

ELLE.MX

ELLE

101
DE LAS
CÉLULAS
MADRE

SEPTIEMBRE 2026

**TUS LENTES,
TU VIBE**

P.104

YOUNG MIKO
FAVOR DE NO MOLESTAR

MÉXICO \$59.00



Consíguelo en el
App Store

DISPONIBLE EN
Google Play

ELLE MX

ELLE

101
DE LAS
CÉLULAS
MADRE

SEPTIEMBRE 2026

**TUS LENTES,
TU VIBE**

P. 104

LÍVIA Y MARÍA
LA BELLEZA DE SER TÚ

MÉXICO \$59.00



Consíguela en el
App Store

DISPONIBLE EN
Google Play

ELLE.MX

E

EDICIÓN ESPECIAL

LE

SEPTIEMBRE 2026

32
PÁGINAS
SOBRE
MEZCLILLA



ELLE.MX

ELLE®

SEPTIEMBRE 2026



AUDEMARS PIGUET

Le Brassus



ROYAL OAK OFFSHORE
CALIBRE 6401 Ø 37mm

AUDEMARS PIGUET

Le Brassus





ROYAL OAK OFFSHORE
CALIBRE 6401 Ø 37mm





louisvuitton.com

LOUIS VUITTON



DOLCE & GABBANA



PHOTOGRAPHED BY STEVEN MEISEL



GUCCI







Dior



PRADA



PRADA
MILANO







BVLGARI

ROMA 1884

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

A man in a black suit is seen from the side, holding a black bag. He is standing next to a large, deep red velvet curtain that fills the left side of the frame. The background is a plain, light-colored wall. The lighting is dramatic, highlighting the texture of the curtain and the man's suit.

FENDI





MARCIANO
by
GUESS

ELLE

septiembre



p.94



p.28



p.126



p.140



portada 1. personaje: young miko. foto: joelle grace. moda: look total bottega veneta. estilismo: jessica gutierrez. producción: hyperion LA para elle México. maquillaje: jonuel nader lópez. uñas: amber studer. pelo: chris alexander. asistente de foto: trace taylor y malcom watts. asistente de moda: hanna ferrer hz. locación: hype studios LA.

portada 2. personaje: maria bottle y livia nunes usando dior beauty. foto: anairam. estilismo: jessica gutierrez. producción: elle México. maquillaje: peter phillips. asistente de digital tech: juan azpiri. asistente de maquillaje: kaori chloe soda. peinado: aldo ek. asistente de peinado: efrén espinoza. uñas: zai vega. realización: valeria baqueiro. asistente de foto: jair franco y victor manuel murillo.

portada 3. personaje: young miko. foto: joelle grace. moda: top y chamarra gucci. anillo, van cleef & arpels. estilismo: jessica gutierrez. producción: hyperion LA para elle México. maquillaje: jonuel nader lópez. uñas: amber studer. pelo: chris alexander. asistente de foto: trace taylor y malcom watts. asistente de moda: hanna ferrer hz. locación: hype studios LA.

18. DIRECTORIO 20. CARTA DE LA EDITORA

TENDENCIAS

- 24. TRENDS
- 26. HAIR TRENDS
- 27. MAKEUP TRENDS
- 28. COMPRAS
- 30. TENTACIÓN
- 32. TENTACIÓN RELOJ
- 34. ACCESORIOS
- 38. ELLA ES ELLE
- 40. TOMA NOTA
- 42. ELLE LOOK
- 44. FASHION FOCUS
Club de cuatro ojos,
but make it cool
- 46. SIN CULPA
- 47. APUESTA
- 48. X-RAY
- 50. ELLE CV
- 52. SUSTENTABILIDAD
- 54. NEWS

STORIES

- 58. SOCIETY
Cómo sobrevivir al Retorno de Saturno
- 60. FACE TO FACE
- 62. ACTUELLE
- 64. REPORT
- 68. PERSONAJES
El elenco que añoramos, regresa

MODA

- 76. COVER STORY
¿Listo para enamorarte de Young Miko?
- 86. PIEDRAS EN CORO
- 94. LAS COLINAS
- 104. CATCH YOUR MATCH

BELLEZA

- 116. PERFECT IS BORING
María Bottle y Livia Nunes sobre la
belleza
- 126. BLOOMING
- 134. WELLNESS
- 136. INSIDER
- 138. REPORT
- 140. TENTACIÓN
Sabiduría ancestral para tu carita
- 141. WHAT'S HOT
Los hero products de D&G
- 142. FAEC O FACE
- 144. EDITORS PICKS
- 145. BEAUTY EXPERT
- 146. SIN CULPA

ESTILO

- 150. AGENDA
Los conciertos
imperdibles del mes
- 154. DESTINO
- 158. HOTELES
- 160. GOURMET
Mariscos con propuesta en la CDMX



LIVERPOOL
INSURGENTES, POLANCO, PERISUR,
SANTA FE, ZAPOPAN, MÍTIKAH

MARELLA

ELLE

EDITORIA GENERAL

CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

Editora Adjunta
TAMARA SANTILLÁN
tamara.santillan@grupoexpansion.com

Editora de Arte
DANIELA FONSECA
dfonseca@grupoexpansion.com

Editor Web
JORDI LINARES
jordi.linares@grupoexpansion.com

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

Editora de Belleza
VALERIA BAQUEIRO
mbaqueiro@grupoexpansion.com

Diseñadores
DANIELA FERES
MARIO MARREROS
SAMANTHA M. GONZÁLEZ

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

Coeditor Digital
ULISES GARCÍA

Coeditora de Moda
NATALIA SÁNCHEZ

Asistente de Moda y Belleza
ALEJANDRA RAMOS

Diseñadora Digital
REGINA SAGA

Coordinador de Foto
ALONSO DÍAZ

Community Manager
CARLA FORTES

Coordinadora de Moda
BERENICE BUENDÍA

Corrección de Estilo
DANIELA ESPAÑA

Colaboradores

LILIANA LÓPEZ, ICKA GALLEGÓ, SANTIAGO VILLASEÑOR, LAURA SANDOVAL

DIRECTOR GLOBAL CORPORATIVO DE VENTAS

ROBERTO CABALLERO
roberto.caballero@grupoexpansion.com

DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO NACIONAL

ALEJANDRO LEAL
aleal@grupoexpansion.com

DIRECTORES DE VENTAS NACIONALES

ABRAHAM MEZA
abraham.meza@grupoexpansion.com

CLAUDIO DELGADO
cdelgado@grupoexpansion.com

ELIZABETH DE GARAY
elizabeth.degaray@grupoexpansion.com

ÓSCAR ROSAS
orosas@grupoexpansion.com

DIRECTORA COMERCIAL RI

CARLA FONT
cfont@grupoexpansion.com

DIRECTOR DE ESTRATEGIA

MULTIPLATAFORMA
CRISTHIAN DEL ÁNGEL
crishian.delangel@grupoexpansion.com

HEAD DE ESTRATEGIA

MULTIPLATAFORMA
JOSÉ FERNANDO BARCENAS GAZCA
fernando.barcenas@grupoexpansion.com

GERENTE DE ESTRATEGIA

MULTIPLATAFORMA
MARIA JOSÉ LÓPEZ PIÑA
maria.lopez@grupoexpansion.com

LÍDERES DE ESTRATEGIA

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

DIRECTOR COMERCIAL REGIONAL

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

DIRECTOR DE GROWTH

ANDRÉS TOMASSI
atommasi@grupoexpansion.com

HEAD DE MARKETING SERVICES

ITALO CORONA
italo.corona@grupoexpansion.com

DIRECTORA EDITORIAL, MARKETING Y BRANDED CONTENT

CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

BRAND MANAGER

PAMELA GARCÍA
pamela.garcia@grupoexpansion.com

LÍDER DE MARCA

JORGE FARAH

HEAD DE EVENTOS Y PR

FERNANDA CABRERA

LÍDERES DE EVENTOS

SAMANTHA ARELLANO
ANA KAREN BARÓN

PRODUCTORAS DE EVENTOS

ANA MENÉNDEZ
MARÍA JOSÉ MIRANDA

HEAD DE OPERACIONES

EXPANSIÓN STUDIOS
JANETH CORREA

HEAD CREATIVO EXPANSIÓN STUDIOS

IGNACIO AMAYA

EDITORA EXPANSIÓN STUDIOS

PAULINA CASTELLANOS
pcastellanos@grupoexpansion.com

GENERADORES DE CONTENIDO

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

DIRECTORA DE CUENTAS

JACQUELINE FACIO

PROJECT MANAGERS

ALEJANDRA JIMÉNEZ
FERNANDO CORTÉS
MONTSERRAT REYES
SHANTAL ELIZABETH GÓMEZ
ANA HERNÁNDEZ

DISEÑADORAS

PAMELA JARQUIN
ROSALBA MACÍAS

EQUIPO DE VIDEO

COORDINADORA DE VIDEO
MARIANA MARTÍNEZ

COORDINADOR POSTPRODUCCIÓN

CHRISTIAN JAVIER CASTILLO PARALIZÁBAL

EQUIPO DE VIDEO

ABEL GONZÁLEZ
ALBERTO NOLASCO
ANABEL SARAHÍ MARTÍNEZ
ANDREA ESTRADA
DANIEL OSVALDO ESCUTIA
GUSTAVO RODRÍGUEZ
JAVIER SÁNCHEZ
JONATHAN VÁZQUEZ
MARÍA FERNANDA LÓPEZ
RICARDO RAMÍREZ

COORDINADORA DE

ESTUDIO DE FOTO
ALEJANDRINA LIRA

FOTÓGRAFA

ESTUDIO DE FOTO
ANYLÚ HINOJOSA

COORDINADORA

ADMINISTRATIVA
YRAZEMA ALMANZA
yalmanza@grupoexpansion.com

ACCOUNT MANAGER

MARTHA SOTO

DIRECTOR DE OPERACIONES

FERNANDO CEBALLOS
fernando.ceballos@grupoexpansion.com

DISTRIBUCIÓN

ALBERTO PALACIOS
apalacios@grupoexpansion.com

GERENTE DE TRÁFICO

ANA MARÍA GALINDO

COORDINADOR

DE PRODUCCIÓN
EDGAR MORA

PRODUCCIÓN

ULISES ALARCÓN

COORDINADOR

PRODUCCIÓN DIGITAL
JAVIER JASSO

POSPRODUCCIÓN DIGITAL

DIANA AGUILAR
JESÚS GONZÁLEZ

CONTACTOS EN VENTAS

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

INTERNATIONAL SALES

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



SUSCRIPCIONES Y SERVICIO AL CLIENTE

(55) 9177 4342
servicioalcliente@grupoexpansion.com

TRADEMARK NOTICE

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

ELLE
INTERNATIONAL

A division of: **lagardere**

CEO
CONSTANCE BENQUE

CEO ELLE International Licenses
FRANÇOIS CORUZZI

Chief Content Officer/
International Director of ELLE
VALERIA BESSOLO LLOPÍZ

Deputy Editorial Director
VIRGINIE DOLATA

Fashion Director
ALEXANDRA BERNARD

Creative Director
IRIS ROMBOUTS

Editorial & Syndication
Coordinator
FAUSTINE JOIRIS DE CAUSSIN

Copyrights Manager
KENZA ALLAL

Digital & Database Manager
CECILE VASSEUR MORIN

MARKETING DIRECTOR
MORGANE ROHÉE

INTERNATIONAL ADVERTISING:
LAGARDERE GLOBAL ADVERTISING

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



VICEPRESIDENTE DE RELACIONES
INSTITUCIONALES
LEONARDO VALLE

PRESIDENTE DE GRUPO EXPANSIÓN
EDGAR FARAH

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

PRESIDENTE DEL
COMITÉ EDITORIAL
JOSE ALBERTO BALBUENA

PUBLISHING / MOBILITY / OUT OF HOME

ELLE® es una revista mensual de moda y cultura de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V., bajo licencia de Hachette Filipacchi Presse, S.A. Septiembre 2026. Editora Responsable: Claudia Cándano de la Peza. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-101413222700-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 17512. Domicilio de la Publicación: Hegel 111, Piso 1, Colonia Polanco Chapultepec, C.P. 11560, Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. Imprenta: Reproducciones Fotomecánicas S.A. DE C.V., con domicilio en: Durazno 1, Las Perlas, Xochimilco, C.P. 16010, Ciudad de México. Distribución por: Expansión, S.A. de C.V. con domicilio en: Constituyentes 956, Lomas Altas, alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11950, Ciudad de México y Atlas Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicada en: Corona No.23 Interior 1, colonia Carveceros Modelo, Naucalpan de Juárez, Estado de México, C.P.53330. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este ejemplar sin la previa autorización de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Las opiniones y puntos de vista de las colaboraciones publicadas en esta revista no necesariamente reflejan la opinión de ELLE® y quedan bajo la estricta responsabilidad de los autores. Todos los derechos reservados © 2026 Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Consulta el aviso de privacidad de datos en la siguiente dirección: <https://elle.mx/aviso-de-privacidad>. Registro postal: PP09-1013.



MONTBLANC

Let's Write

septiembre 2026

carta editorial Siento que el verano en México estuvo *hot*. No solo por lo que nos hizo sentir el Mundial: el furor por la Selección al ganar cuatro partidos seguidos, vivir la transmisión de la inauguración, el fin de semana del “¿y si sí?”, ver a Jude Bellingham correr en nuestras canchas e intercambiar *jerseys* con Morita (le perdonamos los goles), y que la cuenta de IG @miseleccionmx se hizo viral...



También fue increíble ver a Harry Styles correr por Reforma, comiendotacos y regalando churros de El Moro para agradecernos la cálida bienvenida (¿cuántos de ustedes manifestaron que se lo iban a encontrar?). Eso, sin mencionar que le llovió en cada uno de sus conciertos y, aunque hasta se cayó, lo hizo con gracia y mucho estilo. No se olviden que nos dijo en varias ocasiones “los amo con todo mi corazón” (*gasp*). Pero si eso no fuera suficiente, también vino Rosalía, se vistió con ropa de diseñadores mexicanos dándoles visibilidad en las calles y hasta en sus conciertos. Se siente bonito, ¿no? Es increíble ver que los cantantes que tanta felicidad nos dan, sientan la misma alegría de visitar nuestro país, de sentarse a comer un taco, de usar piezas de nuestros creadores y apreciar la calidez que tenemos los mexicanos. Ahora le toca a Young Miko (nuestra portada de este mes) venir a cantarnos y a dejarnos descubrir su nuevo disco *No Molestar*. Esta es la segunda vez que la tenemos en ELLE México, y desde entonces, su evolución como artista es impresionante, pero su cercanía y buena onda siguen intactas (por aquí varixs se enamoraron de ella). Esta edición no solo se trata de festejar a México, sino a Latinoamérica, por eso tenemos otra portada más: una dedicada a la belleza con María Bottle y Livia Nunes, cada una con su propio estilo, cada una con su historia, y cada una con una visión muy particular de lo qué significa la belleza hoy en día.

Me emociona que lean este número de principio a fin para que se emocionen y nos comenten en redes qué les pareció. Yo lo disfrute mucho mientras lo revisaba y en algún momento pensé: ¡qué buena revista hicimos este mes! (me pasa seguido, ¿eh?). Gracias por leernos. ¡Diviértanse!

FOTO: JOSEFRA

CLAUDIA CÁNDANO
@candanocla #editoraentenis

BIMBA Y LOLA



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

LUNES A VIERNES 9 AM

**POLÍ
TICA**
Y OTROS DATOS

JUEVES 6 AM

**CUENTAME DE
ECONOMÍA**

LUNES 7 AM

**NUEVOS VIDEOS
TODOS LOS DÍAS**

PODCASTS | NOTICIAS | POLÍTICA

SUSCRIBETE EN  YouTube

EXPANSION

@ExpansionVideo

ELLE

GÓTICO
ROMÁNTICO
RENOVADO
(P.25)

36. BOTAS PARA
EL CUADRILÁTERO

44. LENTES DE
OFICINISTA:
EL ACCESORIO
MÁS INTELECTUAL

TENDENCIAS

23

HOT
HOT

NICCOLO PASQUALETTI

ORDEN PARA LLEVAR

El otoño se pinta de plateado, en específico del efecto de papel *foil*. Para rockear esta tendencia, tienes que lograr el efecto aluminio; puedes elegir un look total que robe miradas o puedes concentrarlo en una sola prenda. Asegúrate que destaque y dale más poder con ayuda de accesorios en el resto de tu outfit.



MUGLER



CELINE

1. Top, **DIESEL**, C.C. Mirkah; * 2. Bolsa, **MAISON MARGIELA**, El Palacio de Hierro Polanco; * 3. Falda, **STAUD**, \$9,060, shopstyle.com; 4. Lentes, **ACNE STUDIOS**, USD\$40, lyst.com; 5. Brazaletes, **UNODE50**, El Palacio de Hierro Santa Fe; * 6. Zapatos, **STUDIO AMELIA**, \$9,764, farfetch.com.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT/DIESEL.COM/
PARFET.COM/SHOPSTYLE.COM/DIST.COM/COURTESIA UNODE50/
*PRECIO EN PUNTO DE VENTA



Cartier









Cartier



1.



2.



3.



ENCAJE Y SOMBRAS

Esta tendencia está emocionalmente cargada: el anhelo por el romance y la quinta ola del feminismo (centrada en la hiperfeminidad y sus narrativas) se unen en una misma dirección estética. Todo gira en torno al *girlhood*, un universo femenino que en 2026 encuentra su expresión más poderosa en referencias como *Bridgerton* y *Cumbres Borrascosas*; historias de amor oscuro y rabia contenida. Lo gótico no contradice lo femenino, lo profundiza. Encajes, bordados que evocan misterio sin perder su delicadeza y siluetas que rescatan detalles *coquette*.

4.



5.



6.



ANNE SOFIE MADSEN



PRADA



ANN DEMEULEMEESTER

1. Balsa, **TOUS**, \$3,500, C.C. Santa Fe. 2. Botas, **BY FAR**, \$17,133, farfetch.com. 3. Corset, **DOLCE&GABBANA**, Masaryk 450, Polanco*. 4. Falda, **GANNI**, \$21,983, cettire.com. 5. Collar, **SHUSHU/TONG**, ssense.com. 6. Chamarra, **RICK OWENS**, mytheresa.com.*



1.

EL ESTILIZADO LO ES TODO

Si tu bob no se acomoda naturalmente, utiliza un cepillo redondo para secar y dar volumen en la parte de atrás. Las puntas puedes peinarlas hacia adentro con una plancha o usarla para crear ondas sutiles.



AKRIS



4.



LILLY COLLINS



SHIATZY CHEN

2.



3.



MANTENLO LIGERO

Utiliza productos de estilizado que hidraten, den cuerpo y textura sin aportar peso. No olvides darle amor a las puntas y al cuero cabelludo con un tratamiento intensivo de vez en cuando.

5.



BOB graduado

LA SOLUCIÓN AL PELO PLANO

Cualquiera puede rockear este look, pero es especialmente favorecedor para quienes tienen pelo lacio, un poco ondulado o fino, ya que añade volumen, estructura y evita que se vea aplastado.

El bob clásico termina su reinado como el favorito de la temporada y se gradúa para dar paso a una nueva silueta. Aprovecha que tu pelo está creciendo para probar este estilo que se caracteriza por su corte asimétrico, donde la parte de atrás es más corta y se va alargando hacia el frente. Llévalo en su versión más cool, a la mitad del cuello con un graduado muy sutil y experimenta con el estilizado.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / PRODUCTOS: ULTA.COM/MX / ELPALACIODEHIERRO.COM / KOKORO.MX / ULTA.COM/MX / GUERLAIN.COM

1. Cepillo térmico Ceramiclon Speed XL, **OLIVIA GARDEN**, \$710, Ulta Beauty C.C. Antara. 2. Alaciadora Thermocare 51 W, **ROWENTA**, \$3,499, elpalaciodehierro.com. 3. Miracle Leave-In Lite, **IT'S A 10**, \$530, kokoro.mx. 4. Volume Spray, **VERB**, \$560, ulta.com.mx. 5. Abeille Royale Hair & Scalp Youth Oil-In-Serum, **GUERLAIN**, \$3,550, sephora.com.mx.

BRILLO del futuro

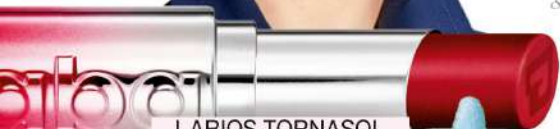
Entre el aniversario de *Hannah Montana*, el final de *Euphoria* y la eterna nostalgia por los años 90, el regreso del brillo revela que los toques metálicos ya no se reservan para iluminar puntos estratégicos. En pasarelas como Diesel y Chanel, los *beauty looks* apostaron por acabados en tonos bronce, plata y champán, que reflejaron la luz, y se fundían con la piel. Párpados, labios, uñas y cuerpo se cubren de *glitter* refinado y retrofuturista, como en una versión de Studio 54 del futuro.



LLÉVALO A LA PIEL

La tendencia metálica llega al cuerpo con un acabado de segunda piel. Aplica un iluminador con partículas finas, como este de Too Faced, para resaltar tus pómulos, hombros, piernas y escote. Exfolia e hidrata la zona para que los pigmentos se fundan de forma natural y potencien su brillo.

KRONTHALER WESTWOOD



LABIOS TORNASOL

Cambia tu gloss transparente por uno con reflejos metálicos e iridiscuentes en tonos morado, naranja o azul. Aplícalo en poca cantidad para conseguir un brillo multidimensional que cobre vida bajo la luz del sol.

1.

2.

3.



4.



DIESEL



5.



KRONTHALER WESTWOOD



PÁRPADOS FUTURISTAS

Olvídate del *glitter* pesado. Después del *primer*, aplica una sombra metálica en el centro del párpado y difumina hacia los bordes con una brocha o tu dedo. La clave está en escoger fórmulas líquidas o en crema para un acabado tipo *foil*.



CFCL

1. Famous Lipcolor Metallic, **RABANNE**, \$760, Liverpool C.C. Santa Fe. 2. Gloss Lust Lip, **PAT McGRATH LABS**, \$890, Palacio de Hierro Satellite. 3. Disco Crush Eyeshadow, **TOO FACED**, \$650, sephora.com.mx. 4. Sombra líquida Holographic Eye Paint, **ABOUT FACE**, \$520, ulta.com.mx. 5. Esmalte para uñas 15 ml en tono Diamante Negro, **BISSU**, \$48, amazon.com.mx.

CÓDIGO *de etiqueta*

La temporada pasada, Matthieu Blazy, director creativo de Chanel, colaboró con Charvet (marca que confecciona camisas desde 1838, vistió a la propia Coco Chanel y que ahora es propiedad de la casa) para crear la camisa tuxedo definitiva. Desde entonces, su pechera de piqué, diseñada originalmente para mantener el pecho liso y blanco bajo el esmoquin, no ha abandonado las pasarelas. Para llevarla, no hace falta más que una pieza inferior negra; la camisa hace el resto.



1. DOLCE&GABBANA, \$20,000, Masaryk 450. 2. VICTORIA BECKHAM, mytheresa.com.* 3. COS, USD130, C.C. Antara. 4. TOM FORD, \$27,038, farfetch.com. 5. POLO RALPH LAUREN, El Palacio de Hierro.*

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / CHAVASTUDIO.COM / DOLCE&GABBANA.COM / MYTCHERESA.COM / COS.COM / FARFETCH.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA

#ELLECONSEJO

En México, Chava Studio (General Francisco Ramírez 24, CDMX) te permite hacer una camisa a tu medida: elige tela, cuello y puños como en Charvet.

SABOR *barrilito*

¡Estamos obsesionados con esta silueta! Los jeans de barril, como lo dice el nombre, crean una figura ligeramente redondeada a los lados, que los hace extra cómodos. No tengas miedo, este volumen se usa a tu favor; te recomendamos ser fiel a tu talla para no perder la silueta del pantalón. Combínalos con *stiletos* y accesorios elevados para un look más formal, u opta por tu ballerina favorita y tu *tank top* de confianza para el día día.



FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / MYTHERESA.COM / BERSHKA.COM / DESIGUAL.COM / MASSIMO DUTTI.COM / FARFETCH.COM.

1. LOEWE, USD747, mytheresa.com. 2. BERSHKA, \$699, C.C. Reforma 222. 3. DESIGUAL, \$3,990, C.C. Antara Polanco. 4. MASSIMO DUTTI, \$1,995, C.C. Paseo Interlomas. 5. BLUMARINE, \$14,031, farfetch.com.

#ELLECONSEJO

Para este modelo es importante cuidar el largo y que no arrastre para que conserve su forma rígida.

Suerte en rosa

MAGIC ALHAMBRA

Van Cleef & Arpels reinterpreta constantemente su trébol de la suerte creado en 1968, y en esta ocasión, con un giro muy *pop*. El motivo está desarrollado en los talleres de Ginebra, con un esmalte translúcido que, como un vitral, cambia cuando la luz lo atraviesa, revelando tonalidades desde un rosa chicle, hasta un vino profundo. Para combinarlos y resaltarlos, agrega a tu *stack* los Pendientes Vintage Alhambra en Nácar del mismo universo. Y recuerda, Elle Woods tenía razón cuando dijo que el rosa nunca es ingenuo.

#¿DÓOONDE?
C.C. Artz Pedregal.*



Pomellato

ICONICA COLLECTION

MILANO 1967

POMELLATO.COM

#timeless



¿SABÍAS QUE...?
Está fabricado en Suiza y cuenta con un movimiento de manufactura Hermès H1912.

por JESSICA GUTIÉRREZ

El tono naranja Hermès es uno de los tonos más reconocidos en la industria, y en esta ocasión llega en el reloj Cape Cod de la mano de la *maison* francesa. Una pieza que, además de ser un ícono, está en tendencia esta temporada. Tiene una vibra dosmilera que lo hace un gran *asset* para los looks favoritos de la Gen Z. Reúne lo mejor de los dos mundos: es práctico y es un objeto del deseo para todas las mujeres contemporáneas. La caja de 41 mm de titanio cuenta con la tecnología de Super-LumiNova®, que ayuda a la lectura de la hora en la oscuridad. Es básicamente el accesorio perfecto para las *trendsetters* como Addison Rae o Devon Lee Carlson. Ellas lo usarían con capris y plataformas de segunda mano, así como con unos lentes oscuros para evitar a los paparazzis. ¿Tú como lo usarías?

ELLElook

#OOTD



1. Bolsa, **HERMÈS**, precio en punto de venta. * 2. Chaleco, **SERGÉ BASICS**, \$1,750, Prado Norte 547, Lomas. 3. Zapatos, **FERRAGAMO PRE-OWNED**, \$9,961, farfetch.com. 4. Capris, **MIAOU**, \$3,000, miaou.com. 5. Lentes, **SAINT LAURENT**, amevista.com.*

EL BOLSO QUE VA CONTIGO

Le Cadence, la nueva línea de bolsos de Longchamp, es todo lo que necesitas para sobrevivir a cualquier plan o exigencia de la temporada. Así de fácil.

Elegir el bolso adecuado es un arte sutil. Al armar un look, es muy fácil caer en la idea de que cualquier opción o un diseño meramente práctico bastarán; sin embargo, al momento de dar el toque final ante el espejo, descubrir el complemento perfecto puede transformar por completo nuestra forma de vestir y proyectarnos.

Existen diseños maravillosos pensados para acompañarte en momentos precisos, así como propuestas que sin importar el mood o la diversidad de compromisos en tu agenda parecen hechos a la medida. A este universo pertenece Le Cadence, la línea de bolsos de Longchamp que entiende que hoy más que nunca la versatilidad de un bolso es indispensable para adaptarse con gracia al ritmo de todos tus días.

Confeccionado en cuero de grano y sin forro, este modelo invita a apreciar la autenticidad y nobleza del material, dando como resultado una pieza flexible, suave y de acabado naturalmente aterciopelado. Precisamente por eso la obsesión: por su versatilidad que entiende el ritmo de la vida contemporánea con ese toque sofisticado que tanto buscas.

Disponible en una refinada paleta de tonos atemporales, Le Cadence reinterpreta la clásica solapa y los broches dorados que distinguen a la firma mediante una propuesta mucho más artesanal y elegante, reflejo del savoir-faire de la Maison. Su caída fluida acentúa la silueta tipo bucket, al mismo tiempo que ofrece un interior amplio para mantener tu look siempre on code.

Como complemento a su versatilidad natural, ambas versiones cuentan con una correa ajustable que

permite llevar el bolso en la mano, en el brazo o al hombro. Ya sea para ir a la oficina, al club de lectura con tus amigos o simplemente recorrer la ciudad, con Le Cadence nunca más habrá duda de qué bolso llevar.

“LE CADENCE ES UN BOLSO CON UN ENCANTO NATURAL [...] SIEMPRE ENCUENTRA SU LUGAR, SIN IMPORTAR LA OCASIÓN.”

—**Sophie Delafontaine**,
directora creativa de Longchamp.





1.



2.



3.



GIVENCHY



4.



5.

TOCA MADERA

Aunque tradicionalmente pensamos la joyería en metales y pedrería, este mes la imaginamos desde una mirada orgánica, cálida y elemental con un material estrella: la madera. Esta técnica forma parte de una ola que abraza las imperfecciones de los materiales naturales y el carácter único de las piezas hechas a mano. Sin importar si son aretes, brazaletes o collares, puedes elegir entre tonalidades claras, como el pino, o más oscuras, como el nogal o la caoba, y experimentar con distintos acabados y barnices. Lléalas con textiles naturales para un look relajado con toques bohemios.

1. HUNTING SEASON, \$6,130, hunting-season.com. 2. 8 OTHER REASONS, \$4,352, revolve.com. 3. ISABEL MARANT, \$3,286, mytheresa.com. 4. CULT GAIA, \$6,129, farfetch.com. 5. UNCOMMON MATTERS, \$5,902, revolve.com.



KIKO KOSTADINOV

LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / HUNTING-SEASON.COM / REVOLVE.COM / MYTHERESA.COM / FARFETCH.COM

· Λ · V · Y · N · Λ ·



RECONSTRUYE TU CABELLO



BÚSCANOS EN TU SALÓN DE BELLEZA FAVORITO.

Fluida laluronico
100 ml e 3.38 fl. oz.



KNOCK OUT!

La bota de boxeador lleva décadas en el *ring* y es hora de que entre a tu clóset. La historia que ya conocemos: una silueta diseñada para el deporte que los diseñadores terminan adoptando, transformando y convirtiendo en un básico. Puedes llevarlas hasta media pierna o al tobillo; la altura cambia por completo la percepción del look. Además, funcionan igual con un vestido y con jeans, lo que las convierte en una de las apuestas más versátiles del año. Hay opciones extra como las de Onitsuka y otras minimalistas como las de Ann Demeulemeester. Nuestro consejo: estíllazalas con calcetas de color aún más altas que la bota.



1. STELLA MCCARTNEY, \$9,800, El Palacio de Hierro. 2. ZARA, \$1,799, C.C. Santa Fe. 3. MIISTA, miista.com. * 4. ANN DEMEULEMEESTER, \$21,376, farfetch.com.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / EL PALACIO DE HIERRO.COM / ZARACOM / MIISTA.COM / FARFETCH.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

CALIFORNIA CLOSETS®

californiaclosets.mx

CONOCE MÁS



Espacios que se viven

CDMX · GDL · MTY · QRO · PUE

GABRIELLE RICHARDSON

por NATALIA SÁNCHEZ



@fridacashflow

modelo, artista y activista

Es mejor conocida como Frida Cashflow en Instagram. Para ella, la moda, el arte y el activismo nunca fueron caminos alternos. Su carrera transita con naturalidad entre el modelaje, los proyectos comunitarios y la creación artística, y se ha construido precisamente desde ese cruce de caminos utilizando la imagen no sólo como un ejercicio estético sino como una herramienta de representación y conversación. En una industria donde la visibilidad sigue siendo desigual, entiende cada campaña, editorial o aparición pública como una oportunidad para ampliar las narrativas alrededor de la identidad, el género y la diversidad; uno de los principales motivos del por qué la amamos como nuestro *Ella es Elle*. Aunque su base es en Nueva York (se nota en su estilo alt-neoyorkino), al mismo tiempo tiene acentos del Caribe, creando looks que representan una mirada profundamente personal sobre la belleza, la comunidad y la pertenencia. Su trabajo frente a la cámara la ha llevado a colaborar con firmas como Prada y Marc Jacobs, aunque algunos de sus proyectos más significativos nacen fuera del sistema tradicional de la moda, desde iniciativas como *Ward Gallery* y *Brown Girl Butterfly Project*, enfocadas en crear espacios de representación, cuidado colectivo y diálogo entre comunidades creativas. Uno de sus sellos personales son sus anillos, nunca se le olvidan antes de salir de casa. Romántica, femenina y siempre en movimiento, Frida define el momento que atraviesa con una sola palabra: renacimiento. ★ FIN



ESCALAS Y ARPEGIOS

Tiene un inesperado gusto por el arpa, instrumento que estudia entre shootings, clases de danza y visitas a galerías de arte.



**“EL ACTIVISMO, EL
ARTE Y LA MODA SON,
POR NATURALEZA,
HERRAMIENTAS POLÍTICAS”.**



DIOS, ¿TE PEDÍ UNA CENA, NO UN MANJAR!

ILUSTRACIONES **LILIAN HUERTA MARTÍNEZ**
@FLORDELIRIO.ILUSTRA

TACOS DORADOS

ECHALE CREMA A LOS TACOS

1. Lentes, **PRADA**, \$11,769, Sunglass Hut Polanco. 2. Collar, **DRIES VAN NOTEN**, USD905, ssense.com. 3. Blusa, **PARFOIS**, \$899, C.C. Galerías, Metepec. 4. Shorts, **MASSIMO DUTTI**, \$1,900, C.C. Parque Delta. 5. Anillo, **SUAREZ**, C.C. Perisur.* 6. Zapatos, **MAISON MARGIELA**, \$25,500, El Palacio de Hierro Polanco. 7. Reloj, **JAEGER-LECOULTRE**, El Palacio de Hierro Polanco.*



PANZA LLENA, CORAZÓN CONTENTO

El realismo mágico mexicano se cuele en cada área de nuestra vida, desde cómo la observamos hasta cómo la vivimos. Uno de los territorios donde más permea es en la comida. Por ejemplo, si la salsa pica, ¿es porque la persona que la hizo estaba enojada? Bajo esta idea están inspirados los looks este mes, en algo tan nuestro e importante como la gastronomía. Si tuvimos cuatro celebraciones en el Ángel en junio (como si fuera 15 de septiembre), ¿por qué no comer un platillo mexicano cada día de este mes patrio y usarlo para inspirar tu outfit? No importa si disfrutas estos antojitos con amigos o vas por ellos a casa de tu abuela, siempre lo podrás hacer luciendo cómoda, elegante y con detalles coloridos que ayuden a moverte entre compromisos con sutileza.



POZOLE

DE CHILE, MOLE Y POZOLE

1. Blazer, **SCALPERS**, \$4,490, C.C. Santa Fe. 2. Aretes, **DESIGUAL**, \$3,690, C.C. Santa Fe. 3. Pinza, **CELINE**, \$9,900, celine.com. 4. Body, **SKIMS**, \$1,599, C.C. Artz Pedregal. 5. Pantalones, **TOTEME**, \$12,851, farfetch.com. 6. Bolsa, **WEEKEND MAX MARA**, C.C. Santa Fe. * 6. Zapatos, **ADOLFO DOMINGUEZ**, \$5,090, C.C. Oasis Coyoacán.



TORTA DE COCHINITA

A FALTA DE PAN, BUENAS SON TORTAS

1. Aretes, **PETIT MOMENTS**, \$908.02, revolve.com. 2. Suéter, **NUDE PROJECT**, \$2,899, nude-project.com. 3. Pantalones, **LEVI'S**, \$3,718, C.C. Parque Delta. 4. Cinturón, **VALENTINO GARAVANI**, USD1,370, ssense.com. 5. Bolsa, **ZARA**, \$899, C.C. Santa Fe. 6. Botas, **BALA DI GALA**, \$2,995, baladigala.com.mx.

Otoño ligero

PRADA FW26

Estrenamos temporada con otra entrega de la dupla ganadora: Miuccia Prada y Raf Simons. Estos nombres solo representan lujo y elegancia balanceados entre herencia y vanguardia. Para su colección de Prada otoño-invierno 26 reafirman su obsesión por la construcción del *layering*, con un juego visual entre texturas y color, capa sobre capa. El look es ideal para la transición estacional, integrando prendas en fibras más pesadas sin perder la ligereza de tu imagen y terminar con esa bolsa Aimée que queremos usar ¡todos los días!

#¿DÓOONDE?
C.C. Artz Pedregal.*



UNA CASA CON MUCHO GLOW

Visitamos The Glow House, la experiencia interactiva de Galderma, en la que aprendimos todo sobre Skin Quality, una manera de entender la belleza de nuestra piel desde el bienestar y la autenticidad.

Todos lo queremos y ahora lo sabemos: cuando nos hacemos un procedimiento cosmético, nos maquillamos o simplemente buscamos darle ese glow a nuestro rostro con skincare y otros tratamientos, más que transformarlo por completo, queremos potenciar nuestra belleza natural sin dejar de sentirnos nosotros ni alterar el ritmo natural de nuestra piel.

Esta tendencia, más que un deseo compartido entre nosotros los beauty junkies, refleja una nueva manera de concebir la medicina estética a partir de factores como la hidratación, firmeza, elasticidad, luminosidad y la textura de la piel. Y ya tiene nombre y apellido: Skin Quality.

Bajo la premisa de acercar a las nuevas generaciones de amantes de la belleza a la medicina estética y a innovaciones como esta, nació The Glow House de Galderma Aesthetics: una casa interactiva en la que expertos y entusiastas del mundo beauty se reunieron para conocer de cerca este concepto e iniciar una conversación sobre ciencia de la piel, bienestar y cuidado personal.

Durante el encuentro, Galderma también presentó a la actriz mexicana Altaír Jarabo como nueva embajadora de Sculptra® (Bioestimulador de Colágeno), además de contar con la presencia de la Dra. Marisol Góngora y otros especialistas, quienes abrieron un espacio de diálogo para acercar a la comunidad general a un concepto que, si bien ya era conocido por dermatólogos y profesionales de la salud, comienza ahora a formar parte de la conversación sobre belleza y cuidado de la piel.



“CUIDARNOS NO SIGNIFICA CAMBIAR QUIÉNES SOMOS, SINO CONOCER NUESTRA PIEL, ESCUCHAR SUS NECESIDADES Y TOMAR DECISIONES QUE NOS HAGAN SENTIR BIEN”

**Altaír Jarabo
y la Dra. Marisol Góngora,**
durante el encuentro.



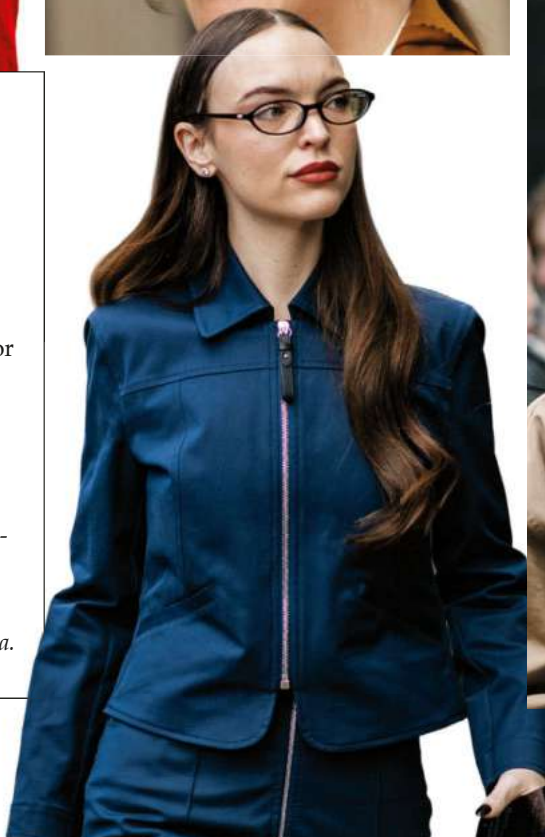


FASHION FOCUS: *club cuatro ojos*



SER EL CRUSH DE TODA LA OFICINA
ES UN TRABAJO DE TIEMPO COMPLETO

Sobrevivir ocho horas diarias de vida corporativa reside, quizá, en romantizarla al máximo. Los lentes de oficinista son un accesorio inesperado que querrás llevar aunque tengas vista de águila, tanto en una junta como para ir por unos *drinks* después de las 6 de la tarde. Puedes elegir entre siluetas rectangulares, *cat-eye* o aviator y combinarlas con armazones metálicos delgados o de pasta ligeramente gruesos que equilibra intelectualidad y *edginess*. Completa el look con una camisa de corte *slim* noventera, una falda midi y un chongo relamido, como Gisele Bündchen en *The Devil Wears Prada*.



PREMIOS MEXBEST

PRESENTADO POR



SEDE

MAZATLÁN

UN MAR DE HISTORIAS

OCTUBRE 2026

mex-best.mx / [@mexbest.mx](https://twitter.com/mexbest.mx)



TEQUILA
1800

Viajes Palacio

iViva
AGUASCALIENTES!
MÉXICO

JUNTA A LAS 10 AM

Londres Otoño Invierno 26



look 1

1. Aretes, **CHABACANO**, \$199, chabacano.mx. 2. Camisa, **LEFTIES**, \$429, lefties.com. 3. Pantalón, **H&M**, \$449, C.C. Santa Fe. 4. Corbata, **SCAPPINO**, \$890, El Palacio de Hierro Perisur. 5. Blazer, **H&M**, \$999, C.C. Santa Fe. 6. Bolsa, **TOMMY HILFINGER**, \$1,999, C.C. Liverpool Insurgentes. 7. Botas, **BERSHKA**, \$1,999, C.C. Reforma 222.

\$6,964



look 2

1. Bolsa, **LONGCHAMP**, \$3,319, C.C. Antara Polanco. 2. Lentes, **TODOMODA**, \$150, C.C. Parque Lindavista. 3. Suéter, **H&M**, \$849, C.C. Perisur. 4. Top, **MANGO**, \$1,599, C.C. Oasis Coyoacán. 5. Pantalón, **MANGO**, \$1,599, C.C. Parque Delta. 6. Sandalias, **MASSIMO DUTTI**, \$2,795, C.C. Paseo Interlomas. 7. Reloj, **SHASA**, \$249, C.C. Metrópoli Patriotismo.

\$10,560

#ELLECONSEJO

Olvidate de ir aburrida a la oficina. Anímate a llevar sets de sastrería que se salgan de lo común, usar colores llamativos o estampados. Eleva aún más tu imagen con los accesorios adecuados: lentes de sol, corbatas y cinturones. Para cerrar, sorprende con tu calzado: unas botas vaqueras o unas sandalias pueden ser la opción; deja que el clima decida.

#ellepick



KMY

por BERENICE BUENDÍA

TEXTURAS COLECCIONABLES

Los pájaros pergoleros de Australia ofrendan objetos que recolectan para atraer a las hembras. Así funciona también el proceso de Camila Said, creadora de KMY. Lo que a simple vista parece ser una marca de cinturones, en realidad son cápsulas que concentran texturas, fragmentos y objetos que en algún momento llamaron su atención y que archivó como recuerdo. La marca cobró forma cuando su mamá le regaló unas hebillas de resina, despertando su curiosidad por el material; este le daba la posibilidad de encapsular lo recolectado y al mismo tiempo, hacerlo algo funcional y sostenible, preservando los desperdicios de piel que genera la industria peletera. A través de este proceso, construye una estética ranchera contemporánea que recurre a motivos como alacranes, gallos y herraduras, siempre estilizados y llevados a un territorio entre lo divertido y lo vaquero. Cada cinturón es único e irrepetible, sin embargo, todos comparten el mismo propósito: que quien los lleve sienta que carga un objeto de colección, no un accesorio más. ★FIN

ARCHIVO VIVO

La misión de KMY es simple: demostrar que un objeto cotidiano puede convertirse en algo que cargue historia y despierte una emoción o curiosidad.

FOTOS: CORTESÍA KMY POR CAMILA SAID / ADONAY SÁNCHEZ / CARLA LAULY.



#¿DÓOONDE?

@kmy__kmy / kmy.mx

Productora creativa

WIKA SOTO

@WIKASOTOHAY

1.



2.



3.



por BERENICE BUENDÍA

La personalidad de Wika exige espacio, es extrovertida e imponente. A través de su expresión estética y su comunicación digital, ha construido un universo divertido, ecléctico, lleno de colores, estampados y *statement pieces*, que casi siempre son zapatos. Para ella, la mejor creatividad nace de la misma libertad con la que jugaba de niña y esa filosofía la aplica tanto para vestirse, disfrazándose cada día de una versión distinta de ella misma, como para dirigir su productora centrada en moda, WU-TUWAN, donde toma fotos, coordina, dirige y crea de cualquier forma posible. Hoy opera desde Nueva York, la ciudad que le permite experimentar y ser auténtica.



¿TU IMPERIO ROMANO DE LA MODA?

Franca Sozzani y todo lo que hizo con Steven Meisel.

¿LIBRO FAVORITO?

Valley of the Dolls, de Jacqueline Susann.

¿QUÉ HAY EN TU BOLSA?

Mi libreta verde, ahí escribo todas mis ideas y pendientes. Aquaphor, premios para Wiko (mi perro) y un estuche con tiliches: enchinador de pestañas, gel antibacterial, corrector y un *spray* de Cicaplast para retocarme en el día.

¿PIEZA QUE SALVARÍAS EN UN INCENDIO?

Mi vestido de Dior por John Galiano *Fall/Winter 1998*. Kate Moss lo usó para la campaña. Lo encontré en una tienda vintage en París y tuve que llevármelo.

1. Libreta, **MOLESKINE**, \$519, moleskine.com.mx. 2. Bálsamo labial, **AQUAPHOR**, \$130, eucerin.com.mx.
3. Crema, **LA ROCHE-POSAY**, \$406, laroche-posay.com.mx.

FOTOS: MADISON JAET.



LUXURYLAB GLOBAL

The Leading Luxury Brand and Travel Summit in the Americas

Next-Gen

15 Years of Shaping the Future of Luxury

SAVE THE DATE

September 8th, 2026
Four Seasons Mexico City



Mauricio Rocha
Architect
LUXURYLAB AWARD 2026



Gonzalo Tercero
Vice President of
Products and Innovation
of Visa Mexico



Fflur Roberts
Head of Luxury Goods
at Euromonitor
International



Andrés Giraldo
Managing Director
and Partner, Boston
Consulting Group



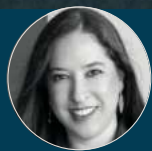
Alessandro Cannatà
Chair, luxury and
brand management



Antoine Chahwan
President of Hotel
Operations, The
Americas



Roberto Pulido
CEO & Owner
of MIRA



Graciela Zamudio
Regional Manager
at Sotheby's



Alejandra Muriel
Asociada Senior |
Transaccional | Baker
McKenzie México



Javier Herrero Postigo
Executive Director at
Sistema B Mexico



Melodie Treviño
CEO of Saving Our
Sharks Foundation
LUXURYLAB FOUNDATION 2026



Francisco Iglesias
Founder & Director
Francisco Iglesias
Beauty and Haircare



Mónica Rodríguez
Country Manager
Mexico, Natura Bissé



Christina Lyon
Founder and
Artistic Director
of Gala de Danza



Tony Ventura
AI Expert & CEO
of Tony Ventura
Technology



Michelle Buttigieg
Malta Tourism
Authority Director
of North America



Jennifer Viditz-Ward
Sr. Director, Global
Sales & Development
| The Americas
Aspen Snowmass



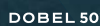
Tania Castillo de la Peña
Director of Economic
Development and
Tourism for San
Miguel de Allende

LUXURYLAB NATIONAL DESTINATION 2026

Presented by



Luxury Cultural Shopping
Destination 2026



Destinations 2026

LuxuryLab International
Destination 2026:



Official University
Partner:



High-Performance Beauty
Partners:



Official Market
Research Partner:
EUROMONITOR INTERNATIONAL

Media Partner:
ELLE

Produced By:
lbn

Proudly a:

Member of:
THE CLIMATE PLEDGE

In Support of:
SAVING OUR SHARKS FOUNDATION

FOR MORE INFORMATION,
CONTACT US AT

@LUXURYLABGLOBAL

LUXURYLABGLOBAL.COM

PATRICIO CAMPILLO

@PATRICIO_CAMPILLO

Con conciencia

Cree que la sustentabilidad no debería centrarse únicamente en los materiales, sino en los sistemas de producción. Producir menos, construir cadenas de valor más justas y crear piezas concebidas para perdurar.

Agenda internacional

Debutó en New York Fashion Week SS 25 y fue el primer diseñador mexicano en presentarse en el calendario oficial del mismo.



“LA TRADICIÓN NO ES ALGO QUE QUIERA PRESERVAR INTACTA, SINO UN LENGUAJE CON EL QUE PUEDO DIALOGAR DESDE EL PRESENTE.”

DISEÑADOR DE MODA

Para Patricio la moda nunca ha sido únicamente una cuestión de estética. Desde que fundó Campillo, ha construido un lenguaje propio donde la identidad, la artesanía y la innovación conviven para replantear la idea del lujo hecho en México. Sus colecciones toman referencias de la cultura ecuestre y la sastrería. Antes de dar vida a Campillo, construyó una trayectoria marcada por la curiosidad y la experimentación; estudió diseño de moda en Guadalajara y, como muchos creativos de su generación, entendió que el aprendizaje no termina en el aula. Sus primeros años estuvieron definidos por la exploración de distintas disciplinas, mientras desarrollaba una sensibilidad a las narrativas sobre identidad, género y patrimonio cultural. En 2024 fue seleccionado en los 20 finalistas del premio LVMH –el primer mexicano en llegar a esa etapa–. Aunque su reconocimiento internacional continúa creciendo, su visión va más allá del éxito individual. El diseñador aspira a demostrar que México puede construir casas de moda capaces de competir globalmente desde el diseño, la calidad y la innovación. Y así, hacer posible redefinir el significado del lujo mexicano para las próximas generaciones. ★ FIN



Una publicación exclusiva de Aeroméxico
An exclusive magazine from Aeromexico

Accènt



AEROMEXICO

@accent_revista

Síguenos en nuestra nueva cuenta
Follow us on our new account

CORTE Y RECONFIGURACIÓN

HABLAMOS CON EL DISEÑADOR MEXICANO MAURO GARFIAS SOBRE SUS PROCESO DE DISEÑO Y LA CONCIENCIA SUSTENTABLE QUE APLICA Y HA PULIDO A LO LARGO DE SU CARRERA. UNA INVITACIÓN AL PRODUCTOR Y AL CONSUMIDOR PARA APOSTAR POR LA SOSTENIBILIDAD.



orgulloso de consumir lo hecho en México y eso ya es una gran ventaja. Como país productor, la sustentabilidad es una responsabilidad ya implícita para todos.

E: ¿CÓMO PODEMOS INCENTIVAR UNA RELACIÓN MÁS CONSCIENTE CON LA ROPA?

MG: Es necesario lograr un equilibrio entre costo de producción y precio de venta, entendiendo la economía de consumo que tenemos en México.

E: ¿QUÉ INNOVACIONES TE EMOCIONAN MÁS DENTRO DEL FUTURO DE LA MODA SUSTENTABLE?

MG: Como amante y estudioso de la mezclilla me emociona mucho los desarrollos que se están logrando desde revivir el *selvedge** como forma artesanal de tejer la mezclilla, hasta el uso de láser y *prints* para evitar el uso excesivo de agua para crear los efectos en el *denim* que tanto busca la gente.

E: PARA TI, ¿QUÉ ES LA SUSTENTABILIDAD EN LA MODA? ¿CÓMO DESCRIBIRÍAS ESTE SISTEMA?

MG: Antes de preocuparnos de desperdiciar tela, lo principal y en lo que más me enfoco es en la movilidad social de la gente que trabaja en mi cadena de producción. Si todos crecemos, nos hace una marca mucho más sustentable. Es algo en lo que todas las industrias en México, no solo en la moda, debemos trabajar.

ELLE: ¿CONSIDERAS QUE LA SUSTENTABILIDAD DEBE SER UNA RESPONSABILIDAD DE LOS DISEÑADORES O UNA EXIGENCIA DE TODA LA INDUSTRIA?

Mauro Garfias: Es responsabilidad de la sociedad en general, el que produce y el que consume.

E: ¿CUÁL ES EL MAYOR RETO DE CREAR PIEZAS ÚNICAS BAJO UNA LÓGICA MÁS SUSTENTABLE?

MG: El valor de las piezas. Hoy afortunadamente el público consumidor ya valora los materiales y la hechura.

E: ¿QUÉ PRÁCTICAS SUSTENTABLES IMPLEMENTAS ACTUALMENTE EN TU PROCESO CREATIVO?

MG: El corte 0, donde todos los remanentes de tela que antes eran desechados ahora los reutilizamos de alguna manera, con un gran trabajo de patronaje.

E: ¿CREES QUE EL CONSUMIDOR MEXICANO HA CAMBIADO SU PERCEPCIÓN SOBRE LA MODA SUSTENTABLE?

MG: No solo la moda sustentable, por fin el mexicano está



#ELLEGLOSARIO

*Selvedge. Es un tipo de *denim* cuyos bordes quedan sellados de forma natural durante el proceso de tejido, evitando que la tela se deshilache.

**MENOS
HUMO,
MÁS
SONRISAS.**

**ELIGE CÓMO
QUIERES RESPIRAR.**



Patrocinado por



ECOBICI

ELLE NEWS

septiembre



1. BALMAIN APUESTA POR UN AROMA FLORAL Y FRUTAL PARA SU PRIMERA FRAGANCIA DE LUJO: *DESTIN*. PENSADA PARA LOS NUEVOS COMIENZOS E INSPIRADA EN EL SAVOIR-FAIRE DE LA CASA PARISINA. ¡PUNTOS EXTRA POR SU ENVASE INSPIRADO EN EL ICÓNICO LABERINTO DE BALMAIN!

ULTA.COM.MX



2. PELAZO EN UN MES. LA ICÓNICA LÍNEA ANTICAÍDA DE *HAIR RITUEL* BY SISLEY AHORA TIENE UN SÚPER SUERO PARA CUIDAR EL CUERO CABELLUDO, FRENAR LA CAÍDA DEL PELO Y REACTIVAR SU CRECIMIENTO.

SISLEY-PARIS.COM.



3. LA MARCA DANESA, ECCO, CONOCIDA POR CREAR CALZADO AL REDEDOR DE LAS PERSONAS Y DE LA FORMA EN QUE CAMINAN, LLEGA A MÉXICO CON SU PRIMERA TIENDA EN CENTRO COMERCIAL SANTA FE.

ECCO.COM.



4. La colección *Clash* de Cartier ahora también puede llevarse en una bolsa que tiene como protagonista un cierre en giro de *picot*, uno de los motivos más reconocidos de la *Maison* por su diseño rígido, espinoso y punk a la vez.

CARTIER.COM

FOTOS: CORTESÍA BALMAIN BEAUTY / CORTESÍA SISLEY PARIS / CORTESÍA ECCO / CORTESÍA CARTIER.

lo más hoooot



5. LOS TENIS *MOON* DE NIKE, LLAMADOS ASÍ PORQUE SU PISADA IMITA LOS CRÁTERES DE LA LUNA, Y FAMOSOS POR REVOLUCIONAR EL *RUNNING* EN LOS 70, REGRESAN 50 AÑOS DESPUÉS PARA DARLE UN TOQUE RETRO A TU LOOK. SI TE PARECEN CONOCIDOS ES PORQUE LA MARCA TAMBIÉN LOS PRESENTÓ EN COLABORACIÓN CON JACQUEMUS.

NIKE.COM



7. ¡Las chanclas también se usan en la ciudad! La icónica marca brasileña de *flip flops* ahora tiene tienda en línea para México y es tu señal para combinarlas con piezas que antes parecían ser de un universo distinto.

HAVAIANAS.COM.MX



6. ¿UN DISPOSITIVO QUE DESINFLAMA, ESCULPE Y REVITALIZA LA PIEL EN MINUTOS? ¡SÍ, POR FAVOR! SHARK BEAUTY PRESENTA *DEPUFFI*, QUE UTILIZA CALOR Y FRÍO PARA TENER UN SPA TREATMENT EN CASA.

SHARKNINJA.MX



8. ROMEO BECKHAM SIGUE CONSTRUYENDO SU CAMINO EN LA MODA AL CONVERTIRSE EN LA NUEVA IMAGEN DE TOMMY HILFIGER. EL MODELO PROTAGONIZA LA CAMPAÑA *ALWAYS DENIM*, QUE CELEBRA LA VERSATILIDAD DE LA MEZCLILLA.

MX.TOMMY.COM

20



PREMIOS

DiGiTeLLe

PRESENTADOS POR ELLE

26

CONOCE A LOS CREADORES DE CONTENIDO GANADORES

EN:
ELLE.MX



MILLONES LOS SIGUEN
NOSOTROS LOS PREMIAMOS

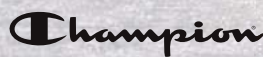


GUESS
swatches

SAMSUNG

TEQUILA
1800

Lifeway
Desde 1985



@ELLE_MEXICO

ELLE.MX

ELLE

EL ELENCO
QUE NOS
CONQUIS-
TÓ REGRESA
(P. 68)

58. QUE NO CUNDA
EL PÁNICO CON EL
RETORNO DE SATUR-
NO: LA MANERA DE
SOBREVIVIRLO

64. PRADA
PRESENTA
SATELLITES II
EN NY

STORIES



FOTO: CÉSAR LARENAUDIE.
LOOK EDU: TOP RAYAS ROSAS, BROWNIE. TOP POLO, SANDRO. TOP RAYAS
VERDES, PPAAYYS. BERMUDAS, H&M. TENIS, ADIDAS.
LOOK ALEJANDRO: TOP, COS. PANTALÓN, ALLSAINTS. TENIS, TIMBERLAND.
CINTURÓN, MAJE.

57



EL PRIMER RETORNO DE SATURNO DE LA GEN Z (Y CÓMO SOBREVIVIRLO)

NO CORRO, NO GRITO, NO EMPUJO... ¿Y SI TE DIGO QUE UN PLANETA A 1.400 MILLONES DE KILÓMETROS HARÁ QUE REPLANTEES TODA TU VIDA ANTES DE CUMPLIR 30?

POR SANTIAGO NUÑO VILLASEÑOR @SANTIAGONUVI / ILUSTRACIÓN LAURA SANDOVAL HERRERA

Hace casi un año estaba formado para entrar a un restaurante con tres amigos un poco más grandes que yo cuando ya no pude ocultarlo más y les confesé: “No sé dónde estoy parado. No sé para dónde voy. Y no creo que sea depresión invernal”. Soy una persona que, cuando tiene un problema, llora un día (máximo dos), pero luego me limpio las lágrimas y vuelvo al ruedo. Como buen Aries, siempre he tenido un claro sentido de dirección: siento, proceso, avanzo. Pero esa vez no. Y los tres, al unísono, me dijeron: “Estás en tu retorno de Saturno”. ¿De qué me estás hablando, Walter Mercado? Resulta que el retorno de Saturno no es un meme ni un *trend*, es la antesala de cumplir 30 y toda la presión que lleva consigo. Es el momento en que el universo examina si lo que has construido tiene cimientos o son castillos en el aire.

Al haber vivido una probadita de primera mano, sabía que el retorno de Saturno es real, pero mi conocimiento se limitaba a lo que me dijeron mis amigos en aquella cena. Así que, para este artículo, fui a buscar respuestas con mi astrólogo favorito de Instagram (y Aries también): Joshua Pingley, aka @spiritualweatherman. Me explicó que lo primero que hay que entender es la mecánica, así que ahí te va cómo yo lo entendí: Saturno tiene un movimiento retrógrado, por lo que va y viene. En promedio, tarda 29 años y medio en darle la vuelta al zodiaco (así que volverás a enfrentarlo a los 58 y a los 88 años). Cuando regresa al punto exacto donde estaba cuando naciste, empieza a mover cosas. Es un proceso que toma de dos a tres años *on and off*, porque Saturno avanza y retrocede varias veces. Empieza con lo que Josh llama el *preview* (lo que apenas yo viví): una ventana de tres a seis meses en la que Saturno entra a tu signo, te alerta sobre lo que debes revisar y se va. “Te da la narrativa. Ya tienes la historia que se va a desarrollar en los siguientes dos años y medio”, nos cuenta Josh.

En astrología, Saturno representa disciplina, estructura, límites y depuración. Se trata de las cosas fundamentales,

estructurales en ti, en tus relaciones y en tu carrera; te muestra qué necesitas reparar, reforzar o cortar. Pero la buena noticia es que no estás solo, es un proceso en el que entra toda la primera camada de la Gen Z, nacida entre 1996 y 1999: “Saturno se trata del colectivo, de cómo encajas en el *zeitgeist* y cumples una función en tu mundo más amplio”. Yo lo estaba procesando como algo personal, hasta que miré a mi alrededor, más allá de las redes sociales, y me di cuenta de que todos estábamos tratando de encontrar un lugar en la vida adulta manejando varios proyectos, identidades y roles a la vez; hasta que llega Saturno y sientes que ninguno tiene una base sólida.

El retorno de Saturno le toca más leve a quienes tienen a Saturno en Capricornio, Acuario o Libra, porque son personas más estructuradas, metódicas y disciplinadas; mientras que a quienes lo tenemos en Cáncer, Leo o Aries nos pega más fuerte. Saturno es paciencia, estrategia y largo plazo. “Es como tener un pie en el freno y el otro en el acelerador: no vas a ir a ninguna parte”, explica Josh. Así es como te sientes al llegar a los 28 años, cuando antes resolvías todo rápido, y de repente, la vida te dice: “Señora, ya siéntese”.

El retorno de Saturno se popularizó en redes como sinónimo de desastre, y Josh es el primero en desmentirlo. Le pregunté: ¿es una demolición o una remodelación? “Las dos cosas a la vez”, asegura. “Lo puedes ver como que te está destruyendo la vida o lo puedes ver como que te la está reconstruyendo”. Todo depende de si te haces la víctima o si decides tomar acción con disciplina.

Para cerrar, le pedí a Josh que nos diera un consejo para sobrevivir al retorno de Saturno: “Enfócate en un problema a la vez. Van a empezar a pasar muchas cosas al mismo tiempo, y no puedes arreglarlas a medias. Tapa cada grieta por completo antes de pasar a la siguiente”. Y yo añadiría que tengas mucha paciencia, porque esta reevaluación de vida llegará, te guste o no. Así que respira profundo, haz el trabajo, sé constante y confía en el universo. 🌈FIN

face to face



Jorge Vallejo: el arte de cocinar el tiempo

por ULISES GARCÍA

Para Jorge Vallejo, chef de Quintonil, cocinar también es una forma de medir el tiempo: con sensibilidad, memoria y precisión. En conversación con ELLE México, habla de la identidad de la cocina mexicana, el valor de la tradición en movimiento, el trabajo colectivo y las ideas que conectan su oficio con el Art of Fusion de Hublot.

ELLE MÉXICO:

Para ti, ¿el tiempo en la cocina se mide o se siente?

JORGE VALLEJO:

En la cocina, el tiempo primero se siente y después se mide. Cocinar es un ejercicio de sensibilidad: leer cómo responde un ingrediente al calor, entender cuándo una fermentación está lista o cuándo una salsa alcanzó su mejor momento. Al final, la precisión organiza el trabajo; la sensibilidad le da sentido.

ELLE MÉXICO:

¿Cuándo entendiste que la cocina mexicana también podía hablar un lenguaje global?

JORGE VALLEJO:

El motor de Quintonil siempre ha sido México, desde la hierba más humilde hasta la cocina más cotidiana. Nunca buscamos que la cocina mexicana hablara un lenguaje global; buscamos contar nuestra historia con la mayor honestidad posible. Y descubrimos que la autenticidad también se entiende en cualquier idioma.

ELLE MÉXICO:

Hublot habla del Art of Fusion. En tu cocina, ¿qué cosas se fusionan todos los días?

JORGE VALLEJO:

Para mí, el verdadero Art of Fusion ocurre cuando la cultura se encuentra con una mirada contemporánea. En Quintonil aprendemos de nuestro entorno, de los productores, de las cocinas tradicionales y de la diversidad cultural de México para contar esas historias desde el presente. Al final, buscamos recibir clientes y despedir amigos.

ELLE MÉXICO:

La precisión es clave en la relojería y en la alta cocina. ¿Qué detalle no negocias nunca en Quintonil?

JORGE VALLEJO:

La calidad no es negociable y comienza con la selección de los mejores ingredientes, el respeto por quienes los cultivan y el cuidado en su preparación. Pero también se refleja en la hospitalidad, cuidar cada detalle para que cada persona se sienta bienvenida. La calidad da vida al plato y la hospitalidad completa la experiencia.

ELLE MÉXICO:

¿Qué pesa más en un plato, la memoria, la técnica o el instinto?

JORGE VALLEJO:

Las tres son indispensables, pero creo que todo empieza con la memoria. La técnica es la herramienta que nos permite expresar esas ideas con claridad y consistencia, nunca debería ser la protagonista. La memoria inspira, la técnica acompaña y el instinto decide.

ELLE MÉXICO:

¿Cómo se mantiene viva la tradición sin convertirla en algo intocable?

JORGE VALLEJO:

La tradición se mantiene viva cuando se practica, no cuando se conserva intacta. Las recetas, las técnicas y los ingredientes siempre han evolucionado porque responden a las personas, al territorio y a su tiempo. En Quintonil no buscamos reproducir el pasado, buscamos dialogar con él. La tradición no es un museo, es una conversación.

ELLE MÉXICO:

Hublot celebra la excelencia como un trabajo colectivo. ¿Qué parte de Quintonil no existiría sin tu equipo?

JORGE VALLEJO:

Cuando me preguntan cuál ha sido el secreto para llegar hasta aquí, siempre respondo lo mismo: el secreto es el equipo, la familia Quintonil. Ningún restaurante se construye en solitario. Los premios pueden llevar el nombre de un chef, pero el verdadero reconocimiento siempre pertenece al equipo.

ELLE MÉXICO:

Si tu carrera fuera un reloj, ¿en qué momento dirías que estás ahora?

JORGE VALLEJO:

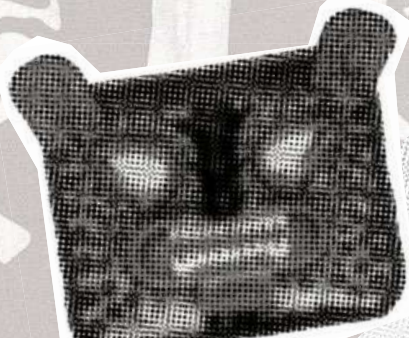
Me gusta pensar que apenas estamos comenzando. Durante estos 14 años hemos construido los cimientos de Quintonil. Ahora viene la parte más emocionante, seguir creciendo sin perder nuestra esencia, formar más personas y demostrar que un proyecto puede trascender cuando tiene raíces profundas. Mientras siga aprendiendo, el reloj seguirá avanzando.

¿Qué significa diseñar desde México?

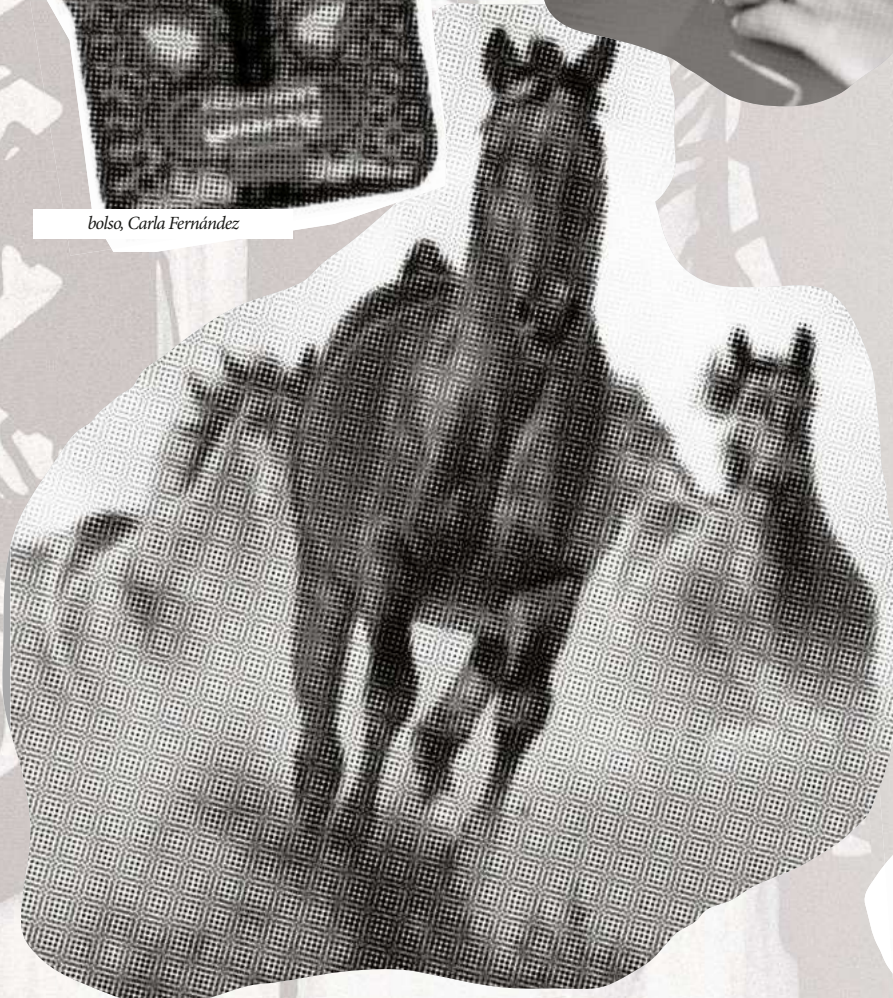
por ULISES GARCÍA



Diseñar desde México no siempre significa producir algo que parezca mexicano. El reto está en cuestionar las imágenes que usamos para reconocerlo y entender que una identidad también puede construirse de maneras menos evidentes.



bolsa, Carla Fernández

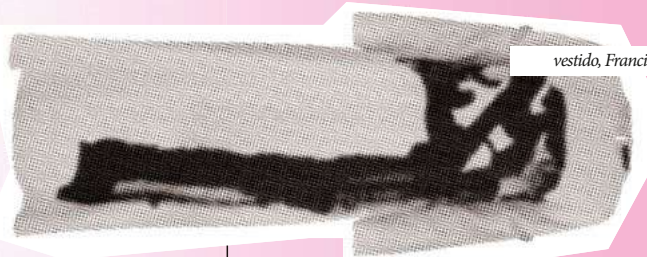


Cada septiembre, se refuerza la identidad visual de México. Las calles, los aparadores y las campañas se llenan de bordados, flores, grecas, sombreros y combinaciones de color que prometen condensar un país entero en una imagen. Durante algunas semanas, la identidad nacional se convierte en una estética fácilmente reconocible y, por lo tanto, también fácil de vender. Pero, ¿es eso realmente diseñar en México? La pregunta no corresponde solo a quienes crean una colección o desarrollan un objeto. También nos involucra como espectadores y compradores. ¿Qué esperamos encontrar cuando una marca se presenta como mexicana? ¿Necesitamos ciertos colores, materiales o símbolos para reconocer su origen?

Durante mucho tiempo, el diseño mexicano se ha percibido con una expectativa casi turística. Se le pide que sea artesanal, exuberante, emocional e inmediatamente fotografiable. Parece existir una idea muy específica de cómo debe verse México para resultar atractivo afuera y a veces, incluso dentro del país.



botas, Montserrat Messeguer



vestido, Francisco Cancino

El problema no está en recurrir a esas referencias; muchas forman parte de nuestro paisaje y de la manera en que entendemos la belleza. El problema aparece cuando se convierten en el único lenguaje con el que se permite leer al diseño mexicano.

México posee una riqueza textil extraordinaria, pero reducirla a una serie de motivos decorativos es ignorar todo lo que sucede antes de que una pieza exista. En muchas comunidades indígenas y pueblos originarios, el proceso de crear comienza con la observación del entorno: las fibras disponibles, las plantas que producen tintes, el clima, los ciclos agrícolas, los animales y las técnicas heredadas.

Ahí, diseñar no siempre se entiende como la búsqueda de algo completamente nuevo.

Puede ser una práctica de **continuidad**, una manera de preservar conocimientos, reconocer el territorio y responder a los recursos cercanos.

La industria de la moda, en cambio, nos ha acostumbrado a celebrar la novedad y la autoría. Una pieza adquiere **valor** cuando puede relacionarse con un nombre, una marca o una narrativa de innovación. Sin embargo, buena parte de la creación textil mexicana proviene de una lógica distinta: **el conocimiento puede ser colectivo, acumulativo y transmitido.**

Este contraste debería hacernos cuestionar cómo asignamos valor.



¿Por qué una técnica puede parecer cotidiana dentro de su comunidad de origen, pero convertirse en lujo cuando aparece reinterpretada en otro contexto? ¿Por qué a veces necesitamos una mirada extranjera para validar aquello que siempre ha estado frente a nosotros?

Para quienes estudiamos diseño, resulta difícil no sentirse atraídos por la cantidad de estímulos que existen aquí. Pero la cercanía no equivale automáticamente a pertenencia. Crecer rodeados de ciertas **expresiones culturales** no significa que podamos utilizarlas sin preguntarnos de **dónde vienen, qué comunican o a quién representan**. Esa conciencia no tiene por qué frenar la creatividad. Puede hacerla más **profunda**.

También convendría dejar de exigir que todo creador mexicano se convierta en **embajador visual** del país. Diseñar desde México puede manifestarse en una técnica tradicional, pero también en una cadena de producción, en la forma de resolver la falta de un material o en una sensibilidad construida al vivir aquí.

Una pieza no necesita tener flores bordadas, magueyes o una paleta estridente para contener una relación con México. Puede ser austera, industrial, futurista o difícil de ubicar geográficamente y, aún así, haber sido moldeada por este contexto.

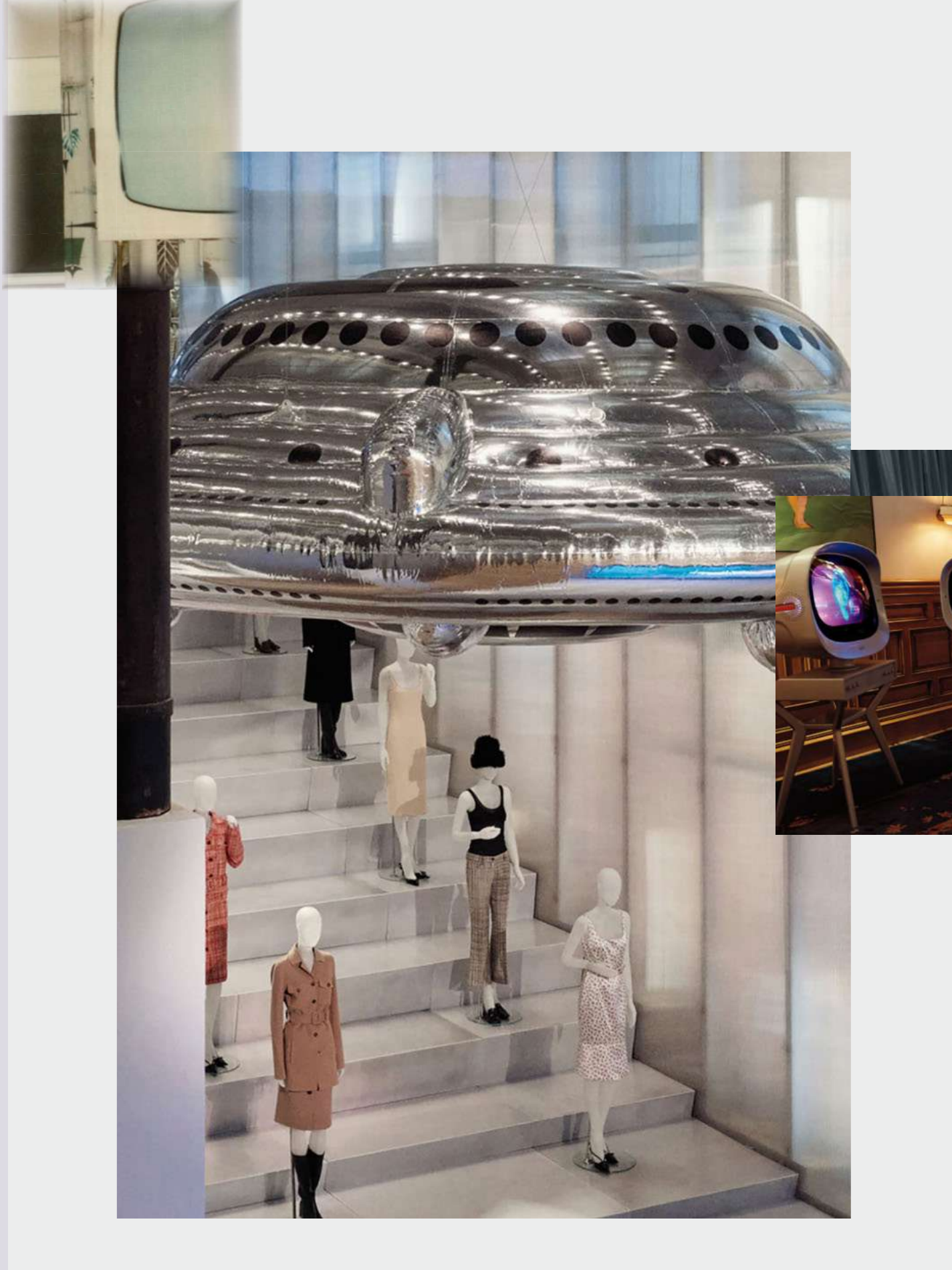
Como consumidores, también nos corresponde ampliar la mirada. Investigar los procesos detrás de lo que compramos y dejar de confundir autenticidad con folclor. La identidad no siempre aparece estampada sobre la superficie de un objeto. A veces está en quién lo hizo, cómo fue producido, qué relaciones generó y qué visión del mundo propone.

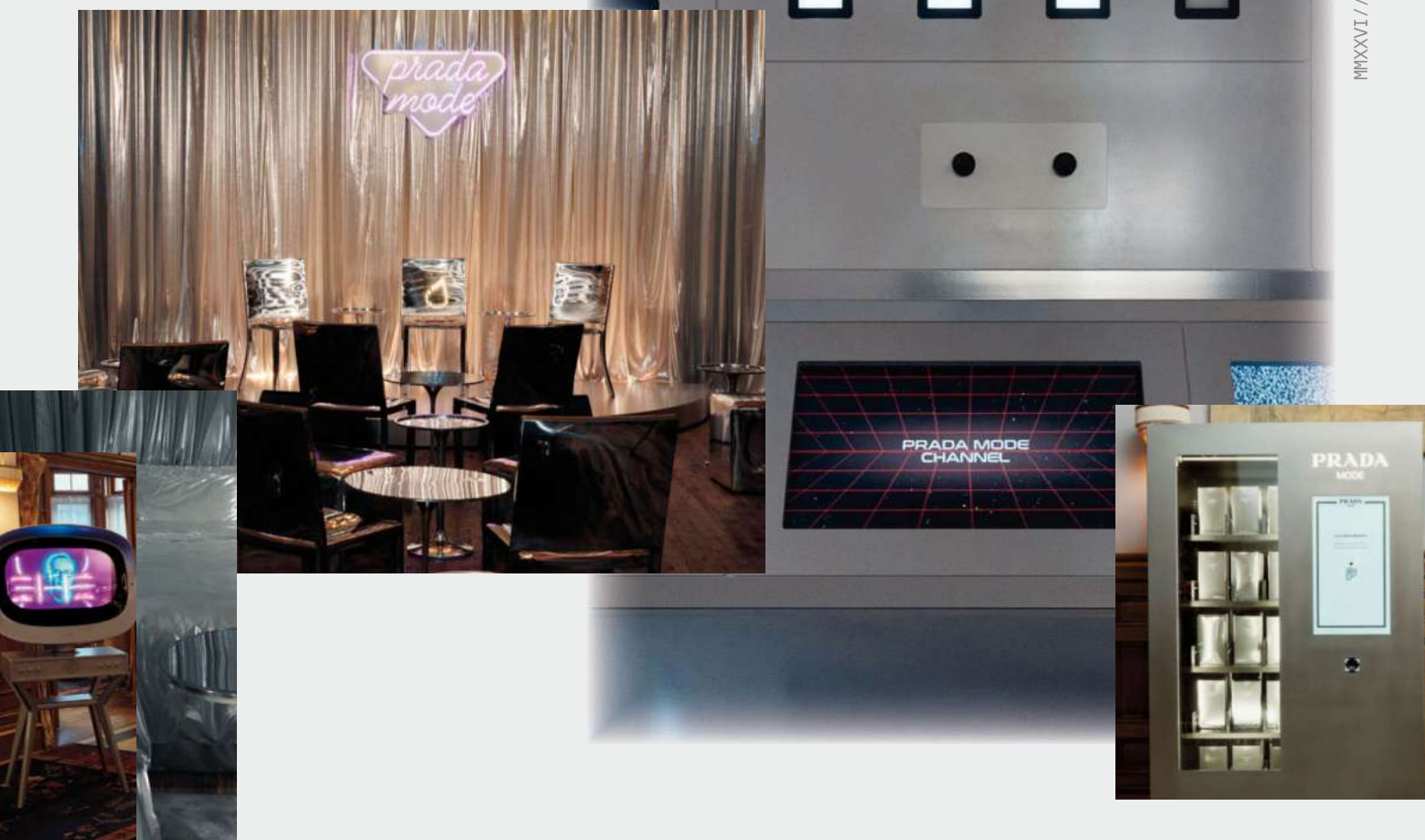


blusa, Francisco Cancino



Diseñar desde México no debería significar ilustrar al país una y otra vez. Tal vez, lo verdaderamente contemporáneo sea dejar de pensar que México sólo puede verse de una manera.





PRADA MODE...ON!

texto, Claudia Cándano

40°44'40"N 73°59'49"O // Chelsea Hotel // New York City, NY



Llegar al hotel Chelsea de NY es como entrar a un museo.

Es mi primera vez en el *lobby* del hotel y se siente la energía creativa desde la puerta. En mi habitación me encuentro con una grabadora dentro de una caja plateada acompañada de cuatro cassettes y unos audífonos noventeros, un pin con la cara de Hideo y otro con la de Nicolas, esto es el inicio de Satellites II.



// "Trabajar con Prada me ha dado la oportunidad de crear en otro medio. Básicamente me dieron otro lienzo para moldear a través del arte. El proceso no es tan distinto de hacer una película, pero es otra forma de expresión. He llegado a amarlos mucho, quizás incluso más que al cine, por su naturaleza inmersiva". //

// NICOLAS WINDING REFN // PRADA - SATELLITES //



Dos mundos se encuentran en conversaciones creativas que, con el tiempo, se convierten en una colaboración que trasciende cualquier idioma. Prada Mode presentó *Satellites II* de la mano de Hideo Kojima y Nicolas Winding Refn, la segunda parte de una exhibición creada para explorar la conexión entre el amor, el lenguaje y la creatividad a través de la amistad de los dos artistas. En Nueva York, el Hotel Chelsea fue intervenido para ser el anfitrión, una vez más, de varios artistas invitados que nos compartieron su talento. "Yo diría que *Satellites II* es, en realidad, bastante interactiva. Esa era nuestra intención. Invitamos a la gente a venir a Nueva York, hospedarse en el Hotel Chelsea y sumergirse en la 'época' que nos influenció. Hay programas de entrevistas, presentaciones en vivo, programas de televisión y proyecciones de películas en el teatro. Sin embargo, nada se impone a los participantes. No hay una historia que seguir ni respuestas que se entreguen. La gente simplemente lo experimenta por sí misma. Lo que está en el centro de todo es lo que cada quien se lleva de la experiencia: lo que siente y los pensamientos o deseos que le deja", así describe Hideo la experiencia. Por su parte, Nicolas agrega: "Estoy fusionando distintos espacios en uno solo. Algunos son familiares por mi formación como cineasta, mientras que otros son formas de crear completamente nuevas. Me gusta que una sola idea explote en múltiples ideas y capas que, juntas, se convierten en la experiencia de una instalación". Winding Refn y Kojima se hicieron amigos sin comunicación verbal. Se entienden donde sus mentes coinciden creativamente por medio de imágenes, videos y música; ahora son los mejores amigos y se mantienen hablando sin palabras. Mientras los veo en el escenario, me pregunto si se han dicho todo. "Nadie puede realmente revelar o comunicar todo lo que hay en su corazón. Por más que avance la tecnología, eso no cambiará. Solo sería posible con telepatía. Las palabras, incluso cuando se usan con habilidad, no son la excepción. Con Nicolas, hemos aceptado esto desde el principio. Cuando me envía una imagen o un video, no siempre sé qué quiso decir o por qué lo envió. Lo único que puedo hacer es inferir y reflexionar. Tampoco discutimos, porque nuestra relación no está mediada por el lenguaje". Me gusta la respuesta de Hideo, pero me encanta la de Nicolas: "Durante nuestra última conversación en el escenario sobre *Satellites II* en Nueva York, Hideo dijo, en un inglés entrecortado: 'Te quiero'. A partir de ese momento, ya no quedó nada más que importarla". La conexión es parte fundamental del entorno creativo y pocas veces he sentido eso en un evento. Mi parte favorita es cuando llego a mi habitación y veo una invitación para armar Lego con Nicolas Winding Refn quien nos contó que así libera la mente. Confirmando que sí funciona.



//NOMBRE: NICOLAS
WINDING REFN
NACIONALIDAD: DANÉS.
OCUPACIÓN: CREADOR,
DIRECTOR, ESCRITOR Y
PRODUCTOR. IDIOMAS:
INGLÉS Y DANÉS.//

"La señora Prada es extraordinariamente receptiva y generosa con el arte, lo que nos permitió trabajar con una libertad tremenda. Desde el principio, evitamos deliberadamente crear algo que se sintiera convencionalmente "Prada" o hecho específicamente para la marca. En cambio, tomamos prestado el campo gravitacional de Prada y lo usamos como un espacio para hablar con libertad, proponer ideas y ponerlas en práctica. En eso insistimos".

//NOMBRE: HIDEO KOJIMA.
NACIONALIDAD: JAPONÉS.
OCUPACIÓN: DISEÑADOR Y
DIRECTOR DE VIDEOJUEGOS.
IDIOMA: JAPONÉS. //

//HIDEO KOJIMA//PRADA-SATELLITES//



FOTOS: CORTESÍA PRADA.

// Proyecto: *Satellites II*
Ciudad: Nueva York.
Locación: The Hotel
Chelsea.
Razón: Por su influencia
estética y porque se
mantiene como un
espacio abierto para las
comunidades creativas. //

alguien los va a extrañar

foto
CÉSAR
LARENAUDIE

texto
JORDI
LINARES
RIVAS

estilismo
NATALIA
SÁNCHEZ

POCAS VECES TE
ENCUENTRAS CON UN
ELENCO QUE EN PAN-
TALLA INTERPRETA A
UN GRUPO DE AMIGOS
Y CUYA AMISTAD EN
LA VIDA REAL ES AÚN

MAYOR. ASÍ SON MACA, CAM, NICO, AXEL, VIRGILIO, EDU
Y ALE, QUE REGRESAN AL TOP DE SERIES MÁS VISTAS
CON LA SEGUNDA TEMPORADA DE **NADIE NOS VA A EX-
TRAÑAR** Y VUELVEN TAMBIÉN A LAS PÁGINAS DE ELLE.

EDU MARURI

EDU: Ale, como Rafa, ¿qué es lo que te enamora de Alex?

ALEJANDRO: Que es una persona sencilla, que ha atravesado muchas cosas en su vida y que se mantiene sonriente ante los problemas.

ALEJANDRO: Edu, ¿cuál fue tu miedo más grande al regresar para esta nueva temporada?

EDU: Creo que mi miedo más grande era que había mucha presión después de la primera temporada. Tenía miedo de que cayéramos demasiado en estereotipos o de que usáramos los mismos recursos de la primera. Pero en cuanto leí el guión pensé: "Está diferente". Entonces me entoque en que saliera a la luz el corazón de Diego.



Edu: top rayas rosas, BROWNIE. top polo, SANDRO. top rayas verdes, PPAAYSS. bermudas, H&M. tenis, ADIDAS.

Alejandro: top, COS. pantalón, ALLSAINTS. tenis, TIMBERLAND. cinturón, MAJE.



ALEJANDRO

Nico
Haza

Axel
Madrazo

Virgilio
Delgado

NICO: ¿Cuál fue tu escena favorita de grabar?

AXEL: Uy, qué difícil. De la primera, todas las escenas que tuvimos en la fiesta. De la segunda, me quedo con la primera escena con Marifer, cuando ella llega bajo la lluvia y nos damos un beso. Siento que fue una escena muy especial y es un gran *opening* para la serie.

AXEL: ¿Cómo fue lidiar con el negocio en la primera temporada y cómo cambió en esta segunda?

VIRGILIO: En la primera temporada el negocio era el pretexto para mostrar las amistades. En esta segunda, es mucho más complicado porque tenemos una competencia directa que nos quiere bajar el changarro.

VIRGILIO: ¿En qué escena tuviste más *bloopers*?

NICO: Grabar en el videoclub era complicado porque la gente ya sabía desde el primer día que estábamos ahí. Pasaban con música a todo volumen; nos tocó que pasaran con "The Sign", que fue un gran guiño, pero obviamente las tomas se tenían que repetir. A Ale y a mí nos tocaron varios días bastante pesados en el videoclub. La escena cuando Alex invita a Rafa a la graduación, fue probablemente la que más tuvimos que repetir.



Nico: top, COS. short, NIKE. chamarra, ALLSAINTS. zapatos, TIMBERLAND.
Axel: top, PPAAYYSS. shorts, H&M. chamarra, H&M EDITION.
Virgilio: top, PPAAYYSS. bermudas, MAJE. zapatos, MIISTA. reloj, CASIO.

personajes





Macarena: top rayas, PULL&BEAR. tank top, C&A. pantalón, H&M ATELIER. suéter, anillo y aretes, BIMBA Y LOLA. zapatos, H&M.
Camila: top, SANDRO. short y pantalón, H&M EDITION. zapatos, COS. aretes, BIMBA Y LOLA.

MAQUILLAJE Y PELO: GUSTAVO RODRIGUEZ. PRODUCCIÓN: JOSEMPRA PARA ELLE MÉXICO. ASISTENTE DE FOTO: IVAN MEJÍA. ASISTENTE DE ESTILISMO: BERENICE BUENDIA Y ALEJANDRA RAMOS.

MACA: Si Memo hubiera estado en esta segunda temporada, ¿cómo crees que se habría desarrollado la historia de Marifer? ¿Habría crecido esa relación?

CAMILA: La respuesta es sí, afirmativo. Creo que Memo y Marifer hubieran sido novios, pero de esos novios que duran toda la prepa y toda la vida.



CAMILA: ¿Tú crees que Daniela pueda seguir con Diego, al ser un preparatoriano?

MACA: No sé si duren mucho. Siento que Dani va a conocer a mucha gente en la universidad y se le va a abrir todo un mundo de personas. También podría entender que ella tiene un camino por su cuenta.

CAMILA: O sea, ¿tú crees que Daniela le rompa el corazón a Diego y no al revés?

MACA: Podría cambiar, ¿eh? Sí, podría cambiar.



EXPANSION SU MM IT

En alianza con:

 **Banamex**®

- **Westin Santa Fe**
- **CDMX**

10/09/26
9:00 HRS.

Más información en: expansion.mx/summit-2026



ELLE

YOUNG
MIKO
(P. 76)

86. PIEDRAS
EN CORO

94. LAS COLINAS

104. CATCH YOUR
MATCH

FOTO: JOELLE GRACE
LOOK: JUMPSUIT, TOM FORD. ANILLO, VAN CLEEF & ARPELS.

MODA
75

FOTO JOELLE GRACE
ESTILISMO JESSICA GUTIÉRREZ
ENTREVISTA DANIELA FONSECA
PRODUCCIÓN HYPERION LA PARA ELLE MÉXICO

YOUNG MIKO

Y EL ARTE DE NO MOLESTAR

Si conocías a Young Miko, pero aún no te declarabas Mikosexual, te advierto que esta entrevista te va a enamorar completamente de ella y de su nueva era. Recién aterrizada, después de terminar su *Do Not Disturb* tour por Europa, platicamos sobre la representación, la dualidad, su viaje a Japón y el arte de “no molestar”.

Young Miko sabe desaparecer, pero también sabe estar presente, activa y cercana. En esta entrevista, tres años después de su primera portada en ELLE México, la cantante no ha parado. Platicamos con ella, recién llegada de Valencia, España, a Los Ángeles, California, tras completar la primera mitad de su gira. Inicié la conversación preguntándole si siente que ha cambiado, y su respuesta me habló de la seguridad que tiene de saber que su círculo sigue siendo el mismo, a pesar del crecimiento de su *fandom*: **“TODAVÍA ME SIENTO VICKY. A VECES, INCLUSO SIENTO QUE ESTOY EN AÑASCO, PUERTO RICO.** Quizá me puedes contestar esa pregunta cuando terminemos de hablar. Y tú me dices si sientes que he cambiado”.

En el mundo de la música, casi todos los artistas tienen un alter ego que se convierte en su nombre artístico. Conocemos nombres como *Charli XCX*, *Bad Bunny* y *The Weeknd*, que han convertido su alias en su escape, alejando su vida personal, quizá, de la fama y lo que viene con ella. Ante esto, Young Miko vive sus dos personalidades (Victoria y Miko) en una realidad paralela, “como cuando Superman se ponía los lentes y la gente diferenciaba a Clark Kent solo por eso”. Y aunque la línea siempre se vuelve borrosa entre el arte y el artista, ella lo describe como: **“YOUNG MIKO, EL NOMBRE QUE APARECE EN EL POSTER, ES MI LADO EXTROVERTIDO, MÁS SOCIAL Y DONDE PIERDO LA VERGÜENZA UN POCO. VICTORIA ES LA PERSONA DETRÁS DE TODO, INTROVERTIDA, UN TANTO TÍMIDA Y RESERVADA. SON COMO FUEGO Y AGUA”.**



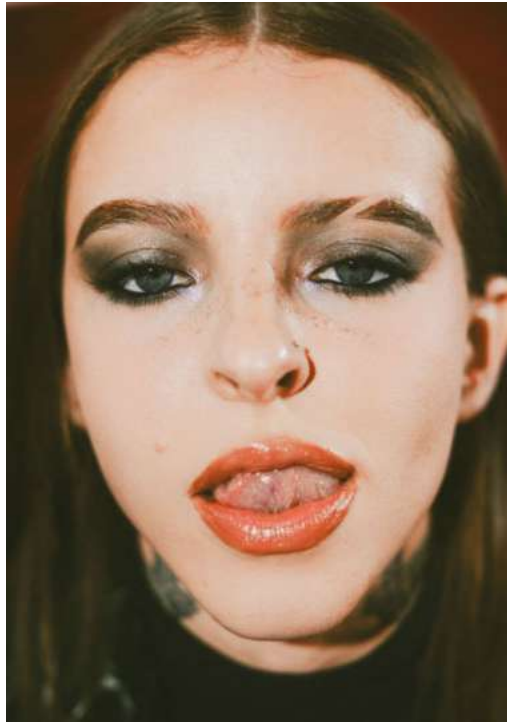


look total, CHANEL.

"TERMINO UN SHOW Y ESTANDO EN EL ESCENARIO ME DAN BLACKOUTS, VEO VIDEOS DE LOS FANS Y NO ME ACUERDO DE HABER HECHO CIERTAS COSAS".

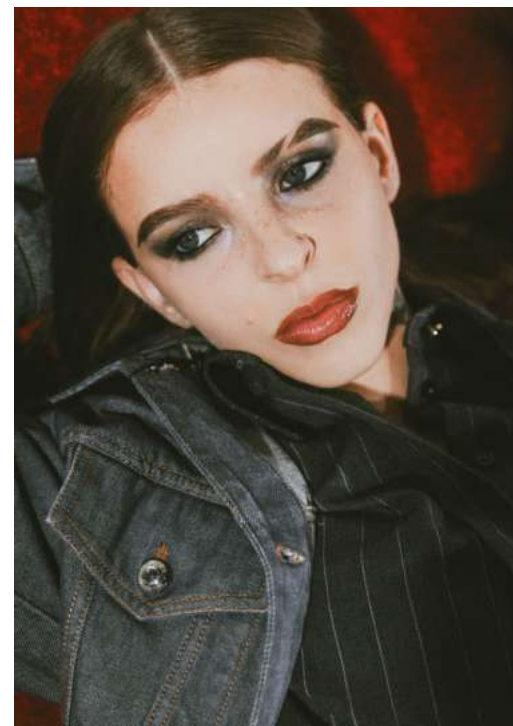
ARRIBA: top y chamarra,
GUCCI. anillo,
VAN CLEEF & ARPELS.

ABAJO: camisa y
chamarra, SPORTMAX.



Pero si hablamos del arte de transformarse, Miko se ve a sí misma como una artista que evoluciona por eras: "Lo pienso como cuando veo un anime y en la primera temporada el personaje se viste de cierta forma y después le pasa un *redemption arc* y para la segunda temporada se corta el pelo o se pinta las uñas, MIKO ES MI PROPIO PERSONAJE DE ANIME, PIENSO: '¿QUÉ LE ESTÁ PASANDO A ELLA AHORA?'. Y DE AHI LO CONECTO CON LO AUDIOVISUAL Y CONSTRUYO UN MUNDO ALREDEDOR". Hasta ahora, en su carrera han existido tres eras distintas (*TRAP KITTY*, *att.* y *Do Not Disturb*). En esos cambios hay riesgos cuando ya eres una artista más consolidada y reconocida, pero en realidad ella ama los riesgos creativos: "A mí me gusta ser como una cajita de Pandora y aprecio cuando me consideran una artista consolidada, pero yo no me siento consolidada para nada. Siento que todavía me queda mucho por conocer de mí, por explorar y por crecer. Me gusta sentirme estudiante".

El reto ha sido mostrar a la puertorriqueña con un sonido más global, inspirado en su signo zodiacal y en una vida en la que a veces necesitas el "no molestar" de los hoteles o la lunita del teléfono, porque es necesario poner en *mute*







ESTA PÁGINA: top, *leggings*, botas y
chamarra, GUCCI.
anillo, VAN CLEEF & ARPELS.

PÁGINA OPUESTA: chamarra,
BALENCIAGA.



ESTA PÁGINA: jumpsuit y cinturón, TOM FORD.
anillo, VAN CLEEF & ARPELS.

PÁGINA OPUESTA: chamarra,
BALENCIAGA. anillo, VAN CLEEF & ARPELS.

al mundo alrededor. Siendo Escorpio, todo empezó a cobrar sentido porque, según explica, "el escorpión es un animal que vive en las sombras y es ciego; siempre ve oscuridad. Para orientarse, tiene que sentir las vibraciones de la tierra con sus patas". Esa idea le dio claridad sobre lo que quería transmitir en su nueva era.

Existen pocas artistas latinas abiertamente *queer*, que canten en español y que sean reconocidas a nivel mundial. Esta responsabilidad también viene con presión y Miko intenta no pensar en eso **"ME GUSTA SER BIEN SELECTIVA DE CON QUIÉN ESTOY Y DE MIS PALABRAS"**

porque antes no había un foco encima pero sí existían referentes. Por ejemplo,

Kany García: ella decía algo y me lo llevaba al corazón. Para mí fue súper importante cuando ella salió del clóset". Hoy, Miko se da cuenta de cómo ella impacta a las generaciones más jóvenes, tal como Kany tuvo un impacto en ella. Recientemente, conoció a una niña de 10 años que se sabía

todas las canciones en su concierto; la esperó en *backstage*, acompañada de sus dos mamás lesbianas, quienes la admiran por ser una representante global de la comunidad LGBTQ+.

Pero su influencia va más allá: sus letras se convierten en un himno para todxs gracias a que las mujeres nos podemos quitar el *male gaze* y vernos a través de una mirada femenina en un género como el reguetón y el R&B que sigue siendo dominado por hombres. **"MI MÚSICA PUEDE REFERIRSE A LO SEXUAL, O NO, PORQUE ENTRE AMIGXS TAMBIÉN TE ADMIRAS Y DICES 'AMIGA, ESTÁS MUY PERRA', o incluso hablar de ti misma como en BIAF: yo me miro en el espejo y la más freak aquí soy yo".**

Este mes llega el *Do Not Disturb tour* a México y estamos listos para ver al *fandom* en su era más oscura, vestidas con bandanas, trenzas y delineado negro: "Incluso algunas niñas tienen el mismo cinturón que yo uso, con un escorpión grande, pero en realidad no me gusta poner un *dress code*, lo que quiero ver es cómo esta era le habla a cada persona. Tengo expectativas muy altas para mi público en México, ¡estoy loca por ir!".

Y si eres fan, sabes que uno de sus sueños más grandes era conocer Japón y por fin lo hizo realidad. Según nos cuenta, casi no vuelve:

"Fue todo lo que soñé y mucho, mucho más. Definitivamente voy a regresar". Su estética siempre ha estado inspirada en el anime y Japón, por eso este viaje fue aún más especial: "Me senté en los parques, anduve en bicicleta, fui a todas las cafeterías, recé en todos los templos, conocí gente increíble, me compré ropa que me encantaba, probé mucha comida y fui con mis verdaderos *besties*, los que han estado desde el día uno".

Ante la pregunta: **¿YOUNG MIKO SIGUE SIENDO LA MISMA?** Les puedo decir que aunque han pasado tres años desde que hablamos por primera vez, se siente la misma cercanía del primer día, pero con mucha más seguridad en sus palabras. Ahora conecta de una manera más profunda. <3



"TODAVÍA ME QUEDA MUCHO POR CONOCER DE MÍ, POR EXPLORAR Y POR CRECER. ME GUSTA SENTIRME ESTUDIANTE".



ESTA PÁGINA: top y chamarra, GUCCI. anillo, VAN CLEEF & ARPELS.

PÁGINA OPUESTA: look total, BOTTEGA VENETA.

MAQUILLAJE JONUEL NADER LÓPEZ PELO CHRIS ALEXANDER UÑAS AMBER STUDER ASISTENTES DE FOTO TRACE TAYLOR Y MALCOM WATTS
ASISTENTE DE ESTILISMO HANNA FERRER LOCACIÓN HYPE STUDIOS LA.



PIEDRAS EN CORO



FOTO
Kevin Larreguy @Creative

ESTILISMO
Celine Laviolette

PRODUCCIÓN Julien @Chin Up Studio
para ELLE MEXICO

ZAPATO, FENDI.
ANILLO, CARTIER.

VESTIDO, COURRÈGES.
ANILLO, CARTIER.



BLAZER Y FALDA, DIOR.
JOYAS, CARTIER.



VESTIDO, ISSEY MIYAKE.
JOYERÍA, CARTIER.



VESTIDO, CHANEL.
COLLAR, CARTIER.



VESTIDO, LANVIN.
BROCHE, CARTIER.



VESTIDO, CHANEL.
JOYERÍA, CARTIER.



PANTALÓN, GAUCHERE.
ZAPATO, FENDI.
BRAZALETE, CARTIER.

MODELO EMMANUELLE LACOU @SILENT
MAQUILLAJE LISA LEGRAND @AIRPORT
PELO LESLIE THIBAUD @AIRPORT
UNAS SEVERINE LORÉAL USANDO
@MANUCURIST
ASISTENTE DE FOTO BASTIAN KNAPP
POSTPRODUCCIÓN FEEL GOOD
CREATIVE
AGENTE DE FOTÓGRAFO LAETITIA
DE TUGNY



BROCHE, WETTE MILLE. PLAYERA, NICKLAS SKOVGAARD. FALDA, MIU MIU VINTAGE VÍA STRAND 32.
CALENTADORES, CECILIE BAHNSEN. ZAPATOS, SIKÁ.



CHAMARRA, EDDIE BAUER VÍA NEW NETWORK.
VESTIDO, CECILIE JØRGENSEN. BOTAS, WRC VÍA TIME'S UP VINTAGE.

LAS COLINAS

FOTO ED GUMUCHIAN
ESTILISMO CAROLINE
GUDMANDSEN
PRODUCCIÓN ELLE MEXICO



LOOK TOTAL,
LOUIS VUITTON.



VESTIDO, DIOR.
BOTAS, DUNLOP.



BROCHE, WETTE MILLE. PENDIENTE, ABU GARCIA.
PLAYERA, THE KNITS VÍA NEW NETWORK. VESTIDO, CECILIE BAHNSEN. ZAPATOS, MFPEN.





COLLAR, TIME'S UP VINTAGE.
SACO, CHANEL.



ARETES, CHANEL. TOP, BARBARA I GONGINI VIA NEW NETWORK.
JEANS, LEVI'S. CINTURÓN, RALPH LAUREN
VIA TIME'S UP VINTAGE.



LOOK TOTAL,
PRADA.



MODELO MARÍA AN-
TONELLA CALCAGNO
@MIRRRS MODELS.
MAQUILLAJE, ANDREA
BRÖNDSTED. PELO
AYOE NISSEN. PRO-
DUCCIÓN, MICHELLE
WALTERS. ASISTENTE
DE FOTO, TEA GIS-
TORP LARSSON.

COLLAR, TIME'S UP VINTAGE. PLAYERA, WALT DISNEY VIA NEW NETWORK.
FALDA, CHANEL.

lentes y chamarra, MIU MIU. aretes, POMELLATO.

Catch your match

foto Bryan Flores
estilismo Natalia Sánchez
producción ELLE México

LOLA

Signo: Tauro

¿Qué toma?: Té verde helado

Ojo ahí: Visión tintada para esconder sus sentimientos



look total, LOUIS VUITTON.

BRUNO

Signo: Sagitario

¿Qué toma?: Café filtrado en Chemex

Ojo ahí: Usa audífonos sin escuchar música

look total, DOLCE&GABBANA

MELLANIE

Signo: Capricornio

¿Qué toma?: Americano del día

Ojo ahí: Contesta mails en fines de semana



lentes, BALENCIAGA via Colima 112. chamarra, GUCCI. collar, POMELLATO.

VICTORIA

Signo: Virgo

¿Qué toma?: Nitro cold brew

Ojo ahí: Tiene más de 98 DM's sin leer

lentes, RAYBAN BY A&P ROCKY. top y chamarra, FERRAGAMO.

THEO

Signo: Acuario

¿Qué toma?: Té English Breakfast

Ojo ahí: Usa lentes para verse más intelectual



lentes, MARC JACOBS. top y bandana, BIMBA Y LOLA. collares, CHOPARD.

EMILIA

Signo: Libra

¿Qué toma?: Matcha latte con *cold foam*

Ojo ahí: Se puso *sunnies* para tapar el rímel corrido

(esta pág.) lentes, PORT TANGER vía Colima 112, tops y suéter, NIKE blazer, H&M STUDIO. collar, SWAROVSKI.
(pág. opuesta) lentes, OAKLEY. blazer, H&M. audífonos, BOSE.

BRIANNA

Signo: Géminis

¿Qué toma?: Smoothie con proteína

Ojo ahí: Usa lentes XL para esconder las ojeras

Maquillaje: EFRÉN ESPINOZA. Pelo: LUIS GIL. Modelos: BRIANNA SKINNER & MELLANIE GUZMAN @Queta Rojas. MO XUAN @Nook Models. Asistente de foto: SOFÍA ORTIZ. Asistente de pelo: DENISSE HERNÁNDEZ. Asistente de estilismo: ALEJANDRA RAMOS.



MO XUAN

Signo: Escorpio

¿Qué toma?: Espresso tonic

Ojo ahí: Lleva micas de espejo para ver su *running fit*



H U B L O T

**BIG BANG
JOYFUL**

ÚNETE A LA COMUNIDAD SUSCRÍBETE AHORA

EXPANSION

Quién

ELLE

**Sports
Illustrated**
MÉXICO

THINK LIKE A MAN
LIFE AND STYLE

MEXBEST



Escanea para
ingresar al sitio



tienda.grupoexpansion.com

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

A close-up portrait of a woman with dark hair pulled back, looking directly at the camera. She is wearing a vibrant blue, draped dress with a deep V-neckline and bright red lipstick. The background is a plain, light color.

ELLE

MARÍA Y LÍVIA
RESIGNIFI-
CAN LA
BELLEZA
(P.116)

138. EL FUTURO NOS
ALCANZÓ: LA TERAPIA
QUE PROMETE CAM-
BIARLO TODO

146. ¡HAY BELLEZA EN
MÉXICO! 4 MARCAS
MEXAS Y ACCESIBLES
QUE NOS ENCANTAN

BELLEZA

FOTO: ANA RAMA
LOOK: DIOR

115

PERFECT IS BORING

FOTO, ANAIRAM
MAQUILLAJE, PETER PHILIPS USANDO LA COLECCIÓN *LUCKY CLOVER* DE DIOR BEAUTY
PELO, ALDO EK
REALIZACIÓN, VALERIA BAQUEIRO
ESTILISMO Y ENTREVISTA, JESSICA GUTIÉRREZ
PRODUCCIÓN ELLE MÉXICO



Para María Bottle y Livia Nunes, el maquillaje es una extensión de la personalidad, pero también una forma de seguir explorando quién eres. En esta historia, profundizamos esa idea junto a Peter Philips —director creativo y de imagen de Christian Dior Makeup—, quien demuestra que una sola paleta de maquillaje tiene infinitas posibilidades y que un *beauty look* tiene el poder de hacerte sentir increíble.

LIVIA lleva en rostro Dior Forever Skin Veil, Dior Forever Skin Wear en 2N y 2.5N, Dior Forever Skin Correct, en 1.5N. / Mejillas: Dior Backstage Rosy Glow Stick, en 103 Toffee; Dior Backstage Glassy Glow Stick, en 017 Glossy Jelly; Dior Backstage Glow Maximizer Palette, en 001 Universal Glow; Rouge Blush, en 889 Charmed Coral. / Ojos: Diorshow Maximizer 4D; Diorshow Overvolume Waterproof, en 090 Overblack; Diorshow 5 Couleurs, en 365 Charmed Green. / Labios: Rouge Dior Contour, en 999 y Rouge Dior On Stage Ink Blur Matte, en 999.

AMBAS look total, DIOR.





MARIA lleva en rostro Dior Forever Skin Veil; Dior Forever Skin Wear, en 2N; Dior Forever Skin Contour, en 03 Medium. / Mejillas: Dior Backstage Rosy Glow Stick, en 006 Berry; 063 Pink Ulae y 103 Toffee; Dior Forever Luminizer, en 05 Blue Strobe. / Ojos: Diorshow Maximizer 4D; Diorshow Overvolume Waterproof, en 090 Overblack; Diorshow On Stage Crayon, en 099 Black; Diorshow 5 Couleurs, en 883 Lucky Rosewood. / Labios: Rouge Dior Contour, en 999 y Rouge Dior On Stage Shine, en 999.

look total, DIOR.

"ME GUSTA PENSAR EN EL MAQUILLAJE COMO UN FILTRO. SI NO TE INTERESA NI TE GUSTA MI MAKEUP, ENTONCES NO TE VOY A CAER BIEN. ES UN REFLEJO DE QUIEN SOY".

JESSICA GUTIÉRREZ: CUANDO ERAS NIÑA, ¿QUÉ IDEA TENÍAS DE LO QUE SIGNIFICABA "VERSE BONITA" Y CÓMO HA CAMBIADO PARA LA MUJER QUE ERES HOY?

MARÍA BOTTLE: Nunca pensé que podría ser una 'niña bonita'. De hecho, tengo una foto mía circulada a los nueve años donde señalaba todas las partes que no me gustaban de mí y por qué. Hoy la belleza para mí es muy distinta a lo que era antes. Hay una frase que dice "soy un museo de todas las cosas bellas que he visto". Es un poco cursi, pero sí, todo lo que me gusta también lo veo en mí. Te puedo decir que hoy amo cada parte de mi cuerpo porque es mío. Eso cambió mi vida, entender en qué soy única y que eso también es bello.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿HAY ALGÚN RASGO QUE ANTES INTENTABAS ESCONDER Y QUE HOY SEA UNA DE TUS COSAS FAVORITAS?

MARÍA BOTTLE: ¡Sí, las bolsas de mis ojos! Antes decía, '¡ay no, qué horror! ¿qué hago? ¿qué voy a hacer? ¡estoy condenada!'. Mi abuela las odiaba y hoy siento que me distinguen. Ahora hago caras para que se noten más y me las maquillo de rojo. Además, me pongo un poco de la misma sombra en el lagrimal para que se vea más *dark* y con efecto de 'no dormí'.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿TIENES ALGÚN RITUAL DE BELLEZA QUE HAYAS HEREDADO DE TU MAMÁ O TU ABUELA?

MARÍA BOTTLE: Mis dos abuelas eran lo máximo en cuanto a belleza. Una de ellas desde chiquita me decía: 'ponte labial en las chapitas y en la boca'. Mi mamá siempre fue un poquito más *tomboy*. Y mi otra abuela, fue una persona muy independiente que cultivaba y hacía su propia comida.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿DE QUÉ MANERA CREES QUE HABER CRECIDO EN MÉXICO HA INFLUIDO EN TU FORMA DE ENTENDER LA BELLEZA?

MARÍA BOTTLE: De todas las formas posibles. Primero que nada, el color. México es un país lleno de color, de inspiración y de texturas. También creo que es un lugar súper expresivo y maximalista, y yo simplemente soy eso. Siempre dicen que los mexicanos somos muy gritones y ruidosos, y siento que mi estilo y mi forma de maquillarme es muy ruidosa y maximalista. Tiene todo que ver con lo que me rodea y con lo que me enseñaron mis abuelas, lo que aprendí de las mujeres en la calle y lo que he podido observar en mi vida.

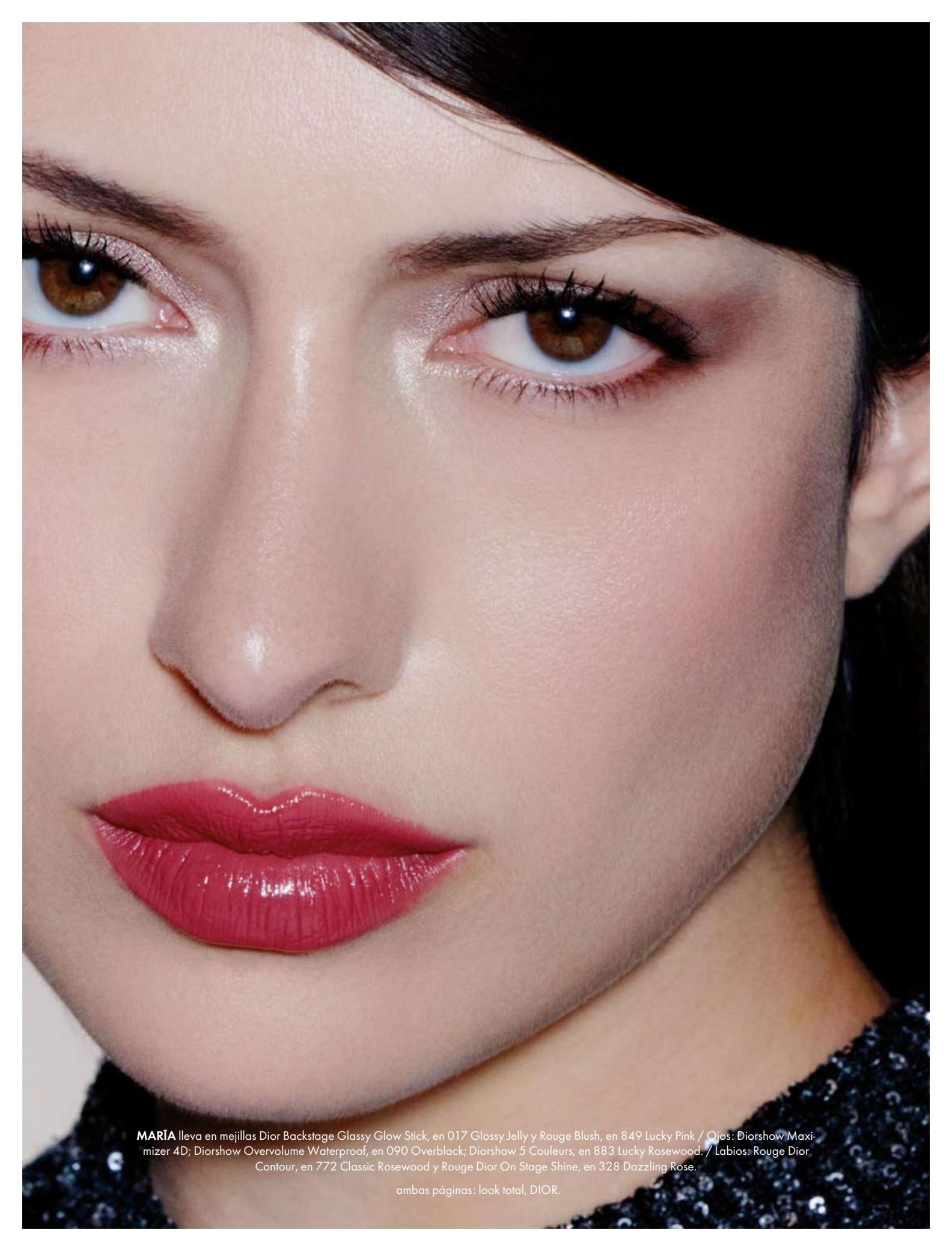
JESSICA GUTIÉRREZ: ¿HAY ALGUNA PINTURA, PELÍCULA, FOTOGRAFÍA O PERSONAJE QUE HAYA MARCADO TU IMAGINARIO ESTÉTICO?

MARÍA BOTTLE: Siempre fueron cosas muy fantásticas, muy mágicas. Para mí, era súper bello *H2O: Sirenas del Mar* y *Charmed*. Hasta hoy siento que esa estética me llama mucho. Obviamente también me encanta el arte de Frida Kahlo, Leonora Carrington, María Izquierdo y Remedios Varo; todas estas mujeres que crean un mundo de realismo mágico. Me gusta poder identificarme con personas de mi país y de toda Latinoamérica.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿CREES QUE TU SIGNO ZODIACAL INFLUYE EN TU FORMA DE ENTENDER LA BELLEZA O DE EXPRESARTE A TRAVÉS DEL MAQUILLAJE?

MARÍA BOTTLE: Soy Cáncer y obvio soy súper sensible. Me gusta expresarme súper cursi sobre cómo me siento. Tengo la sensibilidad de observar a otros para ver mi belleza y observar lo que me gusta de otros, simplemente por la sensibilidad que te da ser Cáncer. Obvio uso máscara *waterproof* casi diario, porque es muy probable que lllore durante el día.





MARÍA lleva en mejillas Dior Backstage Glassy Glow Stick, en 017 Glossy Jelly y Rouge Blush, en 849 Lucky Pink / Ojos: Diorshow Maximizer 4D; Diorshow Overvolume Waterproof, en 090 Overblack; Diorshow 5 Couleurs, en 883 Lucky Rosewood. / Labios: Rouge Dior Contour, en 772 Classic Rosewood y Rouge Dior On Stage Shine, en 328 Dazzling Rose.

ambas páginas: look total, DIOR.

"EL MAQUILLAJE FUE MI PRIMER LENGUAJE CREATIVO. ME PERMITE SEGUIR DESCUBRIENDO NUEVAS VERSIONES DE MÍ MISMA, EN LUGAR DE SENTIRME LIMITADA A UNA SOLA DEFINICIÓN DE QUIÉN SOY".

JESSICA GUTIÉRREZ: CUANDO ERAS NIÑA, ¿QUÉ IDEA TENÍAS DE LO QUE SIGNIFICABA "VERSE BONITA" Y CÓMO HA CAMBIADO PARA LA MUJER QUE ERES HOY?

LÍVIA NUNES: Para mí, ser una 'niña bonita' nunca ha tenido que ver realmente con la apariencia. Siempre ha sido mucho más sobre quién soy por dentro. Desde pequeña, me ha encantado hacer las cosas a mi manera y confiar en mi intuición. Me siento más bonita cuando soy fiel a mí misma. Crecer con esa forma de pensar moldeó a la mujer que soy hoy. Me enseñó que la belleza no consiste en encajar en un ideal, sino en vivir desde la autenticidad.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿HAY ALGÚN RASGO QUE ANTES INTENTABAS ESCONDER Y QUE HOY SEA UNA DE TUS COSAS FAVORITAS?

LÍVIA NUNES: Cuando era más joven, estaba mucho más enfocada en verme 'perfecta'. Con el paso del tiempo entendí que lo que realmente hace bella a una persona suele ser justo lo contrario: esos pequeños detalles, las expresiones y todo aquello que hace que una cara se sienta real. Hoy valoro mucho más esas imperfecciones de lo que alguna vez valoré la perfección.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿TIENES ALGÚN RITUAL DE BELLEZA QUE HAYAS HEREDADO DE TU MAMÁ O TU ABUELA?

LÍVIA NUNES: Mi mamá tiene una colección de perfumes increíble, así que he desarrollado un gran aprecio por las fragancias. Se han convertido en uno de mis rituales de belleza más importantes y en algo sin lo que no podría imaginar mi vida. Hay aromas que tienen la capacidad de transportarme de inmediato a recuerdos y emociones, como si pudiera volver a un momento específico de mi vida. Creo que el perfume siempre ha sido tanto una experiencia emocional como una expresión de belleza.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿DE QUÉ MANERA CREES QUE HABER CRECIDO EN BRASIL HA INFLUIDO EN TU FORMA DE ENTENDER LA BELLEZA?

LÍVIA NUNES: Crecer en Brasil me enseñó que la belleza es algo que se siente antes de verse. Es expresiva, natural y está profundamente conectada con la personalidad. Estamos rodeados de tanta diversidad, creatividad, música, movimiento y naturaleza que la belleza nunca se sintió como algo relacionado con encajar en un solo estándar. Siempre la percibí como algo mucho más vivo que eso.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿HAY ALGUNA PINTURA, PELÍCULA, FOTOGRAFÍA O PERSONAJE QUE HAYA MARCADO TU IMAGINARIO ESTÉTICO?

LÍVIA NUNES: Cada libro, exposición, película, fotografía o conversación pasa a formar parte de esa biblioteca visual que moldea mi manera de ver el mundo y de construir mis proyectos creativos. Pero, si tuviera que mencionar algunas, la fotografía de Helmut Newton siempre me ha fascinado. Steven Meisel es otra de mis grandes inspiraciones. También me encanta Degas, especialmente por la sensibilidad con la que retrataba a las bailarinas. La danza y la música han formado parte de mi vida desde que tengo memoria, así que conecto de manera muy natural con su obra. En el cine, admiro muchísimo a Sofia Coppola; la forma en la que retrata la feminidad me parece increíblemente honesta, íntima y hermosa.

JESSICA GUTIÉRREZ: ¿CREES QUE TU SIGNO ZODIACAL INFLUYE EN TU FORMA DE ENTENDER LA BELLEZA O DE EXPRESARTE A TRAVÉS DEL MAQUILLAJE?

LÍVIA NUNES: Creo que sí, de alguna manera. Soy Escorpio y siempre me ha atraído una belleza que se siente expresiva y con un toque de misterio. Me encanta cómo el maquillaje puede transformar por completo un estado de ánimo o contar una historia sin necesidad de decir una sola palabra. Para mí, nunca se trata solo de verme bonita; se trata de crear una sensación y revelar una faceta distinta de mí misma.



LIVIA lleva en mejillas Dior Backstage Glassy Glow Stick, en 001 Glazed Pink / Ojos: Diorshow Maximizer 4D; Diorshow Overvolume Waterproof, en 090 Overblack; Diorshow 5 Couleurs, en 365 Charmed Green. / Labios: Rouge Dior Contour, en 200 Nude Touch y Rouge Dior, en 951 Talisman.



LIVIA lleva en mejillas Dior Backstage Rosy Glow Stick, en 012 Rosewood; Dior Backstage Glassy Glow Stick, en 017 Glossy Jelly y Dior Backstage Glow Maximizer Palette, en 001 Universal Glow. / Ojos: Diorshow Maximizer 4D; Diorshow Overvolume Waterproof, en 090 Overblack; Diorshow Liquid Liner, en 096 Satin Black y Diorshow 5 Couleurs, en 365 Charmed Green. / Labios: Rouge Dior On Stage Ink Blur Matte, en 200 Nude Pulse.

MARÍA lleva en mejillas Dior Backstage Rosy Glow Stick, en 006 Berry y 063 Pink Lilac; Dior Backstage Glassy Glow Stick, en 001 Glazed Pink y Dior Backstage Glow Maximizer Palette, en 001 Universal Glow. / Ojos: Diorshow Maximizer 4D; Diorshow Overvolume Waterproof, en 090 Overblack; Diorshow On Stage Crayon, en 099 Black y Diorshow 5 Couleurs, en 883 Lucky Rosewood. / Labios: Rouge Dior Contour, en 999 y Rouge Dior On Stage Ink Blur Matte en 999.



asistentes de foto JAIR FRANCO Y VÍCTOR MANUEL MURILLO, digital tech JUAN AZPIRI, asistente de maquillaje KAORI
CHLOE SODA, asistente de pelo EFREN ESPINOZA, uñas ZAI VEGA, asistente de estilismo BERENICE BUENDIA.

look total, DIOR.

foto MAURICIO Sánchez

blooming.

realización
VALERIA Baqueiro

uñas ZAI Vega

maquillaje y pelo LUIS Gil

producción ELLE México



SI LA NATURALEZA DICE QUE COMBINA, ES PORQUE COMBINA Y PUEDE CONVERTIRSE EN **TU PRÓXIMO NAIL ART.**
SOLO PIENSA EN LOS COLORES, FORMAS Y TEXTURAS DE UNA FLOR,
¡HASTA LAS GOTAS DE AGUA PUEDEN SER UN DISEÑO!



127

UNA FLOR ROJA NO ES SIMPLEMENTE ROJA, ¿POR QUÉ TUS UÑAS TENDRÍAN QUE SERLO? EL EFECTO AURA ES UNA FORMA SUTIL DE INCORPORAR MÁS COLOR Y PUEDES AGREGAR UNA QUE OTRA PIEDRITA.



SI TE GUSTAN LOS DISEÑOS ESCULTORALES, PÍDELE A TU NAIL ARTIST QUE IMITE LA FORMA Y TEXTURA DE UNA FLOR EN RELIEVE SOBRE UNA BASE JELLY.





CON TANTOS PRODUCTOS PARA UÑAS YA PUEDES LOGRAR BÁSICAMENTE CUALQUIER TEXTURA. EL ESMALTE MAGNÉTICO, POR EJEMPLO, ES PERFECTO PARA LOGRAR LA ATERCIOPELADA DE LOS PÉTALOS.





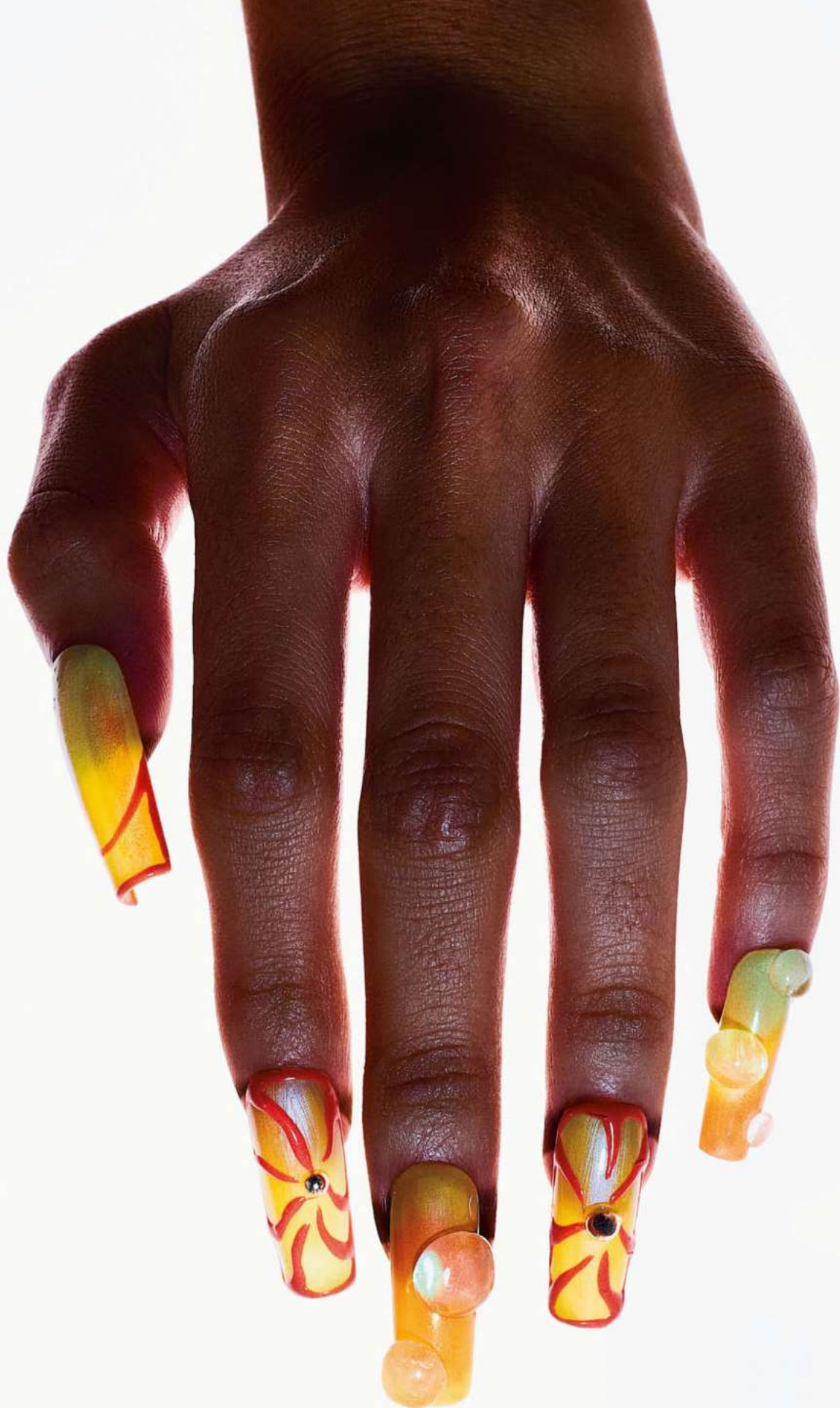
131

QUÍTALE LO ABURRIDO AL CLÁSICO MANI FRANCÉS COMBINANDO COLORES Y EFECTOS INESPERADOS. ESTE LIRIO NOS INSPIRÓ A USAR UN DEGRADADO NARANJA CON PLATEADO Y TOQUES DE PIEDRITAS QUE PARECEN GOTITAS DE AGUA.



modelo PAULA Gorozpe @Paragon Model Management
asistente de pelo DENISSE Hernández
arte en set MARIO Marreros
producción JOSEMRA, ALONSO Díaz





HAY FLORES LOQUÍSIMAS QUE SE PUEDEN TRADUCIR A DISEÑOS SÚPER ORIGINALES. UN *DEGRADÉ* CON EFECTO TORNASOL Y DETALLES TRIDIMENSIONALES COMO LÍNEAS EN RELIEVE Y GOTAS, LE DARÁN UN TOQUE MUY DIVERTIDO.

LA BIBLIA CAMBIÓ MI DIETA

por VALERIA BAQUEIRO



*¿La Biblia? No te equivocaste de sección, pero entiendo la cara de confusión, porque yo puse la misma cuando mi algoritmo me lanzó el término “alimentación bíblica” sin previo aviso. En resumen, se trata de volver a la forma en la que Dios nos diseñó para vivir, comiendo los alimentos que Él creó, en las formas que nutren y sostienen al cuerpo. Según Jordan Rubin, coach de salud bíblica y autor de *The Biblio Diet*, comer según las Escrituras puede beneficiar a cualquier persona sin importar sus creencias. ¿Cómo? ¿Por qué? Aquí lo analizamos y te lo explicamos.*



La base de todo

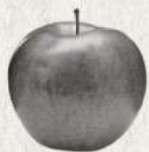
En su libro, Rubin menciona seis pilares como la base de la alimentación bíblica. Cabe recalcar que aunque no hay estudios clínicos que la avalen tal cual como un plan alimenticio 100% comprobado, muchos de los principios que la sostienen se alinean con lo que dice la ciencia nutricional actual. Pero aquí hablamos desde la evidencia, por eso me di a la tarea de analizar cada uno de estos pilares—consultando datos y a expertos, incluido Rubin— para explicarte por qué, más allá de la fe, seguir esta alimentación puede tener un impacto positivo en tu salud.

1 Comer alimentos reales y enteros. ¿Te acuerdas del documental de *Super Size Me*? Creo que ahí muchos vimos por primera vez el peligro de los alimentos ultraprocesados y su relación con enfermedades cardiometabólicas, trastornos mentales y mortalidad. Actualmente sabemos que mientras más natural el alimento, menores riesgos a la salud. De hecho, existe una clasificación llamada NOVA que organiza los alimentos en cuatro categorías de acuerdo a su grado de procesamiento y ha sido adoptada por diferentes organismos internacionales para monitorear la nutrición y la calidad de vida de la población.

2 Elige las fuentes más limpias posibles. La Biblia habla de comer animales criados de forma “limpia” y en armonía con su entorno; la ciencia dice que el origen de tus alimen-

tos importa porque cambia su perfil nutricional, además de que las hormonas y los pesticidas que utilizan las grandes empresas son un riesgo directo para la salud. Si para ti no es posible cultivar tus propias frutas y verduras, apoya a pequeños productores agrícolas y busca empresas que impulsen la agricultura, marcas orgánicas y de libre pastoreo.

3 Incluye tanto plantas como animales, tal como lo hacen las Escrituras. Jordan dice que “el mayor error es pensar que se trata de legalismo o restricción. No lo es”. A diferencia de otros regímenes alimenticios que limitan o prohíben el consumo de ciertos grupos alimenticios (como la dieta keto, por ejemplo), la *Biblio Diet* busca el balance incluyendo vegetales, frutas, granos, legumbres, lácteos, huevo, pescado, pollo y hasta carne roja, coincidiendo con la ciencia de la longevidad que apoya las dietas variadas y no restrictivas. Pero la Biblia también menciona una lista de animales “detestables” como cerdo, mariscos y aves carroñeras que no deberían entrar en nuestra dieta. Estas reglas venían en parte de un contexto religioso y cultural, pero también eran una medida de higiene, pues la carne de muchos de estos animales transmitían enfermedades. Por ejemplo, el cerdo mal cocinado puede transmitir triquinosis, mientras que el mal manejo de mariscos puede generar toxinas fuertes; pero con la refrigeración, los controles sanitarios y las normas alimentarias, esos riesgos prácticamente han desaparecido.



Piénsalo así: si tu bisabuela no lo reconocería como comida, es muy probable que no deba estar en tu plato.





4 Honra la preparación tradicional.

Si tu abuelita te dijo que remojes los frijoles o lentejas antes de cocinarlos, hazle caso. Está comprobado que métodos ancestrales como remojar, germinar, fermentar y cocinar a fuego lento ayudan a romper o transformar compuestos que normalmente le cuesta procesar al cuerpo, mejorando la digestión y absorción de nutrientes. ¿Por qué crees que el pan de masa madre y las bebidas fermentadas como la kombucha y el kéfir se han vuelto tan populares?

5 Incorpora ritmos de ayuno y festín.

La Biblia dice que debemos tener comidas abundantes y en ritmos definidos en lugar de estar picando todo el día. ¿Te suena? Yo he escuchando esta recomendación en cada consulta con mi nutrióloga. Mantener horarios regulares, comer con intención y no saltarse comidas es clave para evitar los picos de insulina y los bajones de energía que vienen de comer sin patrón. La Biblia relaciona el ayuno con lo espiritual; la ciencia lo conecta con la salud metabólica y la autofagia, el proceso natural por el que la célula descompone sus componentes viejos o dañados y los recicla para usarlos en funciones importantes. Según Mark Mattson, neurocientífico de Hopkins Medicine que ha estudiado esta práctica por 25 años, hacer ayuno intermitente mejora la memoria, la salud arterial y promueve la pérdida de grasa corporal. Mattson también menciona que puede mejorar la sensibilidad a la insulina y médicos lo recomiendan para tratar afecciones crónicas como el síndrome del intestino irritable, el colesterol alto o la artritis. En las mujeres hay más factores a considerar. La doctora experta en hormonas, Gladys Sastré, nos explica que “el ayuno puede ser una herramienta útil en algunas personas, pero no considero que sea una estrategia obligatoria para todas”. Ella prefiere priorizar un periodo de descanso digestivo nocturno que respete la biología natural del organismo, y evaluar individualmente cada caso, especialmente durante etapas como la perimenopausa o cuando existe una alta carga de estrés, situaciones en las que el ayuno prolongado puede perjudicar más que ayudar.

6 Come con gratitud y en comunidad.

En la Biblia, casi todas las comidas se comparten y sentarse a comer es visto como un acto sagrado. Hoy sabemos que compartir la mesa y tener vínculos sociales sólidos no solo es bonito, es saludable. En los ochenta, la revista *Science* publicó un artículo que afirmaba que “las relaciones sociales, o la relativa falta de ellas, constituyen un factor de riesgo importante para la salud, un efecto comparable al de factores de riesgo ya bien establecidos como el tabaquismo, la presión arterial, los lípidos en sangre, la obesidad y la actividad física”. Esta cita resistió la prueba del tiempo, pues investigaciones más recientes afirman que las relaciones sociales pueden aumentar nuestras posibilidades de sobrevivir hasta un 50%. Por otro lado, comer con gratitud va más allá de un acto espiritual. Pausar antes de comer, dar las gracias y comer con calma es, en esencia, mindful eating o alimentación consciente.

Sus beneficios son universales

“Incluso si alguien no comparte mi fe, los beneficios prácticos son los mismos. Se come más comida real y menos productos ultraprocesados. Aumenta la densidad de nutrientes mientras se reducen, de forma natural, los ingredientes inflamatorios. También se construyen mejores hábitos en torno al sueño, el movimiento, la hidratación, la gratitud y la vida intencional”, menciona Jordan Rubin sobre qué esperar al seguir una alimentación basada en las Escrituras.

No se trata de privación ni de culpa

El mayor error al empezar cualquier dieta o plan de alimentación es enfocarnos en lo que estamos perdiendo en lugar de todo lo que podemos ganar mejorando nuestra alimentación, cambiando hábitos y llevando una vida más consciente. Intentar cambiar toda tu vida de la noche a la mañana también hace que mantener el hábito sea casi imposible. Empieza con una comida, sustituye un alimento procesado por uno entero, toma más agua, dedica unos minutos a reflexionar en silencio (meditar u orar, lo que tú prefieras). La Dieta Bíblica invita a hacer mejoras incrementales, un consejo que aplica para cualquier cambio de hábito en general.



→ Esta práctica proviene del budismo zen y se centra en estar totalmente presente al momento de comer, usando todos nuestros sentidos para experimentar y disfrutar los alimentos que elegimos.



→ “Pequeños cambios, practicados con constancia, producen resultados notables con el tiempo”.

GRACIE TIENE UN NUEVO

por Valeria
Baqueiro



CRUSH



Gracie se sube a nuestra llamada y enciende su cámara. Trae puesta una sudadera gris, gorra y casi nada de maquillaje. Se ve espectacular. Empezamos la plática y me doy cuenta de que hay personas que no necesitan esforzarse para ser cool, simplemente lo traen. Esa espontaneidad y frescura con la que se desenvuelve, tanto en el escenario como en su vida, hace que su relación con Chanel haga click de inmediato.

Su reciente nombramiento como embajadora de *Coco Mademoiselle Crush Absolu*, la nueva fragancia de la Maison, se siente tan orgánico que es como si hubiera estado escrito en el destino. Gracie recuerda ver el frasco de Chanel N° 5 en el tocador de su abuela, quien la introdujo a ese lado de la feminidad. "Mis dos abuelas son mis mayores iconos de belleza. Una de ellas ya no está con nosotros, pero amaba Chanel y estaría dando maromas de la emoción si me pudiera ver en esta campaña. Mi otra abuela es simplemente magnífica, mágica, hermosa y no usa ni una gota de maquillaje. Me siento muy afortunada de haber crecido con dos mujeres que se conocían tan bien a sí mismas y siempre me he sentido inspirada por su belleza natural". Pero, incluso antes de convertirse en su embajadora, Gracie ya cargaba con años de memoria olfativa ligada a la fragancia. "Todos mis recuerdos vienen de cuando era niña, camino al aeropuerto o pasando frente a un espectacular. Había tanta imagen alrededor de *Coco Mademoiselle* que cada vez que pasaba por un *duty free* me sentía atraída hacia ese mito, hacia esa representación de la feminidad", recuerda. Esta fascinación no era casualidad, sino un reflejo de lo que admira de la firma. "Existe la sensualidad de una mujer Chanel, pero también hay fuerza. Creo que constantemente logran ese equilibrio entre lo duro y lo suave, lo femenino y lo masculino, de una manera hermosa", algo que ella encarna a

la perfección. Y aunque ser el rostro de un perfume tan legendario como *Coco Mademoiselle* no es una responsabilidad menor, especialmente después de Keira Knightley, Gracie nunca lo sintió como un reto imposible, y ese peso se aligeró gracias al poder que le provoca usarlo. "Lo hermoso de la fragancia es que me predispone a sentirme y a ser de cierta manera ese día. Antes de grabar, me la ponía, respiraba profundo y luego empezaba. Eso era justo el apoyo que necesitaba para sostener toda la historia". Fuera del escenario, lo que más le mueve el piso creativo es la conexión con el mundo real. Después de mudarse, se propuso hablar con extraños dondequiera que fuera para entender mejor la ciudad y superar su ansiedad social. "Existe una ansiedad real que viene de depender del teléfono, de la posibilidad de simplemente agachar la cabeza y desaparecer del mundo. Mientras más existes en el mundo real, más inspiración encuentras y más memorables son tus interacciones". Para cerrar, le pregunto cuál ha sido el momento más surrealista de su carrera y su respuesta es conmovedora. "Cada logro, cada meta cumplida. Sentir que tengo una familia de amigos y colaboradores conmigo en todo esto. Esta industria es famosa por lo salvaje que puede ser, por lo fácil que es perder el rumbo o perderte a ti misma. Me siento muy afortunada de que, día con día, se me recuerde que la gente que tengo a mi lado es mi gente de verdad".



La mayoría de nosotros vivimos en un estado crónico de inflamación. No dormimos bien, el trabajo y el estrés nos consumen, somos adictos al azúcar y a las comidas procesadas, y pasamos la mayor parte del día sentados frente a la computadora. No digo que a todos les quede el saco, pero es una realidad para muchos. Nuestros hábitos están acelerando el famoso *inflammaging* (o envejecimiento inflamatorio), que deteriora el cuerpo por dentro y por fuera. Nuestra esperanza de vida ha aumentado, pero la tasa de enfermedades crónicas también. Por eso, la pregunta ya no es cómo podemos vivir más, sino cómo podemos extender nuestra salud por más años. Cambiar nuestro estilo de vida es el primer paso pero, cuando el daño está hecho, la medicina regenerativa podría ser la verdadera respuesta.

Por Valeria Baqueiro

La terapia del futuro

La medicina regenerativa es uno de los avances más prometedores de la medicina moderna y es mucho más ambiciosa que un tratamiento tradicional. En lugar de aliviar síntomas o frenar enfermedades, busca reparar, reemplazar y regenerar células, tejidos y órganos dañados para restaurar sus funciones mediante el uso de células troncales o células madre. No se trata de encontrar la fuente de la eterna juventud ni de actualizar y optimizar el cuerpo como si fuera un *hardware*, sino de una nueva forma de abordar padecimientos y de una oportunidad para vivir mejor.





Tu cuerpo tiene un sistema de reparación propio que ha estado ahí desde que empezaste a existir: las células madre. Tal vez hayas escuchado hablar de ellas en tratamientos faciales o como un ingrediente de *skincare* para rejuvenecer el rostro, pero eso solo es una pequeña parte de su poder. La ciencia cree que son capaces de impulsar la regeneración del cuerpo, revertir ciertas enfermedades y hasta reducir nuestra edad biológica.

Las llaman el futuro de la medicina moderna, pero para entender por qué, hay que entender qué son y cómo funcionan. Las células madre son las únicas capaces de replicarse a sí mismas y convertirse en otro tipo de células mediante un proceso llamado diferenciación. Dependiendo de su ubicación en el cuerpo, pueden convertirse en células cerebrales, células del músculo cardíaco, células óseas o cualquier otro tipo de célula. Se encuentran en casi todos nuestros tejidos y son necesarias para mantenerlos y repararlos en caso de lesiones o enfermedades. Puedes verlas como un equipo de albañiles que acude a donde están las paredes dañadas y se convierte en el material que necesitan para repararlas.

Empieza una breve clase de biología. Hay tres tipos de células madre. Las embrionarias se crean durante la fecundación y son las más versátiles porque pueden convertirse en cualquier tipo de célula para formar el cuerpo humano. Las adultas las tenemos en

menores cantidades en tejidos y órganos, y son las que naturalmente reemplazan y reparan las células dañadas para regenerar el cuerpo. Hay hasta 20 tipos de células madre adultas, pero hablaremos de las hematopoyéticas y las mesenquimales. Las primeras, que mantienen el sistema circulatorio y el inmune, llevan décadas usándose para tratar algunas enfermedades de la sangre, como leucemia o anemia. Las mesenquimales (MSC) están en los huesos, cartílagos, músculos y en la grasa. Estas solo pueden transformarse en un grupo limitado de células relacionadas con estos tejidos, pero son las que están en la mira por sus capacidades regenerativas y su papel para tratar padecimientos de las articulaciones, el corazón y, posiblemente, enfermedades autoinmunes. Las células madre pluripotentes inducidas (iPSC) son hechas en el laboratorio a partir de células madre adultas y reprogramadas para actuar como células embrionarias. Estas últimas siguen siendo estudiadas.

Por sus moléculas bioactivas —como citocinas antiinflamatorias, factores de crecimiento y vesículas extracelulares—, que modulan la inflamación y reducen el estrés oxidativo, las MSC se han convertido en la promesa contra el envejecimiento; de ahí su fama en la cosmética. Estudios preliminares sugieren que pueden mejorar la función mitocondrial, potenciar la formación de vasos sanguíneos y estimular las células madre endógenas (las que ya viven en nuestro cuerpo) para retrasar el envejecimiento celular, regenerar el cuerpo, mejorar nuestra función cognitiva y aumentar la elasticidad de la piel.

Se llama Terapia Regenerativa y así funciona

En pocas palabras, consiste en la administración de las células a través de una inyección localizada o por vía intravenosa mediante un suero. Un médico autorizado debe evaluar tu caso y decidir qué funciona para ti. Por ejemplo, si se quiere tratar la lesión en una articulación, la implantación directa sobre el tejido dañado podría ser la mejor opción para acelerar la recuperación. Algo súper interesante es que estas células viajan por el cuerpo guiadas por las señales de la inflamación para llegar al órgano que necesita ser reparado a través de un efecto llamado *homing*, por eso la infiltración venosa también es viable en la mayoría de los casos.

Esta terapia utiliza MSC que se pueden obtener de dos formas: autóloga, donde se extraen del mismo paciente, por lo general del tejido adiposo, y por esta razón sus capacidades pueden ser más limitadas; y alogénica, que vienen de un donante sano y compatible, ya sea un adulto o un cordón umbilical, placenta o pulpa dental preservados en un banco de células autorizado y certificado. Antes de la aplicación, deben pasar por un proceso de aislamiento, cultivo y expansión en un laboratorio especializado.

Es o no es para todos

Generalmente, las MSC (sobre todo las que vienen de cordón umbilical o placenta) se consideran seguras para cualquier perso-

na porque tienen cierto grado de inmunosupresión, es decir, que pueden pasar desapercibidas por el sistema inmune para que el cuerpo no las rechace. Sin embargo, un profesional debe evaluar cada caso individualmente para decirte si eres candidato y realizar la terapia en un ambiente estéril para evitar los riesgos derivados de la infiltración. Toma en cuenta que puedes experimentar síntomas temporales parecidos a los de un resfriado como dolor de cabeza, escalofríos, cansancio y/o fiebre muy leve.

El futuro, ¿sigue lejano?

Aunque en la práctica las MSC han mostrado resultados positivos, los estudios clínicos que confirman su efectividad siguen siendo escasos, por lo que todavía no están aprobadas completamente como sucede con las hematopoyéticas. En México, la terapia con células madre está estrictamente regulada por la COFEPRIS y solo clínicas autorizadas con licencias sanitarias vigentes pueden aplicarla. Las regulaciones pueden variar de un país a otro, haciendo que el turismo médico de células madre crezca. El futuro es prometedor, pero aún existe un largo camino por recorrer en temas de investigación y regulación.

Nosotros recomendamos

SHA Wellness México

Trabaja con células troncales cultivadas por el Instituto de Terapia Celular (ITC). Tienen su propio banco en donde las mantienen congeladas para tener mayor control en su manejo y que el protocolo sea seguro y efectivo.

LONVIDA

Cumple con todas las regulaciones y protocolos de seguridad, así como con médicos capacitados para que la aplicación sea segura.

Platicamos con...

Dr. Jorge Mario Tagle Rodríguez
CEO y Presidente del ITC.

Dra. Andrea Márquez
Head of Regenerative Medicine en
SHA Wellness.

EL PODER DE XUNÁN KAB

RITUAL DE SKINCARE CON SABIDURÍA ANCESTRAL

Uno de los activos más cotizados en la industria de la belleza moderna lleva miles de años existiendo y los mayas lo sabían: la miel de abeja melipona o *Xunán Kab* ("señora abeja"). Luum es una marca mexicana que utiliza esta miel como ingrediente principal, conocido y codiciado por sus propiedades regenerativas y antioxidantes. Su ritual consiste en tan solo dos pasos que te darán una piel luminosa, rejuvenecida y saludable: primero es el suero con niacinamida y ácido hialurónico que ilumina y empareja el tono. Después, la crema, rica y ligera al mismo tiempo, con ingredientes nutritivos y revitalizantes como lípidos biomiméticos y fermentos marinos para reforzar la barrera cutánea, nutre a profundidad y combate los primeros signos de la edad. Un apapacho para tu piel que puedes usar de día y de noche.

#¿DÓOONDE?

Crema Miel Melipona, LUUM SKINCARE, \$1,500, luumskincare.mx.



FOTO: ALONSO DÍAZ

SKINCARE *sensorial*

Poco a poco hemos dejado de ver el skincare como una rutina diaria para entenderlo como un ritual de bienestar. Cada vez más, los consumidores no solo buscan productos que funcionen, sino que también apelen a los sentidos. Según la neurocosmética, las texturas innovadoras, aromas cuidados y fórmulas placenteras favorecen la salud de la piel mediante estímulos sensoriales. Asia lo popularizó y ahora todos queremos subirnos al barco.



CAMBIAFORMAS

TEXTURAS TRANSFORMADORAS

En el auge por lo sensorial, una de sus manifestaciones más interesantes son las fórmulas metamórficas, como geles que se convierten en agua, aceite o leche y potencian su función. Si bien es común verlo en limpiadores, ahora hay productos como este sérum en polvo que se vuelve líquido al contacto con la piel, o velas que con el calor se transforman en aceite corporal.

1. Desmaquillante y limpiador facial, **NEURAE**, \$2,200, elpalaciodehierro.com. **2.** Serum Melting Powder to Serum Vita-C, **KOPHER**, \$490, C.C. Toreo Parque Central. **3.** Vela de Masaje Coco Corazón, **SANTU**, \$995, santubeauty.mx.

EXPERIENCIA INMERSIVA

TENTACIÓN APETECIBLE

Con texturas jugosas, productos como este suero en barra, que se mantiene permanentemente frío, o el bloqueador Vacation Inc., que emula una lata de crema batida, se salen de lo convencional y captan nuestra atención desde el primer momento. Más allá de su función, convierten la aplicación en una experiencia estética que también deleita los sentidos.

1. Loción en espuma perfeccionadora, **CHANEL**, \$1,420, chanel.com. **2.** Cooling Water Jelly Ice Calming Serum, **MILK MAKEUP**, \$740, blush-bar.com.mx. **3.** Protector solar en mousse, **VACATION INC.**, \$560, ulta.com.mx.

ENCAPSULADAS

PARTÍCULAS SUSPENDIDAS

Aunque no es nada nuevo, la tendencia de pequeñas perlas con activos como vitaminas, péptidos o retinoides están ganando protagonismo. Ya sea en cápsulas individuales o contenidas en geles y cremas, mantienen los ingredientes protegidos y estables hasta romperse al contacto con la piel, evitando su degradación.

1. Capsule Cream con ácido hialurónico, **MEDICUBE**, \$420, yoonlab.mx. **2.** Skin Booster Vitamin Shot, **PHYSICIANS FORMULA**, \$290, iherb.com. **3.** Sérum renovador en cápsulas, **ELIZABETH ARDEN**, \$2,699, ulta.com.mx.



Gregoris Prypylis: en Hermès, la belleza se trata de crear mejor. Y mejor también puede ser menos.

por VALERIA BAQUEIRO



En una industria sobresaturada de lanzamientos, el director creativo de la marca. Para él, un solo producto bien hecho vale más que una repisa llena de opciones. Por eso, Hermès Plein Air, su primera base de maquillaje tardó cuatro años en llegar. Su fórmula universal cuida la piel mientras la usas y tiene un rango de tonos impresionante, pero lo que Gregoris realmente creó, más que solo un producto, fue un ritual acompañado de objetos que no vas a querer dejar de usar.

ELLE MÉXICO:

Sabemos el reto que representa desarrollar una base de maquillaje desde cero. ¿cómo empiezas a crear un producto tan complejo?

GREGORIS PYRPLYIS:

A diferencia de crear una sombra bonita o un lipstick, desarrollar una base implica ciencia real, tecnología e innovación. Para una marca que nunca antes había creado una, tenía que cumplir con los más altos estándares, por eso nos tomó cuatro años decidir los tonos, la textura, el acabado y todo el ritual que la acompaña: el primer, las herramientas y los objetos. Primero se construye la fórmula y la textura, después se agregan los ingredientes activos que pueden alterar el acabado o la viscosidad, algunas veces llevándote por una dirección completamente distinta. Trabajar con cinco familias de intensidad de color hizo el proceso todavía más complejo.

ELLE MÉXICO:

¿Hubo alguna idea que quedó fuera?

GREGORIS PYRPLYIS:

Cuando exploramos la idea de integrar FPS en la fórmula nos dimos cuenta de que los tonos se deslavaban, se veían blancuzcos y con un subtono gris. Con mucha integridad, decidimos no incorporar protección solar en la base. Después de todo, este es un producto de maquillaje y si no te mantienes fiel a los tonos que propones, nadie lo va a usar. Además, nuestra fórmula puede usarse sobre tu bloqueador favorito o debajo de nuestro mist hidratante con FPS.

ELLE MÉXICO:

¿Cómo se complementa Hermès Plein Air con todo el ritual?

GREGORIS PYRPLYIS:

No quería crear otra rutina, sino un ritual que cupiera en el mismo tiempo que ya le dedicas a arreglarte. Colocas tu primer y tu base en la paleta, usas la pequeña espátula para tomar el producto—incluso puedes mezclar dos tonos de base—y aplicas con brocha, sin tocar tu rostro con los dedos si no quieres, por higiene. Puedes cargar las cerdas de manera uniforme para una aplicación homogénea que no se vea acartonada. La piel perfecta se logra con capas, no con un chorro directo de producto. Todo este ritual está pensado alrededor de quien lo usa.

ELLE MÉXICO:

Has sido muy vocal sobre el hiperconsumo y el impacto de las redes sociales. ¿cómo navegas esta dualidad al crear para Hermès?

GREGORIS PYRPLYIS:

Creo que el hiperconsumo viene de las redes sociales al 100%. Todos están tratando de vender algo, hay una industria multimillonaria construida sobre la influencia. Pero como todo en la vida, las redes sociales ofrecen cosas buenas y malas; depende de ti ser más selectivo sobre qué te quedas y qué dejas ir. Si las usas bien, te dan acceso rápido a todo lo que pasa en la industria. Mi consejo es confirmar la información dos o tres veces antes de crearla, y eso aplica también a los lanzamientos nuevos. Me da mucho gusto que la gente cada vez esté más educada sobre belleza, formulaciones e ingredientes. Pero las redes sociales también crean tendencias efímeras que empujan el sobreconsumo. Algo que amo de Hermès es que es una casa de contención, sabemos exactamente dónde están nuestros límites, y los ponemos nosotros mismos. No creo que crear más te lleve más lejos. Creo que se trata de crear mejor, y mejor también puede ser menos.

ELLE MÉXICO:

¿Cuáles son esos límites para Hermès Beauty? ¿Qué significa “suficiente” para ti?

GREGORIS PYRPLYIS:

Me gusta ir paso a paso. Puedo decirte que ya estoy trabajando en colecciones que se van a lanzar dentro de tres años, pero nada es repetitivo. Nunca vamos a tener dos o tres productos haciendo el mismo trabajo. Se trata de hacer una cosa de la manera más excelente posible, no de agregar más solo para seguir siendo relevantes. Ese no es el camino de Hermès, y mientras yo tenga este puesto, no lo va a ser.

ELLE MÉXICO:

Usaste una palabra muy fuerte: influencia. ¿Crees que hemos perdido nuestro sentido de individualidad por las redes sociales?

GREGORIS PYRPLYIS:

Definitivamente. Si lo llevamos más lejos, también hemos perdido cierto sentido de integridad. Lo que más me molesta es que la mayoría de las tendencias de hoy están construidas para ganar seguidores, likes y vistas. Algunas personas impulsan looks atrevidos y audaces únicamente por su propio beneficio, pero no me gusta encasillar a todos. Hay quienes comparten contenido genuinamente educativo y que realmente te enseñan a maquillarte. Necesitas ser un comprador inteligente. No te dejes influenciar por palabras o imágenes que ves en tu teléfono. Investiga antes de comprar cualquier cosa y luego ve a la tienda a probarlo, nunca te saltes este paso. Que un producto le funcione a alguien más no significa que te vaya a funcionar a ti.

BEAUTY OBSESSIONS

(del momento)

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

#ellepick

GLAZED & GLOWY
La *Glazing Milk* de Rhode tuvo un glow up. Además de ser un paso más en mi rutina, me gusta para convertir cualquier base en una con textura ligera y luminosa. Ideal para usarla diario.

Highlight Milk, **RHODE**, \$645, rhodeskin.com.

FLATNESS NO MORE!

Como víctima del pelo lacio y plano, siempre estoy probando productos voluminizadores. Este ya es uno que no falta en mi arsenal porque es muy fácil de usar y no solo da volumen, hace que el pelo se vea más grueso.

Thickening High Drama Styling Foam, **BUMBLE AND BUMBLE**, \$450, sephora.com.mx.

LO MEJOR DE DOS MUNDOS

¿Mi nueva fórmula favorita? Bloqueador en suero. Su textura acuosa es fácil de aplicar sobre la piel; se absorbe en segundos, controla el brillo y es apto para pieles con acné, todo sin arruinar tu maquillaje.

Oil Control Serum, **EUCERIN**, \$688, Farmacia San Pablo.

A PRUEBA DE TODO

Las cejas son difíciles de maquillar, pero esta pluma lo hace sencillo incluso si eres principiante en el maquillaje. Su punta triple es súper fina para hacer trazos delicados que parecen pelos naturales y el color no se mueve en todo el día.

Delineador de cejas Mighty Fin, **BENEFIT**, \$680, El Palacio de Hierro.

#hairexpert



@EDMON_HAIR

EDMON JUÁREZ

ESTILISTA Y COLORISTA ORGÁNICO

Con más de 8 años de experiencia, ha trabajado con las principales marcas profesionales del país. Fue Gerente de Educación para Estée Lauder México y coordinó el área de peinado en la entonces MBFW México en dos ediciones. Además, es fundador de The Hair Society Mx, un salón vegano en CDMX dedicado a la belleza consciente, salud capilar y del planeta.



CUIDADO DE PELO TEÑIDO

1. EL AGENTE SECRETO Aunque parecería que el shampoo es el producto más importante en tu rutina, lo cierto es que cuando se trata de pelo teñido la clave está en las mascarillas, pues le devuelven la hidratación, las proteínas y la nutrición que perdió durante el proceso químico. **2. OJO CON ESTO** Muchos piensan que el mayor enemigo del color son las herramientas de calor, sin embargo, el agua muy caliente y la exposición al sol también juegan en contra. Por eso es importante usar productos con protección térmica y ambiental. Este de Davines hace una gran diferencia. **3 Y 4. LOS NO NEGOCIABLES** No necesitas demasiado para cuidar de tu pelo. Además de una mascarilla, usa un *leave-in* que facilite el peinado y un aceite que aporte brillo, controle el frizz y proteja tu melena durante todo el día. **5. EL LAVADO PUEDE SER CONTRAPRODUCENTE** Un tip para mantener el color por más tiempo es espaciar los lavados, ya que al lavarlo con demasiada frecuencia se acelera el desgaste del tinte. Un shampoo en seco será tu gran aliado para mantener el cuero cabelludo limpio y fresco. **#ELLE TIP** Teñirte el pelo implica un compromiso con su cuidado. Además del servicio en el salón, necesitas una rutina en casa para mantenerlo sano. Antes de cualquier cambio, acude a una valoración profesional para elegir la mejor opción según tu objetivo.

1. Mascarilla Botanical Repair Strengthening, **AVEDA**, \$1,600, ulta.com.mx. 2. Oi All In One Milk, **DAVINES**, \$1,230, davines.com. 3. Everlasting Colour Leave-In, **KEVIN MURPHY**, \$950, bullet.mx. 4. Molecular Repair Hair Oil, **K18**, \$1,990, sephora.com.mx. 5. Shampoo seco en polvo Pret a Powder, **BUMBLE & BUMBLE**, \$770, El Palacio de Hierro C.C. Satélite.

JOYITAS NACIONALES

CLARO QUE NOS ENCANTA DESCUBRIR NUEVOS PRODUCTOS DE BELLEZA COMO LOS DE K-BEAUTY Y OTRAS TENDENCIAS INTERNACIONALES, PERO A VECES ES BUENO MIRAR HACIA DENTRO PARA DARNOS CUENTA DE LAS JOYAS QUE EL MAQUILLAJE MEXICANO TIENE PARA OFRECER. DESDE PRODUCTOS DE COMPLEJIÓN HASTA TOQUES FINALES, ESTOS SON LOS FAVORITOS DEL EQUIPO QUE ADEMÁS, CUMPLEN CON LAS TRES B.

1. **BISSU**
PRIMER ILLUMINADOR
PARA ROSTRO
\$154

2. **\$373**

3. **pink UP**
Corrective
Loose Powder
8g / 0.28oz
\$158

4. **Yuya**
MASCARA
PARA PESTAÑAS
\$169

PIEL APERLADA

"Este primer me encanta usarlo aunque no me vaya a maquillar. Me gusta mezclarlo con mi crema hidratante para un acabado luminoso y satinado pero natural. Además, deja una sensación refrescante súper agradable".

BERENICE BUENDIA,
COORDINADORA DE MODA

1. Primer iluminador,
BISSU, bellissima.mx

BARRITA UNIVERSAL

"El tono me parece muy favorecedor para pieles latinas. Tiene subtonos cálidos que hacen que me vea naturalmente sonrojada y la fórmula es muy cremosa y fácil de difuminar. La uso como rubor, en los labios y hasta en los párpados".

DANIELA FONSECA, EDITORA
DE ARTE

2. Multiusos en barra, **TBA**,
Liverpool C.C. Galerías Insurgentes.

POLVITO MÁGICO

"Matifica y controla el brillo sin resecar la piel. Como tiene cuatro pigmentos en tonos beige traslúcidos, es buenísimo para corregir rojeces y unificar el tono de la piel. Siempre lo aplico en capas pequeñas entre productos".

ALEJANDRA RAMOS, ASISTENTE
DE MODA Y BELLEZA

3. Polvo suelto correctivo para rostro,
PINK UP, DAX C.C. Santa Fe.

PESTAÑAS DE ENSUEÑO

"Es de mis rímelos favoritos porque no contiene agua como ingrediente principal y mantiene las pestañas arriba todo el día sin que se junten. Además, por su fórmula con aceites esenciales también ayuda a fortalecer y nutrir las pestañas desde la raíz".

REGINA SAGA, DISEÑADORA DIGITAL

4. Máscara de pestañas 10 aceites
naturales, **BAILANDO JUNTOS**,
Farmacias del Ahorro.

#ELLECONSEJO

Además del precio, una ventaja importante que tienen las marcas de maquillaje mexicanas sobre las internacionales es que generalmente, su oferta de tonos y colores están pensados para la gran diversidad de pieles latinas.

Así se vivió el...

EXPANSIÓN ESG SUMMIT

PRESENTADO POR

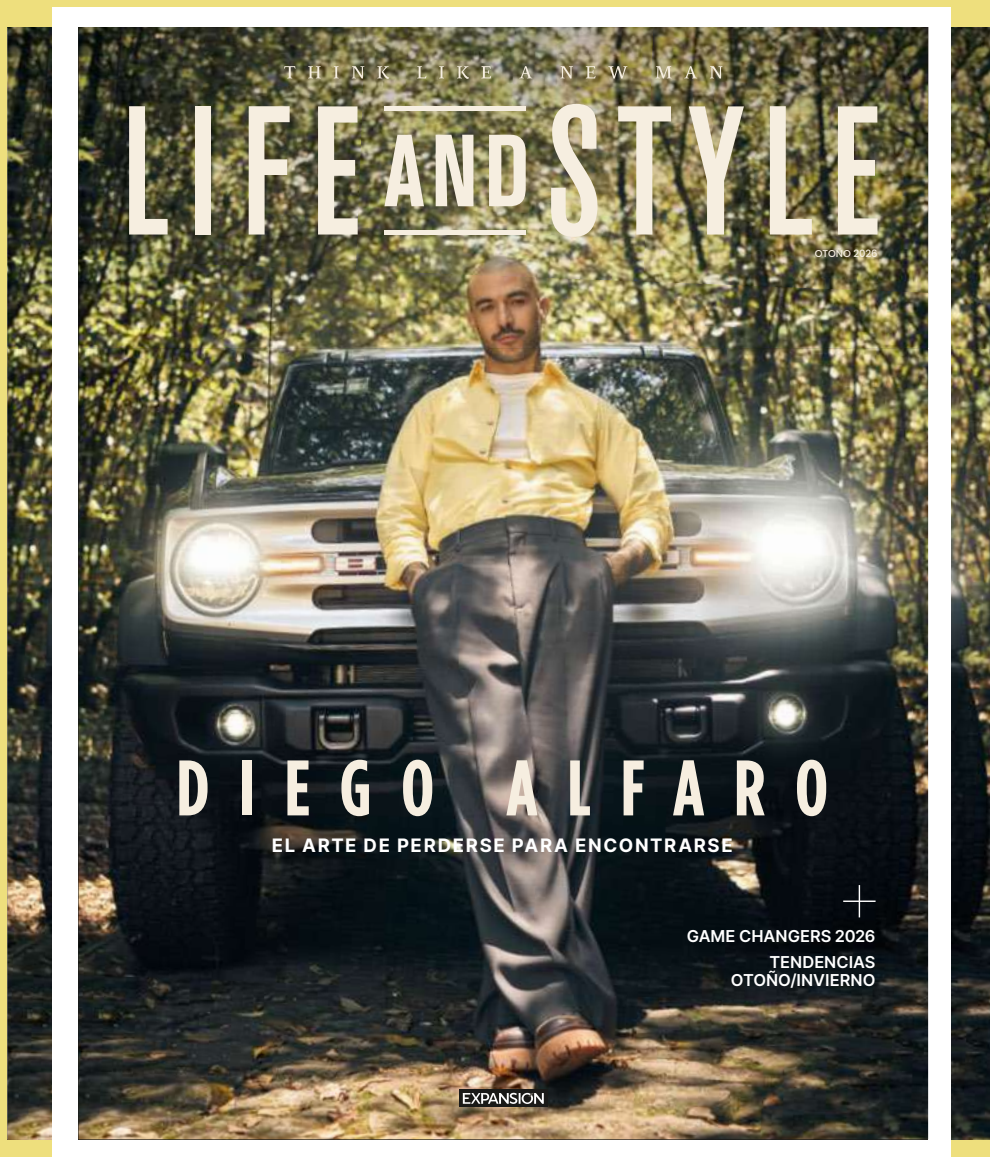


6 PANELES
1 CONFERENCIA
23 PANELISTAS
21 PATROCINADORES
782 ASISTENTES

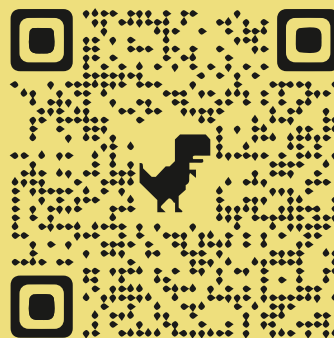
T I E M P O S D E D E F I N I C I Ó N



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



DESCÚBRELAS EN
► **LIFE AND STYLE**
#ThinkLikeANewMan



ELLE

NUEVAS
REALIDADES
(P. 150)

154. EL CAMINO DE
SANTIAGO:
UN RETO FÍSICO,
UNA BUSQUEDA,
O UNA FORMA
DISTINTA DE VIAJAR

160. 3 SPOTS PARA
COMER MARISCOS
CON PROPUESTA



ESTI LO

149



arte y cultura

DÓNDE

Fundación Jumex

CUÁNDO

26 de septiembre

+INFO

fundacionjumex.org

RICHARD PRINCE: CUÉNTAMELO TODO

RICHARD PRINCE LLEVA 50 AÑOS EXPLORANDO LA MANERA EN QUE LAS IMÁGENES CIRCULAN, SE REPRODUCEN, CAMBIAN DE SIGNIFICADO Y MOLDEAN NUESTRA PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD. AHORA, EL RECONOCIDO ARTISTA TENDRÁ SU PRIMERA GRAN EXPOSICIÓN EN AMÉRICA LATINA. CON MÁS DE 150 OBRAS, QUE VAN DESDE SUS SERIES MÁS ICÓNICAS COMO COWBOYS Y JOKES, HASTA SUS PRIMERAS FOTOGRAFÍAS DE PUBLICIDAD Y MODA. EL RECORRIDO NOS INVITA A CUESTIONAR LO QUE CREEMOS SOBRE LA AUTORÍA Y LA ORIGINALIDAD. PRINCE HA PASADO SU CARRERA SEMBRANDO PREGUNTAS QUE HOY COBRAN UN SIGNIFICADO RENOVADO EN EL MUNDO DE LAS REDES SOCIALES, LOS MEMES Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

FOTOS: CORTESÍA FUNDACIÓN JUMEX.

arte, cultura y entretenimiento



#mubifest

EL FESTIVAL DE CINE INTERNACIONAL DE MUBI LLEGA A GUADALAJARA. LA CELEBRACIÓN GLOBAL DE LA PLATAFORMA SE VIVIRÁ CON PROYECCIONES GRATUITAS AL AIRE LIBRE, SETS DE MÚSICA PRESENTADOS POR ARTISTAS LOCALES, SESIONES DE ESCUCHA PROFUNDA EN COLABORACIÓN CON SONA, UNA GRAN OFERTA GASTRONÓMICA Y GRANDES ESTRENOS.

DÓNDE: Cineteca FICG, Guadalajara
CUÁNDO: 18 al 20 de septiembre
+INFO: mubifest.com

HER PRIVATE HELL

Una niebla letal envuelve una ciudad futurista mientras una joven busca a su padre. Con Sophie Thatcher al frente del elenco, Nicolas Winding Refn regresa con un *thriller* de ciencia ficción tan inquietante como hipnótico.



ROSE

Una remota aldea alemana, un supuesto heredero y un secreto imposible de ocultar. Markus Schleizer transforma un drama histórico en un absorbente *thriller* sobre la identidad, la desconfianza y el precio de pertenecer.

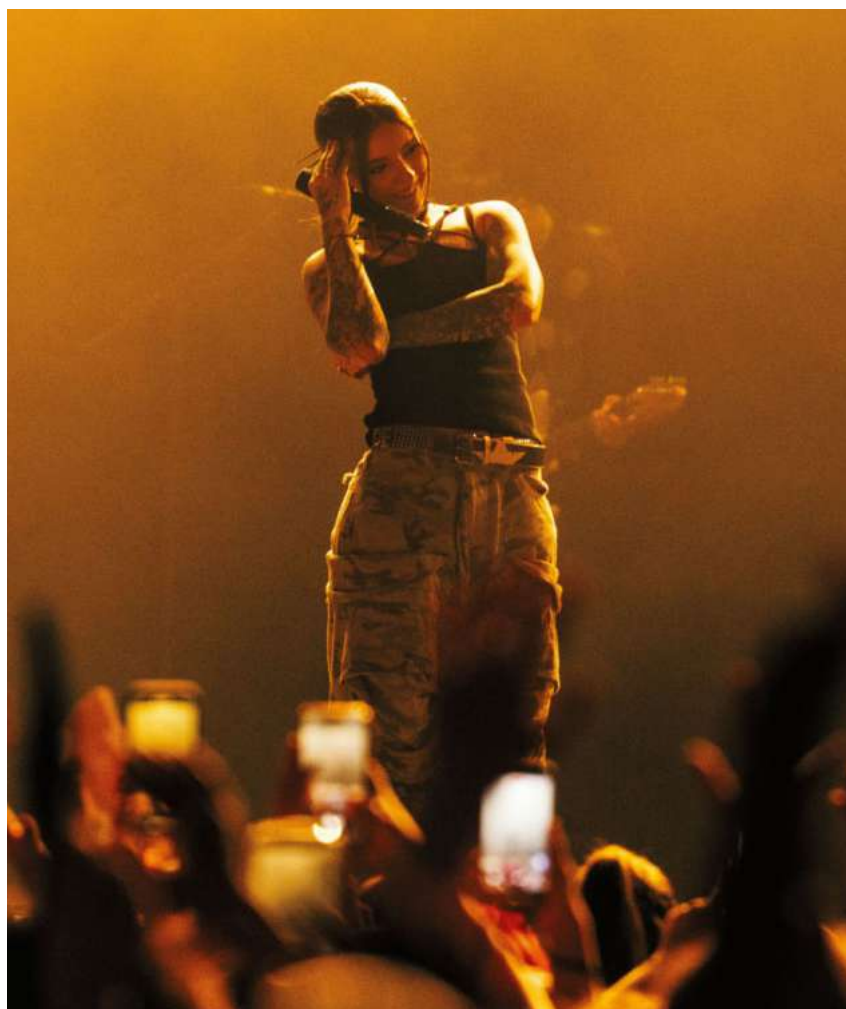


ROSEBUSH PRUNING

Bajo el sol de Cataluña, Karim Ainouz convierte el privilegio, el deseo y los secretos familiares en un elegante *thriller* protagonizado por Elle Fanning, Riley Keough y Callum Turner.



AGENDA ELLE *book club + playlist*



concierto

CUÁNDO:
17, 19, 22 y 25 de
septiembre
DÓNDE:
Guadalajara, Mon-
terrey, Ciudad de
México y Mérida.
+INFO:
youngmiko.com

YOUNG MIKO

CON UNA ESTÉTICA INCONFUNDIBLE, LETRAS AFILADAS Y UN SONIDO QUE LA HA CONVERTIDO EN UNA DE LAS GRANDES DEL GÉNERO URBANO, YOUNG MIKO LLEGA A MÉXICO CON *LATE CHECK OUT*, SU PRIMER TOUR DE ARENAS. LA ARTISTA PUERTORRIQUEÑA HA EXPRESADO SU DESEO POR SEGUIR CRECIENDO Y ALCANZANDO MÁS. YA NOS ESTAMOS PREPARANDO PARA UNA NOCHE INOLVIDABLE.

book club

SEGUNDA VIRGINIDAD FERNANDA BALLESTEROS

Isabela navega en un entorno conservador donde la culpa y el deseo van de la mano. Ahora, tendrá que cuestionar las ideas sobre el feminismo, el matrimonio y la sexualidad en este viaje de autodescubrimiento.

GANDHI.COM \$270



concierto

NATANAEL CANO

DÓNDE: Estadio GNP Seguros,
Ciudad de México
CUÁNDO: 17 de septiembre
+INFO: @natanael_cano

#CORRIDOSTUMBADOS

1. APREVENIDO NATANAEL CANO

2. MADONNA NATANAEL CANO, OSCAR MAYDON

3. PERLAS NEGRAS NATANAEL CANO, GABITO BALLESTEROS

4. MI BELLO ANGEL NATANAEL CANO

5. AMOR TUMBADO NATANAEL CANO

6. EL DRIP NATANAEL CANO

7. AMG NATANAEL CANO, PESO PLUMA, GABITO BALLESTEROS

¿QUÉ HAY DETRÁS DE LAS SERENATAS?




**Instrumentos
musicales**
+ 400 Empresas
+ 3,300 Empleos




Trajes
+ 18,000 Empresas
+ 30,000 Empleos



Las empresas generan 8 de cada 10 empleos

Conoce más:



CENSO ECONÓMICO 2024, INEGI

**PEPE
y TOÑO**

Voz de las Empresas

Consejo de la Comunicación



UN LUGAR DE ENCUENTROS

por LILIANA LÓPEZ SORZANO



CAMINO DE SANTIAGO

DESDE MARZO HASTA OCTUBRE, SANTIAGO DE COMPOSTELA SE LLENA DE GENTE EN UNA DE LAS RUTAS DE PEREGRINACIÓN MÁS ANTIGUAS Y CONCURRIDAS DE EUROPA. LO QUE PASA EN ESTA TRAVESÍA TIENE QUE VER MÁS CON EL ENCANTO DE LA CONEXIÓN HUMANA QUE CON EL SENDERISMO. CAE LA TARDE EN UNO DE LOS TRAMOS Y SE OYEN LAS PALABRAS QUE MÁS SE ESCUCHARÁN A LO LARGO DE ESTA TRAVESÍA: **¡BUEN CAMINO!** GRUPOS DE AMIGOS, PAREJAS, GENTE EN SOLITARIO, PERSONAS DE TODAS LAS EDADES Y NACIONALIDADES VEN EN EL CAMINO LA POSIBILIDAD DEL ENCUENTRO ENTRE CULTURAS.

01. EL ORIGEN DEL CAMINO



¿CÓMO COMENZÓ?

Todo empieza con un relato que mezcla fe y política. Santiago, uno de los apóstoles, habría llegado hasta la península ibérica para predicar, pero de regreso a Jerusalén fue capturado y ejecutado. Sus restos, según los textos, fueron trasladados por sus seguidores hasta Galicia, el extremo de Europa, lejos del poder que buscaba borrarlo. Ahí quedaron enterrados en lo que hoy es Santiago de Compostela, aunque durante siglos nadie supiera exactamente dónde estaban. No es sino hasta el siglo IX cuando un monje redescubre la tumba, guiado por una señal en forma de línea de estrellas que marcaba el lugar. A partir de ahí puedes ver una pequeña iglesia, luego una catedral, y con el tiempo, Santiago de Compostela se convierte en uno de los grandes centros espirituales de Europa.

LOS MÚLTIPLES CAMINOS

No sabemos si son las redes sociales, pero cada vez más gente se embarca en la aventura de hacer El Camino y las estadísticas no mienten porque el número de personas crece cada año: más de 400 mil visitantes llegan en esta temporada a Santiago. Sin embargo, la cifra nunca es exacta porque hay quienes no buscan certificado ni registro, solo caminan sin necesidad de validar nada al final. Hay muchos caminos para llegar a Santiago, y esa es quizá una de las primeras cosas que uno tiene que entender antes de empezar. Está el Camino del Norte, que es más salvaje; el Francés, el más transitado, que cruza el interior de España; la Vía de la Plata, que sube desde el sur siguiendo antiguas rutas romanas; y, desde Portugal, dos opciones: el camino tradicional por el centro y el de la costa, que ha ganado mucha fuerza.





02.LA PRESENCIA DEL MAR

EL CAMINO PORTUGUÉS DE LA COSTA

Aquí el Atlántico aparece y desaparece, y da la sensación de moverse entre dos ritmos. Se puede empezar por el interior y desviarse hacia el mar cuando se necesite. El Camino no es rígido porque se adapta a quien lo camina. Esta ruta entra a Galicia por A Guarda. Muy cerca de ahí está el Monte de Santa Tegra que merece un desvío. Hay que subir a la cima para disfrutar de la vista panorámica de 180 grados sobre la desembocadura del río Miño. Justo en la subida, se encuentra un inesperado y único castro pre-romano, un sitio arqueológico muy bien conservado, donde se puede observar como vivían los pobladores celtas del siglo I a.C.



¿DÓNDE DETENERSE?

Entre los puntos claves del camino te recomendamos hacer una parada para visitar el Monasterio de Oia, hospedarse en el bello Parador de Baiona, ciudad con un interesante centro histórico y protegida por una bahía desde donde se puede ver la réplica de la carabela La Pinta. Esta embarcación llegó a Baiona en 1493, convirtiéndose en el primer pueblo de Europa que conoció la noticia del Descubrimiento de América. Vale la pena desviarse y tomar un catamarán para dar un paseo por las islas Cíes por su singular ecosistema de acantilados, aguas cristalinas y de gaviotas de patas amarillas. En Vigo no hay que dejar de ir a comer al restaurante El Palacio de la Oliva, en el que la gastronomía gallega se muestra con productos y giros contemporáneos. Pontevedra merece la pena por su centro histórico y en Caldas de Reis hay que alojarse en el encantador hotel boutique Torre del Río. Para llegar a Padrón se puede tomar la ruta Traslatio, es decir, el tramo marítimo-fluvial. Se embarca en el Puerto Vilanova de Arousa para seguir un recorrido de unas dos horas aproximadamente. Aquí se celebra el hecho de que los restos del Apóstol Santiago se transportaron en una barca desde el mar hasta el interior de Galicia.

LOS SÍMBOLOS DEL CAMINO

Dentro del barco, los peregrinos llevan su pasaporte del Camino para ser estampado. Los sellos que se recogen a lo largo de la ruta son la prueba de los kilómetros recorridos. Luego están los símbolos como la concha, que aparece una y otra vez en avisos, y que cuelga casi de todas las mochilas de los peregrinos. Su significado se remite a los tiempos en los que se inició la peregrinación como prueba de haber llegado hasta el mar, hasta ese límite que durante siglos se entendió como el fin del mundo. También es una forma de reconocerse entre desconocidos, de saber que el otro está en lo mismo, aunque no hablen el mismo idioma.

03.SANTIAGO DE COMPOSTELA, EL DESTINO DEL CAMINO

LA META

Cuando uno llega a Santiago y entra a la catedral, todo se siente más concreto. Es conmovedor ver a la gente enfrentarse al final de la travesía: hay lágrimas, alegría y en sus miradas se siente el reconocimiento mutuo del esfuerzo recorrido que los llevó hasta ahí. El otro destino al que casi todos los caminantes llegan es a la oficina de atención al peregrino, donde las personas a través de sus sellos se dan cuenta de los 100 kms recorridos, que es el mínimo para obtener la Compostela, el diploma oficial que certifica haber completado el Camino. El centro histórico de Santiago merece un recorrido: no hay que dejar de ir al mercado de Abastos, comer en Abastos 2.0 del chef Iago Pazos, un restaurante de cocina gallega sabrosa, de temporada y de proximidad. No dejar de tomar el *tour* de los techos de la catedral y, por supuesto, asistir a una de las misas, independientemente de la fe. Para hospedarse, Sarela Natura es un nuevo hotel con diseño moderno y rodeado de naturaleza. Para celebrar la culminación de un gran viaje, escoge Casa Marcelo para una cena de estrella Michelin.

LO PRÁCTICO

Durante siglos, la información se transmitía de boca en boca sobre el lugar en el que daban un plato caliente, dónde se podía dormir, quién podía ayudar, entre otros. Era una red invisible de apoyo que, de alguna manera sigue existiendo, solo que ahora todo está muy organizado y mapeado. El Camino se puede planear de muchas maneras, con la red de hostales cuya noche suele rondar los 8 euros, en hoteles pequeños o también en los más cómodos y especiales, con guía, con chofer, con transporte de equipaje. Todo dependerá del presupuesto de cada persona.

LOS TIPS

Se aconseja caminar un promedio de 15 a 20 kilómetros diarios, que corresponden a unas cinco a seis horas al día. Rubén, nuestro guía, aconseja llevar pañuelos, agua, chocolate, nueces, protector solar, dinero y un segundo par de calcetines de lana merino o los técnicos de senderismo para cambiarlos cada tres horas porque la humedad es la peor enemiga. Advierte que hay que apretar los cordones de los zapatos sobre todo para el camino con bajada y así prevenir las ampollas.

LAS RAZONES

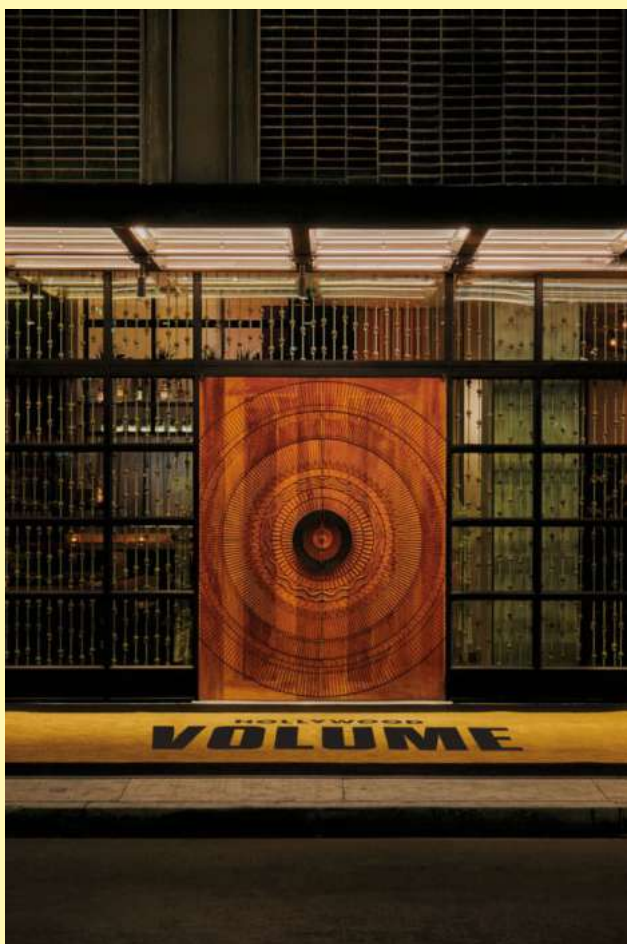
Hoy el Camino sigue siendo muchas cosas al mismo tiempo. Puede ser un reto físico, una búsqueda o simplemente una forma distinta de viajar. Habría que aclarar que no todo el mundo camina por religión o por fe. Muchas personas lo hacen buscando silencio, claridad, una pausa en medio de una vida agitada, por la aventura o por la intuición de que algo pasa cuando uno se enfrenta a sí mismo durante días seguidos. No hay una sola manera de hacerlo bien. Pero hay algo que se repite, y es la certeza de que, a pesar del cansancio, se trata de una celebración de compartir.



VOLUMEN AL MÁXIMO

por DANIELA FONSECA

SI ERES DE LOS QUE BUSCAN UN LUGAR QUE COMBINE UNA UBICACIÓN PRIVILEGIADA CON UN AMBIENTE DE NICHOS Y CULTURAL, HOLLYWOOD VOLUME SE CONVERTIRÁ EN TU FAVORITO. UBICADO EN EL *HOLLYWOOD VINYL DISTRICT* DE LOS ÁNGELES, UNA ZONA CON UNA GRAN HERENCIA MUSICAL, EL HOTEL RENACE CON UNA NUEVA IDENTIDAD SIN PERDER LA MULTICULTURALIDAD QUE CARACTERIZA A LA CIUDAD. AQUÍ, LA CREATIVIDAD SE RESPIRA EN CADA ESQUINA DE UN BARRIO QUE DURANTE DÉCADAS SE CONSOLIDÓ COMO UNO DE LOS PIONEROS DE LA MÚSICA, RODEADO DE ESTUDIOS DE GRABACIÓN Y SELLOS DISCOGRÁFICOS. TODO ESTO, A UNOS PASOS DEL TEATRO CHINO, UNO DE ESOS LUGARES QUE SIN IMPORTAR CUÁNTAS VECES LO VISITES, LOGRA HACERTE SENTIR COMO LA PRIMERA VEZ QUE PISASTE LOS ÁNGELES.





Vistas de 360° que lo convierten en una parada obligada tanto para locales como para viajeros.



Inspiración de los años 70 con legado western y el espíritu excéntrico de Pioneertown, lo encuentras en el bar de la terraza, Desert 5 Spot.

Este lugar te hará sacar tu lado más creativo, aunque creas que no es tu fuerte. Las mentes ingeniosas y espontáneas aman este hotel porque aquí pueden escapar del turismo típico. Desde que llegas a Hollywood VOLUME, te sientes como ese viajero que logra encontrar lugares únicos sin perder el toque angelino. Su decoración apuesta por una estética contemporánea inspirada en materiales naturales, tonos tierra y elementos *mid-century modern*, presentes en sus pasillos y habitaciones. Una combinación que, además, tiene el poder de transportarte al instante a la época dorada del barrio. Como su nombre lo dice, aquí podrás vivir una experiencia de "volumen" que gira alrededor de la creatividad, la cultura y la vida nocturna, al encontrar detalles como cámaras desechables y *dream journals*. Por si eso no fuera suficiente, puedes disfrutar de vistas panorámicas de Los Ángeles y Hollywood Hills. La ubicación es perfecta si es tu primera vez en la ciudad, porque puedes conocer caminando el Paseo de la Fama o restaurantes icónicos, pero la verdad es que no tienes que salir del hotel para disfrutar de una comida que te haga sentir en casa. El restaurante KA'TEEN, liderado por el chef Wes Avila, te va a sorprender con su influencia en la península de Yucatán. Su menú combina ingredientes mexicanos con técnicas contemporáneas en un espacio rodeado de vegetación tropical. El pescado zarandeado es una recomendación probada y aprobada que te aseguramos es tan fresco como en una playa mexicana. ¿La cereza del pastel? Su rooftop. No por nada es uno de los más fotografiados de la ciudad. Ahí podrás visitar el bar Desert 5 Spot, que cuenta con una alberca inspirada en los años setenta, ambientada con música *country*. Definitivamente, Hollywood VOLUME se distingue porque siempre hay algo sucediendo: desde instalaciones de arte y *pop-ups* de marcas locales hasta colaboraciones con artistas emergentes. Todo esto hace que en cada visita haya algo nuevo por descubrir.



EL MAR *en la ciudad*

QUIZÁ SE TRATE DE UNA PREDISPOSICIÓN CULTURAL O UN CONDICIONAMIENTO DEL CINE Y LA TELEVISIÓN, PERO MIENTRAS DISFRUTAMOS DE LAS ÚLTIMAS SEMANAS DEL VERANO Y SALE EL SOL EN LA CIUDAD, ¡QUIERO COMER MARISCOS! UN CEVICHITO, LOS CRUSTÁCEOS O UN BUEN PESCADO PUEDEN PARTIR DEL PRINCIPIO MÁS SENCILLO DE ELABORACIÓN HASTA LA EXPRESIÓN MÁS SOFISTICADA DE ALTA COCINA. ES POR ESO QUE EN ESTA EDICIÓN TE PRESENTAMOS TRES LUGARES QUE ELEVAN LA COMIDA DE MAR CON SU PROPUESTA.

por JORDI LINARES RIVAS



Mary campo

CARACOL DE MAR

Cuando hablamos de mariscos y la Ciudad de México en una misma oración, es imposible no pensar en Contramar. Si ya eres fan de la chef Gabriela Cámara, tienes que conocer su propuesta más elevada y experimental en Caracol de mar, en donde mezcla ingredientes de mar con hortalizas de la más alta calidad. Así, encontramos desde un crudo de camarón con leche de tigre y salsa macha, a una tostada de coco con aguacate; de una ventresca de atún con escabeche a un taco de camote asado. Y como en todos los proyectos de Cámara el arte es clave, una pieza de Beatriz Morales hecha en henequén toma el centro de la decoración del espacio.

DÓNDE: Campeche 340, Condesa, Cuauhtémoc, CDMX.

Cocina de altura

ULTRAMARINOS DEMAR

Todos los restaurantes del chef Lucho Martínez han ganado reconocimiento internacional, y Ultramarinos Demar, su tercer proyecto gastronómico, no es la excepción. La inspiración detrás es Veracruz, pero a través de la técnica y los ingredientes crea una evolución en cada platillo que tiene sello propio. Los crudos mixtos son el testimonio de la frescura de sus pescados, mientras que la hamburguesa de jaiba y su *lobster roll*, de su gran sabor. El lugar tiene una vibra relajada, con buena música y excelente ambiente con un servicio de primera.

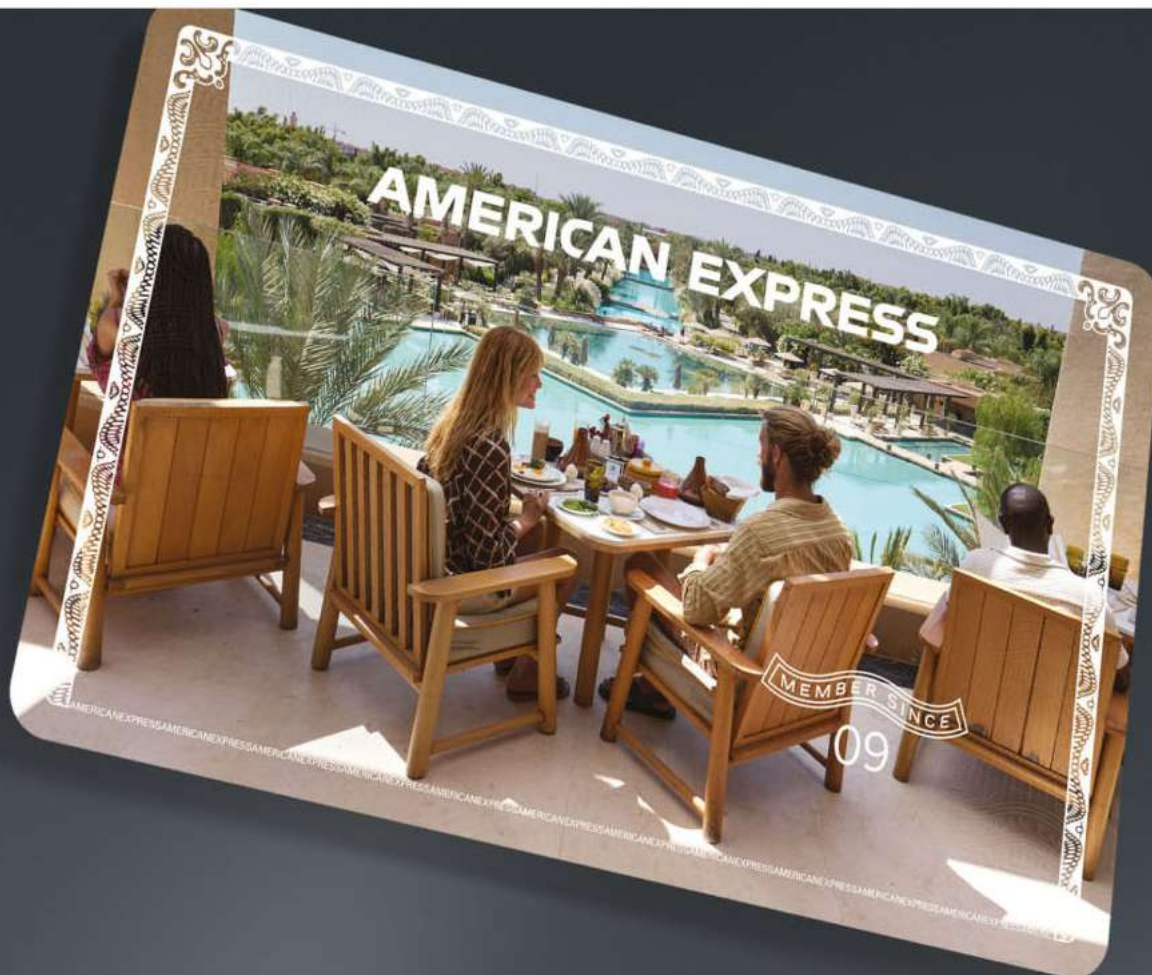
DÓNDE: Mérida 21, Roma Nte., Cuauhtémoc, CDMX.

Sabor del sudeste

ABRASAMAR

Es una carta de amor a la comida de mar del sudeste mexicano, pero principalmente a Tabasco. A cargo del chef Fernando Marrufo, las recetas clásicas se encuentran con ese twist contemporáneo, que encuentras en platillos como el ceviche en recado negro, que lo convierte en un favorito instantáneo. Con ingredientes traídos directamente del Golfo de México, la parrilla es protagonista entre las técnicas que se emplean, y eso convierte a sus platillos a las brasas en imperdibles. Acompañada de un Chaya Spritz y tienes todo para disfrutar de una comida memorable.

DÓNDE: Mérida 101, Roma Nte., Cuauhtémoc, CDMX.



**NADA COMO
DECIR “NOS
VAMOS JUNTOS”
CON HASTA 3 VUELOS AL 2X1.
NADA COMO AMEX**

Consulta requisitos de contratación, beneficios, comisiones, Términos,
Condiciones y productos participantes en go.amex/conamex



SALUD ES BELLEZA

CHANEL

COCO MADEMOISELLE
CRUSH ABSOLU

EL NUEVO PERFUME