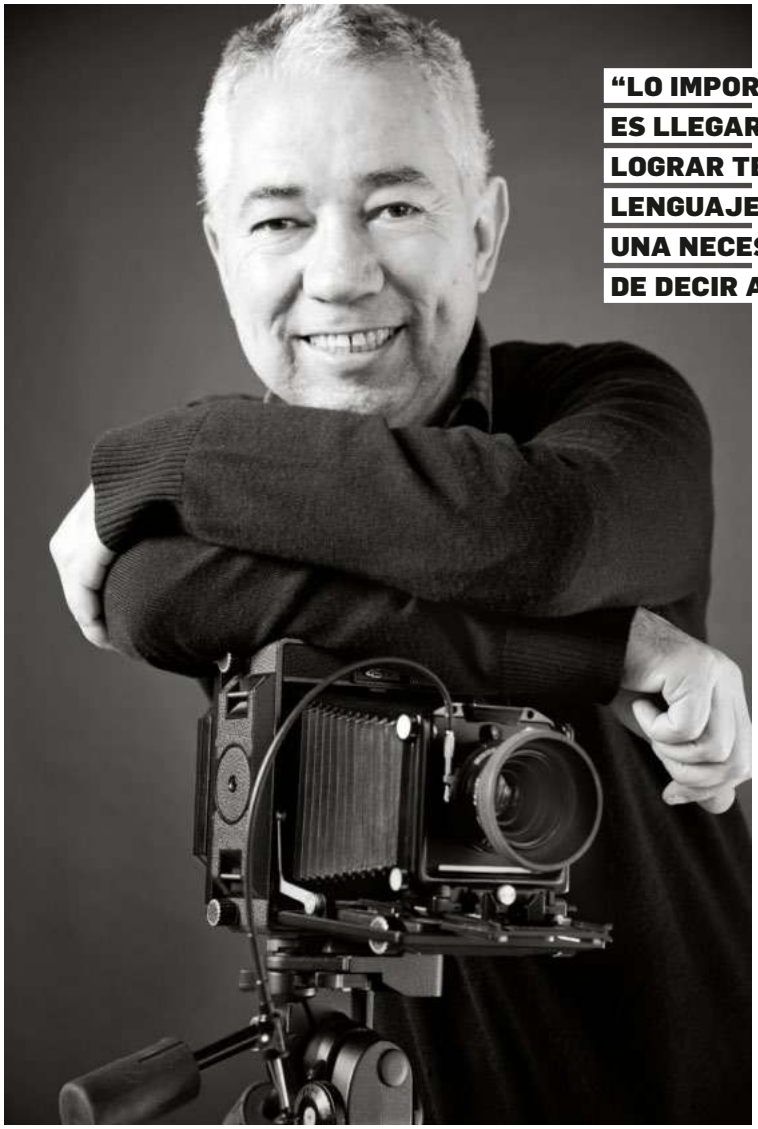


LEONORA CARRINGTON



DIANA KENNEDY

FOTOS **CORTESÍA**



“LO IMPORTANTE ES LLEGAR A LOGRAR TENER UN LENGUAJE PROPIO, UNA NECESIDAD DE DECIR ALGO”

retrato”. Entendió que no necesitaba abarcar todas las posibilidades de la fotografía. Podía concentrarse en una. París fue el lugar donde, al descubrir la mirada de otros, comenzó a reconocer la suya.

A su regreso a Monterrey montó su estudio y comenzó a tener encargos a través del recién inaugurado museo MARCO y de galerías de arte. Hizo proyectos personales como las fotografías realizadas en Espinazo, un pueblo de Nuevo León, y obtuvo la beca Jóvenes Creadores del FONCA, donde tuvo como tutores a Graciela Iturbide y Pablo Ortiz Monasterio. El proyecto que desarrolló durante la beca fue *Retratos de domingo*, una serie que marcaría sus primeros años como retratista.

ENCONTRAR SU LENGUAJE

Encontrar el retrato fue solo el principio. Construir dentro de él una mirada propia le tomaría varios años. Juan Rodrigo reconoce que sus primeros retratos se marcaban por influencias de fotógrafos. “En los 90 retrataba de una manera. “A lo mejor con influencias de otros fotógrafos”.

Con los años, algo empezó a cambiar. Y encontró las palabras para definirlo: “Un lenguaje propio, ya más mío”. No necesitó abandonar el retrato para reinventarse. Su evolución ocurrió dentro de él.

“La manera de hacer retratos que hacía hace 20 años no tiene nada que ver con la manera que lo hago ahorita”, explica. Los retratos de los años noventa, dice Juan, eran “más gráficos”. Los de ahora son “más psicológicos”. Después de tantos años retratando, ha aprendido a leer a las personas: el rostro, el cuerpo, la postura, los gestos, la manera en que alguien ocupa el espacio frente a la cámara.

Hay además algo que sucede antes de tomar la cámara y que para él es fundamental: hablar con la persona que va a retratar. Si se trata de alguien conocido, investiga antes quién es, qué hace, qué escribe o qué pinta. Y cuando la persona no conoce su trabajo, se lo muestra.

Estamos tan acostumbrados a tomar y ver fotografías todo el tiempo que es fácil pensar: “otra foto más”. Por eso quiere dejar claro que lo que van a hacer es otra cosa. “Lo que voy a hacer contigo no es cualquier foto. Es un retrato”.

Quiere que la persona entienda que ese retrato es importante para él como fotógrafo, pero que también puede serlo para quien está frente a la cámara: registra un momento de su vida. Por eso le explica su manera de trabajar, le enseña su obra y busca que llegue al retrato con otra actitud. A veces la persona está sentada frente a él y todavía no encuentra el retrato. Entonces la observa. Gira el rostro, cambia ligeramente el cuerpo, baja un hombro. Busca hasta que ocurre. Dispara.

“No necesito más. Ahí está el retrato”. Y, sin embargo, la experiencia no significa que tenga una fórmula. “Cada sesión es una aventura”, dice. Puede utilizar la misma cámara y la misma luz, pero cambia lo esencial: la persona. “Cada persona es un universo propio”.

Su biblioteca de fotografía es una parte fundamental del proceso. La describe como una especie de “santuario” al que regresar a la esencia del retrato. Constantemente vuelve a los grandes fotógrafos que ha estudiado durante toda su vida. “Cada retratista tiene un lenguaje propio”. Le ha tomado más de 30 años construir el suyo.

PERMANECER Y PROFUNDIZAR

Pienso que hay artistas cuya búsqueda los lleva de un estilo a otro, de una técnica a otra. La búsqueda de Juan ha ocurrido de una manera distinta. Desde que encontró en el retrato su territorio, hace más de tres décadas, decidió permanecer en él. Pero

FOTOS CORTESÍA JUAN RODRITO LLAGUNES

permanecer no significa repetirse. A lo largo de esos años ha seguido dos caminos en paralelo: sus proyectos personales y el trabajo de estudio. Desde *Retratos de domingo* y *Retratos de Espinazo* hasta trabajos posteriores como *En el parque*, ha fotografiado personas por iniciativa propia.

A mediados de los 90 obtuvo una segunda beca de Jóvenes Creadores. Esta vez volvió la cámara hacia un territorio más íntimo: su propia familia. Fotografió a nuestros padres, hermanos y sobrinos, construyó una serie que es el registro de una época de nuestra historia.

Por su estudio han pasado familias, niños, parejas, artistas, intelectuales y personas que quieren ser retratadas. Con los años, la frontera entre esos dos mundos se ha vuelto cada vez menos clara. "No hay mucha separación entre las comisiones y mi obra". Un retrato que comenzó como un encargo puede formar parte de una exposición o de un libro. También su manera de trabajar se ha transformado. El proceso se ha vuelto más pausado: observar y construir el retrato antes de disparar. "La foto se hace en la cabeza", dice. La cámara y la técnica importan, pero no son suficientes. Explica, es más fácil dominar el oficio técnico. "Cualquiera puede aprender a hacer fotografía". Lo difícil es otra cosa. "Lo que te puede llevar la vida, y a lo mejor no lograrlo, es decir algo a través de ese aparato".

Para hacerlo hace falta sensibilidad, conocimiento y una cultura amplia. Música, arquitectura, literatura, aquello que el fotógrafo ha visto, leído y aprendido forma parte de su mirada. "El arte fotográfico está aquí", dice señalándose la cabeza. "Lo importante es llegar a lograr tener un lenguaje propio, una necesidad de decir algo". Y entonces dice algo que explica sus más de 30 años dedicados al retrato: un artista puede concentrarse en un mundo muy chico, convertirlo en "una pequeña obsesión y llevarla hasta sus últimas consecuencias".

Ha permanecido en el retrato, pero no se ha quedado en el mismo lugar. Cuando se observa su archivo en conjunto, las fotografías comienzan a contar una época. Están los artistas, escritores, arquitectos y empresarios, también las familias que han llegado a su estudio y las personas de su entorno.

"El retrato refleja una época, una manera de ser, de vestir, de ver", asegura. Lo entendí especialmente cuando vi reunidos 30 años de su trabajo en la Fototeca de Nuevo León en 2023. Personas provenientes de mundos muy distintos terminaban juntas, contaban la historia de una generación a través de los ojos de un retratista. Juan Rodrigo lo resume de una manera mucho más sencilla. "Es eso: retratar tu época".

TODAVÍA FALTA MUCHO

Hacia el final de nuestra conversación quise preguntarle qué sentía al mirar todo aquello junto. Su respuesta me sorprendió. "Es una mezcla de satisfacción, pero... todavía falta mucho".

No habla de una obra terminada. Habla de lo que todavía puede hacer. "Todavía puedo sacar más cosas de las personas". Y después añade algo. "Aún tengo gente interesante por retratar".

Quizá eso explique por qué ha podido permanecer tanto tiempo dentro de un mismo lenguaje sin agotarlo. El retrato sigue despertándole curiosidad.

Su manera de retratar ha cambiado porque él también ha cambiado. "Ya no puedo retratar como lo hacía en los noventa", me dice. "Porque ya no soy esa persona".

Habla de seguir con su trabajo, de buscar nuevos proyectos, de no detenerse. "Apostarle a algo que te emociona", dice, "y llevarlo a las últimas consecuencias".

Después de escucharlo durante más de una hora, vuelvo inevitablemente a la pregunta con la que comencé esta conversación: cómo aprendió a mirar.

Lo conozco desde siempre. He crecido viendo sus fotografías, entrar a su estudio, hojeando sus libros y observar cómo el retrato se fue convirtiendo en su lenguaje. Pero sentarme esta vez a escucharlo me hizo entender algo que quizá, precisamente por ser su hermana y haber estado siempre tan cerca, nunca me había detenido a pensar.

Me quedé pensando que tal vez aprender a mirar sea algo que nunca termina.

Después de más de treinta años, Juan Rodrigo Llaguno sigue mirando.

Y todavía le falta mucho por retratar. Q



"EL PARQUE 04"



GABRIEL OROZCO



"EL PARQUE 01"



CRISTINA RIVERA GARZA

FOBIA: EL PRIVILEGIO *de* NO TENER NADA *que* DEMOSTRAR

Fobia inicia una nueva etapa con Elohim Corona en la batería y Alboom, una app para compartir su historia con sus fans. En entrevista, nos hablan de su amistad, diferencias y libertad creativa.

Por **Fabiola Pichardo**

Hay bandas que con el paso de los años convierten su historia en una colección de recuerdos. Fobia, en cambio, no vive de la nostalgia, sino intenta hacer las cosas a su manera, con la libertad de quien ya no tiene nada que demostrar.

A punto de celebrar cuatro décadas de trayectoria, la agrupación mexicana no está interesada en vivir de la nostalgia ni en repetir una fórmula que ya le funcionó. Su nueva vida —como ellos mismos la llaman— tiene una alineación renovada en la batería, proyectos que apenas comienzan a tomar forma y una inquietud que parece acompañarlos desde aquellos primeros conciertos: encontrar nuevas maneras de hacer las cosas.

En esta etapa, Elohim Corona ocupa la batería y se suma a una historia que conoce y respeta, mientras Paco Huidobro, Leonardo de Lozanne, Iñaki Vázquez y Cha! miran hacia adelante con la tranquilidad de quienes han aprendido a reconocer qué vale la pena conservar y qué es mejor dejar atrás. El resultado es una banda que, después de separaciones, reencuentros y cambios de rumbo, parece haber encontrado una manera más cómoda de funcionar.

"Creo que ahora sí genuinamente tomamos una pausa en la que queríamos limpiar la manera en la cual íbamos a continuar operando", explica Iñaki. A diferencia de otras etapas, esta vez no se trató de una separación, sino de preparar las condiciones para volver sin que todo se sintiera como una repetición. Detrás hubo tiempo de producción, conversaciones y decisiones para que la banda pudiera trabajar bajo sus propios términos.

La diferencia está en que ahora no parecen tener demasiadas expectativas que cumplir, más allá de disfrutar lo que construyen. "Es el comienzo de una celebración, el precopeo de los 40 años", dicen. Y quizá ahí está una de las claves para entender su permanencia: Fobia no quiere convertirse en una versión de sí misma que funcione únicamente porque el público recuerda sus canciones.



"SEGUIMOS SIENDO AQUELLOS MISMOS CHAMACOS QUE SALÍAN A TOCAR PARA 10 PERSONAS EN UNA LIBRERÍA DE INSURGENTES SUR. EL TIEMPO PASA VOLANDO",
— Cha!

FOTOS **LILIANA ESTRADA**

DE TOCAR PARA 30 PERSONAS A CONVERTIRSE EN REFERENTES DEL ROCK MEXICANO

Cuando Fobia comenzó, a finales de los años 80, sus integrantes no pensaban en dejar un legado ni en convertirse en una referencia para las siguientes generaciones. Eran amigos que se reunían a tocar, ensayaban cuatro días a la semana y organizaban su vida alrededor del siguiente concierto. Si al terminar la tocada la chica que les gustaba les hacía caso, pues mucho mejor. "Creo que para nosotros es difícil darnos



cuenta de este referente hasta que no lo vemos dentro del gran dibujo de las cosas. Sientes el paso del tiempo cuando estás en el presente eterno. Seguimos siendo aquellos mismos chamacos", cuenta Cha!

Lo dice a propósito de los primeros años, cuando tocaban para unas 10 personas en una librería de Insurgentes Sur llamada El Ágora, y de aquellas primeras salidas de la Ciudad de México en las que el público apenas llenaba un pequeño espacio. Una de esas historias ocurrió en Pachuca, en un lugar llamado El Corral de la Cabra. Había alrededor de 30 hombres como público y, cuando preguntaron por qué no habían ido mujeres, recibieron una respuesta que hoy parece salida de otra época: "Es que si vienen, no se casan", les explicó el promotor. También recuerdan una vela encendida durante "El Crucifijo" que, sin que nadie lo planeara, pasó de mano en mano entre los asistentes y regresó a Leonardo de Lozanne al terminar la canción, todavía encendida. Una escena tan improbable que, como ellos mismos admiten, sería difícil creerla si no la recordaran todos.



“YA NO HAY NADIE QUE NO QUEREMOS QUE ESTÉ. YA LAS COSAS SE ESTÁN DANDO COMO NOSOTROS DECIDIMOS”

— Leonardo de Lozanne

Son anécdotas que podrían contar durante horas y que, cada vez que las recuerdan, dejan ver la complicidad que existe entre ellos. Se interrumpen, se corrigen, se ríen y agregan detalles que al otro se le habían escapado. Esa química, que también se percibe sobre el escenario, parece ser uno de los ingredientes que han mantenido a Fobia vigente: no solo son compañeros de banda, también son amigos que han crecido juntos, han atravesado diferencias y han encontrado la manera de volver a coincidir.

Quizá por eso, cuando se les pregunta qué ha mantenido vivo el núcleo de Fobia, Iñaki recuerda aquellos primeros años en los que eran simplemente un grupo de amigos que quería tocar el fin de semana, iban juntos al cine, descubrían películas, galerías y bandas, y compartían mucho más que la música. Con el tiempo, cada uno se ha convertido en una persona distinta, pero algo de aquella amistad fundacional permanece.

“Las bandas que no tienen núcleo, las bandas que nada más se juntan a palomear y cada quién su vida, no lo logran. Si no nos gustaba a los cinco, no pasaba”, explica Iñaki. Y aunque han cambiado, se han encontrado y desencontrado a lo largo de los años, conservar ese núcleo les ha permitido volver a reconocerse y llevar al escenario una esencia que sigue conectando con el público.

Reconocerse como una influencia tampoco les resulta sencillo. Cha! cuenta que, al participar en un capítulo del

FOTOS CORTESÍA, ©GETTY IMAGES / 497773460

libro *Sonidos de México*, dedicado a la historia de la música en el país, entendió mejor que su trabajo había aportado algo a esa historia. “Me di cuenta de que lo que hemos hecho nosotros sí ha tenido importancia y ha sido un granito de arena dentro de este gran árbol que es el *rock* en nuestro país”, comparte.

La conexión con el público es, para ellos, una especie de magia que no se puede fabricar. Hay grupos que trabajan durante años sin conseguirla y Fobia tuvo la fortuna de encontrarla desde el principio. Esa respuesta de la gente, dicen, ha sido el motor que los mantiene en movimiento incluso en los momentos difíciles. “La gente se conecta con lo que hacemos y eso es inexplicable, eso es algo de lo que tenemos que estar agradecidos y es un tipo de magia que ocurre con nuestro público”, asegura Leonardo de Lozanne.

ALBOOM: EL BAÚL DE LOS RECUERDOS

La inquietud de Fobia por conectar con el público hoy los lleva al terreno digital con *Alboom,* una plataforma propia para compartir su historia y acercarse a sus seguidores sin depender de intermediarios. La idea surgió de una forma muy concreta: “las redes sociales y las plataformas de *streaming* difunden música y mantienen el contacto con los fans, pero no permiten controlar la experiencia ni decidir cómo se comparte todo ese material. En *Alboom*, Fobia quiere tener ese espacio propio”, explica Paco, quien encabeza el proyecto. La app funciona como un archivo vivo con fotografías, videos, ensayos y material inédito. También tendrá dinámicas para que los fans descubran contenido y desbloqueen sorpresas.

UNA NUEVA VIDA

La llegada de Elohim Corona, también ha refrescado la dinámica de la banda. Aunque lleva años de compartir proyectos musicales con algunos de sus integrantes, ahora se enfrenta a la experiencia de formar parte de Fobia y de tocar canciones que tienen una historia propia para varias generaciones de seguidores.

Para él, cada entrevista se ha convertido en una oportunidad para conocer mejor a sus compañeros, descubrir las historias que comparten y dimensionar todo lo que ha ocurrido alrededor de la banda. Se siente agradecido, dice, de formar parte de una agrupación que ha marcado la vida de tantas personas.

“Me siento muy feliz, muy agradecido porque sí es enorme esta banda y que me permitan, con todo el amor que yo le tengo a la música, ser su baterista, ¡wow!, gracias a la vida, me siento muy afortunado, disfrutando esto porque la vida es muy corta”, dice Elohim con emoción.

EL NUEVO FOBIA



La llegada de Elohim Corona marca un nuevo capítulo para la agrupación. Después de más de dos décadas como baterista de Moderatto, el músico se sumó a la banda y debutó con ella en el pasado Vive Latino. Su historia con la batería comenzó a los tres años y, a los siete, ya tocaba con ISIS, el grupo fundado por su papá. También ha formado parte de proyectos como Gran Sur y Los Señores, además de colaborar con el fallecido músico Javier Bátiz.

Su intención no es borrar las huellas de quienes tocaron la batería antes que él (Jorge Amaro, Gabriel Kuri y Jay de la Cueva), sino respetarlas y encontrar su propio lugar. Quiere que los fans reconozcan las canciones y, al mismo tiempo, descubran cómo suena Fobia en el presente.

Y es que la historia del grupo nunca ha sido una línea recta. Ha habido diferencias, pausas y momentos en los que la posibilidad de terminar aparece sobre la mesa. De hecho, cuando se les pregunta si alguna vez han pensado que Fobia ya no puede continuar, la respuesta llega entre risas: “Hoy en la mañana”. “Siempre hay momentos difíciles, la vida es adversa. De eso se construye una carrera; de momento bajos y altos . Ya no hay nadie que no queremos que esté. Ya las cosas se están dando como nosotros decidimos”, dice Leo. Al final de la entrevista, les pedimos que definan Fobia en una palabra. Las respuestas van desde “vida” y “columna vertebral” hasta “imaginación”, “escuela”, “aprendizaje”, “pasión” y “cultura”. No hay una sola definición que alcance para explicar todo lo que han vivido juntos, pero quizá tampoco la necesitan. Porque si algo tienen claro es que no quieren pasar los próximos años mirando únicamente hacia atrás. Quieren seguir tocando y compartiendo, con la misma curiosidad de aquellos muchachos que se reunían a ensayar sin imaginar que, casi 40 años después, todavía tendrían historias nuevas que contar. Q

OSVALDO BENAVIDES

50 preguntas que nos enseñan el lado más personal de Osvaldo, **el actor que vive el año de su carrera con proyectos recientes como *Timbiriche* y *El Círculo***

Por **Daniela Brugger**

1 ¿A qué hora y qué te despertó hoy? A las 5:50 am, la vibración de la alarma de mi despertador. **2 Si un genio te concede tres deseos, ¿cuál sería el tercero?** Tener deseos infinitos.

3 ¿QUÉ DESAYUNASTE?
Tres huevos y un *short rib* braseado con ensalada de nopal.

4 Si fuera tu último día en la tierra, ¿qué comerías? Unos tacos, una pizza, una hamburguesa, una carne asada y mucho helado, eso solo de desayuno. **5 Tu primera *date*** Una caminata en un parque con una compañera que se llamaba Sofía. **6 ¿Qué hay en el cajón de tu buró?** Un aceite esencial de lavanda que respiro antes de dormir, un hidratante labial, tapones de oídos, antifaz, reloj, anillos y cosas personales que no voy a compartir aquí. **7 ¿Cómo es tu pijama?** Shorts y playera cómoda, no me gustan las pijamas. **8 Primera mascota** Un perrito *beagle*, Snoopy. **9 Primer día en la tierra** 14 de junio de 1979. **10 ¿Cuál es la película que podrías ver mil veces sin cansarte?** *Tropic Thunder*. **11 Tu *go-to* rutina de ejercicio** Mis rutinas cambian cada semana y las diseña mi *coach*. Me aburre siempre hacer lo mismo. **12 ¿Cuál es tu mayor miedo real e irracional?** Los miedos no son reales, pero volverme loco y perder la cabeza o que por la edad pierda la capacidad de estar en el presente. **13 Primera vez que te enamoraste** ¡Uy! En preprimaria de una niña que se llamaba Georgina. **14 ¿Qué aprendiste tarde en la vida?** Nunca es tarde para aprender, la vida es vida y seguimos aprendiendo. **15 ¿Cuál es tu *guilty pleasure*?** Comida chatarra, pero sin *guilt*, puro *pleasure*. **16 Primer trabajo** Fue entrar de bomberazo a un llamado de unas fotos para unas computadoras de los ochentas. Mi papá trabajaba en esa agencia de publicidad, y el niño no se presentó para las fotos, y por eso me pusieron a mí. **17 Un *hobby* que tenías que te gustaría retomar** No sé, pero me falló, o me fallaron. **18 ¿Cuál sería el título de esta etapa de tu vida?** *Ahí seguimos, creciendo y aprendiendo a disfrutar y a amar*. **19 ¿Preferirías viajar al pasado o al futuro?** Al futuro, es incierto pero el pasado ya lo conozco y prefiero vivir lo que no conozco.

20 LIBRO QUE SIEMPRE RECOMIENDAS *Breaking the Habit of Being Yourself*, del Dr. Joe Dispenza

21 Chisme favorito que has escuchado sobre ti Alguno que hable muy mal de mí, eso me puede divertir pero no tengo la respuesta a la mano. **22 Primera cosa valiosa que te compraste con tu dinero** Unos juguetes. **23 Persona con la que hablas todos los días** Mis hijos casi todos los días. **24 Primer concierto al que fuiste** Guns & Roses en México. **25 Si sólo pudieras comer una cosa el resto de tu vida qué sería** Unos tacos caseros con todo. **26 ¿Qué contestas cuando te preguntan a qué te dedicas?** Que soy actor, no me define pero es lo que hago profesionalmente. **27 Tu programa de TV de la infancia favorito** *Los años maravillosos*, me encanta y ahorita la estoy volviendo a ver con mis hijos. **28 ¿Tienes alergias?** No, a veces a los piquetes de mosco, pero no siempre me pasa. **29 Primer sueño cumplido** Antes de ser actor soñaba con dirigir entonces fue la primera vez que estuve en un *set*. **30 Persona icónica (viva o muerta) con la que te gustaría echarte un café** Soy fan de Roger Waters o George Carlin. **31 ¿Qué es lo último que te hizo reír?** Las pláticas con mis amigos, cagarme de risa con mi gente.

32 FUERA DE CARTERA O CELULAR, ¿QUÉ SIEMPRE TRAES CONTIGO?
Hidratante labial, siempre.

33 Primera parada obligatoria llegando a un viaje Pues el baño ¿no? (risas), sino a comer. **34 Lugar que te mueres por conocer** Quiero ir a Egipto y conocer esas pirámides, es el lugar en el que no tenemos ni idea realmente de qué pasó, cómo se construyó y quiénes han estado ahí. **35 Tu *drink* favorito** No bebo, pero disfruto mucho una michelada sin alcohol. **36 ¿Ya te cansaste de este cuestionario?** Sí. **37 ¿Cuál es tu lugar favorito en el mundo?** Mi casa con mis hijos o una fiesta con los seres que amo y un buen asado. **38 ¿Qué persona tienes en tus contactos que nos sorprendería?** No hay manera de que se las comparta. **39 Si te vas de viaje y le quieres llevar un *souvenir* a alguien ¿qué le llevas?** Algo muy particular del lugar, pero obvio nada del aeropuerto. **40 Prenda favorita de tu clóset** Mis tenis *barefoot*, son lo más básico y cómodo que todo el mundo debería de tener. **41 Un lujo al que no podrías renunciar** Poder tomar agua limpia porque es un lujo hoy en día.



FOTO CORTESÍA

42 Tu restaurante favorito en el mundo Estoy entre Bobo Burgers o Bikini Pizza en la CDMX. **43 Quién fue tu primer jefe** Mi primer director. **44 Teoría conspirativa en la que crees al cien por ciento** Las teorías conspirativas en las que yo investigué se volvieron realidad, ya no son conspirativas, entonces hay que tener cuidado con las narrativas que nos plantea el gobierno y las noticias, esas son las primeras que hay que cuestionar. **45 ¿Cuál es tu red social favorita?** No me gustan las redes sociales, o sea, no creo que una red social pueda entrar para mí en favoritismo. Son una herramienta de trabajo, una herramienta de información y son un arma de doble filo. Muy fácilmente caemos en las garras de nuestras adicciones a través de las redes sociales. Y no critico a la red social, critico a la pobreza en cómo las manejamos los humanos. **46 Completa la frase, "el amor nunca..."** Muere. **47 A qué sustancia nunca renunciarías** Al mate. **48 ¿Qué tarea tienes pendiente?** No tengo pendientes, no me gustan. Tengo muchos sueños y muchos anhelos. **49 Lo primero que haces cuando te despiertas** Me hago un masaje corporal acostado en la cama y después me tomo un vaso de agua de mar lleno de minerales.

50 ¿A QUIÉN TE GUSTARÍA HACERLE 50 PREGUNTAS?

A mis dos hijos, todos los días de toda la vida.

LA GUÍA ABSOLUTA DE HOSPITALIDAD

MEXBEST

AQUÍ AMAMOS COMER (TANTO COMO TÚ)



MEX-BEST.COM.MX

@MEXBEST.MX

ESTILO

44. Así ha evolucionado una verdadera *bichota*
La gira de Karol G llega a México y ¡tenemos que hablar de su estilo!

48. La reina de reinas, ¡está de vuelta!
Céline Dion regresó a los escenarios y al *top* de mejores vestidas.

58. *Korean skincare* bajo la lupa
¿Qué tan real es el *hype* del *skincare* coreano? Hicimos el *research* y te contamos.

El AMOR *entre* JACOB *y* CARTIER

La hermana de Jacob, Isabella Elordi se encargó de captar el verdadero significado de LOVE Unlimited con fotos bellísimas del actor. ¡Gracias a Cartier, Jacob e Isabella, estamos *in love!*
Pág. 46



FOTO ISABELLA ELORDI PARA CARTIER

La **BICHOTA** *con un* ***MOOD*** **TROPICOQUETA**

Ella sabe cómo llevar lo sensual con lo divertido y el lujo con un toque urbano. Su clóset es una mezcla de tacones imposibles, minifaldas y Y2K *vibes*. **Karol G grita: *Isn't it obvious? I'm latina, mami.***

Por **Guadalupe Mercado**

Desde que comenzó su carrera, la colombiana ha demostrado que su imagen es tan protagonista e importante como su música. Karol G no tiene miedo de ir con *looks sexys*, extravagantes o totalmente inesperados con una melena de colores, que se volvió su sello insignia. Su estilo no entra en una sola categoría, podemos verla con un vestido de alta costura y al siguiente día, con un *outfit* mucho más relajado o completamente teatral y eso, es lo que la pone en nuestro radar.

Su *stylist* Brett Alan Nelson, tiene mucho que ver para que cada nueva etapa de la cantante sea un universo visual diferente. Aunque, el pelo güero y prendas que resaltan sus curvas podrían ser la base de su estilo, a lo largo de su trayectoria nos ha enseñado que todavía quedan muchas versiones de Karol por conocer. *Bichota*, ¿qué sigue? Sea lo que sea, seguramente ¡nos va a encantar! Q

ADEMÁS DE ESTAR EN LA *TOP LIST* DE ÉXITOS,KAROL G, CAMBIA, JUEGA Y SE REINVENTA AL MISMO RITMO QUE SU CARRERA.





UNA *FASHION GIRL* NUNCA ESTÁ SOLA



DE FIESTA
Durante el medio tiempo del Super Bowl LX, compartió 'La Casita' con Pedro Pascal, Cardi B, Jessica Alba, Young Miko y Ana de la Reguera.



LATINAS *FOREVA*
Shakira y Karol G hicieron historia en los MTV VMAs 2023 al recibir el premio a Mejor Colaboración en una categoría no latina.



MI *PARCE*
Hizo su debut actoral junto a Sofía Vergara para la serie *Griselda*. Ambas resaltaron su complicidad y apoyo como paisanas y amigas.



AMIGO Y *STYLIST*
La Bichota llegó con Law Roach al desfile *Le Chouchou* de Jacquemus. Esto nos confirma que ella lo está haciendo ¡muy bien!



TRIUNFADORA
Karol G tiene el 4.° lugar en la lista de mujeres ganadoras en los Latin Grammy

EN SU TERRENO
Parte del encanto de Karol es que construye y evoluciona según el momento que vive. En *Tropitour*, su actual residencia, la cantante llevó esta idea todavía más lejos. La estética del álbum recupera referencias a las grandes vedettes y divas latinoamericanas con mezcla de reguetón y cultura *pop* actual.

DEL ESCENARIO AL *FRONT ROW*



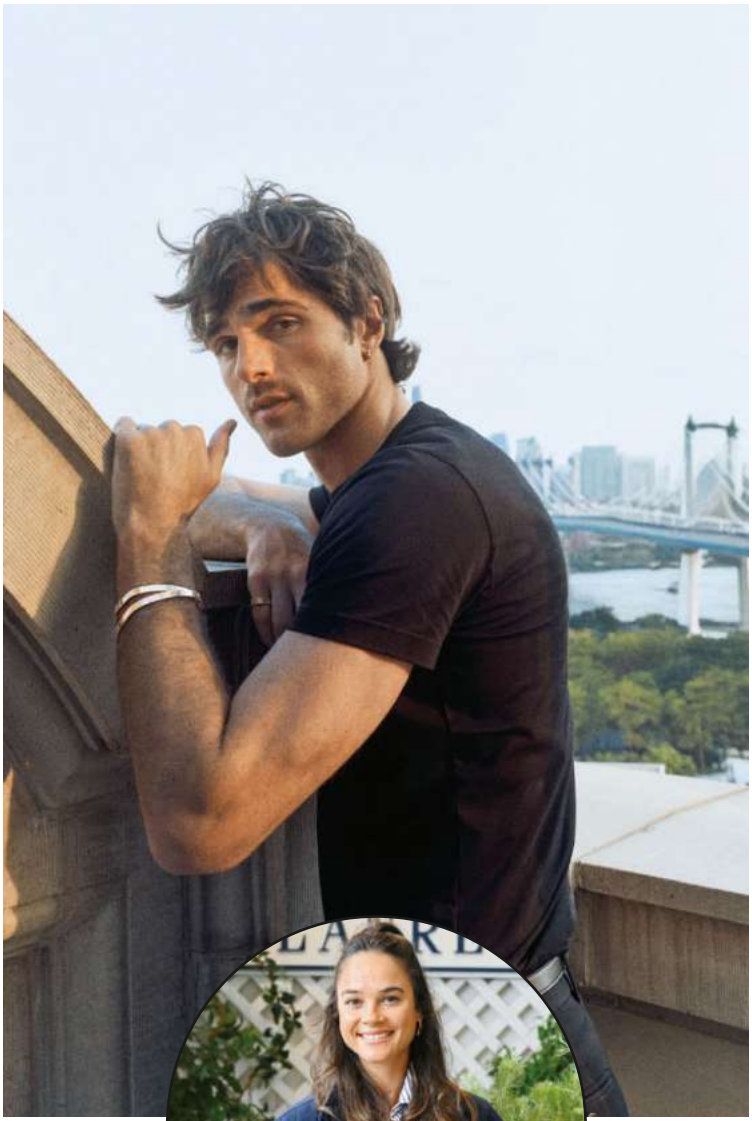
Su nombre ya es habitual en el *fashion business*. Ha estado en los desfiles de Loewe, Mugler, Louis Vuitton y Schiaparelli. Pero uno de sus grandes momentos fue en 2024, cuando hizo su *debut* en la *Met Gala* vestida de Marc Jacobs. El *look* tenía transparencias y hasta unas peculiares orejas de elfo. Además, el año pasado se convirtió oficialmente en '*Ángel*' cuando cantó y desfiló en el *Victoria's Secret Fashion Show*.

FOTOS ©GETTY IMAGES / 613009458, 809966348, 928286452, 951730004, 1062094666, 1145138660, 1284601160, 1342162225, 1433519632, 1470941674, 1502443093, 1626676165, 1677261396, 1710254336, 1797234811, 1797695589, 1956155401, 1956175894, 2151791205, 2213796657, 2221948705, 2241295815, 2259475407, 2260606213, 2267624222, 2266744223, 1713677659, 2223897200

JACOB *es el* NUEVO *LOVE* *de* CARTIER

La línea más flexible de la maison ahora juega con diamantes y nuevas formas de llevar sus piezas. ¿Puede ponerse mejor? ¡Claro! Basta con ver **la campaña protagonizada por nuestro crush, Jacob Elordi, y fotografiada por su hermana Isabella.**

Por **René Chávez Esparza**



La colección LOVE de Cartier nació en 1969 en Nueva York, cuando el diseñador Aldo Cipullo creó el famoso brazalete con tornillos que rápidamente se convirtió en uno de los diseños más reconocibles de la marca. Desde entonces, ha estado involucrada con el amor, vínculos especiales y esas relaciones que queremos que duren para siempre. Y aunque han pasado más de cinco décadas, Cartier no se detiene y siempre está en la búsqueda de llevar más allá su joyería insignia.

En LOVE Unlimited, el brazalete conserva la esencia de su creación, pero ahora con una estructura mucho más flexible formada por diferentes elementos articulados. Y aunque pueda parecer algo sencillo, conseguir que una pieza de alta joyería tenga esta flexibilidad requiere muchísimo trabajo. Detrás de ese diseño aparentemente minimalista, existe una construcción bastante compleja.

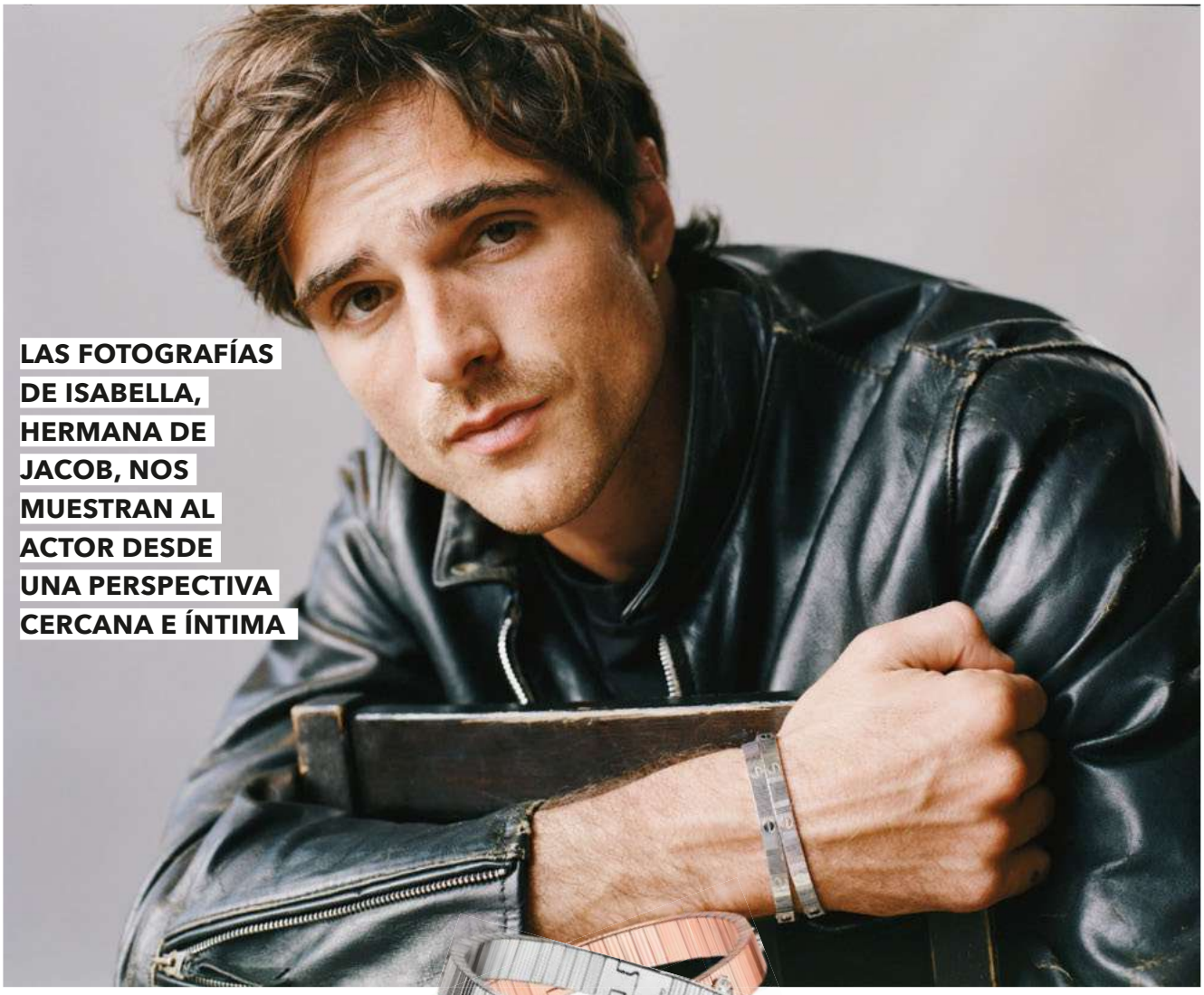


ISABELLA ELORDI FUE LA FOTÓGRAFA PARA ESTA CAMPAÑA

La base de esta pieza, por llamarlo así, tiene alrededor de 200 componentes miniaturizados. Cada uno de sus eslabones se pulen a mano antes de unirlos con la técnica perfeccionada por los artesanos de la *maison*. Esta forma de armado, permite que el movimiento de la pulsera se sienta como agua en tus manos. Es como si el oro dejará de ser un metal para poder sentirlo como otra piel.

En esta colección, los famosos tornillos de las piezas, ahora se convirtieron en preciosos diamantes que agregan ese brillo elegante a la pieza desde la distancia. Además, tiene un cierre invisible patentado por Cartier que permite enlazar una pieza ¡con otra, con otra y con otra!. Es decir, una pulsera puede convertirse en un collar o puedes sumar más de dos piezas en diferentes materiales hasta lograr una composición a tu gusto y estilo. De ahí su nombre: ¡las opciones son ilimitadas!

FOTOS CORTESÍA CARTIER, ©GETTY IMAGES / 2258027601



LAS FOTOGRAFÍAS DE ISABELLA, HERMANA DE JACOB, NOS MUESTRAN AL ACTOR DESDE UNA PERSPECTIVA CERCANA E ÍNTIMA

JACOB ELORDI, *WE LOVE YOU*

Claro que un lanzamiento tan lleno de detalle, merece un gran protagonista; así que Cartier eligió a Jacob Elordi para esta campaña. Esta elección no es una casualidad, el actor australiano resuena muchísimo con las nuevas generaciones en la pantalla grande y como icono de estilo por su visión de la moda masculina mucho más relajada y moderna y que no le tiene miedo a darle un lugar a la joyería en todos sus *outfits*.

Este acercamiento de la *maison* no solo fue con el nominado a un premio Óscar, a los premios BAFTA y a los Globos de Oro por la película *Frankenstein*, también fue con la hermana del actor, Isabella.

Isabella Elordi es la hermana mayor de Jacob, es fotógrafa y bailarina de *ballet*. Su talento en la foto, la ha llevado a trabajar en importantes proyectos editoriales y publicitarios. Y más de una vez, ha capturado a su hermano con su cámara; solo necesitar correr a su instagram para ver las veces que estos hermanos han ayudado mutuamente a crecer en sus carreras profesionales.

Así que, Cartier pidió que las fotografías de la campaña fueran realizadas por Isabella Elordi, quien confesó que trabajar con su hermano hace que todo sea súper natural y auténtico. Su unión y complicidad lograron retratar a un Jacob tal cual es, sin poses, justo como ello lo ha visto toda su vida. Sin duda, Isabella supo captar ese lado cómodo y relajado de Jacob y de esta forma, Cartier nos regaló una prueba física de amor, complicidad y unión: LOVE. Q



LIKE A DIAMOND
Los diamantes aportan ese toque de *glamour* que hace que las piezas puedan convertirse fácilmente en protagonistas de cualquier *outfit*.

CÉLINE DION *la voz y el estilo de la gran* REINA, *¡están de vuelta!*

Después de seis años de ausencia por motivos de salud, Céline regresó a los escenarios y con los *looks* más *cool* para el otoño. Verla tan elegante y radiante durante su gira *My Heart Will Go On*, nos ha dado un vuelco al corazón, literalmente. ¡Larga vida a ti, Céline!

Por **Guadalupe Mercado**



Anillo
Bizzarro *($17,690)*
joyeriasbizzarro.com

Chamarra
Mango
($9,990)
mango.com



TODO EN PIEL

Las prendas en este material son válidas todo el año, pero definitivamente son de las favoritas para el otoño y el invierno. Un *total look* en esta textura es un combo ganador para cualquier ocasión, pero combinar una misma gama de colores y agregar unos *pointy shoes* clásicos son un gran *plus* para una reunión formal y elegante. *Bonus tip*: un cinturón te ayudará a mantener el balance entre las dos prendas de piel.



Falda
Giglio*
giglio.com



Aretes
Tiffany & Co.*
Artz Pedregal



Zapatos
Christian Louboutin
($12,800)
mytheresa.com



Cinturón
Isabel
Marant*($5,490)*
farfetch.com

BRILLAR A LO GRANDE

Mantener la piel y labios hidratados es la clave para deslumbrar con cualquier *look* y sin duda, fue la clave de la cantante para este regreso icónico. El infalible es un sérum para ojos; recuerda que muchas veces, esta es la zona que más refleja de nosotras, así que una mirada radiante es un espíritu joven.



Sérum para ojos
Cetaphil *($610)*
Farmacia del Ahorro

Hidratante para cuerpo
Chanel *($1,580)*
Liverpool





Bálsamo Labial
Clinique *($499)*
Sephora

FOTOS ©GETTY IMAGES / 2292810384, 2293418048, 2295570245, CORTESÍA



GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO

ESTADO DE MÉXICO
¡El poder de servir!

ESTADO DE MÉXICO
·UN DESTINO·
Hecho a mano



Vuelo en globo aero

Enamórate

ostático en el Valle de Teotihuacán



del EdoMéx

GOBIERNO DEL
ESTADO DE
MÉXICO

ESTADO DE
MÉXICO
¡El poder de servir!

Experiencias gastronómicas auténticas en el EdoMéx

ESTADO DE MÉXICO
·UN DESTINO·
Hecho a mano



Salsa elaborada con xoconostle en el Pueblo Mágico de Teotihuacán

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO

ESTADO DE MÉXICO
¡El poder de servir!

AL ESTILO *DANDY*

Un traje y un abrigo largo es una mezcla poderosa indiscutible. El toque *stylish* puedes darlo con unos lentes oscuros y llevarlo sin camisa. Joyería pequeña, pero con mucho brillo le dará ese toque pulido para cerrar con broche de oro. Aquí, sí o sí el *fit* es de las cosas más importantes. Cuida que vaya bien con tu silueta y que los largos de manga y pantalón sean los adecuados.



Abrigo
Cos *($6,200)*
Antara



Anillo
Cartier*
Masaryk 465

Traje
Róhe *($25,200 aprox.)*
net-a-porter.com



Aretes
Chopard*
Masaryk 438

Lentes
Gucci *($4,800)*
Liverpool



Bolsa
Ferragamo*
Altavista 147



Zapatos
Steve Madden
($2,599)
Mitikah



Aretes
Saint Laurent
($9,990)
farfetch.com



Lentes
Ray Ban *($3,780)*
masvision.mx



EL *GLAMOUR* DE LO INFORMAL

Un saco estructurado puede darle el *twist* que necesitan tus jeans favoritos. Sí, esos que puedes combinar con una *t-shirt* y tenis, también puedes llevarlos a una cita formal. Solo necesitas combinarlos con un saco formal y si es de satín ¡mejor!; zapatos cómodos y al tono de tu saco y listo.





Saco
H&M *($899)*
hm.com

Jeans
American Eagle
($1,499)
ae.com/mx



Reloj
Hublot*
La Isla
Cancún

Anillo
Berger Joyeros
Masaryk 438



Flats
Aldo *($1,750)*
El Palacio de Hierro



* Precio en punto de venta



The ROYAL PURPLE

Por **Guadalupe Mercado**

Después de meses de tonos neutros, por fin ha llegado el violeta intenso y brillante que marcará la entrada al invierno. Es elegante, poderoso y puede ser el más divertido cuando lo combinas los colores chillantes. ¡Sí, es perfecto y nos encanta!

CELEBS



FOTOS XXXXXX

GESTUZ

AGRO

PRADA

NATAN

TORY BURCH

GARY BIGENI

Bolsa
Fendi*
El Palacio
de Hierro
Polanco

Suéter
Louis Vuitton*
El Palacio de
Hierro Polanco

Pulsera
Hermès*
hermes.com

Reloj
Chanel*
Artz
Pedregal

Botas
Timberland, *$3,999*
timberland.com.mx

UN *POP* DE COLOR







* Precio en punto de venta

Con los **PANTALONES** *y las* **BOTAS *POINTY*** *bien puestas*

Este otoño tiene un protagonista discreto que asoma timidamente bajo el pantalón. Hablamos de la punta de las botas que te ayudarán a tener ese toque *effortless* en tu *look*. ¿Lo mejor? Combinan perfecto con *jeans*, pantalones de vestir o con los favoritos de las famosas: *leather pants*.

Por **Guadalupe Mercado**



EL LADO ELEGANTE DE ESTE PAR


LAW ROACH


IRINA SHAYK


JEN STATSKY


LOUISA JACOBSON


MARTINA FERRAGAMO


GEMMA CHAN

FOTOS SELENE ALAÍDE, © GETTY IMAGES / 2294023539, 2294335512, 2295295178, 2295355289, 2295473158, 2296444175, LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT, CORTESÍA

EN TU *SHOPPING BAG*

Aquí, tú eliges puedes apostar por un *look* en el mismo tono, con la misma textura o hacer un *mix and match*.

Pantalón
Mango *($1,999)*
mango.com



Botines
Thoro 650
($2,590)
thoro650.com



Botines
Aeyde *($15,500)*
farfetch.com





Jeans
Stradivarius
($1,099)
stradivarius.com



Pantalón
Adolfo Domínguez
($4,490)
El Palacio
de Hierro



Pantalón
Sfera *($690)*
sfera.com



Botines
Prada*
Artz
Pedregal

LA *INSPO* DESDE PASARELA





PARÍS *entre* DIAMANTES *y* ZAFIROS

Michelle Salas tomó el protagonismo de las calles de París con una inconfundible colección de Jean Schlumberger de Tiffany & Co. Esta es la prueba de que algunos de los detalles más femeninos y románticos de la casa joyera pueden marcar la diferencia de todo un *look*.

Por **Daniela Cuéllar**

FOTOS **CORTESIA TIFFANY & CO.**

Lo sabemos, Michelle Salas sabe cómo hacer que un *outfit* robe miradas y que además, la joyería pueda convertirse en la verdadera protagonista. Su estilo la ha llevado a convertirse en amiga de las principales casas de moda y sus *looks* se han caracterizado por mezclar lo clásico con ese toque moderno y *effortless* sin perder la elegancia y lo atemporal.

Una de las relaciones más especiales de Michelle es con Tiffany & Co. Descubrir de cerca las propuestas, portar las piezas más emblemáticas y estar presente en las celebraciones más importantes de la *maison*, son parte de su agenda mientras está de visita en la capital de la moda. En su reciente visita, asistió a la celebración de la marca con el *Musée des Arts Décoratifs*. Este lugar, está dedicado a restaurar, preservar y digitalizar el extraordinario archivo de Jean Schlumberger, incluyendo más de 5000 dibujos originales y una gran cantidad de piezas de belleza extraordinaria.

Nos encanta hablar del increíble talento de Jean Schlumberger para darle vide a los diamantes y los zafiros, pero Michelle logró llevarnos más allá con esta serie de fotografías usando algunas de las piezas más icónicas. Lo sentimos, no podemos elegir una sola pieza, ¡amamos todas!



TIFFANY & CO. Y EL *MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS* CELEBRARON CUATRO AÑOS DE ALIANZA PARA LA PERSERVACIÓN DE ESTE ARCHIVO



Collar en platino con diamantes De *Jean Schlumberger by Tiffany*



Anillo en platino, oro y diamantes



Anillo en oro y zafiro de Sri Lanka



Aretes en oro y platino con zafiros



Brazalete en platino con diamantes



Anillo en platino con diamantes



BON-SOIR *con* CARTIER

Las piedras semipreciosas que hacen *match* con piel, satén y terciopelo en la nueva colección de bolsas Soir de Cartier, es imposible no recordar el pasado de la *maison*. No es un déjà vu, las polveras, neceseres creados por Jeanne Toussaint a principios de los 20 fueron la inspiración para este nuevo lanzamiento.





EL *HYPE* DEL PDRN

Seguro has escuchado todo sobre el PDRN, obtenido del salmón. Pero, The Ordinary se fue por Lacto-PDRN, una alternativa vegana creada con biotecnología pensada para mejorar la textura y la elasticidad del contorno de ojos. Es un paso indispensable en nuestra rutina, para una mirada luminosa.



¡BIENVENIDA BYREDO! LA MARCA SUECA LLEGA POR FIN A MÉXICO. CREADA CON EL AFÁN DE PLASMAR RECUERDOS Y EMOCIONES EN OBJETOS, OFRECE UNA EXPERIENCIA SENSORIAL EN PERFUMERÍA, MAQUILLAJE, VELAS Y PRODUCTOS DE CUIDADO CORPORAL.

BBY WOOOW!

El secreto detrás de la melena increíble de JLo y Kim Kardashian por fin está en México. Te garantizamos que todo mundo te va a chulear el pelo cuando lo pruebes.





Marilyn Monroe Forever

Shark FlexStyle celebra los 100 años de Marilyn Monroe con una edición limitada decorada con más de 20,000 cristales que evocan la sofisticación y la personalidad de la diva de todos los tiempos.

FOTOS CORTESÍA

CONOCE NUESTRA OBSESIÓN HECHA BOLSA: SE TRATA DE *TUBOGAS SPHERES* DE BVLGARI QUE RINDE HOMENAJE A LA MAESTRÍA ORFEBRE DE LA *MAISON* FUSIONADA CON UN MANEJO PERFECTO DE LA PIEL.




AEROMEXICO
TE LLEVA
MÉXICO - BAHAMAS
Nueva destino
Vuela directo desde la Ciudad de México
en uno de nuestros 3 vuelos semanales
a partir del 19 de marzo de 2027.
Reserva ahora

Si tu ***SKINCARE*** **VIENE** *de* **COREA, ALGO ESTÁS HACIENDO BIEN**

Glass skin, rutinas de diez pasos y fórmulas que parecen sacadas del futuro. **El *skincare* coreano conquistó nuestros *feeds* y transformó nuestra forma de entender el cuidado de la piel.** Pero, más allá de los empaques irresistibles y los ingredientes virales, ¿qué hay detrás de esta obsesión global?

Por **Mercedes Ruy-Sánchez** / Foto **Anylú Hinojosa-Peña**



Lip mask
Laneige *($610)*
Sally Beauty



Crema hidratante
Dr. Jart+ *($500)*
Sephora



Sérum
Skin1004 *($599)*
Liverpool





Mascarilla
Biodance *($440)*
euphoria.com



Toner Pads
InnisFree *($630)*
Sephora



CC Cream
Erborian *($675)*
amazon.com

Hubo un momento en el que hablar de *skincare* significaba elegir un jabón facial, algún suerito, una crema hidratante y, si éramos especialmente disciplinadas, un protector solar. Hoy, nuestra rutina puede incluir esencias, tónicos, mascarillas y nombres de ingredientes que hace unos años difícilmente habrían formado parte de nuestro vocabulario *beauty*. En medio de esta revolución, Corea del Sur se convirtió en uno de los grandes protagonistas de la conversación cultural, pues lo vemos en el cine, en la música y en la comida. Así como hoy hablamos de *K-pop* o *K-drama* también lo hacemos de *K-beauty*. Basta con abrir tu *feed* para encontrarnos con rutinas que prometen una piel luminosa, productos con texturas que pertenecen a cualquier video de *ASMR* y el famoso concepto de *glass skin*: ese acabado tan uniforme, hidratado y radiante que parece reflejar la luz. De pronto, no solo queremos una piel bonita; queremos entender cómo conseguirla. Pero ¿qué hace que el *skincare* coreano sea tan distinto? ¿Sus ingredientes, la tecnología detrás de cada producto, o la promesa de una piel perfecta? Platicamos con la doctora Teresa Alonso, dermatóloga, sobre todo lo qué necesitas saber para identificar si es *hype* o si realmente hay una diferencia en el *skincare* coreano.

***KOREAN STATE OF MIND*, LA OBSESIÓN A FLOR DE PIEL**

Lo que distingue al *skincare* coreano no es necesariamente el descubrimiento de ingredientes completamente nuevos, sino la manera en que combina innovación con formulación, desarro-

FOTOS **CORTESÍA**

llo de texturas y una experiencia de uso pensada para incorporarse fácilmente a la rutina diaria. Aunque la doctora Teresa advierte que, "los productos coreanos han ganado mucha popularidad por su innovación e ingredientes naturales, que presumen de tener actividades antioxidantes, antiinflamatorias y que promueven la producción de colágeno; sin embargo, faltan estudios aleatorizados que validen esta información".

Sabemos que no todas las pieles tienen las mismas necesidades, así que es normal que nos cuestionemos si el *skincare* coreano es realmente universal. Más que utilizar una rutina coreana completa o seguir todos los pasos que vemos en redes sociales, lo importante es identificar qué necesita realmente nuestra piel y elegir los productos en función a eso. La clave está en adaptar la rutina a las necesidades individuales, en lugar de adaptar nuestra piel a una tendencia. "Todo mundo cree que una rutina de *skincare* coreano es como receta de cocina, y hay que hacer caso a quién sea. En realidad, hay pieles que tienen otro tipo de necesidades. Lo que pasa, por ejemplo, con la centella asiática es que funciona, pero no está estandarizado qué porcentaje o la formulación exacta", comparte Teresa. No existe una rutina universal ni una fórmula que funcione igual para todo el mundo.

Parte de la obsesión y el atractivo por el *K-beauty* está en su filosofía. En lugar de pensar únicamente en corregir imperfecciones, muchas rutinas coreanas ponen el foco en mantener la piel hidratada, cuidar la barrera cutánea y construir hábitos constantes. La idea no es necesariamente cubrir la piel con más productos, sino entender sus necesidades y acompañarla a largo plazo.

Esto también explica por qué elementos como la niacinamida, la centella asiática, la mucina de caracol y el propolis se volvieron protagonistas de extensas listas de ingredientes. Los encontramos en limpiadores, tónicos, sueros, cremas, mascarillas y básicamente en cualquier producto que puedas imaginar. Sin embargo, conviene hacer una distinción: que un ingrediente sea popular no significa que sea milagroso, ni que



1. Sérum, Medicube *($499)*, El Palacio de Hierro 2. Protector Solar, Tocobo *($449)*, Ulta Beauty 3. Crema Hidratante, Dr. Althea *($530)*, Sally Beauty 4. Sérum, Anua *($949)*, Sephora 5. Tónico, Tir Tir *($610)*, Ulta Beauty 6. Limpiador Facial, Aestura *($480)*, Sephora 7. Sérum, Glow Recipe *($880)*, Sephora 8. Esencia Facial, Cosrx *($1,000)*, Ulta Beauty 9. Contorno de ojos, Beauty of Joseon *($450)*, Euphoria

todos los productos que lo contienen funcionen de la misma manera. La concentración, la formulación, la compatibilidad con nuestra piel y la constancia con la que usamos un producto pueden ser tan importantes como el ingrediente que aparece sobre el empaque. Como en todo, siempre es importante acudir a un experto que pueda guiarte para obtener los resultados que esperas.

LA VIRALIDAD DEL *K-BEAUTY* RADICA EN LOS MOMENTOS *TRENDY*

Pensemos en sus protectores solares, las texturas ligeras y los formatos innovadores: ¿qué avances hay detrás de ellos y cuáles son principalmente diferencias de formulación o experiencia? Para la Dra. Teresa, "algo en lo que se ha enfocado muchísimo todo el tema coreano es cómo capturar la atención del consumidor. Han hecho fórmulas súper agradables a los sentidos: la botella es muy bonita, la textura es deliciosa. Al final sí es innovador porque eso hace que también el paciente tenga mejor apego, pues se pone una crema y dice que cosa tan increíble. Entonces, eso es de lo más cautivador". La accesibilidad, la eficacia y un buen producto es posible en una misma propuesta.

Uno de los conceptos más característicos y virales del *K-beauty* son estas rutinas extensivas de más de 10 pasos, pero ante esta duda, Tere nos responde que "una rutina coreana de 10 pasos es un mito y vale la pena aclararlo. Este concepto fue descrito y hecho para una audiencia occidental y es que, en promedio, las mujeres coreanas usan 8 productos diferentes en total. A mí no me gustan estas rutinas de muchísimos productos, porque tienen sus riesgos, al aumentar el contacto y la acumulación de conservadores, surfactantes y fragancias, productos que sabemos que generan dermatitis de contacto" afirma.

La constancia y la selección de productos adecuados para tu tipo de piel son mucho más importantes que la cantidad. El mayor acierto del *K-beauty* ha sido despertar nuestra curiosidad por entender mejor la piel. Y si algo merece quedarse después de que pase la siguiente tendencia, es precisamente eso: aprender a cuidarla con expectativas realistas. Q



La MUJER DETRÁS *del* HAIR SPA *que* CONQUISTA MADRID

Cuidar de tu pelo debería tener la misma prioridad que tu *skincare*. Valentina Ometz entendió esto a la perfección y decidió abrir el *hair spa* más *trendy* en todo Madrid.

Por **Giselle Lafaurie**

En el barrio de Salamanca, Valentina ha hecho que su *spa* capilar, Eva Ometz, sea uno de los lugares más exclusivos y solicitados de la capital española. Y es que su propuesta de introducir el cuidado de pelo coreano, al combinar ciencia, diagnóstico personalizado a cada cliente y liderazgo femenino, la han hecho un *beauty-must* en Madrid.

Latina, emprendedora y fundadora de Eva Ometz, Valentina ha hecho de su salón una parada obligatoria. Y es que el cuidado del pelo hoy más que nunca, se entiende de una nueva manera: una extensión de tu *skincare*. "Desde siempre sentí que la belleza y el bienestar estaban conectados. No se trata solo de cómo luce el pelo, sino de cómo te hace sentir. Cuando descubrí el cuidado capilar coreano me cautivó su enfoque holístico: combina ciencia, rituales ancestrales y bienestar emocional. Supe que ese era el concepto que quería traer a Madrid" nos cuenta.

Inspirados en los rituales coreanos, los tratamientos del *spa* comienzan con un diagnóstico detallado que permite diseñar protocolos completamente personalizados. Microexfoliación, hidratación profunda, activos botánicos y masajes craneales forman parte de una experiencia que combina tecnología y relajación. Lo que realmente diferencia el concepto del *spa*, es el ambiente: silencio, calma y tiempo. Un lujo contemporáneo que hoy resulta cada vez más valioso. Para Valentina, el cuidado capilar conecta con la mujer moderna, "porque ofrece resultados visibles y, al mismo tiempo, respeta el tiempo y la energía de cada persona. La mujer moderna busca eficiencia, lujo y bienestar integral."

En una era donde todo se comparte y se exhibe, quizás el verdadero privilegio sea este: un espacio donde puedes cerrar los ojos, respirar profundo y dejar que te cuiden.

La visión de Valentina demuestra que, cuando el bienestar se convierte en filosofía, un ritual puede transformarse en estilo de vida.





CONSIÉNTETE AQUÍ
La propuesta de Valentina con Eva Ometz parte de un principio simple: el pelo sano comienza en el cuero cabelludo. El cuidado es un lujo, y el salón el *spot* para disfrutarlo.



UN ESPACIO DE CONFIANZA
El *spa* se ha convertido en un punto de referencia para mujeres. Entre ellas, muchas latinoamericanas y mexicanas que encuentran en el espacio un lugar donde sentirse cuidadas.

FOTOS **CORTESÍA**

¡MARCA LA FECHA!

BLACK FRIDAY 2026

21



28

27 DE NOVIEMBRE

Escanea y descubre Laredo, Tx.

EL DÍA MÁS ESPERADO
PARA EL SHOPPING TE ESPERA EN...

SIEMPRE LA PASAS BIEN | LAREDO
TEXAS | EST. 1755

#HolaLaredo

FACE CARD NEVER DECLINES!

El maquillista mexicano, **Ernesto Casillas**, **creó un *glam* muy luminoso y pinky para Zendaya**. Las sombras rosas destacan su color de ojos y las *wispy lashes* son el toque que resalta su mirada. El efecto de los labios *glossy* en los mismo tonos, es la cereza del pastel para un *look* de alfombra roja que nos urge recrear.

Por **Mariana Archer**



Base
Prada Beauty, *($1,255)*
prada-beauty.com



Concealer
Mac, *($590),*
El Palacio de Hierro



Sombra
Charlotte Tilbury
($780)
Sephora



ESTE *LOOK* SE INSPIRA EN LOS DESTELLOS Y LA TEXTURA DEL VESTIDO. EL SECRETO ESTÁ EN EL ACABADO DE LOS PRODUCTOS Y UNA PIEL BIEN PREPARADA.

Polvo
Fenty Beauty
($850)
Sephora



Blush
Dior, *($1,350)*
El Palacio de Hierro



Gloss
Prada Beauty, *($897)*
prada-beauty.com



Paleta
YSL
($1,610)
El Palacio de Hierro



Iluminador
Nars, *($1,020)*
Ulta Beauty



Rímel
Lancôme
($700)
Liverpool

FOTOS ©GETTY IMAGES / 2295300530, CORTESÍA



Empieza a hacer todo desde tu app y siempre encuentra a **una persona que te atiende en sucursal o por teléfono.**

Ábrela de una vez

Santander®

Consulta términos y condiciones en https://www.santander.com.mx/tyc La Cuenta Débito LikeU es un producto de captación ofrecido por Banco Santander México S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Santander México. Para más información sobre los requisitos, comisiones y condiciones de contratación de los productos y servicios de Santander, así como nuestro Aviso de Privacidad, consulta http://www.santander.com.mx IPAB Producto garantizado por el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario hasta por 400 mil UDIs, por cliente, por institución. Para más información, consulte www.ipab.org.mx. Recuerda que nuestros operadores telefónicos nunca solicitarán ninguna contraseña, código de seguridad o claves que enviemos a tus medios de notificación o mediante una liga que lleve a nuestra página de Internet.

Nuestra selección del mes, ***IT'S FINGER LICKING GOOD***

That's the sweet spot! **Conforme nos acercamos al cierre del año, buscamos esos productos que se sienten deli en la piel.** El perfume más viral con un olor dulce pero no hostigante, la crema de manos infalible inspirada en el tomate y la base más ligera, *bon appétit*.

Por **Mercedes Ruy-Sánchez** / Fotos **Anylú Hinojosa-Peña**



1.



2.



3.

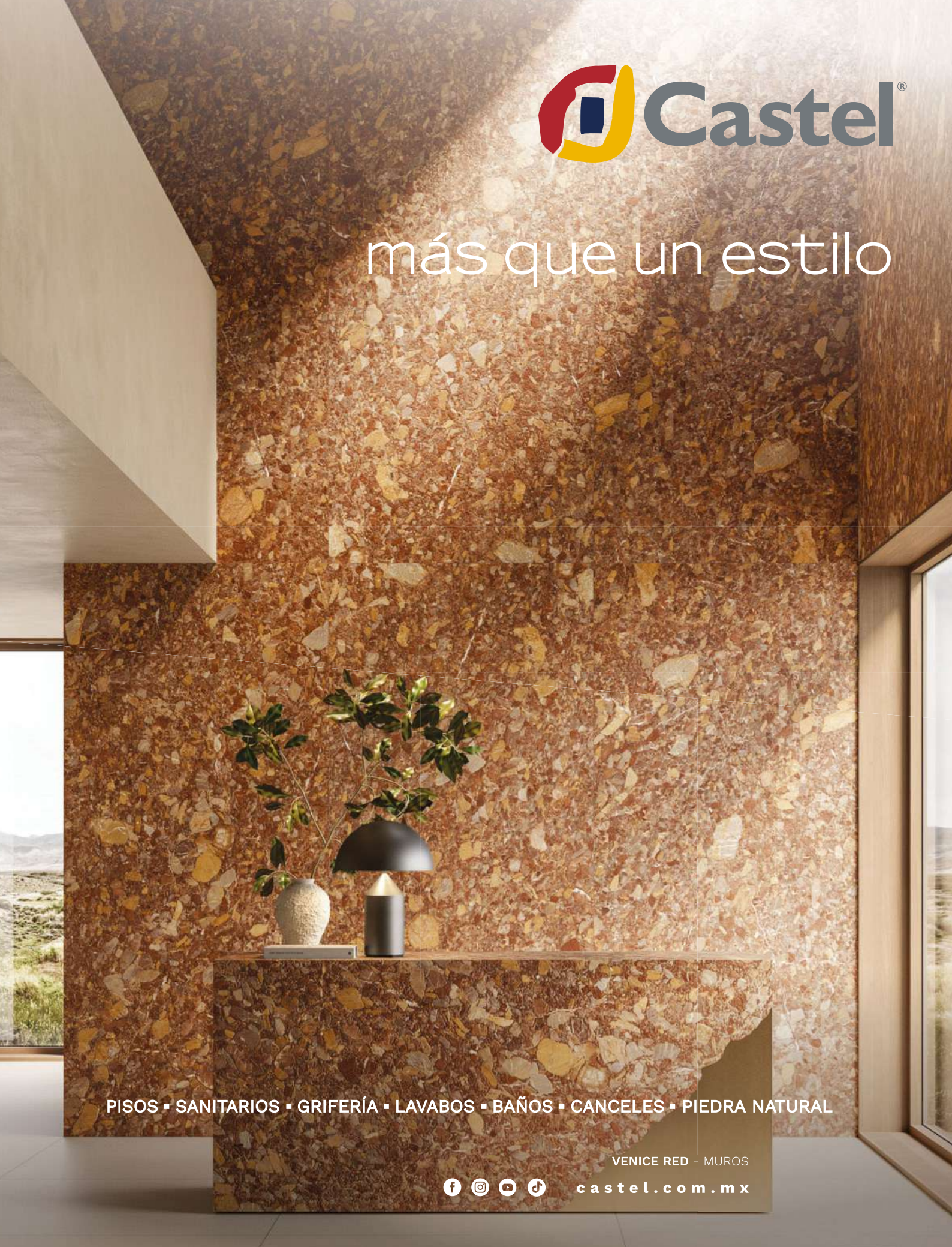


4.


5.


6.

1. Polvo suelto, Chanel ($1,300), **chanel.com** 2. Perfume, Phlur ($2,250), **Sephora**
3. Lip gloss, Huda Beauty ($610), **Sephora** 4. Crema de manos, Loewe ($1,150), **El Palacio de Hierro**
5. Base, Hermès ($2,880), **El Palacio de Hierro** 6. Lipstick, MAC ($390), **Oasis Coyoacán**


Castel®
más que un estilo
PISOS ▪ SANITARIOS ▪ GRIFERÍA ▪ LAVABOS ▪ BAÑOS ▪ CANCELES ▪ PIEDRA NATURAL
VENICE RED - MUROS
castel.com.mx

El DIARIO *de* BELLEZA *de* MAR BONNELLY

Imagínate entrar a un cuarto, que te chuleen la piel, lo deli que hueles y tu melena. Bueno, así nos pasó cuando conocimos a Mar. La actriz dominicana atraviesa una etapa increíble con proyectos en puerta como *Tierra de amor y coraje*, y nos dio un espacio para platicar *all things beauty*. Desde su rutina de *skincare* por las mañanas hasta sus *makeup artists* favoritos, aquí todo.

Por **Mercedes Ruy-Sánchez** / Foto **Anylú Hinojosa-Peña**



Hidratante La Roche-Posay *($775)* amazon.com



Hidratante Nivea *($290)* Farmacia San Pablo

BUENOS DÍAS ALEGRÍA

Mi rutina por las mañanas empieza con contorno de ojos, ácido hialurónico y siempre SPF. Uso uno con *thiamidol*, que es anti-manchas.



Contorno de ojos SVR *($1,259)* mx.svr.com



¡A DORMIR!

En las noches, el retinol es mi *must*. Si no lo usan, por favor empiecen, es la diferencia. También acompaño de un hidratante poderoso para evitar la resequedad, y buenas noches.



TRAS LOS PASOS DE MAMÁ

Mi mamá siempre ha sido una mujer muy cómoda en su propia piel, y eso es lo que me transmitió. No necesitamos usar tanta cosa, pero una ayudadita siempre es bienvenida.



Concealer Charlotte Tilbury *($815)* Sephora

¡*WOW* TU PIEL!

No utilizo bases, no me gusta sentirme cargada. Uso SPF con color, y amo esta *milk* de Rhode. Cualquier cosita me la tapo con *concealer*, y lo difumino súper bien.



Tónico Rhode *($645)* rhodeskin.com



Perfume Parfums de Marly *($9,050)* El Palacio de Hierro

¿A QUÉ HUELES?

Tengo un montón de perfumes pero actualmente este. Les acabo de dar un secreto, aunque no sé por qué a las mujeres nos cuesta decir qué perfume usamos.



SPF CON COLOR Colorescience *($1,540)* needbeauty.com



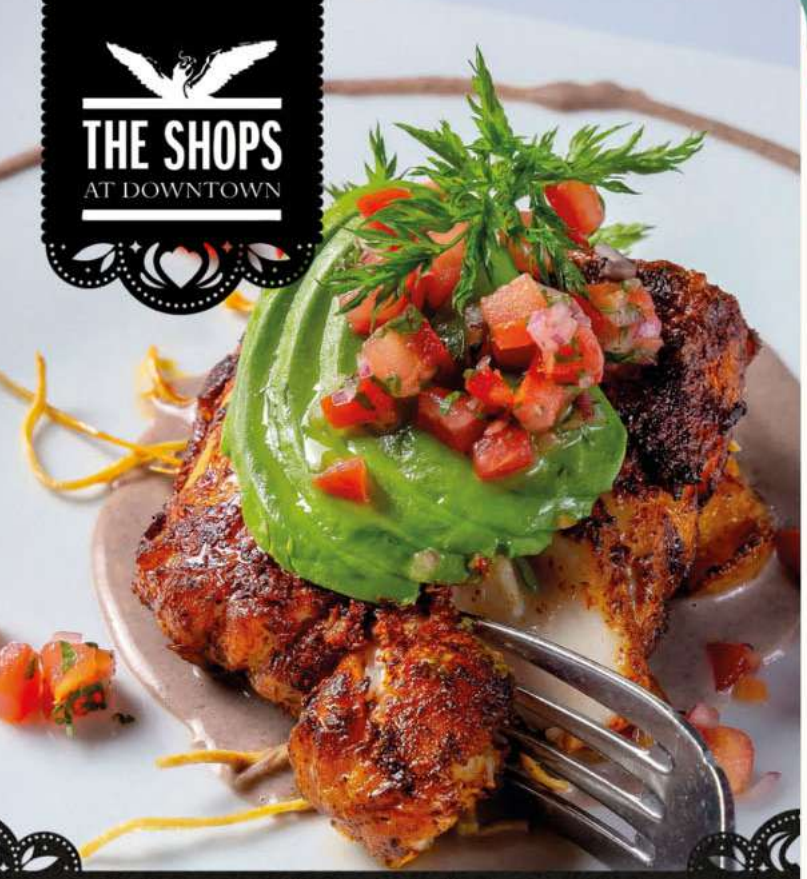
Lip Liner Mac *($460)* Sephora

ENTRE SUEÑOS

Mis *makeup artists* favoritos son Mario Dedivanovic y Patrick Ta. Nunca me han maquillado, pero sueño con que lo hagan, sería un absoluto honor y ojalá algún día lo pueda lograr.

*** Precio en punto de venta**

FOTOS **CORTESÍA**



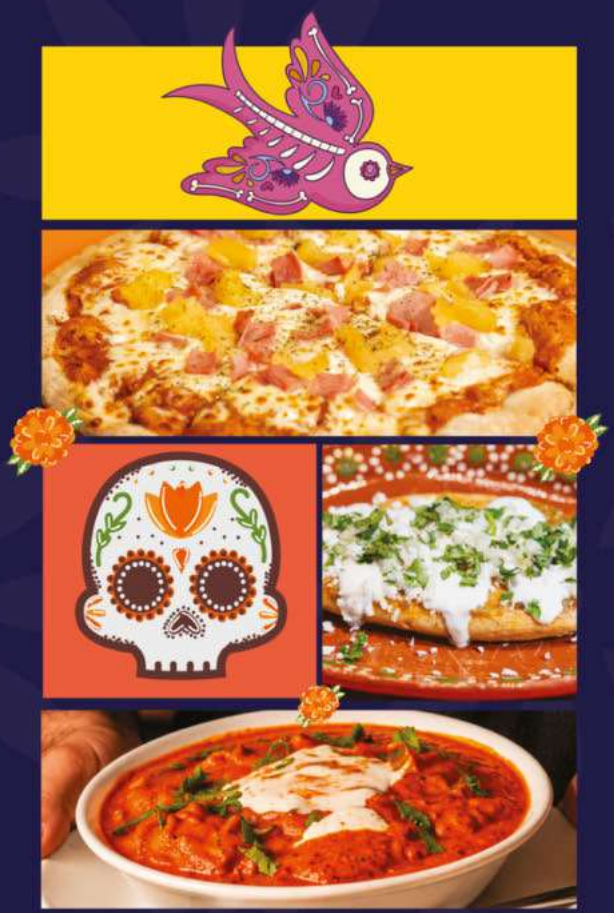
HOTEL • TIENDAS • GASTRONOMÍA

@theshopsdt · Isabel la Católica 30, Centro Histórico, CDMX.



DISEÑO • GASTRONOMÍA • HOTEL

@TIENDASCIRCULO | REP. DE GUATEMALA 20, CENTRO HISTÓRICO, CDMX.



HAY SABORES QUE NOS TRAEN DE VUELTA:

A un recuerdo, a una persona o a un lugar...

MERCADOROMA

@MERCADOROMA

QUERÉTARO 225, ROMA NTE

5 CONSEJOS DE INVERSIONES PARA QUIEN SABE (Y NO) DE FINANZAS



Cuidar la salud financiera no debería ser cosa solo de expertos. Por eso, hicimos un útil resumen de todo lo que aprendimos en el Wealth Investment Summit, realizado por HSBC México.





EL HOTEL PRESIDENTE INTERCONTINENTAL DE POLANCO, FUE LA SEDE OFICIAL DE ESTE ENCUENTRO DE EXPERTOS Y ESPECIALISTAS.



El pasado 31 de agosto asistimos a la primera edición del Wealth Investment Summit, el primer encuentro de clientes de alto patrimonio de HSBC México, en el que presenciamos clases magistrales y paneles que, sin duda, cambiaron nuestra perspectiva sobre inversiones y finanzas.
Hicimos un recuento de los mejores *insights* que aprendimos durante nuestra visita que seguramente serán de tu interés.

CONFÍA EN LOS EXPERTOS
Ya sea tu banquero o un asesor profesional, contar con el respaldo de un experto siempre será clave para cuidar y hacer crecer tu patrimonio. Si bien el Internet ofrece acceso a información, nada sustituye el acompañamiento que te puede ofrecer quien conoce tu portafolio y entiende el mercado.

CUANTO MÁS DIVERSO SEA TU PORTAFOLIO, MEJOR
¿En qué consiste diversificar tu portafolio? En palabras simples, significa distribuir tu dinero entre distintos tipos de inversiones o catálogos. El beneficio de hacerlo es que, mediante esta estrategia, reduces el riesgo de sufrir una pérdida significativa si alguna inversión no tiene el rendimiento esperado.

LA DISCIPLINA ES CLAVE
Destinar una cantidad mensual de tu presupuesto a las inversiones no solo es una decisión inteligente para tu futuro financiero, sino también una estrategia que sí puede hacer la diferencia. Piénsalo a largo plazo.
No es lo mismo invertir de a poco e ir a paso seguro, que arriesgarlo todo en una sola apuesta.
No lo olvides: los pequeños hábitos de hoy, se convertirán en un estilo de vida mañana.

CONTROLA TUS EMOCIONES.
Estar al pendiente de las noticias y sentirnos abrumados por el exceso de información, es inevitable cuando invertimos, por eso es importante aprender a controlar nuestras emociones y saber lidiar con la incertidumbre para ser capaces de tomar decisiones que beneficien nuestras finanzas y obtener el rendimiento esperado: no te desesperes ni pierdas la cabeza si aparece información negativa. En su lugar, consulta a un experto y toma decisiones con la cabeza fría.



FOTOS: EXPANSIÓN STUDIOS

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL ES TU ALIADO, NO TU ASESOR
Con el auge de la inteligencia artificial (IA) y la facilidad con la que se ha adaptado a nuestra vida, consultar sobre cualquier tema es completamente normal. Sin embargo, cuando se trata de cuidar tu patrimonio, lo más recomendable es que tomes decisiones con base en el expertise de un profesional.
Claro, esto no significa que la IA se convierta instantáneamente en tu enemiga. Al contrario, puedes utilizarla como una herramienta para analizar inversiones de la misma manera que lo hacen diversos inversionistas globales, sin que se convierta en tu única fuente de consulta.

GRUPO HUNAN

Una temporada para compartir

HUNAN | PETIT HUNAN | GUADIANA | PROSECCO | TRASTEVERE | AIDA | BALLENA | NOBU
ALMA | SYLVESTRE | NEGRONI | LAMPUGA | COSTA GUADIANA | LUCREZIA | HACIENDA | IWASHI

FEATURES

72. Porque la manzana no cae muy lejos del árbol
Alfonso Cuarón dirije *Campeón Gabacho* junto con su hijo Jonás, y Bu participó con una canción.

86. La venganza de los Spencer en 400 páginas
Charles Spencer, el hermano menor de Lady Di saca libro que saca ampollas en los *royals*.

Lo **AMAS** *o lo* **ODIAS,** *pero es un* ***ICON***

Aldo Rendón es una de las figuras más polémicas y más queridas de la TV mexicana en el último año. Su personalidad genera risas y críticas por igual, y eso solo lo logra un ícono.
Pág. 80

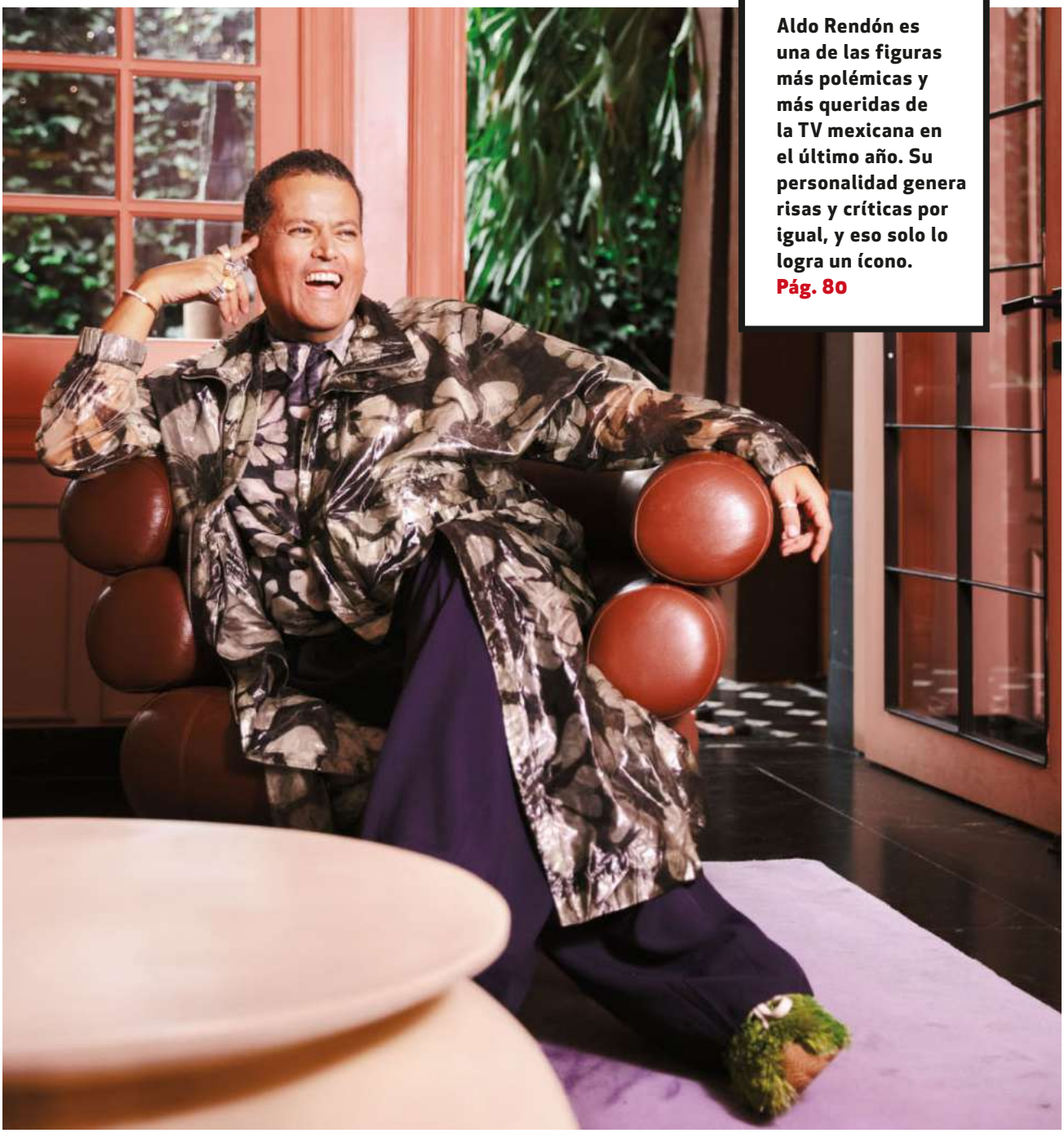
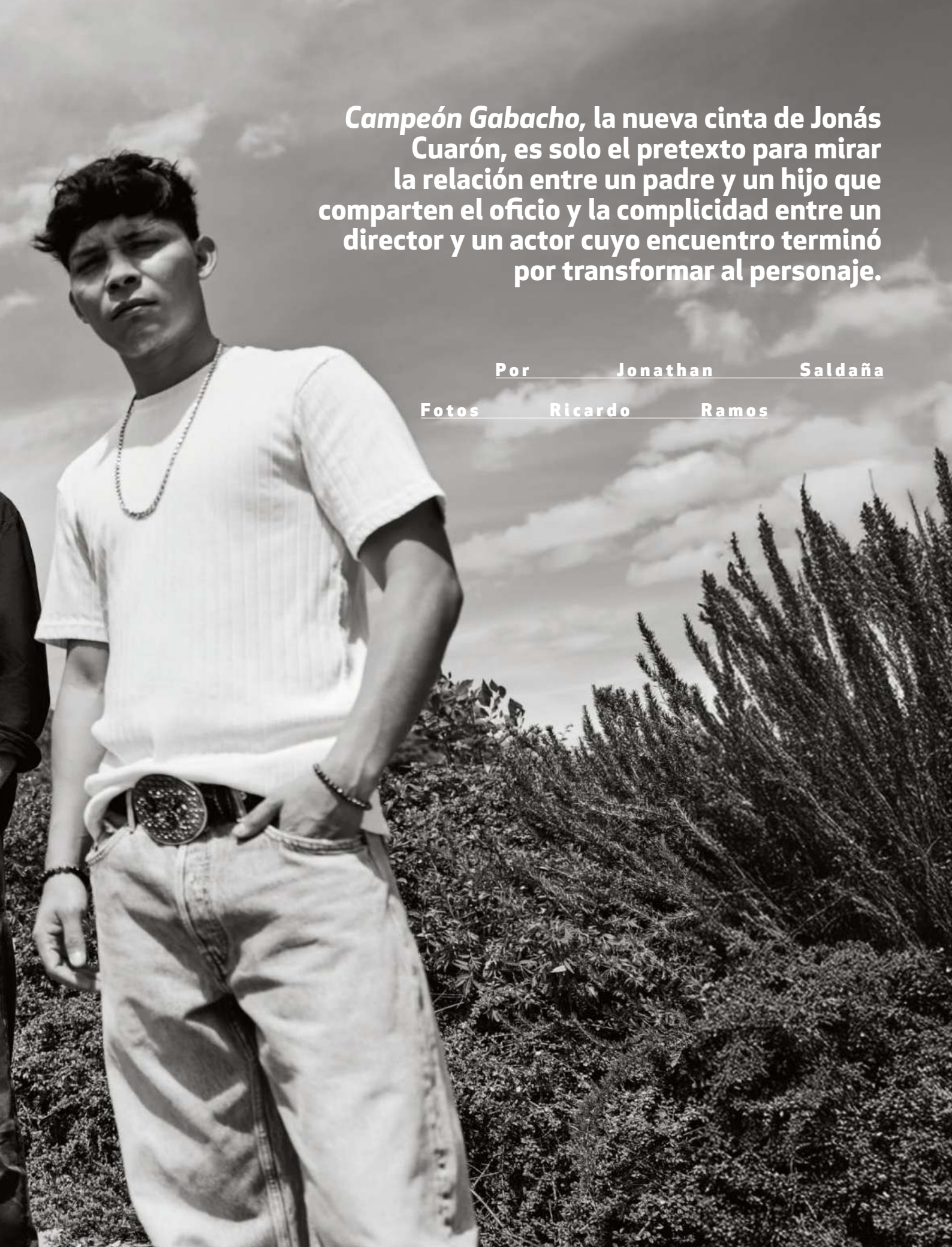


FOTO **ANYLÚ HINOJOSA-PEÑA**

DOS CUARÓN, UN GARCÍA TREVIÑO





Campeón Gabacho, la nueva cinta de Jonás Cuarón, es solo el pretexto para mirar la relación entre un padre y un hijo que comparten el oficio y la complicidad entre un director y un actor cuyo encuentro terminó por transformar al personaje.

Por Jonathan Saldaña

Fotos Ricardo Ramos



Si fueran una banda de *rock*, Jonás tocaría la guitarra; Juan Daniel sería el vocalista y Alfonso estaría detrás de la batería, un poco fuera del centro de atención. Durante esta sesión de fotos, la imagen apareció casi por sí sola: tres maneras de habitar el cine y una relación familiar y creativa que no necesita explicarse demasiado.

Era difícil dejar pasar la oportunidad de encontrarlos juntos en Morelia, durante el Festival Internacional de Cine, y no sentarnos a conversar. El pretexto era *Campeón gabacho*, la película con la que Jonás vuelve a mirar la experiencia migratoria, esta vez a través de Liborio, un joven que cruza la frontera y lucha por abrirse camino. La película también ofrecía otra posibilidad: acercarnos a la relación entre un padre y un hijo que comparten el oficio, y a la complicidad entre un director y un actor cuyo encuentro terminó por transformar al personaje. En el centro de todo está Jonás, guitarrista de esta banda improbable, empeñado en encontrar el sonido de una historia.

La historia de *Campeón gabacho* comenzó durante una Navidad, cuando Jonás Cuarón leyó la novela homónima de Aura Xilonen. Venía de filmar *Desierto*, un *thriller* sobre un grupo de migrantes perseguidos mientras intentan cruzar hacia Estados Unidos. En aquella película, el trayecto fronterizo se convertía en una lucha por sobrevivir; en la novela encontró una mirada distinta, un personaje cuya relación estaba hecha de palabras, golpes y una imaginación desbordada.

> "SIEMPRE QUE TENGO UN CORTE O UN GUION, SE LO ENSEÑO PARA QUE ME DÉ SUS COMENTARIOS. TOMO LO QUE ME SIRVE. QUIERO HACER MI PROPIO LENGUAJE"
>
> *—Jonás Cuarón*

"Me enamoré del sentido del humor, del lenguaje, pero también de lo humano que es el personaje", recuerda. Liborio cruza el río Bravo para escapar de una realidad que le resulta insoportable y termina en un barrio latino de Nueva York. No llega convertido en un héroe. Su talento, al menos en apariencia, consiste en aguantar golpes. Pero también posee una manera singular de mirar y nombrar lo que le ocurre: su lenguaje mezcla crudeza y poesía, mientras su imaginación transforma la realidad en algo que puede ser tan extraño como revelador.

Llevar esa voz a la pantalla exigía encontrar una forma que no se limitara. El proceso tomó casi diez años. Una larga etapa de escritura, un trabajo minucioso de *storyboard* y, después ensayos y descubrimientos con el elenco. La dificultad no consistía en contar una historia sobre la migración, sino en trasladar al cine la manera en que Liborio experimenta el mundo.

"Desde que leí la novela me emocionó muchísimo", explica Jonás. Al principio, los diálogos le parecieron una oportunidad para construir escenas divertidas y llenas de ritmo. Quería que esa poesía también apareciera en la imagen. De ahí surgen los juegos con la cuarta pared y los momentos en que la realidad se transforma según la percepción del protagonista. La puesta en escena se convierte así en una extensión de su personalidad.

La migración sigue atravesada por la violencia física, la discriminación y las barreras culturales. Pero el director quería mirar más allá de la tragedia. La vida de quienes migran no queda suspendida hasta que consiguen establecerse, conseguir trabajo o superar los obstáculos que los esperan. También está hecha de encuentros, enamoramientos, música, humor y pequeños momentos de felicidad. La adversidad no cancela todo lo demás.

Para contar esa experiencia, Jonás necesitaba encontrar un lenguaje capaz de moverse entre la crudeza y la fantasía. Y, aunque el proyecto había comenzado con una novela y una intuición, todavía faltaba alguien que llevara al personaje a un territorio inesperado.

*****

Antes de que Liborio apareciera en su filmografía, Jonás ya había comenzado a experimentar con las posibilidades del cine. Su primer largometraje, *Año uña* (2007), nació de un proyecto fotográfico y construyó una historia de amor a partir de imágenes fijas, diseño sonoro y las voces de sus protagonistas.

En 2013 colaboró con su padre en el guion de *Gravity,* la película protagonizada por Sandra Bullock y George Clooney. Ese mismo año, Jonás dirigió *Aningaaq*, un cortometraje que amplía uno de los momentos de la película desde la perspectiva del hombre que se encuentra al otro extremo de una comunicación por radio.

En *Desierto* (2015), protagonizada por Gael García Bernal, el director abordó la violencia contra los migrantes a través de un relato de persecución y supervivencia. Más tarde, con *Chupa* (2023), se acercó a la aventura familiar y a la mitología popular.

Campeón gabacho retoma la migración, aunque cambia el punto de vista. Si en *Desierto* el paisaje imponía una amenaza constante, aquí la imaginación abre grietas en la realidad.

*****

El proyecto fue desarrollado por Jonás junto con Gabriela Rodríguez y Nicolás Celis; Alfonso se incorporó como productor cuando el guion ya estaba avanzado. Durante el rodaje visitó el set solamente dos días. Su participación más directa llegó después, cuando Jonás le compartió un primer corte para conocer sus impresiones.

La relación entre ambos tiene una dinámica que combina confianza y distancia. Jonás suele mostrarle sus guiones y cor-

tes y escucha sus observaciones. “Tomo lo que me sirve, quiero hacer mi propio lenguaje”, explica.

Alfonso lo confirma desde el otro lado. Sus comentarios sobre *Campeón gabacho* fueron, en buena medida, técnicos: habló de ritmo, de escenas y de la voz en *off*, que en algunos momentos le parecía redundante. Un ejercicio similar al que ocurre con proyectos de sus amigos Iñárritu y Del Toro.

A la pregunta por su participación en la película, Alfonso ofrece una respuesta que desplaza la expectativa habitual: “El acercamiento con Jonás y esta película era más de fan”. Le gusta su curiosidad por el público, esa voluntad de construir una película que él mismo disfrutaría en una sala de cine. También le interesa su manera de acercarse a los temas sin subrayarlos de más. “Me gusta la inventiva, cómo hizo las cosas”, dice. “Me gusta que la película tiene un corazón muy bonito”. La admiración convive con el orgullo del padre, pero no se confunde.

Esa distancia también le permite reconocer el valor de la mirada de Jonás sobre la migración. Alfonso sabe que su propia experiencia es la de un migrante privilegiado, alguien que ha podido integrarse a otros lugares desde una posición profesional y económica distinta a la de quienes cruzan una frontera. “La discusión siempre se limita o a números, estadísticas o a tragedias. Y muchas veces se pierde el hecho de que estamos hablando “personas que atraviesan situaciones difíciles, pero que también sienten amor, tristeza y alegría. “La dificultad en la vida no cancela las otras emociones”.

*****

Jonás ya había imaginado a Liborio como un personaje irreverente, con mucho sentido del humor. Sin embargo, cuando conoció a Juan Daniel García Treviño, descubrió que aquella primera idea podía expandirse. El actor no solo tenía la energía que el personaje necesitaba: también aportaba fuerza, humor y vulnerabilidad que el director no había previsto.

“Cuando nos reunimos, conocí a una persona con muchos matices, súper fuerte, con mucho humor, pero también un lado muy vulnerable”, recuerda Jonás. Su entusiasmo consistía en encontrar la manera de llevar todas esas capas a la pantalla.

Para Juan Daniel, el guion representó una oportunidad de reinventarse. Era un personaje extraño, transparente y poético, alguien que parecía experimentar las emociones sin traducirlas a un lenguaje ordenado.

Interpretarlo exigía trabajar en varios niveles. Por las mañanas, Jonás ensayaba con él los diálogos, cuyas palabras y ritmos pedían una preparación particular. El director continuaba trabajando con Aura Xilonen para explorar hasta dónde podía llevar la irreverencia del personaje. La actuación no consistía en recitar un lenguaje peculiar, sino en encontrar la música interna que lo volviera orgánico. La tarea del actor era entrar en esa imaginación sin domesticarla. La novela de Aura Xilonen, la mirada del director y la personalidad del actor terminaron por mezclarse en una criatura distinta de cualquiera de sus puntos de partida.

La trayectoria de Juan Daniel García Treviño también ayuda a entender la relación que construyó con Liborio. Su debut cinematográfico llegó con *Ya no estoy aquí* (2019), de Fernando Frías, en la que interpretó a Ulises, un joven de Monterrey cuyo vínculo con la cumbia rebajada y la cultura cholombiana define su manera de habitar el mundo. La película le dio visibilidad internacional y le valió el Ariel a Revelación Actoral.

Después vinieron proyectos como *La civil*, *Manto de gemas, El norte sobre el vacío, Adolfo* y *Perdidos en la noche*, además de la serie *Vgly*. Su carrera ha transitado por películas con distintas formas de abordar la violencia, la identidad, la familia y los entornos sociales. Después de su primera película, recuerda, algunas personas le dijeron que, si quería seguir actuando, tendría que prepararse para interpretar personajes “más universales”, con una apariencia más neutra. La recomendación implicaba que para avanzar en la industria debía acercarse a una idea reconocible de lo que un personaje universal debía ser. “Yo no tengo el recurso para prepararme para hacer eso, tengo una familia, tengo que trabajar, tengo que estar en otro lugar. No puedo darme el tiempo para prepararme para hacer eso porque no tengo el recurso tampoco”. En esa frase hay una realidad que a menudo queda fuera de las historias sobre el talento: el oficio también depende del tiempo, el dinero y las condiciones materiales para prepararse. Juan Daniel no imaginaba que trabajaría con Jonás Cuarón ni con Alfonso. Tampoco tenía una idea clara del siguiente paso en su carrera. Lo que encontró en *Campeón gabacho* fue la posibilidad de construir desde otro lugar, partiendo de su propia experiencia sin renuncias.

*****

La música también forma parte de la manera en que Jonás construyó. Si el barrio latino debía sentirse como un espacio vivo, lleno de culturas distintas, su paisaje sonoro no podía reducirse a una atmósfera incidental. Tenía que incorporar las canciones que acompañan la vida cotidiana de sus habitantes y que, al mismo tiempo, expresan una identidad colectiva.

Trabajó con Edgar Barrera, responsable de la supervisión musical y de las canciones originales, y con Mateo Cuarón, encargado de la música original. La banda sonora reúne artistas de diferentes géneros y generaciones, entre ellos Santa Fe Klan, Anitta, Grupo Frontera, Los Tigres del Norte y Rawayana.

La diversidad musical no es solo una selección de nombres conocidos. Forma parte de la construcción del barrio: un espacio en el que conviven distintas procedencias, acentos y formas de pertenecer. Para Jonás, la música latina permite mostrar esa riqueza cultural sin necesidad de explicarla mediante diálogos.

Juan Daniel recuerda que, al principio, le resultaba novedoso trabajar en una película en la que las canciones con letra tuvieran tanta presencia. En otros proyectos estaba más acostumbrado a una música que construía atmósferas sin ocupar el primer plano. En *Campeón gabacho*, en cambio, las letras acompañan la historia y a veces la cuentan cuando nadie está hablando.

Uno de los momentos que más entusiasmaban a Jonás desde la escritura del guion era una escena romántica acompañada por una canción de su hermana Bu Cuarón. La idea de pedirle que la hiciera ya estaba presente mientras imaginaba la pelí-



"ESTE PERSONAJE NO INTELECTUALIZA LOS SENTIMIENTOS; LOS DICE DE UNA FORMA MUY DESBORDANTE, MUY LITERARIA. SIENTE LOS COSQUILLEOS, LOS HORMIGUEOS, CÓMO SIENTE EL AIRE, CÓMO LO RESPIRA"

—Juan Daniel García Treviño



Jonás Cuarón, George Clooney, Sandra Bullock, Alfonso Cuarón y David Heyeman



Cuarón y Eireann Harper



Carlos, Jonás y Alfonso Cuarón



Con Francis Ford Coppola



Jonas y Jeffrey Dean Morgan



Alfonso y Jonás Cuarón en un *shoot* para *Quién* en 2016



Jonás Cuarón y Gael García Bernal

cula. Cuando recibió la primera maqueta, le gustó tanto que montó la escena a partir de ella. La relación entre imagen y sonido se construyó en ambas direcciones, permitiendo que la escena creciera alrededor de la música.

*****

Alfonso Cuarón dice que se acercó a *Campeón gabacho* como fan. Jonás habla de la necesidad de construir un lenguaje propio. Juan Daniel recuerda que alguna vez le aconsejaron prepararse para interpretar personajes más universales. Al reunir esas tres voces, la película empieza a revelar algo que va más allá de su historia sobre la migración.

Volvamos a la sesión de portada. Jonás en la guitarra, Juan Daniel al frente y Alfonso detrás de la batería. La imagen parecía sencilla: cada uno ocupaba un lugar distinto, con una función reconocible dentro de una banda imaginaria. Pero después de escucharlos, esa distribución adquiere otro sentido.

Jonás es quien marca la base de la película, el que lleva años buscando una manera de traducir la imaginación de Liborio al lenguaje del cine. Juan Daniel le da cuerpo y voz a ese universo, pero no como un intérprete que se limita a seguir una partitura: su manera de habitar al personaje modifica la composición. Alfonso permanece un poco más atrás, atento al ritmo, dispuesto a ofrecer comentarios y a reconocer la inventiva de su hijo sin apropiarse de su trabajo.

La música funciona porque las diferencias no desaparecen. Quizá por eso Liborio encuentra en el barrio algo más que un refugio. Rodeado de personas que también cargan sus propias historias, descubre que pertenecer no significa volverse idéntico a los demás. Puede construir una comunidad sin renunciar a sus rarezas, hablar un lenguaje propio y encontrar a alguien dispuesto a escucharlo.

Eso también es lo que Jonás ha buscado a lo largo de su carrera: una forma de contar que no sea una repetición ni una traducción obediente de la novela que lo inspiró. Y es lo que Juan Daniel encontró en el personaje: la oportunidad de hacer algo nuevo sin borrar lo que vuelve singular.

La historia de Jonás, Alfonso y Juan Daniel es la de una herencia que busca escribir sus propias reglas y la de un actor que, con su determinación llegó para cambiarles la película. Q

FOTOS ARCHIVO QUIÉN SHUTTERTOCK / AGF, CARLOS TISCHLER, BRIAN TO, MARECHAL AURORE/ABACA



“EESTE PERSONAJE NO INTELECTUALIZA LOS SENTIMIENTOS; LOS DICE DE UNA FORMA MUY DESBORDANTE, MUY LITERARIA. ES CÓMO SIENTE LOS COSQUILLEOS, LOS HORMIGUEOS, CÓMO SIENTE EL AIRE, CÓMO LO RESPIRAD”

—Juan Daniel García Treviño

EL REY *que no necesitó* CORONA

La moda lo hizo conocido, la televisión lo puso bajo los reflectores y ahora Aldo Rendón está listo para conquistar nuevos escenarios. Bienvenidos a su nueva era.

Por **Mari Tere Lelo de Larrea**

Fotos **Anylú Hinojosa-Peña**

Locación **Ignacia Guest House**





Hace más de 20 años, Aldo Rendón fue asistente de *styling* en su primera portadas para *Quién*, protagonizada por Montserrat Oliver. Llevaba poco en la Ciudad de México y estar en una producción editorial le parecía lo más cercano a vivir dentro de una película. Soñaba con la moda, los fotógrafos, las modelos y ese universo que hasta entonces había admirado desde lejos. Después de una carrera dedicada a construir la imagen de algunas de las celebridades más importantes de México, la historia da un giro: es él quien se coloca frente a la cámara y se convierte en el protagonista de estas páginas.

Originario de Culiacán, Sinaloa, Aldo lleva más de 25 años de carrera que lo ha convertido en uno de los *stylists* más reconocidos de México. Por sus manos han pasado figuras como Thalia, Belinda, Gloria Trevi, Ana de la Reguera y Galilea Montijo, entre muchas otras. Su trabajo lo ha llevado de las portadas y las alfombras rojas a colaborar con importantes firmas de lujo, mientras que su personalidad irreverente, sus opiniones sin filtro y su particular sentido del humor lo han convertido también en una voz reconocible en las redes sociales.

"Soñaba con este mundo, soñaba con la moda, con los modelos, fotógrafos. Me da mucha ternura acordarme de ese Aldo que iba empezando y que, sin querer, ahora sí que sin querer queriendo, terminó cumpliendo sus sueños", nos cuenta con nostalgia. Desde entonces han pasado innumerables producciones, decenas de portadas y una trayectoria que lo convirtió en uno de los *stylists* más reconocidos del país. Sin embargo, nada lo había preparado para lo que estaba por suceder. Su participación en *La Casa de los Famosos México* marcó un antes y un después. Acostumbrado a trabajar detrás de cámaras y conocedor del formato gracias a su trabajo con Galilea Montijo, Aldo decidió cambiar de lugar y exponerse ante millones de personas. "No entendía que el cambio iba a ser tan radical. Pensé que iba a estar en la casa y se acababa, y no. Ahora es una nueva era de Aldo. Y la gozo y la disfruto. Me metí al *reality* para abrir nuevas ventanas de trabajo", cuenta.



“QUIERO TRASCENDER, DEJAR HUELLA Y NO QUEDARME NADA MÁS COMO EL QUE ESTUVO EN *LA CASA DE LOS FAMOSOS*. ES MÁS, QUE SE LES OLVIDE QUE ESTUVE AHÍ. QUE DIGAN: ‘GÜEY, QUÉ CHINGÓN QUE DE AHÍ HIZO TODO ESTO”

HAIR&MAKEUP **MARIANA GONZÁLEZ PARA IDIP**

Y es que, detrás del personaje extrovertido, sarcástico y aparentemente despreocupado que conoció el público, existe alguien profundamente celoso de su intimidad. El encierro, la exposición permanente y la convivencia con personalidades tan distintas a la suya representaron un desafío incluso para alguien que siempre ha defendido su autenticidad e irreverencia. “Sí, todos los días”, responde entre risas cuando le preguntamos si alguna vez se arrepintió de entrar. “No me arrepentí genuinamente, pero es que es demasiado incómodo. Soy una persona muy celosa de su privacidad y ahora sí que me vendí”, dice entre risas.

Su personalidad provocó conversación dentro y fuera de la casa. Él no pretende agradarle a todo el mundo y menos modificar su manera de ser para conseguirlo. Las críticas, las redes sociales y la cultura de la cancelación son temas sobre los que tiene una postura clara: “Respondo por mis palabras, pero no respondo por cómo las personas las entienden”. Una filosofía que explica buena parte de la espontaneidad con la que se mostró durante el programa.

Sin embargo, el giro más inesperado de su participación no llegó por una nominación ni por el voto del público. Cuando todavía se imaginaba en la final, una serie de complicaciones de salud lo obligaron a abandonar la competencia por indicación médica. La inflamación de su hígado desencadenó otros problemas, entre ellos el crecimiento del bazo y anemia hemolítica, además de la detección de nódulos en la tiroides. Su prioridad dejó de ser ganar y pasó a ser recuperarse. “Básicamente fue mi doctor quien me dijo: ‘Tú tienes que salir por los estudios’. Al principio sí tenía coraje, estaba así como que, ¡osh!, ¿por qué? Yo quería ganar. Pero, no, hombre, ahorita estoy feliz. La verdad, creo que por algo pasan las cosas”, confiesa. Hoy continúa bajo tratamiento, enfocado en recuperar su salud mientras se adapta a una exposición mediática que no deja de sorprenderlo.

Si algo caracteriza a Aldo es su capacidad de encontrar humor incluso en los momentos más complicados. Su salida fue inesperada, pero también se convirtió en el comienzo de una



EL SELLO DE ALDO

Aldo Rendón lanzó su propia línea de T-shirts y llevó su universo creativo a una de esas piezas que funcionan todos los días.

etapa que jamás imaginó vivir a estas alturas de su carrera. De pronto, el hombre que durante años se había encargado de que otras personas lucieran perfectas frente a una cámara tenía que acostumbrarse a ocupar ese lugar. "La verdad es que me cuesta mucho que sea yo al que le tomen las fotos, porque justo por mi trabajo era muy perfeccionista. Y ahora, cuando soy yo al que le dicen 'voltea para un lado', pienso: 'Ay, se me va a ver el cuello'. Estoy pensando en toda la cantidad de defectos que puedan salir, pero mira, todo disfruto y disfrutaré ahora ser yo la celebridad", asegura divertido. Aunque los reflectores cambiaron de dirección, su pasión por la moda permanece intacta. Los desfiles, revistas, libros e imágenes son parte de su consumo diario. Y ahora, además de retomar proyectos de *styling* y colaboraciones con figuras

BACK IN THE DAY

La historia de Aldo Rendón y *Quién* viene de tiempo atrás. Cuando apenas comenzaba su camino en la moda, fue asistente de *styling* en una portada protagonizada por Montserrat Oliver. Desde entonces, su talento lo ha llevado a construir una carrera junto a algunas de las figuras más importantes del país y a regresar una y otra vez a estas páginas. Belinda es una de ellas: con los años, Aldo ha participado en distintas portadas y producciones que han marcado momentos clave de su trayectoria.





"VOY A APROVECHAR LA FAMA PARA QUE MIS PROYECTOS DEJEN ALGO A LOS DEMÁS"

EL FAVORITO DE LAS *CELEBS*

Con el paso de los años, Aldo Rendon se convirtió en el fashion stylist de las celebs por exceloencia. Llego a trabajar con importantes figuras del medio del entretenimiento como Galilea Montijo, Lucía Méndez, Ana de la Reguera, Montserrat Oliver y Angélica Rivera, entre otras



Fue el enargado de *stylear* a Galilea las dos primeras temporadas de *LCDLFM*



En 2021, trabajó con Lucía Méndez



Junto a Dani Magún



Liliana Sada fue de sus primeras clientas a fotografías



Con Alix Bauer, Benny ibarra, Bárbara Coppel y Montse Oliver



Aldo Rendón y Alfonso Waithsman han formado parte del *glam team* de Galilea Montijo a través de los años.



Ana de la Reguera es una de las mejores amigas de Aldo.



Vistió a Angélica Rivera en su última etapa como Primera Dama.

como Alejandra Guzmán, también ha dado un paso hacia el emprendimiento con el lanzamiento de su propia marca de *t-shirts*, una nueva forma de llevar su visión creativa más allá de las producciones editoriales.

Pero sus ambiciones no terminan ahí. Aldo tiene muchos planes y está decidido a aprovechar este momento para explorar nuevos caminos profesionales. La televisión, especialmente, es un territorio que le entusiasma y en el que le gustaría construir una nueva faceta. "Es un medio que me interesa conquistar. No me interesan las novelas ni las películas porque no soy actor, pero sí me gustaría conducir, tener un programa de entrevistas", explica. Su intención no es abandonar la industria que lo vio crecer, sino demostrar que su talento y personalidad pueden encontrar espacio en distintos formatos.

"Me quiero comer el mundo. Creo que hay que tener paciencia, no hay que contar nunca los planes. Lo único que quiero hacer es trascender, dejar huella y no quedarme nada más en el que estuvo en *La Casa de los Famosos*. Es más, que se les olvide que estuve ahí. Que digan: 'Güey, qué chingón que de ahí hizo todo esto'". De su paso por el reality también se lleva amistades inesperadas y una nueva perspectiva sobre las oportunidades que puede ofrecerle la exposición pública. Aunque admite sentirse un poco abrumado por la atención, tiene claro que no quiere que esta etapa se defina únicamente por la popularidad. "No era mi intención ser tan famoso. No soy una persona que busca ser famosa, simplemente busco trascender. Entonces voy a aprovechar la fama, la atención del público, para que mis proyectos sean vistos y dejen algo a todos los demás". Y hay algo especialmente emotivo en este reencuentro con *Quién*. Porque aquel adolescente que llegó emocionado a su primera sesión de fotos, sin saber hasta dónde podría llevarlo su pasión por la moda, hoy regresa al mismo lugar, pero con una historia propia que contar. Una historia de nuevas oportunidades. Esta vez no está detrás de la cámara, pendiente de que todo salga perfecto. Esta vez, el protagonista es él. Q

FOTOS **ARCHIVO QUIÉN**, INSTAGRAM **@GALILEAMONTIJO**, CORTESÍA

LA VENGANZA DE LOS SPENCER

El libro *El canto del cisne: Diana, mi hermana de Charles Spencer*, hermano menor de Lady Di, ha levantado ampollas en el Palacio de Buckingham y provocado una reacción poco habitual por parte del rey Carlos III de Inglaterra. ¿Será que las verdades incomodan?

Por **Erika Roa Torres**

"400

páginas de ajuste de cuentas, autobombo, indiscreciones desmedidas y algunos pasajes verdaderamente conmovedores sobre su difunta hermana", escribió *The Guardian*. Por su parte, *The Washington Post* describió la imagen que Spencer ofrece de su excuñado como la de "un supervillano casi caricaturesco que se retuerce el bigote". Estas son algunas de las críticas al libro de Charles Spencer, hermano de la princesa Diana de Gales, publicado en septiembre de 2026 y que ha generado una intensa atención mediática.

Pero, ¿por qué las críticas tan mordaces contra el libro? Algunos de los medios y periodistas más críticos con Spencer mantienen una relación cercana con la institución monárquica, mientras que otros tienen intereses comerciales y de acceso a la familia real. Esto podría ayudar a entender algunas de las reseñas negativas. También hay críticas al estilo y al nivel de las revelaciones que hace el conde Spencer, y es válido señalarlas. Sin embargo, al final, se trata de su versión de los hechos y tiene derecho a contarla.

Si hay infinidad de periodistas que nunca conocieron a Diana y, aun así, han escrito libros sobre su vida, nos preguntamos: ¿por qué su hermano, una de las personas que mejor la conoció, no puede contar su propia versión de los hechos? No parece lógico. Es un libro incó-



modo para el monarca, sí, pero sus memorias no se centran únicamente en criticar a Carlos III.

En las 368 páginas que componen esta obra, Spencer también arroja luz sobre momentos poco conocidos de la vida de Diana que ayudan a unir las piezas del rompecabezas de su historia. Y eso se agradece porque, al final, la princesa Diana es uno de los personajes más famosos de la historia moderna y su legado sigue vigente.



WE ARE A FAMILY! Diana y Carlos III, junto con los hermanos de la princesa: Charles, Jane y Sarah. La relación de los Spencer con el rey era tensa, marcada por las tensiones del matrimonio de su hermana y distante tras su muerte.

UNA INFANCIA MUY REAL

Uno de los relatos más duros del conde Spencer es el que aborda la infancia de Lady Di. Muchos pensarían que la princesa, que creció en la espectacular residencia de Althorp House, vivió entre algodones y rodeada de privilegios. Sin embargo, la realidad fue más compleja.

Por supuesto, Diana nació en una familia aristocrática en la que no faltaban los recursos materiales, pero eso no significa que siempre tuviera seguridad afectiva. Desde muy pequeña se enfrentó a grandes desafíos emocionales.

El divorcio de Frances Shand y John Spencer, sus padres, fue uno de los acontecimientos que marcaron a los cuatro hijos del matrimonio: Sarah, Jane, Diana y Charles. Sin duda, afectó especialmente a los dos menores, Diana y Charles, que tenían ocho y cinco años, respectivamente. Frances se enamoró de Peter Shand, esposo de una amiga, y dejó al conde Spencer, quien se hizo cargo de sus cuatro hijos.

Entre otras de las historias que se produjeron a raíz de este divorcio, es el tipo de trato que recibieron por parte de sus niñeras. Charles cuenta que él y Diana sufrieron maltratos. Sobre la primera nana que lo cuidó, recuerda: "La primera de esas niñeras, una arpía de cara afilada y piel cetrina, disfrutaba azotándonos muy fuerte con una cuchara de madera en la palma de la mano, quizá para que costara descubrir las marcas que nos dejaba en la piel".

La segunda no fue mejor; todo lo contrario: "Si consideraba que Diana o yo



Los padres de Diana, John Spencer y Frances Roche.



Charles siempre fue muy apegado a su hermana mayor Diana, y ahora es él quien cuenta su historia.



Lady Sarah, hermana de Diana con elpríncipe Harry durante la boda de Charles Spencer.

nos habíamos portado mal, nos golpeaba la cabeza contra la pared de hormigón blanco del exterior del aseo de la sala infantil... Si tenía que castigarnos a los dos, nos colocaba de lado, nos agarraba del pelo y nos golpeaba la cabeza contra la del otro con una fuerza sorprendente". El conde Spencer también revela que Diana tuvo graves dificultades de aprendizaje durante su infancia y que, incluso, su boleta de calificaciones mostraba todas las asignaturas reprobadas. Nunca entendió por qué ninguna de las escuelas en las



DURANTE EL FUNERAL DE DIANA, CHARLES PROCLAMÓ UN DISCURSO EN CONTRA DE LA CASA REAL, LA PRENSA Y LO INJUSTA QUE FUE SU MUERTE.



que estudió su hermana le prestó atención ni le recomendó algún tipo de ayuda. A Diana le costaba concentrarse y plasmar por escrito lo que había aprendido, era una tarea muy difícil para ella. Según Spencer, "Diana presentaba algunos de los principales síntomas relacionados con el TDAH".

Otro de los datos más reveladores del libro es que Charles Spencer asegura que su padre, John Spencer, mantuvo un romance incipiente con la reina Isabel II. "Tuvieron una relación romántica, hasta que lord Mountbatten le puso fin. Convocó a mi padre y le dijo que cualquier aspiración por su parte de ganarse el afecto de la reina era inadmisible". Spencer está convencido de que lord Mountbatten preparaba el camino para que su hijo adoptivo, el príncipe Felipe, tuviera una oportunidad con Isabel II, como finalmente ocurrió.



El rey Carlos se ve en medio de la polémica tras la publicación.

DARDOS A PALACIO

Sin embargo, los relatos que más habrían molestado en Palacio, hasta el punto de provocar una respuesta del propio Carlos III, son los relacionados con lo ocurrido tras la muerte de la princesa Diana, el 31 de agosto de 1997.

El tío de los príncipes William y Harry relata que, durante los preparativos del funeral de Diana, Palacio le comunicó el deseo de la familia real de que sus dos sobrinos caminaran detrás del féretro de su madre durante el cortejo fúnebre. Una idea que no solo le horrorizó, sino que rechazó rotundamente en varias ocasiones.

"Diana jamás habría permitido que los hicieran pasar por algo tan abominable".

Ante su negativa, el entonces príncipe Carlos decidió hablar directamente con su excuñado. "¡Yo lo hice en el funeral de lord Mountbatten!", le dijo. Spencer respondió: "Pero usted tenía treinta años, señor, y él no era su madre". Al escuchar esa respuesta, Carlos le gritó: "¡Ese es el problema de tu familia! ¡No tienen ningún sentido del deber!". El hermano de Diana describe al entonces príncipe de Gales como "ese bufón vociferante", en referencia a su actitud, que consideraba grosera e insensible hacia sus propios hijos. Según Spencer,



Diana y Charles mantuvieron una relación muy cercana incluso mientras ella vivía en el Palacio.



Carlos temía ser abucheado si caminaba solo detrás del féretro y por eso quería que sus dos hijos lo acompañaran. El libro sostiene que el entonces príncipe se había empeñado en participar en el cortejo. Utilizar a sus hijos para evitar un momento incómodo para él es una de las actitudes más bajas que podía tener el hijo de la reina Isabel II. Pero ahí no termina todo. Ante la negativa de Spencer, Carlos habría dicho: "¡Puedes estar tranquilo, la olvidaremos pronto!". El conde asegura que no podía creer lo que acababa de escuchar. Spencer también cuenta que, durante los días

FOTOS ©GETTY IMAGES / 1328001, 79732135, 635968979, 830170168, 1243104269, 1358044496, 1441889640, 1457620071, 1482258326, SHUTTERSTOCKKEITH BUTCHER, AFP / CHRIS JACKSON, CORTESÍA



UN LEGADO REAL
El distanciamiento de los hermanos ha roto el corazón a varios. Sin embargo, no todo está perdido, pues el regreso de Harry a Inglaterra puede significar un gran cambio para los príncipes.

posteriores a la muerte de Diana, Carlos estaba eufórico, "como alguien que acaba de ganar la lotería". Tras la publicación de un adelanto del libro *El canto del cisne: Diana, mi hermana,* Buckingham Palace emitió un comunicado. Se trata de una reacción poco habitual, pues la institución no suele responder públicamente a los libros sobre los miembros de la familia real. "Aunque, por principio, no hacemos comentarios sobre libros, Su Majestad es consciente de que el dolor por la pérdida de un hermano puede nublar la razón, afectar al juicio y teñir los recuerdos de maneras que personas no perciben, incluso muchos años después de una pérdida semejante".

La declaración de Buckingham tiene, a mi juicio, una intención clara: desacreditar a Charles Spencer. Palacio no entra a discutir los hechos En cambio, recurre al dolor por la pérdida de Diana para sugerir que ese sufrimiento pudo haber nublado el juicio de su hermano y alterado sus recuerdos. No afirma que Spencer mienta, pero sí pone en duda su credibilidad.

Aquí hay algo importante que destacar. Si Charles Spencer faltara a la verdad en su relato, sería razonable esperar que alguien cercano a los hechos lo desmintiera. William, como hijo de Diana y heredero al trono, sería una de las personas cuya versión tendría especial relevancia. Sin embargo, ni él ni Harry se han pronunciado públicamente para defender o cuestionar el relato de su tío materno. Y es que, si alguien pudo observar de cerca el comportamiento de Carlos durante los días posteriores a la muerte de Diana, fueron sus propios hijos. Que ambos guarden silencio no demuestra que Spencer tenga razón, pero tampoco constituye un desmentido de sus afirmaciones. Este es un detalle importante a la hora de analizar el episodio. El silencio de William y Harry deja abiertas muchas preguntas. Charles Spencer tiene derecho a contar la historia de su hermana, porque fue una de las personas que mejor la conoció. ¿Es este libro un ajuste de cuentas con Carlos III? Ese es el mensaje que parece dar. Sin embargo, durante los casi treinta años transcurridos desde la muerte de Diana, la familia Spencer ha mantenido, en general, una postura prudente frente a la Corona. Quizá Spencer consideró que había llegado el momento de levantar la voz.

2027 va a ser un año incómodo para Carlos III. Con nuevos documentales, series, programas especiales y libros sobre Diana, es probable que resurjan las preguntas sobre su vida, su matrimonio y su muerte. Y, una vez más, la pregunta de si Diana fue asesinada volverá a ocupar titulares y a despertar el interés del público en todo el mundo. Porque casi treinta años después de muerte, Diana sigue siendo una herida abierta para la monarquía británica. Y mientras más se intente cerrar ese capítulo, más voces parecerán empeñadas en volver abrirlo. Q

EL LIBRO DE LOS SECRETOS



En el libro más reciente de Charles, cuenta de una manera íntima y real la infancia que compartieron juntos en la finca familiar, cómo atravesaron el divorcio de sus padres, los internados a los que asistieron, y los detalles de aquella semana de agosto tras la muerte de Diana, cerca al trigésimo aniversario de su fallecimiento.

Una publicación exclusiva de Aeroméxico
An exclusive magazine from Aeromexico

CONTENIDO DE ALTURA



@accent_revista
Síguenos en nuestra nueva cuenta
Follow us on our new account

Accènt

AEROMEXICO



ÚNETE A LA COMUNIDAD
SUSCRÍBETE AHORA

EXPANSION Quién ELLE

Sports Illustrated MÉXICO LIFE AND STYLE MEXBEST



Escanea para ingresar al sitio

tienda.grupoexpansion.com

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

CÍRCULOS

El GILBERTO *es* NUESTRO FAVORITO

El Bazar de la Asociación Gilberto inaugura la época de bazares en la CDMX. Aquí te dejamos el mejor *recap* de cuatro días llenos de las marcas de ropa, accesorios y mucho más.

Pág. 96

100. El desfile de Lorena Saravia, en exclusiva
Fuimos los únicos en entrar al desfile de su colección Spring-Winter 2027.

104. Lo mejor de lo mejor del cine en Morelia
Como cada año, no nos podíamos perder del festival de cine más *top* de México.

120. Organizamos un pre antes de ver a Sanz
Maite Perroni con Marimar y Zuria Vega fueron algunas de nuestras invitadas.



FOTO SELENE ALAÍDE

ARRANCAN *los* BAZARES *con el* GILBERTO

Como cada año, fuimos al Bazar Gilberto en la Hacienda de los Morales, donde además de encontrar las mejores marcas de moda, accesorios, cosas para la casa, comida y más, se inaugura la época de bazares en CDMX.

Fotos **Selene Alaíde**



Paulina Marín, Sara Galindo y Alejandra Rodríguez



María Elena Torruco



Ignacia Murtagh



Cristina y Tali Alcerreca



Alejandra y Clara Quintana con Dulce Martínez Gama, Chayo Sandoval



Lucía Téllez y Mara Ortega



Jaydy Michel



Susana Arnaud



Regina de la Fuente y Regina Cuevas



Itziar Azpiazu, Ale Cordero, Anna Luisa Reyes Garrido y Beatriz Vivanco



Paulina Márquez y Marolyn Marquíñez con Katya y Rocío Guerrero



Giovanna Quintana y Emilia Aradilla



Camila Pietrini y Steph Von Hauske



Clara Poumian, Dulce Martínez Gama y Raquel Vesubio



Mara Orvañanos, Elda del Moral e Irma González



Ingrid Arroyo



Ilana Kraus y Mila Chamlati



Georgina y Begoña Elola, Claudia Sardina



Roxana Martínez y Eugenia Ornelas



Marianela de la Vega



Lydiette Verges y Pamela Godoy

Ana Martha Salazar e Isabell Mantilla



Grace Sepúlveda, Patsy Peping y Ceci Vega



Mayte García Somoano y Carlota Concha

LORENA SARAVIA *lo* HACE *de* NUEVO

Fuimos los únicos en entrar al *after party* del desfile *winter-spring* 2027 de la diseñadora mexicana Lorena Saravia, donde nos recordó por qué es una de las referentes de la moda en nuestro país y el resto del mundo.

Fotos **Selene Alaide**



Mathilde Alloin con Alejandra y Mariana Canales



Santiago Ordorica y Lorena Saravia



Carla Ortega y Marianna Idirin



Mara Ortega y Tania Franco Klein



Mauriclo Ortega, Marcela Ortiz Rubio, Patricio Garay y Jimena Bravo



Pamela González de Haro, Mariángeles Reygadas y Lorena Murat



Hildelisa Beltrán, Roberta Lobeira y Mariana Herrera



Jaydy Michel



Roxana Phillips e Ilse Salas



Astrid Martínez y Natalia Villarreal



Paloma Morphy



Lorena Saravia con Anne y Eduardo Murat



Colette Decroux, Juan Carlos Campos y Ana Lorenzana



Concepción Orvañanos y Luisa Conesa



Lorena Saravia, Roxana Phillips, Matías Roca, Daniel González, Jesús Rodríguez e Ilse Salas



Luis de la Rosa, Axel Madrazo y Alejandro Puente



María Ibarra y Linda Yañez



Pamela Almanza y Alejandra Barros



Concepción Oravaños, Valentina Treviño y Regina Bueno Ros





Fernanda Gallego y Kathy Butcher


Comprometidos
con la Salud de México
La estrella
que le hacía falta
al **Pedregal**
Star Médica
Pedregal
Un espacio **humano**
AGUASCALIENTES · CHIHUAHUA · CIUDAD JUÁREZ · LEÓN · MÉRIDA · MORELIA · PUEBLA · QUERÉTARO · SAN LUIS POTOSÍ
TIJUANA · VERACRUZ · ZONA METROPOLITANA: HIP · LOMAS · LOMAS VERDES · LUNA PARC · PEDREGAL · POLANCO · ROMA
SANTA FE · TLALNEPANTLA · VIVO CIUDAD AZTECA · VIVO JARDÍN BICENTENARIO

El **CINE ESTÁ** *de* **FIESTA** *en el* **FESTIVAL** *de* **MORELIA**

El Festival Internacional de Cine de Morelia es, sin duda, uno de esos eventos que ponen el nombre de nuestro país en alto, ya que reúne a algunas de las figuras más importantes del cine y la cultura. Aquí te dejamos el mejor *recap*.

Fotos **Selene Alaíde y Jonathan Saldaña**



Ofelia Medina, Adriana Paz y Anna Díaz



Diego y Natalia Boneta



Guillermo del Toro



Jonás Cuarón, Gael García Bernal y Pablo Montaño



Luis Gerardo Méndez y Andrés de Miguel



Marco Antonio Solís y Alfonso Cuarón



Manolo Caro y Gary Alazraki



Héctor Orozco y Daniela Michel



Anna Díaz y Diego Luna



Jaime Camil



Ricardo Ramos



Alfonso Cuarón y Alejandro Ramírez



Daniela Arroyo y Miguel Mier



Patricio José, Mari Tere Lelo de Larrea y María Torres



Diego Calva


Juan Daniel García Treviño, Gary Alazraki, Jonás Cuarón, Rodrigo Macin


Ori Avinoam y Michel Franco


Rodrigo Macin y Eduardo Valenzuela


Miguel Mier, Diego Boneta, Filippo Brignone y Jorge Mondragón


Manolo Caro, Natasha Dupeyrón, Fernanda Castillo, Martín Barba y Patricio José


Natalia García y Pau Barriga



Manolo Caro, Natasha Dupeyrón y Eme Malafe



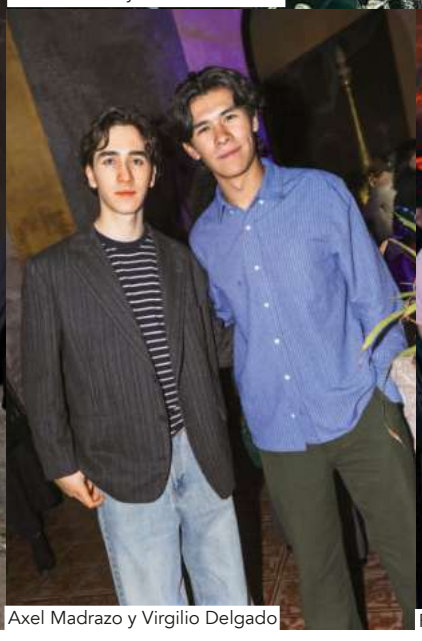
Marcela Ortiz Rubio, Lalo Perches, Marc Gourant y Dan Gómez



Natalia Téllez y Osvaldo Sánchez



Rob Cubero, Ilan Cohen y Ximena Lamadrid



Axel Madrazo y Virgilio Delgado



Fher Santacruz y Mayra Batalla



Pablo Gonf



Jorge Mondragón, Diego Boneta y Gary Alazraki



César Orvañanos, Raquel Friega y Alejandro Ciuk



Patricio Garay



Roberto Pedraza, Alba Fernández y Carlos Hurtado



José Pablo Vidales, Elyfer Torres, Mark Alazraki y Pedro Fuentes



Diego Luna



Francisca Barraza y Fernanda Urrejola



Diana García y Manolo Caro



Santiago García Galván y Sergio Fuentes



Jorge Alcala y Taylor Begs



Arap Bethke y Miguel Mier



Francisca Alegria, Fernanda Castillo, Francisca Barraza y Fernanda Urrejola

El UNIVERSO CREATIVO *de* SANDRA WEIL

La diseñadora mexicana se unió a diferentes marcas, colaboradores y creativos para traer *House of Venus*, un espacio experiencial diseñado especialmente para estimular los cinco sentidos.

Fotos **Selene Alaíde**



Nuria Palou, Sofía Rivera y Mariana Arriaga



Sandra Weil



Sol Breiman y Nicole Naierma



Mildred Bafidis y Nathalie Baaklini



Daniela Costa, Lisette Trepaud y Marisol Gómez



Mariela Ruibal, Vivi Berruecos y María Alonso



Andrea Berrondo y María Atmann



Rosario Ochoa, Chris Koehn, Andrés Rivera, Mónica Mendoza, Sandra Weil y Michelle Prutschi



Malena Valadez y Nati de Orus



Mara Ortega



Roxana del Valle y Alejandro Rivera



Ale Cordero



Martha Brockmman, Cristina Alcerreca y Alejandra Alcocer



Alexia Camil y Laura Irizarry

OMEGA TIENE NUEVO ESPACIO *en la* CDMX

Diego Boneta y Karla Souza fueron los encargados de inaugurar la tienda de Omega en el Palacio de Hierro, donde fueron acompañados por amigos de la marca y un cierre con broche de oro gracias al DJ set de Latin Mafia.

Fotos **Alfonso Lázquez**



Kass Quezada y Belén Soto



Diego Boneta y Karla Souza



Anna Sarelly



Fer Millán





Latin Mafia



Abelardo Marcondes y Nino Aloisi


Jordi Linares


Vanessa Huppenkothen


Diego Boneta


Belén Soto

FLABELUS *nos* LLEVÓ *al* MUNDO *de* OZ

Flabelus, la marca española de zapatos que llegó para cambiar las reglas del juego, cumple seis años. Para celebrar, convirtieron el Nido de Quetzalcóatl en el "Road to Oz" con amigas de la marca.

Fotos **Selene Alaíde**



Ximena Martínez y Belén Barnechea



Paula y María Mercedes Simón con Michelle Cojab



Paola Portela y Erika Basave



Hilda Calderón, Olivia Peralta y Rafael Orozco



Beatriz de los Mozos



Magdalia y Karen Mckey



París Danielle



Tamara Hevia y Ana Acosta



Tania Ladeiro y Regina Bautista



María Zimmer



Mich Allen, Beatriz de los Mozos, Amanda Vyrde y Mariana Arriaga



Laura Brunet y Andrea Chavero



María Diego



Paloma Pérez Rea, Pilar Oraá, Mariana Manina y Ana Fer Arzameni



Ana Guerreiro y Fernanda López

MESA SANA LANZA *su* NUEVO RECETARIO

Las hermanas Berrondo lo hacen de nuevo. Mesa Sana, la plataforma de recetas y nutrición, lanza su tercer recetario llamado *BÁSICOS*, una guía para salvarte con recetas prácticas, sanas y deliciosas para todos los días.

Fotos **Selene Alaíde**



Esperanza Salmun con Jacqueline y Denise Bouffier



Andrea y Pamela Berrondo con Paola Armida



Naso Vargas y Regina Berrondo



María Elena Torruco



Mónika Escobar, Ximena de la Macorra, Lucila Obregón, Daniela Zabal y Maite Rivero



Daniela Montemayor y Sandra Weil


AEROMEXICO
TE LLEVA
MÉXICO - MONTEGO BAY
Nuevo destino Jamaica
Vuela directo desde la Ciudad de México
en uno de nuestros 3 vuelos semanales
a partir del 18 de marzo del 2027.
Reserva ahora

NICE CUMPLE *30 y* CELEBRÓ *a lo* GRANDE

Como cada año, Nice, la marca de joyería tapatía, hizo una fiesta para todas sus vendedoras, solo que este año la fiesta fue extra especial porque cumplen 30 años y Alejandro Fernández fue la estrella.

Fotos **Selene Alaíde**



Valentina Romero y Miguel Quevedo



Estefanía Helfon y Alejandro Litchi



Jan y Leah Krouham



Ricardo Pereira y Emma Escalante



Lizeth Sainz y Martha Haces



Ximena Patin Chauc y Mayte Grajales



Alejandro Fernández



Sophia Loyzaga, Sofía Sacal y Alana Achar



Daniel y Lily Attie



Barro Rosales, Claudia Álvarez y Gustavo Egelhaaf



Alfonso Helfon y Juan Rodríguez



Juan Pedro Canales y Alejandra Infante



Mike y Karla Laveaga

SANZ, TEQUILA, *un* PRE *y* NUESTROS *BFFS*

Organizamos un pre con Maestro Dobel antes del concierto de Alejandro Sanz en el Estadio GNP Seguros, donde nos acompañaron algunos de nuestros favoritos. Como siempre, la pasamos increíble y el concierto de diez.

Fotos **Selene Alaíde**



Mauricio Cerdeño y Marcela Ortiz-Rubio



Maite Perroni y Marimar Vega



Leonora Sisto



Andrés Tovar



Patricio Garay



María Torres y Mari Tere Lelo de Larrea



Marimar Vega, Jerónimo Rodríguez y Zuria Vega


UN BUEN DÍA empieza con una BUENA NOCHE.
restonic
EL COLCHÓN DE TUS SUEÑOS

THE NORTH FACE *es y* SERÁ *la* FAVORITA

El museo Munet fue el escenario perfecto para la presentación de City, la nueva línea de The Northface que combina prendas funcionales y las mejores tendencias del streetwear urbano. Amamos...

Fotos **Selene Alaíde**



Regina Hidalgo, María Lecumberri y Paola Diez



Sylvia Rivera



Nico Haza



Valentina Treviño



Eréndira Ibarra



Mario León y Franco García



Ana Ramonet y Camila Rendón

Para brindarte atención digna y oportuna, estamos construyendo 21 nuevos hospitales en:



1. Pabellón de Arteaga, Aguascalientes
2. Ensenada, Baja California
3. San Quintín, Baja California
4. Los Cabos, Baja California Sur
5. Matamoros, Coahuila
6. Saltillo, Coahuila
7. San Buenaventura, Coahuila
8. Manzanillo, Colima
9. Chicoloapan, Estado de México
10. Guanajuato, Guanajuato
11. Tula de Allende, Hidalgo
12. Morelia, Michoacán
13. Zitácuaro, Michoacán
14. Yecapixtla, Morelos
15. Santa Catarina, Nuevo León
16. Oaxaca de Juárez, Oaxaca
17. Culiacán, Sinaloa
18. Navojoa, Sonora
19. San Luis Río Colorado, Sonora
20. Ticul, Yucatán
21. Guadalupe, Zacatecas

CON MÁS HOSPITALES, EL IMSS CONTIGO SIEMPRE.

Gobierno de México

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

VUORI LLEGÓ *a la* CDMX *y* SOMOS FANS

Marcas de ropa de ejercicio hay muchas, pero cuando llega una que cambia las reglas del juego, tiene éxito asegurado. Vuori abre sus puertas en México y fuimos parte de la inauguración.



Robe Grill y Mau Otero



Andrés Gómez con Joe y Elan Kudla



Ashley Kechter



Eduardo Perez Sandi



Joe y Elan Kudla



Carlos Miranda, Lorena Flores, Elan y Joe Kudla, Andrés Gómez, Ashley Kechter y Andy Lawrence

FOTOS CORTESÍA


MUÉVETE CON LA TRADICIÓN.
CADA VIAJE CELEBRA LA VIDA.
ECOBICI
ECOBICI
HSBC
MAPA DE ESTACIONES
ESTÁS AQUÍ
Patrocinado por
HSBC
ECOBICI

Lo **QUE NADIE VE** *de los* **EVENTOS** *en* **MÉXICO**

Moni Moreno, experta en organización de eventos y hospitalidad, nos invitó a la presentación de su libro de experiencias profesionales titulado *Confeti y caos* en el Museo Nacional de Antropología.



Sofia González, Adriana Noriega y Sergio González



Mónica Moreno



María Elena Torruco



Jérôme Seignon e Ignacio Urquiza



Nathalie, Patricia y Nicolás Beinet con Thierry Guichard



Alberto Abdo



Mónica Moreno y Lulú Creel

FOTOS **CORTESÍA**

Cuando se invierte en salud se nota.

Tan solo en 2025 realizamos:

- **Más de 100 millones** de consultas
- **1.78 millones** de cirugías



Hoy, cada unidad cuenta con entre 800 y 1,400 profesionales de la salud para atenderte mejor.

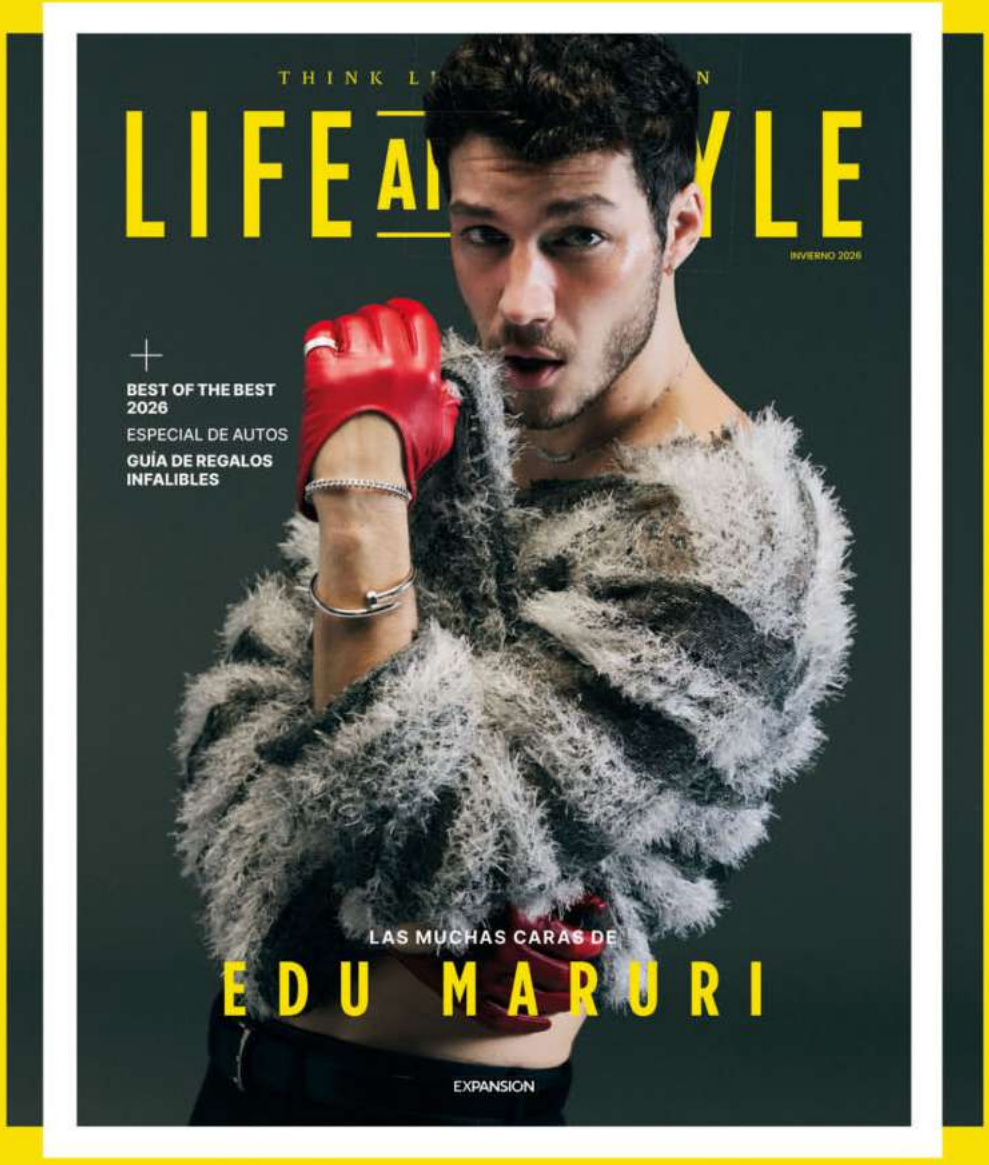
CON MÁS HOSPITALES,

EL IMSS CONTIGO SIEMPRE.

Gobierno de México

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

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



DESCÚBRELAS EN

▸ **LIFE AND STYLE**

#ThinkLikeANewMan

PLACERES

130. Salir de noche ya no es como antes
En este año vivimos un *boom* de la vida nocturna con conceptos diferentes.

132. La Gran Vía en Madrid con Brach, ¡flipas!
Ahora ya no vamos a querer regresar a la capital si no es aquí.

136. La mejor mesa la ponen ellas
Zarina y Margarita emprendieron y s sello hoy se ve en todas las mesas.

SEÚL *solo con* FOUR SEASONS

Hospedarte en un Four Seasons es algo con lo que muchos solo pueden soñar, y en Corea del Sur aún más, pues el *concierge* es experto en cómo consentirte al máximo y ser tu *guide expert*.
Pág. 134

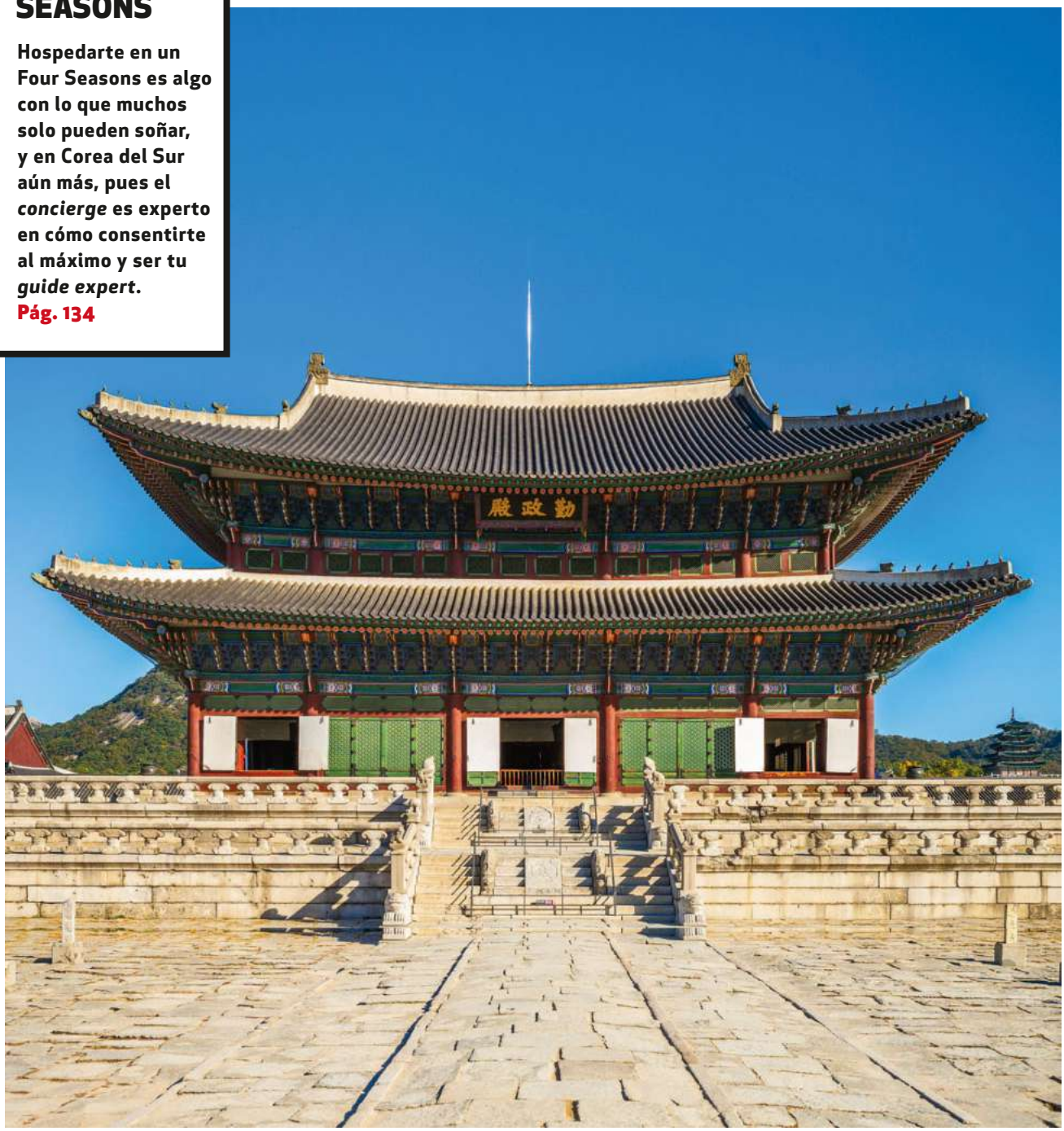


FOTO SHUTTERSTOCK / RICHIE CHAN

Ya no SALIMOS: VIVIMOS EXPERIENCIAS

Somos la generación que se cansó del antro de siempre, de la fila, del mismo reggaetón y del mismo ambiente todos los fines. **Ahora salimos a sentir algo y a experimentar, y la nueva vida nocturna de la CDMX nos está dando justo eso.**

Por **Daniela Brugger**

CAFÉ DRAMA

Entras por una cafetería normal, pero al abrir el refrigerador accedes a uno de los lugares más *cool* de la vida nocturna en la ciudad. Dos barras, *drinks* virales, como el Santo Drama (una veladora de 2.5 litros), pizzas y palomitas gratis con el *show* en vivo. No es nostalgia, es que entendimos algo: la noche también puede tener alma, historia, una curaduría detrás. No buscamos el lugar más grande; buscamos el que se sienta como nuestro.

@cafedrama__







LIBRERÍA VALLADOLID

Un *speakeasy* escondido que combina lo clásico con lo *cool*, donde los libros no son decoración, sino presencia real, conviviendo con cocteles clásicos y música curada en vivo. Cada *drink* viene con su historia: desde el Moscow Mule hasta el Aviation.

@libreriavalladolid



SHHH

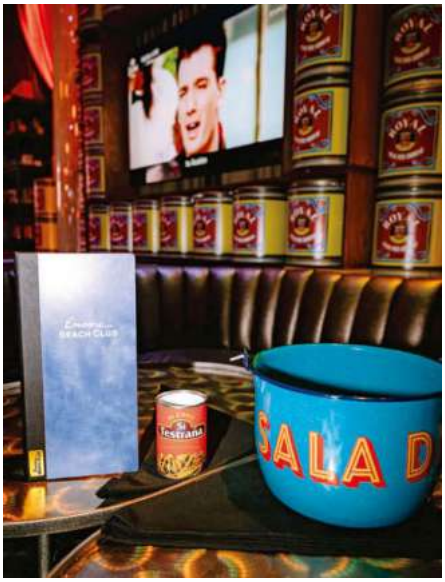
Un *listening bar* con una selección única de vinilos en un sistema de sonido de alta gama, donde se evita totalmente hablar fuerte para que la música brille. Vivir esta esperiencia es como estar en el mundo al revés, vienes a callarte y escuchar.

@shhh99r

SALA DE DESPECHO

El concepto nació en enero de 2024 en Guadalajara y rápidamente se replicó en once estados del país. Aquí no vienes a bailar, vienes a cantar a todo pulmón las canciones más llegadoras mientras te tomas algo en tarros de Luis Miguel o Paquita la del Barrio. Terapia con *drink* en mano.
@saladedespecho







SALÓN GARDENIA

Un antro estilo cabaret en el mismo lugar donde se grabó *La casa de las flores*, con *show* de *lip sync* e imitadores profesionales de Yuri, Gloria Trevi, Selena, Juan Gabriel y más, bajo un gran candelabro y el mejor ambiente.
@salongardenia_



BAR LATOSA

El primer *cocktail bar* de México con un menú completamente enlatado, liderado por Claudia Cabrera, una de las *bartenders* más reconocidas de Latinoamérica. Diseño retrofuturista con aluminio, acero inoxidable y mármol rojo que te hace sentir dentro de una lata. Los jueves es "Latoso", noche LGBT+.
@barlatosa





SALÓN CAMARENA

Inspirado en la Época de Oro del cine mexicano, con bailarines, coreografías y música en vivo. El proyecto incluye taquería, videobar, karaoke y piano bar bajo una misma lógica narrativa, tomando como referencia a Guillermo González Camarena, el inventor de la televisión a color.***@saloncamarena.mx***

FOTOS **INSTAGRAM / @BARLATOSA, @SALADEDESPECHO, @SALONCAMARENA.MX, @SALONGARDENIA_, @SHHH99R, CORTESÍAW**

Una **HISTORIA** *de* **AMOR** *en la* **GRAN VÍA**

En un edificio de los años veinte, Philippe Starck imaginó un hotel hecho de recuerdos, diseño y sobremesas largas. **Brach Madrid es la mezcla perfecta del pasado y la actualidad para entender cómo se vive la capital española.**

Por **Mari Tere Lelo de Larrea**





La Gran Vía de Madrid siempre está en movimiento. Pero basta cruzar la puerta del número 20 de la emblemática calle para descubrir otro ritmo: uno lleno de conversaciones que se alargan, libros y otros objetos que parecen guardar secretos y espacios que invitan a quedarse un ratito más.

Esa es la esencia de Brach Madrid, el segundo hotel de la marca de Evok Collection y una de las direcciones más personales de la capital española.

Instalado en un edificio histórico construido entre 1919 y 1922, el hotel recupera la memoria de sus muros y la convierte en una experiencia contemporánea, cálida y llena de carácter. La visión es la de Philippe Starck, que imagina aquí un Madrid de nostalgia moderna, literalmente.

Las habitaciones, 57 en total, incluidas cuatro *suites*, fueron minuciosamente pensadas como capítulos de una novela íntima. Cada una es completamente distinta a la otra. Todas pertenecen a un personaje imaginario distinto y conservan rastros de su vida: fotografías, dibujos, notas y recuerdos de viaje. En los baños, la piedra de brecha y los espejos enmarcados en cerámica verde musgo suman una nota artesanal. Todo está perfectamente elegido para que el diseño se descubra poco a poco, como una conversación que empieza con un detalle y termina llevándonos a otro.

Y si hablamos de Madrid, es imposible no mencionar su gastronomía. Para seguir con la misma narrativa, la propuesta culinaria de Brach Madrid es un *must*. Bajo la dirección del chef francés Adam Bentalha, la co-





LOS *HIGHLIGHTS* DEL BRACH MADRID

Sin duda, el lujo está en cada detalle del hotel. Desde su espectacular pâtisserie que trae un rincón de repostería francesa a la Gran Vía, hasta su spa para quienes buscan relajación máxima.







DÓNDE
Gran Vía, 20, Madrid, España
@ brachmadrid

SIN DUDA, BRACH MADRID ES UN HOTEL QUE SE DESCUBRE COMO UNA NOVELA: DETALLE A DETALLE



FOTOS **CORTESÍA**

cina recorre el Mediterráneo con acentos de Oriente Medio y producto español. El restaurante evoca aquellos grandes cafés madrileños donde las ideas circulaban entre platos y sobremesas, lugares para encontrarse tanto como para comer.

La cocina abierta y el horno de carbón ponen el fuego en el centro de la escena. En la carta, el aceite de oliva, el atún rojo y el jamón ibérico de bellota hablan de una cocina generosa, pensada para compartir.

Como todo en este hotel, el descanso tiene su propio toque. En los 400 metros cuadrados de su *spa*, el bullicio de Gran Vía queda lejos; una alberca interior, sauna, hammam y cabinas de tratamiento componen un refugio pensado para bajar el ritmo. A la experiencia se suman tratamientos faciales de Clarins, además de terapias de bienestar que invitan a hacer una pausa entre una caminata y otra por la ciudad.

Brach Madrid encuentra su encanto en esa mezcla: la energía de una avenida que nunca se detiene y la intimidad de un lugar que parece conocer ya a sus huéspedes. Un hotel que entiende el lujo a la perfección, el espacio ideal para entrar en una pausa dejar que la ciudad suceda alrededor. Q

COREA *de mi* CORAZÓN

Entre palacios centenarios, alta cocina, *wellness* e impresionantes vistas de Seúl, **Four Seasons Seoul ofrece una inmersión única en el destino de moda.**

Por **Miriam García**

Los últimos años, el continente Asiático se ha convertido en uno de los destinos más populares del turismo global. Sus extraordinarias culturas, entre ellas la coreana, atrajeron a más de 300 millones de visitantes el último año y la tendencia sigue al alza.

Corea del Sur tiene todo aquello que se busca en un buen viaje: Una cultura que rompe con la occidental, una historia que cautiva, deliciosa comida, lugares de descanso que se agradecen y, por supuesto, *spots* para hacer un buen *shopping*.

Si entre tus planes próximos está hacer un viaje de esos que cambian tu perspectiva de la vida, Corea es la opción. Por ello, te damos una guía de cinco lugares que debes visitar en Seúl para planear tus vacaciones con éxito.



FOTOS NATTHAWAT88, OKB PHUAORNEER, KIM WILLEMS FLYING CAMERA

1. GYEONGBOKGUNG PALACE

Empieza por aquí para entrar de lleno en la historia de Corea. El palacio más grande de la dinastía Joseon es el escenario perfecto para ver cómo conviven la arquitectura tradicional y la Seúl actual. Tip: no te pierdas el cambio de guardia, ocurre a las 10:00 y a las 14:00 horas todos los días, excepto los martes, es una experiencia impresionante.



FOTOS CORTESÍA FOUR SEASONS, SHUTTERSTOCK, KAMPO



2. BUKCHON HANOK VILLAGE

Es uno de los lugares donde todavía se puede sentir la Seúl de hace siglos. Recorre caminando sus históricos callejones y contempla sus hermosas casas hanok, que fueron diseñadas con el objetivo de vivir en armonía con la naturaleza. Además, en la zona encontrarás cafés, galerías y tiendas de diseño.



3. IKSEON-DONG

Esta es la parada obligada para comer, tomarte un café y ver el lado más *cool* de la ciudad. Sus callejoncitos están llenos de restaurantes, *boutiques* y cafés montados en antiguas casas tradicionales.



4. SEONGSU-DONG

Este barrio es famoso por sus antiguas zonas industriales que se mezclan con cafeterías y tiendas de marcas coreanas. Es uno de los mejores lugares para entender la vida moderna en Seúl.



5. N SEOUL TOWER

En lo alto del monte Namsan, la famosa torre tiene una vista panorámica de 360 grados de Seúl. El momento ideal para ir es el atardecer, la vista es inolvidable.





EL BROCHE DE ORO: FOUR SEASONS HOTEL SEOUL

Hay hoteles que complementan un destino y Four Seasons Hotel Seoul es uno de ellos: se convierte en parte de la experiencia. Bastó hacer *check in* para entender que el lujo no solo está en sus espacios o las impresionantes vistas al Palacio Gyeongbokgung, está en la atención, en la manera en que su personal se anticipa a lo que necesitas. En una ciudad tan grande como Seúl, saber que siempre hay alguien dispuesto a ayudarte te da una tranquilidad que no tiene precio. Además, la ubicación es un gran *plus*: está frente a la Plaza Gwanghwamun y muy cerca del Palacio Gyeongbokgung, así que puedes empezar a conocer la ciudad prácticamente pasando la puerta. ¿Y qué decir de sus habitaciones? Después de caminar horas por Bukchon Hanok Village, Myeongdong y Seochon, regresar al hotel, quitarte los zapatos y caer en una cama deliciosa, es increíble. La comida también fue una muy buena sorpresa (aunque hay que decirlo, en Four Seasons siempre se come como rey). Cada restaurante tiene su propio estilo: en Boccalino puedes cenar italiano, mientras que Yu Yuan apuesta por la cocina cantonesa. Y los desayunos de The Market Kitchen, con opciones coreanas e internacionales, fueron de mis favoritos. El gran descubrimiento fue Charles H., el *speakeasy* del hotel, reconocido entre los mejores de Asia. El ambiente, la música y los cocteles hacen que valga la pena ir aunque no estés hospedado ahí. Y si eres fan del *K-beauty*, tienen tratamientos personalizados apegados al concepto coreano de la belleza. El *concierge* también es clave: conoce muy bien la ciudad y puede recomendarte tiendas de belleza, restaurantes, mercados y *spots* que ni en TikTok encontrarías. Q



“NUNCA VAMOS A VENDER LOS ATRIBUTOS DE UN PLATO O UN VASO. SI TE GUSTA RECIBIR Y CONECTAR, ESO ES LO QUE A NOSOTRAS NOS IMPORTA”

No HAY MESA BIEN PUESTA *sin* ZASH

¿Emprender en tus *mid-forties*? **Zarina Rivera y Margarita Pérez-Cuellar querían contar una historia, así que decidieron hacerlo a través del arte de poner una mesa** y lo que sucede alrededor de ella.

Por **María José Barroeta** / Fotos **Jess R. Furlong**
Locación **Jardín Los Cedros**



Todo empezó en 2020, cuando la pandemia cambió por completo la rutina de Zarina. Después de años dedicada a las relaciones públicas, se mudó temporalmente a Cuernavaca con su esposo y sus hijas. Con más tiempo en su casa, empezó a hacer más de lo que le apasionaba: bordar, cocinar y poner mesas especiales. Dentro de este *hobby* retomado, su esposo le dio la idea de empezar un negocio, lo cual a Zarina le encantó, siempre y cuando encontrara a la socia indicada, y ahí pensó inmediatamente en Margarita, interiorista con quien había trabajado años antes. Aunque venían de caminos y carreras distintas, llevaban tiem-

po queriendo trabajar juntas. Compartían valores y un ojo que podían materializar en ZASH, así que cuando Zarina le presentó la idea, Margarita aceptó sin dudarlo.

Aunque habían mil dudas porque estaban en plena pandemia y porque estaban en un punto de su vida en el que podría considerarse que ya es "tarde" emprender, diseñaron sus primeras piezas y lanzaron la marca, primero con una colección de mantelería. Cuando vieronn que a la gente le gustaba lo que hacían, se dieron cuenta que no querían hacer otra marca más de artículos para el hogar. "Nosotras no inventamos el hilo negro. Mucha gente vende platos, servilletas y vasos. Así que decidimos darle nuestro propio giro", explica Zarina.

Su apuesta fue construir una identidad que fuera fácil de reconocer en una industria en la que, aunque tiene muchos competidores, todavía había espacio para una marca especializada en la mesa y con una personalidad ultra definida, con la idea de que recibir puede ser una experiencia súper creativa y personal.

"Para nosotras es muy especial ser parte de la primera casa de una persona que quiere invitar a sus amigos a tomar algo, de una celebración familiar o de una comida entre varias generaciones", explican. "Nunca vamos a vender los atributos de un plato o de un vaso. Si te gusta recibir y conectar, eso es lo que a nosotras nos importa". El resto es historia. Hoy, esa visión se refleja en el crecimiento de la marca, que cuenta con una tienda propia en Las Lomas y un espacio en Casa Palacio, en Antara. Tienen un equipo de alrededor de 11 personas en oficina, además del personal de ventas, y una operación que ha exigido a sus fundadoras aprender mucho más que de diseño y creatividad.

"Emprender en tus *mid-forties* es muy complicado", reconoce Zarina. "Llevamos trabajando mucho tiempo, pero entendimos que para crecer este nuevo negocio teníamos que entrar al mundo de las redes sociales, crear contenido, grabarnos frente a una cámara y probar formatos que nunca habíamos hecho. Pero creo que ha sido muy padre evolucionar, desaprender, volver a aprender y adaptarse a los tiempos", reflexiona.

Sin duda, ZASH ha crecido desde dos lugares muy especiales: la idea de que nunca es tarde para empezar, aprender e intentar algo nuevo, y también de que si las cosas se hacen con la intención de compartir y recibir a las personas que más quieres, la mesa es solo punto de partida para todo lo demás.

SUS TIENDAS

Tienen un espacio en Monte Líbano 8 y otra en Casa Palacio en Antara.

@zash.mx











NUNCA ES TARDE

Aunque tanto Zarina como Margarita llevaban muchísimos años trabajando, emprender a los cuarenta y en medio de la era digital no es tarea fácil. Aprendieron a vender y promocionar ZASH a través de redes, y hoy son un caso de éxito, así como un ejemplo de que siempre se puede aprender y desaprender.

El CORTOMETRAJE *de* TERROR *SARCOPENIA*

Hay una cabaña en el bosque, cinco amigos, un teléfono que suena cuando no debería y un reposet con muy malas intenciones. Hasta aquí, el manual clásico del terror de los 80. Lo que no venía en el manual es que quien llega a rescatar a todos es Tatiana, convertida en La Gymxorcista, enemiga jurada del sedentarismo y promotora oficial de la fuerza.

Por **Daniela Brugger**

Así arranca *SARCOPENIA*, el cortometraje de terror de 20 minutos de duración que se estrenó el pasado 15 de octubre en **koltin.mx/Sarcopenia** y es presentado por la membresía de salud para personas de 50 años en adelante, Koltin.

Dirigido por Rorraz, el corto reúne por primera vez a dos reconocidas figuras de los años 90: Tatiana, estrella infantil y Carlos Bonavides, el inolvidable Huicho Domínguez del exitoso melodrama *El premio mayor*. Los acompañan Ariane Pellicer (sí, la Nina *punk* de *¡Cachún cachún ra ra!*), Beatriz Cecilia, Javier Díaz Dueñas y José Antonio López Tercero. Con una trayectoria de décadas en el teatro, televisión y el cine, ninguno está retirado. Aquí no hay abuelitos aterrados, las personas mayores son los héroes de la historia, y los que ganan.

El Conde Sarcopenia no es un invento del todo. Su nombre viene de la sarcopenia, la pérdida gradual de fuerza y masa muscular que puede empezar desde los 30, se acelera después de los 60 y casi nadie sabe nombrar. Se suele despachar con un "ya es la edad", cuando en realidad se asocia con caídas, fracturas y pérdida de independencia. En México afecta al menos a 1.7 millones de personas mayores, y la mayoría ni siquiera lo sabe. El Conde habla como habla el mundo con los mayores ("ya van de salida", "ya siéntense, señoras") y se debilita en cuanto dejan de escucharlo y se mueven.







La buena noticia es que se puede revertir. "El músculo, incluso el más envejecido, aun escucha", nos dice Daniel Pando, de Koltin. Un estudio de JAMA de 1990 mostró que personas de 90 años ganaron 174 por ciento de fuerza en las piernas tras ocho semanas de entrenamiento. La receta es combinar el ejercicio de fuerza progresivo con comer proteína suficiente. Claro, siempre con la supervición de un médico. Koltin lanzó una rutina gratuita guiada por Tatiana para hacerlo en casa. Si te cuesta trabajo levantarte de una silla, abrir un frasco o subir escaleras, pide una evaluación con un especialista. Dale *play* a *SARCOPENIA* y, de una, levántate del sillón. Q

FOTOS CORTESÍA

NINGUNO DE LOS ACTORES DE *SARCOPENIA* SE HA RETIRADO, SUS TRAYECTORIAS MUESTRAN QUE LAS ASPIRACIONES CREATIVAS NO TIENEN FECHA DE CADUCIDAD



QUIÉN RECOMIENDA

Del cine de autor a las grandes franquicias, pasando por series, espectáculos y exposiciones cautivantes: **estas son las recomendaciones culturales que marcarán la conversación este mes.**

Por **Jonathan Saldaña**

LOS JUEGOS DEL HAMBRE: AMANECER EN LA COSECHA

La saga regresa a su territorio más fértil: la arena. Centrada en los 50º *Juegos del hambre* y en la juventud de Haymitch Abernathy, la precuela promete recuperar la tensión, la crueldad y la potencia emocional,
20 de noviembre en cines





AUTORETRATO NO AUTORIZADO

La primera retrospectiva de Flavio Garciandía en México: cinco décadas de una obra tan irreverente como brillante.
Museo MARCO de Monterrey

CABALLO SALVAJE NUEVE

Martin McDonagh vuelve al cine con una comedia negra ambientada en Chile previo al golpe de Estado de 1973. Con John Malkovich y Sam Rockwell al frente, la película combina intriga política, humor mordaz y personajes moralmente ambiguos.
5 de noviembre en cines





YO SOY ROCKY

Peter Farrelly revisita los años de Sylvester Stallone y el nacimiento de un personaje que transformó para siempre la historia del cine *pop*.
19 de noviembre en cines



LA ERA DORADA

Nadie retrata las guerras de poder de la alta sociedad como Julian Fellowes. En esta nueva temporada, las alianzas, ambiciones y rivalidades de la élite neoyorquina alcanzan un nuevo nivel de sofisticación. Un drama de época impecable, referencia obligada del género.
1 de noviembre HBO Max



12 12 12

Los relatos de atracos viven de la precisión, y esta serie lleva la fórmula al extremo. Anthony Mackie y Jamie Dornan protagonizan un espectacular golpe narrado en tres tiempos: la preparación, la ejecución y sus consecuencias. Un *thriller* de alta tensión y una de las apuestas más sofisticadas.
13 de noviembre en Apple TV



ECHO

El Cirque du Soleil sorprende con uno de sus montajes más ambiciosos. Acrobacias deslumbrantes, música en vivo y tecnología inmersiva construyen una fábula sobre la relación entre los seres humanos y la naturaleza.
A partir del 12 de noviembre, Gran Carpa Soleil

FOTOS CORTESÍA / CORTESÍA APPLETV+, CIQUE DU SOLEIL, LIONSGATE, SEARCHLIGHT, MARCO, HBO MAX


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

ESCRITOS CON TINTA AZUL

Memorias, intrigas, amores y destinos marcados por una corona. Seis libros para adentrarse en las **vidas de reyes, emperadores y figuras que hicieron de la historia un drama extraordinario.**

Por **Jonathan Saldaña** / Fotos **Anylú Hinojosa-Peña**



1. *EL CANTO DEL CISNE*
CHARLES SPENCER

A casi tres décadas de la muerte de Diana, su hermano reconstruye su historia: una mirada íntima a la princesa, su familia y el precio de la fama.

2. *RECONCILIACIÓN*
JUAN CARLOS I

El rey emérito rompe el silencio con sus memorias: una mirada en primera persona a su reinado, sus decisiones, sus errores y los secretos de palacio.

3. *CASANOVA*
MATTEO STRUKUL

Giacomo Casanova vuelve a una Venecia decadente en donde la condesa Margarethe von Steinberg le propone seducir a una joven antes de que esta se case.

4. *MAXIMILIANO*
PEDRO J. FERNÁNDEZ

El archiduque que llegó a México para convertirse en emperador protagoniza una historia de ambición, intrigas políticas y un imperio destinado a derrumbarse.

5. *ECOS DE NUEVA ESPAÑA*
ÚRSULA CAMBA LUDLOW

Virreinas, piratas, esclavos y burócratas habitan este recorrido ilustrado por casi 300 años de historia novohispana, lejos de los clichés escolares.

6. *EL DESTINO DE UNA REINA*
ALLISON PATAKI

En plena Revolución francesa, Désirée Clary conoce a Napoleón Bonaparte. Amor, ambición y una mujer que se cruza con el poder.



GRAN CANTINA FILOMENO

Con su aire señorial y su estética clásica, este lugar evoca el encanto de las antiguas casonas de la Roma. Maderas, detalles arquitectónicos y una atmósfera cargada de historia crean el escenario perfecto tanto para una comida como una lectura memorables.

@cantinafilomeno
Plaza Río de Janeiro 54, Roma Nte., Cuauhtémoc, 06700 CDMX

EXPANSIÓN

SUMMIT NORTE

LA EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA

4
NOVIEMBRE

15:00
HORAS

Hotel Safi Metropolitan
Monterrey

Sé parte del encuentro: expansion.mx/summit-norte-2026

ARCACONTINENTAL 100 AÑOS

RAM



GARY ALAZRAKI *y* VIVIAN SADOVICH *en el* 2º FICM

FOTOS ARCHIVO QUIÉN

Morelia, 2004: Gary Alazraki y Vivian Sadovich en el FICM, cuando Gary presentó *Respete las señales*, su cortometraje de 8 minutos con Alberto Cabral y Lucía Ostos. Parte de esa generación de cineastas jóvenes que se abría camino a pura pasión y festival en festival. Cuatro años después, en el 6° FICM, llegaría con *La hora cero*.

Banamex®
Aquí. Para ti. Siempre.

Checo un banco que crezca conmigo.



Descubre Banamex.

Consulta banamex.com

cartier.mx



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

Cartier