

ELLE.MX

ELLE

NOVIEMBRE 2026

FASHION ISSUE

LO QUE TU
CLOSET TIENE
QUE TENER

+

¿SER O NO
SER MAMÁ?
SÓLO TÚ SABES

LORETO

UN ESPÍRITU LIBRE

MÉXICO \$59.00



Consíguelo en el
App Store

DISPONIBLE EN
Google Play

ELLE.MX

ELLE®

NOVIEMBRE 2026



AUDEMARS PIGUET

Le Brassus



ROYAL OAK

CALIBRE 2730 Ø 23mm

AUDEMARS PIGUET

Le Brassus





ROYAL OAK
CALIBRE 2730 Ø 23mm





Cartier

Ciudad de México - Guadalajara
Monterrey - Cancún
800 847 0217

ROLEX PRESENTA

OYSTER STORY

CELEBRAMOS 100 AÑOS
DE UN ÍCONO

EN [ROLEX.COM](https://www.rolex.com)



ROLEX



Dior











BVLGARI

ROMA 1884

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

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906





Colección Two Butterfly
Anillo Between The Finger

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906





Colección Butterflies
Broche Mystery Set



ARIANA GRANDE USA SWAROVSKI MESMERA



SWAROVSKI

ELLE

noviembre



p.40



p.48



p.102



p.70



portada 1: personaje: loreto. foto: tawfick. moda: look total, dolce&gabbana. estilismo: mindy le brock. producción: michelle kapuscinski @ dobraproductión para elle mexico. maquillaje: salvador gonzález @ the wall group. pelo: jorge bucio @ the wall group. asistente de estilismo: raven triplet. asistente de foto: alexander coopersmith. portada 2: modelo: emma karla @ crom agency. foto: anairam. estilismo: jessica gutiérrez. maquillaje: efrén espinoza. pelo: manuel oliva. uñas: zai vega. realización: valeria baquero. casting: antony rivera. producción: alonso díaz para elle mexico.

18. DIRECTORIO
20. CARTA DE LA EDITOR

TENDENCIAS

24. TRENDS
26. HAIR TRENDS
27. MAKEUP TRENDS
28. COMPRAS
30. ELLA ES ELLE
32. TENTACIÓN
34. TENTACIÓN RELOJ
36. ACCESORIOS
38. TOMA NOTA
40. ELLE LOOK
42. FASHION FOCUS
Corbatas: el accesorio definitivo
44. SIN CULPA
45. APUESTA
46. ELLE CV
48. X-RAY
50. SUSTENTABILIDAD
52. NEWS

STORIES

56. SOCIETY
La maternidad es una opción
58. FACE TO FACE
62. ACTUELLE
La evolución del zapato:
Del minimalista al freaky shoe
64. PERSONAJES
Belle Burden sobre
Extraños, su best seller
68. FACE TO FACE
BVLGARI se apodera del
High Line en Nueva York

70. INSIDER

El archivo de Pomellato

72. REPORT

El poder de las joyas en
un look nupcial

76. INSIDER

Dior Cruise nos lleva a un
set de película

82. COVER STORY

La libertad de ser Loreto

MODA

92. SUPERPOSICIÓN
102. VENTANA PROPIA
112. INTUICIÓN FEMENINA

BELLEZA

122. MAYBE HOME
WAS NEVER IN THIS WORLD
130. WELLNESS
¿Qué tan sano es medirlo todo?
132. FACE TO FACE
134. BEAUTY EXPERT
135. EL LUGAR
136. TENTACIÓN
137. WHAT'S HOT
138. EDITOR'S PICKS
139. SIN CULPA
La ciencia de elegir un
buen desodorante

ESTILO

142. AGENDA
La Superestrella en la CDMX
146. DESTINO
150. HOTELES
152. GOURMET
Encuentra librerías en esta sección



Pomellato

MILANO 1967

CIUDAD DE MÉXICO: EL PALACIO DE HIERRO

ICONICA COLLECTION

SANTA FE • POLANCO • PERISUR • MONTERREY • GUADALAJARA

POMELLATO.COM

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
MARIO MARREROS
DANIELA FERES
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

AXEL GARCÍA, THELMA RUIZ, ICKA GALLEGO, LUCÍA YBARRA, SANTIAGO VILLASEÑOR, PILAR MARROQUÍN,
JONATHAN SALDAÑA, ANAID OSUNA, DAFNE RUIZ.

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
JONATHAN VÁZQUEZ
MARIA FERNANDA LÓPEZ
RICARDO RAMÍREZ

COORDINADORA DE

ESTUDIO DE FOTO
ALEJANDRINA LIRA

FOTOGRAFA

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

servicioalientes@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

**GRUPO
EXPANSIÓN**

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. Noviembre 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 Alfesa 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: PPO9-1013.



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

MARELLA

noviembre 2026

carta editorial La industria de la moda está pasando por una crisis de identidad que nos tiene a todxs al borde de la silla, porque ya no sabemos qué esperar. Vemos la colección de un director creativo para una marca y, a los pocos días, sale la noticia que dicho personaje deja su puesto, aún cuando las críticas han sido positivas o los números del negocio van a la alta.

Extraño esos tiempos en los que los diseñadores construían un lenguaje visual reconocible para los amantes y no tan amantes de la moda. Esas épocas en donde se podía confiar que, si una colección no recibía las mejores críticas de los medios o no se vendía bien en tienda, los creativos podían recular y reimaginar con calma lo que se necesitaba para retomar el camino y regresar triunfantes. Ahora, estamos con los dedos en la puerta. Cada vez que leo o escucho un rumor de una despedida, me pongo a analizar qué ha pasado o por qué será que dejarán ir a alguien que le ha dado identidad a la marca. También recuerdo los *fashion moments* que había antes (pueden ver nuestros *favs* en el Toma Nota de este número, p.22) y que ahora son más difíciles de construir. Vivimos en un mundo a mil por hora, donde esperamos que los creativos sean creativos 24/7, sin descanso. ¿Se puede ser creativo todo el tiempo? Desde mi punto de vista, no.

Por ejemplo, se critica constantemente a Jonathan Anderson porque, según sus detractores, no está logrando una estética sólida en Dior. En parte, difiero. Sí está logrando un discurso, pero no a la velocidad que todos esperábamos, ni con la contundencia con la que lo hizo en Loewe. Por otro lado, Anthony Vaccarello lleva 10 años construyendo una estética sólida y reconocible en Saint Laurent, y se acaba de confirmar su salida de la casa. Hablando de momentos que marcan la historia de la moda, su desfile de despedida es uno de ellos. La belleza y la maestría con la que construyó la narrativa para despedirse son una muestra de amor verdadero a su trabajo, al equipo y al legado de la casa francesa. Tengo que reconocer que lloré poquito con la noticia.

Creo que los CEO de las casas de moda tienen que preguntarse por qué creen que esta nueva era es sostenible. Honestamente, no lo es.



FOTO: GUSTAVO RODRÍGUEZ

CLAUDIA CÁNDANO
@candanocla #editoraentenis



Chopard

HAPPY SPORT

· Λ · V · Y · N · Λ ·[®]

BÚSCANOS EN TU SALÓN DE BELLEZA FAVORITO.





ELLE

EN PILOTO
AUTOMATICO:
BOMBER
JACKETS A LA
VISTA (P. 28)

25. TU CLÔSET
BAJO UNA FANTASÍA
INVERNAL

37. GANTES
DE PIEL: EL
ACCESORIO QUE
NOS TRANSPORTA
A LOS 70

TENDENCIAS

Los conocidos cuadros que, si a estas alturas no tienes en tu clóset, nos cuestionamos cuántos básicos tienes en verdad. El peso histórico de este patrón recae en el linaje: en Escocia, el tartán era identidad, cada combinación representa a una familia. Por eso su herencia no desaparece. Su poder visual siempre encuentra la forma de reinventarse, en esta ocasión, con colores sobrios y en siluetas elegantes con giros sutiles.

**HOT
HOT**

ANDREAS KRONTHALER
PARA VIVIENNE WESTWOOD

FOTOS: ©GETTY IMAGES / ISTOCK / LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / SWAROVSKI.COM/MX / FARFETCH.COM / STRADIVARIUS.COM / SSENSE.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / COACH.COM.

1. Aretes, **SWAROVSKI**, \$1,390, C.C. Reforma 222. 2. Vestido, **PATOU**, \$26,012, farfetch.com. 3. Bolsa, **STRADIVARIUS**, \$699, C.C. Parque Delta. 4. Cinturón, **BELLE ANNA**, USD255, ssense.com. 5. Botas, **AREZZO**, \$4,960, El Palacio de Hierro. 6. Reloj, **COACH**, \$4,399, C.C. Santa Fe.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

ALAIN PAUL

CHLOE

CECILIE BAHNSEN

HOT HOT

SHE WAS A FAIRY

Este invierno conviértete en una hada. Pero deja la imagen de Campanita de lado, y elige algo de inspiración invernal. Todo debe de girar alrededor del plateado, el encaje, el tejido de punto, una paleta de colores suave y un toque de volumen. Suma un elemento de flora o fauna, como un *print* de flores o una bolsa de *faux fur* para agregar “polvos mágicos”. Y repite: *I do believe in fairies.*

1. Chamarra, **MARNI**, USD4,600, marni.com. 2. Zapatos, **DIOR**, El Palacio de Hierro Polanco. * 3. Aretes, **HUGO KREIT**, USD575, hugokreit.com.
4. Lentes, **BOTTEGA VENETA**, USD428, mytheresa.com. 5. Vestido, **CECILIE BAHNSEN**, \$14,538, farfetch.com. 6. Bolsa, **CULT GAIA**, USD9,500, cultgaia.com.

1.



DALE ESTRUCTURA
Para conseguir un chongo escultural, necesitas una base que mantenga cada curva en su lugar. Distribuye un gel con buena fijación pero con textura ligera sobre el pelo un poco húmedo antes de moldearlo con un peine. Así lograrás líneas definidas por horas.



2.



4.



PARIS HC



MENOS ES MÁS

Para un recogido en cuestión de minutos, el french pin metálico es el accesorio ideal para tener en la bolsa. Enrolla el pelo hasta formar el chongo, introduce el pin atravesando el recogido y asegúralo con un pequeño giro. Es práctico, minimalista y mucho más relajado.

CABEZAS escultóricas

El *clean girl look* no muere, solo evoluciona. En esta reinvención, los chongos pulidos llevan su estética minimalista a un terreno más experimental, con nudos, giros y siluetas escultóricas que convierten el pelo en una pieza de mármol listo para ser esculpido. La clave está en conservar ese acabado impecable, pero jugar con las formas y las proporciones para conseguir recogidos que parecen pequeñas obras de arquitectura.



BRILLO Y CUIDADO

Los peinados escultóricos suelen implicar tensión y mucho cepillado, así que cuidar tu pelo también importa. Aplica unas gotas de Elixir Ultime de Kérastase en medios y puntas para aportar suavidad y brillo. Además, ayuda a mantener el pelo acondicionado durante el styling.

5.



1. Gel modelador de máxima fijación Fix Max, **L'OREAL PROFESSIONNEL PARIS**, \$500, amazon.com.mx. 2. Cepillo para Cardar y Pulir, **OLIVIA GARDEN**, \$159, Sally Beauty C.C. Santa Fe. 3. Aceite para el pelo Elixir Ultime, **KÉRASTASE**, \$725, sephora.com.mx. 4. French Pin, **H&M**, \$199, C.C. Perisur. 5. Glued Wax Stick, **GOT2B**, \$198, farmaciasanpablo.com.mx.

COZY vibes

No dejes que tu obsesión por el *pumpkin spice* se quede en tu orden de café, también llévala a tu *makeup*. Puedes crear looks "especiados" con una paleta de color que incluya tonos cálidos y otoñales como los que vimos en las pasarelas de otoño/invierno. Ocre, terracota, naranja quemado... todo lo que te recuerde a Stars Hollow en *Gilmore Girls*.

LABRUM



1.

LISTA EN 5 MINUTOS

Una barra multiusos es la mejor opción para cuando quieres un maquillaje rápido y lindo. Deslízala sobre los párpados, mejillas y labios, y después difumina con los dedos para un *glam* otoñal monocromático.



2.

EYEMAXXING

Usa la colorimetría a tu favor para resaltar tus facciones naturales. Los tonos tierra son especialmente favorecedores para quienes tienen un subtono de piel cálido con reflejos dorados y ojos cafés, miel o verde olivo.



3.

4.



ROSE



5.

BEST COMBO!

Nos encanta la combinación de terracota + café. El primero lo puedes usar en tu rubor para que la piel se vea saludable, mientras que el segundo es ideal para los ojos y los labios. Delinea los labios y difumina el color hacia el centro, termina aplicando un bálsamo o *gloss* transparente encima.



ACNE STUDIOS

6.



DI PETA

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT; PRODUCTOS: SEPHORA.COM/MX / YSLBEAUTY.COM/MX / ELPALACIODEHIERRO.COM / YSLBEAUTY.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / ULTA.COM/MX / SARELLY.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM.

1. Multi-stick Lip + Cheek, en tono Dreamer, **ILIA**, \$810, Sephora C.C. Antara Polanco. 2. Couture Mini Clutch, en tono Over Orange, **YSL BEAUTY**, \$1,630, yslbeauty.com.mx. 3. ChaCha Tint, **BENEFIT**, \$530, El Palacio de Hierro. 4. Huegloss Hydrating High-Shine, en tono Proud, **LIVE TINTED**, \$540, ulta.com.mx. 5. Delineador de labios buchón, en tono Tamarind, **SARELLY**, \$290, sareilly.com. 6. Le Rouge Velvet en tono NO5 George 5, **GIVENCHY**, \$995, elpalaciodehierro.com.

LISTA para despegar

Nada protege del frío como una chamarra de piel. Y ninguna silueta lo hace con más actitud que la *bomber*. Su historia empieza con los pilotos militares y su búsqueda de una prenda que los cubriera de temperaturas extremas a gran altitud. Es decir, su cuello alto reconocible no era un detalle de estilo, era una necesidad. En este momento, la encontrarás en una variedad cromática amplia, así como con detalles únicos y en distintos acabados. Literalmente hay una para el nivel de riesgo que quieras experimentar.



1. LORENA SARAVIA, \$19,800, Marsella 70, Juárez. 2. LEFTIES, \$949, C.C. Parque Delta. 3. CHRISTOPHER ESBER, farfetch.com. * 4. ADOLFO DOMINGUEZ, \$5,980, C.C. Artz Pedregal. 5. SANDRO, \$20,390, C.C. Artz Pedregal.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT/LORENASARAVIA.COM/LEFTIES.COM/FARFETCH.COM/ADOLFODOMINGUEZ.COM/SANDRO-PARIS.COM/*PRECIO EN PUNTO DE VENTA

#ELLECONSEJO

Para conservar el acabado de la piel, aplica un acondicionador cada seis meses y cuélgala en un lugar ventilado, nunca doblada.

HECHIZOS *de medianoche*

Las referencias están claras: Gabbriette en la vida real, Merlina en la ficción. Pero esto no solo se trata de las prendas, hay que construir la estética gótica completa con vestido, maquillaje oscuro en ojos y la actitud de quien sabe exactamente lo que hace. Estos vestidos son el punto de partida perfecto para una noche elegante, desde una cita hasta una reunión con tus amigas para hacer conjuros y manifestar.



1. DOLCE&GABBANA, \$11,300, Masaryk 450, Polanco. 2. THE ARE, \$4,400, the-are.com. 3.H&M, \$999, C.C. Parque Delta. 4. ZARA, \$1,999, C.C. Santa Fe. 5. BIMBA Y LOLA, \$5,300, C.C. Santa Fe.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / DOLCEGABBANA.COM / THE-ARE.COM / H&M.COM / BMBALOLA.MX / PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

#ELLECONSEJO

Un vestido gótico no necesita accesorios para hablar, déjalo ser la pieza principal y minimaliza todo lo demás.

NATALIA SPOTTS

por NATALIA SÁNCHEZ

creadora de contenido

@nataliaspotts

Entre piezas *vintage*, referencias inesperadas y un ojo neoyorquino, Natalia Spotts ha convertido su forma de vestir en una extensión de su personalidad: instintiva, cómoda y nostálgica. Para ella, la autenticidad no significa apegarse a una estética determinada, sino conocerse y permitirse evolucionar. Spotts disfruta combinar prendas que conoce, con piezas que la llevan a explorar nuevas versiones de sí misma; una especie de yin y yang que mantiene a su estilo en constante transformación. El *vintage* ocupa un lugar especial en ese universo, más que una manera de vestir, para ella es una forma de conectar con historias y personas que existieron antes que ella. Esa fascinación por la nostalgia y el *storytelling* también explica por qué encuentra inspiración en los archivos de moda y belleza, pero también en personajes de películas y libros, el diseño de interiores, la naturaleza y, por supuesto, Nueva York. La ciudad la ha acompañado en sus distintas eras, funcionando como un patio para la creatividad y como un espacio que constantemente la empuja a crecer. Hoy continúa explorando su estilo sin demasiadas reglas. Su inspiración puede aparecer en una camiseta bordada tradicional ucraniana de su abuela, unas sandalias de piel de Rondini o una enorme bolsa tejida que recibió de una mujer mayor al limpiar su clóset. En este momento, su intención es sencilla: vivir con curiosidad. Explorar, empujar sus límites creativos y al mismo tiempo, disfrutar el proceso de descubrir quién es. ★ FIN



UNA PACA COOL <3

La curiosidad fue el punto de partida de Funny Pretty Nice, proyecto que comenzó desde su habitación, ahora convertido en una comunidad del vintage y la moda second hand.



“NO TIENES QUE ENCAJAR
EN UNA SOLA CATEGORÍA
O ESTÉTICA, NI NECESITAS
PONERLE UNA ETIQUETA A
TU ESTILO, ¡SE TRATA DE TI!”.



Supremacía

BIRD ON A ROCK: FEATHERS

Las plumas toman una nueva forma en esta colección, una reinterpretación del icónico diseño de Jean Schlumberger creado en 1965. El plumaje que caracteriza al ave se convierte en el punto de partida, donde juega con el movimiento y la textura. Este collar y brazalete de Tiffany & Co. están elaborados en platino y oro amarillo con diamantes. Cada eslabón adopta una forma distinta para crear una sensación ondulante sobre el cuerpo. El resultado conserva el espíritu e inspiración pero lo lleva hacia un diseño más contemporáneo, gráfico, fluido y exquisito.

#¿DÖÖONDE?

Masaryk 462, Polanco.*




PEYRELONGUE
CHRONOS

#timeless



¿SABÍAS QUE...?
Una cascada fue la inspiración
detrás de los diamantes que
danzan libremente en la línea
Happy Diamonds de Chopard.

por JESSICA GUTIÉRREZ

¿Sabías que existen los diamantes felices? Si no lo sabías, por favor pon atención. Este reloj de Chopard, que incluso lleva por nombre *Happy Diamonds Heritage*, es la prueba viviente de que los diamantes libres existen. En 1976, la marca le dio un nuevo significado a esta piedra, donde lo estático queda fuera y cobra una nueva vida con muchísimo movimiento. Y es que, los diamantes se deslizan por la esfera entre dos cristales de zafiro. En 34mm, esta pieza reúne lo mejor entre lo divertido y lo sobrio: diamantes que bailan y un tono negro absoluto que lo acompaña. Por eso, la mejor manera de usarlo es con un *look* que también mande ese mensaje. Mucho cuero en tono negro para la elegancia pero también detalles extra de color y formas orgánicas, como un estampado floral. Este noviembre toma pequeñas decisiones que hagan tus *looks* y tu vida más *happy*.

ELLElook

#OOTD



1.



2.



3.



4.



5.

1. Funda de celular, **WILDFLOWER**, USD37, wildflowercases.com 2. Chamarra, **BIMBA Y LOLA**, \$20,000, Masaryk 427, Polanco. 3. Bolsa, **BALENCIAGA**, El Palacio de Hierro Polanco. * 4. Vestido, **GUCCI**, Masaryk 408, Polanco. 5. Botas, **MIISTA**, miista.com. *

FOTOS: CORTESÍA CHOPARD / WILDFLOWER CASES.COM / BIMBA Y LOLA.MX / BALENCIAGA.COM / GUCCI.COM / MIISTA.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA



Happy Holidays

MONTBLANC



CHANEL

PEQUEÑO GRAN GESTO

Los broches son el nuevo *statement* y no hay vuelta atrás. Mathieu Blazy lo dejó claro con las flores dramáticas en Chanel, y Jonathan Anderson con los pompones juguetones en Dior. La regla de llevarlos solo en la parte superior ya no aplica, puedes usarlos en una falda o en unos *shorts*, te aseguramos que funcionan igual de bien. Para elegir uno, apuesta por un tamaño grande (con sus múltiples ventajas), desde cubrir esa mancha imposible de quitar, hasta fruncir la tela para cambiar por completo la silueta de tu prenda. Si dudas, entre uno figurativo o uno más abstracto, la respuesta siempre es: el más inesperado.

1.



2.



3.



4.



5.



1. TOGA PULLA, USD310, ssense.com. 2. DIOR, El Palacio de Hierro Polanco.*
3. STRADIVARIUS, \$279, C.C. Parque Delta. 4. LOEWE, \$22,950, loewe.com.
5. SIMORRA, simorra.com.*

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / SSENSE.COM / DIOR.COM / STRADIVARIUS.COM / LOEWE.COM / SIMORRA.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.



¡MANOS ARRIBA!

Regresa el accesorio más sofisticado de todos: los guantes de piel. Este invierno prepárate para buscar tu nuevo *ítem* favorito en tiendas *vintage*, bazares de segunda mano, o hasta en el clóset de tu abuela que era la más *cool* en los 60. No importa si te llegan a la muñeca o hasta el codo, que sean cafés, rojos o de cualquier otro color: te aseguramos que serán LA pieza para elevar tus *looks* en la temporada de otoño-invierno, y se convertirán en un elemento muy *chic* y práctico. Esta tendencia va a hacer que hasta tu *outfit* más casual se vea sofisticado.

1. VALENTINO, \$16,800, farfetch.com. 2. H&M, \$1,499, C.C Santa Fe. 3. BIMBA Y LOLA, \$3,100, C.C Santa Fe. 4. ZIMMERMANN, \$9,676, revolve.com.



"HACÍA ROPA PORQUE ESTABA BUSCANDO ALGO QUE NO EXISTÍA. QUERÍA INTENTAR CREAR MI PROPIO MUNDO".
- THIERRY MUGLER.

EXPLOSIÓN DE PINTURA

ALEXANDER MCQUEEN SS 1999

1. Tocado, **ZARA**, \$449, C.C. Parque Delta. 2. Aretes, **ARISTOCRAZY**, \$3,500, El Palacio de Hierro Polanco. 3. Top, **DESIGUAL**, \$1,890, C.C. Santa Fe. 4. Cinturón, **LOEWE**, \$11,130, El Palacio de Hierro Santa Fe. 5. Falda, **SIMONE ROCHA**, \$22,632, farfetch.com. 6. Zapatos, **GUCCI**, \$24,500, Masaryk 408, Polanco. 7. Bolsa, **MOSCHINO**, USD698, camilledesignsf.com.

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.

EL SHOW ES PARTE DEL LOOK

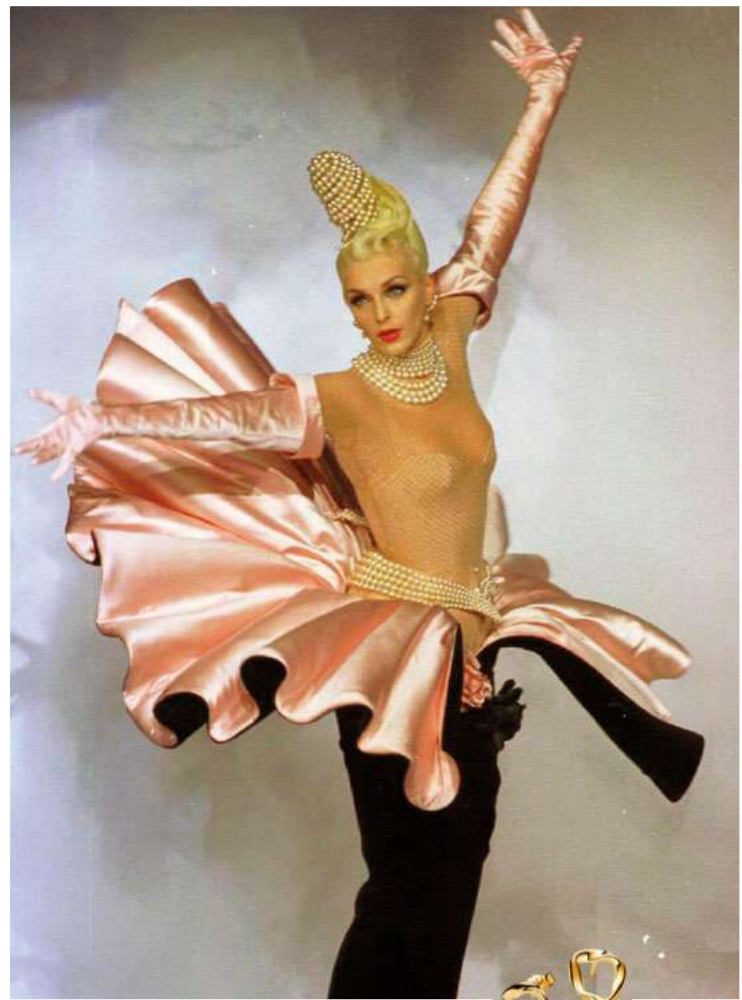


Desde los 90 con Alexander McQueen y Mugler, hasta el 2022 con Coperni, hemos visto *fashion moments* que nos han volado la cabeza. Estos diseñadores buscan impresionar al público no solo con prendas, sino con *performances* que convierten la pasarela en un espectáculo: *looks* maximalistas inspirados en obras de arte, robots lanzando pintura sobre un vestido o Bella Hadid en el centro de la pasarela mientras le hacen un vestido en aerosol. Estas son algunas ideas para que le des un giro a tus *outfits* tomando como punto de partida estos momentos icónicos de la moda.

HECHO AL INSTANTE

COPERNI SS 2023

1. Lentes, **MIU MIU**, \$6,471, amevista.com. 2. Vestido, **ALAÏA**, USD3,013, mytheresa.com. 3. Aretes, **PARFOIS**, \$199, parfois.com. 4. Brassier, **SKIMS**, \$2049, C.C Artz Pedregal. 5. Zapatos, **AMINA MUADDI**, \$22,505, lyst.com. 6. Bolsa, **MARGIELA**, \$12,800, farfetch.com.



EL NACIMIENTO DE VENUS

THIERRY MUGLER FW 1995-1996

1. Abrigo, **STRADIVARIUS**, \$1,399, C.C Santa Fe. 2. Top, **ZARA**, \$699, C.C Artz Pedregal. 3. Aretes, **PANDORA**, \$3,289, C.C Artz Pedregal. 4. Pantalón, **MASSIMO DUTTI**, \$1,695, C.C Santa Fe. 5. Zapatos, **PRADA**, El Palacio de Hierro Monterrey. * 6. Bolsa, **JACQUEMUS**, \$22,141, farfetch.com.

Hall pass

TOMMY HILFIGER

Estamos comprometidas a hacer nuestros *looks* del diario un poco más complejos, especialmente ahora que podemos empezar a agregar capas por el cambio de temperatura. La marca perfecta para hacerlo es Tommy Hilfiger, con sus clásicos atemporales que llevan décadas acompañándonos, de generación en generación y nos recuerdan esos momentos de adolescencia de los 90, donde las emociones estaban a flor de piel. La falda tableada en azul marino con filo azul cielo y la camisa entallada son el punto de partida; el *tank top* de punto encima lo convierte en algo completamente distinto. Tres piezas, una sola intención: que parezca despreocupado y muy *preppy*.

#¿DÓOONDE?
C.C. Santa Fe.*



FOTO: ALONSO DÍAZ / ESTILISMO: BERENICE BUENDIA / MAQUILLAE Y PELO: LUIS GIL / MODELO: SOFIA BUJOU
@QUETA ROJAS / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA

BIOCERAMIC
SCUBA *Fifty Fathoms*
COLLECTION

ANTARCTIC OCEAN



JB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

×

swatch 

Only available at selected Swatch stores



FASHION FOCUS: *El nudo imperfecto*



¡HORA DE PONERNOS SERIOS!

Las corbatas serán el accesorio definitivo para darle un toque formal a las piezas deportivas, desde un rompevientos hasta un saco relajado. A la hora de elegir, la decisión más segura son las rayas en diagonal; si prefieres algo más discreto, un estampado que no robe protagonismo funciona igual de bien. Para llevarlas, el truco está en no apretar el nudo: aflójaló, deja el primer botón abierto o déjalas caer sobre un suéter. Con eso y unos lentes, el look se eleva, y por un momento podemos olvidarnos de los collares.





CITIZEN *L*
RAINELL

Eco-Drive | ALIMENTADO POR CUALQUIER LUZ

CITIZEN

ARRASTRANDO EL ABRIGO

Nueva York street style FW 26



look 1

1. Lentes, **URBAN OUTFITTERS**, \$278, urbanouffitters.com. 2. Abrigo, **H&M**, \$3,999, C.C Santa Fe. 3. Bandana, **BERSHKA**, \$299, C.C Parque Lindavista. 4. Playera, **OYSHO**, \$449, C.C Artz Pedregal. 5. Jeans, **AMERICAN EAGLE**, \$1,699, C.C. Parque Delta. 6. Bolsa, **PULL&BEAR**, \$599, C.C. Reforma 222. 7. Cinturón, **MONTERRAT MESSEGUER**, \$1,500, Durango 208 Roma Nte. 8. Tenis, **ADIDAS**, \$2,099, C.C. Artz Pedregal.

\$10,922



look 2

1. Bandana, **ASOS**, \$241, asos.com. 2. Abrigo, **ZARA**, \$1,599, C.C. Paseo Interlomas. 3. Top, **MANGO**, \$629, C.C Santa Fe. 4. Cinturón, **TODOMODA**, \$250, C.C Perisur. 5. Aretes, **PARFOIS**, \$299, parfois.com. 6. Bolsa, **STRADIVARIUS**, \$499, C.C. Oasis Coyoacán. 7. Bermudas, **ABERCROMBIE**, \$1,790, C.C. Antara Polanco. * 8. Calcetas, **CALZEDONIA**, \$199, C.C Perisur. 9. Ballerinas, **PUMA**, \$1,899, C.C Artz Pedregal.

\$7,405

#ELLECONSEJO

Llega noviembre y los días fríos, y lo que más queremos es arrastrar la cobija por la calle. Por eso tienes que empezar a agregar un abrigo largo a tu outfit casual de jeans y t-shirt para que te sientas cobijada en todo momento. Y por supuesto, no olvides los accesorios: una bandana para cubrir tus orejas y un cinturón de hebilla XL o de cadena para darle más onditá. No le tengas miedo a agregar un pop de color, ya sea en los zapatos, en la bolsa, jo en ambos!

#ellepick



COMODIDAD,
CONCIENCIA Y AMOR
Son las tres palabras con las que
las fundadoras definen la marca.

WETDREAMZ

por NATALIA SÁNCHEZ

DELICADO Y HECHO A MANO

Este proyecto nació en Oaxaca con el sueño de crear piezas únicas, funcionales y hechas completamente a mano. La vida en el sur de México, la naturaleza, las formas orgánicas, la delicadeza y la feminidad son algunas de sus principales fuentes de inspiración. La marca surge también como una respuesta a la industrialización de la moda, apostando por procesos conscientes, artesanales y hechos por mujeres mexicanas. Cada prenda puede tomar hasta siete días de elaboración, además de un proceso previo de diseño, moldes, prototipos y selección de materiales. Su propuesta busca demostrar que la comodidad y la sensualidad no esten peleadas y pueden coexistir, creando ropa interior que haga sentir a las mujeres seguras, cómodas y bonitas. Para la marca, la sensualidad no está en la prenda, sino en cómo cada mujer se siente al usarla. El trabajo colectivo entre mujeres oaxaqueñas es parte esencial de su identidad, así como el amor por lo artesanal y el consumo consciente. Son un gran ejemplo del *slow fashion* que nos gusta ver cada vez más en México. ♥ FIN



FOTOS: RUBI ALONSO.

#¿DÓONDE?

@lwetdreamz / lwdreamz.com

EJAE

@EJAE_K

De la producción a la interpretación...

Kim EunJae, mejor conocida como EJAE, empezó creando canciones para diferentes grupos de k-pop pensando que nunca las iba a poder cantar hasta que coescribió e interpretó el hit "Golden".

Un éxito inesperado...

La película K-pop *Demon Hunters*, donde le da voz a la protagonista, Rumi, se consolidó como la película animada más vista en toda la historia de Netflix.



**"NOW I'M SHININ'
LIKE I'M BORN
TO BE." - "GOLDEN";
DE K-POP DEMON
HUNTERS.**



CANTANTE Y COMPOSITORA

Su historia comienza con el sueño de volverse *idol* en Corea, estudiando desde niña música, actuación y baile. Al no poder debutar en un grupo de *k-pop*, en 2011, EJAE dejó su país para estudiar composición y producción musical en NYU. En 2023, la buscó el equipo creativo de *K-pop Demon Hunters* pues necesitaban a alguien con una voz como la suya que pudiera sostener las notas, y fue a partir de ese momento que despegó su carrera. Escribió tres *hits* para la película *Las guerreras K-pop*, incluido el ganador del Grammy y el Oscar, "Golden". Tras este enorme éxito, se convirtió en un ídolo para las niñas alrededor del mundo que quieren perseguir sus sueños. Además, comenzaron a buscarla marcas como Dior, para vestirla durante la temporada de premios; Swarovski, la invitó a la Met Gala, y durante la inauguración de la Copa del Mundo 2026, cantó el himno de la FIFA con Andrea Bocelli usando un vestido de la marca coreana Leje. Ahora, tiene su propia canción llamada "In Another World". Estamos emocionados por verla de nuevo en la segunda parte del fenómeno animado de Netflix. ★ FIN



STRONA

RECUERDOS PRESTADOS

ARCHIVO DE UN MUNDO QUE NUNCA EXISTIÓ

ARCHIVO 0047

UBICACION: DESCONOCIDA

FECHA: 19/08/----

De venta en

 **Coppel**

Creadora de contenido y dj

ROSA SÁNCHEZ

@ROSASANCHEZGL



2.



por NATALIA SÁNCHEZ

Para Rosa, la moda es su forma de expresión y un espacio para experimentar. Entre sus básicos están los *kitten heels* y el combo de *t-shirt* y pantalones sastre. Su camino profesional comenzó con un blog universitario, *The Talking Lipstick*, que terminó convirtiéndose en el trabajo de sus sueños. Fuera de él, disfruta mezclar música, hacer ejercicio y escapar a la playa. Sus días ideales incluyen un buen café, caminatas, sobremesas largas y bailar. Para su rutina *beauty*, apuesta por lo sencillo y por los productos que le funcionan, no se complica. Hoy, uno de sus mayores lujos es llegar en compañía de Dumbo — el corgi lindo de la página— a su casa: un lugar que ha construido con cariño y que disfruta para descansar, crear y compartir con sus personas favoritas.



TU ESTILO: Ecléctico, urbano y *funky*, con un toque femenino.

TOP DE MODA INTERNACIONAL Y MEXICANA: Balenciaga y The Attico; Mitsa, Esant y Tissimum.

¿QUÉ ÉPOCA HA INFLUIDO MÁS EN TU MANERA DE VESTIR? Los dosmil me inspiran mucho porque rompen las reglas de una moda "clásica". Los *jeans* a la cadera, arracadas, mucho color y boinas.

¿QUÉ SIGNIFICA SENTIRTE BIEN? La calma. CDMX tiene un ritmo diferente, todo pasa muy rápido. Para mí, sentirme bien es no poner mi valor en mi productividad, es encontrar el balance entre documentar las partes bonitas de mi vida sin dejar de vivirlas. Un reto al ser creador de contenido, es saber cuándo parar.

1. Peptide lip tint, sweet apple - edición limitada, **RHODE**, \$710, GCBEAUTYMX.COM.

2. Eucalyptus 20, **LE LABO**, \$5,350, Colima 138, Roma Nte.

VANTTE.

VANTTE.

VANTTE.

VA

Renta. estrena. comparte.

Descubre todo lo
que tu clóset puede
hacer vante.mx

¿Un evento en puerta?

VANTTE es una plataforma de renta y venta de
prendas donde puedes descubrir, rentar o
comprar el look perfecto para tu próximo evento.

Encuentra desde vestidos de diseñador hasta
piezas especiales para cada ocasión, sin tener que
invertir en un look que quizá usarás una sola vez.



Merci Couture

Rachel Gilbert

Solace London



Rat & Boa

Vivienne Westwood

VANTTE

VANTTE.

Tu clóset tiene potencial hazlo rentable

Dale una nueva vida a tus prendas poniéndolas
en renta o venta. Comparte tu estilo y genera
ingresos con tu propio clóset.

Renta tu clóset en vante.mx

EL ABC SUSTENTABLE

YA ERA HORA DE HACER UNA LISTA DE TÉRMINOS IMPORTANTES PARA COMPRENDER EL LADO AMBIENTAL DE LA MODA, ESPECIALMENTE PORQUE MUCHOS DE ESTOS SON LOS VALORES CLAVE QUE DEBES BUSCAR EN LAS PRENDAS QUE USAS. POR ESO HICIMOS ESTE GLOSARIO, PARA QUE DISTINGAS EL COMPROMISO REAL DE UNA SIMPLE PROMESA Y ELIJAS CON MÁS INFORMACIÓN A LA MANO.



SUSTENTABILIDAD

La capacidad de sostener las necesidades del presente sin comprometer los recursos del futuro. En moda, involucra desde las fibras, hasta las personas detrás de la confección de prendas.

SOSTENIBILIDAD

Mantener un modelo de sustentabilidad que pueda sobrevivir el tiempo. Para la industria de la moda, significa poder mantener las prácticas año tras año.

UPCYCLING

Rescatar, transformar o intervenir prendas y retazos útiles para convertirlos en nuevas piezas.



ECONOMÍA CIRCULAR

Busca extender la vida de una prenda el mayor tiempo posible a través de la reparación, la reventa, la reutilización y el reciclaje.



GREENWASHING

Presumir compromiso ecológico sin poder comprobarlo, sin datos, materiales claros ni procesos explicados.

FAST FASHION

Modelo de producción y venta de prendas, donde se generan a bajo costo y a gran velocidad, para mantener el consumo en movimiento.

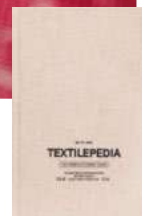


SLOW FASHION

La parte contraria: se produce la pieza de manera consciente hasta su venta, casi como un *made to order*. Se concentra en calidad y durabilidad.

TRAZABILIDAD

La claridad que puede tener cada marca en seguir los procesos completos y el impacto de cada uno de ellos, desde la fibra hasta la tienda.



#ELLECONSEJO
Aprende sobre materiales y términos en libros como *Textilepedia: The Complete Fabric Guide* de Fashionary, que ofrece información técnica para analizar tus prendas y conocer su calidad.

Checo un banco que crezca conmigo.



Descubre Banamex.

ELLE NEWS

noviembre



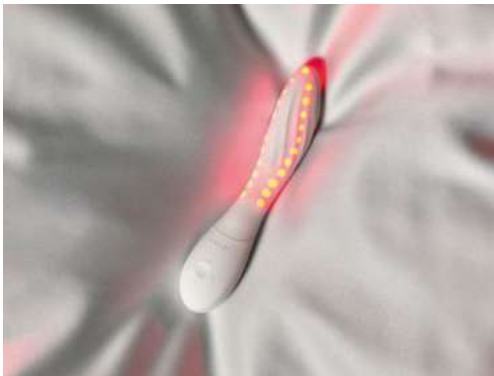
1. LA CAJETA, EL CHURRO Y LA HORCHATA INSPIRAN EL NUEVO TRÍO DE SÉRUMS LABIALES DE AORA. PARA UNOS LABIOS JUGOSOS, BRILLANTES Y AZUCARADOS.

AORAMAKEUP.COM.MX



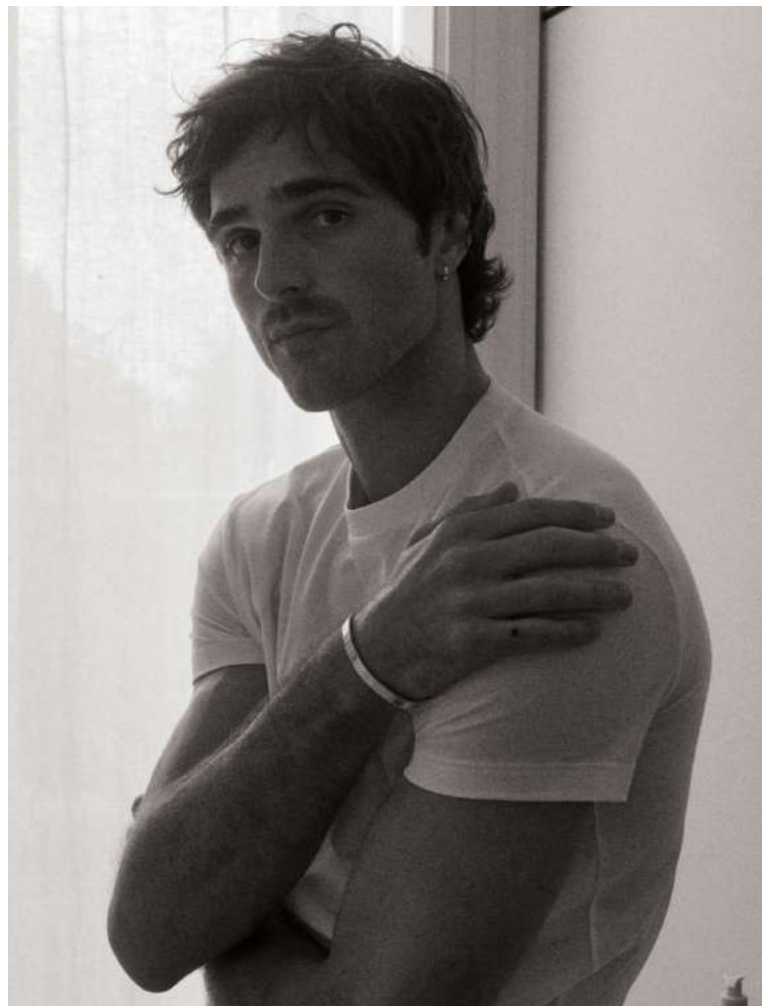
2. EL ICÓNICO ROYAL OAK DE AUDEMARS PIGUET INSPIRA ROYAL OAK JOAILLERIE, UNA LÍNEA DE BRAZALETES, COLLARES Y PENDIENTES QUE REINTERPRETA SU GEOMETRÍA EN ORO, DIAMANTES Y PIEDRAS DE COLOR.

AUDEMARSPIGUET.COM



3. LELO PRESENTA MONA™ SPECTRA, UN DISPOSITIVO DISEÑADO PARA ELEVAR LAS EXPERIENCIAS ÍNTIMAS CON FOTOTERAPIA CON LUZ LED ROJA Y ENERGÍA TÉRMICA.

LELO.COM



4. La colección *LOVE Unlimited* de Cartier evoluciona con una nueva versión en la que sus característicos tornillos se sustituyen por diamantes. Y si Jacob Elordi protagoniza la campaña y su hermana está detrás de la cámara, ¿qué más podemos pedir?

CARTIER.COM

lo más hoooot



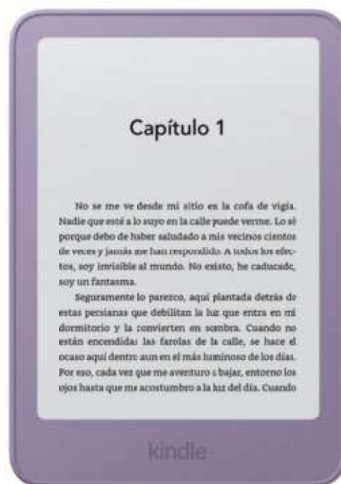
5. CHRISTINA AGUILERA Y CHARLOTTE TILBURY SE UNEN PARA CELEBRAR LAS FIESTAS CON *HOLLYWOOD HOLIDAY WONDERLAND*, UNA COLECCIÓN QUE RECUPERA ALGUNOS DE LOS FAVORITOS DE LA MARCA. IMAGINA *BEAUTY LOOKS* CON INSPIRACIÓN BURLESQUE, ENERGÍA DE *SHOWGIRL* Y MUCHO BRILLO.

CHARLOTTETILBURY.COM



7. Los primeros Ray-Ban Meta con audio e inteligencia artificial ya están aquí. Los modelos Clubmaster y Burbank te permiten escuchar música y *podcasts*, atender llamadas e interactuar con Meta AI sin sacar el celular y viéndote *on point*.

META.COM



6. TU NUEVO COMPAÑERO DE LECTURA, EL KINDLE, AHORA TIENE ACABADO DE ALUMINIO Y UNA PANTALLA SIN BORDES. ¿LA MEJOR PARTE? ESTÁ DISPONIBLE EN MORADO, AZUL, VERDE AGUA Y GRAFITO.

AMAZON.COM



8. EL SÍMBOLO EMBLEMÁTICO DE MEDALLÓN DE DIOR PROTAGONIZA LA COLECCIÓN DE *MAKEUP: CINNAMON GLAZE*.

DIOR.COM

Cuando se invierte en salud se nota.

Tan solo en 2025 realizamos:

✔ **Más de 100 millones**
de consultas

✔ **1.78 millones**
de cirugías

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

CON MÁS HOSPITALES,

EL IMSS CONTIGO SIEMPRE.



Gobierno de
México



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL



ELLE

LORETO:
SIEMPRE
INDEPENDIENTE
(P. 82)

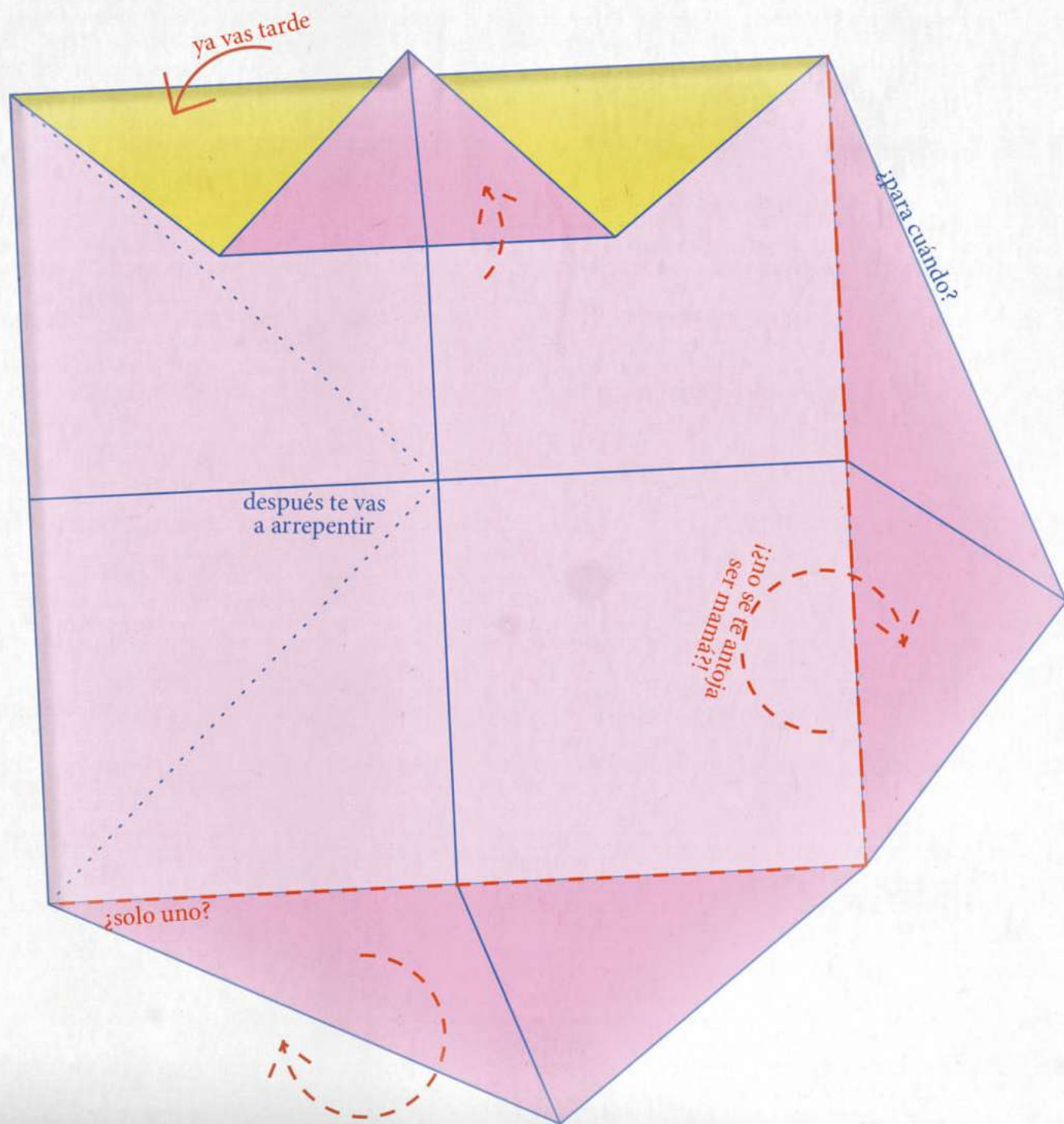
56. MATERNIDAD:
DECISIÓN, NO
OBLIGACIÓN

72. LA JOYERÍA
NUPCIAL COMO
DECLARACIÓN
DE ESTILO

FOTO: TAWFICK.
LOOK TOTAL, DOLCE&GABBANA.

STORIES

55



GUÍA PASO-A-PASO DE LA “MUJER COMPLETA”

¿PARA CUÁNDO LOS HIJOS?

MÉXICO REGISTRA LA TASA DE FECUNDIDAD MÁS BAJA DE SU HISTORIA. TAL VEZ LA PREGUNTA ESTABA MAL DIRIGIDA.

POR PILAR MARROQUÍN C. / ILUSTRACIÓN DANIELA FERES

Cuando le dije a mi tía que no quería tener hijos, hace más de veinte años, no intentó convencerme de lo contrario con los argumentos de siempre. No hubo discurso sobre el reloj biológico, el amor maternal ni sobre quién me cuidaría en la vejez. Sólo me miró y sentenció: “no digas eso ni de chiste”. Como si elegir no ser madre fuera una idea tan escandalosa, tan impensable, que ni siquiera mereciera el aire necesario para ser pronunciada. En su mundo, renunciar a la maternidad era un conjuro de mala suerte, algo que había que callar antes de que la fortuna alcanzara a escucharlo.

Aquella reacción no nació del vacío: mi abuela materna tuvo doce hijos, de los que derivamos más de treinta nietos. Bajo esa lógica religiosa, ser madre era cumplir el mandato de “creced y multiplicaos”, la prueba máxima de entrega, el camino reservado para la mujer capaz de salir de sí misma y vivir para otros. A mí, la idea de reproducirme siempre me pareció contraintuitiva; la lista de razones es larga e irrelevante para los fines de este texto. Ya perdí la cuenta de cuántas personas, incluidas absolutas desconocidas, me han asegurado que voy a cambiar de opinión cuando crezca, cuando conozca a la pareja correcta, cuando tenga sobrinos. Todo eso ya pasó y cada día estoy más convencida. La gente parece tener una certeza ajena sobre mi vida, como si mi útero fuera un asunto de agenda colectiva.

Lo irónico es que mi postura, que en casa de mi abuela sonaba tan revolucionaria, tiene cada vez más simpatizantes. Según cifras recientemente publicadas por el INEGI, la tasa de fecundidad en México pasó de 1.9 hijos por mujer en 2019 a 1.2 en 2024, muy por debajo del 2.1 necesario para el reemplazo generacional. Pero el dato que más me hizo pensar fue otro: alrededor del 35 % de las mexicanas dice que tiene o tendrá menos hijos de los que desearía por limitaciones económicas, según el informe anual de la UNFPA. Mi caso ni siquiera cabe en esa estadística: yo no quiero hijos; muchas otras sí los quieren y no pueden tenerlos en las condiciones que imaginan.

México no es un caso aislado. Según el Banco Mundial, la fecundidad global pasó de 5.3 hijos por mujer en los años 60 a 2.2 hoy. En Corea del Sur, el caso más extremo, el promedio cayó a 0.8 en 2025 (la misma cifra que la CDMX), y un estudio publicado en *The Lancet* proyecta que, para el año

2100, más del 97% de los países no podrán sostener el tamaño de su población. La tendencia aparece en cualquier sociedad que da a las mujeres educación, acceso a anticonceptivos y un margen básico de autonomía. Ahí está la paradoja: durante años me defendí de quienes trataban mi útero como asunto colectivo y hoy tengo que admitir que, en algún sentido, lo es. Un mundo con menos nacimientos plantea preguntas existenciales y estructurales: quién cuidará a una población cada vez más vieja y qué le pasa a una cultura cuando se queda sin quién la herede.

La ficción ya imaginó ese futuro, y no fue nada amable con las mujeres. En *El cuento de la criada*, Margaret Atwood construyó una república que resuelve la infertilidad apropiándose del cuerpo de las mujeres. Es una distopía, claro, pero cada vez que escucho que la baja natalidad es culpa de mujeres egoístas o demasiado ocupadas en sí mismas, recuerdo lo rápido que una aparente preocupación puede convertirse en sermón.

Criar sigue siendo, en la práctica, cosa de mujeres. Según el IMCO, las mexicanas dedican en promedio 35 horas semanales al trabajo no remunerado (frente a las 15 de los hombres) y casi el 60% de las madres trabajadoras tiene un empleo precario. La carrera de un hombre casi no cambia cuando se convierte en padre; la de una mujer se frena con cada hijo. Súmale guarderías que no alcanzan y jornadas que castigan a quien sale temprano por una fiebre. Con ese panorama, la clásica pregunta suena distinta.

Creo que nadie debería verse obligada a parir para tener quien le cambie los vendajes a los 80. Lo que nos falta es una red de cuidados sólida que nos sostenga a todas: a las madres, a las que no quisieron serlo, a las que no pudieron. En ese terreno, el útero de cada una sí resulta ser una cuestión de interés público, porque lo que está en juego es la viabilidad del mundo que recibiría a esos niños.

Mi tía me pidió que no lo dijera “ni de chiste”, como si nombrarlo bastara para invocar la desgracia. Veinte años después, el conjuro parece que se cumplió a escala nacional, aunque la suerte tuvo poco que ver. Tal vez un día la pregunta cambie de destinatario y alguien se la haga a las empresas, al gobierno, a las parejas, a los hombres de la familia: ¿Y ustedes para cuándo? ❤️ FIN



Camila Malagón

"Editar es un superpoder".



por SANTIAGO NUÑO VILLASEÑOR

El adjetivo que mejor describe a Camila Malagón es sharp. Todas las traducciones encajan con su personalidad. Colombiana nacida en Estados Unidos, llegó a Nueva York a los 17 años con muchas ganas de trabajar y aprender todo sobre la industria de la moda. En 2018 fundó Malagon Group, una agencia creativa que eleva marcas mediante el desarrollo y la curaduría de producto, campañas y su entrada a mercados internacionales.

ELLE MÉXICO:

Fundaste Malagon Group hace ocho años. ¿Por qué una agencia 360 y no especializarte en un solo servicio?

CAMILA MALAGÓN:

Porque una cosa me lleva a la otra y necesito visión de todo para conseguir un buen resultado. Empecé haciendo ventas y el *feedback* siempre volvía a lo creativo: que el vestido era muy grande o que la paleta de color no era la correcta. Un amigo me lo dijo un día: "Eres directora creativa, agente, representante, a veces estilista y productora".

ELLE MÉXICO:

¿Cuál es tu diagnóstico más frecuente con marcas emergentes?

CAMILA MALAGÓN:

Que no saben editar. Llevan dos o tres años con colecciones enormes que no venden. Lo repito: no necesitas ochenta piezas, necesitas ocho. Y necesitas un *hero item*, un producto estrella reconocible desde lejos. La marca que hace el suéter azul perfecto en el tono exacto de azul. Algo que hable por sí solo.

ELLE MÉXICO:

¿Por qué insistes tanto en editar?

CAMILA MALAGÓN:

Porque saber editar es un superpoder y tomar decisiones rápidas también. Ayer le mandé a mi asistente una carpeta de cincuenta fotos de una campaña y me devolvió veintisiete. Le dije: "¿Cómo crees? Si solo hay cinco buenas". Hoy todo el mundo quiere abarcar muchas cosas a la vez y así no funciona.

ELLE MÉXICO:

Y cuando el problema no es el producto. ¿Entonces cuál es?

CAMILA MALAGÓN:

La persona. Son muy pocas las veces que quien diseña también sabe negociar, liderar un equipo, vender o construir una empresa. A eso súmale los egos, el síndrome del impostor y las inseguridades. Ahí es donde de verdad se gana o se pierde una marca, mucho antes que en el producto.

ELLE MÉXICO:

Nunca trabajas con más de cuatro o cinco marcas a la vez. ¿Cómo eliges?

CAMILA MALAGÓN:

Primero el producto, siempre. Soy *shopaholic*, entonces siempre pienso desde el lado de la compradora: sé exactamente qué experiencia quiero al abrir la caja. Y después viene el otro filtro: ¿quiero hacer negocios con esta persona? Son mis relaciones, mi *showroom*, mis contactos. Trabajo con buenas personas que hacen buenos productos.

ELLE MÉXICO:

¿Y qué te dice que una persona es la correcta?

CAMILA MALAGÓN:

Creo mucho en la astrología y en la numerología; paso a mis clientes por filtros bastante holísticos. Parece broma, pero comprometerte con un cliente es un año o dos despertándote con mensajes de esa persona: sus alertas, sus pánicos, sus sueños, sus miedos... Tiene que ser alguien con quien de verdad quieras trabajar.

ELLE MÉXICO:

¿Qué papel juega hoy el mercado estadounidense en la moda?

CAMILA MALAGÓN:

Estados Unidos sigue haciendo los pedidos más grandes. Una boutique en Japón compra ocho mil dólares; una tienda en Nueva York, ochenta mil. Diez tiendas en Francia te compran tres o cuatro piezas cada una; una boutique neoyorquina compra siete veces eso. Para una marca emergente, eso se traduce en liquidez.

ELLE MÉXICO:

¿A dónde quieres llevar Malagon Group?

CAMILA MALAGÓN:

Estamos lanzando los primeros productos *lifestyle* de nuestra marca propia, Malagon, y con el tiempo vamos a entrar a la belleza y al *wellness*. No me enfoco solo en marcas latinas, pero es verdad que lo que me hace diferente es mi encanto latino: mi *Spanglish*, mi forma de trabajar y mi equipo.



AGREGAR AL CARRITO

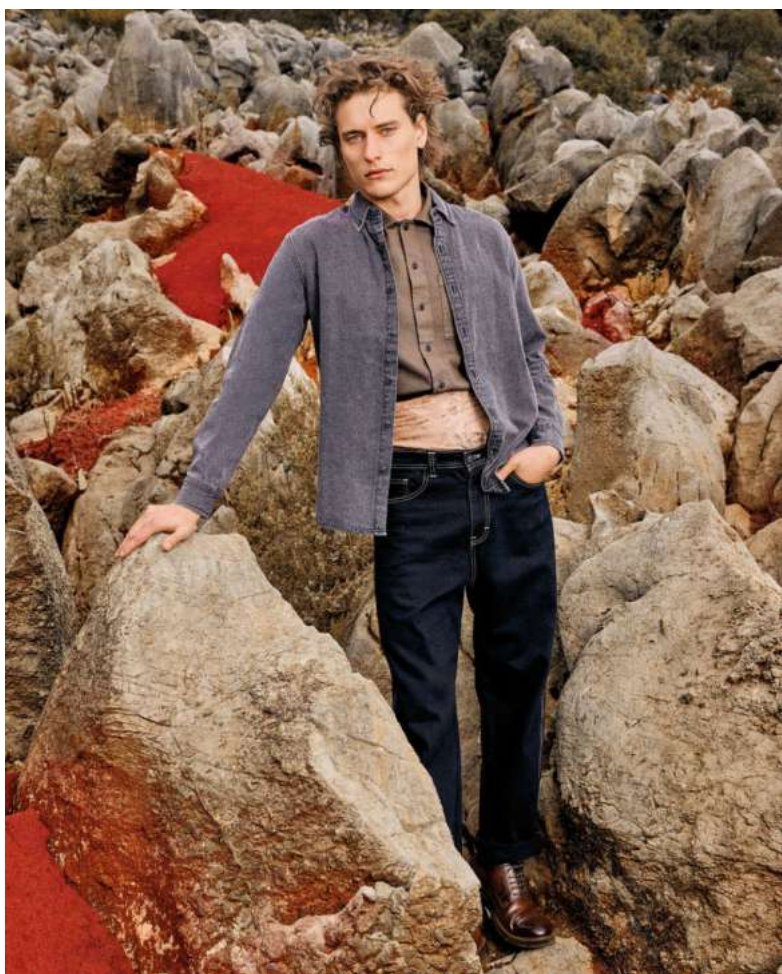
texto NATALIA SÁNCHEZ

Si todavía no conoces Strona, es momento de ponerla en tu radar. La marca que forma parte del portafolio de Coppel y ofrece piezas para hombres y mujeres que buscan proyectar un estilo auténtico y con actitud. Su propuesta combina accesibilidad y versatilidad, con opciones que se adaptan a diferentes estilos y ocasiones. Una alternativa que vale la pena descubrir en tu próximo *spree shopping* o cuando estés en búsqueda de una pieza especial.



LA MODA, MI EXPRESIÓN.

Strona se posiciona como una de las apuestas clave del portafolio del *retailer* mexicano, con un enfoque que pone la innovación al centro desde su lanzamiento en 2025. Bajo la dirección creativa de Elisa Zubia-ga, esta marca 100% mexicana busca impulsar una nueva perspectiva de la moda nacional. Para Otoño-Invierno 2026, retoma referencias del pasado y las reinterpreta con una mirada contemporánea, donde la nostalgia se encuentra con una actitud actual. Para crear *looks* que sobresalgan, mezcla piezas inspiradas en la estética nocturna de los 70 y 80 con otras minimalistas o con elementos *grunge*. Por ejemplo, si combinas una chamarra napoleónica negra con unos pantalones de mezclilla a la cadera lograrás un *outfit* que funciona tanto para el día como para una noche de *drinks*. Otro detalle que es importante resaltar es su paleta de color: abundan los tonos tierra profundos con acentos más vivos como el amarillo, el azul y algunos destellos metálicos. Los estampados a cuadros, la sastrería y *tops* con toques románticos, transparencias y encaje, son perfectos para agregar seriedad o feminidad a tu *mood*.





mientr haka,

MATIÈRES FÉCALES

HAVAIANAS X MM6
MAISON MARGIELA

MAISON MARGIELA

MSCHF

VIVIENNE WESTWOOD

BALENCIAGA

MAISON MARGIELA

FERRAGAMO

POR

ULISES GARCÍA

★ Fashion Week SS27 acaba de confirmarlo: nuestros zapatos quieren atención. ★ Después de temporadas dominadas por lo discreto, el calzado vuelve a ponerse raro, exagerado y un poco incomprensible. Y quizá justo por eso lo queremos.

Hay zapatos bonitos y luego están los que hacen que alguien te detenga para preguntarte qué traes puesto. Después de un *Fashion Month* particularmente obsesionado con los pies, parece que esta segunda categoría está ganando. Thom Browne, Campillo, Loewe y Chanel apostaron por tacones curvos, puntas exageradas, construcciones inesperadas y siluetas difíciles de ignorar.

El zapato ya no está ahí solamente para completar el look: quiere convertirse en la parte que lo cambia todo. No es exactamente el regreso del *ugly shoe*. El zapato de 2027 no necesariamente quiere ser feo, sino extraño, reconocible y con suficiente personalidad para provocar

una segunda mirada. Puede ser delicado, elegante o precioso y al mismo tiempo tener algo **ligeramente incorrecto**: un tacón colocado donde no debería, una punta demasiado larga o una forma que altera por completo las proporciones del pie.

Tiene sentido después de tantos años construyendo el clóset correcto. *Sneakers* blancos, *loafers* negros, ballerinas sencillas y piezas pensadas para combinar con absolutamente todo. El *quiet luxury* llevó esta idea al extremo: vestir bien era, en buena medida, no llamar demasiado la atención. **Pero después de tanta perfección, algo tenía que romper el uniforme.**



VIVIENNE WESTWOOD

COMME DES GARÇONS

GUCCI

ONITSUKA TIGER

MUGLER

as más mejor

ANTES DE TIKTOK YA ÉRAMOS RAROS

La moda lleva siglos utilizando el zapato para exagerar. En la **Venecia del siglo XVI**, los chopines elevaban a las mujeres sobre plataformas de madera o corcho que podían alcanzar alturas absurdas.

Tenían una función práctica, pero rápidamente se convirtieron también en símbolos de estatus; caminar cómodamente parecía secundario frente al espectáculo.

Siglos después, **Salvatore Ferragamo** volvió a demostrar que el calzado podía convertirse en fantasía. En los años 30, la escasez de materiales lo llevó a experimentar con corcho y a desarrollar sus célebres cuñas. La **Rainbow Sandal** para Judy Garland convirtió una necesidad técnica en un **pequeño objeto arquitectónico**.

Luego llegaron diseñadores que llevaron esa idea todavía más lejos. **Vivienne Westwood** creó, en 1993, las **Super Elevated Gillie**, las plataformas con las que Naomi Campbell protagonizó una de las caídas más famosas en la historia de la pasarela. **Martin Margiela** presentó unos años antes sus **Tabi** inspirados en el calcetín japonés de puntera dividida, y convirtió una forma que muchos encontraban extraña en una de las **siluetas más reconocibles** de la **moda contemporánea**.

El Tabi resume muy bien el poder del zapato raro: puede funcionar como una especie de contraseña. **No todos tienen que entenderlo**. A veces precisamente ahí está el atractivo.

DE UGLY A FREAKY

La última década nos fue preparando para esto. Los *dad sneakers*, las plataformas de Balenciaga, Crocs convertidos en objeto de moda, los FiveFingers y las enormes Big Red Boots de MSCHF hicieron cada vez más flexible nuestra idea de lo que podía considerarse un zapato deseable. Pero la diferencia ahora está en la intención. El *ugly shoe* quería desafiar directamente nuestra idea de belleza. Cuanto más tosco, voluminoso o aparentemente ortopédico, mejor. El nuevo **freaky shoe** está menos preocupado por ser feo que por ser memorable.

Y eso lo vuelve especialmente útil en este momento. No necesitas reconstruir todo tu clóset para llevarlo. Puedes usar jeans, una falda sencilla o un pantalón sastre y dejar que el zapato haga el trabajo. Es una pequeña dosis de caos dentro de un *look* bastante racional.

También llega cuando comprar lujo se ha vuelto cada vez más difícil. Mientras las bolsas más reconocibles suben de precio, un par de zapatos sigue funcionando como una entrada más accesible al universo de una marca. Y si vas a invertir en una sola pieza, tiene sentido querer que se note: que tenga una silueta reconocible, que provoque conversación y que transforme lo que ya tienes.

EL PUNTO ES QUE NO COMBINE CON TODO

Quizá el verdadero atractivo de estos zapatos tenga menos que ver con la rareza y más con la personalidad. **Vivimos rodeados de imágenes perfectamente curadas y algoritmos que aprenden rápidamente qué nos gusta**. Como consecuencia, nuestros *feeds*, los espacios que habitamos y hasta la forma en cómo nos vestimos pueden empezar a parecerse demasiado. Frente a eso, **un objeto que ofrece cierta resistencia se vuelve atractivo**. El zapato que no funciona con todo, que divide opiniones y que requiere tomar una decisión. Algo que entra a tu *shopping cart* no porque sea **"un básico para siempre"**, sino porque te hizo sentir algo inmediatamente.

Entonces algo quedó claro: después de tanta perfección, quizá lo que más nos atrae ahora es aquello que se sale un poco de lugar. Un zapato extraño puede ser suficiente para devolverle personalidad hasta al look más simple. Y si lo que antes nos parecía demasiado raro empieza a ser justo lo que queremos llevar, ¿qué tan lejos estamos dispuestos a llegar?



texto, JORDI Linares Rivas



Belle Burden:

La primera vez que Belle Burden quiso ser escritora fue a los 18 años, pero un compañero le dijo que no tenía talento y guardó la pluma para dedicarse al derecho. Aquella insegura y lejana Belle Burden no sabe aún que retomará la escritura el día que su vida se derrumbe 30 años después. Tampoco sabe que ese libro se traducirá a más de 15 idiomas y se convertirá en un *bestseller* del New York Times. Estoy hablando de *Extraños: elegía de un matrimonio*.

Familia Burden en el Lago Tashmoo, 2009



Erróneamente, el éxito de una primera novela suele asociarse con la juventud, pero para Belle Burden no fue así, y a sus 57 años quiere ser un ejemplo de que nunca es tarde para intentar algo nuevo o perseguir un sueño. *Extraños: elegía de un matrimonio* es la historia de su divorcio después de haber estado casada por 21 años. Un relato escrito desde la desnudez emocional y que, confiesa, aún la hace despertar en medio de la noche pensando ¿qué hice? “No es precisamente una historia que te haga quedar bien y sigue siendo aterrador compartirla”, cuenta. Sin embargo, incluso antes del artículo que la dio a conocer en *The New York Times* o publicar la novela, ella sabía que era la historia que tenía que ser contada, sin maquillaje y sin eufemismos, porque también tenía la certeza de que no podría sobrevivir al engaño de silenciar lo que realmente vivió. Ese impulso por ser honesta, que ella misma describe como un instinto, fue el que la trajo de regreso a la escritura.

Escribir como forma de sanación representó para Burden salir del espacio y tiempo para ir más allá del momento que atravesaba. Reconoció en su familia un historial de infidelidad; su madre y su abuela tuvieron parejas infieles y está convencida de que la única forma de expiación con la que podrá cambiar ese patrón para sus hijos es hablando de él. También sabe que las inseguridades que le ha provocado compartir su vida se ven mitigadas por la compañía que

el lector puede encontrar en sus palabras. “Cuando yo lo viví, me sentía completamente sola, aislada y asustada. Imagino a una persona a la que quizá mi libro pueda ayudar. Eso es lo que me permite superar el miedo de haberme expuesto ante el mundo”.

La escritura dio a Burden el poder de apropiarse de la historia desde su propia perspectiva y de encontrar su poder interior en ello. “A las mujeres se nos ha enseñado muchas veces a no contar esas historias, a permanecer en silencio. Mi abuela lo hizo y, como consecuencia, otras personas terminaron contando su historia de una manera que no necesariamente era fiel a ella”. Burden quiere que este libro genere conversaciones sobre los roles que asumimos en el matrimonio o una relación, sobre nuestras carreras profesionales, sobre el dinero, sobre la mediana edad y sobre todas esas preguntas que, como ella las llama, surgen cuando comenzamos a ser más conscientes de nuestra propia mortalidad.

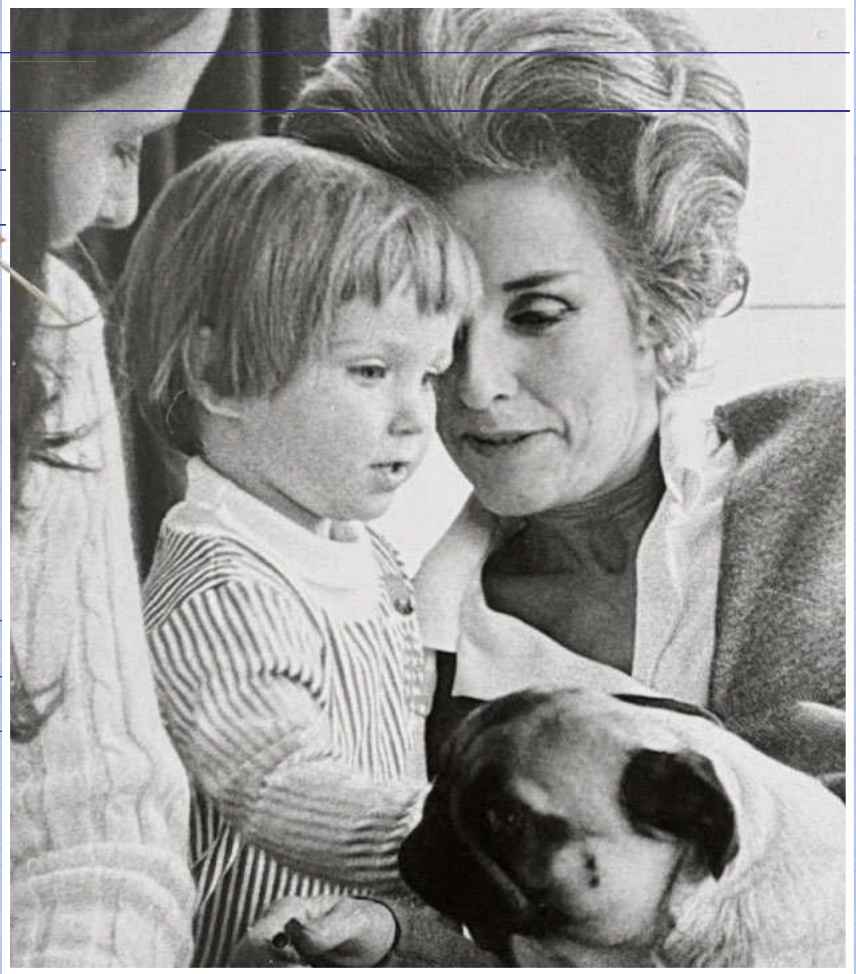
Como nieta del legendario icono de estilo, Babe Paley, la vida pública siempre ha sido parte de su legado familiar, aunque admite que su carácter tímido siempre la ha llevado a buscar la privacidad. “No suelo contar mis secretos y tengo pocos amigos cercanos”, dice. Es por eso que el éxito del libro ha cambiado su vida: ahora viaja por el mundo contando su historia frente a grandes audiencias. Reconoce que definiti-

vamente no es su zona de confort, pero ha significado un gran crecimiento. Recibir el cariño de la gente que le comparte sus propias historias la hace sentir conectada con la humanidad. Durante su propio proceso, Burden tuvo estas figuras que también la sostuvieron a través de su arte como Taylor Swift con *Folklore*, a quien describe como una poeta; Isabel Gillies con *Happens Every Day*, a quien llama una pionera en el género de memorias sobre divorcio, y Nora Ephron con *Heartburn*, quien transformó su dolor en arte. “Creo que ahí se plantó una semilla en mí”.

Ahora que *Extraños* está en camino de convertirse en una adaptación de Netflix de la mano de Gwyneth Paltrow, Belle Burden siente nuevas emociones ante el rumbo que ha tomado su historia. Describe su conversación con Paltrow como maravillosa y reflexiva. Le entusiasma que sea ella quien está detrás del proyecto pues cree que tiene la edad y la sensibilidad adecuadas para esta historia. Está dispuesta a colaborar con la producción y revisar los guiones, pero también soltar y permitir que su historia se convierta en otra pieza creativa. “No quiero aferrarme y exigir que sea exactamente igual que mi libro”, dice. “Me siento muy afortunada de poder tener una vida como escritora, algo que nunca imaginé. Sigo ejerciendo como abogada, pero estoy profundamente agradecida de que todo esto me haya sucedido y de tener ahora la oportunidad de intentar escribir ficción”, concluye.



Belle Burden y su abuela



Belle Burden con su padre, su madrastra Susan y su hermano, 1976.

Burden con Babe Paley en la granja Kiluna, 1973.



“Apropiarte literalmente de tu historia a través de las palabras puede ser muy poderoso”.



Burden con su mamá Amanda Burden, en la granja



“Voy a escribir. Si algún día vuelvo a publicar: maravilloso; si no sucede, tampoco pasa nada”.

“Intenté incluir gran parte de la historia de amor con mi exmarido precisamente porque sigo creyendo en el amor, en las relaciones y en el matrimonio”.

Águilas pescadoras en Vineyard





Plastique Fantastique:
Dos mentes creativas que
lograron materializar sus obras
a través del aire.

por CLAUDIA CÂNDANO



Yena Young y Marco Canevacci son el dúo creativo detrás de Plastique Fantastique, un estudio establecido en Berlín que ha llevado sus instalaciones artísticas a edificios, bosques y plazas alrededor del mundo. Hoy conversamos con ellos sobre su colaboración con Bulgari y cómo reinterpretaban Serpenti, uno de los íconos más emblemáticos de la casa italiana, para crear una pieza monumental en el High Line de Nueva York.

ELLE MÉXICO:

¿Cómo surgió esta colaboración y qué los conectó con el universo Serpenti?

PLASTIQUE FANTASTIQUE:

Hablamos con Bulgari en diciembre de 2025 para desarrollar una instalación de arte público en Nueva York bajo el concepto de Serpenti Infinito. Empezamos a trabajar con la figura del Ouroboros, esa antigua representación de una serpiente que se muerde la cola. Queríamos explorar esa idea de repetición infinita y trasladarla a la ciudad, hacer que fluyera por el espacio urbano. Así comenzó todo. Fuimos desarrollando distintas ideas, pero la propuesta concreta surgió en abril de 2026, cuando visitamos el lugar en Nueva York. Para mí era la primera vez en la ciudad. Estudié arquitectura y conocer The High Line fue como encontrarme con una estrella. Lo había visto crecer a través de libros e imágenes, pero experimentarlo en persona fue completamente diferente. Ver esa línea horizontal elevada que atraviesa la ciudad, los rascacielos, la gente y todo lo que sucede alrededor fue muy inspirador. Cuando hicimos la primera visita, hacía muchísimo frío, había humedad y viento. Después de varias inspecciones, modificamos nuestra propuesta porque entendimos la escala de una manera distinta. Nos dimos cuenta de cómo las personas utilizan The High Line y de cómo funciona este parque lineal dentro de la ciudad. Es un espacio verdaderamente único.

ELLE MÉXICO:

¿Qué papel juegan el cuerpo y la participación del público en sus instalaciones? ¿Cómo esperaban que funcionaran en este proyecto?

PLASTIQUE FANTASTIQUE:

Muchas veces intentamos provocar la comunicación entre las personas, incluso cuando no necesariamente tienen la intención de interactuar. Tenemos una instalación en la que los movimientos del cuerpo de una persona se traducen en vibraciones a través de *subwoofers*. De esa manera, tu cuerpo puede sentir la presencia y los movimientos de otra persona que está a unos diez metros de distancia. Al mismo tiempo, la luz refleja esos movimientos. Esa especie de comunicación provocada forma parte de nuestro trabajo. En este proyecto sucede algo diferente. Al caminar entre estos cuerpos de dimensiones extraordinarias, tu percepción de la escala cambia. Incluso la sección más sencilla de la serpiente, que básicamente es un círculo, es más alta que una persona. De pronto, te sientes mucho más pequeño dentro de ese entorno. Además, todos aparecemos reflejados simultáneamente en la superficie.

ELLE MÉXICO:

¿Qué les gustaría que sintiera alguien al encontrarse con la instalación? Incluso si no sabe nada de Bulgari o de ustedes como Plastique Fantastique. ¿qué esperan provocar?

PLASTIQUE FANTASTIQUE:

Lo primero que queremos es que digan: “¡Wow! ¿Qué está pasando aquí?”. La escala de la instalación es bastante grande, pero al mismo tiempo está integrada a la arquitectura. La diseñamos específicamente para este lugar, debajo de The Standard Hotel. No es una escultura que simplemente colocamos en un espacio: fue concebida para estar aquí, para dialogar con esta arquitectura. Deseamos que las personas se sorprendan y perciban el espacio público de otra manera, aunque sea por un instante. Que entiendan que el espacio público es verdaderamente público porque nos pertenece a todos. El poder del arte público está precisamente en lo inesperado. Las personas no planean ir a un museo ni salen de casa con la intención de ver una obra de arte. Simplemente están viviendo su día y, de pronto, se encuentran con algo extraño en un lugar familiar.

ELLE MÉXICO:

¿Qué pueden contarme sobre el diseño y el proceso de construcción de esta pieza?

PLASTIQUE FANTASTIQUE:

Queríamos traducir literalmente la joyería de Bulgari a una escala mucho mayor. Nos interesaba conservar los conceptos de renovación, transformación y cambio interior que forman parte del universo Serpenti. Ese fue el punto de partida de todo el proceso creativo. Y tuvimos mucha suerte porque Bulgari nos dio una enorme libertad artística.

ELLE MÉXICO:

¿Cómo fue montar en el High Line?

PLASTIQUE FANTASTIQUE:

Fue un proyecto desafiante. Cuando nos dijeron que podríamos conseguir un permiso para instalar una pieza en The High Line, pensé que estaban bromeando. No creía que fuera posible. De hecho, nuestra primera propuesta no obtuvo autorización. Originalmente queríamos trabajar en una zona de acceso, donde hay unas escaleras y ocho columnas debajo de la estructura. Nuestra idea era colocar tres secciones de la instalación entre esas columnas. Queríamos crear un espacio íntimo dentro del espacio público. Algo que estuviera entre lo público y lo privado, entre el interior y el exterior. Y lo logramos, esta mañana vimos cómo la gente se integró a la instalación. Fue muy emocionante.

DEL ARCHIVO:



por JESSICA GUTIÉRREZ

NADA HABLA MÁS DEL PRESTIGIO Y LA RIQUEZA DE UNA FIRMA JOYERA QUE LA SOLIDEZ DE SU ARCHIVO. TENER SUFICIENTE HISTORIA PARA PODER RECURRIR A PIEZAS Y COLECCIONES QUE SE LANZARON MUCHOS AÑOS ATRÁS, Y QUE SIGUEN MARCANDO PAUTA EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA NO ES CUALQUIER COSA. SIGNIFICA SOBREVIVIR A LOS CAMBIOS CULTURALES Y LOS DE LA INDUSTRIA PARA MANTENER UN LEGADO. POMELLATO CONTINÚA CON *MEMORIE D'ARCHIVO*, UNA SERIE DE COLECCIONES CÁPSULA QUE CELEBRAN LA BELLEZA DE LAS PIEDRAS SEMIPRECIOSAS DESDE SU ARCHIVO. EN ESTA OCASIÓN, REINTERPRETANDO LA LÍNEA *MONETA ORIENTALE*.



Este nuevo capítulo toma un símbolo ancestral al mundo actual. Fue en 1997 cuando Pomellato presentó *Moneta Orientale* por primera vez. En ese entonces, se trataba de una moneda de oro amarillo mate que encontraba su origen en los amuletos de la buena suerte. En 2026, regresa con el mismo espíritu pero con 33 combinaciones de piedras y pavé que le dan un nuevo significado. De hecho, cada uno de estos modelos tiene una connotación específica. En general, se transforma en un amuleto de prosperidad y protección.

Las piezas son la prueba de la maestría y el know-how de la firma milanesa en la armonía cromática. La selección de piedras duras y su color, emiten una emoción. Además, el jade negro y el cuarzo turmalinado hacen referencia a los colores más oscuros de la naturaleza. Por otro lado, la amazonita y la sodalita hablan de los muchos matices del mar y el cielo. Incluso el jade kiwi y la riolita son la vitalidad misma; el cuarzo rutilado y la labradorita proporcionan el brillo proveniente de su interior; y la rodrosita y el ágata roja emiten serenidad y calma. Esta colección se presenta en dos versiones: un modelo grande y otro pequeño. En el primero, el pavé se coloca sobre todo el marco, mientras que en el segundo, se mantiene el oro rosa pulido y tan solo las garras llevan el pavé.

Es emocionante poder ver la evolución que sale del archivo con un nuevo lenguaje creativo, ideal para las nuevas generaciones.



las memorias preciadas de la historia





La tradición nupcial dice mucho sobre las novias, como el famosísimo código de "Algo viejo, algo nuevo, algo prestado y algo azul". Sin embargo, las novias modernas han decidido dar un paso más para demostrar su estilo, gusto y personalidad. No por nada, muchas *it girls* se han convertido en íconos gracias a sus decisiones como *brides*. Por ejemplo, Barbara Palvin tiene los looks más memorables gracias al protagonismo que le dio a sus joyas de novia, todas de Tiffany & Co.

nuevas novias nuevas formas

texto — JESSICA Guitérrez

I do,



Broche Amapola Elsa Peretti,
TIFFANY & CO.

Argolla de matrimonio Tiffany
Classic y anillo Elsa Peretti, ambos
de TIFFANY & CO.



Collar Tiffany Victoria,
TIFFANY & CO.

Aretes Tiffany Victoria,
TIFFANY & CO.

'cause I love you



Barbara Palvin y Dylan Sprouse celebraron su boda en Hungría usando piezas de colecciones de Tiffany & Co., como Tiffany Victoria y Elsa Peretti.



Brazalete tennis Tiffany Victoria,
TIFFANY & CO.

Las bodas han vivido una gran transformación a lo largo de los años y, con ellas, las novias. Pero, ¿qué buscan las *brides-to-be* actuales? Nuevas formas de expresarse. Los vestidos, peinados, zapatos y, sobre todo, las joyas hablan de una nueva era en la que la autenticidad es clave. Los anillos de compromiso son tan solo el inicio de una historia que ha convertido a Tiffany & Co. en la marca insignia para celebrar "el momento". Después llega la boda, la gran celebración, donde los vestidos abarcan desde una estética renacentista hasta una ultraminimalista. Cada elección habla por sí misma y refleja la perspectiva de la novia y su estilo personal.

Eso sí, la joyería es uno de esos elementos clave que van más allá de las tendencias o las eras. Para las mujeres contemporáneas, las joyas deben tener un significado, deben sentirse personales, casi como un amuleto. Y es que la intención es conservarlas y heredarlas. La tradición de pasarlas de generación en generación es una idea tan romántica como la ceremonia misma. Los anillos de matrimonio son tan relevantes como unos aretes clásicos de diamantes en forma de gota. Los que usó Selena Gomez en su boda con el productor Benny Blanco son un gran ejemplo, así como las joyas que llevó Michelle Salas para su celebración de fin de semana, en la que usó piezas de la colección Tiffany Edge y Tiffany Victoria.

Así, cada una logró una estética auténtica, en la que la fidelidad a su estilo es evidente. Para las nuevas novias, las joyas son más que parte de su *look*: representan su espíritu, la percepción del amor que prometen a su pareja, pero, sobre todo, el amor y la relación que tienen con ellas mismas y el mundo que las rodea.



Aretes Tiffany Victoria,
TIFFANY & CO.



Argolla de matrimonio Tiffany Forever,
TIFFANY & CO.



Aretes en platino con diamantes
de más de 12 quilates y diamantes,
TIFFANY & CO.

¿SABÍAS QUE...? Charles Lewis Tiffany presentó el Tiffany® Setting, una montura que eleva el diamante por encima de la argolla por medio de seis pequeñas garras, lo que permite que reciba más luz.

nuevas novias, nuevas formas — Tiffany & Co.

ARTE EN TU MUÑECA

Swatch, la famosa relojera suiza, celebra el décimo quinto aniversario de su residencia más artsy e icónica con una colección de relojes hecha por los artistas de la casa.

Te diremos una adivinanza y tú nos dices si lo logras: arte por aquí, creatividad por allá; mires a donde mires, una pieza te cautivará ¿Dónde estamos? ¡Claro! ¡En el Swatch Art Peace Hotel! La residencia artística de Swatch que este año celebra quince años de historia con una colección creada por seis artistas que se han hospedado en el hotel.

Desde su creación en 2011, el Swatch Art Peace Hotel ha reunido a más de 600 artistas provenientes de 61 culturas alrededor del mundo para invitarlos a la residencia e impulsar sus proyectos artísticos. Una experiencia única, reflejo del compromiso de la relojera con el arte.

Para celebrar este hito, la firma lanzó una colección que honra la obra de los artistas en piezas funcionales, fáciles de incorporar a tus outfits. Empezando por Luo Bi, artista 3D, que reimagina la belleza y la vitalidad de las flores con una estética cyber en Digi-Blossoming. Pasando por Feng Bin, el artista que explora la arquitectura de Shanghái y la plasma en Bund-Astic, reuniendo 20 edificios y la inconfundible azotea del hotel, protagonista de todo el diseño. Le sigue Han Feng con Flowering Plum: el reloj que captura la sofisticación de la pintura tradicional china con una flor de ciruelo. Continuamos con Street Eye de Green Lava que reinterpreta el graffiti en un reloj con matices retro, muy fun. Wang Shuai, por el contrario, usa líneas en blanco y negro para plasmar el dinamismo de la vida con Curvilinear. Finalmente está Blow Away de Yu Yang, que fusiona la tradición china con la cultura pop.

Para todos los gustos, sabores y colores, la propuesta completa plasma arte para portar en cualquier ocasión. ¿Cuál vas a usar tú?

#ELLE DATO:
EL HOTEL ES UNA JOYA HISTÓRICA. EN 1854 ERA CONSIDERADO EL MÁS LUJOSO DE LA ÉPOCA. EN 1908, SE CONVIRTIÓ EN EL PRIMER HOTEL DE SHANGHÁI EN TENER ELEVADORES.



DIOR



POR CLAUDIA CÂNDANO

Jonathan Anderson tiene una relación muy particular con el cine. Cuando salió de Irlanda del Norte tenía un objetivo claro: estudiar actuación en Estados Unidos. Pero en el proceso, se dio cuenta de que lo que más le atraía era la moda y el vestuario. Hoy suma en su currículum una nominación al Costume Designers Guild Award por el vestuario de la película Challengers y, en los archivos de la Maison Dior, encontró una conexión con el cine que marcó la pauta de la colección Cruise 2027.

"Se trata de esta idea de vestirse para un papel", dijo Anderson.

EN UN SET DE PELÍCULA





ENTRE MILLONES DE FLORES
Christian Dior creció en Villa Les Rhumbs, en Granville, donde su madre cultivaba un jardín inglés, fomentando que él aprendiera los nombres de las flores. Por otro lado, Jonathan Anderson vinculó su primera colección para la maison con el ciclamen, en referencia a un ramo que le regaló John Galliano.





ARTE, CINE Y MODA; MATCH MADE IN HEAVEN
Jonathan Anderson tiene una relación muy cercana con el arte, tanto que su colección personal ha sido mencionada varias veces en sus entrevistas. Para su primer desfile *Cruise* en la *maison* Dior, Anderson eligió LACMA como sede para presentar su visión a través de colaboraciones con artistas como Ed Ruscha, cuya tipografía característica aparece en las camisas de hombre, y Philip Treacy, quien creó tocados con las palabras Dior, Buzz y Star, en referencia al icónico diseño que hizo para Isabella Blow. En la campaña de la colección, están las lilis de Claude Monet, que recuerdan la importancia que tienen las flores para la firma. Para Jonathan, estas han marcado un hilo conductor como Director Creativo de Dior. Desde su primera colección de alta costura, hemos visto como el diseñador inglés incorpora motivos florales como un puente entre su visión y la de *Monsieur Christian Dior*. La historia de las flores como ancla de la casa, comienza con el homenaje constante de Christian Dior al jardín de su madre. Ahora, desde una visión diferente, pero congruente con ese legado, Anderson hace de este motivo un camino para contar historias con una maestría.



FLOW, STAR, BUZZ, DIOR



UN STATEMENT CONSTANTE

Para Anderson los accesorios son parte fundamental de sus colecciones, no hay un buen look sin un gran accesorio.



CÓDIGOS QUE SE CONVIERTEN EN LENGUAJE

El vínculo de esta colección con Hollywood empieza con la película *Stage Fright* de Hitchcock. La escenografía parece un set de filmación; la iluminación evoca una escena de suspense y los coches de los años 50, como parte del escenario, recuerdan a un autocinema. Y la ropa... El vestuario fue el ultimátum que Marlene Dietrich le dio al director: "No Dior, No Dietrich". Y, al final, hubo Dior, con una *Bar Jacket* blanca de solapas negras que Anderson recreó para su colección Crucero. California estuvo presente en la propuesta del diseñador a través del cine, pero también mediante la flor del estado, la amapola de California, y por supuesto, en la calidez de una iluminación que te hace sentir bienvenido.



EL OFICIO DEL SABER HACER
Una de las características principales de la maison Dior, es el trabajo minucioso en cada una de sus prendas.



loreto espíritu libre

A SUS 22 AÑOS, LORETO ATRAVIESA UNA ETAPA DE TRANSFORMACIÓN: SE MUDA A LOS ÁNGELES, DESCUBRE LA VIDA LEJOS DE CASA Y COMIENZA A MIRAR SU CARRERA CON OTROS OJOS. DESPUÉS DE CRECER FRENTE A LAS CÁMARAS, LA ACTRIZ BUSCA DESPRENDERSE DE LA IMAGEN DE AQUELLA NIÑA QUE CONQUISTÓ AL PÚBLICO PARA EXPLORAR PERSONAJES MÁS COMPLEJOS, NUEVAS PASIONES Y EL CAMINO DE LA PRODUCCIÓN. HOY, LA MADUREZ SIGNIFICA CONOCERSE, ELEGIR SU PROPIO RUMBO Y DEFENDER UNA INDEPENDENCIA QUE TAMBIÉN SE EXTIENDE AL AMOR Y A SUS AMBICIONES PROFESIONALES.

foto TAWFICK
entrevista JONATHAN SALDAÑA
estilismo MINDY LE BROCK
producción MICHELLE KAPUSCINSKI
@ DOBRA PRODUCTION PARA ELLE MÉXICO

look total, GUCCI.



look total, DIOR.

JONATHAN SALDAÑA: ¿CÓMO DESCRIBIRÍAS ESTA ETAPA DE TU VIDA?

LORETO: Estoy pasando por muchos cambios. Se me abren nuevas oportunidades y nuevas puertas, especialmente en el mundo del cine y de los roles más complejos. Siento que es un mundo nuevo que estoy empezando a explorar. En lo personal, a veces se me olvida que tengo 22 años y que me queda mucho por vivir. Me acabo de mudar y ahora vivo sola en Los Ángeles. Dentro de ese descubrimiento personal se refleja lo profesional.

JS: QUIERO PREGUNTARTE SOBRE LA EXTRAÑA EXPERIENCIA DE COMENZAR A TRABAJAR DESDE MUY PEQUEÑA. ¿CÓMO ES VOLTEAR Y VER CÓMO HA CRECIDO TU CARRERA?

L: "Extraña" describe muy bien lo que se siente haber pasado mi infancia, mi adolescencia y esta primera etapa como adulta en una industria tan pública. Al mirar atrás, siento mucha gratitud. Mis papás estuvieron muy presentes y me dieron la libertad de elegir hacia dónde quería llevar mi carrera. Nunca me sentí atrapada ni destinada a ser actriz. Pude continuar desde un lugar de pasión genuina y de gusto. Hasta hoy empiezo a entender la magnitud de lo que fue *No se aceptan devoluciones*. Aunque el tiempo pasa, dentro del ojo público funciona de manera diferente. La gente olvida que vas creciendo y evolucionando. Es pelear contra la idea de que te quieran ver como esa niña de seis años.

JS: ¿CÓMO FUE DECIR "ME QUIERO DEDICAR DE LLENO A LA ACTUACIÓN"?

L: Desde el día uno me enamoré de un set y del proceso de contar historias. Me fascinaba ver cómo funcionaba, cuánta gente estaba involucrada y cómo se iba formando un personaje. Durante mi adolescencia quise tomar otro camino y me separé por un rato de la actuación. Descubrí otras pasiones, como la psicología, la producción, el detrás de cámaras y todo el *business* del cine. Me di cuenta de que no tengo por qué limitarme: no solamente tengo que elegir ser actriz. Estudié Psicología y Producción de Cine. Cuando entendí que podía hacer un poco de todo, me dieron más ganas de regresar a la actuación.

JS: ¿HUBO UN MOMENTO DE REFLEXIÓN SOBRE QUÉ TIPO DE ACTRIZ QUIERES SER? ¿QUÉ PROYECTOS TE INTERESAN Y HACIA DÓNDE TE VISUALIZAS?

L: No sé si podría decirte un punto exacto, pero es algo de lo que empiezo a darme cuenta. Muchas veces sientes que tienes poco control sobre tu carrera porque, de las 500 audiciones que haces, te dirán que sí a una o dos, si tienes suerte. Siendo un poco perfeccionista y queriendo tener control sobre mi carrera, quise estudiar producción. Mi meta a largo plazo es desarrollar personajes que me gustaría interpretar, especialmente dentro del mundo de la psicología. Me encantan las películas sobre el crimen psicológico, esos *psychological thrillers*. Quiero explorar qué posibilidades puedo darme a mí misma como actriz desde un punto de vista de producción.

JS: ¿CÓMO CREES QUE INTERACTÚAN LA PSICOLOGÍA Y LA PRODUCCIÓN CON TU FACETA COMO ACTRIZ?

L: Me dan una gran ventaja. La psicología me ayuda a entender un personaje, su tren de pensamiento y su lenguaje físico. La producción, una comprensión de cómo funciona el set, un proyecto, y por qué un director trabaja de cierta forma. Al juntar esas dos cosas tienes una base para mejorar tu trabajo como actriz y ser más eficiente.

JS: ¿QUÉ PARTICULARIDADES DESCUBRES HOY PARA LAS ACTRICES DE TU GENERACIÓN?

L: Siento que cada vez se borra más la línea entre ser meramente una actriz y todo lo demás. Un proyecto ya no solamente es una película y el elenco. Al elegirlo, no solamente importa tu talento, sino también lo que representas en la vida real y el impacto que tienes con las audiencias. Cuando te quieren para un proyecto, no solamente te consideran como actriz, también por lo que le vas a aportar después del estreno.

JS: ¿CREES QUE ES POSITIVO O NEGATIVO?

L: A mí me funciona porque durante toda mi carrera he construido una audiencia, y sé que hay gente que va a querer ir a ver mis proyectos. Pero también lo veo como algo negativo porque se cierran las puertas a personas con mucho talento. Se van por la persona más conocida o por los que saben que van a llevar a más gente al cine. Para mí sería algo positivo, pero desafortunadamente crea una especie de culto, como si estuvieran haciendo *gatekeeping* de las oportunidades para actuar.

JS: ¿CÓMO ENFRENTAS LA IDEA QUE LA AUDIENCIA, LOS PRODUCTORES Y LOS DIRECTORES TIENEN DE TI EN CONTRASTE CON LO QUE REALMENTE ERES?

L: Existen prejuicios sobre mí. Ya no soy esa niña de 6 años. Eso me lleva a estar en una búsqueda constante de demostrar de lo que soy capaz y me pone muy a la defensiva. Tengo esa necesidad de demostrar que ya crecí y que maduré como persona y como actriz. Luego se me olvida lo importante que es mantener mi esencia. Claro que una parte de mí sigue siendo esa niña de 6 años, con ese asombro y esa fascinación hacia el cine.

JS: ¿QUÉ TANTO SE PARECE LORETO, LA ACTRIZ, A LA DE REDES O A LA DE LA ALFOMBRA ROJA?

L: Hoy es muy fácil que se generen relaciones parasociales con los fans. Al meterte en este mundo, ya sabes lo que implica tener una carrera tan pública. Hay cosas que me encanta compartir: mi gusto por la música, el cine y la moda. Pero siempre trato de mantener cierto límite respecto a cuánto comparto de mi vida privada.

Cada vez más, especialmente mi generación, ve las redes sociales como un tipo de portafolio. La línea entre tu identidad y la que vas generando en redes se borra. Todo está manipulado a cierto nivel porque estás subiendo tus mejores momentos. Cuando demuestras un lado más humano o imperfecto, a veces a la gente no le gusta que le rompas el ideal que ha construido de una figura pública.

JS: ¿QUÉ HAS APRENDIDO A PROTEGER DE TU VIDA PRIVADA?

L: Mis relaciones cercanas. Trato de nunca comentar sobre un tema del que no estoy bien informada. Antes de hablar de algo que me importa, intento informarme y saber qué voy a aportar. También me ayuda no meterme en dramas o conflictos que no me tocan. Siempre intento entender que mi reconocimiento tiene que venir de mí arte, de mi personalidad y de mi carrera. Tengo muy claro que estoy aquí por amor al cine.

La fama tiene sus ventajas y me ha abierto puertas en otros mundos, como la moda, pero siempre intento recordar por qué estoy haciendo todo y no hacerlo solamente por ganar fama. Ahí es cuando puede volverse peligroso.

JS: ¿QUÉ TE APORTA LA MODA?

L: Cuando interpretas a un personaje, estás interpre-

look total, DOLCE&GABBANA.





look total, DOLCE&GABBANA.



look total, DOLCE&GABBANA.

tando, tú no eres tú. Muchas veces a la gente se le olvida eso. La moda me ha dado la oportunidad de compartir más de quién soy con mi audiencia. Es otra forma de expresarme y de compartir mi identidad.

JS: SI PUDIERAS ELIMINAR UNA EXPECTATIVA QUE LA SOCIEDAD TIENE SOBRE LAS MUJERES. ¿CUÁL SERÍA?

L: Muchas veces sentimos que las mujeres nos tenemos que adaptar al ojo masculino. Todavía existe la necesidad de que nos vean de cierta forma para ser atractivas. El valor de una mujer termina dependiendo de si está guapa o no, de si está buena o no. Eso trae mucha negatividad y comentarios que terminan afectándote. Te hacen reconsiderar cómo te manejas, cómo te vistes, cómo te ves y de qué pláticas.

Las mujeres tenemos cada vez más la valentía de salirnos de esas expectativas y de esos límites. Claro que existe el miedo al rechazo, pero por eso es importante apoyar a una mujer cuando se está mostrando como es, con sus gustos, sus intereses y, más que nada, sus ambiciones.

JS: ¿CÓMO ENCUENTRAS ESPACIO ENTRE EL TRABAJO, LOS VIAJES Y LA MUDANZA PARA COMPARTIR TAMBIÉN LA VIDA CON TU PAREJA?

L: Es una etapa nueva en mi vida en la que entro a la adultez real. Independiente he sido toda mi vida, siem-

pre he tenido mis metas y ambiciones muy claras. Afortunadamente, siempre he tenido la suerte de rodearme de gente que me aporta y me trae felicidad. También me he dado cuenta de que las redes sociales son solo la superficie de lo que pasa en la vida de una persona y que la gente normalmente saca todo de contexto.

Como mujer, me importa mucho mantener mi independencia. Es muy lindo compartir la vida y los momentos felices con alguien más, pero me importa no depender de nadie más que de mí misma, en el sentido profesional y hasta en el económico.

JS: SI PUDIÉRAMOS TENER ESTA MISMA CHARLA DENTRO DE DIEZ AÑOS. ¿HAY ALGO QUE TE GUSTARÍA DECIR QUE YA SUCEDIÓ EN TU VIDA?

L: Me encantaría decirte que dentro de diez años tengo el control completo sobre mi carrera y mis proyectos, pero creo que eso siempre va a ser imposible porque hay muchos factores que intervienen en la industria del cine.

Mi meta a largo plazo es la producción. En algún momento, incluso, consideraría dejar la actuación para dedicarme únicamente a producir. Todavía falta mucho porque estoy redescubriendo una pasión por la actuación en esta nueva etapa. Pero sí me gustaría poder decirte dentro de diez años que realmente estoy avanzando en mi carrera como productora.



look total, PRADA.



look total, DOLCE&GABBANA.

maquillaje SALVADOR GONZÁLEZ @ THE WALL GROUP pelo JORGE BUCIO @ THE WALL GROUP
asistente de estilismo RAVEN TRIPPLET asistente de foto ALEXANDER COOPERSMITH

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



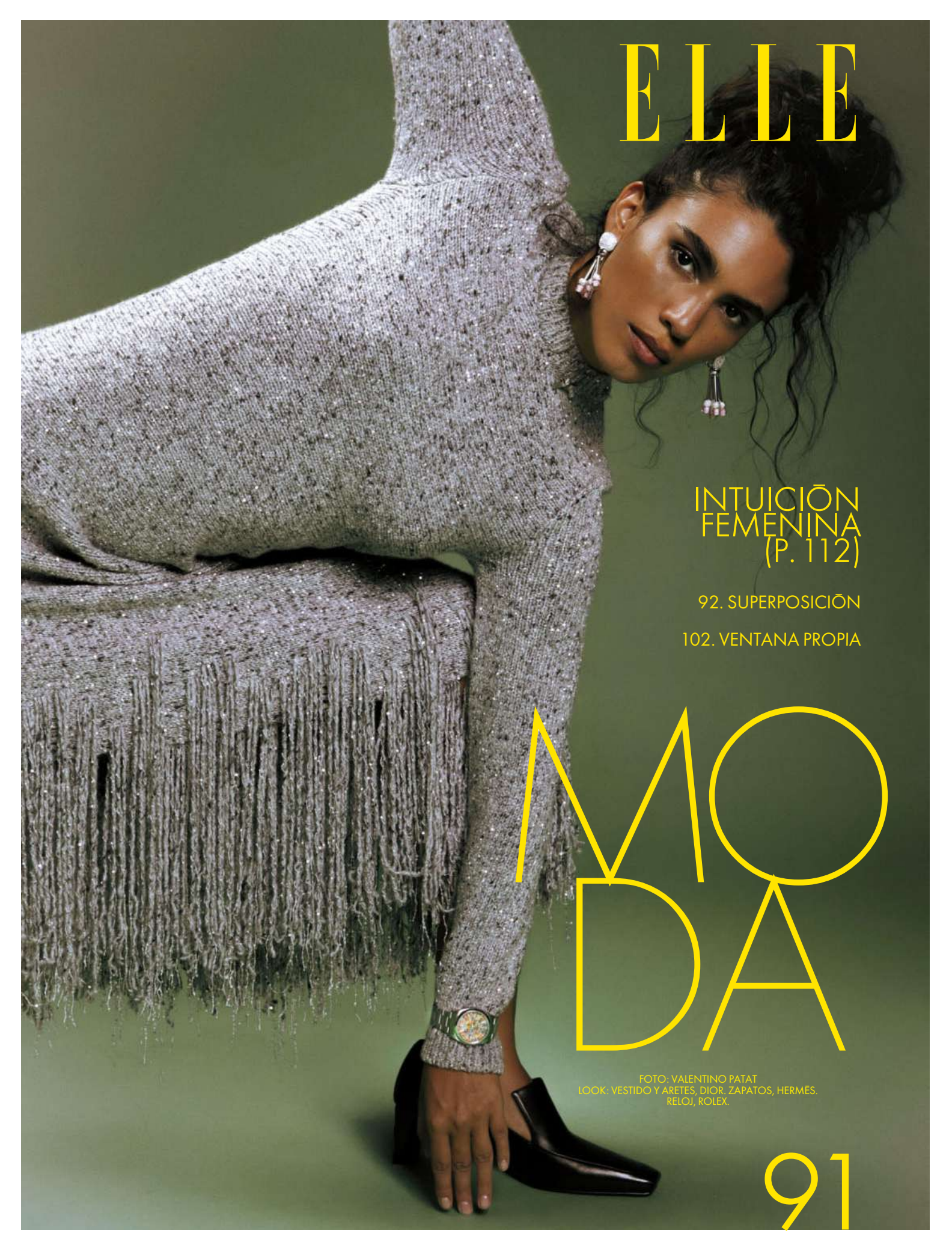
CON MÁS HOSPITALES,
EL IMSS CONTIGO SIEMPRE.



Gobierno de
México



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL



ELLE

INTUICIÓN
FEMENINA
(P. 112)

92. SUPERPOSICIÓN

102. VENTANA PROPIA

MODA

FOTO: VALENTINO PATAT
LOOK: VESTIDO Y ARETES, DIOR. ZAPATOS, HERMÈS.
RELOJ, ROLEX.

91

SUPERP



fotos **ARTHUR DELLOYE.**
estilismo **MEGAL GROUCHKA.**
producción **YANNICK SELVA @ ELLE INTERNATIONAL.**



POSICIÓN

(esta pág)
look total **GUCCI.**

(pág. opuesta)
camisa y suéter **PRADA.**
earcuff y anillo **DIOR JOAILLERIE.**





(esta pág)

falda y chamarra **LACOSTE.**
lentes **EMMANUELLE KHANH.**

(pág. opuesta)

look total **DIOR.**
joyería **DIOR JOAILLERIE.**

(esta pág)

overol y sombrero **LOUIS VUITTON**.
pulsera **CARTIER**.
zapatos **J.M. WESTON**.

(pág. opuesta)

polo, suéter, pantalón,
zapatos y bolsa **STELLA MCCARTNEY**.
lentes **MIU MIU**.
anillos y aretes **BOUCHERON**.





(esta pág)

blazer **ARKET**.
chamarra y jeans **LEVI'S**.
tank top **PETIT BATEAU**.
suéter **POLO RALPH LAUREN**.
collar **HERMÈS**.
tenis **ADIDAS**.
calcetas **FALKE**.

(pág. opuesta)

abrigo **ISABEL MARANT**.
tank top **PETIT BATEAU**.
pantalón **MONCLER**.
zapatos **FENDI**.
collar **HERMÈS**.
lentes **BALENCIAGA**.







(pág. opuesta)

camisa, pantalón, abrigo y botas **TOM FORD**.
anillo **TIFFANY&CO.**

(esta pág)

look total **BOTTEGA VENETA**.



modelo **MARIA ARAUJO @OUI MANAGEMENT.**
maquillaje **LISA LEGRAND @AIRPORT AGENCY.**
pelo **MAXIME MACE @CALLISTE AGENCY.**
dirección de moda **ALEXANDRA BERNARD**
@ELLE INTERNATIONAL.
asistente digital **ROY BORGES-LOPEZ.**
digi-tech **LAURA DE LUCIA.**
casting **MANON SASSY.**
asistentes de estilismo **AMBRINE MAROUANI**
y **MAEVA MALLIER.**

1. lámpara, JUANCHÁ
2. silla, WILUSITO.

foto
estilismo
producción

NATALIE Sosa
BERENICE Buendía
ELLE México

Ventana
propia

esta página, look total FERRAGAMO.
página opuesta, top CANNEO,
shorts TARANTELLA, zapatos STRADIVARIUS.



de izquierda a derecha, *look total* LOUIS VUITTON, *blusa* ABL, *falda* TARANTELLA.













esta página, *top y falda*, PRADA, collar como *pulsera*,
SIDE JOB. página opuesta, *look total* CHANEL.



look total MIU MIU.

de izquierda a derecha, top ABL,
falda MAJI JIMÉNEZ, collar SIDE JOB.
look total LOUIS VUITTON.



maquillaje y pelo
asistente de estilismo
asistente de foto
modelos
producción

EFREN Espinoza
ALEJANDRA Ramos
CELESTE Oka
NATALIA Garrido @QUETA ROJAS y MARIANA Arias @New Icon Models
ALONSO Díaz

Agradecimiento especial a Goya Taller y Lafayette 64 por las facilidades otorgadas.

intuición

foto
Valentino Patat

vestido y zapatos, GUCCI.



producción
elle México

femenina

estilismo
Jessica Gutiérrez

joyas y reloj, TIFFANY & CO.



A close-up portrait of a woman with long, dark, wavy hair. She is wearing a thick, textured coat with a plaid pattern in shades of beige, yellow, and black. Her right arm is resting on a white leather handbag with gold-tone hardware and a triangular Prada logo. On her left wrist, she wears three pieces of jewelry: a gold-tone metal link bracelet, a round Cartier wristwatch with a white dial and black leather strap, and a rectangular Cartier watch with a white dial and black leather strap. She is also wearing large, ornate hoop earrings. The background is a solid, muted pink color.

abrigo y bolsa, PRADA.

joyas y relojes, CARTIER.



look total, MIU MIU.

joyas y reloj, BVLGARI.

vestido y aretes, DIOR. zapatos, HERMÈS.

reloj, ROLEX.



look total, FERRAGAMO.

Joyas y reloj, VAN CLEEF & ARPELS.



look total, DOLCE&GABBANA.

anillos y collar, CARTIER.
reloj, JAEGER-LECOULTRE.



chamarra, LOUIS VUITTON.

aretes, BVLGARI.
reloj, AUDEMARS PIGUET.

modelo, ARANTZA CAMILA @ IN THE PARK MANAGEMENT. maquillaje, ALEIDA GÓMEZ. pelo, MANUEL OLIVA. uñas, WENDY BETANCOURT. asistente de foto, SERGIO ORTÍZ.
asistentes de estilismo, ALEJANDRA RAMOS y LUCÍA YBARRA.

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>.



ELLE

MAKEUP
CONGELADO
PARA EL OTOÑO-
INVIERNO
(P.122)

135. ¡XINŪ LLEGÓ
A JAPÓN! ASÍ SE VE LA
NUEVA TIENDA DE LA
MARCA MEXICANA
EN TOKIO

137. RELAAAX: TODO
LO QUE NECESITAS
PARA TERMINAR EL
AÑO EN MODO ZEN

BE
LIE
ZA

FOTO: ANAIRAM

121



MAYBE HOME WAS NEVER IN THIS WORLD.

El invierno es la excusa perfecta para des
empolvar todo lo que brilla en nuestra
colección de maquillaje. Sombra blanca, labios brillantes,
texturas metálicas, colores fríos y *glitter* en el todo el
cuerpo. Esta es nuestra selección para lograr *beauty looks*
invernales con un toque de fantasía galáctica.

FOTO
ANAI RAM

REALIZACIÓN
VALERIA BAQUEIRO

MAQUILLAJE
EFRÉN ESPINOZA

PELO
MANUEL OLIVA

PRODUCCIÓN
ELLE MÉXICO



Nos encanta cómo se ve el *blush* rosita que va desde el centro de las mejillas y derretido hacia abajo porque crea la sensación de frío, ¡brrr!

TOP, MIU MIU.

No te limites al maquillaje,
je, tu pelo también puede
brillar. Péinalo como de
costumbre y dale el
toque final con un spray
con *glitter*. Aplicalo a
una distancia de 30 cm y
si te cae un poquito en
el cuerpo, ¡mejor!



A close-up, high-contrast photograph of a person's lips. The lips are coated with a metallic, iridescent lipstick that reflects light in shades of purple, blue, and pink. The texture of the lipstick appears slightly grainy and shimmering. The background is a solid, deep black, which makes the light-colored lips stand out prominently. The lighting is soft but directional, highlighting the contours of the lips and the sheen of the lipstick.

Existen *lipsticks* metálicos
que son ideales para crear
estos labios congelados,
pero si no tienes uno, no te
preocupes, puedes lograr el
mismo efecto utilizando un
labial cremoso y una sombra
metálica. Ponlo con pequeños
toquecitos con la yema de
tus dedos hasta que quede
como te gusta.



ARETES, DIOR.

Un cat eye nos gusta,
pero un cat eye azul
tiene demasiada persona-
lidad. Hazlo delgadito y
exagéralo para que llegue
casi hasta la colita de
tu ceja.



¿Te sientes creativa? Utiliza una
sombra líquida para pintarte las
cejas de algún color divertido
como rosa chicle y elige un tono
de rosa más vibrante para los
labios, de preferencia metálico.
Termina el look con un gloss
ultra brillante.



A close-up portrait of a woman with light skin and blonde hair. She has white eye makeup applied around her eyes and on her cheeks. Her lips are painted with a vibrant, glossy purple lipstick. She is looking directly at the camera with a neutral expression.

La sombra blanca es extra cool. Empieza aplicando una fórmula en crema con los dedos y después sella con sombra en polvo para potenciar el color.

En la era del *wearable*: medir o no medir, esa es la cuestión

¿Hasta dónde es sano medir absolutamente todo?

¡Cerré mis círculos!

¡Yo igual!

¿Hmm?

Corrí 10k a 4:40

¡PR!

Tengo 3h 2m de deuda de sueño

Ya casi cumpla mis 10 mil pasos

Dormí perfecto, mi score fue de 92

Mi *fitness age* son 5 años menos

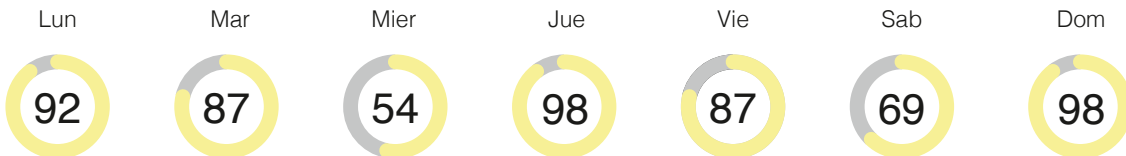
¿A ver tu VO2 Max?

Mi *body battery* dice que hoy no tengo energía

por Dafne Ruiz

Nunca me he considerado una *wellness person*. Amo hacer pilates reformer, como bien, tengo una rutina de skincare, pero hasta ahí. Hay días en los que no voy a clase, opto por *comfort food* y sólo uso una toalla desmaquillante antes de dormir. No me azoto porque siempre encuentro el camino de regreso. Por eso, no entiendo la rigidez con la que mucha gente vive hoy en día. ¿Acaso no es incongruente que el *wellness* presione, exija control o supervise 24/7 cuando opera bajo el principio fundamental del bienestar? Qué estrés saber que no debo estresarme y no necesito ninguna banda para recordarme que el mío está por las nubes.

¿Y si hoy no te llevas el reloj a pilates?



Hemos pasado de medir nada a medir —casi— todo sin entender o cambiar absolutamente nada. ¿O me vas a decir que dominas las 50 métricas que te da tu anillo inteligente? A menos que seas especialista de la salud, lo dudo. En mi caso, lo único que me importa saber es cómo está mi presión arterial (no por nada a la hipertensión se le conoce como el enemigo silencioso). ¿Sabes cuántos dispositivos, en este caso relojes, la miden de manera precisa y cuentan con certificación médica? Uno. El HRV (variabilidad de la frecuencia cardíaca) y SpO2 (saturación de oxígeno en sangre), ambos incluidos en el resto de *wearables*, son estimaciones con luz roja e infrarroja, no el resultado de un oxímetro de hospital.

Hace una década nos vendieron la idea de contar pasos por nuestra salud, luego de medirnos todo lo que se pueda para conocerla. Hoy se paga —literalmente— el precio. Aparte del accesorio con sensores, está la suscripción mensual a la *app*. Una observación de signos que, por desgracia, se ha convertido en un negocio. Otra cuota, que incluso podría ser la más pesada de todas, es la preocupación constante. De nada sirve dormir si al despertar y checar tu registro, te topas con la sorpresa de que no fue así. O peor aún, sabes que dormiste fatal, pero tu sensor te dice lo contrario. Eso es parte de lo que se conoce como ortosomnia, la alta preocupación por los monitores de sueño que los psicólogos llevan denunciando desde hace tres años.

En esta economía, el *wellness* se ha convertido además en un privilegio de clase. Existen más de 25 dispositivos activos en 2026 entre anillos, bandas sin pantallas, relojes y CGMs, todos midiendo sueño, frecuencia cardíaca y estrés con distinta estética a un precio que no todo el mundo puede pagar. Estamos hablando de un rango

promedio de \$3,000 a \$7,000 por accesorio, más \$1,200 a \$6,000 por acceso a las métricas. Si enfermarse es un lujo que pocos pueden darse, la prevención y el monitoreo también.

Entre algoritmos y exceso de datos nace un cuestionamiento vital: ¿qué información recopilan los *wearables* más allá de su función principal? Hiscox, una empresa de seguros española, menciona que en ningún momento se trata de renunciar a la tecnología, sino de usarla con criterio y responsabilidad. Según un estudio publicado en *npj Digital Medicine* que evaluó a 17 fabricantes en función de 24 criterios, entre ellos los permisos otorgados, el control del usuario y la respuesta a los incidentes de seguridad, los resultados muestran que muchos tienen políticas de privacidad poco claras y a menudo carecen de información específica respecto al intercambio de datos.

La verdad es que, incluso en el escenario más sensato, resulta difícil establecer un límite. Ojo, la prevención es excelente, pero es necesario que brinde información concreta y no solo estimaciones. ¿Sabías que el margen de error provocado por el color de piel, tatuajes o el movimiento en exceso va de 3 a 4 puntos? Esa es la diferencia entre una métrica normal y ¡lánzate a urgencias! Los estudios de laboratorio y *check-ups* llevan años existiendo, y son la forma más segura de medir nuestro organismo. Mientras que los primeros suelen ser accesibles, los últimos llegan a costar entre \$8,000 y \$20,000 una vez al año. Los más caros, de \$30,000 a \$80,000, son definitivamente para *biohackers* en clínicas especializadas que muy poco tienen que ver con prevención, sino más con optimización y longevidad. Es justo esa delgada, problemática línea en la que cae el *wellness* y la obsesión por controlarlo todo, aunque no sea ni 90% certera.

Entonces, ¿realmente necesitas o no un *wearable*? Antes de comprar cualquiera, recuerda no preguntarte qué tan avanzado es sino qué tan dispuesta estás a convivir con tus datos todos los días. Porque al final medir no es lo mismo que cuidarse.



Patrick Starr: "He aprendido a evolucionar sin perder mi propia perspectiva".

por ALEJANDRA RAMOS

ELLE MÉXICO:

¿Cómo ha cambiado tu manera de ver la belleza desde que comenzaste?

PATRICK STARRR:

Cuando empecé, la belleza realmente tenía que ver con la transformación y con descubrir cómo el maquillaje podía darme confianza y una forma de expresarme. Ahora veo la belleza como algo mucho más amplio: se trata de expresión, creatividad, representación y de darles a las personas la libertad de definir la belleza por sí mismas.

ELLE MÉXICO:

Fuiste uno de los primeros creadores de contenido de belleza. ¿cómo ha influido la transformación del Internet en tu trabajo?

PATRICK STARRR:

Internet me ha enseñado a nunca dejar de aprender y adaptarme; sigo aprendiendo de mi comunidad y de la industria que me rodea. El formato puede cambiar, pero la razón por la que creo contenido sigue siendo la misma: conectar, enseñar y hacer que las personas sientan que tienen un lugar dentro del mundo de la belleza.

ELLE MÉXICO:

¿Qué sentías que necesitabas aportar con ONE/SIZE que ninguna otra marca estaba haciendo?

PATRICK STARRR:

Vi una oportunidad de unir el rendimiento y la inclusión de una manera que fuera auténtica para mí. Quería productos innovadores y de alto rendimiento, pero también una marca basada en la autoexpresión, el amor propio y en la certeza de que las personas pudieran verse reflejadas en ella.

ELLE MÉXICO:

Desde tu perspectiva, ¿cuál debería ser el siguiente paso de la industria de la belleza?

PATRICK STARRR:

Hemos avanzado, pero el trabajo aún no está terminado. El siguiente paso es asegurarnos de que la inclusión siga estando presente en los productos que creamos, en las personas a las que representamos y en las oportunidades que ofrecemos. La inclusión tiene que convertirse en parte de la estructura, no simplemente en una iniciativa.

En 2013, Patrick Starr publicó su primer video en YouTube, un tutorial de maquillaje para un glam diario. Millones de suscriptores, colaboraciones con celebridades como Kim Kardashian, y años trabajando con diversos rostros, texturas y edades lo llevaron a lanzar ONE/SIZE, su propia marca de maquillaje. Más allá de la efectividad y viralidad de sus productos, su mayor acierto es llevar su esencia y valores a cada paso y bajo una convicción: el maquillaje es para todos.



FOTOS: CORTESÍA DE ONE/SIZE

CALIFORNIA CLOSETS®



Espacios que se viven | CDMX · GDL · MTY · QRO · PUE

californiaclosets.mx

CONOCE MÁS



#hairexpert



@MICHAELSHAUNCORBY

MICHAEL SHAUN

HAIRSTYLIST

Tiene más de 25 años de experiencia como estilista profesional, ha trabajado con celebridades, en pasarelas, y como educador global. Actualmente es Director Senior de Educación Global de OLAPLEX.



HAIR CARE

1. LAS 100 CEPILLADAS Nuestras abuelas se cepillaban el pelo cien veces antes de dormir y con mucha razón: hacerlo estimula la circulación del cuero cabelludo, distribuye los aceites naturales de forma natural y ayuda a retirar el polvo o suciedad acumulada. No tienes que hacerlo cien veces, pero sí constantemente y siempre en seco. El pelo mojado se enreda y al desenredarlo así, se estira y se quiebra. Utiliza un cepillo suave, preferentemente de cerdas naturales, y pásalo con firmeza desde la raíz a las puntas.

2. MOJADO ES MÁS VULNERABLE Utilizar un *pre-shampoo* ayuda a proteger el pelo en su momento más vulnerable. El nuevo N°3 Plus de Olaplex es una versión mejorada de su *bestseller* con la tecnología *bonding builder* que reconstruye el pelo desde adentro. Aplícalo sobre el pelo mojado previamente desenredado, déjalo actuar tres minutos y enjuaga. Ojo: no es un producto *leave-in* para dejarlo toda la noche.

3. DÍA DE RUTINA PROFUNDA Al menos una vez por semana dedícale más tiempo a tu rutina capilar aplicando un tratamiento o mascarilla específico para tus necesidades y déjala actuar por lo menos 10 minutos.

4. TU PELO NECESITA ACEITES Tienes que elegir el que funcione para ti. Entre más grueso y áspero (como en el caso de las mujeres latinas), más hidratación. El N°7 es una bruma bifásica que combina suero y aceite que te deja ajustar la cantidad de producto dependiendo de tus necesidades. No engrasa ni deja pesado el pelo fino, e hidrata muy bien el pelo más grueso.

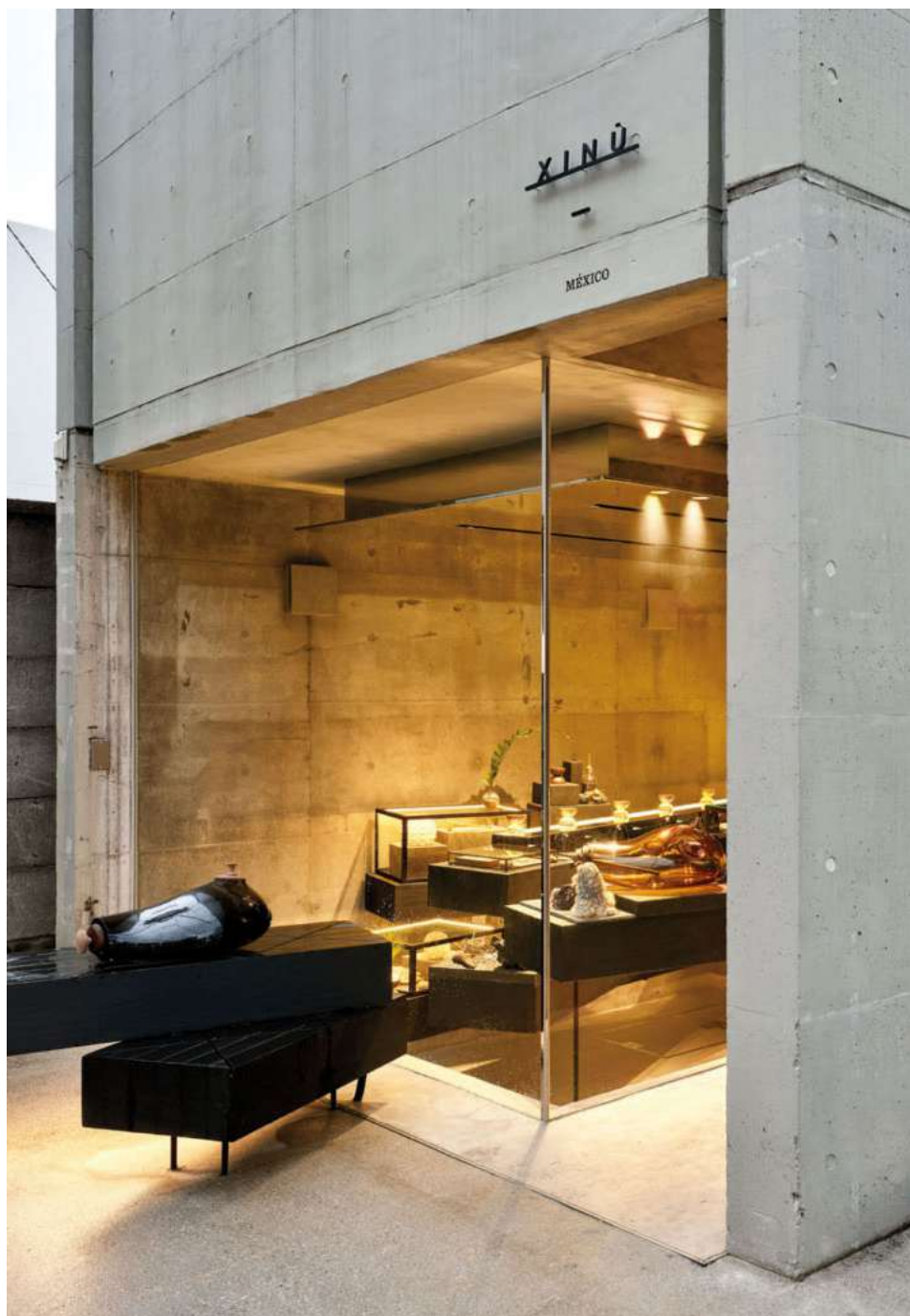
5. EL SPRAY AL FINAL Si lo aplicas sobre el pelo húmedo y después utilizas calor, se forman burbujas en la fibra capilar que dañan su estructura interna, así que siempre sobre el pelo seco.

6. PELO MOJADO EN LA ALMOHADA, ¡NUNCA! La fricción del pelo húmedo sobre el cuero cabelludo no es sana y puede contribuir a la caída, por eso es tan importante secarlo y usar fundas de almohada que disminuyan esa fricción.

1. The Brush, **SISLEY PARIS**, \$2,550, sisley-paris.com. 2. N°3 Plus Complete Repair Treatment, **OLAPLEX**, \$1,700, shop.beautyart.com.mx. 3. Mascarilla intensiva, **PANTENE**, \$105, Walmart. 4. N°7 Shine Serum Mist, **OLAPLEX**, \$950, shop.beautyart.com.mx. 5. Shape Set Hairspray, **OLAPLEX**, \$850, shop.beautyart.com.mx. 6. Funda de almohada de satén, **KITSCH**, \$560, ulta.com.mx.

CRUZANDO *fronteras*

por ALEJANDRA RAMOS



FOTOS: CORTESÍA XINÚ.

¿Cómo olería el encuentro entre México y Japón? A lo mejor a una mezcla de mandarina con cerezos.

Para encontrar la respuesta habría que viajar a Aoyama, uno de los barrios más interesantes de Tokio, donde Xinú, la marca mexicana de perfumes de nicho acaba de abrir una nueva tienda insignia. Aquí, su filosofía de evocar paisajes, recuerdos y emociones a través de fragancias toma una nueva forma en un edificio diseñado por Satoshi Hirano Studio, donde la arquitectura japonesa y la sensibilidad artesanal mexicana conviven. A lo largo de tres pisos, la madera negra, el acero pulido, el concreto y el latón crean un recorrido sensorial que explora el perfume desde su relación con la piel hasta las fragancias para el hogar. Al final, especímenes botánicos, materias primas y collages revelan la inspiración detrás de cada creación. Aquí o en Japón, Xinú propone explorar el olfato como una forma de llevar con nosotros paisajes, imágenes y recuerdos.

DÓNDE

3-CHÔME-14-6
Kitaoyama, Minato City,
Tokio 107-0061, Japón
@xinuperfumes



DE NICHU A CULTO

AROMAS QUE CUENTAN HISTORIAS

La pequeña firma que nació en la cocina de Ben Gorham con la convicción de traducir las emociones en fragancias, hoy es una marca de culto que se extiende más allá de la perfumería. Bal d'Afrique, Gypsy Water y Mojave Ghost son nombres que los conocedores y entusiastas de las fragancias reconocen (quizás te han aparecido más de una vez en Pinterest), y que viven en el tocador de celebridades como Victoria Beckham, Dakota Johnson y Alexa Chung. Si Byredo todavía no estaba en tu radar, es momento de que vayas sumándola a tu *wishlist* de fin de año porque, después de tanta espera, la marca sueca por fin llegó a México.

#¿DÓOONDE?

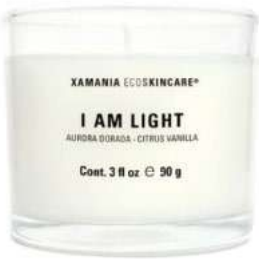
Bal D'Afrique, BYREDO, \$6,650, El Palacio de Hierro.



MODO: zen

Entramos a la recta final del año y es momento de ponerte en modo bienestar. No se trata de hacer un winter arc, ni uno de esos retos imposibles de cumplir; es simplemente dedicarte tiempo. La aromaterapia es una gran herramienta para convertir cualquier momento cotidiano en un ritual.

1.



2.



3.



SET THE MOOD

PARA EL RITUAL

Nada ayuda más a preparar el espacio antes de cualquier actividad que encender algo. Esta vela de soya también viene con una intención para reconectar con tu parte luminosa, y su aroma a cítricos y vainilla ayudan a levantar el ánimo. Si quieres una limpia energética, ya sea para ti o para tu espacio, quema un sahumero como este que fue hecho con plantas cultivadas en luna llena. Para entrar aún más en el mood, prende un incienso mientras haces una actividad que te relaje, como leer.

1. Vela *I am Light*, **XAMANIA**, \$399, xamania.com. **2.** Sahumerio, **REMEDIOS DEL BOSQUE**, \$190, Puebla 247, Roma Norte, CDMX. **3.** Plato para incienso/Incienso, **LAGUNA CYPRIEN**, \$590/\$480, LaMartine 399, Polanco, CDMX.

1.



2.



3.



ABRÁZATE

PARA TI

Esta emulsión con menta, eucalipto y lavanda tiene un efecto frío inmediato para promover un estado de serenidad al aplicarse en puntos de pulso. Los roll-on con aceites esenciales son ideales para llevar contigo y ayudarte a aliviar los dolores de cabeza, el estrés, descongestionar y sentirte mejor en cualquier momento del día. Combina aceites hidratantes y esenciales energizantes para revitalizar la piel y dejarla suave. Puedes usarlo sobre la piel seca o como aceite de masaje.

1. Emulsión botánica, **LOTO DEL SUR**, \$355, C.C. Antara Polanco. **2.** Roll-on dolor de cabeza con aceites esenciales, **AMOLI**, \$189, amoli.mx. **3.** Suero revitalizante corporal, **RAM RAM**, \$720, ramram.mx.



2.



3.

SANTUARIO EN CASA

PARA TU ESPACIO

Transforma tu casa en un santuario a través del aroma, ya sea con difusores o mists ambientales. Puedes elegir uno diferente para cada habitación dependiendo de cómo te quieras sentir en ella. Por ejemplo, la lavanda, el sándalo y el vetiver promueven la calma y la relajación, lo que los hace ideales para una habitación; el romero, la menta, el eucalipto y los cítricos verdes se usan para la concentración, mientras que la naranja, la bergamota, el jengibre y la toronja son energizantes.

1. Grounding Soul and Room Fragrance, **BABOR**, \$1,765, babor.mx. **2.** FuegoZen Scented Oil, **XINU**, \$1,300, Marsella 68, Juárez, CDMX. **3.** Spray de ambiente fragancia de otoño, **MYS**, \$580, ulta.com.mx.

BEAUTY OBSESSIONS

(del momento)



#ellepick

QUE NUNCA ME FALTE

Nunca pensé que una base mate me gustara taaanto, pero esta obra maestra ya no sale de mi cosmetiquera. No es completamente mate sino satinada, no transfiere y dura horas; además, si la mezclas con un suero o crema hidratante consigues una textura más ligera, ideal para el día a día.

Dior Forever Skin Wear, **DIOR**, \$1,550, dior.com.



COBERTURA PERFECTA

A diferencia de otras brochas de corrector que son demasiado densas, esta tiene cerdas suaves que difuminan el producto como aerógrafo. Además, la forma pequeña y cóncava ayuda a cubrir toda la zona de la ojera a la perfección.

Concealer Brush,
HAUS LABS, \$670,
hauslabs.com.



LA DE TODOS LOS DÍAS

Tiene sombras en cuatro acabados diferentes con las que puedes crear desde el look más sencillo hasta el más elaborado, y ya que se acerca diciembre, los brillos serán mi go-to festivo.

Ethereal Eyes Eyeshadow
Palette: The Original,
MAKEUP BY MARIO,
\$1,970, sephora.com.mx.



ADIÓS, PLIEGUES

Me costó encontrar un corrector que no se cuarteara ni marcara los pliegues bajo el ojo. Este cubre las ojeras sin resecar, viene en una extensa gama de colores y bien sellado dura por horas.

Major Skin Soft Blur Brightening
Concealer, **PATRICK TA**, \$890,
sephora.com.mx.

SIEMPRE EN CONTROL

LO USAMOS TODOS LOS DÍAS PERO POCAS VECES NOS DETENEMOS A PENSAR QUÉ ESTAMOS PONIENDO EN NUESTRAS AXILAS. CON FÓRMULAS QUE CONTROLAN LA HUMEDAD, INGREDIENTES QUE NEUTRALIZAN EL OLOR Y OPCIONES PARA PIELES SENSIBLES, ELEGIR UN DESODORANTE TAMBIÉN TIENE SU CIENCIA. EMPIEZA POR REVISAR QUE SUS COMPONENTES Y BENEFICIOS SEAN AMIGABLES CON LO QUE BUSCAS. TE DEJAMOS LOS FAVORITOS DEL EQUIPO DE ELLE MÉXICO.

1.



\$99

2.



\$59

3.



\$143

4.



\$125

GENTIL Y EFICAZ

"Este desodorante de DOVE me gusta porque no tiene aluminio ni bicarbonato de sodio, y así me olvido de tener irritaciones. Es ideal para quienes tienen piel sensible porque también hidrata. Súper cumplidor".

**VALERIA BAQUEIRO,
EDITORIA DE BELLEZA**

Desodorante VitaminCare + en barra, DOVE, walmart.com.mx

FRESCA TODO EL DÍA

"Amo los desodorantes roll-on porque me dejan una sensación fresca. Este es mi favorito ya que, además de que huele delicioso y no es pesado, tiene vitamina C para unificar el tono de la piel".

**ALEJANDRA RAMOS, ASISTENTE
DE MODA Y BELLEZA**

Obao Dermo-Eficacia Vitamina C Aclarante Roll-On, LUBRIDERM, walmart.com.mx

CONMIGO TODO EL DÍA

"Este desodorante me gusta porque se seca muy rápido, no me deja en absoluto una sensación pegajosa, huele súper fresco y natural. Y lo más importante es que me dura todo el día".

**DANIELA FERES,
DISEÑADORA**

Desodorante Antitranspirante Erva Doce, NATURA, natura.com.mx

USO RUDO

"Hago mucho ejercicio y actividades al aire libre, como correr, por eso necesito un desodorante que aguante para no preocuparme por oler bien o no".

**CARLA FORTES, COMMUNITY
MANAGER**

Desodorante aroma eucalipto y hierbabuena, DR. TEAL'S, Farmacias San Pablo

#ELLECONSEJO

El bienestar de tus camisas blancas también depende de la fórmula que elijas: las sales de aluminio pueden reaccionar con el sudor y dejar manchas amarillas. Busca uno anti-manchas que además de tu piel, cuide tu ropa.

MUÉVETE CON LA TRADICIÓN.
CADA VIAJE CELEBRA
LA VIDA.
ECOBICI



Patrocinado por



HSBC



ECOBICI

ELLE

SEÜL: UN
VIAJE DE
CONTRASTES
HIPNÓTICOS
(P. 146)

150. LA MEJOR
MANERA DE VIVIR
Y DISFRUTAR
PUNTA MITA

152. LAS LIBRERÍAS
QUE CREAN COMUNI-
DAD EN LA CAPITAL

ESTI LO

141



arte y cultura

DÓNDE

Tomas Redrado

Art, Miami

CUÁNDO

17 de octubre –

22 de noviembre

+INFO

@tomasredradoart

LIPS LIKE SUGAR

UNA FOTOGRAFÍA PUEDE SER EMBRIAGANTE. UN RETRATO, UNA FANTASÍA, UNA PROVOCACIÓN O UNA MENTIRA QUE DECIDIMOS CREER. EN *LIPS LIKE SUGAR*, FLAVIA DA RIN, MAISIE COUSINS Y JAVIER SILVA PÉREZ NOS LLEVAN A UN UNIVERSO DONDE EL DESEO, LA SENSUALIDAD Y LA IMAGINACIÓN NOS ATRAPAN Y TRANSFORMAN NUESTRA MANERA DE MIRAR. ENTRE IDENTIDADES CAMBIANTES Y ESCENAS QUE OSCILAN ENTRE LA INTIMIDAD Y LA FANTASÍA, LOS TRES ARTISTAS EXPLORAN EL PODER DE LA FOTOGRAFÍA PARA SEDUCIR, PROVOCAR Y REINVENTAR LA REALIDAD.

FOTOS: JAVIER SILVA PÉREZ CORTESÍA DE TOMAS REDRADO ART.

arte, cultura y entretenimiento



#Exposición

METAMORPHOSES, THE HATS OF MAISON MICHEL CON CASI UN SIGLO DE HISTORIA, MAISON MICHEL ES UNO DE LOS GRANDES REFERENTES DE LA SOMBRERERÍA FRANCESA. AHORA, LA GALERIE DU 19M LE DEDICA *MÉTAMORPHOSES*, UNA EXPOSICIÓN QUE NOS LLEVA DETRÁS DE ESCENA PARA DESCUBRIR LOS SECRETOS DE SU OFICIO. ENTRE ARCHIVOS HISTÓRICOS, CREACIONES CONTEMPORÁNEAS Y COLABORACIONES CON JÓVENES DISEÑADORES, LA MUESTRA EXPLORA LAS POSIBILIDADES DETRÁS DEL SOMBRERO.

DÓNDE: La Galerie du 19M, París

CUÁNDO: Septiembre 23 –
diciembre 13, 2026

+INFO: le19m.com

#Entretenimiento

PERFECTOS MENTIROsos

Hay secretos que es mejor dejar enterrados. Basada en la novela que conquistó Wattpad, esta película nos lleva a una universidad de élite donde los privilegios parecen comprarlo todo, incluso el silencio. Jude Derry está decidida a descubrir la verdad detrás de la muerte de su hermano, aún si significa entrar a un juego donde nadie es del todo inocente.

DÓNDE: Prime Video

CUÁNDO: 20 de noviembre



CÓMO ROBAR UN BANCO

En tiempos donde todo parece hacerse por likes, hasta los robos pueden convertirse en contenido. David Leitch, director de *Bullet Train*, lleva esta idea al extremo con una historia sobre una banda de ladrones que transmite sus atracos en redes sociales. Con Nicholas Hoult y Zoë Kravitz al frente, la película juega con nuestra obsesión por el espectáculo.

DÓNDE: Cines

CUÁNDO: 12 de noviembre



MINOTAURO

Andrey Zvyagintsev regresa con *Minotauro*, una historia donde una crisis matrimonial se entrelaza con la corrupción y las tensiones políticas de la Rusia contemporánea. Ganadora del Gran Premio del Jurado en Cannes, la película explora las contradicciones humanas y las decisiones que tomamos cuando nuestro mundo comienza a desmoronarse.

DÓNDE: Cines

CUÁNDO: 19 de noviembre



AGENDA ELLE *book club + playlist*



concierto

AITANA: CUARTO AZUL WORLD TOUR

DÓNDE: Auditorio Nacional,
Ciudad de México

CUÁNDO: 5, 6 y 7 de noviembre

+INFO: [ticketmaster.com.mx](https://www.ticketmaster.com.mx)

festival

DÓNDE

Autódromo Hermanos
Rodríguez, Ciudad
de México

CUÁNDO

20, 21 y 22
de noviembre

+INFO

[coronacapital.com.mx](https://www.coronacapital.com.mx)

CORONA CAPITAL

LLEGÓ ESE MOMENTO DEL AÑO QUE NOS RECUERDA POR QUÉ ES UNA DE NUESTRAS CITAS MUSICALES FAVORITAS. CON *THE STROKES*, *GORILLAZ* Y *TWENTY ONE PILOTS* ENCABEZANDO UN CARTEL QUE TAMBIÉN REÚNE A *JAMES BLAKE*, *LOLA YOUNG*, *SOFIA ISELLA* Y *YUNG LEAN*, ESTA EDICIÓN CELEBRA TANTO A LOS ARTISTAS QUE HAN DEFINIDO GENERACIONES COMO A LAS NUEVAS VOCES QUE ESTÁN TRANSFORMANDO LA ESCENA MUSICAL. TRES DÍAS PARA EXPLORAR SONIDOS, DESCUBRIR NUEVAS OBSESIONES Y VIVIR LA MÚSICA MÁS ALLÁ DE NUESTRAS PLAYLISTS.

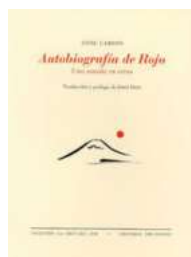
book club

AUTOBIOGRAFÍA DE ROJO

ANNE CARSON

La recién ganadora del Premio Nobel de Literatura reinventa un mito griego para narrar el despertar del deseo y las heridas del primer amor. Esta novela explora la belleza, la soledad y lo que significa aprender a vivir con un corazón roto.

PENDULO.COM \$512



#CUARTOAZUL

1. SUPERESTRELLA

2. 6 DE FEBRERO

3. LOS ÁNGELES

4. GRAN VÍA
QUEVEDO, AITANA

5. VAS A QUEDARTE

6. LAS BABYS

7. EX EX EX
AITANA, KENIA OS



Hoy, la salud llega más lejos que nunca:

Con 7 nuevos hospitales en todo el país y 21 hospitales en construcción, ampliamos la cobertura para millones de derechohabientes.

CON MÁS HOSPITALES,

EL IMSS CONTIGO SIEMPRE.



Gobierno de
México



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

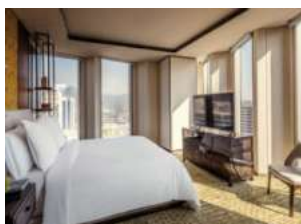
VIAJAR EN EL TIEMPO

por ANAID OSUNA PEIMBERT



UNA MEZCLA PERFECTA DE EDIFICIOS INNOVADORES, TECNOLOGÍA DE PUNTA –BEAUTY PARA VOLVERSE LOCO, OBTIVAMENTE–; PERO ADEMÁS GASTRONOMÍA INCREÍBLE, DRINKS QUE DESAFÍAN LAS LEYES DE LA FÍSICA Y MUCHO, MUCHÍSIMO DISEÑO SON SOLO ALGUNAS DE LAS SORPRESAS QUE TE ESPERAN A TU LLEGADA A SEÚL. EN ESTA UTOPIA DEL HIPERMODERNISMO, HAY QUE RECORRER CALLES LLENAS DE VIDA PARA ENCONTRAR VERDADERAS JOYAS DEL DESTINO. ESTOS SON LOS INSIGHTS PARA DESCUBRIR LA CIUDAD SIN PERDERTE ENTRE SUS BRILLANTES CALLES.

01. EN LAS ALTURAS



DARLE LA VUELTA AL MUNDO

Pensar en viajar hasta el otro lado del mundo requiere echar mano de alternativas que permitan llegar descansado y listo para explorar. Un vuelo desde Ciudad de México hacia Vancouver –y un buen apapacho en el Maple Leaf Lounge de Air Canada– antes de tomar el vuelo de 11 h 45 min continuas (la ruta más rápida) te permite llegar en perfectas condiciones a la capital surcoreana. ¿Quieres el mejor *tip*? Visita la Air Canada Signature Suite, en el segundo piso, y tómate una copa de champagne Moët & Chandon antes de iniciar la travesía.

Al llegar a Seúl, sorprende la velocidad con la que suceden las cosas a tu alrededor: pantallas LED gigantes y una infraestructura urbana tan automatizada que parece sacada de una película de ciencia ficción. Justo ahí, en el centro más vibrante de la ciudad, se encuentra Four Seasons Hotel, que ofrece vistas al palacio Gyeongbokgung desde algunas de sus suites, y vestigios de una antigua edificación justo en el comedor de uno de sus restaurantes. La estancia es una muestra excepcional de hospitalidad surcoreana: desde la amable explicación que recibes durante el *in-room dining* al pedir un *dolsot bibimbap* –plato tradicional coreano de arroz mezclado con verduras y carne– hasta el *scrub* coreano que te hacen en el spa del hotel.

Aunque recibe bastantes turistas, vale la pena hacer una escapada a la N Seoul Tower, una torre de comunicaciones de arquitectura funcionalista que tiene una presencia intermitente en la ciudad: aparece entre edificios, tejados y árboles, pero solo cuando te acercas a la cima del monte Namsan es cuando logras sentirte realmente diminuto. Desde su mirador, cuesta trabajo creer la escala de Seúl y lo lejos que estás de casa.



02. "HIPJIRO"

VIDA NOCTURNA

A 15 minutos del barrio de Jongno-gu se encuentra Euljiro 3, o "Hipjiro" para los verdaderos conocedores. Aquí, el secreto está en ir sin prisa, recorrer los callejones iluminados con neón y apreciar cómo el estilo industrial se funde con cafeterías *hipsters* y bares ocultos. Siguiendo la tendencia del *newtro* (lo nuevo y lo retro), hay más de un bar de vinilos donde tomar una copa de vino y sentirse como un auténtico local.

La expedición en busca de los mejores tragos en Seúl nos lleva hasta H Bar, en el Four Seasons, donde hay que atravesar un *speakeasy* para llegar hasta un lugar de *cocktails* aún más exclusivo. Así es la entrada a H Bar, un *spot* con apenas ocho asientos donde Odd Strandbakken, reconocido barman noruego y jefe de barra del hotel, y su equipo, preparan en una perfecta coreografía, un menú de ocho tiempos de tragos que se acompaña de bocados elaborados con ingredientes coreanos de temporada. Nuestro favorito, definitivamente, es el *Nightcap*, preparado con licor de café, *ssanghwa* (té tradicional coreano) y brandy de manzana local. Para acompañarlo, entre los bocaditos, destaca un *dumpling* memorable.

Para los antojos nocturnos, esos que solo se satisfacen en la calle, hay que visitar este mercado, repleto de locales y *foodies*, con un sinfín de puestos de comida callejera que ocupan sus calles. Al recorrerlo, ves las parrillas encendidas, el aceite burbujear y cómo se preparan al momento brochetas, *tteokbokki*, *hotteok*, *gimbap* y otras especialidades coreanas. De paso, hay tiendas de *K-beauty*, escaparates luminosos y un flujo constante –e hipnotizante– de personas.



03.BUKCHON

SHOPPING & SKINCARE

Por la mañana, Seúl demanda un ritmo diferente: hay que caminar mucho y dejarse maravillar por la arquitectura tradicional que parece escondida entre rascacielos. Allí emerge Bukchon, no muy lejos de la zona. Este barrio es conocido por sus *hanok*, casas tradicionales de tejados curvos y fachadas de madera y piedra, así como por sus calles estrechas y en pendiente, que conservan la estructura de un antiguo barrio residencial. Hoy conviven allí galerías, pequeños talleres, cafés y espacios culturales. Incluso hay letreros que piden no hacer mucho ruido, pues hay gente habitando estas encantadoras residencias.

Caminando, puedes llegar a la *flagship store* de Sulwhasoo, una marca coreana de *skincare* que combina la tradición de la medicina herbal coreana con la investigación cosmética contemporánea. Su propuesta gira alrededor del ginseng, un valiosísimo ingrediente que forma parte de sus productos, desde la raíz hasta la flor. Uno de sus *best sellers* es el First Care Activating Serum VI (la presentación de 90 ml tiene un costo que ronda los \$1,700 pesos mexicanos). La dimensión de su popularidad se entiende mejor con un dato: según la propia marca, vende una botella cada diez segundos.

Ya entrados en el tema de *skincare*, también en Bukchon vale la pena tomar un *detour* al Optima Wellness Museum, una suerte de farmacia reinterpretada como un espacio de bienestar contemporáneo. Allí puedes agendar un *foot spa* después de una evaluación personalizada de tu piel, en la que conoces la edad que aparenta y las vitaminas que necesitas para mejorarla. El objetivo es encontrar, entre sus anaqueles que parecen infinitos, organizados por síntomas e ingredientes, soluciones para distintas necesidades: desde nutrición y cuidado de la piel hasta control de estrés (muy necesario) y salud del día a día, con suplementos y demás maravillas.

En Seongsu-dong, conocido como el Brooklyn de Seúl, hay antiguas fábricas de ladrillo y concreto convertidas en *boutiques* de firmas como Tamburins, Gentle Monster y ADER Error, junto a gale-

rían de arte, cafés y espacios como LCDC Seúl. Es una zona que vale la pena recorrer a pie y descubrir poco a poco, pues muestra un Seúl más experimental y deliberadamente contemporáneo.

Definitivamente, Seúl está un paso adelante. O varios. Aquí encontrarás una de las redes de wifi público gratuito más rápidas y extensas del planeta, que te permitirá conectarte a internet de alta velocidad incluso mientras viajas en las profundidades de sus líneas de metro o caminas por sus parques. También debes saber que Google Maps no está disponible en Corea del Sur, pero puedes descargar Naver Map, la aplicación de mapas más utilizada del país. Al final, lo fascinante no es la tecnología en sí, sino la naturalidad con la que forma parte de la vida cotidiana. En Seúl, los robots de servicio, los mapas digitales y una infraestructura completamente conectada dejan de parecer extraordinarios, para convertirse en algo perfectamente normal.



EL SUEÑO: PUNTA MITA

por NATALIA SÁNCHEZ

6:30 AM: *KING SIZE BED*, ALGODÓN LIGERO SOBRE LA PIEL Y CABEZA HUNDIDA EN LA ALMOHADA. ABRES LOS OJOS Y LO PRIMERO QUE VES A TRAVÉS DE TU TERRAZA PRIVADA (SÍ, PRIVADA), ES EL CIELO AZUL TINTADO DE NARANJA DE NAYARIT. UN MOOD EN EL CUAL TU ÚNICA PREOCUPACIÓN SERÁ DECIDIR ENTRE DISFRUTAR DEL AMANECER DESDE LA CAMA, SALIR A LA TERRAZA, DAR UN BRINCO A LA PLAYA O, SI TU NIVEL DE ENERGÍA LO REQUIERE, PEDIR UN CARRITO DE GOLF PARA DISFRUTAR UN *RIDE* CON VISTAS ESPECTACULARES. SIN IMPORTAR LA RESPUESTA, THE ST. REGIS PUNTA MITA RESORT TIENE LA SOLUCIÓN PARA CUALQUIER PETICIÓN QUE SURJA DURANTE TU ESTADÍA.





Los aficionados al golf también encuentran dos campos de campeonato diseñados por Jack Nicklaus.

En 2023, el hotel reabrió tras una renovación integral dirigida por Bibiana Huber, de Huber Design.

Hay destinos que invitan a bajar el ritmo desde el primer momento, algo que en esta época todos buscamos. En la costa de Riviera Nayarit, *The St. Regis Punta Mita Resort* propone una escapada donde el lujo se encuentra con la belleza natural del Pacífico mexicano. Entre jardines tropicales, playas de arena dorada y vistas abiertas al océano, este hotel construye una experiencia en la que la privacidad, el diseño y el servicio personalizado marcan la diferencia. La arquitectura y los interiores recuperan la esencia de México a través de piezas artesanales, materiales naturales y detalles que conviven con una estética sofisticada. Sus habitaciones y suites están pensadas para disfrutar el paisaje desde la intimidad, mientras que el servicio de mayordomo St. Regis acompaña tu estancia con atención a los detalles, uno de nuestros *highlights* favoritos, pues te consienten 24/7 y te ayudan a olvidarte de cualquier preocupación. La experiencia también se extiende a la mesa, con una oferta gastronómica que va de los sabores mexicanos a propuestas internacionales, sin necesidad de salir del *resort*. Mita Mary celebra los sabores del Pacífico con pescados y mariscos, mientras que Sakana explora la cocina nikkei en un ambiente exclusivo para adultos. Y si algo queda claro después de conocer ambas propuestas —que, IYKYK—, es que el único reto será encontrar espacio en el estómago para probarlo todo. Quienes buscan desconectarse, tienen un espacio dedicado al bienestar en el spa con tratamientos diseñados para recuperar el equilibrio entre cuerpo y mente. Las albercas, las actividades acuáticas y las experiencias al aire libre completan una estancia que puede cambiar del descanso absoluto a la aventura: de estar relajado en la alberca con un *drink* a disfrutar del sol haciendo *paddle board*. Si durante tu estancia no te baja el nivel de cortisol, no sé cómo ayudarte.



MI AMIGO el libro

¿LIBRERÍAS EN LA SECCIÓN GOURMET? LOS LIBROS SON ALIMENTO PARA EL INTELECTO Y EL ALMA. ES POR ELLO QUE ELEGIMOS TRES PROYECTOS QUE GIRAN ALREDEDOR DE LA LITERATURA, PERO NO SOLO SE QUEDAN ENTRE LAS PÁGINAS DE UN LIBRO: TAMBIÉN GENERAN COMUNIDAD.

por JORDI LINARES RIVAS



Diálogos importantes

CASA TOMADA

Nació para darle espacio a los libros que no siempre encontramos en las librerías comerciales. Su curaduría está centrada en editoriales independientes de Iberoamérica y autores vivos cuyas historias dialogan con nuestro presente. Entre novela, ensayo, poesía, narrativa gráfica y proyectos editoriales en formatos menos convencionales, existe además una intención por construir un catálogo equilibrado en cuanto al género de quienes escriben. La diversidad también atraviesa historias que exploran la identidad y la diversidad sexual. Aquí también se organizan clubes de lectura, presentaciones, proyecciones y talleres.

Su recomendación: *Vimos casas hundirse, de Joy Segura.*

DÓNDE: Pachuca 146-A, Condesa, Cuauhtémoc, CDMX.

Aquí me quedo

LA AMERICANA

Entrar aquí es como llegar a casa del amigo que tiene una biblioteca envidiable y que siempre sabe qué servirte de tomar. Su selección recorre el continente americano de norte a sur, con especial atención a editoriales independientes y autores emergentes, pero los libros son apenas el principio. Su barra de coctelería (donde puedes comprar botellas de Martini para llevar) convierte al espacio en un auténtico punto de encuentro. Aquí puedes leer, trabajar, escuchar una presentación, tomar algo o simplemente pasar la tarde. Y quizá ese es su mayor encanto: La Americana entiende que los libros también sirven para reunirnos.

Su recomendación: *Manual de pedigrí, de Natalia Caballero.*

DÓNDE: Iztacchuatl 36A, Hipódromo, Cuauhtémoc, CDMX.

Amamos comer

GALLINA DE GUINEA

Aquí todo comienza y termina alrededor de la mesa. Después de casi 15 años trabajando en cocinas y restaurantes, Andrea Arbide encontró en los libros otra manera de seguir explorando su pasión por la comida y la hospitalidad. El resultado es una librería cálida y curiosa donde conviven recetarios con ensayos gastronómicos, novelas, poesía y libros sobre vino, café o la historia de la cocina y distintos ingredientes. Su catálogo cambia constantemente por lo que cada visita revelará algo distinto. Más que una librería de cocina, es un espacio para entender todo lo que sucede alrededor de comer, beber y compartir.

Su recomendación: *The Best Coffee at Home, de James Hoffmann.*

DÓNDE: General Aureliano Rivera 4, San Ángel, Álvaro Obregón, CDMX.

ABRE TU CUENTA EN 5 MIN Y LLÉVATE TODO UN BANCO

Es el momento

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



Ábrela de
una vez



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



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON