SEP 2024
RSEE037

RollingStone

en ESPAÑOL

FIGHT FOR THE PLANET

- Inteligencia artificial
- Movilidad sostenible
- Turismo y nomadismo
- Fast Fashion
- Música en vivo



Karla & Luis Gerardo

PROYECTAN SUS VOCES AL FUTURO

Precio al público $120.00
00037
7 509771 843067
COLOMBIA $15000
ESPAÑA 10 €
MÉXICO $120



Mil acentos, *UNA SOLA VOZ*



SUSCRÍBETE

es.rollingstone.com/suscripciones

* Promoción válida para edición impresa mensual en Colombia y México. Aplican términos y condiciones.

Rolling Stone En Español

CEO
Diego Ortiz

EDITORA EJECUTIVA	**Bibiana Quintana Pinilla**
EDITOR EN JEFE	**Ricardo Durán Paredes**
EDITORA GRÁFICA	**Cindy Johanna Morales Cristancho**
FASHION DIRECTOR	**Angélica Diazgranados**
EDITORES SENIOR	**Martín Toro Mahecha, Pablo Monroy López**
SOCIAL MEDIA MANAGER	**Valentina Sánchez Ramírez**
EDITORA ASUNTOS INTERNOS	**Laura Vásquez Roa**
EDITOR DE CINE Y TV	**André Didyme-Dôme**
TRADUCCIÓN Y CORRECCIÓN DE ESTILO	**Francesca Quintero Bello**
REDACTORA SENIOR	**Melisa Parada Borda**
REDACTORAS	**Marcela Guerrero, Patricia Guerrero Carrillo, Valentina Villamil**
COMMUNITY MANAGER SENIOR	**Marina Morales Bernal**
COMMUNITY MANAGER	**Hareth Peraza, Alonso Morales, Melani Martínez**
WEB MASTER SENIOR	**María Camila Morales Cristancho**
EDITOR GRÁFICO SENIOR	**Santiago Sanabria**
WEB MASTER	**Ximena Zambrano**
COLABORADORES	**Jon Dolan, Edith Olivares Ferreto, Ana Piquer, Joaquín Vismara**

Tasty Media

CHAIRMAN	**Diego Ortiz**
CHIEF OPERATING OFFICER	**Bibiana Quintana Pinilla**
CHIEF EVENTS & PRODUCTION OFFICER	**Alejandro Ortiz**
PRODUCTOR EJECUTIVO	**Juan Pablo Añez**
CHIEF CREATIVE & BUSINESS OFFICER	**Alex Sánchez**
BRAND EXTENSIONS DIRECTOR	**Carlos Mario Quintana**
DIRECTORA DE PROYECTOS ESPECIALES	**Agustina Madkur**
DELIVERY MANAGER	**Valentina Sánchez**
PROJECT MANAGER	**Daniela García Pinilla**
CREADORES DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES	**Cristhian Lozano, Estefanía Farías**
DESARROLLO Y TECNOLOGÍA	**Felipe Ceballos**
ESPECIALISTA EN INTELIGENCIA DE DATOSA	**Angie Quintana**
DESARROLLO DE NEGOCIOS LATAM	**Karla Barreda**
DESARROLLO DE NEGOCIOS ESPAÑA	**Alejandra Meléndez**
COORDINADORA FINANCIERA	**Ana María Bonilla**
COORDINADORA ADMINISTRATIVA	**Valentina Bonilla**
ASUNTOS LEGALES	**Miguel Arango**
CONTADOR	**Edgar García**

Rolling Stone Argentina

DIRECTOR EDITORIAL	**Daniel Flores**
EDITOR JEFE	**Sebastián Ramos**
EDITOR	**Humphrey Inzillo**
SUBEDITOR	**Martín Sanzano**
REDACTORA WEB	**Paz Azcárate**
EDITOR DE ARTE	**Alejandro López Mella**
EDITOR DE FOTOGRAFÍA	**Ignacio Arnedo**
REDES	**Ayelén Cisneros**

Rolling Stone Headquarters

CHIEF EXECUTIVE OFFICER	**Gus Wenner**
EDITOR IN CHIEF	**Noah Shachtman**
DIGITAL DIRECTOR	**Lisa Tozzi**
CREATIVE DIRECTOR	**Joseph Hutchinson**
DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY & DEPUTY CREATIVE DIRECTOR	**Emma Reeves**
PUBLISHER, EVP, HEAD OF GLOBAL BRAND PARTNERSHIPS	**Brian Szejka**
ASSOCIATE PUBLISHER	**Jessica Grill**

Penske Media Corporation (PMC)

CHAIRMAN & CEO	**Jay Penske**
CHIEF OPERATING OFFICER	**George Grobar**
MANAGING DIRECTOR, INTERNATIONAL MARKETS	**Debashish Ghosh**
ASSOCIATE VICE PRESIDENT, INTERNATIONAL MARKETS	**Gurjeet Chima**
ASSOCIATE DIRECTOR, INTERNATIONAL BRAND & PARTNERSHIP OPERATIONS	**Francesca Lawrence**

Rolling Stone® is a registered trademark of Rolling Stone, LLC. ©2024 Rolling Stone, LLC. All rights reserved. Published under license from Rolling Stone, LLC, a subsidiary of Penske Media Corporation. Reproduction in whole or in part without permission is prohibited. The name ROLLING STONE and the logo thereof are registered trademarks of ROLLING STONE, LLC, which trademarks have been licensed to TASTY MEDIA.

Editado y Publicado por Diego Ortiz para TASTY MEDIA Copyright © 2024 under license from Rolling Stone, LLC, a subsidiary of Penske Media Corporation. Todos los Derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del material editorial de este número. El nombre ROLLING STONE y el logo son marcas registradas por ROLLING STONE LLC, cuya licencia ha sido concedida a TASTY MEDIA.

El material periodístico es de absoluta responsabilidad de sus autores. El contenido de la publicidad es responsabilidad absoluta de los anunciantes.

IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN
Reproducciones Fotomecánicas S.A. de C.V. , calle Durazno No. 1, Col. San José de las Peritas, Xochimilco, CP 16010, CDMX

ES.ROLLINGSTONE.COM
PUBLICIDAD: **rs@rollingstone.com.co**
SUSCRIPCIONES: **suscribase@rollingstone.com.co**

Publicación seriada de carácter científico o cultural.
ISSN No. 1794-0370.

Contenido

24

Fight for the Planet

Reflexiones sobre la sostenibilidad en relación con el turismo, la moda, la inteligencia artificial y la música en vivo.

POR ROLLING STONE

34

Ellas continúan buscando

Un grupo de valientes mujeres mexicanas se enfrenta a todo tipo de adversidades, mientras lidera procesos para dar con el paradero de sus seres queridos.

POR EDITH OLIVARES FERRETO Y ANA PIQUER

38

Karla Souza: pasado, presente y futuro

La actriz mexicana habla sobre su formación actoral, su trayectoria y su responsabilidad con el mundo que nos rodea.

POR ANDRÉ DIDYME-DÔME

46

Luis Gerardo Méndez: un artista curioso y comprometido

Una conversación en torno a la extensa carrera del actor mexicano, su experiencia teatral, la comedia y su compromiso con las causas sociopolíticas y ambientales.

POR ANDRÉ DIDYME-DÔME

52

Charly García: yo soy el escorpión

Detrás de la composición, la grabación y la edición de *La lógica del escorpión*, el nuevo álbum del héroe del rock argentino con colaboraciones de David Lebón, Pedro Aznar, Fito Páez y hasta Luis Alberto Spinetta.

Por Sebastián Ramos

RS

EDICIÓN 037

El pulso de la cultura

En portada

Karla Souza y Luis Gerardo Mendez fotografiados **por Ricardo Ramos**

Historia: André Didyme-Dome
Producción Ejecutiva: Alejandro Ortiz
Styling: Fernando Fernández
Producción General: Daniela García
Styling Team: Sarah Mendoza y Daniela Correa
Glam LGM: Ale Velarde
Glam Team Karla Souza:
Pelo: Ernesto Vargas
Make up: Salvador Gonzalez
Asistentes de moda: Renata Leyva y Mara Reyes
Asistente de Fotografía: Roberto De La Mora
BTS: Ricardo Soto
Asistente de Iluminación: Brandon Barker
Equipo de iluminación: Spora
Auto: Volvo
Reloj: Omega

Karla Souza:
Total look Gucci, **Joyería:** Cartier, **Reloj:** Omega.

Luis Gerardo Méndez:
Camisa: Ferragamo, **Pantalón:** Off-White, **Joyería:** Tiffany.

The Mix

9 **JHAYCO, un rockstar latino**

El puertorriqueño se enfrenta a su propio reflejo en *Le Clique: Vida Rockstar (X)*, un álbum en el que el reggaetón se reinventa.

POR VALENTINA VILLAMIL

Reviews

Música

61 **Las dos caras de Jack White**

El músico vuelve a patear traseros con un disco sin nombre.

POR JON DOLAN

Cine

63 **Hay que dificultarles las cosas a los idiotas**

Tim Burton regresa triunfal, y el delirante Beetlejuice vuelve para poner a "los vivos" en su lugar.

POR RODRIGO TORRIJOS

FOTOGRAFÍA POR **Nora Lezano** | 5

PLAYLIST

NUESTRAS CANCIONES Y VIDEOS FAVORITOS EN LA ACTUALIDAD







Para la playlist de esta edición resaltamos los lanzamientos de algunos artistas de habla hispana como Juliana, Belinda, Soley, Álvaro Díaz y NSQUK. Durante este mes varias colaboraciones dieron mucho de qué hablar como Rosalía junto a Lisa en 'New Woman', Jessie Reyez con Lil Wayne en 'Ridin', el dueto de Lady Gaga al lado de Bruno Mars en 'Die With A Smile', y por supuesto a Coldplay colaborando con Little Simz, Tini, Burna Boy y Elyanna en 'WE PRAY'.

1. Myke Towers, NTG
La primera vez

2. Kali Uchis
Simple

3. Juliana, Lagos
Manhattan

4. Soley
Coco Loco

5. Quavo, Lenny Kravitz
FLY

6. Belinda
La mala

7. Lisa, Rosalía
New Woman

8. NSQK, Álvaro Díaz
MUBI

9. Coldplay, Little Simz, TINI, Burna Boy, Elyanna
WE PRAY

10. Nasa Histoires, Pedrina
Florecer contigo

11. Blink-182
All In My Head

12. Jessie Reyez, Lil Wayne
RIDIN

13. José Madero
Gardenias '87

14. Hello Seahorse, Vanessa Zamora
Fue solo un sueño

Encuentra reseñas, estrenos y mucho más en es.rolling-stone.com

15. Tiago PZK, Anitta, Emilia
Alegría

16. The Smile
Don't Get Me Started

17. Kenia OS, Steve Aoki
Replay

18. Little Jesus
Fuego Fuego Fuego Fuego

19. Lady Gaga, Bruno Mars
Die With A Smile

20. Halsey
Lonely Is The Muse

DESDE ARRIBA, DE IZQUIERDA A DERECHA: LENNY & QUAVO: MIA ROSS; KALI UCHIS: CORTESÍA MIALA; LISA & ROSALÍA: TYLER KOHLHOFF; BELINDA: CORTESÍA PRENSA; LITLE JESUS: MARÍA JOSÉ DOMINGUEZ.

stf

RollingStone

AUDÍFONOS + BOCINAS

DANNA



AUDÍFONOS INALÁMBRICOS

60H HORAS DE REPRODUCCIÓN

FUNCIÓN DUAL

www.stf.tech

Coppel · elektra · Walmart · SEARS · SOLO Sanborns

Office DEPOT · RadioShack Amamos la tecnología · sam's club · amazon · mercado libre


12 FESTIVALES DE MÚSICA
EN UNA BOTELLA
PARTICIPA POR UN
BACARDÍ
FAN
PASS
BACARDÍ
CARTA BLANCA
EDICIÓN LIMITADA
ESTABLECIDO EN 1862
CONOCE MÁS
AQUÍ
BACARDÍ
BOTELLA EDICIÓN LIMITADA
EVITA EL EXCESO
No. Permiso: 243300201A1070
ALCOHOLINFORMATE.ORG.MX

The Mix

WHAT'S NEW, WHAT'S NEXT, WHAT'S NUTS



JHAYCO, un rockstar latino

El puertorriqueño se enfrenta a su propio reflejo en* Le Clique: Vida Rockstar (X)*, un álbum de 29 canciones donde el reggaetón se reinventa al ritmo de su creatividad

FOTOGRAFÍA POR **Kristopher Muñiz**

→ JHAYCO



'La vida rockstar es hacer todo lo que tú ames, lo que te apasiona, y un poco más', dice JHAYCO sobre esta nueva etapa de su vida, en la que ha renacido en la cúspide de su carrera. Anteriormente conocido como Jhay Cortez, el cantante puertorriqueño se ha adentrado en un territorio más personal y ambicioso con su próximo álbum de estudio, *Le Clique: Vida Rockstar (X)*. Esta entrega no solo marca su regreso, sino que introduce a lo grande su evolución y desarrollo tanto como persona, como artista.

Este proyecto lleva más de tres años en desarrollo, recopilando sus experiencias y su proceso de transformación personal. "A lo largo de estos años, el proyecto ha cambiado mucho, ha tenido diferentes intervenciones y mucha evolución", comenta. "Este álbum no solo ha evolucionado él, sino me ha evolucionado a mí. Yo creo que este disco es todo en lo que me he convertido en estos últimos años. Me ha ayudado a crecer, tener nuevas perspectivas y contemplar un panorama musical mucho más amplio".

Nacido como Jesús Manuel Nieves Cortez en Río Piedras, Puerto Rico, JHAYCO tuvo sus primeros acercamientos a la música desde muy joven. A los 11 años ya estaba escribiendo sus propias canciones, una habilidad que sería su pase dorado para poner un pie en la industria. Con el tiempo, el boricua se forjó un nombre como compositor detrás de algunos de los éxitos más sonados del género urbano. Colaboró en la creación de temas para artistas que admiraba, como Yandel, Nicky Jam, Ozuna, y Daddy Yankee.

En 2018 lanzó *Eyez On Me*, una carta de presentación que puso en evidencia su capacidad para combinar reggaetón, trap y R&B con naturalidad y transformar la escena del momento. Un año más tarde llegaría *Famouz* y, haciendo honor al título, JHAYCO logró el reconocimiento internacional con su tema 'No me conoce', que luego sería remezclado junto a J Balvin y Bad Bunny.

Aprovechando aquella primera probada de éxito masivo, el puertorriqueño continuó trabajando y en 2020 publicó *Famouz Reloaded*, una edición ampliada del álbum que incluyó nuevas canciones y colaboraciones. Con temas como 'Easy' con Ozuna y 'Medusa' junto a Anuel AA y J Balvin, JHAYCO dejó claro que podía moverse cómodamente entre colaboraciones de alto perfil. 'DÁKITI', con Bad Bunny, se convirtió en el himno de reggaetón del momento, cerrando con broche de oro un año retador y lleno de adversidades.

En *Timelezz* se propuso explorar una diversidad de géneros, fusionando elementos clásicos del urbano con sonidos futuristas, haciendo de los sintetizadores su marca personal. Myke Towers, Kendo Kaponi, y Anuel AA son algunos de los intérpretes que participan en esta entrega que fusionó el trap, reggaetón y algunos sonidos más experimentales.

> "La vida rockstar es hacer todo lo que tú ames, lo que te apasiona, y un poco más".

Lo cierto es que cada proyecto en su discografía ha sido una manifestación de su evolución constante. Ahora, con el lanzamiento de *Le Clique: Vida Rockstar (X)*, el intérprete entró en una nueva etapa de madurez artística, en la que se siente libre para explorar todas las facetas de su sonido. JHAYCO ha descrito este álbum como su trabajo más personal hasta la fecha, siendo este un reflejo de sus vivencias, emociones, y desafíos. "Rupturas, relaciones, momentos buenos, momentos malos, momentos tristes; cosas personales mías que la gente quizá no sabía", revela. "Este álbum es como un espejo de quién es JHAYCO hoy en día", añade.

KRISTOPHER MUÑIZ. 32

Grabado en distintas ciudades alrededor del mundo, el álbum se nutre de la influencia cultural de cada lugar en el que fue gestado. "Estar en Puerto Rico, de momento estar en Madrid, en París, en Miami, en México, es demasiada cultura, demasiada inspiración", comenta. "Cuando fui a España pude hacer 'Passoa' y 'En la Bentley', que son más deep house, porque España tiene esa *vibe* de estar de vacaciones, en el bote, en las discotecas. Pero crearlo en diferentes partes me ayudó a expandir mi visión".

El álbum cuenta con 29 temas y está dividido en tres partes, haciendo un guiño a estos tres años en los que el intérprete no lanzó ningún disco. "Es una parte por cada año, tres etapas diferentes, pero que se fusionan entre sí. Si eres fanático mío, 29 temas, teniendo en cuenta que hay siete u ocho que ya salieron, es un disco normal, no es tan extenso. Pero estas son las 29 pistas que en estos tres años me han tocado personal y emocionalmente".

En esta ocasión, JHAYCO se centró tanto en exaltar sus influencias de toda la vida como de dar la bienvenida a las voces del futuro, colaborando con grandes de la industria y artistas emergentes por igual. "Este álbum está más enfocado en mí", afirma. "Yo creo que he hecho muchas colaboraciones a través de mi carrera. Pero este álbum va más dirigido a mí y a las personas que están subiendo, emergiendo y que la están rompiendo, como Dei V".

En el álbum, también hay otros nombres como el de DJ Khaled, que llamó la atención cuando JHAYCO estrenó el *tracklist* de *Le Clique: Vida Rockstar (X)* en exclusiva con Rolling Stone en Español. "Aquí quise fusionar culturas. Este álbum está lleno de cosas que me gustan, junto a artistas que traen algo fresco, algo nuevo". Eladio Carrión, Peso Pluma, Omar Courtz, Kapo, Bryant Meyers y Quevedo son otras figuras que aparecen dentro de la lista del reparto estelar del proyecto.

A nivel conceptual, el álbum está cargado de referencias a la cultura del skate y las motocicletas, elementos que considera parte esencial de su "universo rockstar". "No te voy a mentir, siempre me ha gustado, pero no soy el más skater. Pero me gusta la estética, cómo se ve, la cultura, me gusta todo", admite. Esta influencia se manifiesta desde el primer tema, 'Vida Rockstar', un track de punk rock que encapsula toda la energía y rebeldía de estos gremios culturales.

Aunque *Le Clique: Vida Rockstar (X)* es un recuento de sus diferentes etapas y estilos musicales por los que ha atravesado para forjar su identidad, esta entrega es un intento por desafiar los límites del urbano, manteniendo un sonido multidimensional y a la vanguardia de la rápida transformación del género. "Si tú cierras los ojos, no vas a ver en qué track estás", afirma JHAYCO. "Hay demasiadas transiciones, demasiados colores, demasiados cambios de batería, de género, de sonido, de melodía", añade.

Pero, más allá de ser la voz, compositor y protagonista de la entrega, JHAYCO ha asumido su papel como productor. Y aunque el puertorriqueño suele involucrarse creativamente en cada uno de sus lanzamientos, esta nueva entrega supone un control creativo total por parte del cantante. Traducir sus ideas en sonido "es una bendición" para él, pues ha sabido construir un álbum que es tan variado como auténtico, un reflejo fiel de su identidad musical. "Siento que el saber producir y todo eso me ayuda a ejecutar lo que tengo en mi mente, traerlo y materializarlo mucho mejor".

No es secreto para nadie que Latinoamérica se ha convertido en uno de los grandes protagonistas de la industria musical en los últimos años. El género urbano ha dejado de ser un fenómeno local para convertirse en una fuerza cultural global, dejando atrás barreras geográficas y lingüísticas, y para conquistar listas de éxitos internacionales; a lo mejor este es el resultado de un género que se niega a ser encasillado.

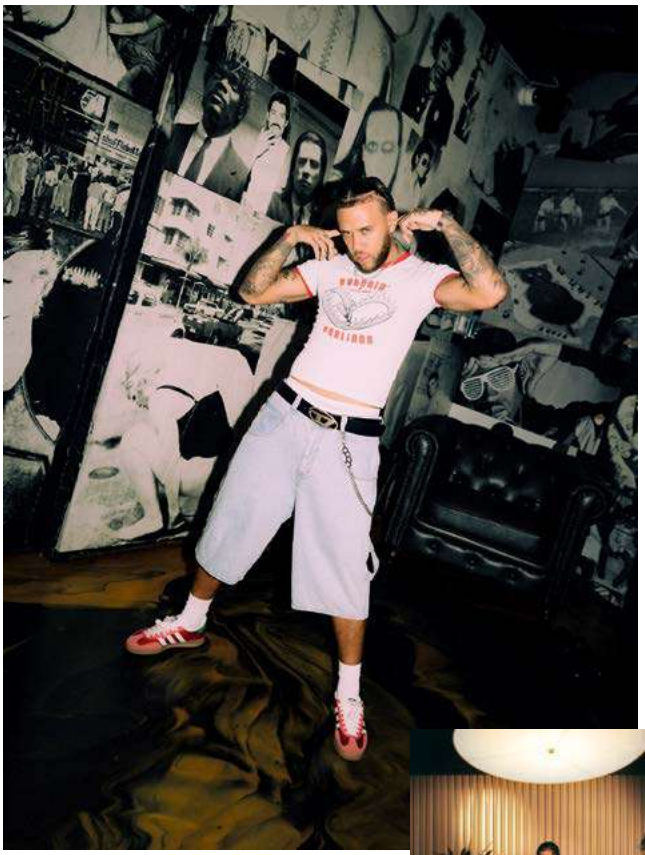
"La evolución del género ha sido gigante. Yo creo que todo el mundo ha podido verlo", afirma. "¿Cómo va a morir un género que la gente ahora mismo está fusionando e integrando? Es imposible, esta es la música de la juventud".

Con *Le Clique: Vida Rockstar (X)*, JHAYCO pretende expandir aún más esos horizontes, integrando sonidos que van desde el punk y el rock hasta el minimalismo del deep house, como la crudeza de la calle, volviendo a sus raíces en el trap. Aquí, el intérprete nos reafirma que el reggaetón puede dialogar con cualquier otro estilo musical, en una celebración a esta metamorfosis que parece nunca tener fin.

Este nuevo corte en su discografía se distingue de sus trabajos anteriores por diferentes razones, y, la más destacada de ellas es, probablemente, que se trata de un álbum que lleva a JHAYCO a un nuevo nivel, y reafirma su legado en poco más de una década de trayectoria. "Este álbum es completamente diferente. Antes estaba viendo lo que a la gente le gustaba, qué podía incorporar y qué podía mejorar. Pero aquí todo fluyó y puedo decir que es mi mejor cuerpo de trabajo hasta el momento. Por el que más he sacrificado y al que más le he apostado", confiesa.

El puertorriqueño comenzó a componer a los 11 años y ha trabajado sin descanso para llegar a donde está hoy. "He logrado parte de eso que soñaba de niño, pero todavía tengo muchos sueños, e incluso siento que estoy empezando", comenta. "Esta es mi nueva etapa como JHAYCO y ahora siento que estoy en mi mejor momento profesional, personal, emocional y mentalmente. Así que siento que todo en mi vida me estuvo preparando para este momento".

Ahora, JHAYCO se encuentra en una etapa crucial de su carrera, y con *Le Clique: Vida Rockstar (X)* ha nacido de nuevo. Más allá de una colección de canciones, su nueva entrega expone al intérprete puertorriqueño como un personaje que persigue constantemente su verdad y todo lo que significa ser un artista en el siglo XXI. **VALENTINA VILLAMIL**





LE CLIQUE: VIDA ROCKSTAR (X)
En su álbum más personal hasta el momento, JHAYCO presenta una compilación de experiencias como muestra de la evolución de su música.

Avani Hotels & Resort: expansión en Bogotá y Cancún

Con nuevos espacios, Avani se materializa en los principales destinos de América Latina

Por MARTÍN TORO

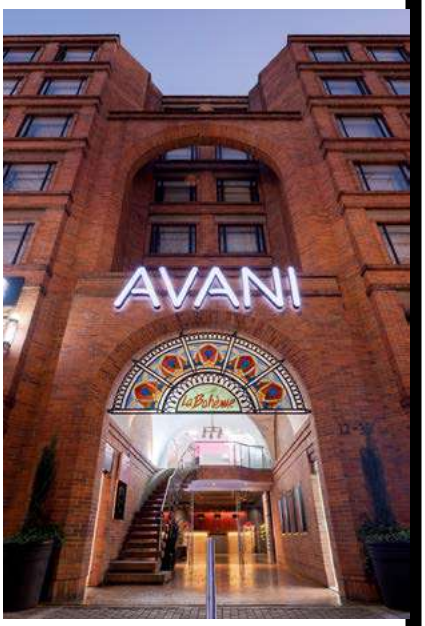






Christian J. Daghelinckx.

PARA EL VIAJERO MODERNO
Avani está dirigido a un público diverso, enfocado en el viajero cosmopolita, que se siente impulsado hacia la búsqueda de experiencias auténticas y significativas, con una mentalidad abierta y curiosa.



Avani Hotels & Resorts, la marca lifestyle de Minor Hotels, ha decidido expandir su presencia en Latinoamérica con la apertura de dos nuevos hoteles en Bogotá y Cancún. Estas inauguraciones marcan un emocionante capítulo para Minor Hotels en la región, ofreciendo opciones modernas y funcionales diseñadas para viajeros inteligentes, flexibles y sociales.

Avani Royal Zona T en Bogotá

La llegada de Avani a Bogotá se materializa con la apertura de Avani Royal Zona T, un hotel que refleja la apuesta del grupo hotelero por reforzar su presencia en Sudamérica. Este establecimiento está diseñado para atraer a viajeros con mentalidad millennial, de negocios y amantes de la cultura en busca de nuevas experiencias. Ubicado en uno de los sectores más atractivos de la ciudad, Avani Royal Zona T está rodeado de reconocidos centros comerciales, vida nocturna icónica y delicias gastronómicas.

"Los viajeros están buscando experiencias que no solo les permitan disfrutar de los atractivos naturales y culturales del país, sino también contribuir positivamente a su conservación y desarrollo sostenible", comenta Christian J. Daghelinckx, director general Américas para Minor Hotels Europe & Americas.

La apertura de Avani Royal Zona T coincide con un aumento del 24.3 % de visitantes no residentes en Colombia en 2023, comparado con 2022. Además, el hotel refleja el compromiso de la marca con la sostenibilidad, implementando prácticas medioambientales y sociales como la gestión eficiente de energía y residuos, y el uso de productos ecológicos.

Avani Cancún Airport en México

Por otro lado, Avani aterriza en México con la apertura de Avani Cancún Airport, el hotel más grande de este concepto en Latinoamérica. Este nuevo establecimiento está ubicado a solo siete minutos del Aeropuerto Internacional de Cancún y a 20 minutos de la zona hotelera, en un lugar paradisíaco rodeado del hermoso mar Caribe y sus aguas cristalinas.

"En Avani Cancún se disfruta desde el primer momento la esencia tropical y cultural del destino. El hotel está diseñado para ofrecer una experiencia integral que atiende tanto a viajeros de negocios como de ocio, brindando comodidad y estilo en un entorno sostenible. Los huéspedes podrán disfrutar de espacios contemporáneos que facilitan tanto el trabajo como la relajación, todo ello en un ambiente que respeta y refleja la belleza natural de Cancún", agrega Christian J. Daghelinckx.

La apertura de Avani Cancún Airport se alinea con el aumento del 6.9 % en la llegada de turistas a Quintana Roo en 2023, destacándose Cancún con un 77.9 %.

Al igual que en Bogotá, este hotel también refleja el compromiso de Avani con la sostenibilidad, implementando prácticas como la gestión eficiente de energía y residuos, y la promoción del transporte sostenible.

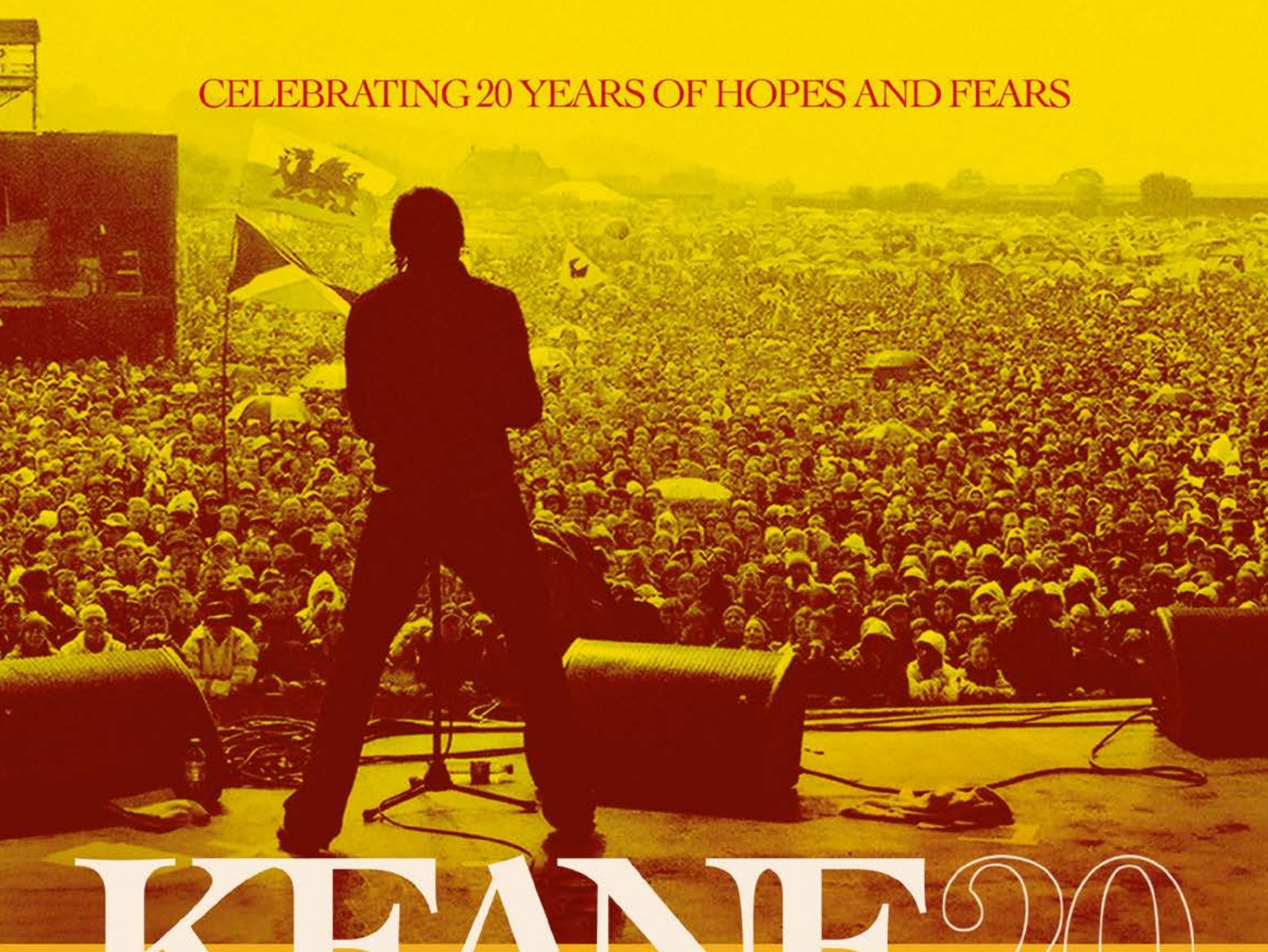
Compromiso con la sostenibilidad

Ambos hoteles, Avani Royal Zona T y Avani Cancún Airport, no solo buscan ofrecer experiencias memorables a sus huéspedes, sino también mantener un firme compromiso con la sostenibilidad. Las prácticas medioambientales y sociales incluyen la gestión eficiente de energía con sistemas de iluminación LED, reciclaje y compostaje de residuos alimentarios, uso de productos ecológicos y promoción del transporte sostenible.

Avani Hotels & Resorts, parte de Minor Hotels, se lanzó en 2011 y está diseñada para viajeros de mentalidad millennial. Con presencia en 38 establecimientos repartidos por Asia, Europa, Oriente Medio, el océano Índico, África y América, la marca continúa expandiéndose y adaptándose a las diversas culturas de cada destino.

CORTESÍA NH HOTELES, 4.

CELEBRATING 20 YEARS OF HOPES AND FEARS



KEANE20

SOUTH AMERICA 2024

BOGOTÁ
23 DE NOVIEMBRE
CHAMORRO CITY HALL

ENTRADAS EN WWW.TUBOLETA.COM

PULEP HTG283

ENTRADAS
Tuboleta

MEDIOS ALIADOS
publimetro · RollingStone · emmedio

PRODUCE
MOVE

KEANEMUSIC.COM

CRONOMETRANDO LA HISTORIA, OMEGA Y LOS JUEGOS OLÍMPICOS

Un vistazo a la marca que ha registrado todos los récords desde 1932

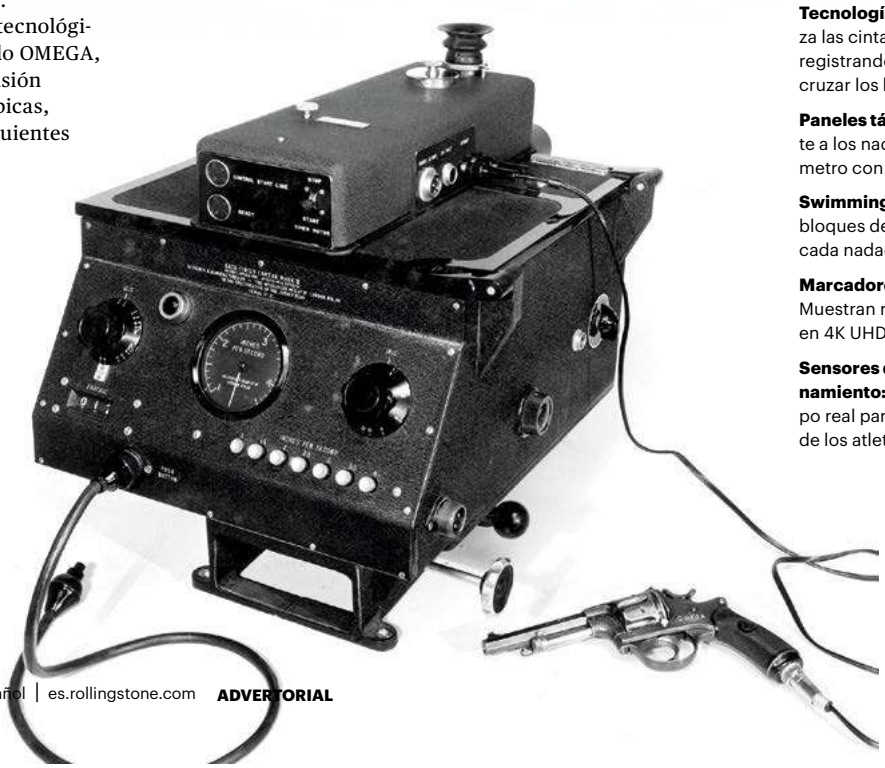
Por Martín Toro

Desde 1932, OMEGA ha sido el cronometrador oficial de los Juegos Olímpicos, registrando sueños y récords en cada evento. Con más de 90 años de experiencia, la marca suiza llega a los Juegos Olímpicos París 2024 con tecnología avanzada y un compromiso inquebrantable con la precisión y la excelencia.

En 1932, OMEGA se convirtió en el primer relojero seleccionado como cronometrador oficial para todos los eventos olímpicos. Desde entonces, ha estado presente en cada edición, evolucionando continuamente su tecnología. Desde los primeros cronómetros de alta precisión hasta los modernos *Quantum Timers,* OMEGA ha sido pionera en la medición del tiempo en el deporte.

Entre los avances tecnológicos que ha presentado OMEGA, para medir con precisión todas las justas olímpicas, se encuentran las siguientes herramientas:





Pistola de inicio electrónica: Garantiza un inicio igualitario para todos los atletas al emitir un sonido sincronizado con un flash de luz.

Bloques de salida en atletismo: Estos sensores miden la fuerza del atleta contra el reposapiés, detectando falsas salidas.

Quantum Timer: Con la precisión de una millonésima de segundo, supera a los cronómetros tradicionales.

Tecnología de fotocélula: Reemplaza las cintas en la línea de meta, registrando el tiempo del ganador al cruzar los haces de luz.

Paneles táctiles en natación: Permite a los nadadores detener el cronómetro con precisión al tocarlos.

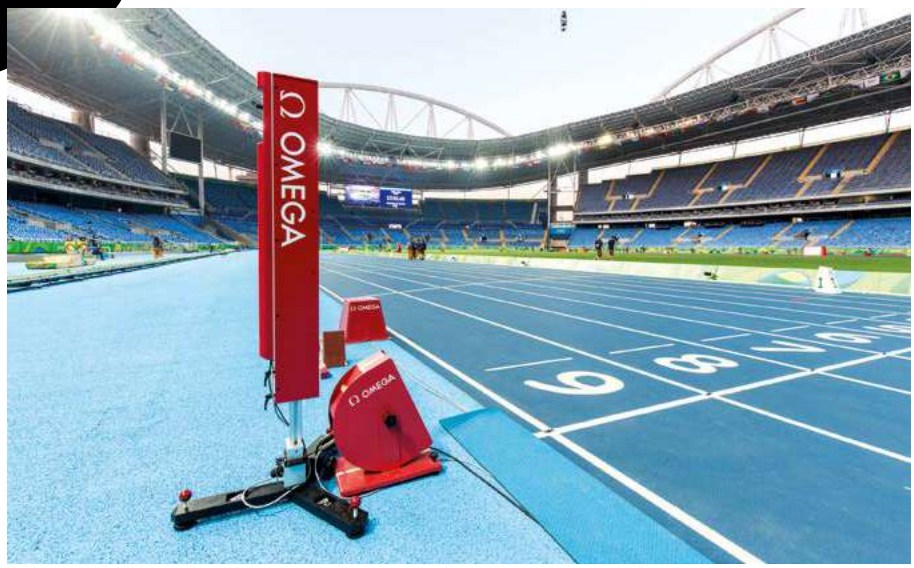
Swimming Light Show: Luces en los bloques de salida indican el lugar de cada nadador al final de la carrera.

Marcadores de alta resolución: Muestran resultados y animaciones en 4K UHD.

Sensores de movimiento y posicionamiento: Capturan datos en tiempo real para analizar el rendimiento de los atletas.

CORTESÍA OMEGA, 5.





REGISTRANDO LA ACCIÓN

Los récords mundiales se rompen constantemente y los márgenes de victoria se reducen cada vez más. Por ese motivo, OMEGA evoluciona y actualiza constantemente el equipamiento del que dependen los atletas, los jueces y los espectadores.

Los datos están impulsando una revolución en la forma en que entendemos el deporte. La vasta riqueza de información detallada que se puede recopilar solo se ve afectada por los límites de la tecnología y la imaginación.

Como líder en la recopilación y el aprovechamiento de métricas deportivas, OMEGA se mantiene a la vanguardia al combinar sensores de movimiento innovadores, equipos de posicionamiento con tecnología de visión por computadora y sistemas de inteligencia para generar datos precisos. En cada etapa de los Juegos Olímpicos estos datos fundamentales sirven como base para comprender el rendimiento del atleta y la narrativa a gran escala de la competición, pues la emoción por una competencia olímpica se construye mucho antes de que comience. Utilizando datos que OMEGA ha capturado durante competiciones anteriores, como las rondas clasificatorias anteriores en París o ediciones pasadas de los Juegos, se puede estudiar la estrategia y ejecución pasadas de un atleta para comprender qué se puede esperar de ellos en próximas contiendas. Ya sea viendo la progresión en una habilidad o imaginando cuán impactante será esa habilidad en un campo de competición específico, y con el enfoque adecuado, los datos históricos del deporte pueden ayudar a anticipar lo que está por venir.

La tecnología de OMEGA está presente en el corazón de la acción. Además de proporcionar resultados de competición instantáneos, por los que OMEGA es conocida, la marca también utiliza sus sistemas avanzados de sensores de movimiento para proporcionar métricas en tiempo real mientras una carrera está en curso. Un ejemplo de esto es el Swim Tracker de OMEGA, que recopila las posiciones en vivo de los atletas, las velocidades de natación e incluso el recuento preciso de brazadas de un nadador individual. En el contexto adecuado, estos datos se pueden comparar con información anterior para ilustrar cómo se desarrollará una carrera antes de que los nadadores completen la prueba.

Después de un evento, una vez cruzada la línea de meta y comenzadas las ceremonias de premiación, la narración de datos y el análisis del rendimiento continúan. Como parte de los Sistemas de Resultados Inteligentes de OMEGA, se utilizan algoritmos estadísticos y modelos de IA entrenados para descubrir valores atípicos en los datos durante las competiciones. Estas variaciones se pueden analizar para realizar una comparación exhaustiva del rendimiento de los atletas y, al hacerlo, detectar momentos clave de una competición. Es en estos momentos extraordinarios donde se encuentra el estrecho margen de la victoria y se identifica cómo un atleta se convirtió en campeón olímpico.

Ciertamente ha sido un viaje de tecnología innovadora junto con momentos históricos en el deporte. Más que un deber, para OMEGA los Juegos Olímpicos se han convertido en una pasión que representa perfectamente la búsqueda de precisión, calidad y logros de la compañía.

STF y Rolling Stone presentan su nueva línea de audífonos y bocinas junto a Danna

"Es un orgullo gigantesco colaborar con una marca totalmente mexicana y lanzar esta colección con Rolling Stone, que ya está disponible", dijo la artista

Por ROLLING STONE

Este 22 de agosto, STF y Rolling Stone se han unido para presentar su nueva colección de audífonos y bocinas. Esta unión no solo marca la colaboración de dos grandes empresas, que da como resultado productos de calidad y una nueva experiencia auditiva y de estilo, sino que también refleja su compromiso, amor y pasión por la música.

Danna, una de las personalidades más importantes en la música y cultura popular de México, es la embajadora y quien inspiró la nueva colección STF Rolling Stone. La talentosa cantante y actriz mexicana no solo es la cara que da vida a estos nuevos productos, sino que también aportó su estilo distintivo para el diseño y calidad de estos dispositivos.

A las 7 p.m. en punto comenzaron a llegar los invitados, quienes fueron recibidos con un breve video de los artículos, a la vez que se les explicaba las dinámicas y experiencias que estaban por vivir. La noche contó con diversas actividades que, si las cumplían, podrían ganar grandes obsequios al final de la velada.

El *photo opportunity* de la portada de Rolling Stone en colaboración con STF se llevó la atención de los presentes, quienes posaron como grandes estrellas de rock usando sus audífonos.

"Rolling Stone es una publicación que ha sido una parte muy importante de la cultura popular, la música, el cine, la tele, la política, el estilo de vida, etcétera, desde hace muchas décadas. Además del legado y la responsabilidad que tenemos al ser un medio con esta trayectoria, la mayor característica que tiene Rolling Stone, y todos los que estamos involucrados en la publicación, es una enorme pasión por la música", dijo Pablo Monroy, editor digital de Rolling Stone en Español, al dar la bienvenida a los invitados. "Eso es algo con lo que nos identificamos mucho con nuestros amigos de STF, una marca que no solo destaca por brindar tecnología de muy alta calidad con precios accesibles, democratizar la tecnología y estar siempre muy al tanto de las tendencias en cuanto al increíble diseño de sus productos, sino que también tiene una enorme pasión por la música".



UN HOMENAJE A LA MÚSICA
Una gran pasión por la música unió a Danna, STF y ROLLING STONE.

Monroy también destacó que STF es una empresa 100 % fundada por mexicanos y que tiene una experiencia en el mercado de 10 años, lo que les ha permitido fusionar sus productos de calidad con un estilo de vida innovador y llamativo, uniendo la tecnología de vanguardia con la personalidad.

"Hoy lanzamos una colección de productos que es muy importante para STF, pues es un total tributo a la música. De esta manera nos unimos a Rolling Stone, un medio de comunicación que es un estandarte en la música y la cultura desde hace muchos años, para crear una colección épica", siguió Rodrigo Pérez Mares, director de marketing de STF. "Junto a esta alianza queríamos una figura que no solo fuera relevante en la industria de la música, sino que se alineara con la visión de STF y reflejara esa ambición y compromiso por poner el nombre de México en alto, por lo que no pudimos pensar en una mejor opción que Danna, quien además de ser sumamente talentosa, es un reflejo de empoderamiento, constancia y perseverancia en esta industria. Así nace STF Rolling Stone con Danna".

Pablo Monroy y Rodrigo Pérez Mares dieron la bienvenida al escenario a Danna, quien fue recibida con una ola de aplausos y emoción por parte de los presentes. "Es un orgullo gigantesco colaborar con una marca totalmente mexicana y lanzar esta colección con Rolling Stone, que ya está disponible", dijo la artista. "Estoy supercontenta y orgullosa porque, al final, el amor y la pasión por la música es lo que nos une", expresó Danna al saludar a los presentes.

La estrella reveló que ha desempeñado un papel clave en la dirección creativa para el desarrollo de los nuevos productos STF Rolling Stone. "Me dieron la oportunidad de colaborar como directora creativa de la campaña, de poder llevar la mejor

STF Y ROLLING STONE.









calidad y diseño para todes. Hoy son completamente suyos para que disfruten, escuchen buena música, para que tengan esta experiencia de vida y poder tener el *soundtrack* de su vida diaria", dijo.

Su visión artística y sensibilidad por la moda fueron gran inspiración para poder compartir la gran importancia que tienen estos productos en su cotidianidad, ya que la música ha sido parte de su esencia y personalidad desde que tiene memoria. Confesó que gran parte de su estilo se basa en poder combinar sus prendas con estos artículos, por lo que decidió que el color negro sería la mejor opción para esta colección. "Hay muchísimos colores en toda la colección que existe de productos STF. Yo me fui *full black,* porque el negro siempre combina con todo. Esta colección tiene mucho color en las bocinas y son *waterproof,* entonces son para lo que las quieran usar", compartió.

Después de regalarle a los presentes una breve interpretación de su canción 'AMANECER', Danna se despidió del público con una sonrisa enorme, a la vez que le agradecía por haberla acompañado en el lanzamiento de la colección STF Rolling Stone. "Se vienen cositas", dijo mientras abandonaba el escenario.

¿CON QUÉ CANCIÓN DE DANNA ESTRENARÍAS TUS AUDÍFONOS O BOCINAS STF?

"'XT4S1S', en unos buenos audífonos suena cada detalle", recomienda la artista.

"Todo el lugar está lleno de juegos interactivos. Están todos los productos para que los conozcan. Todavía hay sorpresas de aquí hasta que se vayan. Pásenla increíble'', dijo Rodrigo Pérez Mares al invitar a los presentes a seguir disfrutando de la noche.

La experiencia de los invitados en los rincones interactivos del recinto fungió como el cierre de una celebración a la música. Podemos resaltar que la fusión de innovación, diversión, música y estilo hace una combinación muy especial.

Durante el evento, Rolling Stone platicó en exclusiva con Danna sobre su involucramiento con STF, de la nueva colección, de *CHILDSTAR* (su nuevo disco) y más.

"He pasado por muchos procesos y altibajos, sigo en catarsis", dice sobre haber lanzado, después de una larga espera, el álbum que le costó mucha introspección y mucho tiempo crear. "Ha sido un regalo muy grande el recibimiento del público, de mis fans y de la industria. Me está regalando muchas cosas, me cambió la vida y es el disco que creo que me merecía hacer. Me siento valiente, poderosa y vulnerable también, porque salí de mi zona de confort", agrega.

Sobre la razón por la cual se interesó por colaborar con STF, Danna reflexionó: "Primero, porque es una marca 100 % mexicana. Siempre, antes de colaborar o trabajar con una marca, me gusta probar los productos porque creo que es importante, porque soy fan de la tecnología y los gadgets. Para mí es muy importante escuchar mi música, mis másteres, con esa calidad que necesito. Fue muy lindo porque llegó en un momento increíble. Me dejaron ser directora creativa de toda la campaña, trabajamos con todo mi equipo, que es mexicano. Esta unión es para empoderar una marca en conjunto y creo que el producto es maravilloso, porque es parte de mi día a día".

"Colaborar con Rolling Stone, que el año pasado hicimos una portada, fue brutal; creo que es una gran colaboración", agregó Danna. En su historia de portada, la artista reflexionó sobre su larga carrera y del proceso de *CHILDSTAR*, en el que abrazó la oscuridad, sanó heridas del pasado, se transformó y convirtió lo sombrío en luminoso.

"Soy la chica que siempre está con mis audífonos", agrega sobre la importancia de estos productos en su día a día. Danna reflexiona que, más allá de ser dispositivos para escuchar su música, son artículos de estilo de vida que la acompañan siempre. "Para mí es muy importante combinar todo, y los audífonos son parte de eso; poder tener un gadget de accesorio es un *must*".

En medio de la plática, Danna dio un paseó nostálgico por la memoria recordando los primeros audífonos que tuvo en su vida, y la música que la acompañó por medio de ellos. "Tenía el disco de Gwen Stefani, en el que viene 'Hollaback Girl'. También escuchaba a Britney Spears, José José, Mecano, Beyoncé, Whitney Houston, y muchos otros más, la música siempre ha sido muy importante y siempre musicalizo mis días", dijo la artista.

Para cerrar, Danna nos dejó con una recomendación, la canción de *CHILDSTAR* que tienen que escuchar sus admiradores para estrenar sus audífonos STF Rolling Stone: "'XT4SIS'. En unos buenos audífonos suena cada detalle, es una gran canción para escuchar en ellos. Te mete en un mundo inmersivo, es una experiencia auditiva. También tiene BLACKOUT, tiene muchos detalles", concluyó.

ESTEFANÍA FARIAS, 3.



La excelencia culinaria de Aspen

Más allá de sus pintorescos paisajes y sed de aventura, este municipio de Colorado cuenta con una gran oferta gastronómica lista para saciar hasta el paladar más exigente

Por ROLLING STONE

Aspen es un destino conocido por su impresionante belleza natural y sus pistas de esquí de primera categoría. Sin embargo, más allá de sus picos nevados y sus lujosos complejos turísticos se esconde una vasta escena culinaria que rivaliza con la de cualquier gran área metropolitana. La gastronomía de Aspen se nutre de tradiciones y técnicas innovadoras que atraen a entusiastas de la cocina de todo el mundo. Desde acogedores restaurantes de montaña hasta experiencias gastronómicas de lujo, en este municipio se puede encontrar una gran y variada gama de delicias culinarias que reflejan tanto los ingredientes locales como las influencias internacionales. Aquí enumeramos algunos.

1. SWAY Thai

Entre los establecimientos gastronómicos más destacados se encuentra SWAY, un restaurante tailandés que ha trasladado con éxito su innovador concepto desde Austin, Texas, a las pintorescas montañas de Aspen. Fundado en 2012, este restaurante se rige por la frase "Igual, pero diferente", que describe acertadamente su enfoque en la cocina. El restaurante ofrece una versión moderna y elevada de los platos tailandeses tradicionales, ajustada ligeramente para adaptarse al clima invernal de Aspen.

Elaborados con los mejores productos de temporada, entre los platos estrella de SWAY se encuentra el Som Tum, una ensalada de papaya verde con chile tailandés, pepino, tomate cherry, judías verdes y tamarindo. También el Pad Thai, cuya receta lleva fideos de arroz, huevo, judías verdes y una salsa ácida de tamarindo y lima, coronada con cacahuates, destaca entre los favoritos de los comensales. Sin embargo, otros curris llenos de sabor, frescos y aromáticos también se llevan un gran protagónico dentro de su oferta.

Además de su carta llena de opciones y sabores por descubrir, SWAY cuenta con un impresionante catálogo de bebidas. Cócteles emblemáticos como el Monk Water, con sandía y menta, y el Lotus Margarita, con un borde de tamarindo, son refrescantes complementos de la picante cocina. El restaurante también ofrece refrescos de la casa, vinagres para beber, una selección de cervezas, sake y una extensa carta de vinos que expone la calidad de la viticultura de Aspen.

2. Meat & Cheese

Situado en Restaurant Row, este establecimiento adopta el concepto de cocina de granja del mundo, mezclando las tradiciones culinarias de Asia, Europa y América. El restaurante se centra en ingredientes de origen local y criados de forma sostenible, para dar vida a platos que reflejan el pasar de las estaciones.

El ambiente en Meat & Cheese es animado y acogedor, con una cocina abierta que permite a los comensales observar a los chefs en acción. Una visita a Meat & Cheese es todo un viaje culinario, que arranca con aperitivos como las galletas sureñas cubiertas con pavo raspado, provolone, alioli dijon y mermelada, acompañado de un dip de guacamole y cheddar. Sin embargo, los platos principales de Meat & Cheese son igualmente impresionantes.

La tabla de pollo asado, servida con el infaltable aderezo de la casa conocido localmente como "salsa crack", es un plato imprescindible si quieres conocer la esencia pura de este restaurante. Para los vegetarianos, el filete de coliflor es una opción igual de abundante y llena de sabor. Meat & Cheese cuenta con gran variedad de opciones para las variadas preferencias dietéticas, incluidas opciones veganas, vegetarianas y sin gluten.

Para terminar la comida, postres como la creme brulée de café vietnamita y la tabla de galletas con chispas de chocolate salado ofrecen un dulce broche de oro a la comida. Las galletas, servidas con leche de vainilla, se deshacen en la boca y son un

CORTESÍA, 4.





En Aspen, la cocina de alta montaña se mezcla con influencias internacionales, destacando ingredientes frescos y de temporada provenientes de granjas locales.



final delicioso para una experiencia gastronómica sin igual.

3. PARC Aspen

Este restaurante es, sin duda, un testimonio del vibrante espíritu culinario de las Montañas Rocosas. Bajo la experta dirección del chef ejecutivo Mark Connell, el menú del restaurante es una fusión magistral de ingredientes frescos y sabores, que dan como resultado platos que son toda una obra de arte. Más allá de su oferta dispuesta a saciar hasta el paladar más exigente, esta experiencia culinaria también cuenta con un galardonado programa de vinos de la mano del sumiller Jonathan Pullis, donde se explora la historia de esta región, copa a copa.

El menú del PARC Aspen refleja el profundo aprecio del Chef Connell por la riqueza natural e histórica de Aspen y sus alrededores. Inspirándose en las cosechas de temporada de Colorado, el menú rinde homenaje a los productos locales a la vez que incorpora técnicas culinarias globales. El costillar de cordero de Colorado con costra de pistacho es un plato destacado, que encapsula esta propuesta de innovación, calidad y sabor.

La extensa carta de vinos, con más de 1300 selecciones únicas, está meticulosamente seleccionada para mejorar la experiencia gastronómica, destacando productores de renombre mundial como Domaine Jean-Louis Chave y Auguste Clare. Mientras tanto, el menú del bar ofrece platos asequibles como *steak fries* y burrata fresca con tartar de salmón, perfectos para darse un gusto después de un día en las pistas o los senderos.

4. Clark's Oyster Bar

Esta querida institución de Aspen –que tuvo su apertura en 2018– ocupa el espacio histórico de Little Annie 's Eating House. Aquí yace un paraíso de mariscos, que ofrece una variedad de delicias inspiradas en la costa de Nueva Inglaterra y con un toque californiano. El menú incluye ostras recién descascarilladas, crudos, rollitos de langosta, especialidades diarias de pescado, caviar y reconfortantes cuencos de sopa de pescado y cioppino.

Este espacio, con un comedor junto al calor de una acogedora chimenea y una barra de ostras de mármol, es perfecto para disfrutar de cócteles *après* ski y deliciosas comidas. Destacan las ostras de la costa este y oeste, el cioppino y la famosa hamburguesa con gruyere, especialmente popular durante la happy hour, cuando se acompaña de martinis y bocados de ostras a mitad de precio. El restaurante también ofrece un menú especial de caviar, huevos y champán para quienes quieran probar el lado más lujoso y gustativo de Aspen.

5. French Alpine Bistro

El ambiente rústico, con mesas de barnwood, bancos de cuero y reliquias familiares, es el telón de fondo de este espacio íntimo y acogedor, que ofrece una auténtica experiencia alpina gustativa. Sin embargo, sus platos son los protagonistas, con un menú que ofrece delicias como la fondue de queso hecha con una mezcla de gruyere, vacherin, beaufort y comté, así como raclette, kaiser-schnitzel y especialidades diarias de quiche.

Entre otras exquisiteces, también destacan las crepas, tanto saladas como dulces, con opciones como la crepa Nirvana, de inspiración tailandesa, y la decadente crepa Medianoche en París, rellena de crema pastelera de vainilla. Cada pieza gastronómica está llena de historia en la que su creadora, Karin Derly, pretende emular un auténtico chalet alpino en el corazón de Las Rocosas.

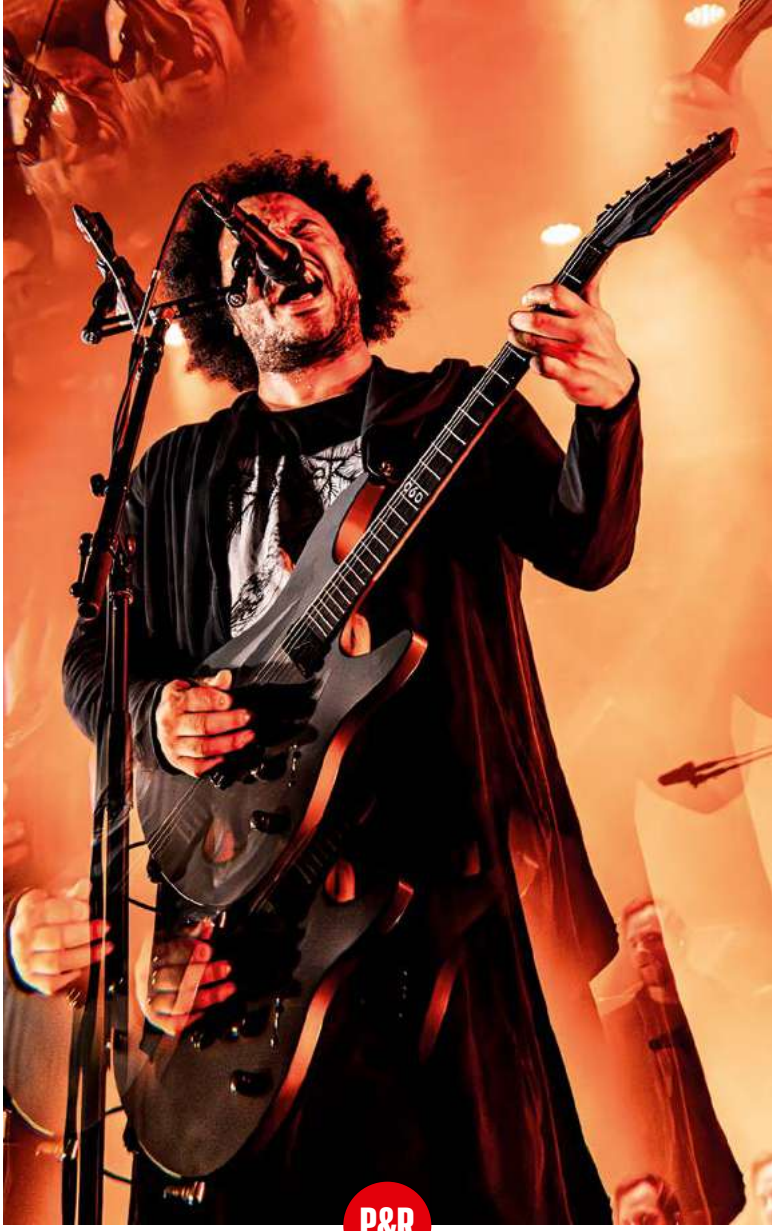
Para quienes tengan restricciones dietéticas, French Alpine Bistro cuenta con opciones sin gluten, como las crepas y el pan que acompañan a la fondue, así como platos vegetarianos como la ensalada "sabores del mundo". La carta de bebidas es igual de impresionante, con cócteles como el Pink Panther, que combina vodka francés, naranja sanguina siciliana, mango y maracuyá. Este restaurante es perfecto para conocer el mundo a través de los sabores, sin dejar atrás la mera esencia de Aspen, llena de calidad y hospitalidad.

6. Prospect

Ubicado en una de las instalaciones más emblemáticas y llenas de historia del municipio, el Hotel Jerome, este restaurante ofrece una exploración del terruño local, que abarca desde las montañas hasta los ríos, llanos y ranchos. El menú está cuidadosamente elaborado para presentar una narrativa sensorial que cuenta la historia de la región bocado a bocado.

Como parte de la lista de "recomendados" de la Guía Michelin de Colorado, el Prospect ofrece un menú innovador que ha evolucionado durante el último año. Plato a plato, su carta presenta una selección de ingredientes locales y regionales, celebrando los diversos paisajes del estado, su historia y los dedicados esfuerzos de sus agricultores, ganaderos, cerveceros y vinicultores.

Más allá de su menú, el restaurante ofrece diferentes experiencias gastronómicas de primera clase. The Taste of the Land presenta un viaje gustativo de tres platos por los diversos paisajes de Colorado y permite a los comensales personalizar su experiencia seleccionando sus platos preferidos. Sin embargo, también está The Colorado Journey, una experiencia más completa y envolvente. Este menú degustación reimagina la experiencia gastronómica tradicional invitando a los comensales a explorar el destino desde una perspectiva llena de sabor y cultura.



P&R

Manuel Gagneux

El fundador y líder de Zeal & Ardor habla sobre su nuevo álbum, sobre religión, espiritualidad, racismo, y sobre lo que busca en las cosas que le interesan

Por RICARDO DURÁN

Al escuchar las primeras producciones de Zeal & Ardor es fácil imaginar que Manuel Gagneux es un tipo tenso e irascible. La profundidad de su música y la furia que despliega en muchísimos momentos pueden resultar engañosas; Manuel está lejos de ser una estrella deslumbrada por el éxito y la admiración que ha despertado su banda. Es amable, tranquilo, y va al punto.

Zeal & Ardor nació bajo premisas extrañas; tomó su punto de partida en un comentario racista que lo desafiaba a mezclar black metal con "música de negros". Él le dio la vuelta a las malas intenciones del troll y el resultado fue una de las bandas más respetadas de la escena metalera actual. Desde su álbum debut *Devil Is Fine*, hace ya unos 8 años, la crítica se ha rendido a sus pies, y las entradas para su próxima gira por Europa y Norteamérica empiezan a agotarse. En estos días ha presentado *Greif*, un nuevo álbum que muestra a Z&A más como una banda, no tanto como un proyecto solista. Gagneux, que se encarga de la composición, la voz líder y una guitarra, está acompañado por Lukas Kurmann (bajo), Marco Von Allmen (batería), Tiziano Volante (guitarra), además de las voces de Marc Obrist y Denis Wagner.

"Quería expandir lo que teníamos e introducir nuevos colores", continúa Manuel. "Hay momentos de enojo y reproche, pero también hay algo de consuelo y felicidad. Estoy ampliando la paleta de colores con los que podemos pintar. Son caminos que no hemos probado".

Tus padres te dieron una educación musical desde muy pequeño, ¿qué encontraste en el metal extremo que te interesó tanto?

Pienso que cuando eres joven siempre buscas los extremos; lo más rápido, lo más ruidoso, lo más agresivo, y creo que fue exactamente eso lo que me atrajo. Y también, porque mis padres son músicos, como adolescente quieres distanciarte de tus padres, y eso era lo más alejado de su música. Mi padre estaba en una banda de salsa, mi madre es cantante de jazz, y esto está en una esquina diametralmente diferente, por eso me atrajo.

¿Cómo describirías los elementos que conforman y unifican *Greif*, este nuevo álbum de Zeal & Ardor?

Creo que es más ecléctico. Curiosamente, creo que lo que lo une es que está un poco desperdigado [*Risas*]. Es como las tapas, hay un poco de esto aquí y un poco eso de allá. Es como un ramo de flores.

Pero ¿hay algún concepto, un mensaje? ¿Hay algo que querías decir con este álbum?

A diferencia de los otros discos, este tiene historias más personales, no habla de una rebelión ficticia o algo así, son solo sentimientos que tuve al momento de escribir estas canciones, no es un álbum conceptual. A menos que diga una mentira, pero no voy a mentirte [*Risas*].

El contraste que hay al escuchar canciones como 'Disease' o 'Clawing Out' es muy interesante. ¿Cómo describirías este elemento, este contraste? Parece ser fundamental en el sonido de la banda...

Como banda siempre buscamos mejorar, y también buscamos hacer música que, básicamente, nos guste más. Para mí, creo que la variedad es la clave, y esa es también la forma en la que yo escucho música, es muy ecléctica. También pienso que muchas bandas y artistas se sienten obligados a hacer un tipo de música para siempre, y considero que algunas personas harían música realmente interesante, pero no se lo permiten.

¿Qué significa este nuevo disco para ti y la banda en términos de su carrera e historia?

Creo que eso es algo que todavía no podríamos decir, porque estoy en esta situación rara en la que gente como tú lo ha oído, y nunca dirías que el álbum es una mierda, pero no sé cómo será, no sé cómo reaccionará la gente, quizá este sea nuestro *Lulu* [*Risas*]. Pero no lo sé todavía, es como ser una persona ciega bajo el agua, así es cómo se siente.

¿Te sientes ansioso al respecto o no te molesta?

Claro que me molesta, pero al final del día no hay nada que pueda hacer. Todo lo que sé es que me gusta el álbum y estoy increíblemente orgulloso de mi banda,

ROMAIN BALLEZ.

que tocó todos los instrumentos. Incluso si fracasa muy, muy mal, no me arrepentiré, porque realmente me gusta el disco.

¿Qué opinas sobre el concepto de géneros?

Creo que tiene sentido porque hay un aspecto de la música que es como joyería, como un collar, una cadena o algo así, algo con lo que te puedes identificar, es como una manera rápida de explicarte a otras personas. Creo que los géneros han ayudado con eso. Así que, en la comunicación sobre música, tiene mucho sentido, y a los humanos nos gusta categorizar, así que no tengo ningún problema con el concepto de géneros.

Es muy común oír a artistas decir que ya es casi imposible crear algo realmente nuevo, pero creo que eso es exactamente lo que tú has conseguido. ¿Qué opinas al respecto? ¿Crees que has creado algo nuevo o que solo has mezclado cosas diferentes?

Supongo que la cuestión estaría en lo que podemos definir como "nuevo". Porque yo no me inventé esto; lo que quiero decir es que puedes escuchar a Queens of the Stone Age o a Tool en este disco, no es algo que yo haya inventado, pero quizá sí lo puse en un contexto diferente, eso podría ser nuevo. No creo que haya inventado nada, tal vez sí haya hecho una curaduría.

¿Por qué es importante para ti que tu banda se mantenga extraña?

Porque, ¿qué más nos queda? ¿Qué más es emocionante? Incluso si a la gente no le gusta, al menos es algo interesante, y creo que esa es una cualidad muy importante en la música. Incluso si no te gusta algo, o no sientes la misma emoción, experimentas algo nuevo. Creo que eso es lo que amo en la literatura, en las películas, en los videojuegos, en la música; supongo que simplemente es mi preferencia.

¿Qué cosas te parecen interesantes?

Me gustan las subversiones. También es como una broma en la que tienes una premisa, le das la vuelta o la sacas de contexto, y eso es lo que me parece interesante.

Estás buscando que te sorprendan...

Sí, básicamente.

Sting suele hablar sobre eso...

¿En serio? Creo que me lo robó a mí, eso lo dije yo. [*Risas*]

Probablemente, sí [Risas]. ¿Es cierto que el concepto de Zeal & Ardor nació cuando imaginaste lo que habría pasado si los esclavos en el sur de los Estados Unidos se hubieran acogido a Satán en vez de a Jesús?

¡Sí, básicamente! [*Risas*]

¿Cómo describirías tu perspectiva sobre la religión y la espiritualidad?

Tengo un gran problema con la religión organizada, porque es solo una excusa para hacer cosas raras e incluso horribles. No tengo ningún problema con la espiritualidad, eso está bien, pero cuando se convierte en un arma, cuando es una excusa para ser horrible con los demás, es cuando realmente se convierte en un problema para mí.

¿Cómo te siente ante las cosas que estamos presenciando en este momento en relación con la religión y la guerra?

Obviamente es terrible, y sí, en los Estados Unidos la cristiandad se convirtió en un arma, y es usada como bandera bajo la cual suceden muchas cosas terribles. Básicamente es como una gran excusa, hay hechos horribles que puedes excusar con la religión, y eso me parece terrible.

¿Qué opinas de la manera en que las redes sociales operan en este contexto?

Es brutal. Lo curioso es que mis padres me dijeron que en Internet me lavarían el cerebro e influirían en mí de maneras que yo no podría identificar. Y ahora es básicamente su generación la que ha sido completamente engañada. No todo el mundo, por supuesto, pero creo que hay una gran parte de la generación de mis padres a la que le han mentido de forma eficiente a través de la propaganda en las redes sociales. Sucedió tan rápido, que nadie sabía realmente qué hacer, no había un protocolo y ahora ya es demasiado tarde.

¿Qué edad tienen tus padres?

Unos 60 años.

En relación con el racismo, ¿crees que las cosas han empeorado en los últimos años? ¿Has visto algún cambio significativo en este sentido?

Es difícil decirlo objetivamente, porque también estoy en la burbuja de las redes sociales y solo recibo noticias terribles, así que todo lo que veo es básicamente mierda apocalíptica. Se que no todo es así, sé que también se están haciendo progresos, pero en mi visión restringida solo veo cosas muy, muy tristes. Claramente en los EE. UU. la cosa no va bien ahora, yo diría





Zeal & Ardor ha ido poco a poco dejando de ser un proyecto individual de Manuel Gagneux (sentado, en el centro) para convertirse en una banda, sin embargo, su liderazgo es evidente.

NOEMI OTTILIA SZABO

Greif es un álbum sorprendente, una exploración marcada por el contraste, y debería proyectar a Zeal & Ardor a nuevos niveles de popularidad.

MANUEL GAGNEUX



que hay una especie de retroceso, pero esa no es toda la historia, por lo que supongo que, para saber realmente, tengo que ir a los EE. UU., y lo haré.

¿Qué opinas de Europa en términos de migración y racismo?

Bueno, si nos fijamos en lo que está pasando en el Reino Unido ahora mismo, están asaltando hoteles donde hay refugiados, ¿por qué? Esa es otra mierda como de la Edad Media, y creo que hay una extraña ola sobre el mundo que le da legitimidad, creo que hay mucha tensión, debe haber un escape, y por desgracia es una mierda.

Hablemos de algo más alegre. Me dijiste que escuchas música de una manera muy ecléctica. ¿Cómo podrías describir ese eclecticismo? ¿Qué clase de música escuchas y cuál es tu criterio para escucharla? Además de la interesante sorpresa que buscas.

Ah, ya sabes, solo depende de mi estado de ánimo. A veces tengo ganas de algo de Captain Beefheart y de realmente escuchar los matices. A veces solo quiero escuchar algo estúpido, y escucho pop porque me hace sentir bien y estoy de buen humor; todo está determinado por mis emociones, es algo muy intuitivo.

¿Y tu voz? ¿Qué puedes decirnos sobre la manera en la que trabajas con tu voz y con las voces de la banda?

Si tienes la mejor orquesta del mundo y un solo cantante, tu cerebro va a escuchar la voz. El oído humano gravita hacia eso. Las voces son realmente importantes e intrínsecas a mi música, y supongo que construyo alrededor de ellas. La manera en la que aprendí a cantar es que no tomé ninguna clase; solo cantaba, lo grababa en mi computador y lo reproducía hasta que no lo odiaba. Esa fue mi escuela.

Sí, pero, ¿cómo creas tu música? La forma en que escribes tus canciones, la forma en que las estructuras, ¿empieza por la voz? ¿Son las voces la parte clave?

No siempre, a veces es el piano o la guitarra, puede ser incluso un ritmo, pero siempre tengo presente que, emocionalmente, puedes tocar un chelo muy desgarrador, pero, el momento en que la voz esté ahí... A los humanos nos gustan los humanos, es así. Existe un enorme potencial de comunicación emocional con la voz, y es muy interesante.

¿Hay alguna voz, algún cantante que, cuando lo escuchas, dices "Me gustaría cantar como este chico/esta chica"?

Todo el tiempo, sí. Monica Martin, una gran cantante, tiene una textura preciosa en su voz, nunca hace locuras supermelismáticas, solo canta de forma muy selectiva y precisa, y no necesita más. Me parece increíble el control que hay en eso y que yo no tengo, lo envidio mucho.

Esta es una pregunta que parece un poco complicada, para mí no para ti, pero ¿por qué crees que en el hard rock y el metal es tan difícil encontrar gente negra? No es muy común, no es tan habitual.

Uhm, sí, creo que es obviamente algo cultural, porque la gente negra no es reservada, y hay un elemento de orgullo genial en eso. Y, quiero decir, ellos tienen el hip hop, nosotros tenemos el hip hop, y es algo muy preciado, tan intrínsecamente negro, que creo que la gente gravita hacia eso.

También es que yo soy medio blanco, crecí en Suiza, soy como la persona negra menos étnicamente negra que conocerás, así que también se trata de cómo socializas. Si tu grupo es negro, eso es lo que vas a hacer. Pero claramente también hay otras personas, personas negras en el rock y el metal, pero es un punto de contención, es difícil de decir. Yo no les dije que no lo hicieran, no fui yo [*Risas*].

ROMAIN BALLEZ. NOEMI OTTILIA SZABO.

DESCUBRE LA ESENCIA DEL *VERANO*

DONDE EL CONFORT SE ENCUENTRA CON LA CULTURA.







Hilton
MEXICO CITY REFORMA

FIGHT FOR THE PLANET

ROLLING STONE EN ESPAÑOL



El planeta es mucho más que sus mares y montañas, más que la flora o la fauna, el planeta también somos nosotros. Por eso en este especial abordamos una serie de temas que nos preocupan de cara al presente y el futuro, porque cada una de nuestras acciones a nivel individual y colectivo puede tener un impacto sobre las especies que habitamos el Tercer Planeta.

Aunque hay quienes piensan que ya es demasiado tarde, en ROLLING STONE en Español decidimos continuar luchando sin tregua para que el respeto por este mundo maravilloso sea una prioridad.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MEDIO AMBIENTE, EL FUTURO ESTÁ POR VERSE

La inteligencia artificial, con el inmenso e insospechado potencial que tiene para beneficiar nuestras vidas, es un componente fundamental en las medidas que la humanidad pueda tomar para abordar el cambio climático, pero conviene ver las cosas con recelo

Por RICARDO DURÁN

La inteligencia artificial ofrece la posibilidad de modelar y predecir el impacto ambiental de casi cualquier cosa con una precisión sin precedentes. Los algoritmos avanzados pueden analizar grandes cantidades de datos para llevarnos a hacer un mejor uso de los recursos naturales y tratar de disminuir las emisiones de carbono. Estas tecnologías pueden plantear soluciones muy innovadoras, y mejorar la gestión de redes e incrementar la eficiencia energética en edificios mediante la automatización de sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado, al analizar patrones de consumo y condiciones meteorológicas, por ejemplo. Sin embargo, los centros de datos y la infraestructura que soportan la inteligencia artificial (además de su desarrollo y entrenamiento) consumen muchísima energía, lo que se traduce en una huella de carbono considerable. Por otra parte, existe el peligro del llamado "efecto rebote", en el que las mejoras en eficiencia pueden traducirse en un mayor consumo de energía. Si una empresa reduce su consumo energético y luego decide expandir ciertas operaciones gracias a estos ahorros, el impacto real sería negativo.

Las iniciativas para mitigar el cambio climático a través de la inteligencia artificial deberían estar acompañadas por una regulación sensata (en la que las grandes corporaciones no tengan la última palabra), un diseño consciente que minimice los riesgos asociados, y un esfuerzo por concientizar al público de estos peligros.

El impacto de la inteligencia artificial en el mercadeo y el consumo es probablemente uno de los aspectos más complejos cuando se habla de sostenibilidad. Por un lado, permite a las empresas personalizar y segmentar sus ofertas con más precisión; esta capacidad de personalización se traduce, lógicamente, en mayores ventas e impulsa un consumo insostenible, planteando serios problemas desde una perspectiva ecológica al incrementar el uso de recursos naturales, las emisiones de carbono, los desechos y la contaminación. La inteligencia artificial puede ayudar a que los procesos de producción sean más eficientes, con mejores tiempos de producción y menos desperdicio, pero esto se traduciría en un aumento en las operaciones, anulando los beneficios ambientales.

Por otra parte, si planteamos cuestionamientos éticos, surgen muchas dudas en torno a la responsabilidad de las empresas en la promoción de patrones de consumo sostenibles. Por ejemplo, en lugar de impulsar la producción y venta de nuevos productos, las empresas podrían utilizar la inteligencia artificial para promover servicios de reciclaje o la reventa de productos usados, pero eso sería excesivamente optimista.

Si queremos que realmente marque la diferencia en la construcción de un buen futuro para las próximas generaciones, lo ideal sería que los gobiernos, los organismos multilaterales, la sociedad civil y las empresas trabajaran bajo la guía de principios éticos y sostenibles, colaborando para crear legislaciones que minimicen los riesgos ambientales asociados con la inteligencia artificial, y buscando que esta sea empleada para mejorar las condiciones de vida de las personas mientras protege el medio ambiente, sin exacerbar los problemas que estamos tratando de resolver. El desafío está en que difícilmente lograremos legislar al ritmo que avanzan estas tecnologías y, como ha ocurrido con las redes sociales, pronto podremos ver que hace tiempo nos han superado.

En este sentido es fundamental que las empresas asuman un enfoque que no se limite a los beneficios económicos y tenga en cuenta también el impacto social y ambiental de sus decisiones. Para esto es indispensable un cambio en los modelos de negocio y en los elementos que se toman en cuenta para medir el éxito empresarial.

En definitiva, la inteligencia artificial viene siendo hace tiempo un elemento fundamental en la revolución tecnológica e industrial que estamos viviendo, y su impacto va más allá del medio ambiente; es muchísimo lo que todavía debemos aprender y entender en relación con la inteligencia artificial de cara a la sostenibilidad. Cuesta mucho ver la inteligencia artificial solo como una herramienta más, pero debemos preguntarnos cómo estamos utilizándola y cuál es su impacto en otros ámbitos, como el empleo, la salud mental, la socialización, la educación, las artes y la comunicación.

Desafortunadamente, en muchos aspectos solo es posible especular acerca de lo que puede ocurrir, y aún resulta muy complicado apostar por la buena voluntad de unas corporaciones que generalmente están más interesadas en sus utilidades que en el futuro de la humanidad. ®

FAST FASHION: EL MONSTRUO GLOBAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL

Un modelo de hiperconsumismo insostenible lleno de explotación de recursos y esclavitud moderna

Por VALENTINA VILLAMIL

El "fast fashion", o moda rápida, es un modelo de negocio que se ha tomado la industria de la moda en las últimas décadas, ofreciendo ropa a precios asequibles que se produce y se distribuye en tiempo récord. Este sistema se basa en la reproducción constante de las últimas tendencias, lo que permite a los consumidores acceder a prendas de moda con una velocidad nunca antes vista. Sin embargo, esta aparente democratización de la moda tiene un costo oculto, y muy elevado, tanto en términos sociales como ambientales.

El *fast fashion* se caracteriza por procesos de fabricación en los que se prioriza la cantidad sobre la calidad y los estándares éticos. Las prendas son diseñadas para tener una vida útil corta, lo que fomenta el ciclo de compra y desecho que sustenta esta industria. Este enfoque de producción en masa está intrínsecamente ligado a la explotación laboral en países en desarrollo, donde los trabajadores, a menudo mujeres y niños, enfrentan condiciones laborales precarias, salarios bajos y jornadas extenuantes para satisfacer la demanda global.

Por otro lado, esta dinámica del *fast fashion* ha convertido a la industria textil en uno de los mayores contaminantes del mundo como consecuencia de la producción masiva y las enormes cantidades de recursos naturales que necesita. La producción de algodón es uno de los eslabones más problemáticos en la cadena de suministro textil debido a su impacto ambiental y las preocupaciones éticas que rodean su cultivo y recolección. Xinjiang, una región al noroeste de China, es en uno de los principales proveedores de este material, aparentemente a costa de la explotación del grupo étnico uigur.

Xinjiang atiende aproximadamente un 20 % de la demanda global de algodón, pero detrás de esta gran cifra se esconden violaciones a los derechos humanos. Según informes recogidos por la BBC, más de medio millón de uigures, una minoría étnica musulmana, son sometidos a trabajos forzosos en la recolección de algodón en esta región, sin la posibilidad de rechazar o abandonar su trabajo porque enfrentarían severas consecuencias.

El cultivo intensivo de algodón es notoriamente exigente en términos de recursos, especialmente de agua. En zonas áridas como Xinjiang, esta demanda agrava la escasez hídrica y contribuye a la desertificación de vastas áreas. Además, el uso desmedido de pesticidas y fertilizantes en el cultivo, además de contaminar el suelo, tiene efectos negativos en la salud de los trabajadores agrícolas y las comunidades de la región.

Pero esta situación no se limita a Xinjiang, se trata de un problema global. En Bangladesh, por ejemplo, las fábricas de ropa conocidas como "sweatshops" son tristemente famosas por sus condiciones inhumanas. Estas fábricas producen para algunas de las marcas más reconocidas del mundo, suponiendo una desconexión entre

el lujo de la moda en los países desarrollados y la realidad de quienes confeccionan sus prendas.

En India, el panorama no es diferente. La mano de obra barata y la falta de regulación han hecho de este país un imán para las empresas que buscan maximizar sus ganancias a costa de los derechos humanos y laborales. En regiones rurales, las fábricas clandestinas proliferan y la pobreza extrema obliga a las familias a enviar a sus hijos a trabajar desde temprana edad. En América Latina, en países como Honduras y El Salvador existen las conocidas "maquilas", lugares donde los derechos laborales son casi inexistentes y los trabajadores son sometidos a largas jornadas sin protección social.

Como respuesta al problemático modelo del *fast fashion,* la moda sostenible surge como una alternativa que busca transformar la industria textil en un campo más consciente y responsable. Este enfoque incluye la utilización de materiales ecológicos, el diseño de prendas duraderas y la implementación de procesos de producción que minimicen el desperdicio, bajo una economía circular que permita reutilizar y reciclar en mayor medida.

A nivel global, la moda sostenible se ha materializado a través de organizaciones que buscan un impacto positivo en el sector. La Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible, por ejemplo, se enfoca en coordinar acciones para cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) a través de prácticas responsables en la industria. Esta alianza, formalizada en 2019, reúne a diversas agencias de la ONU y organizaciones internacionales con el objetivo de coordinar acciones que mitiguen los impactos ambientales y sociales de la moda.

Entre estas propuestas, se destaca la colaboración activa entre sectores y organizaciones, impulsando proyectos conjuntos que van desde eventos de divulgación hasta la creación de nuevas directrices para mejorar la sostenibilidad en la cadena de valor de la moda. Estas acciones buscan, no solo hacer un llamado sobre los desafíos actuales, sino también establecer bases sólidas para un futuro más sostenible.

Iniciativas como "blue fashion" destacan el potencial de los materiales marinos biodegradables, ofreciendo alternativas ecológicas a los textiles tradicionales. Además, se trabaja en estrecha colaboración con gobiernos y fabricantes para incentivar prácticas de manufactura que respeten el medio ambiente, reduciendo así la huella hídrica y de carbono por parte de la industria. Estas acciones están directamente alineadas con el ODS 6, que promueve el acceso a agua limpia y saneamiento, y el ODS 13, que llama a la acción por el clima.

La protección de los derechos laborales también es una prioridad para la Alianza. A través de proyectos como la ITC Ethical Fashion Initiative, se apoya a artesanos en países en desarrollo, garantizando condiciones laborales justas y promoviendo la igualdad de género. Finalmente, la Alianza se compromete a reducir el impacto ambiental de la moda, una industria responsable del 8 al 10 % de las emisiones globales de carbono, y del 20 % de las aguas residuales.



Xinjiang representa aproximadamente el 85 % de la producción de algodón de China, que es el mayor productor y exportador de algodón a nivel mundial.

GETTY IMAGES.

En América Latina, diversas iniciativas ejemplifican el compromiso con estos propósitos. En Argentina, la Asociación de Moda Sostenible, liderada por Alejandra Gougy, ha promovido la colaboración entre diseñadores que adoptan prácticas ecológicas y de comercio justo. Entre estas actividades se encuentra el apoyo a productores y artesanos locales, y el uso de tinturas naturales y sin químicos en un compromiso con la moda circular.

En Brasil, diseñadores como Flávia Aranha han incorporado fibras naturales y tintes orgánicos en sus colecciones, además de garantizar condiciones laborales dignas y apoyar a comunidades locales. Además, plataformas como Fashion Green en México, dirigida por Jean Verdier, han sido fundamentales para impulsar la moda sostenible en la región. Estas organizaciones facilitan el intercambio de conocimientos, la colaboración entre diseñadores y la implementación de proyectos innovadores que promueven la sostenibilidad en toda la cadena de valor textil. Al crear espacios de diálogo y cooperación, estas plataformas contribuyen a multiplicar el impacto positivo y a consolidar una red sólida de actores comprometidos con un futuro más sostenible.

Sin embargo, estas alternativas parecen utópicas en medio de un problema tan grande y sistemático. A pesar de representar tantas amenazas en términos medioambientales y sociales, el fast fashion sigue siendo un gran motor económico alrededor del planeta, especialmente en regiones donde la pobreza y el desempleo limitan las opciones laborales. Según un informe de la Organización Internacional del Trabajo publicado en 2022, alrededor de 27.6 millones de personas en el mundo viven en condiciones de esclavitud moderna, muchas de las cuales trabajan en la cadena de suministro de la industria textil.

Por otro lado, para los consumidores, el atractivo de los precios bajos es, en muchos casos, reflejo de una necesidad, no un lujo. Con más de 700 millones de personas viviendo en la pobreza extrema desde 2019, según el Banco Mundial, la posibilidad de adquirir ropa a precios bajos es, para muchos, una cuestión de supervivencia. Este contexto hace que la transición hacia un modelo de moda sostenible se vea obstaculizada por las desigualdades socioeconómicas que perpetúan el ciclo de producción y consumo insostenible.

Así mismo, una transformación hacia la moda sostenible también requiere de tiempo, recursos y, sobre todo, un cambio de mentalidad tanto en productores como en consumidores. Para que esta propuesta se convierta en la norma y no en la excepción, todos los actores involucrados deben estar comprometidos con apoyar prácticas que respeten la dignidad humana y el medio ambiente. Y tú, ¿has pensado en la forma de contribuir a estas transformaciones?

VOLVO, LÍDER DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

En una era en la que el cuidado del medioambiente es responsabilidad de todos, la compañía promueve la electrificación de los automóviles y la conciencia ambiental

Por MELISA PARADA BORDA



Con cada año que pasa, la preocupación por el cuidado del medioambiente se incrementa porque las consecuencias de las prácticas nocivas que el ser humano ha tenido con su entorno se han hecho más agudas. El 2024 inició con el temido "Reloj del apocalipsis" marcando 90 segundos para la medianoche, una advertencia de que estamos en un momento crítico en el que las acciones colectivas son cruciales para retrasar una catástrofe ambiental sin retorno. Sin embargo, a pesar del pánico que genera pensar en ello, todavía existe un halo de esperanza proveniente de personas, grupos e inclusive compañías que se están tomando en serio el cuidado del planeta.

De acuerdo con el *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023* de las Naciones Unidas, desde 2015 ha aumentado la cooperación mundial en materia de consumo responsable y en 2022 la comunidad internacional adoptó tres acuerdos que resaltan la necesidad de dirigirnos, como sociedad, hacia un enfoque circular del consumo y la producción. Si hablamos de casos específicos, la automotriz es una de las industrias que ha estado mejorando sus procesos con el fin de reducir su huella de carbono, adaptándose así a las necesidades del consumidor actual que busca nuevas y mejores alternativas para movilizarse. Es por eso que Volvo Cars, una marca con un legado innegable, está trabajando día a día por promover la electrificación de los vehículos y la responsabilidad ambiental.

"Volvo, desde hace muchos años, ha sido pionera en el cuidado de las personas y el entorno, tanto dentro como fuera del vehículo", explica Raymundo Cavazos, director general de Volvo Car México.

A lo largo de su historia, la compañía ha sido precursora de tecnologías innovadoras que garantizan la seguridad, no solo de los conductores y pasajeros, sino del resto de individuos que transitan por las calles de una ciudad. Por ejemplo, Cavazos recuerda la creación del cinturón de seguridad de tres puntos, el cual se implementó en el año 1959 y decidió liberar la patente, permitiendo que el resto del mundo se beneficiara por esta herramienta. O también destaca que tras realizar sus pruebas de seguridad con *dummies* de diferentes tamaños y contexturas –hombres, mujeres, mujeres embarazadas y niños–, la información recopilada es compartida para "mejorar la seguridad automotriz globalmente". "Este enfoque [nos] ha posicionado como uno de los autos más seguros del mundo", recalca.

Con los requerimientos no solo del sector al que pertenece, sino del mundo en cuanto a la sostenibilidad, Cavazos comenta que Volvo ha desarrollado sistemas para reducir la contaminación de los autos. De este modo, afirma, promueve la seguridad al tiempo que protege el medioambiente a través de tecnologías que hacen que sus vehículos sean más eficientes. En ese sentido, Volvo Car México mantendrá su actual estrategia de electrificación ofreciendo vehículos eléctricos e híbridos, debido al gran éxito obtenido en el país, una acción que reducirá significativamente sus emisiones de CO_2.

"Ahora enfrentamos un desafío global: el cambio climático. En 2020, Volvo se comprometió a que no habría accidentes fatales dentro de un Volvo, siempre que se sigan las medidas de seguridad vial. Fue un compromiso fuerte a





Raymundo Cavazos, CEO de Volvo Cars México.



EX30, EL SUV MENOS CONTAMINANTE DE VOLVO
Fabricado con materiales reciclados, este modelo es ideal para quienes desean cambiar a un vehículo eléctrico y seguro.

nivel global", agrega. "Con este mismo espíritu nos enfrentamos al cambio climático y nos preguntamos, ¿qué vamos a hacer al respecto?". La respuesta a este interrogante ha partido desde el reconocimiento de que, al haber formado parte del problema, su deber es ser parte de la solución.

En el caso de México, a inicios de este año se fijó el objetivo de que su oferta allí fuese 100 % *recharge*, es decir, que estuviese compuesta por autos híbridos enchufables o completamente eléctricos. La estrategia ha sido un éxito, pero más allá del crecimiento de un 47 % que ha experimentado allí y del porcentaje de ventas de vehículos recargables que ya supera el 70 %, estos hitos les han permitido concluir que los hábitos de consumo de sus clientes y aquellos potenciales han cambiado.

"Las encuestas que realizamos a nuestros clientes reflejan que su principal motivación para comprar un vehículo eléctrico es el compromiso ecológico y sustentable", apunta Cavazos. "Están preocupados por lo que está sucediendo en el mundo y desean ser parte de la solución. Esto no lo decimos nosotros, lo confirman las encuestas al público". Esta información también es soportada por otros estudios de mercado que han encontrado que las personas cada vez se muestran más interesadas en saber si los productos que consumen provienen de fuentes éticas y si su cadena de producción también lo es.

Como parte de su pacto con la sostenibilidad, Volvo actualmente utiliza energías climáticamente neutras y ha logrado que el 95 % de sus proveedores de primer nivel se comprometa con utilizar este tipo de electricidad para el 2025. "Queremos asegurarnos de que nuestras plantas y proveedores reduzcan su huella de carbono, utilizando materiales que puedan ser reciclados o que provengan de fuentes sostenibles", declara el director. Asimismo, desde 2019, Volvo Cars ha tenido como prioridad la economía circular, por lo que se espera que, en el futuro, el 30 % de los componentes de sus vehículos sean reciclados y que el 99 % de sus residuos sean reutilizados.

Es por esto que a la compañía le llena de orgullo su modelo EX30, el SUV con menores emisiones de CO_2 que haya creado jamás. Esto significa que su huella de carbono durante su ciclo de vida es menor a 30 toneladas. Este automóvil, aparte de tener un diseño atractivo y compacto, es completamente eléctrico y 100 % libre de cuero proveniente de animales. Adicionalmente, algunos de sus materiales, como el aluminio, el acero, el plástico y el poliéster, han sido reciclados en mayor o menor medida. También se destaca el uso de fibra de lana natural y el denim en su cojinería, así como sus alfombras 100 % hechas con botellas de PET y poliamida reciclada. Estos componentes y materiales cumplen con los estándares que la marca ha establecido respecto a la sostenibilidad y sustentabilidad, todo con el sello de seguridad de Volvo Car.

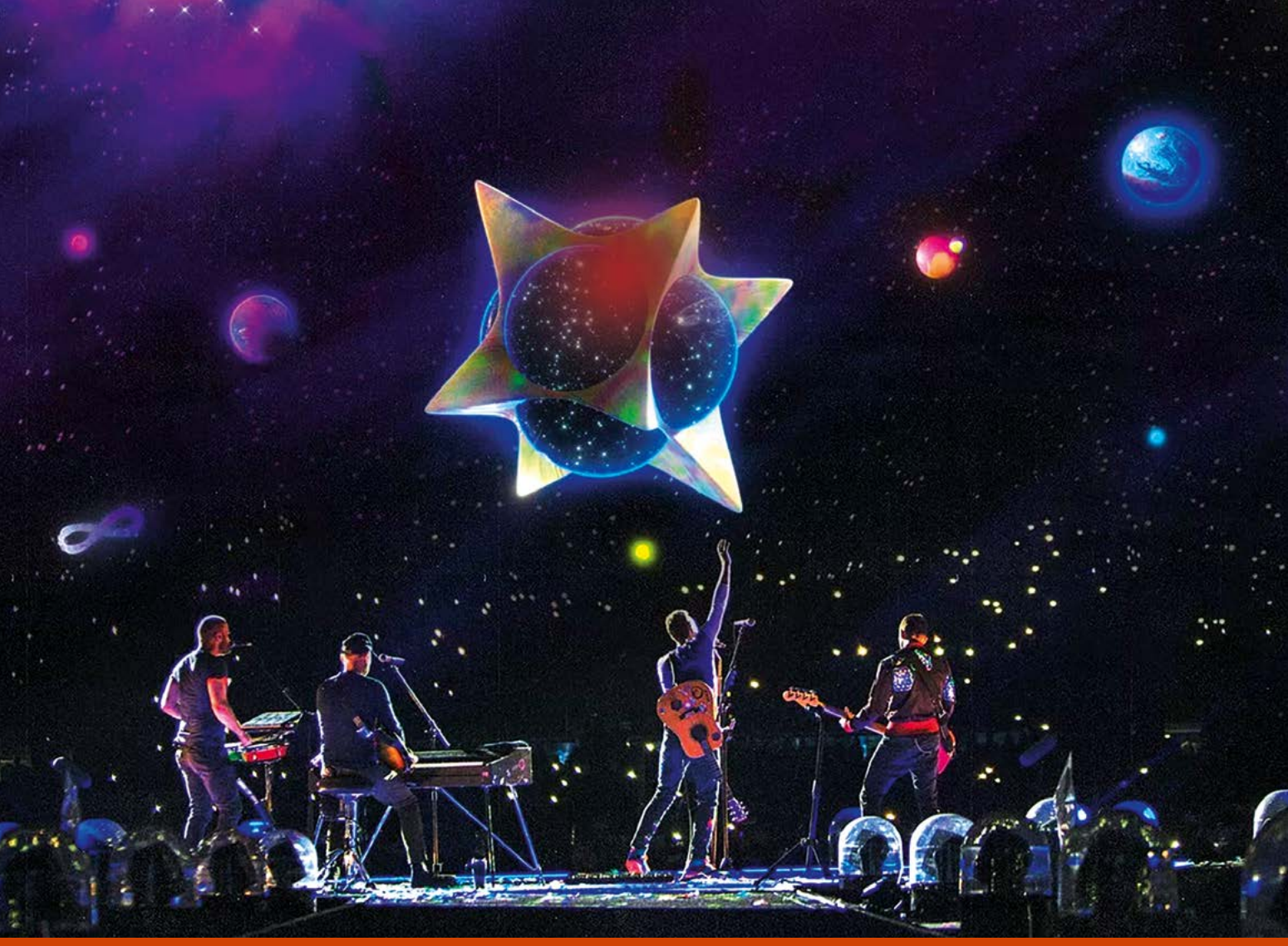
En cuanto a su funcionalidad, es práctico y minimalista en el sentido en que no cuenta con botones innecesarios que harían engorrosa la experiencia de manejo. No obstante, incluye características útiles como asistencia al estacionar, alertas de seguridad para evitar accidentes al abrir las puertas y advertencias de exceso de velocidad gracias a su radar integrado. "Este vehículo combina toda la tecnología y seguridad de Volvo con la conectividad que hoy en día necesitamos", señala Cavazos.

El EX30 ha llegado al mercado mexicano en tres versiones –Core, Plus y Ultra– y su costo oscila entre los $689.900 y los $849.900 pesos mexicanos. El director subraya que este modelo logra el balance ideal entre un precio y un rendimiento competitivos, si se compara con aquellos vehículos de combustión interna. Esto, añade, es un gran logro ya que le permite a las personas tener la opción de elegir un carro eléctrico sin tener que pagar una suma exagerada de dinero.

Cavazos, que cuenta con más de 20 años de experiencia y que ha estado a la cabeza de Volvo Car México desde 2018, sostiene que la marca se posiciona como un agente de cambio dentro de la industria automotriz cuya prioridad siempre será el bienestar de las personas en general. "Nuestra responsabilidad es hacer que los vehículos eléctricos sean accesibles. Es nuestro deber crear condiciones equitativas para que todos puedan adoptar este cambio", asegura. A su vez, insiste en que su compromiso con el medioambiente no solo se centra en la fabricación de vehículos con menor huella de carbono, sino también en la promoción de hábitos diarios que contribuyan a la protección del planeta.

"Necesitamos gente comprometida, personas que realmente se interesen en participar activamente, no solo en la adopción de la movilidad eléctrica, sino también en su estilo de vida en casa y en la oficina", advierte. Al convertirse en un ejemplo de avance y sustentabilidad, el mensaje definitivo de Volvo Car es no descuidar las acciones individuales que se toman para minimizar nuestro impacto en el medioambiente, pues la indiferencia no frenará los estragos de décadas de contaminación.

CORTESÍA VOLVO, 4.



GIRAS SOSTENIBLES: CÓMO ALGUNOS ARTISTAS ESTÁN REDUCIENDO EL IMPACTO AMBIENTAL DE SUS ACTOS EN VIVO

De Massive Attack a Coldplay y Billie Eilish, los artistas que han adoptado prácticas para minimizar la huella de carbono de sus conciertos y cómo lo han hecho

Por PABLO MONROY

En la actualidad, muchos músicos y artistas dependen en gran medida de las giras para generar ingresos, algo que conlleva un alto consumo de gasolina en autobuses y numerosos viajes aéreos. Ahora, los actos se enfrentan al reto de embarcarse en giras que sean lo más verdes posibles.

Es un gran desafío ya que todos los aspectos de una gira implican un costo ambiental muy importante en términos de transporte, alojamientos, y energía para luces y el sonido, entre otros factores. Además, cuando se trata de conciertos, los actos no son los únicos con un impacto ambiental significativo. El público que asiste a los shows también genera sus propias emisiones al viajar para poder ver a sus artistas favoritos, utilizar vehículos particulares para llegar al recinto o generar desechos de plásticos de un solo uso.

Un estudio de 2023 de Payless Power reveló que la huella de carbono que producen muchas bandas en sus giras es muy significativa. En 2022, las giras de cinco géneros musicales distintos –country, rock clásico, hip hop/rap, metal y pop– fueron responsables de casi 45.000 toneladas métricas

CORTESÍA PRENSA COLDPLAY.







de emisiones de dióxido de carbono (CO_2) en Estados Unidos. En el Reino Unido, tan solo el turismo relacionado con la música representa 85.000 toneladas de emisiones de gases de efecto invernadero anualmente.

Pero los amantes de la música no se han quedado de brazos cruzados; los usuarios de redes sociales han prestado mucha atención a los hábitos de viaje de las celebridades. Taylor Swift, la artista musical que más ingresos generó en 2023, ha sido objeto de mucha crítica por su uso habitual de aviones privados. Otros intérpretes como Jay-Z, Blake Shelton y Travis Scott también han sido señalados por sus emisiones anuales de CO_2 provenientes de viajes.

Aún así, existen múltiples bandas y artistas que están tomando acción para reducir el impacto ambiental de sus giras.

La agrupación inglesa Massive Attack ha alzado la voz sobre temas medioambientales durante años. Recientemente, ha fijado la mira en la industria musical con un espectáculo innovador que ha sido el show con la menor huella de carbono en la historia, en comparación con otros de su tamaño. El festival llamado Act 1.5 fue alimentado por energía renovable, incluyendo el uso de camiones eléctricos para instalar la infraestructura. Todos los puestos de comida ofrecieron alimentos basados en vegetales adquiridos a través de cadenas de suministro locales, y se minimizó el desperdicio con el uso de platos y utensilios compostables y la redistribución de alimentos excedentes.

En el 2022, el Happier Than Ever Tour de Billie Eilish ahorró 8.8 millones de galones de agua al ofrecer comidas basadas en plantas para su equipo. También evitaron el uso de más de 114.000 botellas de plástico gracias a contenedores de agua en los shows y neutralizaron 15.000 toneladas de emisiones de CO_2. Pero esto no es todo, ya que Eilish alentó a 132.000 de sus admiradores a apoyar causas ambientales y reunió casi un millón de dólares en favor de estas.

En su gira europea del 2022, Bring Me The Horizon redujo sus emisiones un 38 %, evitando generar 27.97 toneladas de CO_2, a través de cambios como utilizar combustible renovable para sus autobuses, seguir una dieta basada en plantas y reducir el uso de plástico y desperdicio de comida. También eliminaron el uso de más de 3300 botellas de plástico al instalar contenedores de agua para ellos mismos y todo su equipo.

Desde hace más de una década, Radiohead ha hecho un esfuerzo para que sus giras sean lo más ecológicas posible. Además de utilizar biocombustible para sus autobuses, transportan su equipo por barco en lugar de transporte aéreo, utilizan botellas de agua y animan a su audiencia a elegir el transporte público para asistir a sus conciertos.

Sin duda, Coldplay está a la vanguardia de la sostenibilidad en la industria de conciertos. En junio, el grupo compartió una actualización de su gira mundial sostenible, Music of the Spheres, declarando que lograron reducir sus emisiones de carbono en un 59 %, superando su objetivo de reducción del 50 %. Las acciones de su plan incluían desde una pista de baile que genera electricidad cuando los fans bailan sobre ella, hasta la reducción de sus viajes en avión. También han plantado siete millones de árboles como parte de su compromiso de crecer un árbol por cada fan que asista a los conciertos.

Con su gira histórica, Coldplay ha establecido un nuevo estándar de sostenibilidad para las giras, motivando también a su audiencia a formar parte del cambio.

La preocupación por el cambio climático es evidente, y las estrellas de la música no permanecen ajenas ante la amenaza y están dispuestas a dar la batalla. Si los artistas practican lo que predican, sus admiradores tendrán cada vez mayor interés en sumarse en favor del planeta. ®

CORTESÍA VOLVO, 4. TONY NICOLETTI/MIRRORPIX/VISUAL PRESS AGENCY; CORTESÍA PRENSA, 2.









EL TURISMO SOSTENIBLE SÍ ES POSIBLE

Un hotel en Tierra Bomba, al occidente de Cartagena, en Colombia, trabaja para hacer que nuestros destinos se vean con otros ojos

Por RICARDO DURÁN

Es un error creer que al visitar ciertos países estamos haciendo un aporte al progreso de estos lugares o al bienestar de sus habitantes. El turismo se ha convertido en una industria gigantesca, "eso ha llevado a lo que yo llamo turismo extractivo; es donde el consumidor está pensando solo en lo que le va a beneficiar, y esto tiene un mal impacto al convertir los destinos en productos", dice Portia Hart, fundadora de Blue Apple Beach, un hotel con prácticas sostenibles en el Caribe colombiano. "En mi industria se habla así. Si yo soy una agencia de turismo, yo hablo de los productos que tengo".

Más allá de una suma de dinero, ¿qué aportamos a los lugares que visitamos? El proyecto de Portia busca poner esta reflexión sobre la mesa: "Estamos en capacidad de decirle a cualquier persona qué porcentaje de su dinero se queda en la comunidad inmediata, en la isla o en el centro histórico, o qué porcentaje se queda en Cartagena y Bolívar", dice ella. "Puedes saber que tus dólares realmente están haciendo que la economía crezca, y es superimportante porque el turismo representa el 8 % del producto bruto del mundo".

Su perspectiva nos ayuda a entender que los aspectos nocivos del turismo masivo van mucho más allá de su impacto ambiental, y eso queda en evidencia al escuchar lo que nos dice la empresaria: "Cuando un turista me dice, 'Estoy aquí porque la droga es legal, porque la prostitución es legal, y porque puedo hacer lo que me da la gana' para mí no es un turismo muy chévere, porque está haciendo cosas que no haría en su propia ciudad, y está buscando hacer cosas con una chica de acá, pero que no quisiera que su hermana, mamá o hija hicieran nunca. La otra cosa que digo a un viajero consciente es que actúe como quiere que la gente actúe en su propio lugar".

En América Latina los salarios son mucho más bajos que en Europa, por ejemplo. Un mecánico peruano o una camarera colombiana no pueden irse de vacaciones a Italia. "Cuando usted solo busca un producto barato, la única persona que está perdiendo es el trabajador", indica Portia, refiriéndose a los atractivos que ofrece a un turista europeo el hecho de visitar una región con mayor pobreza y divisas más débiles. Blue Apple Beach es un reflejo de esa consciencia, y entiende que opera en un área con infraestructura deficiente, donde el Estado brilla por su ausencia.

"Si queremos cuidar al medio ambiente, si queremos parar el cambio climático, si queremos concientizar a todo el mundo de su huella de carbono y su impacto ambiental, creo que tenemos que asegurar que todos tengamos una calidad de vida. Si no podemos lograr esto, no es realista esperar que el mundo vaya a cambiar, si no tienen carreteras, si no tienen agua, acceso a la educación o un empleo, dice Portia.

Su filosofía se refleja en acciones integrales que abarcan lo social y lo ambiental: al usar paneles solares generan casi un 50 % de la energía que consumen, tienen un sistema de manejo libre de químicos para aguas grises y negras, procesan y reciclan el 87 % de sus desechos, y convierten el vidrio de las botellas en arena que se vende para construcción sostenible, filtración de piscinas y limpieza de embarcaciones. Todo el conocimiento que resulta de esas acciones es compartido con las comunidades y con otras empresas.

"Este año tenemos un programa que está enfocado en la biodiversidad", señala. "Al principio no hicimos ningún estudio, arrancamos el hotel y ya. Ahora tenemos una bióloga con nosotros, y está haciendo estudios sobre todas las especies de árboles y plantas de la isla". En este contexto, su hotel también adelanta actividades para la restauración de corales con estructuras fabricadas con fibras naturales.

Blue Apple Beach se convierte en un ejemplo de cómo el turismo sostenible requiere un cambio de mentalidad por parte de los viajeros, y un compromiso real por parte de las empresas. "Lo que he aprendido es que, si tú disfrutas haciéndolo, y celebras cada avance, puedes lograr más de lo que pensabas".

Al tomar decisiones conscientes sobre dónde gastar el dinero, apoyar a los negocios locales, respetar la cultura y las personas de los destinos que visitamos, y actuar con responsabilidad hacia el medio ambiente, los viajeros pueden contribuir a un futuro más justo y sostenible. ®

CORTESÍA BLUE APPLE BEACH, 4.

NUESTRAS CIUDADES ESTÁN CAMBIANDO

El crecimiento de la comunidad de nómadas digitales y el turismo masivo están contribuyendo a la gentrificación en las principales ciudades de Iberoamérica, generando desafíos de sostenibilidad y coexistencia con las poblaciones locales

Por MARTÍN TORO

Desde que se levantaron las restricciones de la pandemia por COVID-19, las principales ciudades del mundo han experimentado cambios profundos en su tejido social y urbano. Fenómenos como la gentrificación, el turismo en masa y la creciente comunidad de nómadas digitales se manifiestan cada vez con mayor fuerza en las áreas urbanas, convirtiéndose en factores clave de esta transformación.



El valor promedio por metro cuadrado en Medellín aumentó de $5.9 millones a $6.4 millones de pesos colombianos entre finales de 2022 y marzo de 2023.

Las maravillas de la tecnología permiten que cada vez sean más las personas que pueden trabajar de forma remota desde cualquier parte del mundo, generando una creciente comunidad de nómadas digitales. Este tipo de personas han encontrado en estas ciudades un entorno propicio para establecerse temporalmente (en principio), ya que normalmente se asientan en países con una moneda más débil frente al dólar estadounidense, donde las ventajas económicas y la calidad de vida convierten a estos destinos en ofertas muy tentadoras. Sin embargo, este fenómeno también plantea desafíos en términos de regulación, sostenibilidad y coexistencia con la población local.

Según Forbes, más de 90.000 nómadas digitales residen en la Ciudad de México, y más de 60.000 llegaron después de 2021 debido al trabajo remoto impulsado por la pandemia, posicionando a México como el país con más teletrabajadores en Latinoamérica. Lo que nos lleva a la siguiente problemática, una consecuencia directa del asentamiento de los nómadas digitales: la gentrificación.

Esta se manifiesta cuando ciertas urbes experimentan un rápido desarrollo gracias a la llegada de personas con mayor poder adquisitivo a un área de bajos recursos o de clase media, y se implementan programas de renovación urbana, desplazando así a las comunidades con menos recursos dentro del área debido al incremento exacerbado de los costos de vivienda. Particularmente en Medellín y en Bogotá, Colombia, la llegada de turistas y nómadas digitales ha contribuido severamente a este proceso.

El desplazamiento de estas comunidades ha generado grandes problemas de sostenibilidad. En una investigación de National Geographic, el profesor de la UNAM Luis Alberto Salinas comentó que durante el período de 2004 a 2014, la migración hacia las áreas periféricas de la Ciudad de México condujo a la construcción de aproximadamente 500.000 viviendas de interés social. Sin embargo, muchas de estas permanecen desocupadas debido a que se encuentran ubicadas a gran distancia de los centros de trabajo. Como resultado, los precios de los alquileres en la ciudad han experimentado un aumento significativo.

Al mismo tiempo, el turismo masivo ha generado una presión adicional sobre la infraestructura y los recursos urbanos, elevando los precios y alterando la dinámica social. La llegada masiva de turistas también influye en los precios de los alquileres, ya que muchos propietarios optan por alquilar sus inmuebles por días o semanas a través de plataformas como Airbnb.

Según datos del Instituto Catalán del Suelo, Barcelona, junto con Madrid, ha visto un aumento significativo en los precios de alquiler de 2014 a 2019, con un incremento de alrededor del 50 %; hoy en día el porcentaje puede ser incluso mayor.

Según la Organización de las Naciones Unidas la gentrificación puede traer consigo algunos beneficios para las ciudades y comunidades, como la generación de recursos económicos y la creación de demandas para nuevos servicios en una ciudad consolidada. Una de las soluciones propuestas por la ONU es la formación de pequeñas empresas a través de la microfinanciación o pequeños créditos, que no solo contribuirían a la restauración de viviendas deterioradas, sino también a la mejora de los espacios públicos.

Es fundamental que los gobiernos encuentren un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación de la identidad cultural y el tejido social en las ciudades afectadas por la gentrificación, el turismo masivo y la creciente comunidad de nómadas digitales. Aunque el panorama no parece cambiar en el futuro cercano, con varios de nuestros países ofreciendo visas especiales para nómadas digitales, es crucial abordar estos desafíos de manera sostenible y colaborativa para garantizar un futuro más armonioso en nuestras urbes.



Ellas continúan buscando

Un grupo de valientes mujeres mexicanas se enfrenta a todo tipo de adversidades, mientras lidera procesos para dar con el paradero de sus seres queridos

Alrededor de las Américas, cientos de miles de personas han desaparecido debido a conflictos armados pasados y presentes, al crimen organizado y a crímenes de derecho internacional perpetrados por autoridades. De acuerdo con cifras oficiales, tan solo en México, alrededor de 116.000 personas se encuentran desaparecidas y no localizadas. ¶ En México se estima que existen alrededor de 200 colectivos de familiares de personas desaparecidas. Uno de ellos es Hasta Encontrarte, formado en 2021 en el estado de Guanajuato. Este colectivo, integrado por 86 familias –de las que el 99 % de sus integrantes son mujeres–, se dedica a la labor incansable de búsqueda de sus seres queridos a través de brigadas independientes. Su esfuerzo ha resultado en la localización de 23 fosas clandestinas y el hallazgo de 203 personas desaparecidas. Además de estas acciones directas, Hasta Encontrarte se dedica también a la incidencia y al diálogo con autoridades nacionales y organismos internacionales. Para sus integrantes, la organización no solo representa una lucha conjunta, sino también un espacio de hermandad en donde se escuchan unas a otras y se acompañan en el camino que implica la búsqueda.

POR EDITH OLIVARES FERRETO Y ANA PIQUER

Verónica, Karla y Bibiana son voceras de Hasta Encontrarte. Después de la desaparición de sus familiares, ellas cambiaron para siempre. Con apoyo limitado del gobierno mexicano, empezaron a buscar a sus seres queridos, primero por su cuenta y después como parte de Hasta Encontrarte.

Asumieron las difíciles funciones que deberían desempeñar las autoridades dirigiendo investigaciones y desenterrando cadáveres en condiciones agotadoras y peligrosas. A pesar de las dificultades, la violencia y las amenazas, han seguido apoyándose mutuamente. Aquí, Karla, Verónica y Bibiana comparten la realidad de lo que implica buscar a sus seres queridos y por qué la sororidad es un apoyo en todo momento.

★

Karla Martínez

Busca a su hermano, Juan Valentín Martínez Jiménez, quien desapareció el 18 de febrero de 2020. Ella pasó un año tratando de encontrarlo con la Comisión Estatal de Búsqueda de Personas del Estado de Guanajuato ("Comisión Estatal de Búsqueda"). Aprendió rápidamente dónde buscar y cómo identificar los lugares donde podría encontrarse cuerpos.

"A pesar de que existe un expediente de investigación sobre la desaparición de mi hermano desde hace cuatro años, nadie lo busca si no lo hago yo.

Cuando denuncié la desaparición de mi hermano, las autoridades me preguntaron: '¿A qué se dedicaba tu hermano?'. Me daba miedo contestar, porque no sabía si eso impediría que lo buscaran. Sentía que juzgarían mal mi situación si mi hermano tenía tatuajes, fumaba o bebía.

La Comisión Estatal de Búsqueda dejó de buscar a mi hermano al cabo de un año, así que decidí hacerlo yo misma. Junto con tres mujeres salimos a buscar a nuestros seres queridos. No sabíamos mucho a dónde íbamos ni por qué, pero fuimos sin miedo y con ganas de encontrarlos. Fue entonces cuando empezamos a encontrar a nuestros familiares.



Bibiana Mendoza.



Karla Martínez.

La primera vez que saqué un pie me estaba vomitando. El olor era muy fuerte y pensaba que tenía que quedarme ahí durante horas. Ahora encontrar y oler un cuerpo no me da asco. Me hace sentir que hemos hecho un buen trabajo, y que estamos cumpliendo una meta.

Desde que empecé a buscar he cambiado: no puedo sonreír, estoy de mal humor. No puedo vivir así... Si me quedo en casa, me siento triste. Soy más feliz en el campo buscando a los desaparecidos. Quiero encontrarlos, y quiero hacerlo con dignidad.

Buscar a alguien es peligroso. Me han perseguido y me han disparado. Es aterrador sentir que las mismas personas que se llevaron a mi hermano podrían venir por mí también. Me siento completamente insegura y vulnerable esté donde esté.

Aunque las autoridades a veces me dan medidas de protección, soy consciente de que no suelen reconocer nuestro trabajo como defensoras de derechos humanos, y que las medidas no son suficientes para el riesgo al que nos enfrentamos y para garantizar nuestras vidas. Las amenazas persisten.

Yo solo quiero encontrar a mi hermano. He ido a talleres, he organizado mi tiempo y he buscado lo más que he podido. Hemos encontrado a 216 personas, pero mi hermano no está entre ellas. Estoy trabajando, pero no tengo resultados para mí. Estoy contenta por las 216 familias que están descansando, pero me da coraje decir: '¿Y yo qué?'.

Estoy agradecida de formar parte de Hasta Encontrarte. Hay una especie de hermandad entre todas nosotras que me levanta cuando me siento mal".

★

Bibiana Mendoza

Bibiana trata de encontrar a su hermano, Manuel Ojeda Negrete, quien desapareció el 8 de enero de 2018. Ha sido amenazada en numerosas ocasiones, pero, a través del colectivo, ha encontrado el poder para seguir en la búsqueda.

"Mi hermano desapareció en 2018. Empecé a buscarlo unos días después, mientras estaba embarazada. Ahí me cayó el 20 de que una amenaza a mí era también una amenaza al niño que traía en la panza, y


Verónica Durán.

una amenaza al futuro de mi otro hijo.

Después de iniciar mi búsqueda recibí amenazas, así que acudí a la Fiscalía [para solicitar protección]. Ahí conocí a otras mujeres que buscaban también a sus seres queridos.

Formar parte de un colectivo en la sociedad mexicana se siente revolucionario. Si nos pasa algo que nos parece mal, buscamos a nuestra manera la forma de cambiar las cosas.

En 2020, marchamos contra la elección de un nuevo titular de la Comisión Estatal de Búsqueda, una elección que se hizo sin consultarnos. Salimos a la calle y protestamos, a pesar de los peligros que corríamos. El colectivo, para mí, es como dejar de estar a ciegas, cada recuerdo que tengo de la colectividad es un acto de valentía.

Estoy agradecida por este colectivo, porque desde que empecé mi búsqueda he sido estigmatizada por la comunidad. Una vecina pidió a nuestros hijos que dejaran de jugar juntos, mientras mi círculo de amigos se ha reducido.

También he recibido muchas amenazas por buscar a mi hermano. La Fiscalía me citó y me pidió un número de teléfono, después me acosaron los agentes de la policía ministerial, con fotos, llamadas, mensajes, etcétera. Cada vez que cuelgo el teléfono, temo que alguien venga a despertarme a mi casa... cada vez que se acerca un coche a mi casa en la noche siento que es el último segundo de mi vida.

He solicitado protección al Mecanismo de la Protección para Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas, pero solo he recibido un botón de pánico que no funciona desde hace mucho tiempo.

A cada paso agigantado que damos, vemos un nuevo abismo y sentimos que nada es suficiente para que las desapariciones dejen de ocurrir. Querer encontrar a mi hermano vivo es mi manera de rebelarme, de no aceptar el discurso. Es otra manera de defender la dignidad de mi hermano".

★

Verónica Durán

Verónica busca a su hijo, Iván Arturo Silva Durán, que desapareció el 24 de noviembre de 2019. Estuvo detenida, perdió su trabajo y actualmente sufre de ansiedad y depresión. No obstante, el anhelo de encontrarlo sigue ardiendo con fuerza.

"Cuando presenté la denuncia por la desaparición de mi hijo, las autoridades me preguntaron: '¿Qué hacía su hijo? ¿Estaba de fiesta? Deberíamos esperar 72 horas'. Insistí en que se presentara la denuncia, porque sabía que se habían llevado a mi hijo en unas camionetas.

Al principio, [las autoridades] no me dejaron buscarlo, no me dejaron hacer nada. Un año después, fui a la Fiscalía y leí el expediente de la investigación. Me di cuenta de que no estaban buscando a mi hijo. Me enojé mucho. Había perdido un año de búsqueda en el que podían haberlo encontrado.

Mi hermana me dio un coche y empecé a buscarlo todos los días, pero sentía la ausencia de toda mi familia. Me sentía sola, pero tenía que seguir buscándolo. Me invitaron rápidamente a formar parte del colectivo. Juntas protestamos contra el nombramiento del nuevo titular de la Comisión Estatal de Búsqueda.

Desafortunadamente, la protesta fue recibida con violencia y fui una de las cuatro mujeres detenidas. Cuando nos detuvieron, sentí una mezcla de coraje y miedo, pero sobre todo mucho dolor, porque un policía me quitó la foto de mi hijo y la pisoteó. No sabía dónde había ido a parar. Me dolió mucho porque no valía la pena. No estábamos haciendo daño a nadie, lo único que queríamos era justicia de alguna manera; queríamos ayuda para buscar a nuestros familiares.

Después de que me detuvieran, me habló el patrón y me dijo que dejara de buscar a mi hijo o que dejara el trabajo. Me negué a dejar de buscarlo, y 10 días después, mi jefe me dijo que no me necesitaba.

Cuando me despidieron, todo se vino abajo. No tenía gasolina para el coche. No podía buscar a mi hijo. Durante casi un año y medio estuve sin electricidad, sin agua, a veces sin comida. Fue un año duro. No quería decirle a la gente, 'No tengo dinero, tengo hambre, no tengo gasolina'.

Ahora tengo ansiedad. Me siento como si tuviera depresión. Tengo la tensión alta y estoy agotada. Siento mucha angustia y dolor. Es una agonía muy lenta la que estoy viviendo.

Ya no tengo la esperanza de encontrar a mi hijo vivo, pero quiero encontrarlo. Espero que antes de que me lleve Dios pueda regresarlo y darle una cristiana sepultura. Quiero que sepa que nunca dejé de buscarle, y que le quiero con todo mi corazón".

El caso del colectivo Hasta Encontrarte es un ejemplo de lo que viven miles de mujeres buscadoras en las Américas. En el continente, el rol de ellas para garantizar los derechos de las personas desaparecidas ha sido crucial e inspirador, su protagonismo se puede observar desde Canadá hasta la Patagonia. Sin embargo, la búsqueda está llena de riesgos, ataques y violaciones a los derechos humanos. En reconocimiento a la lucha incansable que han emprendido las mujeres buscadoras en las Américas, Amnistía Internacional se une en solidaridad y acción a las exigencias de justicia a través de su campaña #BuscarSinMiedo. Como parte de esta campaña, Amnistía Internacional también publica el informe *Buscar sin miedo: estándares internacionales aplicables a la protección de mujeres buscadoras en las Américas,* documento que recoge los principales riesgos que enfrentan las mujeres buscadoras y las obligaciones que tienen los Estados para asegurarles un entorno propicio y seguro, lo que incluye garantizar su protección y una vida digna. ®

Ana Piquer es directora para las Américas de Amnistía Internacional, y Edith Olivares Ferreto se desempeña como directora ejecutiva de Amnistía Internacional México.

AMNISTÍA INTERNACIONAL


IRON MAIDEN
THE FUTURE PAST
WORLD TOUR 2024
ESTADIO EL CAMPÍN: NOVIEMBRE 24 · 2024
ENTRADAS EN TUBOLETA.COM
INVITA
#EXPERIENCIAS AVAL
Grupo AVAL
MEDICS ALIADOS
RollingStone
PRODUCE
MOVE
CMN
APOYA
sayco
ENTRADAS
Tuboleta
WWW.IRONMAIDEN.COM
PULEP SOF810

Karla Souza
pasado, presente y futuro

POR ANDRÉ DIDYME-DÔME

La actriz mexicana habla sobre su formación actoral, su trayectoria y su responsabilidad con el mundo que nos rodea

A lo largo de su carrera, Karla Souza ha demostrado ser una actriz con un profundo sentido de propósito. Su habilidad para interpretar personajes complejos y su compromiso con temas sociales relevantes la han convertido en un modelo a seguir tanto dentro como fuera de la pantalla. ★ Desde una edad temprana, mostró un fuerte interés por la actuación, lo que la llevó a formarse en prestigiosas instituciones en Inglaterra y Rusia. Sin embargo, el éxito de Karla en el mundo del entretenimiento comenzó en su México natal, donde participó en varias telenovelas y películas que la catapultaron al estrellato. Una de sus apariciones más notables en el cine fue en la película *Nosotros, los Nobles* (2013), donde interpretó a Bárbara Noble, papel que le ganó un amplio reconocimiento. Esta comedia fue un éxito rotundo en taquilla y se convirtió en un clásico moderno del cine mexicano.

FOTOGRAFÍAS POR RICARDO RAMOS



Posteriormente, Karla dio un paso importante en su carrera al trasladarse a Hollywood. Su gran oportunidad llegó con la serie *How to Get Away with Murder* (2014-2020), donde interpretó a Laurel Castillo, un papel que le dio proyección internacional y consolidó su posición como una de las actrices latinoamericanas más destacadas en Estados Unidos. Su trabajo en esta serie fue aclamado por la crítica y le permitió participar en otras producciones de renombre.

Karla es conocida por mantener su vida personal relativamente privada, aunque ha compartido detalles sobre su matrimonio con Marshall Trenkmann y la llegada de sus hijos. Además de su papel como madre, ha mostrado su interés en causas sociales y ambientales, equilibrando su carrera en el entretenimiento con su compromiso hacia un impacto positivo en la sociedad. Para ella, ser artista conlleva una gran responsabilidad social, y utiliza su plataforma para promover mensajes que contribuyan a un mundo más sustentable. A través de sus colaboraciones con marcas como Volvo, que se destacan por su enfoque en la producción de vehículos eléctricos e híbridos, Karla ha sido una voz activa en la promoción de prácticas responsables y sostenibles.

Karla, hablemos primero del pasado. Recuerdo haber visto en VHS una cinta llamada *Aspen Extreme* con Peter Berg. Tengo entendido que esa fue tu primera aparición en el cine. Cuéntame sobre esa primera experiencia como actriz.

Mi primera experiencia en el cine fue un poco inesperada y emocionante. En ese entonces, vivía en Aspen y estaba estudiando en el colegio local. Se estaba realizando una audición para la película; mi hermana mayor se enteró de la audición y decidió presentarse, así que yo la acompañé. Lo curioso es que me aprendí todas las líneas de la audición, no porque esperara algo, simplemente quería estar preparada para ayudarla en lo que necesitara. Cuando llegamos al lugar de la audición, el director me vio y, al parecer, algo llamó su atención. Me preguntó si quería audicionar, y, aunque al principio estaba un poco sorprendida, acepté sin pensarlo dos veces. Me sentía completamente preparada, así que hice la audición, y para mi sorpresa, obtuve el papel en la película.

Lo más sorprendente fue que no solo yo fui seleccionada, sino que también mis hermanos consiguieron roles. Esto generó cierto descontento entre algunos, ya que tres niños mexicanos habíamos logrado obtener un lugar en el casting de una cinta estadounidense. Sin embargo, esa experiencia marcó el comienzo de mi camino en la actuación, y me enseñó mucho sobre estar preparada para cualquier oportunidad que se presente.

Esa experiencia me marcó profundamente, y creo que fue importante porque muchas personas tienen una idea lejana y mágica del cine y la televisión. Pero, al estar detrás de bambalinas, te das cuenta de que no todo es tan glamoroso como parece. Recuerdo que, como niña, me aburría muchísimo tener que esperar entre tomas y repetir escenas una y otra vez. Solo quería que todo terminara para poder irme a esquiar y divertirme. Sin embargo, ese fue mi primer contacto con el mundo del cine y una lección temprana sobre la paciencia y el trabajo detrás de las cámaras.

Estudiaste actuación en Londres y Rusia, ¿cuáles fueron las lecciones más significativas que te quedaron como actriz en formación?

Sí, es cierto que estudié actuación en Londres y en Rusia, y esas experiencias fueron fundamentales en mi formación como actriz. Mi papá, que era zapatero de profesión, tuvo un papel muy importante en mi decisión de tomar en serio la actuación. Él me hizo esperar hasta que cumpliera 18 años para que pudiera retomar mi carrera. Luego, me dijo algo que siempre recordaré: "Hay dos caminos en la actuación; uno es el de convertirse en una estrella efímera, obtener popularidad por uno o dos años y luego quedar en el olvido; el otro es tener una carrera longeva y profesional". Él me hizo entender que, si quería optar por el segundo camino, lo mejor era comenzar mi formación en la cuna del teatro y de Shakespeare.

"Ser actriz no es solo un trabajo, sino una vocación que requiere entrega total".

Estudiar en Londres fue una experiencia increíble. Mis profesores y compañeros estaban a un nivel muy alto, no solo en cuanto al dominio de la teoría de la actuación, sino también en su conocimiento de las grandes obras del teatro universal. Fue un ambiente que me exigía constantemente mejorar y me mostró la seriedad y la dedicación necesarias para ser una actriz profesional.

Luego, tuve la oportunidad de continuar mis estudios en Rusia, y fue ahí donde realmente comprendí la profundidad del arte de la actuación. Si bien en Inglaterra el nivel era altísimo, en Rusia lo era aún más. Tuve el privilegio de aprender de un profesor que había sido alumno de Konstantín Stanislavski, una de las figuras más influyentes en el teatro. En Rusia, me di cuenta de que los rusos aman el arte de verdad. No lo ven como un medio para obtener fama o fortuna, sino como un camino noble y respetable para sobrevivir.

Estas dos experiencias me enseñaron lecciones muy valiosas. En primer lugar, la humildad: entender que siempre hay más por aprender y que el camino del actor es uno de constante crecimiento y evolución. Y, en segundo lugar, la importancia y la complejidad de formarse verdaderamente como un actor profesional, un compromiso que va mucho más allá de la superficialidad de la fama. Aprendí a valorar el proceso y a entender que ser actriz no es solo un trabajo, sino una vocación que requiere entrega total.

***Nosotros, los Nobles, No se aceptan devoluciones* y *¿Qué culpa tiene el niño?* te llevan al maravilloso mundo de la comedia. ¿Cómo percibes hoy este género? ¿Nos estamos volviendo muy serios?**

No lo había pensado antes, pero tienes razón. Parece que hay muchas menos comedias en producción en el cine y la televisión en comparación con los dramas. Tengo una hipótesis sobre esto: el drama es mucho más universal que la comedia. Lo que puede ser muy gracioso para un japonés, puede no serlo para nada para un mexicano, y viceversa. Esas diferencias culturales y de idiosincrasia pueden ser una de las causas de esta tendencia.

Por ejemplo, cuando participé en *How To Get Away With Murder*, que es un drama, la serie se vendió en más de 100 países. Sin embargo, *Home Economics*, que también

FOTOGRAFÍAS POR: RICARDO RAMOS; HISTORIA: ANDRÉ DIDYME-DOME; PRODUCCIÓN EJECUTIVA: ALEJANDRO ORTIZ; STYLING: FERNANDO FERNÁNDEZ; PRODUCCIÓN GENERAL: DANIELA GARCÍA; STYLING TEAM: SARAH MENDOZA Y DANIELA CORREA; GLAM LGM: ALE VELARDE; GLAM TEAM: KARLA SOUZA, PELO: ERNESTO VARGAS; MAKE UP: SALVADOR GONZALEZ; ASISTENTES DE MODA: RENATA LEYVA Y MARA REYES; ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: ROBERTO DE LA MORA; BTS: RICARDO SOTO; ASISTENTE DE ILUMINACIÓN: BRANDON BARKER; EQUIPO DE ILUMINACIÓN: SPORA; AUTO: VOLVO; RELOJ: OMEGA. KARLA: TOTAL LOOK GUCCI, JOYERÍA: CARTIER, RELOJ: OMEGA. LUIS GERARDO: CAMISA FERRAGAMO, PANTALÓN OFF-WHITE. JOYERÍA: TIFFANY.



RELOJ OMEGA, VESTIDO PACO RABBANE PARA EL PALACIO DE HIERRO, JOYERÍA CARTIER

protagonizo, y es una comedia, solo fue vendida a 20 países. Esto evidencia lo complicado que es hacer comedia, especialmente si se busca llegar a un público global.

Hacer reír es un arte, y más aún si se quiere que esa risa resuene en diferentes culturas y contextos. Por eso, aunque la comedia es maravillosa y tiene un lugar muy especial en mi corazón, reconozco que es un género desafiante, uno que muy pocas producciones han logrado dominar a nivel global. Puede que por eso mismo hoy en día veamos menos comedias, porque en un mundo tan interconectado, crear contenido que logre conectar con todos es un reto enorme.

Me parece que *La caída* es una de las mejores cintas sobre natación de todos los tiempos, y aborda el lado oscuro de este deporte olímpico. Asimismo, la miniserie *El presidente* nos habla sobre la corrupción en el fútbol. Quisiera saber lo que estas producciones significaron para ti a nivel personal y profesional.

Te agradezco mucho por tus palabras. *La caída* y *El presidente* son dos producciones que realmente marcaron un antes y un después en mi carrera. Me siento muy orgullosa de ambas, no solo por lo que significaron para mi desarrollo como actriz, sino también por los mensajes tan poderosos que comunican. Con *La caída,* tuvimos la oportunidad de explorar el lado oscuro de un deporte tan exigente como la natación, algo que no se había hecho antes de manera tan profunda.

Es una película que muestra no solo los triunfos y las glorias, sino también las presiones y las sombras que pueden acompañar a los atletas. *El presidente*, por otro lado, expone la corrupción en el fútbol, un tema que resuena no solo en México sino en todo el mundo. Ambas producciones tienen que ver, no solo por mi gran amor por el deporte, algo que hace parte integral de mi vida, sino que me hicieron caer en cuenta que hay un terreno muy fértil y aún poco explorado en el cine y la televisión en México, que es el mundo del deporte. Creo firmemente que este ámbito debería ser abordado desde diferentes ángulos, no solo los éxitos y las victorias, que son sin duda inspiradores, sino también las derrotas, las controversias y los aspectos menos gloriosos.

Tal como lo hicimos en *La caída* y *El presidente*, es posible contar historias que no solo entretengan, sino que también inviten a la reflexión y abran diálogos necesarios sobre temas complejos. Estas experiencias han reafirmado mi deseo de seguir participando en proyectos que desafíen las narrativas convencionales y que ofrezcan una mirada más completa y honesta sobre el mundo del deporte, y quién sabe, tal vez pronto veamos más producciones que aborden estos temas en México.

Ahora hablemos sobre el futuro. ¿Cómo comenzó tu interés por el medio ambiente y la sostenibilidad?

Como artista, siempre he tratado de tener una perspectiva sustentable, ya que siento una gran responsabilidad por el impacto que tengo en la sociedad. No solo a través de mi trabajo, sino también con las acciones concretas que realizo en mi vida diaria. Es importante para mí ser consciente de cómo mis decisiones afectan al medio ambiente y la comunidad.

En las producciones en México, por ejemplo, ya existe un término llamado "producciones verdes". Estas son producciones que realmente se preocupan por el medio ambiente, implementando prácticas sostenibles en cada etapa de su realización. Me parece esencial que todos, desde nuestra trinchera, hagamos lo que podamos para contribuir a un mundo más sustentable e inclusivo. Cada pequeño esfuerzo cuenta y, a través de estas acciones, podemos lograr un impacto positivo.

¿Cómo se refleja ese interés en tu relación con Volvo y sus carros eléctricos e híbridos?

Volvo es una marca que, desde el momento en que los automóviles empezaron a tener versiones eléctricas, se posicionó como uno de los pioneros en términos de diseño, lujo y, por supuesto, sustentabilidad. Antes de tener un acercamiento con la marca, tuve la oportunidad de probar el Volvo XC90, y me sorprendió la potencia que tenía para ser un coche eléctrico, además de su lujo tanto por dentro como por fuera. Su diseño es muy original, y se distingue de los demás autos en el mercado.

Cuando mi equipo y yo comenzamos a trabajar con Volvo, descubrimos que compartimos muchos valores, especialmente en términos de sustentabilidad y responsabilidad social. De hecho, recientemente hicimos un cineminuto muy divertido que aún no ha salido, donde combinamos mi pasión por el cine y la interpretación con el auto. Volvo ha sido excelente en conectar con la persona detrás de la colaboración, no solo viéndonos como simples embajadores, sino integrando nuestra personalidad y lo que aportamos a la campaña.

Eso es lo que hace que estas colaboraciones sean tan exitosas y auténticas. No se trata solo de usar un coche en la publicidad, sino de reflejar quiénes somos y la conexión que tenemos con la gente. Esto crea campañas muy potentes y positivas. Además, es divertido ver cómo Luis Gerardo Méndez y yo hemos trabajado juntos en tantas campañas. Afortunadamente, nos llevamos muy bien, lo cual hace que todo sea más fácil y agradable para todos los involucrados.



"Me parece esencial que todos, desde nuestra trinchera, hagamos lo que podamos para contribuir a un mundo más sustentable e inclusivo".

¿Por qué es importante que los artistas aborden estos temas ambientales?

Pues mira, lo he vivido recientemente en otros ámbitos, como el deporte. Cuando me preguntaban por qué estoy apoyando a deportistas o por qué fui a París, la respuesta es simple: tenemos una plataforma privilegiada. En esta carrera de ser artista tenemos una voz que llega a mucha gente, un amplificador muy grande. Si no utilizamos esa plataforma de manera responsable, para compartir mensajes que ayuden a mejorar el mundo, a ser mejores personas, a reírnos, a fortalecer la comunidad o a reconectarnos con nuestra cultura, entonces no sé de qué sirve tenerla.

Para mí, esa es la razón de ser de esta plataforma: llevar un mensaje que vaya más allá de uno mismo y de la fama. Entiendo que hay actores que no lo hacen por diferentes motivos, pero, personalmente, me da mucha satisfacción saber que mi trabajo tiene un impacto social. Y espero que lo siga teniendo a lo largo de mi carrera.

RELOJ OMEGA, TOTAL LOOK GUCCI, LENTES LOEWE PARA ÓPTICA QUEVEDO, JOYERÍA CARTIER



Para esta sesión, Karla lució relojes de Omega, marca de la cual es embajadora.





Technoboys: el reencuentro que nadie pidió

Por ANDRÉ DIDYME-DÔME

La nostalgia de los años 90 regresa con fuerza en *Technoboys*, una comedia que se estrenará durante la primera mitad de septiembre. Dirigida por Gerardo Gatica y Luis Gerardo Méndez, la película es una mezcla explosiva de humor, crítica social y el inconfundible toque de las *boybands* que marcaron a toda una generación. La historia sigue a una banda que alguna vez dominó el mercado musical de México y que ahora lucha por adaptarse a un mundo completamente diferente.

Veinte años después de alcanzar la cima de la fama, los Technoboys intentan reclamar su lugar en el despiadado mundo del pop actual. Pero no será fácil: enfrentan la amenaza de la cancelación, la competencia con sus antiguos rivales dedicados al techno merengue, y las complicadas intenciones de su vocalista líder Alan, cuyo verdadero objetivo es reconquistar a su antiguo amor, la reina del pop latino, Melena.

Además de Luis Gerardo Méndez, *Technoboys* marca el regreso de Karla Souza a las comedias mexicanas, tras varios años de carrera en Hollywood. Souza ha destacado que su personaje, Melena, no es solo un interés romántico. Al contrario, a través de ella, la película aborda temas profundos, como la apropiación cultural y las complejidades de la identidad en el entretenimiento.

Para Luis Gerardo Méndez, *Technoboys* no es solo una parodia de las *boybands* de los 90, sino también una crítica mordaz a la hipocresía de los discursos actuales. A través del humor, la película reflexiona sobre la corrección política, el miedo a ser cancelado y la evolución de la comedia en un mundo cada vez más sensible. Méndez, quien también fue locutor de radio en sus inicios, aporta su conocimiento del mundo del pop a una historia que, como él mismo señala, no deja títere con cabeza.

Tanto Souza como Méndez destacan la importancia de encontrar un balance en la comedia, moviéndose en la delgada línea entre lo hilarante y lo políticamente incorrecto. *Technoboys* busca retomar esa chispa irreverente que ha sido limitada en la comedia reciente, con personajes que enfrentan sus propios prejuicios e ignorancia.

Esta cinta se perfila como una producción que no solo hará reír, sino que también invitará a la reflexión sobre los tiempos actuales. Entre la nostalgia y la crítica social, la película promete ser una de las comedias hispanoamericanas más divertidas del año.

KARLA: TOTAL LOOK GUCCI, JOYERÍA: CARTIER, RELOJ: OMEGA; LUIS GERARDO: CAMISA FERRAGAMO, PANTALÓN OFF-WHITE, JOYERÍA: TIFFANY.



Luis Gerardo Méndez

un artista curioso y comprometido

POR ANDRÉ DIDYME-DÔME

Una conversación en torno a la extensa carrera del actor mexicano, su experiencia teatral, la comedia, y su compromiso con las causas sociopolíticas y ambientales

Luis Gerardo Méndez es uno de los actores mexicanos más reconocidos de su generación. Comenzó su carrera en el teatro, participando en diversas obras que le permitieron desarrollar su talento interpretativo. Sin embargo, fue en la televisión donde comenzó a ganar notoriedad con proyectos como *XY. La revista* (2009) y *Capadocia* (2010). Su gran salto a la fama llegó en 2013 con la comedia *Nosotros, los Nobles* (2013), donde trabajó junto a Karla Souza. En ella, Méndez interpretó a Javi Noble, un joven millonario cuya vida da un giro drástico cuando su padre decide enseñarles a él y a sus hermanos el valor del trabajo. El éxito de esta película consolidó su estatus como uno de los actores más populares y queridos del país. ★ Además de *Nosotros, los Nobles,* Luis Gerardo Méndez ha participado en numerosas películas, entre ellas *Cantinflas* (2014), *Bayoneta* (2018) y *Tiempo compartido* (2018).



En 2015, hizo parte del elenco de la serie *Club de cuervos*, en donde interpretó a Salvador Iglesias Jr., un personaje que se ha convertido en uno de los más recordados de su carrera. En 2021, participó en la serie *Narcos: México* encarnando a Víctor Tapia, un policía conflictuado que se involucra en la investigación de los feminicidios en Ciudad Juárez.

Sin embargo, su talento no se ha limitado al mercado mexicano. Ha logrado dar el salto a producciones internacionales, apareciendo en la adaptación de *Charlie's Angels* (2019) junto a Kristen Stewart, y la película de Netflix *Murder Mystery* (2019) junto a Adam Sandler y Jennifer Aniston.

Luis Gerardo Méndez continúa consolidándose como una figura prominente en la industria. Entre sus proyectos más recientes se encuentra la comedia *Technoboys* (2024), donde no solo vuelve a actuar junto a Karla Souza, sino que también es codirector y productor; y *Skincare* (2024), una cinta de suspenso con Elizabeth Banks, la actriz y directora de *Charlie's Angels* (2019).

A pesar de su fama, Luis Gerardo Méndez ha mantenido un perfil relativamente bajo en cuanto a su vida personal. Es un firme defensor de diversas causas sociales y ha utilizado su plataforma para apoyar temas como los derechos de la comunidad LGBTQ+ y la protección del medio ambiente.

Recuerdo haberte visto por primera vez junto a Manolo Cardona en la telenovela *Ladrón de corazones*. ¿Podrías contarnos sobre tu primera experiencia profesional como actor y tus inicios?

Sí, *Ladrón de corazones* fue mi primera experiencia en un set de televisión. Tenía un personaje con alrededor de cinco escenas en toda la telenovela. Acababa de salir de la escuela de actuación, Casa Azul, que es una escuela de teatro en la Ciudad de México a la que le tengo mucho cariño. Fue uno de mis primeros proyectos y, además de la televisión, también empecé haciendo teatro independiente. Siempre me he considerado un actor formado en el teatro, lo cual fue lo que más hice en los primeros 15 años de mi carrera. Más tarde, comencé a involucrarme en proyectos más grandes.

Eres un actor que, al igual que Karla Souza, se desenvuelve tanto en el drama como en la comedia. Te recuerdo también por tus apariciones en *La Familia P. Luche*. ¿Por qué crees que cada vez hay menos comedias en cine y televisión?

No lo sé con certeza, pero creo que se debe a que la comedia es difícil de hacer. Existe el cliché de que es más fácil hacer llorar que hacer reír, y creo que es cierto. Para hacer una buena comedia, necesitas grandes escritores, y en México, los buenos escritores de comedia escasean. Tenemos grandes guionistas en drama, pero escribir comedia es complicado. Además, encontrar un buen guion de comedia es difícil, y eso hace que producir la película también sea más complicado. Por eso nos tomó 11 años a Karla y a mí volver a trabajar juntos después de *Nosotros, los Nobles*.

Al igual que Karla, has logrado trabajar tanto en Latinoamérica como en Hollywood. ¿Cómo ha sido esa experiencia de trabajar con actores como Adam Sandler, Kevin Hart o Kristen Stewart?

Ha sido muy surrealista y bonito. Siempre he sido un artista curioso, y trabajar en Estados Unidos no era un fin en sí mismo, sino una forma de entender cómo se hacen esas grandes producciones con grandes presupuestos. Lo revelador ha sido darme cuenta de que, al final del día, el oficio es el mismo. Las herramientas que tengo como actor son iguales a las de estos grandes actores, aunque las circunstancias sean diferentes. Ha sido muy gratificante trabajar con actores que crecí viendo en la pantalla y descubrir que, a nivel de oficio, somos iguales.

Como actor de doblaje has tenido experiencias únicas. ¿Qué aprendizajes te ha dado este trabajo?

Para mí, el doblaje ha sido como una afición, algo muy divertido. Son películas que hago por mis primos, ¿sabes? Tengo una familia grande, del lado de mi mamá tengo 50 primos, ya que mi mamá tiene dos hermanos y hermanas. Yo soy el mayor de todos ellos. Durante muchos años hice películas que ninguno de mis primos podía ver, por obvias razones. Entonces, cuando me ofrecieron hacer doblaje en películas animadas como *Home* o *Cigüeñas*, me pareció que era una oportunidad de hacer películas que pudiera ir a ver al cine con mis primos. Esto viene de un lugar muy familiar, de la diversión y también de que crecí viendo muchas caricaturas. Supongo que había algo de eso que me emocionaba mucho.

Quisiera preguntarte específicamente por tu papel en la miniserie *Belascoarán*, porque creo que es uno de tus mejores trabajos y me parece una producción atípica a las que se hace en Latinoamérica.

Sí, es una serie muy bonita y de nicho, que se quedó en un lugar ahí, como escondido, para los conocedores y los fans. Es uno de los trabajos de los que me siento más orgulloso. El cine negro, el *noir* y los policíacos, son géneros y áreas que no había explorado mucho y que me interesaban mucho. Entonces, la oportunidad de llevar a la pantalla a un personaje tan icónico de la literatura mexicana fue muy emocionante. Además, recrear todo el universo de los años 70 fue muy especial.

Cada vez que me ponía la ropa de Héctor Belascoarán, con las patillas falsas –porque ya ves que no me sale pelo ahí–, la chamarra de cuero y las botas de cuero, me miraba en el espejo en el camerino antes de salir a grabar y veía a mi papá. Mi papá se vestía así cuando yo era niño, o cuando estaba a punto de nacer. Era una locura, como un viaje de nostalgia a ese México que ya no existe, aunque aún queda algo. Fue muy bonito.

Creo que *Belascoarán* tiene un equipo creativo de primer nivel. Fue una de las grandes apuestas de Netflix hace un par de años para seguir haciendo contenidos atípicos, como bien dices, respecto a lo que generalmente vemos. Y son apuestas muy grandes, porque son proyectos ambiciosos y muy caros. Celebro mucho que se hagan, porque no es una serie de bomberos que se quitan la ropa, que sabes que la gente la va a ver. Es un policial de los 70, cine negro, con episodios de hora y media, tres episodios en total. Es algo muy particular.

Entonces, agradezco mucho que la hayas visto y que hayas conectado con ella, porque sí, es un esfuerzo titánico de toda la gente involucrada.

¿De cuál papel te sientes más orgulloso?

Muchos de ellos están en el teatro. Creo que en el teatro es donde he encontrado un laboratorio más personal. Me pasa mucho con las obras de teatro. Por ejemplo, cuando hice *El curioso incidente del perro a me-*

"Creo que en el teatro es donde he encontrado un laboratorio más personal".

TOTAL LOOK GUCCI, JOYERÍA TIFFANY



Luis Gerardo Méndez
posa junto al modelo
Volvo EX30, en CDMX.



dianoche, una obra de teatro basada en el libro del mismo nombre. El protagonista es un chavito de 15 años que tiene Síndrome de Asperger, y yo lo interpreté cuando tenía 33 años, si no mal recuerdo. Siempre me pasa algo con el teatro, y es el tema de la repetición. Cuando haces una obra de teatro 100 o 200 veces, cada vez profundizas más y llegas más lejos con el personaje. Siempre me pasa que, por ahí en la función 60 o 70, digo: "Así es". Es decir, después de tantas veces, llegas a la esencia del personaje.

En el cine o en la televisión no tienes esa posibilidad de repetición. Por otro lado, tienes la frescura y la bendición de que no tienes que imaginar nada; todo está ahí. Por ejemplo, cuando haces a Héctor Belascoarán en la calle del centro de la Ciudad de México, ambientada en los 70, con esa ropa y esos detalles, solo tienes que estar presente. Mientras que en el teatro, hay que hacer un ejercicio de imaginación muy grande. Eso es lo especial del teatro, porque llegas a conocer a los personajes a otro nivel.

Pero si tuviera que mencionar algún papel, diría que uno de los trabajos más interesantes y difíciles fue cuando hice *Narcos: México.* El personaje que interpreté ahí tiene mucho peso. Interpretar a un personaje inspirado en alguien real siempre añade una carga adicional.

En el teatro se esculpe, mientras que en el cine se plasma.

¡Exacto! Es muy interesante y muestra lo gratificante que es el teatro.

El interés por el medio ambiente y la sostenibilidad, ¿cómo y cuándo comenzó?

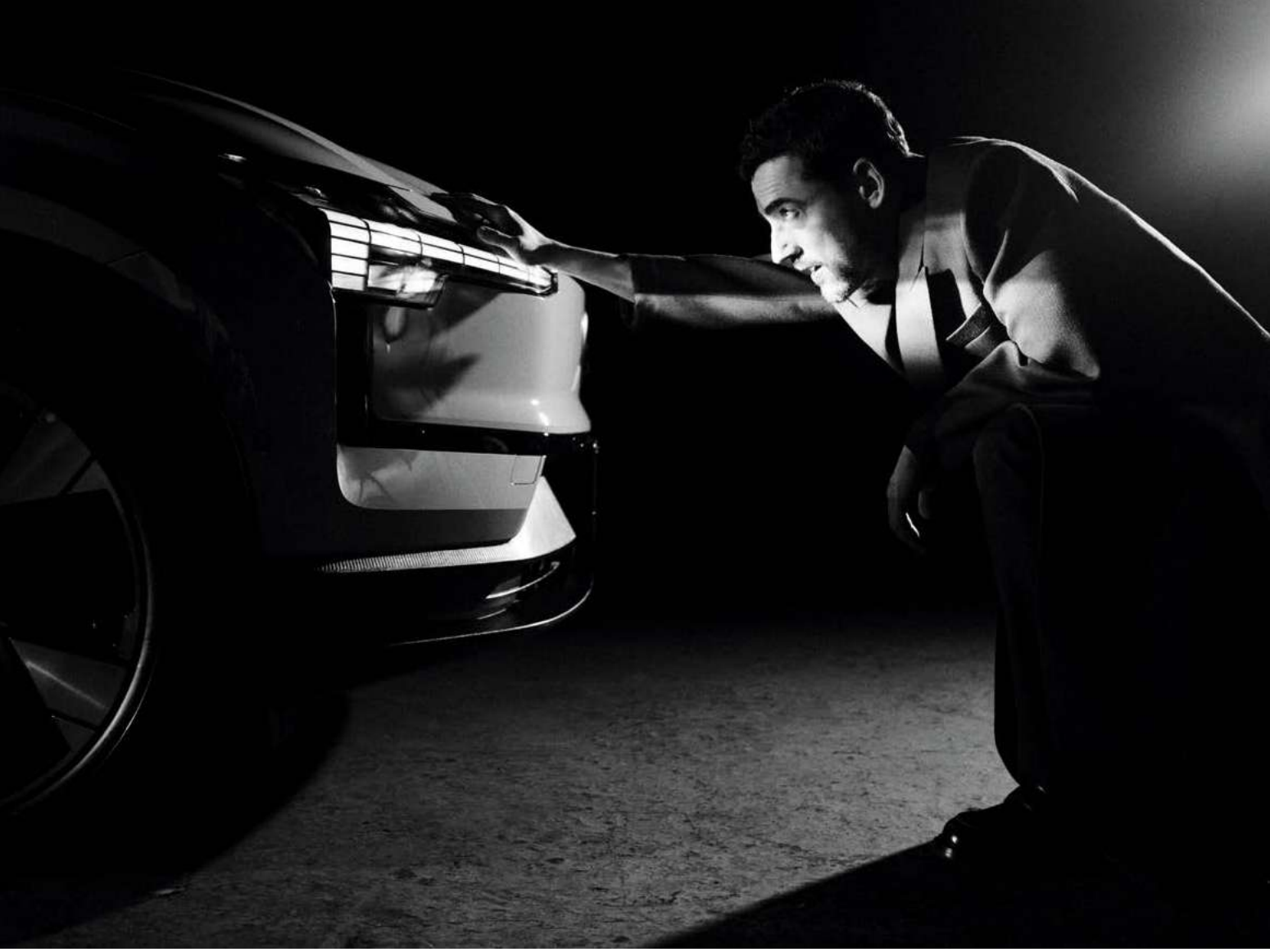
Cuando te vuelves una figura pública, te vuelves reconocido por la gente. Un día me di cuenta, después de *Nosotros, los Nobles,* que si yo ponía algo en Twitter, al día siguiente podía ser el encabezado de un periódico. Y eso es muy loco, ¿no? Es alucinante, y nadie te prepara para eso en la escuela de actuación. Además, me pasó a los 30 años, una edad en la que apenas estás empezando a entender realmente quién eres. Es difícil. Al principio, cuando te das cuenta de que tienes ese poder, quieres ponerte todas las banderas y defender todas las causas, porque te das cuenta del poder que tiene tu voz.

Pero, con el tiempo te vas dando cuenta de que, para poder emitir una opinión educada sobre cualquier tema, debes tener mucha información. Entonces, hay que escoger las causas. No se puede ser embajador de todas las causas, porque no tienes tiempo de profundizar en todas. Si quieres defender una causa, tienes que conocerla. Eso me pasó un poco al principio, quería ser embajador de todo. Después pensé: "No, a ver, espérate, estás diciendo puras pendejadas. Concéntrate en algo que realmente te interese, en lo que realmente quieras invertir tu tiempo y ser un altavoz de esa causa".

Creo que la primera causa que llegó a mí fue el tema de los refugiados. Empecé a trabajar con personas refugiadas hace muchos años con un proyecto que se llamaba Habesha. Lo que hacíamos era traer estudiantes sirios que lo habían perdido todo durante la guerra, y los traíamos a México a terminar sus estudios universitarios con becas en distintas universidades. Nosotros pagábamos la manutención para que ellos después pudieran regresar o no, a reconstruir su país. Ahí conocí a muchas personas refugiadas y eso fue un parteaguas en cómo me involucro con ciertas causas.

Después empecé a trabajar con ACNUR, la agencia de Naciones Unidas para los refugiados, y creo que esa es la causa a la que más tiempo le dedico, porque es la que mejor conozco y me parece muy relevante, aunque tristemente no es de las más populares. Es un tema importantísimo, particularmente ahora con todo el tema de la guerra y las migraciones derivadas del calentamiento global. Creo que es un tema al que no deberíamos ser ajenos.

El tema de la sustentabilidad también me interesa porque quiero tener hijos. Veo a muchos amigos con hijos y me pregunto, "¿Qué mundo les estamos dejando? Cómo



hacemos para que, si nosotros vamos de salida, si mañana nos morimos porque el mundo arde en llamas, bueno, tuvimos una linda vida, ¿no? Pero ¿qué pasa con los niños?". Eso es algo que, a diferencia de otras causas que hay que conocer a profundidad, creo que todos deberíamos ser embajadores de la sostenibilidad, porque solo tenemos un planeta.

Hay miles de pequeñas microacciones que puedes hacer. Trato de ser muy congruente con las acciones y las causas que apoyo. Manejo un coche eléctrico, tengo dos casas y ambas tienen sistemas de paneles solares. Hago cosas que todos podemos hacer de alguna manera. Trato de comer carne lo menos posible. Me encantaría ser vegano, pero no puedo, así que trato de comer carne lo menos posible y hacer esas pequeñas cosas que nos tocan. Otra vez, trato de ser un altavoz de estas cosas que me parecen importantes.

Pero, la verdad, te diría que me he dado cuenta, con los años, de que la mejor manera en la que puedo ser un altavoz, más allá de ser embajador de tal o cual causa, es a través de mi trabajo. Es donde he visto cambios reales en la gente, y por eso es donde más me interesa invertir mi tiempo, particularmente en la comedia. Creo que con la comedia podemos hacer grandes cambios y plantear grandes preguntas. Por eso sigo con esa curiosidad, y también creo que por eso decidí crear mi productora para empezar a dirigir y contar mis propias historias.

Al final del día, llevo 20 años contando historias de otras personas, que me parecen increíbles y quiero seguir haciéndolo, pero cada vez me gana más la cuestión de querer contar mis propias historias. Historias que me parecen relevantes, y buscar esas historias donde estén estos temas importantes y centrales, y salir a contarlas al mundo a través de lo que mejor sé hacer, que es contar historias.

Finalmente, ¿cómo se refleja tu interés por la sostenibilidad en tu relación con los carros eléctricos e híbridos y tu conexión con la marca Volvo?

Pues un poco con lo que te mencionaba. Trato de escoger bien mis batallas y de que haya un discurso congruente entre quién soy, cómo pienso, cómo vivo, y las marcas con las que me relaciono. Es cada vez más difícil encontrar una marca que haga sentido con la conciencia que tienes o con lo que estás vibrando en este momento. Con Volvo fue un *no-brainer* absoluto, porque el tema de la electrificación, o esa bandera que ellos tienen, me parece importantísima. Se trata de democratizar la electrificación.

Hace unos años era muy bonito decir que todos deberíamos tener un auto eléctrico, pero la realidad es que no todo el mundo se podía comprar uno. Lo que está haciendo Volvo ahora es traer nuevos modelos que son mucho más asequibles que hace cinco años. Particularmente con este último auto, el EX30, que creo que es el más competitivo y asequible para el mercado. Eso es muy importante.

Y no solo es que el auto sea eléctrico; todos los materiales con los que está hecho, desde los asientos hasta los interiores, son materiales reciclados. No hay piel, lo que también es una gran diferencia. Esto hace que sea más fácil sumarse a ese tipo de causas.





CHARLY GARCÍA

YO SOY EL ESCORPIÓN

Detrás de la composición, la grabación y la edición de *La lógica del escorpión*, el nuevo álbum del héroe del rock argentino con colaboraciones de David Lebón, Pedro Aznar, Fito Páez y hasta Luis Alberto Spinetta

POR SEBASTIÁN RAMOS
FOTOGRAFÍAS DE NORA LEZANO

CHARLY GARCÍA, A LOS 72 AÑOS, ELIGIÓ LA FÁBULA del escorpión y la rana de Esopo para conceptualizar su nuevo álbum, *La lógica del escorpión*. Dicen que "el Artista" –como lo llama cariñosa y respetuosamente su amigo y viejo compañero de ruta Fernando Samalea– se apropió de la idea del fabulista griego luego de ver *Mr. Arkadin*, película de Orson Welles de 1955. Tirado en su cama, en el departamento de Coronel Díaz, en plena pandemia, a Charly le brillaron los ojos al ver al mismo Welles interpretar el papel del magnate Gregory Arkadin, con un vaso y un puro en la mano, contando la anécdota del escorpión y la rana frente a un grupo de aduladores.

"Ahora voy a hablarles de un escorpión: este escorpión quería pasar el río y le pidió a la rana que lo llevara.

–No –dijo la rana–. Si te dejo que te subas a mi espalda puedes picarme y la picadura de un escorpión es mortal.

–Vaya –replicó le escorpión. –¿Dónde está la lógica de tus palabras? Los escorpiones siempre tratan de ser lógicos: si yo te pico, tú mueres y yo me ahogaré.

Al oír estas palabras la rana quedó convencida y permitió que el escorpión se subiera encima de ella, pero cuando estaban en el medio del río sintió un dolor terrible y se dio cuenta. Pese a todo, el escorpión la había picado.

–¡Lógica! –gritó la rana moribunda cuando comenzó a hundirse, arrastrando al escorpión bajo las aguas. ¡No hay lógica en esto!

–Lo sé –respondió el escorpión. Pero no he podido evitarlo, es mi carácter.

Bebamos por el carácter".

El cine ha sido siempre una obsesión para García, pero mucho más en los últimos años, en los que perdió buena parte de su movilidad. Y no es difícil imaginar a Charly identificándose con el escorpión, con una vida guiada por el instinto. "La lógica del escorpión es... que no hay lógica. ¡Es suerte, nomás!", le dijo García tiempo atrás a Roberto Pettinato, en su programa de radio. Y, coherente, este disco tampoco la tiene.

Puede arrancar con un *autocover* en castellano de un tema que publicó en inglés hace 15 años y luego autorrobarse completamente la armonía de 'Chipi Chipi', de *La hija de la lágrima*, para reciclarla con otra letra como si tal cosa. García puede recitar el texto de Orson Welles en *Mr. Arkadin* sobre el escorpión y la rana, y luego cantar con su voz más nasal: *"Voy a comprarme un alfajor, voy a sacarme el pulmotor del corazón fatal"*, de manera casi inentendible, sin Autotune ni retoque.

En la no lógica de *La lógica del escorpión* puede haber dos temas compuestos en su adolescencia, en tiempos de Sui Generis, y también una canción que formó parte del no disco más legendario de la historia del rock argentino, para que suenen –y emocionen– juntas, y probablemente por última vez, al menos sin IA de por medio, las voces de García y Spinetta.

La lógica del escorpión no tiene lógica. Y Charly no ha podido evitarlo, porque está en su carácter. ¡Bebamos por Charly, entonces!

Pero, lo cierto es que los últimos años de la vida de Charly se parecen más a los de Charles Foster Kane (*El ciudadano Kane*) encerrado en su Xanadú de Coronel Díaz, que a los del carismático y sociable millonario Mr. Arkadin. Luego de llevar al borde del abismo al personaje que encarnó en su etapa *Say No More* y convertir su vida privada en obra pública, hoy es muy poca la información acerca de cómo transcurren los días del Artista. Cada tanto alguna escapada a la casa de un amigo, un video tocando el piano el día de su cumpleaños, una foto con un fan desprevenido o alguna de las varias internaciones que debió afrontar (muchas de ellas, chequeos médicos de rigor; otras, consecuencias de una salud que no termina de recuperarse). Hace años que dejó de interpretar el papel de entrevistado (que con tanto ingenio y maestría supo ejercer durante décadas) y muchos de sus excompañeros de ruta en otros tiempos llegaron incluso a alzar la voz por no lograr el visado para poder visitar a su amigo el rey.

"Charly no va a dar entrevistas", aseguraron desde la compañía discográfica Sony Music cuando ROLLING STONE, cuatro meses atrás, intentó hablar con García acerca de la inminente (y siempre retrasada) salida de su nuevo álbum. "Pero manden algunas preguntas por escrito y vemos si él quiere y puede contestarlas en algún momento. No les prometemos nada". Como dice la canción que años atrás fue mantra para García: "Lo que ves es lo que hay".

Así las cosas, ROLLING STONE reconstruyó minuciosamente, no sin antes esquivar obstáculos y cortar malezas, los días de composición, preproducción y grabación de *La lógica del escorpión* a través de los testimonios de los músicos y amigos que participaron, del joven ingeniero de sonido que lo acompañó con paciencia en el estudio durante dos años, de algunos de los invitados del disco y de la artista plástica Renata Schussheim, a cargo del arte. Un trabajo similar al del periodista Jerry Thompson en el clásico de Welles.

"Copa de Baileys en mano, Charly bromeaba o debatía sobre lo que fuese, recordando a Charlie Watts o a Vinnie Colaiuta".

Hasta que, un día antes del cierre de esta edición, el mensaje (in)esperado llegó: "Ahí van las respuestas de Charly. No respondió todas las preguntas, pero es lo que hay". Desde su propio Xanadú, el ciudadano García entrega un pequeño conjunto de pistas y conceptos, que ayudan un poco más a entender su último "Rosebud" (aquel enigma central del ciudadano Kane) en forma de álbum. Pero eso se develará en la última escena de esta película que, una vez más, busca las claves de un nuevo Charly García para armar.

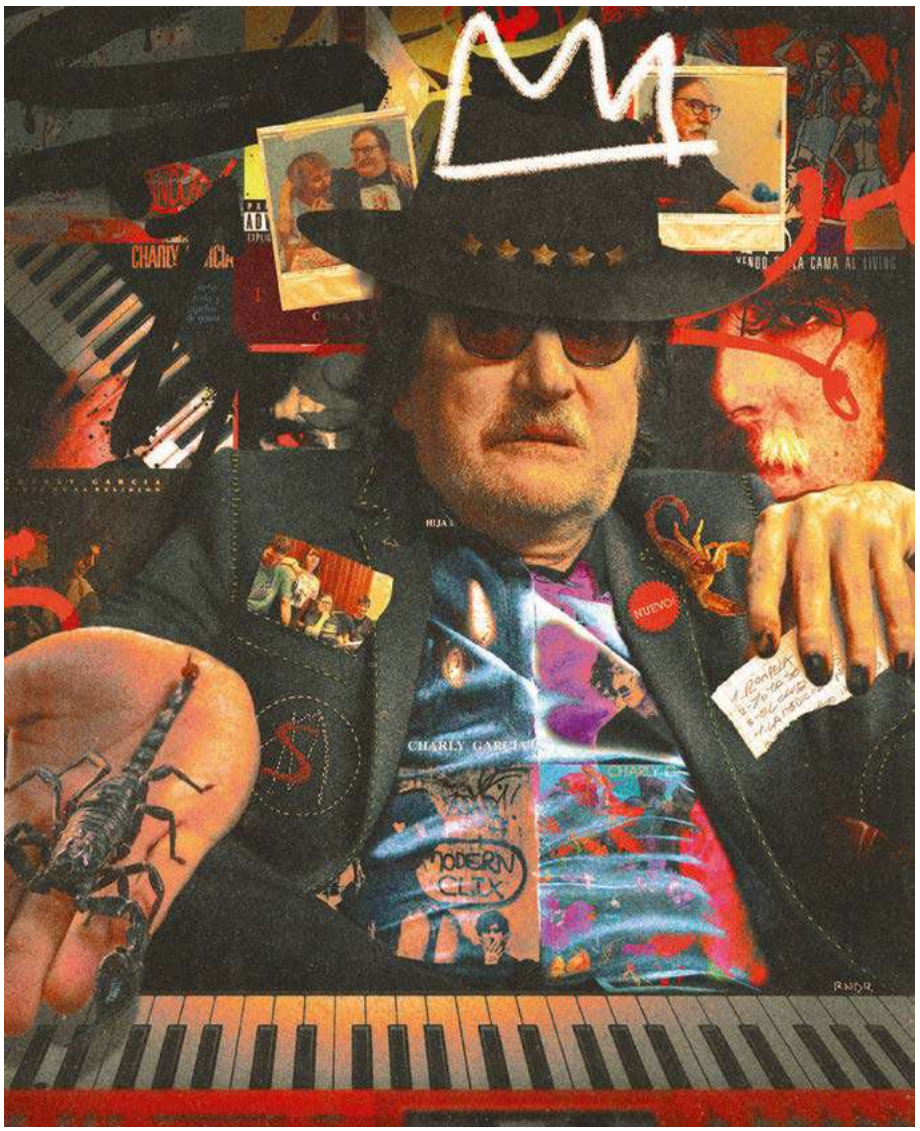
LA GRABACIÓN

Hace poco más de cuatro años que García viene armando, capa por capa, pieza por pieza, este rompecabezas que, finalmente, el 11 de este mes, Día del Maestro, llegará a las plataformas virtuales y disquerías físicas por igual (el vinilo tendrá una edición limitada, que incluirá al escorpión de la tapa en relieve). En aquellos interminables días de encierro de pandemia, Charly comenzó a grabar bases y meter algunos samples en canciones con las que venía jugando desde hacía unos años, al mismo tiempo que la idea de un futuro álbum se gestaba bajo su piel.

Con las primeras aperturas en el país post Covid-19, en octubre de 2020, García mandó a llamar a Matías Sznaider –un joven ingeniero de sonido de 30 años que venía trabajando con él en sus últimas apariciones en vivo– con el siguiente mensaje: "Charly está muy decidido a grabar el disco".

"Yo estaba en España y por esos días se hablaba de que se venía otra cerrada grosa para todas las actividades por la pandemia", recuerda Sznaider. "Entonces, cuando me llamó Tato [Guillermo Vega, asistente personal de García], no lo dudé y me vine para Buenos Aires. A los pocos días ya estábamos grabando las primeras cosas en el estudio Happy Together".

Charly ya había adoptado como guarida el estudio de Caballito, que había conocido un par de años antes a través del mismo Sznaider. Durante semanas, él y su inseparable Tato, acompañados por el ingeniero de sonido, construyeron una dinámica de trabajo. "Charly graba todo el tiempo, siempre está grabando, y en el estudio probábamos cosas con todo ese material que él traía", cuenta Sznaider. "Mi laburo fue siempre mantener las cosas más representativas de sus ideas y ponerlas bien al frente. La dinámica era que él me dejaba algo, yo por la mañana editaba y a la tarde le mostraba el trabajo en el estudio.



Y eso en general funcionó muy bien, porque siempre terminaba pasando por su criterio y su filtro. Desde el día uno Charly estuvo muy determinado y convencido de cómo tenía que ser el disco".

Con una base de canciones armadas, empezaron a llegar los músicos amigos. "Tal cual sucedió en *Random*, fui acercándome de a poquito, casi de colado", dice Samalea. "En principio supimos tocar 'terapéuticamente', donde los límites entre una grabación formal e informal se volvían difusos. Pero enseguida entendí que se estaban plasmando ritmos definitivos y que asomaba un disco maravilloso. Fue un subidón total".

"Hacete una bata a la antigua, tipo Ginger Baker o Keith Moon, con muchos tom-toms", le pedía Charly a Samalea con picardía. "¡A lo Carl Palmer!".

"Nuestro líder carismático solía ubicarse de espaldas al vidrio, como un monarca, delante del piano Wurlitzer y el teclado Korg Kronos. También alternaba guitarras o bajos. Copa de Baileys en mano, Charly bromeaba o debatía sobre lo que fuese, recordando a Charlie Watts o a Vinnie Colaiuta, explayándose sobre la miniserie de Paul McCartney con Rick Rubin, o contando pormenores de discos de Genesis, Steely Dan y Todd Rundgren. Desde tiempos inmemorables, él supo estimular a sus músicos e ingenieros, con humor y trato amable, siempre alentador, de cofradía. En ocasiones parecía embelesarse con su iPad; dentro de esa tablet (que cargaba más enigmas que los jeroglíficos egipcios) protegía con recelo toda su nueva música".

El plan A de Charly era grabar él todos los instrumentos, a la Prince. Y, de hecho, así lo hizo, pero a medida que el disco fue avanzando, decidió llamar a Samalea para reemplazar algunas baterías y a Fernando Kabusacki para retocar las guitarras. "Charly quería que grabara una guitarra en un tema y después me dijo que ya que estaba por qué no grababa otra más y así terminé tocando en nueve de los 13 temas del álbum", cuenta Kabusacki desde Seattle, donde se encuentra grabando con uno de sus proyectos musicales. "Hicimos miles de sesiones y el estudio funcionó en cierto punto como el lugar de reunión de amigos. Charly no estaba viendo a mucha gente, entonces ese era su espacio para reencontrarse con la música, pero también con los amigos. Más allá de eso, la grabación fue de lo más profesional y siempre bajo la conducción, la producción y la dirección de Charly. Todo lo que está en el disco es Charly 100 %. Estuvo al frente de todo, hasta de qué letra les poníamos a los nombres y el orden de los temas. Realmente estuvo muy afilado todo el tiempo".

Samalea sostiene que la razón de la buena estrella del álbum es que García, como en muchas ocasiones, mantuvo una idea concreta desde el vamos: la fábula del escorpión y la rana, el instinto en primer plano y un 'collage' irresistible para el diseño sonoro. "El disco tiene melodías épicas emocionantes, armonías sofisticadas en cuartas, arpegios o riffs de guitarras, bajos profundos y ritmos muy arengadores. En mi caso, me tocó intentar una buena pegada de bombo y tambor, hacer breaks veloces y hi hats 'maquinales' llevando el pulso, en general copiando loops o programaciones ya establecidas".

Charly grabó varios bajos, muchas de las guitarras y todo tipo de teclados: el Melotron, un Wurlitzer y también teclados más modernos. Para la grabación también se recuperó el histórico Yamaha CP-70, que el músico compró en cuotas en 1978 para usar en el debut de Serú Girán. "De alguna manera, él grabó todo, y después por ahí, Kabu tomaba algunas líneas de Charly y las reemplazaba, en la mayoría de los temas respetando 100 % lo que ya estaba hecho. Charly le pasaba los acordes en tiempo real, como dirigiendo la toma", completa Sznaider. "Sama y Kabu vinieron a elevar un poco el nivel de audio, pero las canciones ya estaban. Porque por ahí Charly agarraba un groove del iPad o veía algo en YouTube que le copaba y tomaba un pedazo de una batería y así empezaba a construirse el tema. Lo único que se hizo fue buscarle un audio superador, pero defendiendo que quede el mismo *feeling* con el que Charly lo había creado desde cero".

Según recuerda Samalea, "el Artista fue construyendo un concepto de sí mismo durante la grabación, como esos trazos, dibujos o 'intervenciones' que lo transforman en un pionero del Metaverso. También lo cinematográfico estuvo presente, siendo un amante confeso del cine de Kubrick, Fellini, Mel Brooks, Groucho Marx o Woody Allen, que ha bordeado a menudo el de Buñuel o el gore de Dario Argento. Seguía conectando con las altas esferas y sus neuronas se divertían a la velocidad de la luz, y hasta supo reírse de sí mismo: 'Tendríamos que tocar jazz, algo tipo Miles Davis', sugería de repente, con seriedad. Alternando los registros para el álbum, Charly solía pedirle a Sznaider que pusiese videos de Joni Mitchell en YouTube, para que luego tocásemos encima. Tecleando nombres y apretando enter en la computadora, podían resonar

ILUSTRACIÓN POR **RNDR Martínez**

'Woodstock', 'Chelsea Morning' o 'For Free' a todo volumen: '*I slept last night in a good hotel, I went shopping today for jewels, The wind rushed around in the dirty town and the children let out from the schools...*', cantaba al unísono con la canadiense, en un curioso dueto a través de la pantalla catódica".

La lógica del escorpión terminó de grabarse en diciembre de 2021, y durante el primer semestre de 2022 se mezcló y se masterizó. De allí en más, sucedieron varias idas y venidas con la discográfica antes de poder oficializar su vínculo contractual –y el de su demorado álbum– en abril de este año. "Lo más complicado era conseguir la autorización para incluir el tema 'Watching the Wheels', ya que tenía una traducción al español y tenía que ser validada por los dueños de los derechos de autoría de John Lennon", explican desde las oficinas de Sony, y juran que es una de las pocas veces que se ha dado este tipo de autorización para un tema de Lennon: "Solo porque es Charly nos dijeron que sí".

LAS CANCIONES

13 canciones son las que quedaron en el álbum. Siete en la cara A y seis en la cara B, tal cual lo ordenó García pensando siempre en el formato vinilo. Llegaron a grabarse otros ocho temas, pero quedaron fuera. Desde el vamos, el disco estuvo concebido como un vinilo y fue el mismo Charly el que decidió dejar algunos temas afuera y elegir lo mejor que había sobre la mesa.

Pero antes de hacer un repaso ordenado de esta nueva colección de canciones de Charly García, debemos detenernos en uno especial, por peso propio, pero especialmente por energía emotiva: 'La pelícana y el androide', la canción compuesta por Luis Alberto Spinetta en 1984, como parte de uno de los proyectos más ambiciosos de la música argentina que debía culminar con un disco espalda contra espalda con García. Pero pasaron cosas y la mitología en torno al abrupto final del sueño de toda una generación rockera incluye imágenes de ceniceros arrojados, egos cruzados, cortinas en llamas y una disputa entre los héroes del rock nacional que abrió una herida que tardó demasiados años en cicatrizarse.

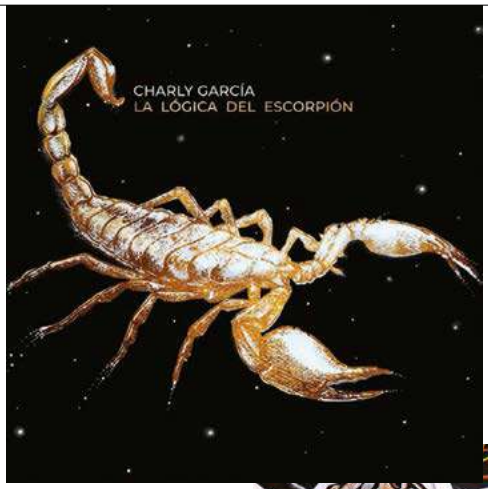
De aquellos fugaces pero ardientes encuentros surgieron temas como 'Rezo por vos' (luego ambos grabaron y publicaron sus respectivas versiones: Spinetta en *Privé*, de 1986, y García en *Parte de la religión*, de 1987), 'Una sola cosa' (también incluida en *Privé*), 'Hablando a tu corazón' (publicada en *Tango*, el disco de Charly junto a Pedro Aznar, en 1986) y 'La pelícana' (*Privé*).

"El tema habla de aquello que ha logrado transformarse hasta dejar atrás su realidad originaria (...) La idea central era que no solo se podían enamorar una pelícana y un androide, sino que además podían tener hijos, y esos hijos simbolizan el producto de esa metamorfosis (...) Es una reflexión sobre la indiferencia y el desdén del mundo ante estas metamorfosis. Hay quienes sostienen que algo así no es posible, como si no estuviéramos ya constituidos por partes imposibles", le dijo Spinetta a Juan Carlos Diez (*Martropía: conversaciones con Spinetta*), sobre la única canción mid-tempo de aquel álbum solista del Flaco, que incluía el sample, entre otros ruidos y ruiditos, de un gol relatado por José María Muñoz.

En una de las tantas tardes/noches de pandemia en las que García se sumergía durante horas en el océano de YouTube, el músico se encontró con los audios de un "disco pirata" suyo, con los demos de sus canciones de la década del 80. Allí fue que descubrió una versión temprana de 'La pelícana' con la que terminó obsesionándose.

"Verlo a Charly trabajar sobre 'La pelícana' me hizo dar cuenta de lo que es la sensibilidad de un artista", dice Sznaider. "Charly vio ese tema como una posibilidad certera para el disco mucho tiempo antes de que cualquiera de nosotros realmente lo pensara. En esa época estaba fascinado con YouTube y cuando encontró esos outtakes propios y escuchó 'La pelícana' quedó en shock".

Charly tomó el demo y lo editó una y otra vez, quitó partes y extrajo la voz de Spinetta. Luego armó toda una instrumentación con

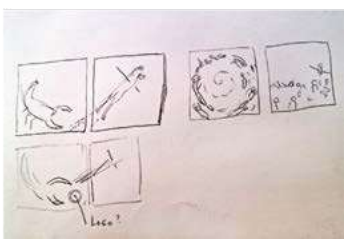


La tapa del nuevo álbum de García, a cargo de la artista plástica Renata Schussheim.



UNO, DOS, MILES DE ESCORPIONES
Schussheim recolectó cientos de fotos, grabados, dibujos e ilustraciones de escorpiones hasta llegar al que quedó en la portada.





DIBUJOS PRELIMINARES
Primeros bocetos de la tapa, contratapa y sobre interno de *La lógica del escorpión*. Al frente, el escorpión. En la contra, la rana y el aguijón.

LA PARADOJA DEL ESCORPIÓN
Schussheim asegura que trabaja en este proyecto desde antes de la pandemia. "Como siempre, él me tiró una idea y yo empecé a buscar. El tema es que a mí me dan terror los escorpiones", confiesa.

RENATA SCHUSSHEIM, 4.

sus teclados y copió el mismo patrón con samples de la misma batería electrónica utilizada originalmente, una Yamaha RX 11, y convocó a Kabusacki para que grabara unas "guitarras etéreas". "Charly me contó que esa versión la habían grabado en los 80, en su casa de Coronel Díaz", continúa Sznaider. "Me dijo que el tema era de Luis, que él no cantaba y que tocaba apenas un poco y por eso decidió, más allá de grabar algunos vocoders y refuerzos, darle un lugar predominante a la voz de Spinetta. Creo que el descubrimiento de 'La pelícana' fue el momento más emotivo del disco. Él estaba radiante de poder usar esta pieza".

Kabusacki asegura estar maravillado con todo el proceso de la grabación del tema. "No sé si muchas veces en el rock argentino se logró algo tan, pero tan power como esta versión. Cada vez que la volvía a escuchar me emocionaba. Haber podido meter mi guitarra ahí es realmente un superlujo. Siempre es un lujo estar con Charly y siempre que estoy con él siento que estuve con Van Gogh o con Beethoven o con los Beatles todos juntos, ¿se entiende? No es que siento que estuve con Paul McCartney, siento que estuve con los cuatro Beatles".

Uno de los primeros temas fijos que apareció para el disco fue el que terminó abriendo *La lógica del escorpión:* 'Rompela', versión en castellano del 'Break It Up' que figura en *Kill Gil* (2010) y una de las tantas autorreferncias en loop que plantea el concepto del álbum. "*Tenés que hacerme feliz/Rompé las tendencias/Gritá, agitá, no seas como los demás*", canta Gracía en mood *Rock and roll, yo.*

"Tuve mi bautismo de fuego con 'Rompela'", cuenta Samalea. "Un riff binario e intenso, a pura hipnosis, de pulso machacante y síncopas de tom-toms por ahí. Sabía que en las grabaciones de García, al ir acomodándose los arreglos, podían suceder cosas singulares. El entramado de los instrumentos siempre ha sido lo suyo. Al componer, se vale de una maquinaria emocional perfecta en la cual, de la nada, brillan sonidos o cambios de ritmo que van determinando tal o cual parte nueva. Yo ya lo había experimentado al participar de tantos discos o demos suyos, donde siempre se manifestaba ese componente mágico. Avanzada la grabación, por 'mística', llevé al estudio mi Yamaha Recording (que el propio Artista me regaló durante nuestras lejanas aventuras en Nueva York), para que su linda energía de tambores pintarrajeados impregnase nuestro presente también".

El tema dos del lado A es 'Yo ya sé', que arranca con un sintetizador moog contagioso e incluye, en palabras del mismo baterista, "una preciosa armonía subconsciente, estribillos sincopados y una frase irónica brillante: '*Freud lo ha arruinado todo, como Internet*'". Allí también suma coros Hilda Lizarazu, que junto a Rosario Ortega se repartieron las voces femeninas del disco.



YENDO DE LA CAMA AL FAENA
Charly García al piano, en el Hotel Faena, en una de sus últimas apariciones públicas, en junio de este año.

GASTON BARENMBERG.

"Alternando los registros para el álbum, Charly solía pedirle a Sznaider que pusiese videos de Joni Mitchell en YouTube, para que tocásemos encima".

Luego llega 'El club de los 27', un blues que retoma una de las ideas madre de la lírica de García de las últimas décadas, la muerte y la resurrección, y en el que David Lebón se luce con un solo de los suyos.

Desde hacía tiempo, Lebón le venía insistiendo a su excompañero de Serú Girán para grabar juntos una versión de 'Nos veremos otra vez', incluido originalmente en el álbum *Serú 92*, y sumarla a la retrospectiva discográfica de su obra editada en dos volúmenes, *Lebón & Co*. García aceptó y contraatacó: "Yo también estoy haciendo un disco que está buenísimo. Venite a grabar unas guitarras".

El guitarrista dijo que sí, devolviendo la gentileza, y le pidió a Sznaider que le mandara algunos temas para ver cómo sumarse al proyecto. "No le mandemos nada", replicó Charly. "Que venga acá y que grabe como hicimos toda la vida". A los pocos días, Lebón llegó al estudio Happy Together con su guitarra y una pedalera y en pocas tomas grabó el solo de 'El club de los 27' y unas bases para 'La medicina N° 9'.

"Nos divertimos mucho", recuerda Lebón. "Nos reímos de esas situaciones que se presentan siempre en el estudio y nos sorprendimos de tener la misma conexión de siempre, como si el tiempo no hubiera pasado. Carlitos es un ser único, hipertalentoso, muy seguro de lo que quiere y hace. No hay en el mundo un Charly García... es único".

Ese encuentro en el estudio reforzó una vieja idea que anduvo dando vueltas en los últimos años: rearmar Serú Girán, con Juanito Moro en el lugar de su padre fallecido, Oscar Moro. "Patricia [Oviedo, pareja y manager de Lebón] había tenido una idea al respecto que la seguimos trabajando y creo que puede andar", confiesa misterioso el guitarrista, justo en días en los que un festival de rock local anuncia para el año próximo un line up con "regresos históricos". "Pero no puedo contar mucho porque no hay nada definido. Sí nos juntamos con Carlitos y con Pedro cada tanto y siempre hablamos de posibilidades".

Volviendo a *La lógica*, 'La medicina N° 9' retoma un motivo de 'El rap de las hormigas'. La voz de García suena más cruda que nunca, como en casi todo el disco, bien al frente y casi en plan testimonio, documental. Charly García canta aquí como Dylan lo hace en sus conciertos, con más actitud que técnica. "La voz está totalmente diferente a como está en *Random*", confirma Sznaider. "Acá está la voz real de él bien al frente. Las voces transmiten mucha energía, y es genial que se lo pueda escuchar a él bien, vivo, enérgico. La gran mayoría de las cantadas provienen de una misma toma, por ahí alguna cosita hay de otra, algunos coros que se sumaron, que también grabó Charly, pero la idea era que siempre mande una voz líder que transmita la energía que las canciones necesitaban. Escucharlo así creo que le da un plus y a más de uno le va a causar sorpresa".

El quinto tema del primer lado es una de las primeras canciones que compuso el adolescente Carlos García Moreno y formó parte de los primeros ensayos de Sui Generis: 'Te recuerdo invierno', un tema que el dúo nunca llegó a grabar oficialmente, pero que García sí recuperó en el disco *Estaba en llamas cuando me acosté*, con la firma de Casandra Lange, un registro en vivo con varios covers editado en 1996. Esta nueva versión de apenas dos minutos de duración suma un bandoneón y espíritu tanguero.

"*Hay gente que se suicida, un acto muy egoísta, para salir en la tele, en diarios y en las revistas*", canta Charly en 'Autofemicidio', un rock 100 % García. "Todo el disco es muy colorido, muy diverso. Tiene rock, tiene una intensidad impresionante y también cosas muy sensibles y románticas, pero siempre en un plano muy emotivo. Tiene los colores que conocemos de Charly y algo de esos discos tipo ópera rock, como *The Wall* o *Tommy*", aporta Kabusacki.

El cierre del lado A es con Pedro Aznar haciéndose cargo del bajo eléctrico, la guitarra, la batería y las voces en 'América'. Satisfacción garantizada. "*Tengo miedo de América y de entrar sin salir*", canta Charly en el tema más limpio del álbum, un track que bien podría funcionar como adelanto de un tercer capítulo discográfico del proyecto *Tango. "Tengo miedo de América. Tengo miedo de Dios. De noticias histéricas y de mí y de vos"* (al parecer hubo que convencer a la editorial dueña de los derechos de autor de David Bowie de que la canción no tenía nada que ver con 'I'm Afraid of Americans', que el Duque Blanco publicó en 1997, en su álbum *Earthling*).

Damos vuelta al disco y la apertura del lado B es con una que conocemos todos: 'Juan Represión', grabada en 1974 por Sui Generis, para el disco *Pequeñas anécdotas sobre las instituciones*. 50 años después, García se saca las ganas de ser la voz líder del tema (originalmente lo fue Nito Mestre) y comparte coros con Rosario Ortega. "Cuando escuché por primera vez la versión de 'Juan Represión' fue muy emocionante", dice Kabusacki. "Le dije a Charly que me hacía recordar a la primera vez que escuché 'Los dinosaurios', a principios de los 80, en Rosario".

En 'Estrellas al caer' García se pone el traje del hombre que recicla melodías y vuelve sobre la armonía y un giro melódico de su hit de mediados de los 90, 'Chipi Chipi', para ahora recrear el espíritu festivo y alegre de los años 60. "*Y era fácil fantasear, discutir, ayudar/A que todos sientan la canción, el amor, la ilusión/que no estuvo muerta/Si puedes recoger estrellas al caer/Verás que es imposible perder*".

Luego llega 'La pelícana y el androide' y, enseguida, la versión en castellano de 'Watching the Wheels', el tema de John Lennon publicado en *Double Fantasy* (1980), que ya había grabado para *Kill Gil* (2010), pero que ahora cuenta con la autorización oficial. "Siempre me identifiqué con el famoso 'dicen que estoy loco, haga lo que haga'. Se aplica perfecto en mi caso", confesó García en su momento.

Ahora, la canción funciona también como intro para el texto/concepto de la fábula de la rana y el escorpión, que Charly recita en compañía de Rosario Ortega y deja como coda el piano de '20 trajes verdes' (el mismo que había utilizado en sus conciertos bautizados 60X60, en 2011, para presentar versos de sus canciones intercalados al azar, recitados por Graciela Borges).

El cierre de *La lógica del escorpión* es a toda festividad con 'Rock and Roll Star', una adaptación al español del tema de los Byrds, 'So You Want To Be a Rock'n'Roll Star' (1967), con el incondicional Fito Páez como partenaire. "*Si querés ser una estrella de rock/Escuchame bien lo que te digo yo/ Alquilá la eléctrica ya/ Tomate un mes, aprendé a tocar*", cantan.

"Fito vino casi al final, después de los festejos por los 70 de Charly en el Centro Cultural Kirchner", cuenta Sznaider. "Creo que ese concierto, con todos los músicos amigos, es un poco la condensación del optimismo que hubo en la gestación del disco. Fito llegó al estudio y con Charly se pusieron a grabar desde el control, en vivo, y fue otro de los tantos momentos mágicos que vivimos haciendo este disco".

EL ARTE

Fue precisamente en aquel show homenaje/cumpleaños por los 70 de García que se vio por primera vez al escorpión que hoy es la tapa del álbum. Esa tarde/noche, Charly lo llevó estampado en su camiseta negra. Charly volvió a elegir a Renata Schussheim para que la artista plástica se encargara de la portada, así como lo había hecho en 1980, para el álbum *Música del alma*, registro de un concierto realizado tres años antes en el Luna Park, bajo el nombre El Festival del Amor, en el que el bigote bicolor repasó canciones de las bandas que había integrado hasta ese momento: Sui Generis, Porsuigieco y La Máquina de Hacer Pájaros.

Schussheim le contó a Rolling Stone el mes pasado que no fue sencillo encontrar la imagen perfecta del escorpión y que recolectó cientos de fotos, grabados, dibujos e ilustraciones de escorpiones distintos, muy a pesar suyo. "Volver a conectar con Charly siempre es una alegría. Lo quiero mucho y siempre lo admiré. Me emociona porque recorrimos un camino juntos importante. Como siempre, él me tira una idea y yo empiezo a buscar. El tema es que a mí me dan terror los escorpiones. Pero igual empecé a buscar grabados antiguos para transformarlos, hasta que llegamos a uno que le gustó", contó la artista plástica que también trabajó con García en varias de las escenografías más icónicas del músico, con Serú Girán (la de la presentación del disco *Bicicletas,* en el Luna Park) y como solista (la gran puesta de 'No bombardeen Buenos Aires', en el estadio de Ferro Carril Oeste).

Para *La lógica del escorpión* Renata trabajó en colaboración con el diseñador gráfico Martín Gorrincho. "Yo soy bastante analógica, así que te diría que en un principio es una obra de técnicas mixtas y collage. Yo todavía recorto y pego, pero Martín maneja muy bien la computadora, la tecnología, y también las tipografías, e interpretó muy bien todo eso. Fue un proceso muy largo, que empezó antes de la pandemia, así que no te explico la ansiedad que tenemos por verlo publicado".

Si el escorpión se lleva la tapa del álbum, la contra es para su partenaire en la fábula: la rana. Y en el sobre interno (que incluye todas las letras de las canciones a la vieja usanza), muy minimalista por cierto, incluye figuras de hombres y mujeres confundiéndose entre sí, también obra de Schussheim.

ROSEBUD

Orson Welles no revela el significado real de la palabra "Rosebud" en *El ciudadano Kane*, pero dejó pistas para que luego cientos de ensayos, artículos y documentales sobre el film coincidan en que todo se resume a cierto sentimiento de añoranza por aquel pequeño mundo que es la juventud, la infancia y el hogar. Que *La lógica del escorpión* esté impregnado de esos conceptos no es un secreto, entre melodías de adolescencia y proyectos de juventud. Entonces, las (pocas) palabras que ofrece García hoy desde su Xanadú personal, suman algunas pistas más para comprender mejor este nuevo capítulo discográfico de un artista sin igual.

El disco tiene dos composiciones de la época de Sui Generis...

Charly: En esa época, cuando compuse 'Te recuerdo invierno', Sui Generis no existía, eran dos palabras raras que leí en un libro de Geografia. Y 'Juan Represión' pasó de ser victimario a víctima de su propia sociedad.

¿Cómo fue grabar 'La pelícana y el androide' y volver a escuchar en un estudio la voz de Spinetta?

Charly: Ese tema estaba en un viejo casete, tirado junto a otros demos míos. Grabarlo fue como si Luis estuviera en el cuarto cantándolo desde otra dimensión.

¿Por qué elegiste la fábula de la rana y el escorpión para conceptualizar el disco?

Charly: Porque los escorpiones no tienen lógica y prefieren suicidarse antes de que los maten. La rana, en cambio, tiene lógica, aunque en esta ocasión no le sirvió mucho.

La fábula habla del instinto, ¿qué es el instinto para vos?

Charly: Tirarme de un noveno piso, para evitar ir a la cárcel.

¿Y por qué creés que es tan importante para un artista?

Charly: Porque no tiene contradicciones, ni por un instante tropieza con el plan B.


KEI LINCH
ARTISTA EQUAL
POR SPOTIFY
EN 2024.
DULCINEA
SU ÁLBUM DEBUT
DE LO DULCE A LO NEA
SONY MUSIC
COLOMBIA



PARA SU CONSIDERACIÓN ESCUCHA AQUÍ

CHIMBALA, EL ÍCONO DEL DEMBOW DOMINICANO QUE PUSO A BAILAR AL MUNDO

Su nuevo éxito **“Che Che”** se posiciona en el **top 40 Billboard TikTok Songs** en **USA**

13M+ Streams en Spotify

45M+ Vistas en Youtube

110K+ Creaciones en Reels

910K+ Creaciones en Tik Tok

ONErpm REVOLUCIONANDO LA INDUSTRIA MUSICAL CON TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA.

MARKETING BUSINESS ANALYTICS - RIGHTS MANAGEMENT - D2F - YOUTUBE - DISTRIBUTION PUBLISHING

Reviews

Música

LAS DOS CARAS DE JACK WHITE

El músico vuelve a patear traseros con un disco sin nombre

Por JON DOLAN



Jack White

No Name

★★★★

Lo más frustrante de los trabajos recientes de Jack White en solitario es que a menudo se sienten autoconscientes y contradictorios, incluso cuando sus ideas eran más o menos interesantes. El álbum de 2018 *Boarding House Reach* presentó a White en la portada como un glamoroso transformista y aliado trans, un gesto admirable, pero la música se reducía a una serie de experimentos de estudio vagamente desquiciados. En 2022, entregó el igualmente desconcertante *Fear of the Dawn*, que sonaba como un tipo probando nuevos equipos sobre ritmos funky. Siguió ese mismo año con el más terrenal *Entering Heaven Alive*, un conjunto de canciones mayormente acústicas, que →

ILUSTRACIÓN POR
alias ce

→ JACK WHITE

de repente lo encontró sonando casi demasiado comedido.

Pero *No Name* fusiona las dos caras de su persona –el rockero y el raro– tan fluidamente como nunca lo ha hecho, y probablemente sea uno de los mejores y más animados crujidos de garage blues que nos ha dado en mucho, mucho tiempo. Las dos primeras canciones ('Old Scratch Blues' y 'Bless Yourself') son básicamente rap rock, un poco como Rage Against the Machine si su principal influencia fuera la burda bravuconería de los estadios de principios de los 70. 'That's How I'm Feeling' empieza serena y en verso, y luego explota en uno de los golpes más densos y sucios que el artista ha entregado en unos 20 años. A medida que avanza el disco, White se sumerge en su bolsa de inspiraciones, tomando de Willie Dixon, Jimmy Page, los Stooges, James Gang, y vagando desde el Rust Belt hasta el Delta y los turbios páramos ingleses, todos lugares familiares para este músico, manteniendo las canciones concisas, pesadas y puras.

El álbum también tiene algunos momentos tontos, pero en el contexto de su más o menos implacable trabajo de guitarra, se presentan como recordatorios de cuán bien funcionan los impulsos disparatados de White cuando son moderados y afables. Impulsada por su excelente forma de tocar la guitarra slide, 'Underground' aterriza entre un homenaje a *Led Zeppelin III* y una loca novedad pop, coronada con un solo genuinamente gracioso de slapstick. El último tema, 'Terminal Archenemy Ending', comienza con un sonido de niños y perros, para luego desatar una imagen con un toque de Black Sabbath en un apocalíptico ajuste de cuentas personal. Pero esta vez los tiempos finales parecen más un renacimiento. En un momento en que se percibe una conmovedora sinceridad, White pregunta: "*¿Cuál es el sentido de ser libre si estoy solo?*". Esa pregunta podría haber sido un hilo conductor para música que suena enfocada en los placeres de las personas que existen más allá del laboratorio de científico loco de Jack White. ®

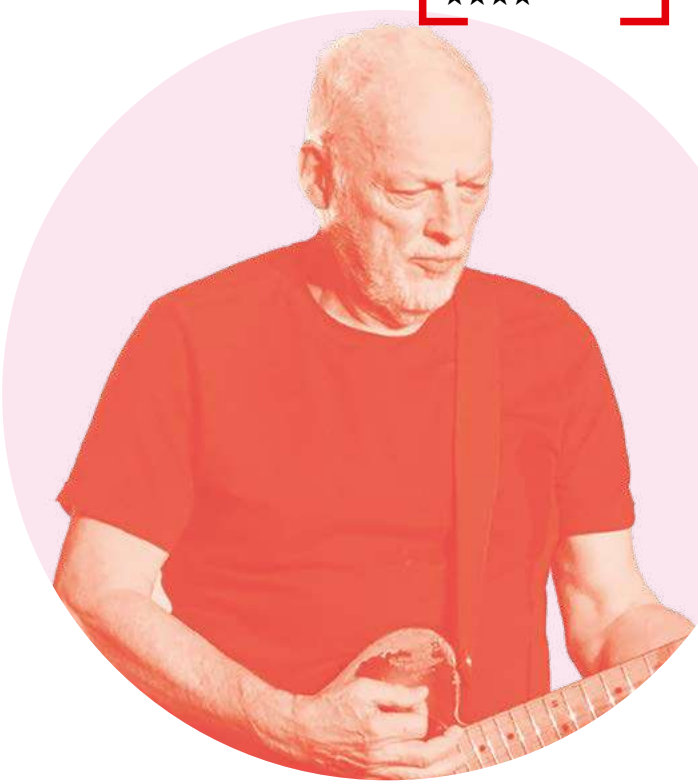
DAVID GILMOUR, AQUÍ Y AHORA

En su quinto álbum solista, el guitarrista de Pink Floyd se muestra cómodo con su pasado y su presente Por JOAQUÍN VISMARA



David Gilmour
Luck and Strange
★★★★

Para David Gilmour el pasado fue siempre una figura de la cual le resultaba difícil esconderse, y cuya sombra parecía proyectarse en cada paso que daba. Consciente de eso mismo, y después de que la pandemia lo llevase a replantearse muchas de sus ideas artísticas, el guitarrista decidió contactar a Charlie Andrew, productor de alt-J, para que timonease la grabación de *Luck and Strange*. Lejos de la perspectiva de un fanático, Andrew aceptó la tarea con lo que el propio Gilmour llamó "una maravillosa falta de conocimiento y respeto por mi pasado", y en esa distancia entre el hombre y el mito radica el mayor acierto de su quinto álbum como solista.



Esto no quiere decir que Gilmour haya hecho un formateo profundo: basta con escuchar cómo unas pocas notas de una guitarra eléctrica prístina se abren paso entre un drone etéreo en el breve instrumental 'Black Cat' para reconocer su presencia.

Pero lo que sigue de ahí en adelante es un disco en el que el paso del tiempo y la finitud se vuelven constantes del recorrido, desde lo musical –como en el tema que da nombre al disco, un blues de pulso floydiano grabado en 2007 con Rick Wright en teclados, un año antes de su muerte– hasta en las letras de Polly Samson, su esposa y socia creativa desde hace más de tres décadas. El momento de mayor equilibrio llega en 'The Piper's Call', un folk con aires celtas que parece volver sobre la herida abierta de Syd Barrett ("*Tu consciencia sin control y tu belleza para contemplar, la promesa de la eterna juventud*") antes de zambullirse en un extenso solo.

Consciente de su legado, Gilmour plantó en el disco varios *easter eggs*, desde un guiño a la letra de 'Dogs' ("*Cosecharás tu siembra, como aprendí hace mucho tiempo*") a la fugaz aparición de una campanada de 'High Hopes' en 'A Single Spark', un tema que nace en un latido electrónico hasta encauzar su pulso orgánico. Incluso cuando alcanza sus momentos más ambiciosos (como en 'Between Two Points', un cover de dream pop convertido en una balada élfica de arpa, voz y guitarra acústica junto a su hija Romany), todo en *Luck and Strange* respira una inesperada pero plausible simpleza, donde también hay lugar para una canción como 'Dark and Velvet Nights', la cuota guitarrera que funciona también como un recordatorio de que los cambios surten mayor efecto si se mantiene intacta parte de la esencia. ®

MATTHEW EISMAN/GETTY IMAGES.

HAY QUE DIFICULTARLES LAS COSAS A LOS IDIOTAS

Tim Burton regresa triunfal, y el delirante espectro vuelve para poner a "los vivos" en su lugar

Por RODRIGO TORRIJOS

Beetlejuice, Beetlejuice

DIRECTOR
Tim Burton

★★★½☆



A los 73 años, Michael Keaton conserva su vigencia siendo Beetlejuice, además de participar en producciones recientes como *The Trial of the Chicago 7, Worth, Dopesick* o *The Flash*.

Beetlejuice aparece si pronuncias tres veces su nombre, y Tim Burton, su creador, tardó 36 años en invocarlo de nuevo. En contra de todas las predicciones optó por Michael Keaton, que ya ajusta 73 primaveras, para dar vida a un espectro intenso y lleno de "vitalidad". Su apuesta funcionó.

En 1988, Winona Ryder, la coestrella del filme original, tenía 17 años; había debutado a los 15 en *Lucas* (1986). Tiñó su pelo de negro para ese primer papel y se quedó con esa imagen para siempre. Pese a vivir una etapa de depresión adolescente, su mirada expresiva la convirtió en el rostro de las ovejas negras de su generación. Burton tuvo una buena impresión de ella, pues "no se asustó" al conocerlo. El día de su casting, Winona pensó que era un mensajero y hablaron durante 20 minutos sobre los bellos y oscuros libros ilustrados de Edward Gorey, hasta que preguntó al extraño: "¿Conoces al director?".

Para el papel principal, Burton tenía en mente al actor y cantante afrodescendiente Sammy Davis Jr., pero David Geffen, productor musical que vio pasar por su sello a gente como John Lennon, Nirvana o Sonic Youth, sugirió a Keaton. Geffen había sido, anteriormente, productor del *remake* de *La tiendita del horror* del legendario Roger Corman, y estaba interesado en el cine. Tras el éxito de *Beetlejuice,* y *Entrevista con el vampiro,* se convirtió en uno de los fundadores de Dreamworks, la casa de producción a cargo de cintas como *Shrek* o *Kung Fu Panda*.

Aunque Beetlejuice dio nombre y carácter a esa primera aparición cinematográfica del alocado fantasma, en la cinta original su participación no alcanza más de 25 minutos en pantalla. La primera entrega se centraba en una pareja de esposos que mueren en un accidente y se convierten en fantasmas, ellos contactan a Beetlejuice para expulsar a una familia de idiotas ostentosos que compraron su casa de campo.

Las tretas visuales de Burton, las icónicas interpretaciones y el cuidadoso trabajo de dirección de arte le valieron a *Beetlejuice* el premio Óscar al Mejor Maquillaje, convirtiéndola en un éxito ante la crítica y las audiencias, y alcanzó una recaudación superior a los 74 millones de dólares, siendo realizada con un presupuesto de 15 millones. Según Burton, Keaton simplemente "parecía poseído al interpretar el personaje".

Beetlejuice catapultó a Burton, quien asumió el proyecto de *Batman* con Keaton como protagonista, y a partir de allí los éxitos vinieron uno tras otro; *Edward Manos de Tijera, El extraño mundo de Jack, Ed Wood*. Paradójicamente, este rotundo éxito y la separación de Geffen sumieron las posibles secuelas de *Beetlejuice* en el limbo, aunque hubo productos como una serie animada, las puestas en escena de *Beetlejuice enamorado* y *Beetlejuice va a Hawái* nunca vieron la luz.

Aunque el último tramo de su carrera pareciera débil –por cintas como *Big Eyes, Dumbo* o *Alicia en el país de las maravillas*–, con *Beetlejuice, Beetlejuice* Tim Burton retorna a su mejor forma. La secuela continúa la historia de la familia Deetz reunida décadas después por una tragedia; Winona Ryder es ahora la madre de una joven (interpretada por Jenna Ortega), presenta un programa de terror y es vista por su hija como una charlatana que desconfía de su capacidad para hablar con los muertos.

Si bien las cintas de fantasmas tienden a romantizar el cierre de ciclos y la oportunidad de "trascender" a la materia, *Beetlejuice Beetlejuice* interpela tiempos donde las más grandes batallas se dan contra la "incomodidad". *Beetlejuice* nos recuerda que no está mal aferrarse a la dignidad y combatir con astucia e imaginación la superficialidad de un mundo tonto y ridículo, regido por idiotas. Tim Burton triunfa de nuevo gracias a la lealtad, al volver a sus raíces, al alejarse de las moralejas fáciles y al demostrar fidelidad al espíritu burlón que ha hecho de la oscuridad algo entrañable. ®

CORTESÍA WARNER.

MUESTRARIO

Por ANDRÉ DIDYME-DÔME

Documentales ambientalistas

La preocupación por el destino del planeta se ha materializado en múltiples producciones audiovisuales; este es un compendio de algunas

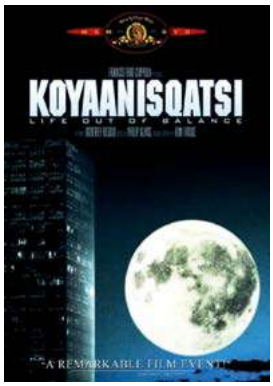
Los documentales se han popularizado para hablar sobre temas relacionados con la ecología, el medio ambiente, la conservación de la naturaleza, el cambio climático y la sostenibilidad.

Suelen tener características distintivas que los diferencian de otros géneros cinematográficos. Pueden abordar una amplia gama de temas como el cambio climático, la conservación de la biodiversidad, la gestión de recursos naturales, el consumo desmedido, la contaminación y la sostenibilidad. Los documentales ecológicos suelen tener una narrativa educativa que busca informar a la audiencia sobre los problemas ambientales y las posibles soluciones. Esto puede incluir explicaciones de conceptos científicos, análisis de datos y estadísticas, así como entrevistas con expertos en el campo.

Muchos documentales ecológicos utilizan imágenes impactantes para ilustrar la belleza de la naturaleza, pero también los efectos devastadores de la actividad humana en el medio ambiente, como derrames de petróleo, grandes incendios o deforestaciones. A menudo incluyen entrevistas con científicos, activistas ambientales, líderes comunitarios y otros expertos que pueden proporcionar información y perspectivas valiosas sobre los temas tratados. Estos testimonios ayudan a respaldar la narrativa del documental y a proporcionar credibilidad a sus argumentos.

Generalmente buscan motivar a la audiencia a tomar medidas concretas para abordar los problemas ambientales. Esto puede incluir consejos prácticos sobre cómo reducir el impacto ambiental en la vida cotidiana, llamados a la acción, e invitaciones para apoyar políticas ambientales o participación en actividades de conservación que los convierten en poderosas herramientas para la educación, la concienciación y la inspiración en torno a la protección de nuestro planeta.

Para esta edición hemos seleccionado algunos ejemplos que pueden cambiar la forma en que te relacionas con las cosas que consumes, con la naturaleza y con las políticas que terminarán definiendo nuestro futuro sobre el planeta.



Koyaanisqatsi

Dir. Godfrey Reggio

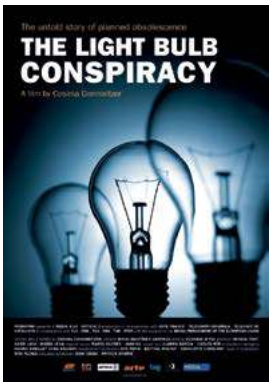
1982



An Inconvenient Truth

Dir. Davis Guggenheim

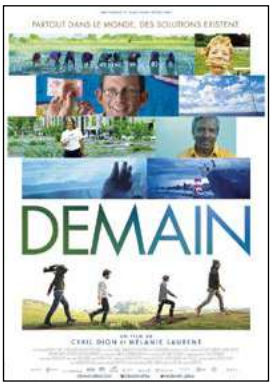
2006



The Light Bulb Conspiracy

Dir. Cosima Dannoritzer

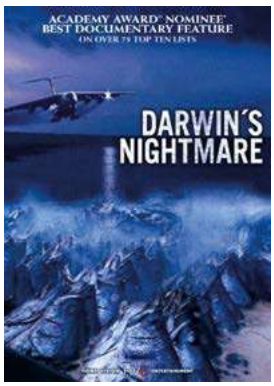
2010



Demain

Dir. Mélanie Laurent, Cyril Dion

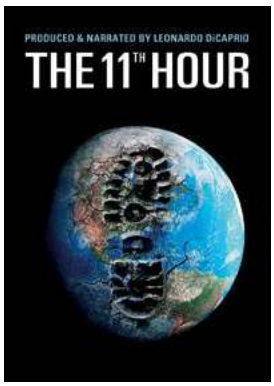
2015



Darwin's Nightmare

Dir. Hubert Sauper

2004



The 11th Hour

Dir. Leila Conners, Nadia Conners

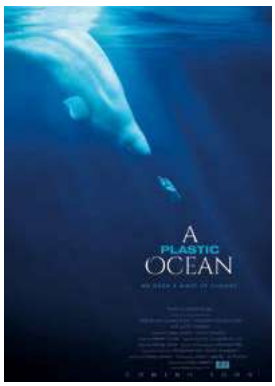
2007



Chasing Ice

Dir. Jeff Orlowski-Yang

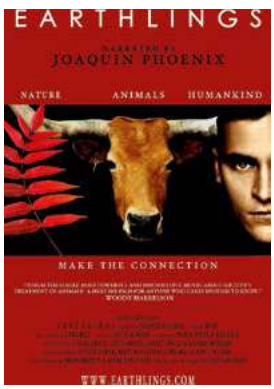
2012



A Plastic Ocean

Dir. Craig Lesson

2016



Earthlings

Dir. Shaun Morrison

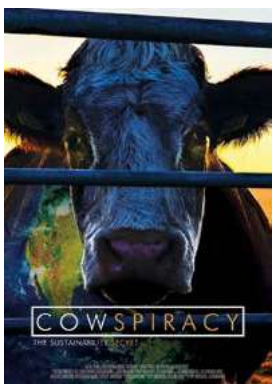
2005



The Cove

Dir. Louie Psihoyos

2009



Cowspiracy: The Sustainability Secret

Dir. Kip Andersen, Keegan Kuhn

2014

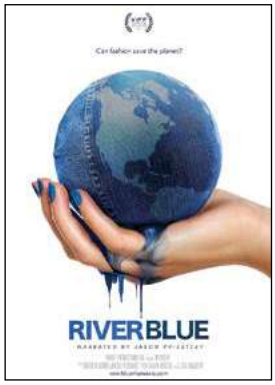


Before The Flood

Dir. Fisher Stevens

2016

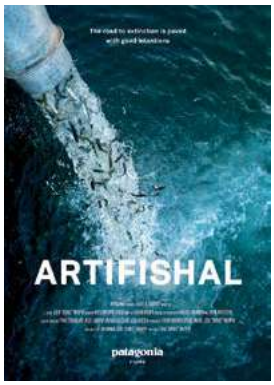
Muestrario



River Blue

Dir. David McIlvride, Roger Williams

2017



Artifishal

Dir. Josh Murphy

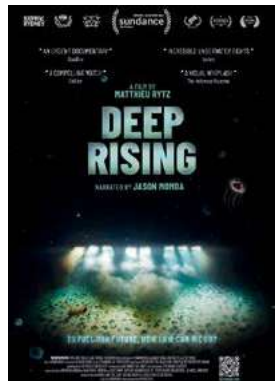
2019



Geographies Of Solitude

Dir. Jacquelyn Mills

2022



Deep Rising

Dir. Matthieu Rytz

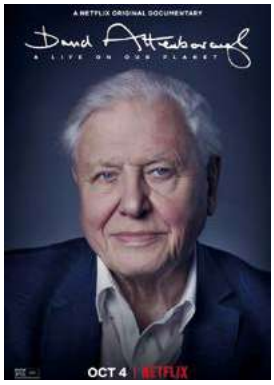
2023



The Human Element

Dir. Matthew Testa

2018



David Attenborough: A Life in Our Planet

Dir. Alastair Fothergill, Jonathan Hughes, Keith Scholey

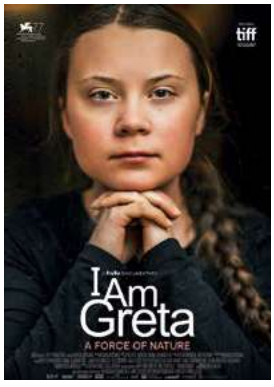
2020



2040

Dir. Damon Gameau

2019



I Am Greta

Dir. Nathan Grossman

2020

CINCO CORTOMETRAJES RECOMENDADOS

Krtek ve městě (El pequeño topo en la ciudad)

Dir. Zdeněk Miler

1982

Ilha Das Flores

Dir. Jorge Furtado

1989

The Story of Stuffs

Dir. Louis Fox

2007

The Turning Point

Dir. Steve Cutts

2020

Wasteminster

Dir. Jorik Dozy, Sil Van der Woerd

2021

RESIDENTE

TOUR LAS LETRAS YA NO IMPORTAN



12 OCTUBRE
BOGOTA
(movistar arena)

ENTRADAS EN

Tuboleta

www.tuboleta.com

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

PULEP : XHZ177

BIZARRO LIVE ENTERTAINMENT · la buena fortuna · 5020 RCRDS · Radio Activa 97.9FM · Los 40 · sayco · Banco Falabella

VOLVO

NUEVO VOLVO EX30

DISPONIBLE EN TODO MÉXICO



Agenda tu prueba de manejo:

Imagen ilustrativa. Consulta términos y condiciones.

VOLVO CAR MÉXICO