

Gentleman

EL VALOR DE LA ELEGANCIA
MÉXICO

TIEMPO
DE
ÉXITO
KASS QUEZADA
OSMAR OLVERA

ESPECIAL MOTOR
INNOVACIÓN EN
LA CARRETERA +
GRANDES LEYENDAS



Número 121 Noviembre 2025

Precio: \$69 MXN



DE VENTA EXCLUSIVA PARA MAYORES DE EDAD



REACH FOR THE CROWN





EL DAY-DATE

ROLEX



INICIE SU PROPIA
TRADICIÓN



PATEK PHILIPPE

GENEVE

THE CUBITUS MEDIUM-SIZE



CUBITUS REF. 7128/1G

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





TUDOR



BLACK BAY 58

¿Qué es lo que nos hace grandes? ¿Enfrentarse a lo desconocido, aventurarse por lugares inexplorados y arriesgarlo todo? Este es el espíritu del que nació TUDOR. Y es el espíritu que encarnan todos los relojes TUDOR. Incluyendo el TUDOR Black Bay 58, un reloj de submarinismo en acero inoxidable de 39 mm de diámetro con un distintivo bisel burdeos distintivo de TUDOR y la certificación «Master Chronometer» otorgada por el METAS. Algunos prefieren seguir lo establecido. Otros se arriesgan.

**BORN TO
DARE**



MONTBLANC



Happy Holidays
montblanc.com



MONTERREY | MÉXICO | GUADALAJARA | CHIHUAHUA | CANCÚN | HERMOSILLO

LEÓN | MÉRIDA | METEPEC | QUERÉTARO | AUSTIN | HOUSTON

A close-up photograph of a woman's arm and hand holding a man's hand. The woman is wearing a dark green top and a brown belt. The man is wearing a dark suit and a white shirt. They are both wearing watches. The background is dark and out of focus.

EL TIEMPO ES TUYO

emwa

Reloj Santos de Cartier Caja Oro Rosa WGSAA0028
Reloj Panthère de Cartier Oro rosa Diamantes WJPNO0008



PERRY ELLIS SILVER HORIZON



THE NEW FRAGRANCE



Banca Patrimonial
y Privada

Una app a la altura de su estilo de vida

Conozca la nueva **app Estratega Life**,
donde podrá consultar información
financiera, disfrutar de alianzas
comerciales, experiencias
exclusivas y soluciones digitales.

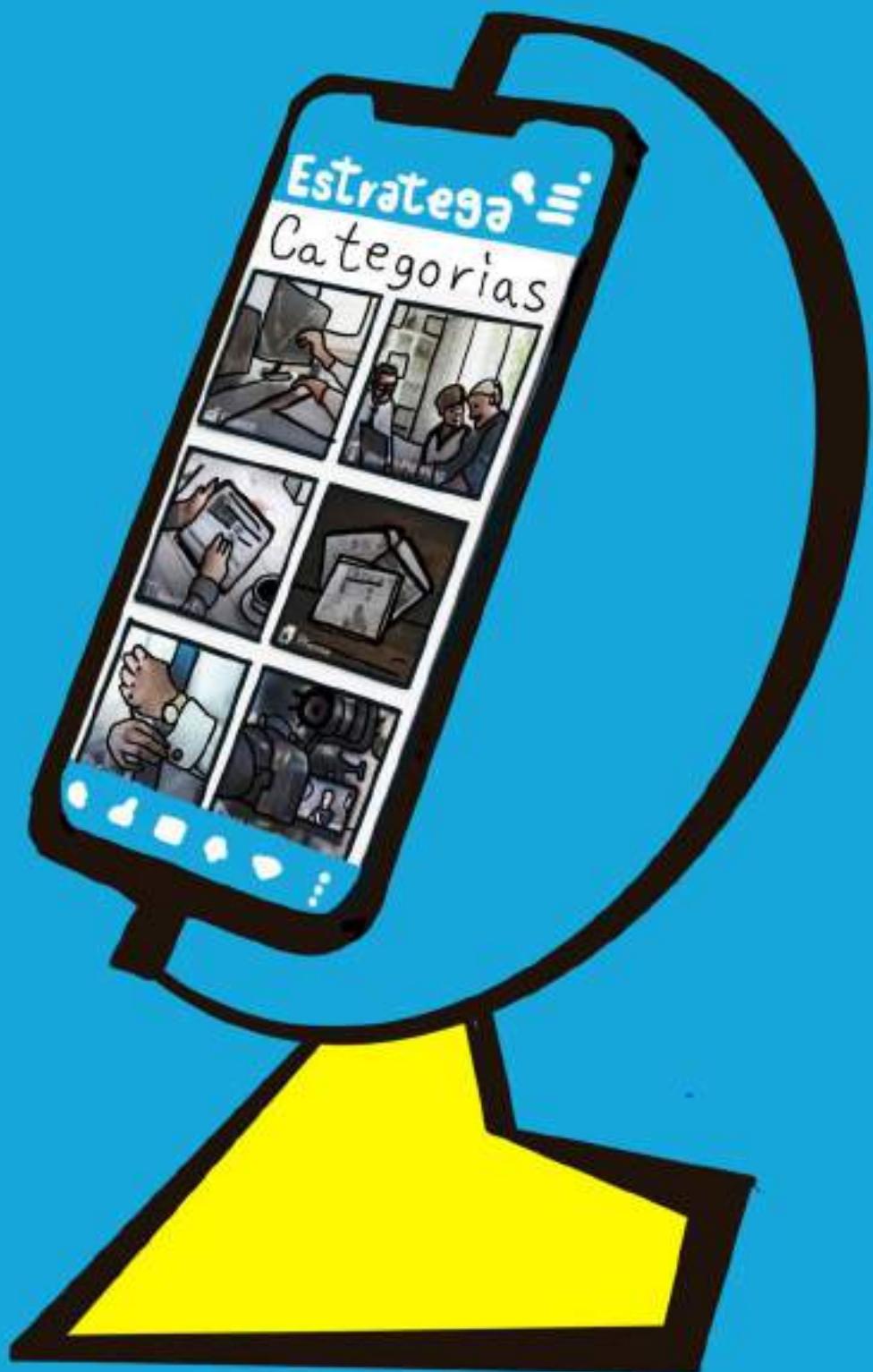
Exclusiva para los clientes
de Banca Patrimonial,
Privada y UHN.



Para ingresar a su aplicación
consulte a su banquero.

Creando Oportunidades







Gentleman
DISTRIBUCIÓN



EL VALOR DE LA ELEGANCIA

GENTLEMAN SE DISTRIBUYE A NIVEL NACIONAL:

EN LOS PRINCIPALES PUNTOS DE VENTA GRACIAS A NUESTRA ALIANZA
CON EL DIARIO **EXCELSIOR**. ENCUÉNTRANOS EN LOCALES CERRADOS,
AEROPUERTOS, QUIOSCOS, ÁREAS VIP Y ZONAS DE ALTO NIVEL ADQUISITIVO.

EXCELSIOR

gentleman.com.mx

JUNTOS EN LA MISMA WEB. LÍDERES ONLINE

Gentleman

EL VALOR DE LA ELEGANCIA

MÉXICO

GUILLERMO
DEL TORO
EL MONSTRUO
Y EL GENIO





TIEMPOS VELOCES

"LA EXPANSIÓN DEL UNIVERSO en realidad no se está frenando, sino que se está acelerando", decía el sabio Stephen Hawking, y se nota. México acaba de celebrar con éxito su Campeonato de Fórmula 1. Por nuestras calles hemos visto las celebraciones de Mercedes-Benz AMG; al campeón de la edición 2024, Carlos Sainz, vestido de Hackett; a Fernando Alonso rodando con la cantante Aitana; en las gradas, a Sergio Ramos o al portero Keylor Navas. El baúl de Louis Vuitton que albergaba el trofeo también se expuso. Es la fiesta de la velocidad.

Semanas antes, en el marco del SIAR, se presentaron grandes cronómetros: medidores del tiempo convertidos en objetos preciosos. También en EMWA Fest, Monterrey, quedó demostrado que México es un país protagonista en la alta relojería. Tanto así, que hemos visto la presentación de ediciones limitadas dedicadas a nuestro país, como las de Bvlgari, inspiradas en Frida Kahlo o Diego Rivera; o el más reciente Panerai, que porta nuestra bandera: Luminor Marina Carbotech Limited Edition Mexico, con el nombre de México grabado en el reverso de la caja. Hublot, por su parte, celebra los veinte años del Big Bang y su amor por nuestro país con una pieza muy especial: el Big Bang Único Calavera All Black. Es el tiempo de México.

En esta edición especial Motor rendimos tributo a las míticas carreras. El Gran Premio de Gran Bretaña celebrado en 1950 fue la primera carrera de Fórmula 1 y dio el banderazo de salida a una competición que hoy cumple 75 años. Homenajeamos a este apasionante circo que convoca a los hombres más veloces del planeta junto a sus máquinas, con nombres legendarios como Senna, Jackie Stewart, Schumacher o Niki Lauda. En nuestras páginas también reunimos a los supercars, prodigios de la ingeniería, y damos voz a los responsables de grandes marcas como Range Rover o GWM.

En nuestra portada aparecen dos representantes del éxito veloz y de una nueva generación: Osmar

Kassandra Quezada y Osmar Olvera, jóvenes valores de México, lucen relojes de **Omega** en nuestra portada



Olvera, campeón mundial de salto de trampolín y medallista olímpico, y Kass Quezada, psicóloga e *influencer* que, por su cercanía y autenticidad, se ha convertido en una voz relevante de las redes sociales, con más de diez millones de seguidores. Conversamos con ellos sobre el tiempo, sobre OMEGA, la firma que cronometra su éxito, y sobre el poder transformador de alcanzar las metas y cambiar el mundo.

Pero hay otras formas de dominar la velocidad, y así lo demuestra Rolex con sus eventos de vela, donde el viento es quien dicta el ritmo. También podemos detener el tiempo en lugares como la bodega Bruma, recientemente premiada por *Gentleman* y reconocida por la Guía Michelin: un paraíso dentro de otro paraíso, Ensenada. Seguimos con los desafíos y, a veces, incluso podemos hacer retroceder el tiempo, como lo hace Guillermo del Toro con sus obras inmortales pobladas de entrañables monstruos y figuras a las que devuelve la vida. Su más reciente creación: *Frankenstein*. Conversamos con el cineasta y con otra estrella que también acapara los reflectores: Leonardo DiCaprio.

La moda, por su parte, también nos convierte en hombres de nuestro tiempo. Por eso ofrecemos una completa guía de estilo para disfrutar cada instante –ya sea de gala, casual, de trabajo o de ocio–. Una edición que nos habla de estos tiempos veloces, donde el lujo, a veces, consiste en detenerse, meditar, leer, contemplar un paisaje, disfrutar una buena compañía o una conversación. Saborear los momentos.

Decía el campeón mundial de motociclismo Ángel Nieto: "La velocidad es buena para aprender que hay que ir despacio". **Bienvenidos a Gentleman.**

Javier Fernández de Angulo
DIRECTOR EDITORIAL





FREDERIQUE CONSTANT GENEVE

Live your passion



© Frederique Constant son marcas registradas. 2025 Frederique Constant FC-716GR3H6

MANUFACTURE

Classic Moonphase Date

BEYOND CONVENTIONS

CONTENIDOS

PORTADA MX

- 34 GUILLERMO DEL TORO
La ternura del monstruo
Texto María Estévez

G-MANÍA

- 24 Lo que debes tener

NOMBRES PROPIOS

- 36 RAÚL PEÑAFIEL
Diseño, emoción y eficacia
Texto Javier Fernández de Angulo
- 38 ERICK ELÍAS
Valiente y elegante
Texto Carlos Semprún
- 40 PEDRO ALBARRÁN
Rumbo a las estrellas
Texto Javier Fernández de Angulo
- 42 JULIEN TORNARE
Tiempo de creatividad
Texto Javier Fernández de Angulo
- 44 LEONARDO DICAPRIO
Combinación explosiva
Texto Javier Fernández de Angulo

PORTADA

- 46 OMEGA: MOTORES DE CAMBIO
Texto Javier Fernández de Angulo

ESPECIAL: MOTOR

- 62 Cuestión de feeling
Texto Nicola D. Bonetti
- 66 Un sueño para dos
Texto Nicola D. Bonetti



56 PORFOLIO VELOCES 75 AÑOS

Recogemos en imágenes los 100 momentos más importantes de la vertiginosa historia de la F1.
Texto **M. Canal/J. Parra**

HP
PEYRELONGUE
CHRONOS

EL ARTE DE BRILLAR



MASARYK - ARTZ

JOYAS Y RELOJES

CHRONOS.COM.MX

CONTENIDOS



92

80



78



NAÚTICA

- 70 **Hacer olas**
Texto Izaskun Esquinca

- 76 **Blowin' in the wind**
Texto Giuliano Luzzatto

MODA

- 78 **El arte armario perfecto**
Texto Abraham de Amézaga

- 80 **¿Deporte? Qué lujo...**
Texto Micael Zucconi

RELOJES

- 86 **Celebrando la magia del tiempo**
Texto Carlos Semprún

- 88 **Entre relojería e imaginación**
Texto Izaskun Esquinca Hernández

VIAJES

- 90 **El sabor de las cuatro estaciones**
Texto Ignacio Vara de Rey

- 92 **Vivir por el vino**
Texto Cristina Alonso

LA ÚLTIMA.... Y NOS VAMOS

- 96 **Montgomery Clift**
Texto Javier Fernández de Angulo



ICÓNICO
por donde lo mires.



MINI COOPER.
mini.com.mx



Gentleman

PRESIDENTE

Juan Carlos Revuelta

DIRECTOR EDITORIAL

Javier Fernández de Angulo jangulo@gentleman-mx.com

DIRECTOR DE ARTE

Rubén Bruque rbruque@gentleman-mx.com

EDITOR ADJUNTO

Izaskun Esquinca Hernández iesquinca@gentleman-mx.com

EDITORIA DE FOTOGRAFÍA

Julie Turcas

COORDINADOR WEB Y COMMUNITY MANAGER

Juan Carlos Gutiérrez jcgutierrez@gentleman-mx.com

DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN

Jaime Alberto Briseño jbriseno@gentleman-mx.com

| COLABORADORES |

Cristina Alonso, Giada Barbarini, Nicola D. Bonetti, Manuela D'Andrea, Abraham de Amézaga, Cesar Durione, Ricardo Esquivel, María Estévez, Lucía Heredero, Paola Lazcano, Giuliano Luzzato, Santiago Ruiseñor, Micaela Zucconi.

| PUBLICIDAD |**DIRECTORA COMERCIAL GENERAL DE LAR MEDIA**

Minerva Piña 55 1474 7704 mpina@gentleman-mx.com

DIRECTORA DE CUENTAS

Diana de Ramery 55 1353 8742 dderamery@gentleman-mx.com

GERENTE COMERCIAL

Adolfo González 55 41 45 23 72 agonzale@tmexico.mx

| EDITA LAR MEDIA |**PRESIDENTE**

Santiago Rodríguez

OFICINAS

Lago Andrómaco 53. Torre Neuchatel D-501. Col. Granada 11529 CDMX

GENTLEMAN® ES UNA MARCA REGISTRADA POR MILANO FINANZA *Class Editori* (MILÁN, ITALIA)

GENTLEMAN MÉXICO ESTÁ PUBLICADA BAJO LICENCIA DE CLASS EDITORI. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

GENTLEMAN ES UNA PUBLICACIÓN EDITADA POR LAR MEDIA, S.A. DE C.V., BAJO LICENCIA Y EN ASOCIACIÓN CON LUXURY MEDIA. SE PUBLICA 10 VECES AL AÑO (FEBRERO, MARZO, ABRIL, MAYO, JUNIO, JULIO, SEPTIEMBRE, OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE). FECHA DE IMPRESIÓN 1 DE NOVIEMBRE DE 2025. EDITOR RESPONSABLE: FRANCISCO JAVIER FERNÁNDEZ DE ANGULO. CERTIFICADO DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO N.º 04-2021-071612390200-102. CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO EN TRÁMITE. DOMICILIO COMPLETO DE LA PUBLICACIÓN: LAGO ANDRÓMACO 53 INTERIOR 501D COLONIA AMPLIACIÓN GRANADA, C.P. 11529 DISTRIBUIDA POR PERIÓDICO EXCELSIOR CON DOMICILIO EN BUCARELI 1 COLONIA CENTRO C.P. 06600. LOS ARTÍCULOS FIRMADOS EXPRESAN LA OPINIÓN PERSONAL DE LOS AUTORES SIN QUE TENGAN QUE COINCIDIR CON LA OPINIÓN DEL EDITOR. EL EDITOR DECLINA SU RESPONSABILIDAD SOBRE LA VERACIDAD Y LEGITIMIDAD DE LOS MENSAJES CONTENIDOS EN LOS ANUNCIOS Y ARTÍCULOS DE LOS COLABORADORES.

SE PROHIBE LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE LOS CONTENIDOS E IMÁGENES QUE CONTIENEN ESTE EJEMPLAR SIN EL PREVIO CONSENTIMIENTO DE LA EMPRESA. CIRCULACIÓN 50,000 EJEMPLARES."



CÉSAR DURIONE

Fotógrafo y productor, sus retratos y videos dan testimonio de personajes y eventos destacados de la Ciudad de México. En esta ocasión, retrata a Raúl Peñafiel, responsable de Jaguar Land Rover México (JLR), que celebra el 55 aniversario de Range Rover.

Vehículo: Jaguar



ILUSTRACIONES: NICO THE DOG

CRISTINA ALONSO

Periodista y viajera, ha recorrido recientemente las tierras de Baja California, donde descubrió un pequeño oasis: una bodega en la que la naturaleza, la gastronomía y el buen vino se encuentran. Bruma es un ejemplo de respeto por la tierra y el viñedo.

Vehículo: Range Rover



SANTIAGO RUISEÑOR

Fotógrafo de alto nivel, sus reportajes de moda y retratos aparecen en las principales revistas. En esta ocasión, la sesión ha sido doble, con dos jóvenes talentos: Kassandra Quezada y Osmar Olvera, pareja de portada. Ella cuenta con más de tres millones de seguidores y él es campeón mundial de clavados. La luz y el estilo de Ruißeñor impregnán una sesión espectacular en homenaje a las nuevas generaciones.

Vehículo: Bicicleta



RICARDO ESQUIVEL

Fotógrafo y productor de video del equipo @jaimenavarros_estudio, especializado en arquitectura y retratos. En esta ocasión, ha fotografiado a Pedro Albarrán, al frente de GWM, firma china que ha logrado una notable expansión en México gracias a su propuesta de vehículos de alta tecnología.

Vehículo: Pick-up de GWM



ITALIA



De París a Milán,
los vestidos más
espectaculares.

ESPAÑA



Carlos Cuevas habla
sobre su nueva serie *Los
Secretos de la Cortesana*.



GOLPE DE COLA

Viajan en primera clase, tienen más seguidores que muchos actores, menús y ropa. ¿Los verdaderos *influencers*? Los perros. Pero esto no es ninguna novedad.

TEXTO **GIADA BARBARANI**



NO SON SOLO MASCOTAS. Hoy, los perros se han ganado un lugar como miembros de la familia por derecho propio. Mimados como novios, como niños, reciben toda la atención posible y, cada vez más, la vida de sus dueños se adapta a la suya. Basta pensar en las vacaciones: se hacen todo tipo de sacrificios para no dejarlos atrás (aunque hay buenas noticias: ahora incluso los perros de más de 10 kg pueden viajar en cabina). Y qué decir de la alimentación: existen empresas que preparan menús *ad hoc* y hasta entregas a domicilio. Los accesorios tampoco faltan: no solo collares y correas a juego, sino productos de las casas de moda más prestigiosas, incluidos perfumes. Gracias a las redes sociales, las parejas humano-perro han pasado de ser perfectos desconocidos a celebridades instantáneas: ¿quién no se detiene a ver videos en Instagram? Los tiempos cambian y seguimos las modas, pero en realidad los perros siempre han sido parte de nuestro tejido cultural, fieles compañeros de aristócratas y personajes famosos. Así lo documenta el libro *Chic Dogs*, publicado por Assouline y escrito con divertidas anécdotas por Robert Williams (assouline.com). Los protagonistas, por supuesto, son los perros más *chic*: desde el bulldog de Winston Churchill hasta el Yorkshire terrier de Audrey Hepburn, pasando por los inevitables corgis de la joven princesa Isabel, así como los que se convirtieron en estrellas de campañas publicitarias y fotos icónicas. ■



COLECCIÓN
MUSTANG SHELBY
EDICIÓN LIMITADA

BULOVA
LEGENDARY SINCE 1875

SHELBY



Desempeño,
tecnología y
confort es lo
que ofrece
BYD ATTO 8.

TU VIAJE, TU VOZ, TU ESPACIO

BYD ATTO 8 es el nuevo SUV que llega para romper esquemas con una propuesta que combina tecnología inteligente, diseño sofisticado y una autonomía impresionante.

TEXTO **JUAN CARLOS GUTIÉRREZ**

LA REVOLUCIÓN ELÉCTRICA tiene un nuevo rostro. El BYD ATTO 8 se presenta como la máxima expresión del lujo inteligente: un SUV híbrido enchufable que fusiona desempeño, tecnología y confort familiar en una propuesta que redefine los estándares de movilidad.

Diseñado para quienes buscan poder y refinamiento, el ATTO 8 ofrece un sistema híbrido con batería de alta capacidad, capaz de cubrir los trayectos cotidianos en modo totalmente eléctrico, con una autonomía de 152 km. Pero cuando entra en acción su motor 2.5 litros turbo de cuatro cilindros, la experiencia cambia de dimensión: el conjunto alcanza hasta 600 caballos de

fuerza y una velocidad máxima superior a los 200 km/h.

La plataforma híbrida de BYD entrega lo mejor de ambos mundos: eficiencia urbana y potencia en carretera. En modo combinado, el ATTO 8 presume más de 1,000 km de autonomía, demostrando que sostenibilidad y alto rendimiento pueden convivir sin concesiones.

En su interior, el lujo adquiere una nueva definición. BYD apuesta por materiales de alta calidad, un ensamblaje meticuloso y tres filas de asientos que convierten cada trayecto en una experiencia de confort absoluto. Es un SUV pensado para la familia moderna, pero con alma tecnológica.

El ecosistema *Google built-in* coloca la tecnología al servicio del conductor: mapas, asistencia por voz y entretenimiento integrados sin necesidad de conectar el teléfono. Además, el sistema *DiSus-C* de control inteligente de amortiguación adapta la suspensión en tiempo real, reduciendo el balanceo y las vibraciones para un manejo fluido y elegante. El resultado es un vehículo sofisticado y emocional. El BYD ATTO 8 no solo transporta: inspira cada viaje e invita a sus ocupantes a hacer del trayecto una extensión de su estilo de vida. Porque en esta nueva era eléctrica, el lujo también tiene voz propia.

byd.com

VINOS SELECTOS DE CALIFORNIA

VINOS *Wagner*



Andrés a
Mauricio Lasaadrid
para COYOCO más
de maestros taller
Portafolio de Vinos.



Emmolo

SeaSun

MER SOIEL

CAYMUS
VINEYARDS

COHUNDRUM

R°LU

BONANZA

Envíos a toda la República en temperatura controlada

Llámenos

Sin costo 01 800 638 4161
D.F. (045) 554 442 5807

Escríbanos

ventas@vinoswagner.com

www.vinoswagner.com

[vinoswagner](#)

[@vinoswagner](#)

EVITA EL EXCESO



1



2



3



4



5



6

8 AÑOS DE CONTAR EL TIEMPO

La más reciente edición de Piezas del Tiempo Palacio reúne en un solo espacio lo más destacado de la precisión suiza. Estos son los guardatiempos a los que debes poner atención.

TEXTO **IZASKUN ESQUINCA HERNÁNDEZ**

DESDE HACE OCHO AÑOS, El Palacio de los Palacios celebra una exhibición que reúne lo más destacado del *savoir-faire* suizo. En esta ocasión, el tema elegido es **Iconos**, una edición que subraya el tono celebratorio de la muestra.

Por ejemplo, el **IWC Schaffhausen Pilot's Performance Chronograph 41** [1], inspirado en el equipo ficticio de la F1®, forma parte de una trilogía lanzada para enfatizar el vínculo de la firma con la velocidad. La pieza destaca por su caja de 41 mm en oro, que contrasta con su carátula negra lacada y bisel de cerámica con taquímetro. En su interior late el calibre 69385 con rueda de pilares, que ofrece una reserva de marcha de 46 horas.

Otra pieza imperdible es el **Jaeger-LeCoultre Reverso Tribute Small Seconds** [2], que, con su caja rectangular de acero, nos transporta al auge del *art déco*.

Su carátula en color plata evoca la primera generación de este icónico modelo, impulsado por el calibre JLC 822 de carga manual: una auténtica belleza relojera.

Maurice Lacroix, que celebra recientemente su 50 aniversario, también está presente con el **Aikon Mercury 2019** [3], un reloj que se distingue por su sistema de "manecillas libres", las cuales, al colocarse en posición normal, indican la hora de manera tradicional. Una innovación que vale la pena descubrir. Siguiendo con los avances técnicos, el **Omega De Ville Tourbillon** [4], lanzado en 2020, representó para la firma la primera ocasión en que su tourbillon central recibió la certificación Master Chronometer.

Otro clásico presente en Piezas del Tiempo Palacio es **Panerai Radiomir Quaranta** [5], homenaje al Radiomir original, pero en una versión más pequeña.

Destaca la variante con carátula verde y caja de acero de 40 mm, impulsada por el calibre automático P900, con tres días de reserva de marcha.

Finalmente, aunque no menos importante, se encuentra el **TAG Heuer Carrera Chronograph Extreme Sport Twin-Time** [6], que refuerza la unión de la marca con el deporte motor y el espíritu viajero. Incorpora un GMT con cronógrafo bajo una estética esqueletada en tono verde azulado. Su caja de titanio de 42 mm alberga el calibre automático TH20-02.

Cabe destacar que todos los relojes de esta edición han sido seleccionados de manera exclusiva y que las firmas mencionadas están siempre disponibles con sus mejores guardatiempos en El Palacio de Hierro Polanco.

elpalaciodehierro.com

an original
Penguin®
BY
Munsingwear®

BLUE LABEL

THE NEW
ORIGINAL FRAGRANCE

#ORIGINALGOODTIME





AVENTURAS SUBMARINAS

El scooter submarino: aliado perfecto para explorar las profundidades o deslizarse sobre la superficie

TEXTO **GIADA BARBARANI**

ES UN INVENTO que solo podría haber surgido de la mente del explorador más grande de todos los tiempos. Fue Jacques-Yves Cousteau, en los años 60, quien creó el primer prototipo, conocido como la pulga: una máquina infernal por su peso y dificultad de manejo. Con el tiempo, la tecnología y el diseño han evolucionado, y hoy existen vehículos marinos que combinan diversión y exploración. Como el Seabob FS9, diseñado por Studio F.A. Porsche, que alcanza hasta 20 km/h en superficie y 18 km/h sumergido. Su construcción ligera, de apenas 23.9 kg, ofrece una maniobrabilidad excepcional gracias a la tecnología de alas y a un controlador operado con el pulgar, que permite alternar entre los modos normal, deportivo y de buceo –donde los faros adicionales mejoran la visibilidad–. Su autonomía es de 50 minutos, con tiempos de carga de una hora y media.

COMO JAMES BOND

Desde el Lotus Esprit que se convierte en submarino en *El espía que me amó* (1977), conducido por James Bond/Roger Moore –comprado en subasta en 2013 por Elon Musk por casi un millón de dólares con la idea de transformarlo en coche, recordando en cierto modo al Tesla Cybertruck–, la empresa estadounidense Triton, especialista en submarinos de lujo para exploradores y propietarios de superyates, ha creado modelos que parecen sacados del cine, como el desarrollado junto a Aston Martin. El 660/2 SPII que mide 1.47 m, tiene capacidad para dos personas en sillones de piel fina y, con apenas dos toneladas y media, alcanza una profundidad de 200 metros.



CABALGANDO LAS OLAS

En la tabla de surf del futuro, la innovación es eléctrica, ligera y sostenible. Originalmente llamada Olo, esta marca hawaiana fabricaba tablas de madera para surfistas expertos. Hoy, Ola One, hecho a mano en Hamburgo en fibra de carbono, es un concentrado de tecnología: batería con casi una hora de autonomía y acelerador controlado por Bluetooth.





MONTE XANIC
MÉXICO EXCEPCIONAL



MONTE XANIC
MÉXICO
EXCEPCIONAL



EVITA EL EXCESO.

NATURALEZA ARTÍSTICA

POR **LUIS PEYRELONGUE**

QUERIDO LECTOR:

La manufactura suiza BOVET, con más de dos siglos de historia, es reconocida mundialmente por su dedicación artesanal en la creación de relojes de lujo. A lo largo de su trayectoria, ha perfeccionado el arte de los mecanismos complejos, decorados con grabados hechos a mano y pintura en miniatura, lo que le ha valido un amplio reconocimiento internacional.

Hoy tengo el privilegio de presentarte el Bovet Récital 12 "Monsieur Dimier" con carátulas de piedras únicas. Esta pieza pertenece a la colección Dimier, célebre por su caja con diseño de escritura inclinada, inspirada en la disposición de una partitura sobre el piano. Este diseño tiene como objetivo ofrecer una lectura óptima del tiempo directamente desde la muñeca, sin perder elegancia.

El Récital 12 destaca por su carátula principal y el subcontador de segundos, ambos elaborados con piedras semi-preciosas naturales como Ojo de Tigre, Malaquita, Ágata o Lapislázuli. Estas piedras son seleccionadas cuidadosamente por su rareza, vetas y profundidad de color, capturando así fragmentos únicos y valiosos, ocultos por la naturaleza durante millones de años.

La malaquita es un mineral de carbonato rico en cobre, utilizado por los antiguos egipcios en la fabricación de joyas, pigmentos y



para la extracción de cobre. Es conocida también como la Piedra de la Transformación, ya que simboliza el cambio y la curación emocional.

El proceso de elaboración de una carátula de malaquita es meticuloso y desafiante: la piedra debe seleccionarse con gran cuidado, cortarse en láminas ultrafinas, reforzarse con una base metálica para proporcionar estabilidad y, finalmente, pulirse hasta lograr un acabado tipo espejo. El resultado es una carátula vibrante y profunda, evidencia de la unión perfecta entre la naturaleza y la artesanía humana.

Las carátulas de Ojo de Tigre son reconocidas por sus tonos marrón dorado y el característico efecto ojo de gato, una banda luminosa que parece moverse conforme se inclina el reloj. Este efecto aporta dinamismo e

hipnotismo a cada esfera, haciéndolas imposibles de replicar de manera artificial. Cada ejemplar es irrepetible, con texturas y tonos que van del marrón oscuro al dorado miel, asegurando así la unicidad de cada reloj.

Históricamente, el ojo de tigre ha sido valorado como talismán para la protección, la voluntad y el coraje. Diversas culturas lo han utilizado para alejar la mala suerte, atraer la fortuna y estimular la confianza, el enfoque y la resiliencia emocional, convirtiéndolo en una elección predilecta para quienes buscan seguridad y claridad en la toma de decisiones.

La belleza del Bovet Récital 12 no se limita solo a su superficie. El calibre de manufactura propia que lo impulsa representa una verdadera obra de micro-ingeniería. A través de la carátula lacada o el cristal de zafiro en la parte trasera, es posible admirar el movimiento de los rubíes, el ritmo del volante y la minuciosa decoración manual de cada componente.

Los puentes presentan ángulos biselados y pulidos a espejo, las ruedas de acero son esqueletizadas y los acabados Côtes de Genève reflejan la tradición artesanal suiza que caracteriza a la casa BOVET.

Te invito a conocer el Récital 12 Monsieur Dimier, visítanos en **Peyre-longue Chronos Artz Pedregal**, donde estaremos encantados de atenderte y mostrarte esta obra maestra de la relojería suiza. ☑

Descubre una nueva manera de ver el lujo

EL VALOR DE LA ELEGANCIA

Líderes, artistas, autos, relojes, gastronomía, náutica, arte, tecnología, viajes, arquitectura

LAREVISTA DE LOSLECTORES QUE AMAN LA VIDA

SÍGUENOS EN NUESTRAS
REDES SOCIALES

 @gentlemanmexico

 GentlemanMéxico



gentleman.com.mx



GUILLERMO DEL TORO
DIRECTOR DE CINE

La ternura del monstruo

Los paralelismos entre padre e hijo, creador y criatura confluyen en esta cinta donde las emociones sirven como símbolo de rebeldía. El cineasta nos lo explica en entrevista.

TEXTO **MARÍA ESTÉVEZ**

EL CINEASTA ACABA DE PRESENTAR la obra más importante de su vida. Vuelve a ofrecernos lecciones entre la ternura y la deformidad; la relación entre el creador y su criatura. Entre Frankenstein y Pinocho, la vida aparece como un acto de amor y desobediencia. Del Toro entiende que muchos de los personajes que creamos son a imagen y semejanza nuestra: forman parte de la manera en que vemos el mundo. Son retratos a los que él da vida. En el caso de Frankenstein, confiesa que es un proyecto que lo ha perseguido toda su vida.

En el universo de Guillermo del Toro, los monstruos no son los otros: somos nosotros. Entre la madera tallada de Pinocho y la carne renacida de Frankenstein, el director mexicano traza un mismo pulso vital sobre el amor entre padre e hijo, la creación como gesto divino y trágico, y la inocencia infantil ante la brutalidad del hombre.

Ambas películas “una animada con alma de niño, la otra viva con alma de cadáver” dialogan con siglos de arte y dolor humano. En *Pinocho*, la desobediencia es la chispa que da sentido a la vida; en *Frankenstein*, la culpa y el perdón son los que nos devuelven la humanidad. Del Toro reflexiona sobre el impulso de crear vida y sobre la inevitable herida que deja hacerlo. “Un padre con sentimientos que no sabe desarrollar quiere dar cariño, pero no sabe; y un hijo que no se deja querer, tampoco sabe,” dice. Aunque la obra habla de Mary Shelley, reconoce que Frankenstein es más que una novela: “Es un universo entero, un libro que contiene todos los libros”.

Tanto *Pinocho* como *Frankenstein* hablan de padres imperfectos que intentan crear vida. ¿Sientes que son películas hermanas?
Están muy unidas. Somos la obra que escriben nuestros padres, la herencia de sus sueños y temores. Mis hijos son valientes en lo que

yo temí, y temerosos en lo que yo fui valiente. Esa es la herencia invisible de la paternidad. En el fondo, *Pinocho* y *Frankenstein* son la misma historia contada con distinto pulso: la del padre que busca en su creación aquello que perdió en sí mismo o nunca supo encontrar.

Dices que la película es una obra de amor, pero también de geometría. ¿Qué lugar ocupa Mary Shelley en esa estructura emocional?

Ella está en todo. Elizabeth, por ejemplo, es la única que comprende al “otro”, porque “el otro” eres tú. Todo lo que niegas, te lo niegas a ti mismo. Así existen Víctor y la Criatura, reflejados uno en el otro. Por eso la película es circular; solo la Criatura rompe el ciclo al final. El perdón es la forma más pura de inteligencia emocional. Mary Shelley entendió eso mejor que nadie. Creó una historia sobre la ciencia y la muerte, pero escribió, en realidad, una elegía sobre el amor y la pérdida.



Frankenstein nació del duelo y la curiosidad. Cambiaría mi carrera por una tarde de té con Mary Shelley y las Brontë.

En una época donde parece no existir contracultura para enfrentar la tiranía, ¿cómo podemos rebelarnos?

Vivimos tiempos en los que muchos temen la emoción. Les parece cursi. Yo no. Creo que la emoción es el nuevo punk. Ser emocional es la nueva anarquía. Frente a la ironía del mundo y la frialdad de la certeza, yo ofrezco emoción. Y si eso incomoda, mejor aún.

El diseño de la Criatura en tu película es profundamente bello. ¿Cómo concebiste su forma y su espíritu?

La concebimos como una escultura de alabastro. No es un cuerpo reparado: es un alma nueva. Quería que su viaje fuera espiritual, no solo físico. No es un conjunto de partes, sino

un símbolo de renacimiento.

Víctor, en cambio, es un artista, no un científico loco. Oscar Isaac tiene esa musicalidad, esa energía que seduce. No quiero decir que los hombres latinos bailen mejor pero sí. (ríe)

Quería que Víctor fuera un creador que enamora al mundo, como Paganini con su violín. En ese contraste entre el artista y su criatura está el verdadero drama.

Al final, ambas películas “Pinocchio y Frankenstein” parecen hablar del perdón.

Sí. Creo que lo que nos hace humanos es nuestra capacidad de perdonar y aceptar. Vivimos tiempos terribles, y temo que, cuando todo esto termine, lo que quede en pie siga siendo humano. No importa cómo se vea, pero que siga siendo humano. Todo tirano en la historia de la humanidad se ha creído víctima. No duda. No se mira al

espejo. Por eso es un monstruo. En cambio, la Criatura aprende a mirarse, a reconocerse en el amor que la creó, incluso si ese amor fue imperfecto.

Tu cine parece una forma de alquimia. ¿Qué dirías que une a todos tus monstruos? La emoción. Crear vida es un acto de amor. Y detrás de cada deformidad hay alguien buscando ternura. Sin duda, crear vida es un acto de amor. Por eso admiro a Mary Shelley: porque fue la primera en entender que el verdadero terror no era la duda, sino la certeza.

En una era de ironía y ruido, Guillermo del Toro sigue siendo el romántico más radical del cine contemporáneo. Entre el padre y el hijo, entre la criatura y su creador, entre la pérdida y la esperanza en el ser humano, el director mexicano convierte la emoción en su forma más pura de rebeldía. ■

NOMBRES PROPIOS

RAÚL PEÑAFIEL

DIRECTOR GENERAL DE JAGUAR LAND ROVER MÉXICO, LATINOAMÉRICA Y CARIBE.

Diseño, emoción y eficacia

Range Rover celebra 55 años y conversamos con su Director General, quien señala las claves de su éxito y evolución. Un vehículo disruptivo y líder que mira al futuro por delante de todos.

TEXTO **JAVIER FERNÁNDEZ DE ANGULO**

RAÚL DESTACA QUE LA FIRMA se encuentra en una estrategia enfocada en resaltar la personalidad de cada una de sus distintas marcas: Range Rover, Defender, Discovery y Jaguar. “Con Range Rover buscamos un vehículo que mantenga todos los valores presentes en nuestras marcas: sostenibilidad, capacidades todoterreno y una combinación de durabilidad y franquicia, unidas a un nivel de sofisticación y confort absolutamente únicos”, comenta con precisión. “Range Rover es la marca creadora del concepto de los SUV de lujo y la firma líder en automoción todoterreno premium. Está orientada a líderes en diferentes ámbitos a nivel mundial y, en México, se dirige a quienes buscan un auto que refleje innovación y distinción. Es interesante porque hablamos de una sofisticación que se expresa a través de la reducción de líneas, la simplificación; el trabajo de los diseñadores ha sido más quitar que añadir. Una sencillez de trazos, pero con un interior que transmite una sensación de spa, de burbuja que te aísla y protege del exterior, algo que no encontrarás en ningún

otro vehículo. Buscamos que nuestros clientes, líderes en su campo, puedan relajarse, descomprimir, estar cómodos sabiendo que nada en su camino los va a detener, escuchando su música aislados del exterior, sin tener que tocar cuatrocientos botones.”

Peñafiel conoce bien las virtudes de un vehículo que no deja de seducir. Una de las claves, señala, es la personalización: “Es otra parte fundamental de la experiencia de lujo que se vive con la marca. Trabajamos con un nivel de curaduría de la oferta muy importante. Tenemos amplias gamas estándar de autos con opciones variadas de estética y motorización a disposición global. Por encima de esta categoría se encuentra SV, una expresión única de lujo y desempeño. Estos vehículos pasan por una planta de personalización, donde se realiza todo el proceso final: pinturas especiales, detalles y ensamblado manual, tanto en Range Rover como en Defender. Cualquier modelo SV ha pasado por esa planta y se termina de forma artesanal. Por encima de esa gama está SV Bespoke, que se adapta al cliente que busca una combinación

de colores y propuestas muy específicas. A ellos se les realiza una versión personalizada. Dentro de Bespoke lanzamos series especiales como las Carbon Series, de 200 o 300 unidades con una curaduría única que no volverá a producirse. Así sucedió con la Colección Celestial Range Rover Sport, de 300 unidades inspiradas en las estrellas. A México llegaron cuatro”, explica Raúl, subrayando: “esa expresión de lo que queremos transmitir de manera global con nuestras marcas.”

“Hacemos también series especiales con una sensibilidad local, pero con toda la tecnología y la artesanía de la marca. Tenemos vehículos muy especiales como Santuario, que presentamos hace unos meses, específicamente diseñado para México, con solo nueve unidades. El color exclusivo, inspirado en la mariposa monarca, se llama Range Rover Orange. Es un vehículo único, con toda la tecnología posible: sistema de cancelación de sonido, 35 bocinas, piel de la más alta calidad —suave y resistente—, motor V8 biturbo de 615 caballos. Queríamos algo que representara a México, que el vehículo



fuerza un santuario. Incluye bordados como detalle cultural, con una trama que evoca las alas de las mariposas, con una imagen minimalista, sencilla y un trabajo impecable,” dice con orgullo.

Peñafiel destaca la propuesta de personalización: “Tenemos una oferta *prêt-à-porter*, con vehículos capaces de adaptarse al gusto y estilo de México. Podemos construir modelos SV que se terminan en planta, o Bespoke, como Santuario. En México, el cliente disfruta de algo singular, exclusivo, casi de colección,” concluye.

A su juicio, “en el lujo dentro del mundo de la automoción siempre hay un valor de fondo y algo práctico, pero la parte simbólica y conceptual es igualmente importante. Lo emocional, la estética, el lujo. La unión de sofisticación y evolución. Siempre buscamos ese detalle final que hace que el valor sea superior a la suma de los componentes.” Y agrega: “La emoción es fundamental. Nadie necesita un Range Rover. Lo que trabajamos es en crear objetos deseables, con un significado que forme parte de la vida de las personas. Un

valor personal. Algo que nos ayude a compartir esa alegría de vivir.”

Para su 55 aniversario, la firma vive un momento magnífico: celebra con series especiales SV Black y SV Carbon, además de múltiples actividades. Raúl celebra el éxito del modelo: “Es una maravilla de vehículo, elegido por los líderes de nuestro país. Representa el liderazgo mexicano.”

El 17 de julio de 1970 nació Range Rover. Raúl repasa sus distintas etapas y recuerda la magia del Range Rover Velar: “Era una maravilla, no le sobraba nada, con gran visibilidad para el campo. Así nace la primera generación, que terminó expuesta en el Museo del Louvre como representación del mejor diseño. Marca la importancia de las cosas que funcionan bien y con diseño. No había nada inútil en ese auto. La segunda generación, en 1994, incorpora un hito: la suspensión neumática eléctrica, que la hace no solo confortable, sino más cómoda que cualquier sedán, dentro o fuera del camino.”

Para Peñafiel, la tercera generación presentó cambios importantes: “Un auto hasta

entonces muy dirigido al campo, pero ya con más sutileza, con elementos electrónicos que facilitan el manejo. Ya no es solo un vehículo de campo confortable y espacioso, con una buena suspensión, sino un modelo sofisticado a nivel tecnológico, con navegación y gadgets que anuncian el futuro.”

“La cuarta generación”, continúa Peñafiel, “incorpora toda la parte de sostenibilidad con motorizaciones híbridas.” Y sobre la más reciente generación concluye: “Es un vehículo aún más sofisticado, pero con el deseo de volver al origen: un auto sencillo que no busca impresionar a quien lo conduce, sino hacerle la vida más fácil. Las tecnologías están ocultas, nada ostentoso. Es una explosión tecnológica que simplifica la experiencia. Que tenga 35 bocinas puedes saberlo o sentirlo. Lo importante es la experiencia: el auto te ofrece tu música, tu asiento, tu temperatura, todo a la medida. Un servicio sofisticado, pero sencillo, con un equipamiento espectacular. Es el cierre perfecto a este aniversario: un broche de oro. Será una generación icónica.” □

NOMBRES PROPIOS

ERICK ELÍAS
ACTOR

Valiente y elegante

Su estilo de hombre contemporáneo inspira la nueva campaña Silver Horizon de Perry Ellis, una fragancia que evoca libertad y atardeceres urbanos.

TEXTO **CARLOS SEMPRÚN**

ACTOR DE ÉXITO, su serie *Accidente* ha sido vista por más de doce millones de personas. Vive un momento apasionante: teatro, cine o televisión, domina cualquier escenario. Ama la ciudad, la playa y los grandes paisajes; por eso, quizás, es el hombre ideal para protagonizar la campaña de la fragancia Perry Ellis Silver Horizon. Sus horizontes, como los de la marca, parecen infinitos. La inspiración de Silver Horizon proviene de paisajes amplios, atardeceres urbanos y la sensación de libertad; una experiencia olfativa que conecta con el estilo de vida del hombre contemporáneo. Conversamos con él, quien transmite en cada palabra que está disfrutando este feliz momento.

¿Qué opinas de la industria del cine mexicano ahora, con sus éxitos internacionales?

Está en un gran momento. Hay talento, hay historias, y nuestros proyectos están siendo exitosos en todo el mundo. Considero que la competencia nos está obligando a crear productos de mejor calidad.

¿Cuál de tus proyectos ha marcado un antes y un después en tu carrera?

Han sido varios, y todos me han ido abriendo caminos distintos. Creo que mis "primeras veces" han sido clave: mi primera novela, mi primera película, mi primera obra de teatro,

mi primera serie... Esos pasos son los que me han impulsado cada vez más.

¿Qué balance haces de los rodajes de este año y qué nuevos proyectos se avecinan?

Ha sido un año intenso, entre México y Miami. Terminé una serie para Netflix y una película con un rol distinto y muy divertido que pude filmar con amigos queridos. ¡Eso también es muy satisfactorio!

¿Qué importancia le das a la familia en tu camino al éxito?

Es mi centro. Todo lo que hago debe tener sentido también para ellos.

¿Con qué directores te gustaría trabajar?

Con Guillermo del Toro.

¿Cuál es tu relación con la moda?

Me divierte. Me gusta jugar con mi estilo y expresarme a través de lo que me pongo.

¿Qué importancia le das al estilo?

Mucha. El estilo habla sin que tengas que decir nada. Mi esposa me ha enseñado mucho sobre eso.

¿Con qué tipo de moda te sientes más cómodo?

Me gusta lo relajado, pero con un toque diferente.

¿Cómo afrontas este reto con Perry Ellis?

Con emoción. Me gusta cuando las colaboraciones tienen sentido, y esta lo tiene totalmente.

¿Qué nos puedes decir sobre la marca?

Perry Ellis tiene ese balance entre elegancia y frescura. No intenta ser algo que no es, y eso me gusta.

¿Cómo es el hombre moderno al que se dirige Silver Horizon?

Es alguien libre, auténtico. Sabe quién es, pero siempre sigue buscando más. Elegante, pero arriesgado.

Describe con tus propias palabras Silver Horizon.

Refrescante, elegante y con energía. Tiene algo que se queda contigo.

¿Cuál es la clave hoy de la seducción masculina?

La autenticidad. Ser tú mismo, sin forzarlo.

¿Un aroma de tu infancia que no has olvidado?

El chocolate de la pastelería de mi mamá.

¿Cuál es el aroma del éxito?

El de estar tranquilo con lo que haces y con quien eres. ☐



NOMBRES PROPIOS

PEDRO ALBARRÁN
VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL DE GWM

Rumbo a las estrellas

Conversamos con el líder de GWM en México sobre la expansión y el futuro de la firma asiática en nuestro país.

TEXTO **JAVIER FERNÁNDEZ DE ANGULO** FOTO **RICARDO ESQUIVEL**

AL FRENTE DE GWM, firma líder en la fabricación de autos en China, en pocos años ha logrado consolidar su presencia en todo México. La compañía vive una etapa de expansión e innovación tras 35 años de historia, con tres pilares fundamentales: calidad, precio y tecnología.

¿Qué es GWM en palabras sencillas?
GWM es una marca con tecnología muy inteligente, productos seguros, emocionantes y potentes; vehículos muy atractivos de manejar y de experimentar.

¿Cuál es la presencia de GWM en el mundo?

Estamos en más de 170 países y territorios con una trayectoria de 35 años desde que se fundó la compañía, y que muestra un gran desarrollo. Llegó a México hace poco más de dos años y fue un paso importante porque es uno de los mercados más relevantes del mundo.

Ahora se ha abierto una planta GWM en Brasil, ¿es una apuesta por la zona?
En Brasil, GWM incorpora su tercer

centro de manufactura de proceso completo fuera de China, sumándose a Tailandia y fortaleciendo la plataforma industrial que respalda a la región. Es poner un pie de manera muy firme en Latinoamérica y beneficia a nuestro mercado, porque supone una expansión en la región. La compañía también quiere hacer inversiones en México; ahora, la idea es asegurar que la producción de Brasil llegue de forma fluida a México. Es una ventaja competitiva que acorta los ciclos de entrega y fortalece la cadena de suministro.

¿Cómo van a afectar los aranceles en los próximos años a la industria automotriz?

En este tema aún hay discusiones en curso y no se ha definido una cifra final; por eso evaluamos distintos escenarios de política comercial para planear de forma responsable. En GWM estamos haciendo frente a cualquier cambio arancelario reafirmando nuestro compromiso de permanecer a largo plazo en México e invirtiendo en infraestructura y en la expansión de

nuestra red de distribuidores. México es un mercado prioritario.

¿Cómo ves GWM en el contexto de otras marcas que llevan más tiempo en el mercado?

Llegamos varias marcas nuevas al mismo tiempo y eso ha sido retador porque no es fácil para el cliente distinguir tanta novedad en tan poco tiempo; nosotros hemos seguido nuestro camino. Nuestras marcas se van conociendo cada vez más y ya identifican productos como los eléctricos e híbridos, incluyendo a ORA y TANK para todo terreno, HAVAL que une diseño y rendimiento, y POER con tecnología avanzada y equipamiento superior. SUV y pick-up son los segmentos con mayor potencial en la región. Vamos teniendo una mayor aceptación y la gente que mejor nos representa es la que ha comprado nuestros vehículos; son, sin duda, nuestros mejores embajadores.

¿Cómo se ha expandido en México?
Tenemos ya más de 50 distribuidores y revolucionamos el tema de nuevas



energías; somos de las marcas que más vehículos híbridos comercializa en el país. Hicimos muy bien la tarea de construir una red de refacciones sólida; afortunadamente, no hemos tenido problemas de abastecimiento. Una buena organización nos ha permitido una tasa de surtido alta en agencias, y presentamos distribuidoras completas, con imagen y buenos servicios. Eso nos permite una gran aceptación y resultados con alta satisfacción del cliente.

¿Las garantías han sido parte del éxito?
Sí, son muchas cosas, pero destaca que ofrecemos hasta 7 años de garantía defensa a defensa y 8 años en baterías eléctricas para quienes eligen un camino sostenible. Hay que dar seguridad y confianza. Fuimos de los primeros en dar una garantía completa de siete años; además, ofrecemos asistencia en el camino y capacitamos a la fuerza de postventa para un mantenimiento adecuado. También lanzamos un servicio de seguros muy atractivo. No se trata solo de vender productos tecnológicos: la confianza debe crecer.

¿En este crecimiento ayudan las alianzas con BBVA y DHL?

BBVA es el banco más grande en México con una de las más grandes ofertas de financiamiento y, en la industria automotriz, evaluamos eso y decidimos esta alianza con todo lo que implica para clientes y distribuidores. Con DHL también llegamos a un acuerdo como socio para gestionar nuestras refacciones; no basta con tener el almacén, el envío ágil a agencias es clave.

La tecnología Hi4-T es otro ejemplo de su innovación. ¿Cómo funciona?

GWM es una de las empresas líderes en innovación automotriz, y Hi4-T es una arquitectura híbrida propia orientada al todoterreno. Lo que hace, en términos sencillos, es gestionar la tracción de manera inteligente para que cada rueda reciba el par que necesita, logrando estabilidad excepcional y tracción segura y eficiente. El objetivo es que tengas la mejor experiencia, tanto en ciudad como fuera de camino, con respuesta inmediata y control preciso.

¿Una de las claves del éxito puede ser el servicio postventa?

Sin duda. Primero hay que preocuparse por

no equivocarse y poder reaccionar rápido; tenemos surtido para un servicio inmediato y el cliente sabe que le vamos a responder. Lo que queremos es escuchar al cliente, y saber que se están sintiendo satisfechos.

¿Cómo ves el futuro?

En un año retador estamos creciendo por encima del 8% y esperamos superar las 15 mil unidades; vamos creciendo de manera sólida. A largo plazo veremos una gran expansión: estamos invirtiendo y, de aquí a diez años, habrá más gamas. La firma tiene más de cien productos y elegimos los más convenientes para el país; en el corto plazo viene la nueva HAVAL H6 híbrida enchufable y el próximo año planeamos cuatro lanzamientos emocionantes.

¿Cómo percibes a la marca en los próximos 5 años?

La marca seguirá expandiéndose e incrementando inversiones en México de manera importante. La veo despuntando como una marca tecnológica, más reconocida, eficiente, potente, emocionante, con diseños increíbles; será una de las marcas más reconocidas en este país.

gwm-mx.com

JULIEN TORNARE
CEO DE HUBLOT

Tiempo de creatividad

A su llegada al cargo, anunció creatividad, dinamismo e innovación para ser fiel a la marca, y lo ha cumplido con creces. En México acaba de presentar el nuevo Big Bang Unico Calavera All Black.

TEXTO **JAVIER FERNÁNDEZ DE ANGULO**

EL MOTIVO: rendir homenaje a México y celebrar los 20 años del Big Bang. El icónico reloj ha sido protagonista de numerosas celebraciones este año. En Monterrey, presenciamos el lanzamiento del Spirit of Big Bang, con versiones de edición limitada en Red Magic, Black Ceramic, Yellow Magic, Sky Blue y Black Sapphire.

Las novedades continuaron en el SIAR con la presentación del Big Bang Unico Calavera All Black, un acontecimiento que el propio Tornare explica: “Es una *big decision* que tomamos al inicio del año, porque queríamos celebrar los 20 años de Big Bang con el modelo Unico Calavera, inspirado en México, con elementos característicos de la colección: titanio, zafiro, cerámica, todo negro, calibre Unico. Solo en México hemos decidido presentar una edición limitada de 100 piezas. Pensamos: ‘si vamos al SIAR, vamos a presentar una pieza especial para los clientes mexicanos.’ Todo en negro, con el dibujo de una calavera inspirado en la cultura mexicana, con detalles en la carátula y la correa en relieve también con trazos de calavera. Es una colección dedicada a la gente de México, algo único y diferente, en respuesta a su fidelidad con la marca.”

Julien ha vivido un año intenso al frente de la compañía, con muchas novedades,

algo que le llena de satisfacción. “Me encanta la energía, el dinamismo. He encontrado la mejor marca para mí: algo fantástico en términos de creatividad, cultura e innovación. Me he sentido muy feliz. Este año hemos trabajado en un amplio portafolio para presentar en 2026, que será un año rico en novedades y desarrollos. Los productos que vienen el año próximo también marcarán un gran cambio.”

Comentamos el lanzamiento del Spirit of Big Bang Tourbillon 5-Day Power Reserve, a lo que agrega: “Funciona muy bien. Es un proyecto muy excitante, donde puedes cambiar y jugar con la creatividad, para hacer un reloj a medida, casi bespoke, en edición limitada. Realmente ha sido algo bueno para cerrar el año con mucho color.”

Otra característica de Hublot es su cercanía con grandes talentos del arte, la música y el deporte. En esa línea, Julien explica: “Estamos haciendo un balance. Tenemos muchos nombres del mundo del fútbol, pero también nos interesan los músicos, los grandes chefs. Queremos hacer cosas diferentes con personas que transmiten emociones, como el chef Jorge Vallejo, que se acaba de incorporar como amigo de la marca.”

Hablamos de los planes para el Mundial de Fútbol, un terreno en el que han sido

pioneros: “El fútbol es algo importante para nosotros. Vamos a patrocinar al equipo de México; queremos estar al lado de su selección. Nuestro deseo es estar cerca del fútbol y disfrutar el Mundial junto a ellos.”

Intentamos descifrar cómo funciona el proceso creativo de Hublot, una de las marcas más innovadoras del mercado: “Necesitamos dinamismo. La dificultad de la marca es que hay mucha creatividad y debemos mantener ese ritmo. Queremos ser fuertes en innovación y producto, pero también es importante que la gente participe: es tarea de todos. Queremos subrayar la importancia de los movimientos; Hublot hace relojes *cool*, con nuevos materiales, creativos en colores, pero también somos muy fuertes en la maquinaria: tourbillones, calibres, y ahora lanzamos un nuevo modelo de Unico. Celebramos un ícono, pero no con nostalgia, sino mirando al futuro. Nos sentimos jóvenes y debemos continuar.”

Para cerrar, Tornare adelanta algunas pistas sobre lo que viene: “Trabajamos en muchos aspectos y habrá sorpresas en materiales y movimientos. Ahora también nos enfocamos en la parte de confort y ergonomía del reloj: materiales que te den comodidad al tacto, cuando lo llevas y lo sientes en la piel. Estamos trabajando en eso para el futuro.” 



NOMBRES PROPIOS

LEONARDO DICAPRIO

ACTOR

Combinación explosiva

Leonardo DiCaprio y Paul Thomas Anderson el terremoto creativo que no sabíamos que necesitábamos.

TEXTO **MARÍA ESTÉVEZ**

LEONARDO DICAPRIO ha hecho de todo. En los noventa fue el rebelde, el naufragio romántico que hizo llorar al planeta en *Titanic*; con el nuevo milenio, el corredor de bolsa desquiciado en *El lobo de Wall Street*; e incluso el hombre que se peleó con un oso para finalmente ganar un Óscar de la mano de Alejandro González Iñárritu. Y, sin embargo, a sus 50 años (sí, Leo ya sopla medio siglo, aunque aún parezca el eterno “niño bonito” de Hollywood), había un nombre que todavía faltaba en su recámara: el de Paul Thomas Anderson.

Ese hueco queda oficialmente cubierto con *Una batalla tras otra* (*One Battle After Another*), la nueva epopeya del director de *Magnolia* y *There Will Be Blood*. Según cuenta DiCaprio, la experiencia fue como “entrar en un dojo cinematográfico en el que nunca sabes si te van a enseñar kárate o te van a lanzar un piano por la cabeza”. Lo primero que llamó su atención no fue la posibilidad de presumir en las cenas que, por fin, trabajaría con PTA, sino Bob Ferguson, su personaje: un padre divorciado y desaliñado que olvida contraseñas discute con su hija adolescente y, sin embargo, termina convertido en el improbable héroe de una odisea que mezcla espionaje, persecuciones y lágrimas familiares.

“Me atrajo la humanidad del personaje”, nos confesó DiCaprio en el hotel Arter;

con esa calma de quien ha sobrevivido tanto a persecuciones de fotógrafos como a tormentas mediáticas por la juventud de sus parejas. “No es un superhéroe, es un desastre andante. Su heroísmo está en seguir adelante, en no rendirse, aunque sea torpe, aunque meta la pata”. Para un actor que ha interpretado a multimillonarios, profetas y aventureros extremos, la idea de encarnar a un tipo que no recuerda su contraseña de correo electrónico fue, paradójicamente, liberadora. Cuando le pregunté si era más divertido interpretar a un héroe torpe que a uno perfecto, Leo no dudó: “Por supuesto, al imperfecto”. Y soltó una confesión que me hizo sonreír: su Bob Ferguson tiene un poco de *The Dude*, de *El gran Lebowski*, y un toque de Al Pacino en *Tarde de perros*. “Esos fueron los personajes en los que me inspiré para crear a Bob”, confesó el actor. Su interpretación de un padre medio perdido, con look de resaca, es el retrato de la desesperación del hombre dispuesto a cruzar el infierno para rescatar a su hija.

Según explica DiCaprio, trabajar con Paul Thomas Anderson no se parece a nada de lo que haya hecho antes. No hay pruebas de cámara ni discursos de 40 minutos. Lo suyo son cenas, improvisaciones y hasta clases de kárate para entender cómo respira el personaje. “Paul no hace audiciones”,

me contó Leo. “Te invita a cenar, te pone a improvisar, y de pronto descubres que tu hija en la ficción tiene un móvil escondido y que tu personaje se emborrachó la noche anterior. Esos detalles no estaban en el guion. Surgieron de una conversación, de ensayar como si estuviéramos armando un *Frankenstein* familiar”. El resultado es una relación padre-hija “a quien interpreta la debutante Chase Infiniti” de lo más real.

Uno jamás pensaría que Anderson, maestro de los dramas existenciales, se perdería en persecuciones en el desierto. Pero lo hace en este filme de rabiosa actualidad, donde la política también tiene su espacio. El director montó secuencias de autos que parecen sacadas de *Mad Max*, mientras mantenía la cámara a un palmo de la cara de Leo para capturar cada arruga de angustia. “Rodar escenas de acción es más aburrido de lo que parece”, confesó Thomas Anderson. “Es como armar un LEGO gigante. Pero luego, en la sala de edición, se vuelve pura adrenalina”.

Aunque el tono de la película sea intenso, los actores no dejaron de reír entre tomas. Benicio del Toro, que interpreta al Sensei Sergio St. Carlos (y que en pantalla parece un monje zen con licencia para matar), reveló que Leo es “mucho más gracioso fuera de cámara de lo que la gente cree”. Esa chispa



cómica fue clave para sobrevivir a los largos días de rodaje en desiertos donde, según bromeó Sean Penn, “el verdadero desafío era conseguir *room service* después de las nueve de la noche”. La combinación fue extraña pero efectiva: un grupo de estrellas veteranas (Penn, Regina Hall, Teyana Taylor, Del Toro) y una debutante de 25 años (Chase Infiniti) que se enfrentó a ese elenco con la frescura de la inocencia. Leo, lejos de ser el divo inaccessible, se convirtió en el compañero de escena que la alentaba y la hacía sentir en casa.

DiCaprio, a pesar de los Óscars, de haber trabajado con Scorsese, Tarantino o Spielberg, todavía busca desafíos que lo incomoden. Le gusta reírse de sí mismo,

interpretar a un papá fracasado, discutir con una adolescente y olvidarse del glamour. A estas alturas, Leo entiende su responsabilidad como estrella. Insistió varias veces en que *One Battle After Another* es un filme que hay que ver en cine, en pantalla grande, “con un montón de seres humanos juntos en la sala, porque la experiencia de ver una película es tan común y entretenida como ir a un concierto o a un partido.”

No quiso revelar cuál será su próximo proyecto, pero trabajar con Thomas Anderson parece haber despertado un apetito distinto en DiCaprio: menos películas “seguras” y más experimentos donde el guion no esté escrito en piedra. Tal vez el futuro de

DiCaprio no sean las superproducciones de barcos hundidos, sino más colaboraciones íntimas, salvajes, y sobre todo, humanas.

Su próxima parada será, de nuevo, con Martin Scorsese, acompañado por Jennifer Lawrence. Juntos protagonizarán la adaptación de la novela *What Happens at Night*, sobre un matrimonio que viaja a Europa para adoptar un bebé y termina hospedado en un hotel casi espectral, “Cualquier película en la que participe siempre tendrá tensión o una sensación de urgencia hacia los temas que me interesan. Este fue un gran regalo para mí, un desafío fabuloso con el que he tenido la oportunidad de hablar de temas que necesitan atención.” □

POR TADA





Osmar, Total Look ZEGNA. Reloj **OMEGA** Seamaster Diver 300 M de 42 mm en acero; **Kassandra**, Total look FENDI. Reloj **OMEGA** Aqua Terra de 30 mm en acero.

MOTORES DE CAMBIO

Kassandra Quezada y **Osmar Olvera**, dos jóvenes valores de México y Amigos de Omega se unen en las páginas de *Gentleman* para compartir sus éxitos y dudas. Ambos desean beneficiar a la sociedad y están en búsqueda de la excelencia.

TEXTO **JAVIER FERNÁNDEZ DE ANGULO**
FOTOGRAFÍA **SANTIAGO RUISEÑOR**
STYLING **RAÚL ÁLVAREZ**
ASISTENTE DE STYLING **ARIADNE RODRÍGUEZ**
HAIR & MAKE UP **CARLOS MORALES**

HAY COMPLICIDAD ENTRE ELLOS cuando comparten el escenario de estas fotografías; su juventud y sus deseos de un mundo mejor los unen, al igual que sus éxitos profesionales. Kassandra Quezada, *influencer*; y Osmar Olvera, medallista olímpico y campeón mundial de clavados, representan los rostros de una nueva generación.

Kassandra Quezada es una voz independiente con gran fuerza en redes sociales, donde suma más de diez millones de seguidores. Su manera cercana de hablar sobre moda, belleza o viajes le otorga autenticidad. Es amiga de la marca Omega; la vimos recientemente en el lanzamiento del Aqua Terra 30 mm junto a Cindy Crawford.

“EL TIEMPO QUE VIVO AHORA ESTÁ ENCAMINADO A CUMPLIR SUEÑOS, METAS, UNIÓN Y OMEGA LO REPRESENTA: TIEMPO CON INTENCIÓN”.

KASSANDRA QUEZADA @KASSQUEZADA

Desde pequeña mostró un don para comunicar. “Fui feliz, tuve muchos retos. No sabía socializar bien, me centraba en lo que me gustaba y me costaba salir de mi zona de confort. Tenía miedos que yo misma inventaba. En casa estaba muy confortable”, confiesa. “Recuerdo mi fiesta de quinceañera: fue estar en el centro, usar ropa que no sabía cómo me iba a quedar... eran todos mis miedos juntos, pero estaba llena de gente que me quería. Qué bueno que lo hice”, dice satisfecha.

Aquella fue su primera exposición pública, que superó con nota. Quizá por ello decidió estudiar psicología. “No tenía intención de seguir una carrera convencional, quería dedicarme a la actuación, pero no tuve éxito. Regresé a Reynosa y barajé tres opciones: leyes, odontología o psicología. Elegí la última y me enamoré de ella. Me ha ayudado mucho a descubrir significados, a entender el porqué de muchas cosas. Cuando me acerqué a la gente pensé: son igual que yo, también están intentando comprender, les duelen las cosas, maximizan lo que les sucede. Me ayudó a entender el mundo”, explica.

La independencia llegó hace cuatro años. “Salir de casa fue una aventura. Tenía una vida estable, y de un día para otro decidí irme. Tenía 23 años”, recuerda.

Con su Omega en la muñeca, reflexiona sobre su relación con el tiempo: “Siento que para mí debe vivirse con intención, no dejarlo pasar. El tiempo que vivo ahora está encaminado a cumplir sueños, metas, unión y Omega lo representa: Tiempo con intención. Eso es lo que busco”, sentencia.

Se reconoce exigente consigo misma: “Siempre digo que no hay nada que no puedas decirte, porque ya me lo he dicho antes. Aunque a veces también me digo: cálmate tantito”, admite sonriendo.

Comparte con Omega la pasión por el misterio. “La moda me interesa muchísimo, aunque al principio no era consciente. Iba a la escuela con una mochila llena de cambios de ropa, me transformaba todo el tiempo. Cuando Omega me llamó, fue muy importante. Siempre tuve la ilusión de tener un reloj; es algo que te acompaña, un básico, una herencia. Dos meses antes de que llegara la colaboración, decidí comprarme mi primer reloj”, cuenta, mostrando su muñeca.

Amiga de otros embajadores como Katia Echazarreta u Osmar Olvera, Kass reconoce el poder de las redes para inspirar cambios positivos. “Si puedes ayudar a que alguien se desconecte cinco minutos para reconectarse, eso es muy valioso. Me gustaría impulsar pensamientos positivos y ayudar a las personas a reencontrarse con lo que tienen lejos”.

Sobre su estilo personal, define: “Me gusta lo cómodo, lo que parece natural, sencillo y elegante, con un pequeño detalle especial. Busco más la esencia que la marca”.

Casi se emociona al hablar de su primera película, recién grabada. “Creo que el secreto de mi éxito fue aceptar que me caigo bien; entonces llegó gente parecida a mí. El secreto es ser tú misma y auténtica. A mi comunidad le debo la vida. Aunque sean millones, siento que hablamos como diez amigas en una mesa”.

Recientemente compartió escenario con Cindy Crawford, quien celebra 25 años con Omega. Kassandra se visualiza en dos décadas igual de satisfecha, serena y feliz, siempre acompañada por su reloj.



Saco ALL SAINTS, pantalón
MAJE, guantes COS, aretes
SWAROVSKI; Reloj **OMEGA**
Constellation de 28 mm en
acero.

“EL TIEMPO HAY QUE INVERTIRLO BIEN, EN LO QUE TE GUSTA, EN LOS SUEÑOS QUE QUIERES CUMPLIR. OMEGA ME ACOMPAÑA CON ESA PRECISIÓN EN CADA SALTO.”

OSMAR OLVERA @OSMARDIVER05

Su historia tiene claroscuros: llegó a México siendo niña y atravesó una relación abusiva. “Fue algo muy fuerte, un abuso minucioso y sutil. Lo analicé y pensé: ¿cómo llegué aquí? Siempre digo que no hay que enfocar la atención solo en la persona abusada, sino en el círculo que la rodea. Que amigos y familiares sepan escuchar, y entender cuándo aconsejar y cuándo solo acompañar. Una psicóloga me dijo que no debía aislarme. Cuando hablé, todos me dijeron: aquí hay soluciones”. Si pudiera elegir un regalo, lo tiene claro: “Un Omega Seamaster. También me encantan los objetos curiosos; soy colecciónista, aunque minimalista y ordenada”.

Por su parte, el clavadista Osmar Olvera viene de tocar el cielo. Acaba de conquistar el Campeonato Mundial de Deportes Acuáticos en Singapur 2025, ganando el oro en trampolín de tres metros. Con modestia, relata: “Ser campeón del mundo y romper la hegemonía de China, tras veinte años, es motivo de orgullo. No diré que no lo esperaba: para eso me preparé, con entrenamientos de ocho horas diarias. Ahora, la meta son los Olímpicos de Los Ángeles 2028”.

Con solo 17 años vivió sus primeros Juegos Olímpicos en Tokio. “Aprendía nadar a los dos años, en casa de mi abuela. Desde muy chiquito me metieron al agua por seguridad, y yo buscaba siempre dónde podía saltar a la alberca”, recuerda entre risas.

Amigo de Omega, muestra su reloj con orgullo: “El tiempo es fundamental, es lo que marca la diferencia y no regresa. Hay que invertirlo bien, en lo que te gusta, en los sueños que quieras cumplir. Paso de seis a ocho horas al día entrenando, buscando perfeccionar cada ejecución, y Omega, con su precisión, me acompaña”.

Rememora su medalla olímpica: “El día que ganas una medalla se siente algo muy especial. Sentí una satisfacción inmensa al ver que todo el trabajo valió la pena. En ese logro, mi familia tiene mucho mérito; fueron los primeros en confiar en mí y acompañarme en los días buenos y malos”.

Fuera del agua, Osmar disfruta cocinar, ver películas y pasar tiempo con su familia. “Como de todo, aunque cuando se acerca una competencia sigo una dieta más estricta. Pero si puedo, nunca rechazo unos tacos”, admite entre risas.

Comenzó en los clavados a los cuatro años y se trasladó a Guadalajara a los ocho para entrenar con un equipo olímpico. “Mi entrenadora, Ma Jin, me ha orientado en todo. Antes de cada clavado, chocamos el puño y me dice: “concentrado, tranquilo.”

Además, colabora con UNICEF: “Si puedo ayudar a que los niños persigan sus sueños, encantado”. En el futuro se ve alcanzando más metas, aunque confiesa con humor: “Mi sueño es poner una taquería en la Ciudad de México”.

“Tenemos una gran relación con Omega. Me han motivado muchísimo; los veía de niño en los grandes eventos deportivos, jamás imaginé que algún día sería parte de su familia”, dice con orgullo.

Después de cada competencia, disfruta el mar y el descanso. “Me encanta la playa. En mi último viaje fui a Puerto Vallarta, sin clavados. También me gusta la moda; en el último evento de Omega me vistió Dolce & Gabbana. Es un mundo que me intriga”.

Desde UNICEF sigue inspirando a otros niños a cumplir sus sueños, como él: el de volar sobre el trampolín. ☐

omegawatches.com

Saco y camisa GUCCI; Reloj
OMEGA De Ville Prestige de
40 mm en acero.

Agradecemos a **CASA HOTBOOK** (Monte Libano 280, Lomas de Chapultepec, CDMX) por las facilidades otorgadas para la realización de estas fotografías.

VELOCES 75 AÑOS

El Gran Premio de Gran Bretaña celebrado en 1950, la primera carrera de Fórmula 1, inauguró una competición que ha crecido año tras año. Celebramos en estas páginas su aniversario con la ayuda del libro *Formula 1: The Impossible Collection* (editorial Assouline), una obra de coleccionista que recoge en imágenes los 100 momentos más importantes de esta vertiginosa historia.

TEXTO M. CANAL / J. PARRA





PRIMERA CARRERA DE FÓRMULA 1 (13 de mayo de 1950). El Gran Premio de Gran Bretaña (también llamado de Europa) se celebró en un aeródromo abandonado de la II Guerra Mundial en Silverstone, Inglaterra. El evento atrajo a unos 140.000 espectadores, entre ellos el rey Jorge VI y la reina Isabel II. Giuseppe

Farina, exoficial de caballería, ganó la carrera con un Alfa Romeo, y los otros dos pilotos del equipo italiano, Luigi Fagioli y Reg Parnell, terminaron segundo y tercero. Estuvo presente, como espectador junto a su padre, el joven Bernie Ecclestone, quien con el tiempo se convertiría en el director del campeonato.

Fotografía: © Klemantaski Collection.

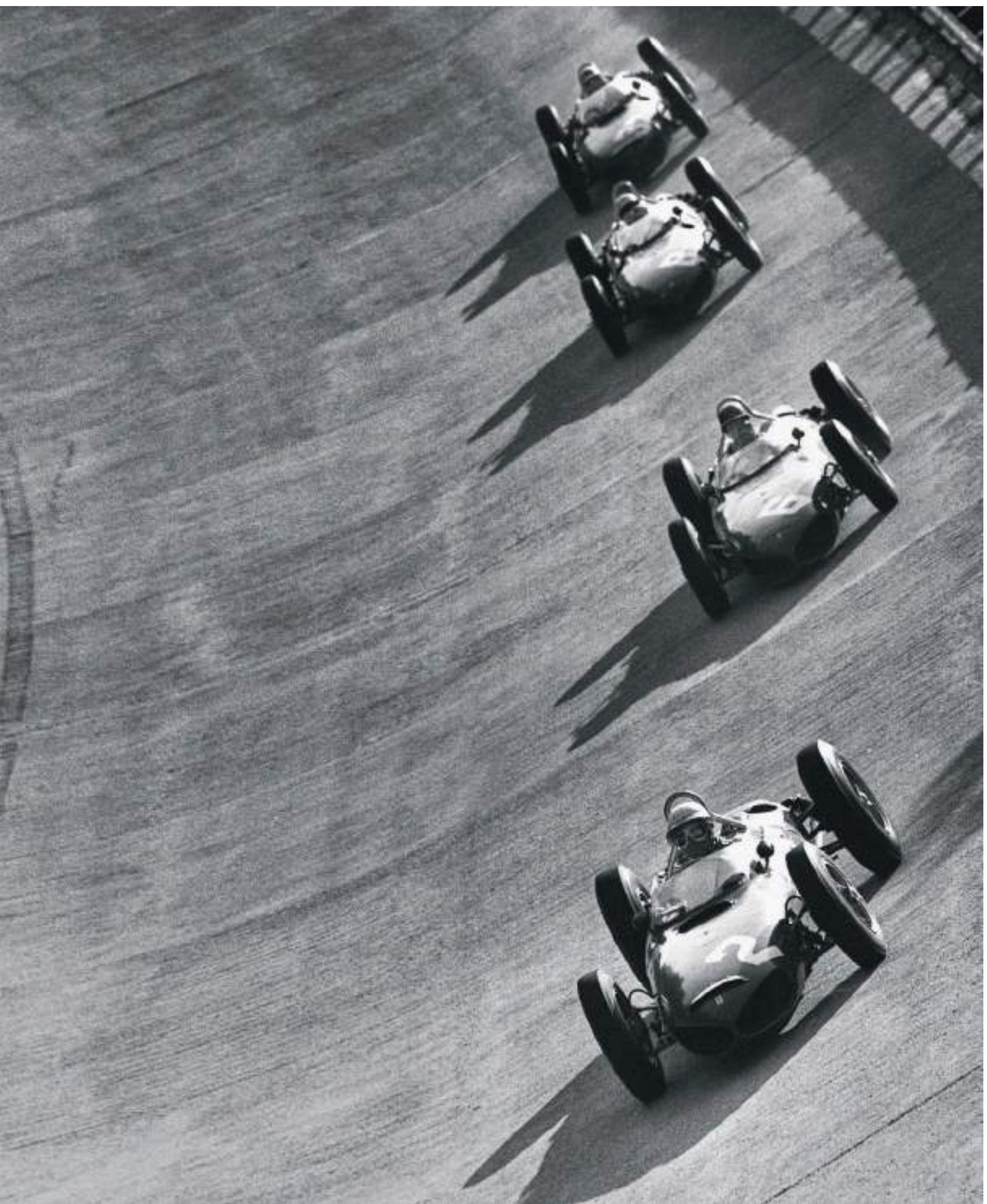


FIDEL CASTRO SECUESTRA A FANGIO (23 de febrero de 1958). Tras marcar la vuelta más rápida en un entrenamiento para una carrera en La Habana, no perteneciente al campeonato, Juan Manuel Fangio, el pentacampeón mundial reinante, fue secuestrado por rebeldes al servicio de Fidel Castro con el objetivo de cancelar la carrera y avergonzar al presidente cubano, Fulgencio Batista (en la foto, estrechando la mano de Fangio), quien solicitó que la prueba se llevara a cabo de todos modos. Mientras estuvo cautivo, Fangio pudo ver parte de la carrera por televisión. Posteriormente, fue liberado ilesos, y comentó sobre sus captores: "Su actitud fue incluso amistosa. Una mujer que me trajo la comida me alimentó bien".

Fotografía: © Bernard Cahier/
The Cahier Archive.

TRAGEDIA EN MONZA (18 de septiembre de 1961). Un año después del boicot de los equipos británicos por la peligrosidad del circuito de Monza, parte del peralte se volvió a utilizar para el Gran Premio de Italia. Ferrari ya había adoptado el diseño de motor trasero, y el famoso coche 'de morro de tiburón' del equipo dominó la temporada. Se esperaba que Wolfgang von Trips ganara el título ese fin de semana, pero sufrió un accidente: murió él y más de una docena de espectadores. En cambio, el compañero de Trips en Ferrari, Phil Hill, ganó la carrera y el campeonato, convirtiéndose en el primer estadounidense en ganar el título. Esta fue la última vez que se utilizó el peralte en el circuito de Monza.

Fotografía: © Bernard Cahier/
The Cahier Archive.



PORFOLIO

FITIPALDI SE CONVIERTEN EL CAMPEÓN MÁS JOVEN (10 de septiembre de 1972). Con 25 años y 274 días, Emerson Fittipaldi, hijo de un periodista automovilístico brasileño y bautizado así en honor al escritor del siglo XIX Ralph Waldo Emerson, se convirtió en el campeón de pilotos más joven, con su Lotus y una decoración que marcaría una época: el John Player Special

negro y dorado, que se ve en la imagen atravesando la línea de meta en el Gran Premio de España en mayo de ese año. El récord juvenil no se batió hasta que Fernando Alonso ganó en 2005, con 24 años y 59 días. Lewis Hamilton y Sebastian Vettel superarían luego el récord de Alonso, y la hazaña del segundo en 2010, figura aún como récord: 23 años y 134 días.

Fotografía: © LAT/ Motorsport Images.





LA PESADILLA DE LAUDA (*1 de agosto de 1976*). Mientras lideraba el campeonato con su Ferrari, Niki Lauda se estrelló en el antiguo Nürburgring —al que Jackie Stewart llamó “el infierno verde”— durante el Gran Premio de Alemania y quedó atrapado en su coche en llamas hasta que fue rescatado por sus compañeros, entre ellos Arturo Merzario y Guy Edwards. Aunque sufrió quemaduras graves y un sacerdote le administró la extremaunción, pues parecía seguro que moriría, regresó a competir en el Gran Premio de Italia tan solo seis semanas después, con la cabeza aún vendada, pero tras haberse perdido solo dos carreras. Terminó esa carrera en cuarto lugar, declarando posteriormente que estaba “aterrorizado”.

Fotografía: © Hartmut Reeh/
dpa PictureAlliance.



SENNAS ASOMBRA EN MÓNACO (*3 de junio de 1984*). El piloto novato Ayrton Senna, hijo de una adinerada familia brasileña, corriendo con Toleman, conducía sin miedo bajo un auténtico diluvio en el Gran Premio de Mónaco. Hasta que la carrera se acortó por las condiciones meteorológicas. Alain Prost detuvo su

McLaren en la línea de meta en la vuelta 32, y Senna le adelantó, creyéndose vencedor. Pero la posición en esas circunstancias se contabiliza desde la vuelta anterior, cuando Prost lideraba, por lo que fue el ganador, con Senna, segundo. Fue el inicio de la rivalidad entre los dos futuros compañeros de equipo en McLaren.

Fotografía: © PaulHenri Cahier/The Cahier Archive.

PORFOLIO

PROST Y LA 'CAMIONETA' DE FERRARI (20 de octubre de 1991). Tras casi ganar el título para Ferrari en 1990 con cinco victorias, Alain Prost tuvo su peor temporada en la categoría desde 1980 –su primer año–, sin ganar ninguna carrera en 1991. Tras la penúltima, el Gran Premio de Japón, el francés comentó que conducir el Ferrari le parecía “como un camión”. Con el orgullo herido, la dirección de Ferrari despidió al tricampeón a falta de una carrera. Prost se tomó un año sabático en 1992 y regresó en 1993 al equipo Williams, con el que ganó su cuarto título. Ferrari no volvería a ganar el campeonato de pilotos hasta 2000.

Fotografía: © Bernard Asset.



SCHUMACHER IGUALA A FANGIO (21 de julio de 2002). En una de las temporadas más dominadas de la historia, Michael Schumacher se alzó con el título de pilotos con su Ferrari en el Gran Premio de Francia, a falta de seis carreras. Fue su quinto título y la primera vez que alguien igualaba el récord que Juan Manuel Fangio que ostentaba desde 1957. Alain Prost había ganado

cuatro títulos, mientras que varios otros contaban con tres. Para 2004, Schumacher había ganado dos más, elevando el récord a siete. Lewis Hamilton tuvo que esperar hasta 2020 para igualar el récord de títulos de Schumacher y superar su número total de victorias: 95 a finales de 2020 frente a las 91 logradas por Schumacher en toda su carrera.

Fotografía: © Bernard Asset.



ALONSO ROMPE LA BARRERA DE LA JUVENTUD (25 de septiembre de 2005). A falta de dos carreras, el español Fernando Alonso terminó en tercer lugar en el Gran Premio de Brasil -hace ahora 20 años- y se alzó con su primer título de pilotos, con el equipo Renault. Con 24 años y 59 días, batió el récord que ostentaba

Emerson Fittipaldi desde 1972 como el campeón más joven. (Lewis Hamilton lo batiría después en 2008, al igual que hiciera Sebastian Vettel en 2010). Renault también ganó su primer título de constructores como equipo completo, ya que anteriormente lo había ganado únicamente como proveedor de motores.

Fotografía: © Bernard Asset.

PORFOLIO



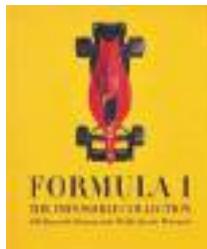
VICTORIA PARA MERCEDES Y HAMILTON (23 de noviembre de 2014). En el Gran Premio de Abu Dabi, Lewis Hamilton, en su segundo año en Mercedes y el primero con los nuevos motores híbridos, ganó el título de pilotos, su segundo y el primero para Mercedes como equipo de constructores desde 1955, cuando había logrado la victoria con Juan Manuel Fangio. El equipo siguió ganando tanto el título de pilotos como el de constructores cada temporada desde entonces hasta 2020, con Hamilton ha conquistando seis títulos, y Nico Rosberg, con una victoria en 2016, la racha más exitosa para cualquier equipo.

Fotografía: © Bernard Asset.

VETTEL SE CUELA PARA GANAR (14 de noviembre de 2010). El Gran Premio de Abu Dabi vivió un duelo por el título entre cuatro pilotos: Fernando Alonso, líder de la categoría con Ferrari; Mark Webber y Sebastian Vettel, con Red Bull; y Lewis Hamilton, con McLaren, en un distante cuarto puesto, pero con posibilidades matemáticas. Vettel consiguió la *pole*, pero como nunca había liderado la clasificación, tuvo que ganar y esperar a que Alonso y Webber fallaran. Ferrari calculó mal la estrategia de paradas en boxes de Alonso y el español terminó en séptimo lugar, Webber en octavo. Vettel ganó y rompió el récord de Hamilton como el campeón más joven, con 23 años y 134 días.

Fotografía: © Bernard Asset.





El volumen sobre la Fórmula 1 editado por Assouline es, en sí mismo, un objeto de culto. Con un peso cercano a los 10 kilos. La obra se abre con textos firmados por dos figuras clave del automovilismo: **Jean Todt**, expresidente de la FIA, y **Stefano Domenicali**, actual presidente y consejero delegado de la Fórmula 1. La publicación (ahora en su segunda edición tras la primera aparición, en 2021) forma parte de *The Ultimate Collection*, la serie más exclusiva de la casa editorial francesa. assouline.com

MUCHO ANTES DE QUE NETFLIX CONVIRTIERA LA FÓRMULA 1 en un docudrama de excepcional realización con la serie *Drive to Survive*, este sofisticado deporte contaba con todos los ingredientes para enganchar al espectador. Una mezcla explosiva de queroseno, adrenalina, épica y avances tecnológicos han construido un entretenimiento que sigue fascinando como el primer día.

El periodista Brad Spurgeon ha puesto en orden de parrilla los eventos más importantes de este deporte en el libro *Formula 1: La colección imposible* (ed. Assouline). Para ello, tuvo que seleccionar los 100 momentos más importantes de los últimos 75 años, desde 1950 en que se celebró la primera carrera organizada por la FIA en Silverstone hasta la última temporada.

“Me llevó meses hacer la selección final. Hice una primera lista y después comencé a eliminar o, en algunos casos, a unir entre sí los eventos más importantes. Como cuando decidí dedicar un solo momento a las dos veces en que Ayrton Senna y Alain Prost

chocaron en el Gran Premio de Japón en Suzuka, en 1989 y 1990, cerrando así su duelo por el campeonato”, recuerda Spurgeon sobre una de las históricas rivalidades de este deporte, que cubrió durante dos décadas para el *Herald Tribune* y el *New York Times*.

Justo cuando la Fórmula 1 se enfrenta a un cambio radical de paradigma, con nueva normativa para la próxima temporada, la selección de Spurgeon nos invita a mirar al pasado para no perder de vista las claves históricas de este deporte. De Fangio encadenando cinco títulos en los años 50 a la resiliencia de Lauda en 1976. De la tragedia de Senna en 1994 al dominio absoluto de Schumacher con Ferrari. De la irrupción de Hamilton como rey de la era híbrida al dominio actual de Verstappen, sin olvidar al español Fernando Alonso como testigo privilegiado de varias eras de la F1. Este libro nos recuerda el riesgo vertiginoso de los pilotos, el shock emocional de los accidentes, la euforia del triunfo. La capacidad de la Fórmula 1 para trazar un circuito fascinante de velocidad y gloria. □



UN VENCEDOR CON CARA DE NIÑO (15 de marzo de 2015). Max Verstappen, hijo del piloto de Fórmula 1 Jos Verstappen y la campeona de karts Sophie Kumpen, se unió al equipo Toro Rosso para convertirse en el piloto más joven de la historia de la F1, a los 17 años. En la quinta carrera de la temporada siguiente, el

Gran Premio de España, Verstappen ascendió al equipo matriz, Red Bull, y ganó la carrera. En 2021 se convirtió en campeón del mundo y encadenó desde entonces, siempre con Red Bull, una serie de cuatro campeonatos consecutivos. En 2016, la FIA estableció en 18 años la edad mínima para conducir.

Fotografía: © Florent Gooden/DPPI.



CUESTIÓN DE *FEELING*

¿Cómo nacen los autos más deseados? A veces es amor a primera vista; otras, una seducción lenta, construida a partir de pequeños detalles. Les presentamos cinco superdeportivos que encarnan esa pasión sobre ruedas.

TEXTO **NICOLA D. BONETTI**

MARCAS RICAS EN HISTORIA y encanto y modelos con un alto impacto emocional. Sin embargo, ¿cómo nacen los autos del deseo? A veces son proyectos irresistibles, que seducen al instante. Otras, no se trata de las versiones más potentes ni extremas, pero conquistan poco a poco. No es amor a primera vista, sino una seducción lenta, que nace al descubrir y enamorarse de cada detalle. Hace años, Porsche reveló que alrededor de cuarenta elementos caracterizan al icónico 911, reconocible incluso en la oscuridad, al simple tacto, al acariciar su carrocería. En el

nuevo Ferrari 296 GTB, la referencia a las salpicaderas traseras remite a un antepasado que marcó un antes y un después en el diseño y las carreras: la Berlinetta 250 LM de 1963-64, confirmando que ciertos vínculos son, sencillamente, eternos. Los lazos entre elegancia y velocidad, y por ende entre lujo y rendimiento, se consolidan y evolucionan hacia un concepto cada vez más singular. En los albores del futurismo, cuando los automóviles buscaban transmitir gráficamente la sensación de movimiento para celebrar el mito de la velocidad, la aerodinámica aún no dominaba el diseño.

Sería a finales de los años treinta cuando los autos de competición —conocidos como *streamline* en inglés o *stromlinie* en alemán— elevaban sus capós largos y colas en forma de gota, mostrando la esencia de la velocidad incluso en reposo. Ferrari nació en 1947, aunque la experiencia de la Scuderia había comenzado casi dos décadas antes, centrada en la excelencia mecánica: el primer 125 S ya contaba con un motor de 12 cilindros. El 296 GTB tardó casi 75 años en llegar, pero lo hizo para consolidar un legado: elegante y veloz, lujoso y de altísimas prestaciones, inspirado en las formas del 250 Berlinetta



LM, diseñado para Le Mans. Nacido para la competencia en 1963, este modelo ha permanecido en el imaginario colectivo quizás más por sus líneas inconfundibles que por su victoria en Le Mans en 1965, cuando superó a los legendarios Ford GT40 con motores de siete litros. Hoy, ¿estos dos Ferraris se consideran más elegantes o más *racing*, más para *gentlemen* o para pilotos? Difícil saberlo: el vínculo entre ambos mundos es, sin duda, inseparable.

En otro frente, un duelo teutónico enfrenta a Audi, uno de los cuatro fundadores de Auto Union, con Mercedes-AMG, la división deportiva de Mercedes-Benz, que un tiempo se enfrentaba con las legendarias “flechas plateadas” (*Silberpfeile*). Dos autos con espíritu visionario y motores imponentes, pero tan distintos en forma y carácter que elegir entre ellos se vuelve casi imposible. El Audi RS 6 Avant GT es, quizás, el más agresi-



vo: una edición limitada a 660 unidades, con 630 caballos de fuerza, capaz de acelerar de 0 a 100 km/h en 3.3 segundos y alcanzar una velocidad punta de 305 km/h. Su suspensión de competición contrasta con la amplitud y funcionalidad de una carrocería de *wagon*. El Mercedes-AMG GT 63 Pro 4matic+, por

No son analogías al azar: pasan las décadas, pero ciertas formas permanecen intactas, como las salpicaderas traseras del **Ferrari 296 GTB**, arriba, y del icónico **Ferrari 250 Le Mans** (1963-64), abajo.



su parte, es un coupé de 612 caballos, nacido para la pista, pero suavizado para la carretera: solo el alerón trasero delata su ADN más radical. Acelera de 0 a 100 km/h en 3.2 segundos, alcanza los 317 km/h y se producirán 200 ejemplares. Ambos combinan elegancia y velocidad, lujo y rendimiento, cada uno con su propio temperamento.

El Jaguar E-Type de 1961, considerado por Enzo Ferrari como el coche más bello del mundo, y el prototipo Type 00, que anticipa a su sucesor eléctrico, representan la síntesis perfecta entre estética y desempeño. El primero, rugiente y voluptuoso; el segundo, una reinterpretación sólida de la línea *streamline*, casi más posmoderna que futurista, aunque silencioso y valiente por ser eléctrico. Ambos revelan el mismo hilo conductor: el E-Type encarna la elegancia, el Type

AQUÍ TIENES QUE CORRER LO MÁS RÁPIDO QUE PUEDES PARA QUEDARTE EN EL MISMO LUGAR. SI QUIERES IR A ALGÚN SITIO, DEBES CORRER AL MENOS EL DOBLE

— LEWIS CARROLL

Bocas de tiburón: el **Audi RS 6 Avant GT**, arriba, y el **Mercedes-AMG GT 63 Pro**, a la derecha, necesitan aire para sobrecargar sus motores V8, lo que justifica la agresividad de sus frontales.





LA VELOCIDAD ES LA FORMA DE ÉXTASIS QUE LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA LE HA DADO AL HOMBRE

— MILAN KUNDERA



00 proyecta dinamismo. Hace más de sesenta años, ¿habría sido posible imaginar un futuro que retomara las formas de los años cuarenta? Probablemente no. Pero el diseño, como la moda, es cíclico: todo regresa, aunque reinterpretado con nuevos códigos. En materia de audacia estilística, el BMW Serie 7 —incluida su versión eléctrica, el i7— combina la agresividad futurista de su frontal con el clasicismo de su perfil. En el interior, sorprende con un equilibrio entre tecnología envolvente y hospitalidad refinada. En cuanto a desempeño, mantiene la robustez deportiva que distingue a la casa bávara. Porque, al final, el rendimiento sigue siendo la expresión más pura del placer de conducir. ■

Evolución Jaguar: arriba, E-Type Serie 1 y Type 00 Concept, con estilo streamline. A la izquierda, el BMW Serie 7 mantiene la elegancia de su carrocería, detrás de un frontal decididamente futurista.

MOTOR



UN SUEÑO PARA DOS

Para celebrar sus primeros 40 años en Italia, Porsche ha creado dos modelos de serie limitada junto a Ferragamo, presentados en un exclusivo tono azul diseñado especialmente para la ocasión.

TEXTO NICOLA D. BONETTI
FOTOGRAFÍA D.R.



El **911 Carrera 4 GTS**,
también en la exclusiva
tonalidad Blusogno.

De izquierda a derecha: **Leonardo Ferragamo**, presidente de Salvatore Ferragamo; **Pietro Innocenti**, CEO de Porsche Italia; y **Alexander Fabig**, vicepresidente de Individualization y Classic de Porsche AG, retratados junto a la serie especial Taycan 4S.

Esta colaboración de estilo nace de una afinidad electiva y de una sinergia auténtica entre dos marcas icónicas.



UN ZAPATERO, que tras conquistar Hollywood regresó a Florencia en 1927, abrió un taller desde el que el mundo entero conocería sus creaciones firmadas: Salvatore Ferragamo. Dos décadas más tarde, en 1948, después de mil proyectos, un experto técnico construyó el primer automóvil deportivo con su propio apellido: Porsche, nacido en un granero a partir del automóvil del pueblo que él mismo había diseñado. En ambos casos, simplicidad y genialidad, ideas potenciadas por la artesanía, el eje sobre el que giraría la colaboración actual entre las dos marcas. En la base de esta alianza está el lujo, planteado como una pregunta: ¿artesanía de lujo o lujo artesanal?

Ambas definiciones enmarcan las cualidades que expresan Porsche y Ferragamo, cada uno en su propio sector, valores de excelencia: diseño, calidad y atención al detalle. Premisas sinérgicas que realzan la suma de estas virtudes en la creación de dos modelos de los autos de Zuffenhausen, celebrando los 40 años de Porsche Italia (aunque la importación comenzó en 1954 con los modelos 356, primero en Bolonia, luego en Verona y después en Padua). El contacto entre el fabricante de autos deportivos y Ferragamo se da a través de Porsche Exclusive Manufaktur, una verdadera forja de *lifestyle* especializada en personalizaciones, que se encarga de la producción de esta serie especial. Los dos modelos ya son exclusivos: la eterna 911 Carrera 4 GTS (deportivo con motor de



combustión interna) y la futurista berlina eléctrica Taycan 4S, sometidos a los tratamientos diseñados de manera conjunta y reservados únicamente para el mercado italiano. Un proyecto que llena de satisfacción a Porsche, con 8,223 vehículos entregados en 2024 (+8% respecto a 2023), consolidando su papel como tercer mercado europeo para la marca.

Cómo nació el proyecto, lo explica Pietro Innocenti, de Porsche Italia: "Surge del deseo de dar vida a algo único, que encarnara el espíritu que nos guía desde hace 40 años: el estilo Porsche unido a la cultura

y al gusto estético italiano. Elegimos a Ferragamo, una marca con la que nos une la excelencia artesanal, la elegancia atemporal y una atención obsesiva al detalle." Es Leonardo Ferragamo, presidente de Salvatore Ferragamo, quien describe la creación: "Cambiando lo menos posible, porque Porsche ya es perfecta, y centrando nuestra atención en detalles sofisticados. Buscamos crear una sinergia auténtica y significativa entre dos marcas icónicas que comparten la pasión por el diseño, el respeto por la tradición y el coraje de innovar, para contar una historia emocional vinculada al sue-



Los detalles del proyecto y del trabajo creativo incluyen, arriba de izquierda a derecha, a **Linda Segner**, responsable del proyecto por el 40º aniversario de Porsche Italia en Alemania; **Grant Larson**, jefe de diseño de Proyectos Especiales; y **Pietro Innocenti**, CEO de Porsche Italia, junto a algunos de los materiales propuestos por **Ferragamo**.



ño: mi padre, Salvatore, fue llamado *The Shoemaker of Dreams*, y Porsche continúa con el concepto de *Driven by Dreams*.

La interacción entre los equipos creativos es fundamental, con Ferragamo en Baden-Württemberg y Porsche (Alemania e Italia) en Florencia. Comenzando por el color: la tonalidad Blusogno, exclusiva para esta edición especial, se inspira en muestras de cuero y tela utilizadas en el icónico bolso Hug y en la línea de ropa de la *maison*. Líneas blancas finas y precisas en el cofre delantero y el spoiler trasero evocan elementos estilísticos de Ferragamo,

con acentos cromáticos que transmiten elegancia y dinamismo. Las llantas, del mismo color, se adornan con delicadas rayas blancas pintadas a mano; el tapacubos contrasta con el escudo de Porsche pintado en rojo, en homenaje al color simbólico de Ferragamo. Las iniciales del modelo en la cola están pintadas a mano en blanco con bordes Blusogno, un toque refinado y armonioso. En los pilares, las placas conmemorativas muestran el número 40, los años 1985 y 2025, y la inscripción Porsche Italia, todo en relieve para ser apreciado incluso al tacto. Los interiores

combinan cuero Blusogno con inserciones de madera de palaio azul: los asientos, el volante deportivo GT y la palanca de cambios presentan perfiles y detalles tomados del exterior; el mismo cuero se utiliza también para portadocumentos y llaveros. La placa de aluminio con el logo del 40 aniversario de Porsche Italia sella la edición especial, mientras que el logotipo blanco brillante de Ferragamo se integra en los umbrales de aluminio cepillado negro. Así se cierra una colaboración con Porsche Exclusive Manufaktur, que promete inspirar a ambas casas en proyectos futuros. □

NÁUTICA





HACER OLAS

La pasión de **Rolex** por apoyar lo más destacado del mundo náutico abre un nuevo capítulo al lado de SailGP. Estuvimos en **Los Ángeles** y platicamos con sus protagonistas.

TEXTO **IZASKUN ESQUINCA HERNÁNDEZ**

PARA ENTENDER ESTE NUEVO CAPÍTULO entre Rolex y SailGP, vale la pena recordar que el vínculo de la firma con el mundo náutico comenzó en 1958, al apoyar al New York Yacht Club. Desde entonces, el rendimiento e innovación de los equipos han comulgado de manera perfecta con el compromiso de excelencia y precisión que la casa suiza imprime en cada guarda-tiempos.

Con esta tradición marítima, la firma anunció recientemente su papel como Patrocinador Principal del Rolex SailGP Championship, la serie de vela de alto rendimiento en la que los mejores regatistas del mundo compiten en catamaranes F50. Una asociación vertiginosa que bien merece vivirse en plena acción; por ello, nos trasladamos al puerto de Los Ángeles para atestiguarla.

Palmeras, sol californiano y el océano Pacífico como pista para el espectáculo de la vela moderna: Rolex SailGP Championship desplegó toda su energía en aguas angelinas, reuniendo a doce equipos internacionales en una competencia donde cada segundo marcó la diferencia, pero antes de presenciar

la adrenalina en el agua, conversamos con tres protagonistas clave.

El primero fue Andy Thompson, director de SailGP, sobre la incorporación de Rolex como Title Partner —patrocinador principal— de esta emocionante carrera náutica: “Rolex, desde mi punto de vista, siempre nos ha acompañado. Tenemos una relación fantástica y, gracias a su colaboración, hemos logrado establecer lo que es SailGP actualmente. Además, lo que deseamos es que el interés crezca aún más. Rolex tiene una asombrosa relación con la navegación desde hace poco más de 70 años. Con esa historia, era natural que su nombre acompañara a SailGP, y con su apoyo continuaremos compartiendo la pasión por la velocidad náutica con más personas alrededor del mundo”, dice Thompson, quien trabaja de la mano con Sir Russell Scott, director general de la competencia donde se enfrentan los mejores equipos de vela.

Los catamaranes de 50 pies, idénticos en tamaño y tecnología, alcanzan velocidades de hasta 100 km/h. Todos son conducidos por atletas de alto rendimiento, medallistas inter-

Derecha, Martine Grael,
Testimonial de Rolex, es la
primera mujer piloto en el Sail
GP Championship. *Izquierda, el*
equipo **Emirates GBR SailGP**
celebra el triunfo en KPGM
Australia SailGP.



Abajo, Tom Slingsby, CEO y piloto
del equipo Australia Sail GP es
orgulloso Testimonial de Rolex.

nacionales u olímpicos, como Tom Slingsby, quien cuenta con una medalla de oro en los Juegos Olímpicos de 2012 y una histórica victoria en la Americas Cup de 2013. Actualmente es CEO y piloto del equipo Australia SailGP, además de Testimonial de Rolex. Ha ganado tres campeonatos y, sin duda, espera recuperar su liderazgo en 2025.

Él fue nuestro segundo entrevistado, con quien compartimos algunas palabras sobre la carrera y el apoyo de Rolex. Tiene claro que “el mejor momento del Rolex SailGP es ser el primero en cruzar la meta,” comenta entre risas durante su llegada al espacio que la firma creadora del famoso Yacht-Master ha bautizado como Adrenaline Lounge.

Nos complace también que, para alcanzar la victoria, el equipo mantiene una mentalidad basada en la comunicación: “En una ocasión nos visitó el entrenador del equipo australiano de natación; pasó unos días con nosotros para reconocer nuestras fortalezas y trasladar ese espíritu competitivo a su equipo.

Se dio cuenta de que uno de nuestros puntos fuertes es la comunicación. Cuando alguno de nosotros se equivoca, no hay reparto de culpas: todos somos honestos y siempre buscamos hacer mejor nuestro trabajo.”

El experimentado piloto también hace un llamado a las nuevas generaciones de navegantes a atreverse más, y menciona a Diego Botín como uno de los más destacados de su generación.

El sol angelino comenzaba a ocultarse, momento que anuncia dejar la comodidad del Adrenaline Lounge por la velocidad de un bote. Enfundados en trajes impermeables con las siglas SailGP, nos unimos a la aventura de perseguir a los veloces catamaranes durante la sesión de entrenamiento, que —tal como en la Fórmula 1— se realiza un día antes de las carreras. Una ligera lluvia hizo más divertido y retador el trayecto.

Antes de iniciar la primera carrera del día, conversamos con Hannah Mills, quien posee una amplia trayectoria en el mundo náutico.

Ha ganado dos medallas de oro olímpicas (2016 y 2020), una de plata (2012) y, entre muchos otros galardones, ha sido reconocida en dos ocasiones con el Rolex World Sailor of the Year (2016 y 2021). Su brillante carrera la convierte en Testimonial de Rolex y estratega del equipo Emirates GBR SailGP Team.

Pionera en la inclusión femenina en este deporte, nos comparte: “Esto ha sido un viaje muy interesante para mí, ya que he estado presente desde que comenzó el programa Athena Pathways. Primero realizamos entrenamientos con mujeres, con resultados inmediatos, lo que nos llevó rápidamente a competir. Eso nos permitió crear el primer evento femenino en 2022 durante la Americas Cup. Fue un paso exponencial

Derecha, Un grupo de catamaranes F50 cruzando la Isla Tiburon durante la tercera vuelta de Rolex SailGP Championship. Abajo, El equipo **Emirates Great Britain Sail GP** compite durante un reñido momento de la carrera.



para la navegación femenina y estoy muy orgullosa de haberlo logrado,” dice Hannah, mientras toma un último sorbo del té verde que pidió y se prepara para retomar el mando del equipo Emirates, que buscaría conquistar la primera carrera del día, ganada finalmente por Black Foils de Nueva Zelanda, con dos victorias consecutivas.

Para el segundo día, nuestra atención se centró exclusivamente en la carrera. A diferencia del día anterior, cuando presenciamos el dominio neozelandés, esta vez volvimos al mar para observar de cerca a los imponentes catamaranes F50 disputarse a toda velocidad la conquista del Rolex SailGP en su primera fecha. Con grandes olas y vientos caprichosos, el equipo Canada SailGP–NorthStar

hizo historia al superar a los poderosos australianos y neozelandeses para conquistar su primer título en el campeonato.

Más allá de la velocidad y el espectáculo, este evento encarna un nuevo capítulo en la alianza entre Rolex y la vela. Hoy, con su papel como Patrocinador Principal del Rolex SailGP Championship, la marca reafirma un legado construido sobre innovación, precisión y respeto por la tradición marítima.

Último recorrido

El SailGP entra en su recta final en Abu Dhabi, durante el Mubadala Abu Dhabi Sail Grand Prix, los días 29 y 30 de noviembre, donde se decidirá cuál de los doce equipos levantarán el trofeo del Rolex SailGP. □



EL RELOJ NÁUTICO POR EXCELENCIA

El Oyster Perpetual Yacht-Master, reloj dedicado a la navegación, combina un rico legado marítimo con la elegancia, rendimiento e innovación que definen a Rolex. Es el instrumento náutico por antonomasia: simboliza el vínculo eterno entre la relojería y el mar. Un reloj creado no solo para medir el tiempo, sino para rendir homenaje a quienes desafían los elementos.

En Los Ángeles, la precisión de los cronómetros y la audacia de los navegantes se encontraron en un mismo escenario, donde la emoción fue tan protagonista como las velas desplegadas al viento.

NÁUTICA



BLOWIN' IN THE WIND

Desde los superyates para cruceros exclusivos hasta los racers para los regatistas más atrevidos, la vela conquista a todos

TEXTO **GUILIANO LUZZATTO**



El Kiboko4, segundo ejemplar del Southern Wind 108, parte en su viaje inaugural siguiendo la tradición del astillero sudafricano: 7.500 millas desde Ciudad del Cabo hasta el Mediterráneo. Construido en fibra de carbono, mide 34.51 metros de eslora con bauprés, y cuenta con una superestructura, distribución de cubierta e interiores desarrollados por Nauta Design, de Milán.



A la izquierda, el nuevo **Grand Soleil 65 Performance** de Cantiere del Pardo navega con el *gennaker*. Abajo, el muy esperado **Be Cool: Swan 128**, el nuevo buque insignia del astillero Nautor.



“EL MAR, Y SOBRE TODO LA VELA, es complementario. Te envuelve, te forma, te ayuda, te acompaña. Sirve para comprenderte a ti mismo y a los demás”. Son palabras del célebre navegante italiano Giovanni Soldini. Y reflejan perfectamente lo que sienten los apasionados de la navegación y los astilleros cada vez que se enfrentan a las olas: bajo la vela mayor, impulsados únicamente por la fuerza del viento, el vínculo con el mar se vuelve inigualable. Tal vez por eso la demanda de veleros sigue en aumento: en el primer semestre del año en todo el mundo se ha botado una notable flota que va desde los superyates más exclusivos hasta los *pure racers* más veloces. *Gentleman* ha seleccionado los más dignos de ser admirados. La selección comienza con el SW 108 Kiboko 4, el segundo modelo del Southern Wind de 33 metros y el cuarto yate que su propietario encarga al astillero, aprovechando la amplia experiencia adquirida a bordo de sus tres embarcaciones anteriores. Con diseño exterior e interior de Nauta Design y arquitectura naval firmada por Farr YD, el Kiboko 4 ha sido concebido para optimizar peso, rendimiento y estética. Sus interiores, de estilo contemporáneo e inspiración marinera, combinan roble claro con detalles en nogal, mientras que las telas mallorquinas tejidas a mano de la tapicería evocan el deseo de su dueño de recrear una atmósfera que rinde homenaje a la tradición náutica de las Islas Baleares. Como todo Southern Wind, el Kiboko 4 también ya superó su primer recorrido de 7,500 millas náuticas, desde Ciudad del Cabo hasta el Mediterráneo, una travesía que representa una verdadera declaración de fiabilidad. Por su parte, Cantiere del Pardo presenta el nuevo Grand Soleil 65 Performance, una versión más deportiva de la aclamada Long Cruise, reconocida por su elegancia, calidad de construcción y confort a bordo. Con líneas de flotación firmadas por Matteo Polli, el GS 65 Performance forma parte de la línea Plus, un concepto de atención personalizada en el que el propietario participa desde las primeras fases del diseño. Cada modelo es fruto de un proceso colaborativo con un equipo dedicado que ofrece un yate a medida, construido íntegramente en las instalaciones del



Arriba, el segundo ejemplar del **Wallywind 110** con casco de carbono. A la derecha, el **WallyRocket 51 Django**, un pure racer con 167 m² de superficie vélida, que alcanza los 363 m² a velocidad de popa gracias al cambio de velas de proa.



astillero. El plano de cubierta ha sido pensado para quienes disfrutan de tomar el timón con determinación: las maniobras están optimizadas para una navegación deportiva y extremadamente sensible. Debajo de la cubierta, el ambiente diseñado por Nauta Design combina elegancia y calidez. El GS 65 Performance se ha podido admirar en el Festival Náutico de Cannes (9-14 de septiembre) y en el Salón Náutico de Génova (18-23 de septiembre). Siempre en Cannes, en el lado este de la Croisette, donde se exhibieron los veleiros, se presentó otra joya del *made in Italy*: el ICE70 RS, diseñado por Felci YD, es la reinterpretación deportiva del 70 pies de ICE Yachts, un astillero boutique cada vez más valorado por los amantes de la vela a nivel internacional. Desde su quilla elevable, que combina alto rendimiento con la posibilidad de acceder a bahías y puertos de poca profundidad, hasta la avanzada domótica a bordo, es una embarcación que realmente merece ser visitada. Recién llegado al Mediterráneo desde Finlandia, donde fue construido por Nautor, se encuentra el muy esperado Swan 128 Be Cool, el yate más grande de la línea Swan Maxi. Este buque insignia de 128 pies (39 metros) es el

primer ejemplar del nuevo modelo del astillero, que recientemente se incorporó al grupo Sanlorenzo. Muy elegante, como todos los Swan, se desplaza con agilidad con las brisas del Mediterráneo gracias a su amplia superficie vélida: 450 m² de vela mayor, 400 m² de foque y 1,200 m² de *spinnaker*. Se exhibió, sin participar en competición, en Porto Cervo en ocasión de la Maxi Yacht Rolex Cup, y en el Salón Náutico de Mónaco (24-27 de septiembre). Siempre en la Costa Esmeralda, a finales de agosto, se presentó el segundo ejemplar del Wallywind 110, la nueva obra maestra de Wally Yachts para cruceros rápidos, con casco de carbono, líneas de agua de Judel/Vrolijk y diseño interior y exterior de Studio Santa María

Magnolfi. La selección de *Gentleman* no podía dejar de incluir el WallyRocket 51, un *pure racer* de 15.50 metros y apenas 6.3 toneladas (gracias a su estructura ligera de espuma de carbono), ideado por Luca Bassani en colaboración con los patrones Vasco Vassotto y Guille Parada y el diseño de Botin Partners. Con su combinación de tecnología de vanguardia, rendimiento y estilo, este yate establece un nuevo estándar en el mundo de las regatas, clasificadas como monotipo. El primer ejemplar, Django, ya se ha hecho un nombre a nivel internacional, y está prevista la producción de más barcos idénticos para otros *gentlemen* apasionados de la vela, apoyados por los mejores navegantes profesionales. ■



EL ARMARIO PERFECTO

Temperaturas inestables, nubes caprichosas, tiempos entre calle y oficina. El otoño y el invierno requieren de un vestuario específico que requiere una combinación de prendas y accesorios, no siempre fácil de componer. Esta guía te ayudará.

TEXTO **ABRAHAM DE AMÉZAGA**
ILUSTRACIÓN **SOFÍA ARCHILLA**

Las temperaturas se vuelven juguetonas. Mientras se acercan los meses más fríos del año, aún hay hueco para los días soleados en los que, sin embargo, no es raro encontrarse con una lluvia inesperada o una tormenta. No es fácil construir un vestuario, accesorios incluidos, para afrontar esta época del año sin renunciar a la máxima elegancia. No se trata de cubrirse con múltiples capas, e ir añadiendo y quitando según el momento; tampoco de apostar por soluciones simples que no sirvan para aportarnos confort y protegernos. La solución, a grandes rasgos, pasa por vestirse con prendas y complementos que protejan de las bajas temperaturas, proyecten nuestra personalidad y, por supuesto, se ajusten a nuestro estilo. Nos hemos propuesto trasladar estos grandes principios al día a día, al momento de abrir el armario y decidir. Nos hacemos preguntas, para las que hemos intentado encontrar respuestas. Pasen y lean.

1 ¿Cuáles son los básicos atemporales que hay que tener en el armario cuando llega el otoño?

Un abrigo, un traje azul marino, un *blazer* azul y un pantalón gris. Obviamente, si está acompañado, mejor, pero este conjunto de prendas puede ser suficientes para afrontar con estilo cualquier ocasión. Eso sí, todas deben ser de impecable factura.



Los colores neutros, con las diferentes variaciones del marrón, son siempre un acierto.

2 ¿Cuál es el número ideal de trajes que hay que tener para el otoño-invierno y de qué colores?

Más que la cantidad, lo que debe primar es la calidad. Tres sería el número perfecto: uno de color gris, otro en azul marino y uno de tonos marrones.

3 Antes de estrenarlos, ¿hay que sacudirlos contra la pared, "hasta quitarles la rigidez de lo nuevo", como acostumbraba a hacer Fred Astaire?

Si el célebre actor tenía ese hábito, a nosotros nos bastará con sacudirlo con delicadeza y, por supuesto, mantenerlo perfecto con un cepillo especial de prendas. No hay que olvidar colgarlos en ganchos propios de trajes, sobre todo en el caso de los sacos.

4 ¿Qué colores son más propios estos meses?

Si bien la apuesta de los neutros es siempre un valor seguro, hay quien gusta de combinar "un suéter en color rojo o morado bajo un traje azul marino; siempre es un acierto", señala Jon Aguirre Larrañaga, consultor del lujo radicado en París.

5 ¿Sigue vigente la regla de los tres colores?

Sí, es todo un clásico. Consiste en no llevar más de tres colores, con la idea de proporcionar una armonía visual. Y no olvidemos que será lo primero que perciban los demás.

6 ¿Cómo se pueden mezclar?

Existen dos posibilidades. Una, apostar por tres marrones de diferentes tonos, por ejemplo. La segunda opción podría ser un color que domine, otro que sea más bien secundario y un tercero que aporte cierto énfasis.

7 ¿Cómo debo combinar bien las prendas para estar abrigado sin sacrificar el estilo?

El secreto es combinar los materiales (lanas, algodones y sedas, por ejemplo) y que se dé un equilibrio de volúmenes, adaptado a la morfología de cada uno de nosotros.

8 ¿Está bien eso de ir 'como una cebolla', con varias capas de prendas?

Sin duda, es una tendencia relacionada más con el estilo de vestir de los más jóvenes -que se quitan y ponen prendas según la temperatura- aunque va ganando adeptos también entre los mayores. En realidad, lo más adecuado es llevar pocas prendas, pero que mantengan regulada la temperatura del cuerpo, como las de alpaca o el algodón Pima. Perú es el rey en ese terreno.

9 ¿Suéteres de cuello alto, en "V" o redondo?

"Los de cuello redondo se pueden llevar de una manera *casual* con un traje, aunque los de cuello vuelto son un *must* para el invierno, sustituyendo la camisa y corbata. Los de cuello en "V" los dejo para el campo", nos explica Aguirre Larrañaga.

10 ¿Cuáles son los estilos de chamarras (*bomber*, *parka*, *trench*, etc.) más apropiados para ir a la oficina?

Todo depende del lugar en el que se trabaje. El *trench* es un valor seguro en los días menos fríos y lluviosos, mientras que una *parka* en lana es ideal para los días de bajas temperaturas. En cuanto a la *bomber*, es la más *sport* de las tres.



Abrigo, suéter de cuello alto, botines y accesorios con estilo: sombrero y bolsa.

11 ¿Sigue funcionando el clásico *trench* tipo *Burberry* o las versiones similares?

Es un comodín que protege de la lluvia y el viento. Realizado en tejidos de algodón impermeable, la propuesta con cinturón es la más clásica, pero, a la vez, plenamente vigente.



Suéter de cuello alto, un *must*.

Cuello redondo.

Cuello en "V", más informal.

12 ¿Qué materiales son los más adecuados para suéteres y chalecos?

El *cashmere* y lana merino sin duda se llevan la palma en esta época del año. En lo que respecta a los colores, también en estas prendas superiores la apuesta segura son los neutros, tan intemporales además como para poder acompañarnos a lo largo de muchos otoños e inviernos.



La funcionalidad, especialmente en épocas de frío, no debe estar reñida con el estilo.

13 ¿Y para las camisas de invierno (algodón, pana, lana)?
Las de algodón más grueso que las de verano son muy propias para la oficina, mientras que la pana, de lo más otoñal, se reserva al fin de semana. Las de lana fina permiten libertad de movimientos.

14 ¿Cuáles son las innovaciones en materia de ropa térmica o técnica para el invierno?
La tecnología ha permitido crear propuestas ligeras y a la vez aislantes del frío, aunque no hay nada mejor para el cuerpo que los materiales naturales. La alpaca, termorreguladora y repelente al agua, es un material que gana terreno, por ser natural y, en el caso de la peruana, de origen sostenible.



Un accesorio *vinage*, con historia, puede aportar un toque de distinción.



15 ¿Cómo debo cuidar la ropa de lana y cuero durante el invierno?
Las propuestas de lana se lavan a mano y en frío. En cuanto al cuero, pasar un paño e hidratarlo con crema periódicamente. Cuando no se usan, mantener en un lugar seco y aireado.

16 ¿Qué cortes de pantalones son los más idóneos (rectos, slim, anchos)?

El recto es más formal, más de traje o americana. Los *slim* no quedan bien a todos los hombres y, si la elegancia es más bien una actitud, los anchos no acompañan en esa línea. Nos quedamos por tanto con los rectos.

17 ¿Qué tejido de pantalón es el más apropiado para llevar en cada ocasión: de lana, pana, vaquero...?

Una regla sencilla pero eficaz: con pantalones de lana fría se va a la oficina; con los de pana, al campo, y con los vaqueros, a tomar una copa o a una cena entre amigos.

18 ¿Cuáles son los accesorios imprescindibles, y recomendables, para cubrir la cabeza (gorras, sombreros, gorros)?



Los tonos similares entre sombreros, bufandas y abrigos aportan armonía.

Porque, como se suelde decir, el frío entra por la cabeza (y también por los pies), un buen sombrero en fieltro será perfecto a la hora de llevar un traje y abrigo; mientras un gorro lo será para acompañar a una chaqueta corta y de aire deportivo. En el caso de las gorras, en *tweed* o lana para los que gustan del toque más *british*.

19 ¿Cómo combinar un gorro y una bufanda con un abrigo para lograr un *look* elegante?

Pueden ser ambos de un mismo tono o uno que sea complementario. Si tiene pensado apostar por los estampados, absténgase. Son todo menos elegantes.

20 ¿Qué material es el que hay que elegir para los guantes: cuero, lana o técnicos?

Los de cuero son por lo general menos



El corte recto en un pantalón es la opción que no falla.

cálidos que los de lana y *cashmere*, aunque en el interior de muchos de ellos se incorporan cada vez más estos dos últimos materiales, así como otros más técnicos. ¿El objetivo? Proporcionar calor y libertad de movimientos.

21 ¿Qué complementos (cinturones, relojes, bolsos) son imprescindibles para completar un conjunto invernal?

Un par de zapatos con o sin cordones, un cinturón de piel, así como un reloj con historia (heredado, adquirido de segunda mano...). Porque, como bien apunta el maestro de la elegancia Bernhard Roetzel, "el hombre no vive solo de pan y, en el caso que nos ocupa, el estilo tampoco sobrevive únicamente gracias a la indumentaria".

22 ¿Cómo elegir una mochila o un bolso de cuero adecuado para la temporada de frío?

En función de nuestros gustos y ocupaciones. Eso sí, siempre en armonía con el atuendo que portemos. Nada de llevar bolsos cruzados, por muy de marca que estos sean. Como decía toda una autoridad en la moda, "el único bolso que se ha de llevar cruzado es el de pescar".



Mochila a la espalda o bolso.

24 ¿Qué accesorios masculinos aportan un toque de distinción?

La regla es que vayan en consonancia con el atuendo y gustos de quien los lleve. "Mi accesorio del momento es el sombrero *canotier*, que me transporta al París del siglo XIX", dice Marin Montagut, ilustrador y dandi. Es tal su pasión por ellos, que hasta los promueven en su tienda de la orilla izquierda del Sena.



Calcetines de lana o mezcla.

23 ¿Vuelve el tejido *denim* como uno de los indispensables?

El *denim* o tejido vaquero es un clásico que no falla en ninguna época del año. Aunque es de tela, menos aislante del frío que la lana o la pana, no puede faltar en el guardarropa.

25 ¿Se puede incorporar un accesorio *vintage* a nuestro look y ganar estilo?

Por supuesto. Incluso puede llegar a ser lo que nos diferenciará del resto. Un reloj, un broche, una pulsera de plata, unos gemelos... Las opciones son múltiples. Todo depende de cada uno, así como de la ocasión.

26 ¿Cuáles son los consejos para elegir bien una fragancia de invierno que combine con tu atuendo y personalidad?

Todo depende de gustos, aunque el otoño-invierno es más propio para las fragancias más penetrantes, con toques de madera, cuero y tabaco, entre otros, por encima de las cítricas o florales.

27 ¿A la hora de elegir los calcetines para esta época: cuánto más gruesos más calor proporcionan?

No necesariamente. Los de lana son los más comunes, junto a los que incluyen mezclas. Como decíamos al hablar de sombreros, por los pies, así como por la cabeza, entra el frío en el cuerpo.



Hacia la sofisticación a través de la simplicidad, todo un reto.

28 ¿Sigue vigente en la moda para hombre la máxima de Leonardo Da Vinci, de que "la simplicidad es la máxima sofisticación"?

Así es. Lo que ocurre es que, paradójicamente, encontrar lo simple no suele ser siempre fácil. Es con los años y la experiencia cuando uno se va acercando a ello, y en más de un caso lo logra.

29 ¿Qué tipos de zapatos son imprescindibles para un vestuario masculino completo?

Con un solo par no nos vale. "Mínimo, tres pares, para alternar, y que sean de una buena inversión. Los más elegantes prefieren los *richelieus* a los *derbies* o *mocasines*", nos recuerda David El Hayani, experto en la materia y con una colección de J.M. Weston que sobrepasa los veinte pares.

30 ¿Qué lugar ocupan las botas y el calzado deportivo?

Las botas, y en concreto los botines, aportan un "aire dandi, que no le queda bien a todo el mundo", según El Hayani. En cuanto al calzado deportivo, si bien es el más usado en las ciudades, su nombre nos recuerda que nació para el deporte.



Algunas de las 24 variantes de **LV Buttersoft**, la zapatilla de lujo creada por Pharrell Williams, director artístico de la línea masculina de Louis Vuitton. Su diseño narra la historia del streetwear y su influencia en la moda y el estilo contemporáneo.



¿DEPORTE? QUÉ LUJO...

Dandy, pop, inspirado en el streetwear y confeccionado en Italia: así nació la **LV Buttersoft**, el nuevo sneaker que está cambiando los códigos de la ropa contemporánea, creada por Pharrel Williams, director artístico masculino de Louis

TEXTO **MICHAELA ZUCCONI**

EN SU HORTUS CONCLUSUS no hay esencias aromáticas, sino las imponentes esculturas *Priscilla* de Joana Vasconcelos y *L'objet du désir* de Nathalie Decoster, que celebran el objeto del deseo femenino (y ahora también masculino) por excelencia: el zapato. En la Manufacture de Souliers Louis Vuitton, en Fiesso d'Artico, en provincia de Venecia, Italia, el templo del calzado de lujo del grupo LVMH, el ambiente se asemeja más al de un recinto sagrado o un monasterio que a una fábrica:

en lugar de monjes con tinteros y pergaminos, ofician creativos y artesanos armados con martillos, punzones y hormas para zapatos, desplegando la misma paciencia y precisión. Esta caja mágica de 14 mil metros cuadrados, diseñada por el arquitecto francés Jean-Marc Sandrolini, concebida como una caja de zapatos sin tapa, combina eficiencia, respeto por la naturaleza —reciclaje de agua, sistema geotérmico, materiales simples, luz natural— y comodidad para



En esta página, se muestran algunas de las fases de la artesanía de LV Buttersoft. La zapatilla se fabrica en la Louis Vuitton Manufacture de Souliers, en Fiesso d'Artico, Véneto.

quienes trabajan allí. Es aquí donde se respira ese lujo característico de la *maison*, resultado de la suma de todas las fases de producción. Dentro de la oficina de estilo, los diseñadores, junto con Pharrell Williams, ecléctico director creativo masculino de Louis Vuitton desde 2023, desarrollan las colecciones desde todos los ángulos: inspiración, investigación de materiales, prototipado, hasta marketing. Y es también aquí donde la creación del calzado pasa por manos expertas:

maestros artesanos transmiten su *savoir-faire* a las nuevas generaciones, cortando pieles, trabajando tejidos, cosiendo, montando la parte superior y concluyendo con estrictos controles de calidad antes de la distribución mundial. Este meticuloso proceso es la esencia de uno de los nuevos objetos de deseo de este invierno: la zapatilla LV Buttersoft. Pop, suave, regordeta y ligera; deportiva, pero confeccionada con la misma esmerada artesanía que caracteriza a

todo el calzado Louis Vuitton. Diseñada inicialmente para el público masculino, pronto conquistó a las damas, en sus 24 variantes. Quizá también por su guiño a los años ochenta, omnipresentes en las pasarelas de la temporada Otoño/Invierno 2025-26, o por rendir homenaje a la cultura *streetwear*, que hoy se ha convertido en una auténtica corriente de moda de lujo, cultivada con sabiduría por Pharrell Williams en su *hortus conclusus*. □

PERFUMES



Blue Talisman EX NIHILO.

Joya hipnótica. Sutil frescura con acorde de pera, bergamota y mandarina. De fondo, ámbar y azahar.

Midnight Omen de TRUDON.

Con azafrán, raíz de lirio, mandarina, peonía, sándalo, cuero, musgo y almizcle.

Eau de Parfum Le Sel de d'Issey de ISSEY MIYAKE.

Amaderada y acuática con notas de sal, jengibre, algas marinadas, vetiver, cedro y musgo de roble.

L'Eau Pure de KENZO.

Floral cítrico con limón ácido y lavanda calmante. Garantiza un frescor duradero.

AROMAS ELEGANTES

El nuevo universo olfativo deriva hacia perfumes nicho, exclusivos u originales en su formulación. Estos son los últimos en desfilar en esta imaginaria pasarela aromática.

SELECCIÓN **LUCÍA HEREDERO**

FOTOGRAFÍA **JUAN CARLOS DE MARCOS**



*Eau de Parfum Paradigme de **PRADA HOMBRE**.*
Sofisticación y vanguardia. Toques de madera ambarada y geranio verde que le confieren calidez y frescura estimulante.

*NO Limits Platinum de **PHILIPP PLEIN**.* Materiales nobles con maderas y almizcle intenso para crear una alquimia irresistible llena de adrenalina.

*Rose Star de **CHRISTIAN DIOR**.* La rosa Centifolia, reflejada en este perfume, era la pasión de Christian Dior. Hoy, la *maison* la cultiva en la Provenza. Además, notas amieladas y almizcladas.

*Bleu de **CHANEL L'EXCLUSIF**.* Aromática, ambarina e intensa, con notas amaderadas, cuero, ámbar y resina.



EMWA Fest celebró su 17a edición bajo el concepto: "La Construcción del Tiempo" que reunió a lo más destacado de la alta relojería.

CELEBRANDO LA MAGIA DEL TIEMPO

Las firmas de alta relojería más destacadas se dieron cita durante la más reciente edición de **EMWA Fest**.

TEXTO **CARLOS SEMPRÚN**



EMWA CELEBRÓ EN MONTERREY su 17^a edición bajo el lema "La construcción del tiempo", un encuentro que reunió a grandes marcas y coleccionistas. En la apertura dieron la bienvenida Mauricio Wapinski, presidente del consejo, junto con José y Jacobo Wapinski, socios y miembros de una familia impulsora de la alta relojería y la joyería en todo el país. Los acompañó el director general Abraham Kleiman.

Entre las firmas asistentes a este Salón destacaron IWC, Jaeger-LeCoultre, Piaget, Jacob & Co., Panerai, Vacheron Constantin, Bvlgari, Hublot y Zenith, entre otras casas con piezas excepcionales, algunas de ellas únicas. En total, participaron dieciocho casas relojeras internacionales.

Tras la inauguración, se llevó a cabo una cena de gala en la Escuela Superior de Música y Danza, que reunió a toda la familia de la relojería

internacional. El menú fue creación del reconocido chef Eduardo Palazuelos. Durante el brindis, Mauricio Wapinski exaltó el arte de la relojería que transforma segundos en legado, celebrando también la vida. Fue, sin duda, una verdadera fiesta de la alta relojería.

El evento ya figura entre los más importantes del mundo, consolidando 76 años de historia y excelencia. En esta edición se presentaron piezas excepcionales que combinaron innovación y tradición, reafirmando la posición de EMWA como referente en la industria.

La firma confirma, año con año, la evolución de su propuesta, con la presencia de grandes novedades y piezas únicas. Una celebración donde se reúnen marcas, clientes y amigos para rendir tributo a la construcción del tiempo. Más de doscientos coleccionistas y entusiastas se dieron cita en EMWA Fest.



Arriba, La cena se celebró en la **Escuela Superior de Música y Danza**. Abajo en el sentido de las manecillas del reloj, Reloj **Vacheron Constantin Tourbillon Cronógrafo**; Un momento al interior de la **Boutique EMWA** en Monterrey

EMWA entiende el tiempo no como algo que simplemente transcurre, sino como una obra que se edifica con paciencia, pasión y precisión. Bajo este principio, La construcción del tiempo se convirtió en el eje conceptual de EMWA Fest 2025, un homenaje a la relojería como arte que transforma segundos en legado.

Así como un maestro relojero ensambla cada pieza con disciplina, cada persona construye su propio tiempo con decisiones, recuerdos y momentos significativos.

Este concepto conecta la herencia de siglos de maestría relojera con la experiencia personal de quienes portan estas creaciones, recordándonos que el verdadero valor de un reloj no reside únicamente en medir las horas, sino en convertirlas en huellas perdurables. ☀

emwa.com.mx





ENTRE RELOJERÍA E IMAGINACIÓN

Como un tributo poético IWC Schaffhausen encierra en este guardatiempos toda su experiencia técnica y la elocuente presencia de *El Principito*.

TEXTO **IZASKUN ESQUINCA**

DESDE HACE MÁS DE UNA DÉCADA, IWC Schaffhausen mantiene una alianza entrañable con la Antoine de Saint-Exupéry Youth Foundation, una colaboración que trasciende la relojería para rendir homenaje al legado humano y literario del autor de *El Principito*. Esta relación, nacida en 2006, ha dado vida a una de las colecciones más queridas de la firma: las ediciones especiales "Le Petit Prince", que unen precisión mecánica con sensibilidad narrativa. Una de esas dos ediciones es Big Pilot's Watch

Big Pilot's Watch Perpetual Calendar Tourbillon "Le Petit Prince" en caja de 46.5 mm en cerámica azul con corona y fondo en oro rosa de 18 quilates.

Perpetual Calendar Tourbillon "Le Petit Prince" que encarna un espíritu poético como pocas piezas lo han hecho antes. Destaca, sin duda, una caja de cerámica azul de 46.5 mm, acentuada por una corona y anillo posterior en oro rosa de 18 quilates 5N. Esta pieza se presenta como un equilibrio entre innovación técnica y refinamiento estético. Su carátula azul con acabado satinado, sello de las ediciones dedicadas al pequeño viajero, refleja la inmensidad del cielo que inspira tanto a aviadores como soñadores.



En el reverso, el rotor con la figura del personaje del Principito sobre su asteroide añade una dimensión poética al movimiento manufactura **IWC calibre 51950**.

En su interior late el calibre manufactura 51950, un movimiento que integra calendario perpetuo y tourbillon volante de minutos, una de las complicaciones más desafiantes de la relojería contemporánea. Este conjunto de 447 componentes, con un tourbillon formado por 82, es un prodigo de la micromecánica de IWC Schaffhausen. Pero más allá de la técnica, el reloj narra una historia. En el reverso, el rotor esculpido representa al Principito sobre su asteroide, evocando la búsqueda eterna de significado

que atraviesa la obra de Saint-Exupéry. Incluso la indicación de las fases lunares ha sido reinterpretada para incluir la silueta del personaje, transformando una función mecánica en una metáfora visual del paso del tiempo y de la imaginación.

El compromiso de IWC con la Antoine de Saint-Exupéry Youth Foundation no es sólo un gesto simbólico. A través de esta alianza, la manufactura suiza apoya programas educativos para jóvenes en situación vulnerable, fiel al espíritu humanista

del escritor y aviador francés. En cada edición de "Le Petit Prince", el mensaje es claro: la verdadera precisión no sólo se mide en segundos, sino en acciones que inspiran y transforman.

Big Pilot's Watch Perpetual Calendar Tourbillon "Le Petit Prince" es más que un instrumento del tiempo. Es una pieza de colección que captura la poesía del vuelo, la nobleza del saber hacer suizo y la esperanza de un niño que pone su mirada en las estrellas.

iwc.com.mx



EL SABOR DE LAS CUATRO ESTACIONES

Te proponemos una ruta de lujo por hoteles **Four Seasons** de Japón con su variada propuesta culinaria de altura.

TEXTO **IGNACIO VARA DE REY**

SIN DUDA EL PAÍS NIPÓN está a la vanguardia de la gastronomía. Desde Osaka hasta Tokio pasando por Kyoto. En esta ocasión dentro de la colección de hoteles Four Seasons, denominada The Japan Collection, el prestigioso grupo hotelero cuenta con propiedades que incluyen el Four Seasons Hotel Kyoto, el Four Seasons Hotel Tokyo at Otemachi, el Four Seasons

Hotel Tokyo at Marunouchi y el recién inaugurado Four Seasons Hotel Osaka. Cada uno ofrece un atractivo espacio, atmósferas únicas y destacan en su experiencias gastronómicas y rituales de bienestar y refinamiento.

KIOTO

En este hotel recomendamos el recién inaugurado Sushi Ginza Onodera, un nuevo restaurante donde el

visitante puede disfrutar de una inolvidable experiencia sushi *omakase*, es decir, diseñada conforme a las propuestas del chef. La misión del restaurante es mostrar el sushi tradicional de Ginza, una zona elegante y paradigmáticamente repleta de costumbres arraigadas y gran innovación, ante el mundo. Vanguardia y tradición en platillos únicos. Los amantes de la cocina nipona podrán

disfruta del auténtico sushi al estilo Edomae, elaborado con ingredientes selectos de temporada procedentes del legendario mercado Toyosu de Tokio, así como de los mejores mercados de Hokkaido y Kioto. Hay una diferencia entre el sushi Edomae y el habitual, y la mejor manera de percibirla es visitando Sushi Ginza Onodera. Hablamos para paladares expertos.

The Japan Collection de **Four Seasons** reúne cuatro propiedades distribuidas en Kyoto, Tokyo, Marunouchi y Osaka.

En cada una de sus propiedades se puede disfrutar de la mejor y más selecta selección de platos nipones creados por **excepcionales chefs**.



El restaurante está dirigido por el Jefe de Cocina Takuya Kubo, quien anteriormente dirigió el Sushi Ginza Onodera de Nueva York, galardonado con una estrella Michelin.

Además de los ingredientes de Edomae, es decir, de la bahía de Tokio, el menú hace hincapié en las delicias de Hokkaido, como el erizo de mar, la gamba botan y el cangrejo peludo, con platos conceptualizados por Akifumi Sakagami, quien es de Hokkaido y funge como Chef Ejecutivo Global de Ginza Onodera.

Los gourmets que visiten el hotel de Kioto seguramente también querrán conocer el Emba Kyoto Chophouse para degustar excelentes cortes de carne de distintas áreas de Japón, como solo-

millo Omi de Shiga, solomillo Akaushi de Kumamoto, solomillo Kuroge de Kagoshima y costillar Matsusaka de Mie.

TOKIO

Los amantes de la gastronomía se fascinarán con Est dentro del Four Seasons Hotel Tokyo at Otemachi, que consiguió su estrella Michelin por cuarto año consecutivo. Dirigido por el Chef Guillaume Bracaval, el restaurante se ha hecho famoso por su innovadora visión de la cocina francesa contemporánea. A las técnicas clásicas se suman los mejores ingredientes japoneses. Además, el chef pastelero Michele Abbatemarco recibió a principios de año el premio al Mejor Chef Pastelero 2024 por parte de Gault&Millau Japan. También el Est obtuvo un re-

conocimiento a la excelencia por parte de Wine Spectator en 2024.

Virtú es un bar en el Four Seasons Hotel Tokyo at Otemachi que se posiciona en el puesto 42 en la lista de los 50 mejores bares del mundo. Así, Tokio se consolida incluso más firmemente como un destino para los aficionados a la coctelería de alto nivel.

Dentro del propio Tokio se encuentra el Four Seasons Hotel Tokyo at Marunouchi, otro destino para los amantes del buen comer. Aquí se encuentra Sézanne, un emblemático restaurante que ya tenía dos estrellas Michelin, las cuales aumentaron a tres estrellas en 2024. Además, a principios de este año, obtuvo el primer puesto en la lista de los 50 mejores restaurantes de Asia,

así como el título de mejor restaurante de Japón. Está a cargo del Chef Daniel Calvert junto con el Chef Pastelero Patrick Thibaud.

A ellos recientemente se sumó el Chef Quique Dacosta, propietario de un restaurante homónimo en Dénia, España. Quique Dacosta cuenta actualmente con tres estrellas Michelin y ocupa el puesto 14 entre los 50 mejores restaurantes del mundo de 2024.

OSAKA

En el Four Seasons Hotel Osaka, se acaba de abrir el Sushi L'Abysse Osaka, donde la cocina francesa y el arte del sushi se entrelazan. La moderna sensibilidad francesa del Chef Yannick Alléno, un visionario con 15 estrellas Michelin en su haber, se suma a la maestría tradicional en sushi del Chef Itaru Yasuda, quien ha perfeccionado rigurosamente su arte durante casi tres décadas en Japón y otros puntos. Es el tercer L'Abysse del mundo, tras abrir los de París y Montecarlo. Algunos platos exclusivamente se ofrecen en Osaka y las selecciones se actualizan cada temporada.

fourseasons.com



Bruma Wine Resort, agrupa tres hoteles boutique para sumergirse en la naturaleza y descubrir a todo lujo la experiencia vitivinícola de la zona de Valle de Guadalupe.

EN EL VALLE DE GUADALUPE se respira un aire distinto. Es, por una parte, el aire de las posibilidades, de la promesa de un destino joven y, al mismo tiempo, un viento que ha corrido por estas montañas y tierras durante siglos. La misma sensación se traduce a Bruma Wine Resort: un sitio que parece contar la historia del valle mismo y, a la vez, evoluciona y crece con las temporadas. Un lugar creado por y para el vino.

Nacido en 2014, Bruma se ha convertido en un destino dentro del destino, uno que se puede vivir de muchas formas. Está la vinícola, construida alrededor de un encino de más de 300 años; está Fauna, el multi-premiado restaurante al mando de David Castro Hussong y Maribel Aldaco, y está el Mercado, que aloja el restaurante Bruma Wine Garden y Bruma Bakery (hogar de los mejores *croissants* de la zona). Además, está su ecléctica oferta de hospedaje: Casa Montaña, un hermoso dúo de villas para vivir los días en serenidad; los encantadores *lofts* de Ático que colocan al huésped al centro de la acción, y las increíbles suites de Casa 8, inmersas en la belleza del entorno.

Los días en Bruma pasan en completa libertad, marcados por el ritmo de la tierra. Amanecer en Casa Ocho significa ver la luz de la mañana iluminar los viñedos para después desayunar bajo un enorme árbol habitado por aves de colores. Y después, las posibilidades del día se despliegan, tan amplias como los viñedos. Igual de emocionante resulta hacer una degustación en la vinícola,

VIVIR POR EL VINO

Gastronomía, hospitalidad y mucho vino se conjuntan en Bruma Wine Resort, un lugar que expresa la magia del Valle de Guadalupe.

TEXTO **CRISTINA ALONSO**
FOTOGRAFÍA **D.R.**



seguida por una comida en Bruma Wine Garden, como simplemente descansar junto a la alberca con un libro y un par de copas de vino. Porque en Bruma, pase lo que pase, todo se debe al vino.

Un brindis por la vida

Nos encontramos con Lulú Martínez Ojeda, la mente maestra detrás de la vinícola, en la nueva cava de espumosos. El espacio es un refugio de los 31 grados que se viven afuera, y las copas de vino frío que nos ofrece Lulú nos saben a gloria. Ensenadense de nacimiento y de corazón, Lulú es parte del equipo de Bruma desde hace seis años. Después de pasar 16 años en Burdeos, donde estudió Enología, decidió regresar a México para trabajar con Henri Lurton, atraída por las posibilidades que ofrecía su tierra. Esto incluía también un cambio en estructuras y jerarquías.

“En Francia me encontré con mucho machismo”, recuerda. Y aunque en México también ha enfrentado en ciertas ocasiones



A tan solo 50 minutos de **Ensenada** y 2 horas de **San Diego** se localiza este refugio de tranquilidad, donde naturaleza, vino y gastronomía conectan con los sentidos.



que la gente se sorprenda al enterarse de que es ella quien está al mando de la vinícola, también reconoce que ha sentido mucha más libertad, además de poder celebrar a otras mujeres enólogas, como Silvana Pijoan, de Pijoan y Cristina Pino, de Santo Tomás, que son parte de la nueva era del Valle. En Bruma, Lulú se ha encargado de crear vinos que hablan de la tierra y sus regalos, de la sabiduría de la naturaleza y sus tiempos. No hay mejor forma de probarlos que rodeándonos de esos elementos, mientras Lulú

nos guía a través de una degustación bajo un hermoso arco elaborado con plantas. “Éste es el lujo en Bruma”, asegura. “Estar aquí en el rancho, donde sucede todo”. Lo comprobamos entre quesos, aceite de olivo, pan de masa madre y algunas de las creaciones de Lulú: un fascinante Ocho Blanc de Noirs, elaborado con uva 100 % Carignan Negra; un Ocho Rosé, 100 % Sangiovese y 100 % disfrutable; y nuestro favorito, Plan B Tinto, una mezcla de Grenache-Syrah-Mourvedre y Nebbiolo.

La oferta gastronómica en la propiedad va desde **Bruma Wine Garden**, al interior de Mercado Bruma e incluido en la Guía Michelin y **Bruma Bakery**.

Como sucede cuando fluye el vino, platicamos de todo un poco. De los retos que enfrenta el vino mexicano, de los hijos de Lulú y sus paladares aventureros, de nuestra pasión compartida por comer rico y del valor eterno de los cocteles clásicos. Y queda clarísimo que, efectivamente, éste es el lujo: tomarse el tiempo de platicar; de compartir; de disfrutar lo que la tierra nos da.

Una mesa para todos

Unos minutos antes de sentarnos a platicar con David Castro Hussong, nos enteramos que esta es la semana de aniversario de Fauna: ocho años creando esa cocina extraordinaria, tan innovadora como simple, que ha sido un elemento esencial en el panorama de sabores del Valle. “Ocho años son una vida. Fauna es nuestro hijo mayor”, asegura, refiriéndose a los dos hijos pequeños que comparte con su esposa, Maribel Aldaco, quien está a cargo de todas las creaciones dulces de Fauna, así como las de Bruma Wine Garden y Bruma Bakery. “Nosotros crecimos aquí, y ha sido muy lindo poder regresar a casa —después de una temporada en Estados Unidos— para hacer el proyecto de nuestros sueños”. El camino no ha sido siempre fácil, pero para David la clave ha sido “aprender a crecer y, cuando se nos ha presentado otra pared enfrente, la brincamos”.

En sus inicios, Fauna era un restaurante para 20 comensales y hoy puede llegar a atender hasta 400 en un fin de semana muy ocupado. Pero su esencia se mantiene intacta. “Tiene un sentido de pertenencia al lugar, al destino, al Valle”. Para lograrlo, David y su equipo permiten que el territorio y el ingrediente se expresen, haciendo más una

El restaurante **Fauna**, es liderado por el chef **David Castro** **Husson** y su esposa la chef pastelera **Maribel Aldaco**. El resultado un homenaje excepcional a los auténticos sabores de Valle de Guadalupe.

función “de curadores de arte”. Con una red de proveedores que podría llamarse también una red de amigos, la cocina opera con la misión de hacer brillar al producto, desde los mariscos de los fríos mares del Pacífico, obtenidos por un pescador local todos los días, hasta los vegetales de la tierra fértil de la zona, fuente de gran inspiración para David. “Con el producto de mar o con la carne tratamos de ser muy limpios, pero con las verduras sí nos aventamos a crear sabores más densos”, explica.

Unas horas más tarde nos encontramos con esas creaciones de las que habla: una suave zanahoria servida con tuétano y salsa negra y un brócoli ahumado con chiltepín, presente en incontables fotos en redes sociales, tan memorables como los platos con proteína como protagonista. Imposible no seguir soñando con los callos en puré de berenjena, con las mollejas con puré de papa o con el borrego braseado, servido con sus infaltables quesadillas en tortillas de harina. En cada bocado, el ingrediente sabe exactamente a lo que tiene que saber, sin dejar de percibirse la creatividad y la sazón de David y su equipo. “Fauna sabe a México. No le tenemos miedo ni a la sal, ni al ácido, ni a la grasa ni a la tortilla”, asegura el chef.

Concluimos con un *semifreddo* de miel con helado, una de las creaciones estrella de Maribel, que le da un final delicado y balanceado a nuestro festín. No es sorpresa que Maribel haya sido nombrada la Mejor Chef Repostera en los Latin America's 50 Best Restaurants en 2023, ni que Fauna se haya colocado como el mejor restaurante del país ese mismo año. Comer en Fauna es delicioso, sí, pero



también es una experiencia de comunión con el entorno y con quienes comparten el espacio y el momento.

Y el futuro se ve prometedor. “Dijimos que éste apenas es el arranque”, promete David, emocionado del crecimiento que se ve en el horizonte, tanto para Bruma como para el Valle. “En estos ocho años hemos visto cambios super positivos. Yo creo que se está produciendo el mejor vino mexicano que se ha hecho en los últimos años, y también es

increíble ver que mis amigos con los que crecí ahora están llevando los viñedos de sus familias, haciendo vinos con personalidad propia”.

Regresamos a nuestra habitación después de la cena, caminando entre viñedos, bajo un cielo con más estrellas de las que hemos visto en meses y las palabras de David y Lulú haciendo eco en nuestra memoria. Estamos en el Valle. Estamos en México. Y qué afortunados somos. ■

brumawineresort.com

LA ÚLTIMA... Y NOS VAMOS

MONTGOMERY CLIFT

LA BELLEZA VULNERABLE

TEXTO JAVIER FERNÁNDEZ DE ANGULO

CON "M" DE MALDITO, fue el inolvidable intérprete de *De aquí a la eternidad*. Murió a los 45 años, consumido por el alcohol y las drogas. En 2026 se cumplen sesenta años de su desaparición, y el misterio de su vida continúa vigente. Junto a James Dean encarnó un nuevo tipo de héroe: sensible, introspectivo y moderno, muy distinto a los de la generación de Frank Sinatra, John Wayne o Burt Lancaster.

Nació en Nebraska en 1920, hijo de un próspero banquero. Viajó por Europa, estudió arte y disfrutó de una infancia privilegiada, hasta que la crisis del 29 lo obligó a una vida más austera. Le costaba adaptarse a los colegios y encontró refugio en el teatro. Su talento fue descubierto en los escenarios de Broadway, donde debutó a los quince años. Pronto Hollywood lo llamó nada menos que Howard Hawks, lo eligió para *Río rojo*, un rodaje complicado en el que John Wayne llegó a decir de él: "Es un pequeño bastardo arrogante".

La película triunfó, y con ella llegaron otras cintas como *Los ángeles perdidos*, que le valió su primera nominación al Oscar, o *La heredera*, donde le arrebató el papel a Cary Grant. Estudiaba minuciosamente los guiones y su creatividad se extendía delante y detrás de la cámara: debatía con los directores y se exigía al máximo. Aprendió a montar a caballo para cabalgar como John Wayne; se internó en una cárcel para interpretar a un preso, y aprendió boxeo y piano cuando el personaje lo requería. Por ello, trabajó con directores de la talla de Howard Hawks, William Wyler, Joseph L. Mankiewicz, Alfred Hitchcock, John Huston, Elia Kazan, George Stevens y Vittorio De Sica.

El destino quiso que cruzara su camino con Elizabeth Taylor durante el rodaje de *Un lugar en el sol*. De esa película nació una amistad profunda que,



años más tarde, literalmente le salvó la vida. Rodaron juntos también *El árbol de la vida* y *De repente el último verano*. Durante el rodaje de *El árbol de la vida*, el 12 de mayo de 1955, al salir de una fiesta en casa de Taylor, su coche se estrelló contra una cabina telefónica. Entre los hierros retorcidos agonizaba Montgomery Clift. Taylor corrió hacia él y vio que se ahogaba: los dientes rotos se le habían incrustado en la garganta. Sin dudarlo, metió la mano y los extrajó, salvándole la vida. Luego, espantó a los fotógrafos para evitar que captaran su rostro desfigurado.

El accidente dejó secuelas: la mitad de su rostro quedó paralizada. El actor no se reconocía frente al espejo. Tras varias operaciones, retomó el rodaje y más tarde filmó títulos como *El baile de los malditos* y *Los juicios de Núremberg*. Pero la inseguridad lo venció: se refugió en el alcohol y las drogas.

A pesar de los rumores de la época, el documental *Making Montgomery Clift* aclara que su homosexualidad no fue un trauma: tanto él como su familia la vivieron con naturalidad, de un modo sorprendentemente moderno para aquellos años. Clift aportó una nueva mirada a la belleza masculina: tierna, sensible y vulnerable.

Su forma de actuar, "vivir a fondo cada personaje", dejó lecciones imborrables. Elegía sus proyectos con lupa y rechazó grandes papeles, como el de *Al este del Edén*, porque necesitaba identificarse con el personaje. Actor noble, impecable e introspectivo, sus interpretaciones son verdaderas obras maestras. Poco a poco se fue aislando del mundo, y el 23 de julio de 1966 murió de un infarto, a los 45 años. Un cadáver joven para un actor eterno. ☐

BULOVA

LEGENDARY SINCE 1875



CURV
98A328



SPEEDMASTER DARK SIDE OF THE MOON

La exploración del espacio profundo comenzó con unos pioneros y un cronógrafo de referencia. Ahora, el Dark Side of the Moon entra en una nueva fase. Una aguja roja se abre paso sobre la oscuridad de la cerámica, mientras que el movimiento Co-Axial Master Chronometer calibre 9908 Black Edition de carga manual brinda precisión resistente a los campos magnéticos. Más estilizado, más elegante y mejor construido que nunca.

Ω
OMEGA

BOUTIQUES OMEGA: Artz Pedregal, El Palacio de Hierro (Perisur, Polanco, Santa Fe, Guadalajara, Monterrey).