ERODE

Moda y Estilo

Edición N°9
Junio. 2025
Año II

AMBULANTE
FESTIVAL DE DOCUMENTALES

MARGIELA
LLEGA A MEXICO

LOEWE
& THE DEAD

SABRINA
MANS BEST FRIEND

MENS FASHION WEEK

PARIS

erodemagazine.com

ERODE

Edición N°9
Junio. 2025

Moda y Estilo

SACAI X LEVIS

CUANDO EL DENIM SE VUELVE UNA ESCULTURA URBANA

índice

1. PORTADA
2. PORTADA INTERIOR
3. ÍNDICE
4. CARTA DEL DIRECTOR
5. PERSONAL
6. REAL MADRID X LOUIS VUITTON
7. JONAHTAN ANDERSON
8. LOEWE X GRATEFUL DEAD
9. PARIS FASHION WEEK
10. KENZO
11. LOUIS VUITTON
12. ACNE STUDIOS
13. HERMES
14. JOHNNY DEPP
15. GYVENCHY
16. FESTIVAL AMBULANTE
17. MARGIELA LLEGA A MEXICO
18. FOTOGRAFO
19. MANS BEST FRIEND
20. ZEGNA
21. LEVIS X SACAI
22. DELIVER ME FROM NOWHERE
23. SACAI
24. RICK OWENS
25. PRADA
26. SAINT LAURENT
27. JACQUEMUS
28. DIOR
29. CURADURIA
30. ARTE
31. BET AWARDS
32. PORSCHE X FERRAGAMO
33. TRAVIS VS PUSHA
34. MOOD
35. CLARKS X SUPREME
36. CONTRAPORTADA

1.P#01
2.P#02
3.P#03
4.P#04
5.P#05
6.P#06
7.P#8
8.P#10
9.P#12
10.P#14
11.P#16
12.P#18
13.P#20
14.P#22
15.P#24
16.P#26
17.P#28
18.P#30
19.P#34
20.P#36
21.P#38
22.P#40
23.P#42
24.P#44
25.P#46
26.P#48
27.P#50
28.P#52
29.P#54
30.P#56
31.P#58
32.P#60
33.P#62
34.P#64
35.P#66
36.P#68

ERODE

CARTA

Queridas lectoras y lectores de ERODE
Junio nos recibe con el vértigo de un mundo que no se detiene. Las pasarelas arden, los nombres cambian de casa, los íconos se transforman, y nosotros —como siempre— estamos en el epicentro de esa revolución visual, estética y cultural. Esta edición es una invitación a mirar más allá de las telas y los sonidos; es un mapa hacia lo que se está gestando en los rincones más audaces de la creatividad contemporánea.

Comenzamos con una sacudida que trasciende fronteras: Louis Vuitton se alía con Real Madrid, y redefine lo que significa lujo deportivo. La casa parisina, una vez más, deja claro que su vocación es la conquista total. En ese mismo espíritu de transformación, Jonathan Anderson entra a Dior como un rayo cruzando el firmamento de la alta moda. ¿Qué significa esto para la maison? Lo exploramos a fondo.

Las colaboraciones continúan detonando nuevas narrativas: Loewe con Grateful Dead es una sinfonía psicodélica, una cápsula donde la contracultura se convierte en objeto de deseo. En paralelo, Levi's y Sacai abrazan lo experimental y lo esencial, mientras que Clarks x Supreme hace un guiño urbano con espíritu británico.
Nos adentramos también en el corazón de Paris Fashion Week SS26 para hombres. Desde el romanticismo subversivo de Dior hasta el brutalismo elegante de Rick Owens, pasando por la precisión de Prada, la sensualidad oscura de Saint Laurent, la ironía dulce de Jacquemus y la fantasía controlada de Kenzo, esta edición está empapada de pasarela, sudor, ideas y provocaciones. También viajamos con Zegna, Sacai, Acne Studios, Hermès... cada marca trazando su manifiesto con hilo y corte.

Desde México, celebramos el arribo de Maison Margiela al país, y dedicamos un espacio especial al Festival Ambulante en Mérida, donde el cine transforma plazas y almas. La cultura se vuelve íntima y colectiva al mismo tiempo.

En nuestra sección de música, nos detenemos en el último grito de Sabrina Carpenter, "Man's Best Friend", una canción que acaricia con dientes, y exploramos la tensión lírica entre Travis Scott y Pusha T, dos titanes del rap enfrentados por más que un beat.

En cine, presentamos un análisis profundo de "Deliver Me From Nowhere", una obra inspirada en el universo de Bruce Springsteen que habla del dolor, la identidad y la redención con la crudeza de una guitarra rota.
Este mes, destacamos el trabajo de Luciano Cárdenas, un fotógrafo cuya mirada nos recordó que el arte no se trata solo de ver, sino de sentir. Su lente captura lo invisible: la pausa entre dos palabras, la sombra de una emoción.
Para cerrar, una curaduría muy especial: seleccionamos dos piezas —una de Thom Browne, otra de Acne Studios— como objetos editoriales, no por su tendencia, sino por lo que representan: el equilibrio entre riesgo y belleza.

ERODE sigue siendo ese espacio donde la moda, el arte, el cine y la música no se explican... se viven. Gracias por ser parte de esta experiencia. Abran estas páginas con los ojos del que busca, del que sueña, del que se deja tocar por una idea bien vestida.

Con admiración y rebeldía,
Nos leemos en cada página.

EDUARDO MENÉNDEZ

ERODE

NO.9

Desde México

Eduardo Menéndez Gaber
Director

Óscar Andrés Santamaría Paredes
Redacción y diseño

Mario Rodrigo Castaneda Carranza
Redacción

Fabiana Ontiveros Sierra
Redacción

LOUIS VUITTON

Real Madrid

La colaboración entre Louis Vuitton y el Real Madrid marca un hito en la intersección entre el lujo y el deporte. Al vestir a los equipos masculino y femenino, la maison francesa no solo celebra la elegancia atemporal, sino que refuerza el estatus global del club como ícono cultural.

Caroline Weir
Centrocampista del club español femenino Real Madrid

Athenea del Castillo
Delantera del club español femenino Real Madrid

Dani Carvajal
Lateral derecho del club español Real Madrid

Vinicius Jr.
Delantero del club español Real Madrid

Eder Militao
Defensa central del club español Real Madrid

Kylian Mbappé
Delantero del club español Real Madrid

DOS LEYENDAS, UNA MISMA PASIÓN POR LA EXCELENCIA

La noticia que ha sacudido el mundo de la moda y el deporte. Louis Vuitton y el Real Madrid han lanzado una colaboración sin precedentes. El pasado 13 de junio de 2025, la icónica casa de moda francesa se ha convertido en el patrocinador oficial del club merengue, llevando el lujo y la sofisticación a un nuevo nivel dentro y fuera de los terrenos de juego.

Esta colaboración va más allá de un simple logotipo. Louis Vuitton será el encargado de vestir a las primeras plantillas de fútbol masculino y femenino, así como a la de baloncesto, en sus viajes y eventos institucionales. Sus estrellas como Vini Jr., Jude Bellingham, Eduardo Camavinga, Rodrygo y Kylian Mbappe desfilando con un estilo impecable y lujoso, diseñado por el aclamado director creativo de moda masculina de Louis Vuitton, Pharrell Williams.

La colección promete promete mucho, con potencial de iniciar una nueva era de elegancia deportiva. Incluye prendas de prêt-à-porter, zapatos, accesorios y maletas, todo concebido con un diseño atemporal y materiales que buscan el equilibrio perfecto entre comodidad, y distinción. Es la primera vez que Louis Vuitton crea una línea completa de ropa formal para un club deportivo, lo que subraya la exclusividad y el compromiso de esta colaboración.

Si bien la ropa formal y los accesorios de esta colección específica no estarán a la venta al público, los aficionados y amantes del lujo tendrán la oportunidad de adquirir modelos similares de maletas y accesorios de Louis Vuitton y personalizarlos con los colores del club. Una forma de llevar un pedazo de esta unión histórica.

Esta colaboración no solo eleva la imagen del Real Madrid como un icono global, sino que también reafirma la posición de Louis Vuitton como líder en el lujo y la moda, trascendiendo las pasarelas para fusionarse con la pasión del deporte mas visto en el mundo. Sin duda, una jugada maestra que redefine el concepto de elegancia y vestimenta en el fútbol.

Jude Bellingham
Delantero del club español Real Madrid

Dior

Jonathan Anderson

toma las riendas de la maison

Siguiendo el legado de Monsieur Christian Dior

La casa Dior escribe un nuevo capítulo histórico con el nombramiento de Jonathan Anderson como director creativo único de todas sus líneas —mujer, hombre y alta costura— por primera vez desde Christian Dior. Esta decisión, tan simbólica como audaz, marca una voluntad de unificación estética, conceptual y estratégica en pleno corazón del lujo contemporáneo.

Anderson, originario del condado de Derry (Irlanda del Norte), estudió moda en Londres y, tras una breve experiencia en Prada, fundó su marca homónima en 2008. Desde entonces ha sido pionero en derribar las fronteras entre géneros, redefiniendo la sastrería masculina con una sensibilidad fluida y feminizada. Su audacia creativa se fortaleció en Loewe, donde desde 2013 revitalizó la firma con un lenguaje artesanal, sombreros esculturales y accesorios que se volvieron virales.

Reconocido varias veces como "Designer of the Year" por la British Fashion Council y la CFDA, Anderson también ha sido destacado por *Time* como una de las figuras más influyentes del año 2024. Su olfato para crear objetos deseables —desde el Puzzle Bag de Loewe hasta el bolso Book Tote reimaginado con referencias literarias como *Drácula* — conecta con una nueva generación que busca identidad, historia y contenido emocional en la moda.

Ahora, esa misma sensibilidad se encuentra frente al reto mayúsculo de reinventar una maison que tras años segmentada apuesta por una sola voz creativa. Delphine Arnault, CEO de Dior, destaca que esta unificación promete coherencia, claridad y profundidad en el mensaje global. Anderson, a sus 40 años, llega con confianza: su primera colección masculina debutó el 27 de junio en París, mientras que su visión para la línea femenina y la próxima colección couture llegará en septiembre y enero 2026, respectivamente.

Este nombramiento representa más que una estrategia: es una devolución al espíritu fundacional de Dior, cuando los mundos del vestir femenino, masculino y la alta costura eran dirigidos por una sola mirada. Tras figuras como Hedi Slimane, Kris Van Assche, Kim Jones y Maria Grazia Chiuri, Anderson inaugura una era de continuidad y diálogo permanente entre todos los universos creativos de la casa.

ERODE Insight: Jonathan Anderson lleva a Dior hacia una narrativa coherente, emocional y global. Su llegada no solo aporta innovación, también un gesto de reencuentro: entre tradición y contemporaneidad, entre escritura estética y propósito cultural. La firma ya no será percibida como fragmentos aislados, sino como una entidad unificada, con una sola voz autoral, capaz de dialogar desde cualquier ángulo del guardarropa sin perder su esencia.

LOEWE THE DEAD

Loewe da un giro refrescante y colorido a su línea Paula's Ibiza 2025 al incorporar una cápsula gráfica inspirada en la legendaria banda Grateful Dead. Lejos de convertirse en una colección extensa, la alianza se concentra en piezas clave: playeras y tops que homenajean la estética psicodélica y contracultural fundamentada en los emblemáticos osos danzantes, calaveras y carteles lisérgicos, reimaginados con la delicadeza técnica que define a la maison.

Las playeras cropped en algodón suave destacan por su corte relajado y urbano, ideales para combinar con shorts o jeans en jornadas soleadas. Los bordados en bouclé recrean los Dancing Bears en una versión artesanal; estampados multicolor surgen en contraste sobre fondos negros o pasteles claros, traduciendo la iconografía setentera a una lectura contemporánea.

Como complemento, los tops drapeados de doble capa incorporan gráficos inspirados en vinilos clásicos, fundiendo descaro y pulcritud, textura y ligereza.

8

LOEWE Paula's Ibiza

Esta mini cápsula brilla porque respeta el ethos de Loewe. No es un “homenaje literal”, sino una reinterpretación inteligente que suma narrativa y autenticidad. Las playeras y tops gritan su origen musical.

Se sienten frescas, joviales y coherentes dentro del atmósfera Paula’s Ibiza: relajada, artesanal y consciente. Además, el video las ubica en un contexto real, sin artificios, lo que refuerza su capacidad de convertirse en básicos con actitud.

PARIS MENS FASHION WEEK

La Semana de la Moda Masculina de París SS26, se celebro desde el 24 de junio,y ha sido una de las ediciones más transformadoras de los últimos años. Con más de 70 marcas en su calendario, la ciudad se ha convertido en el epicentro mundial de la moda masculina, donde se presentaron propuestas que abordan el futuro de la sastrería, la estética urbana y las nuevas narrativas sobre la masculinidad.

Cuando París habla, el mundo escucha. Y esta semana, lo hizo con una voz clara, diversa y desafiante. La moda no solo presentó nuevas prendas; presentó nuevas formas de ver, sentir y habitar la masculinidad desde la estética contemporánea. Fue un desfile de ideas tanto como de tejidos, una coreografía precisa entre tradición y provocación, entre herencia y ruptura.

Desde las calles adoquinadas hasta los escenarios construidos con ambición escenográfica, los diseñadores elevaron la conversación hacia algo más grande que la ropa: identidad, memoria, futuro. Esta edición fue testimonio de un momento clave en la industria, donde las casas más históricas se replantean su lugar en el zeitgeist global y las voces jóvenes reclaman con urgencia su espacio.

Una de las grandes sorpresas fue el debut de Jonathan Anderson al frente de Dior Homme. La colección, que se presentó el 27 de junio, ha sido vista como un momento decisivo para la maison. Anderson, conocido por su enfoque deconstruido y su capacidad para fusionar la tradición con la experimentación, llega con la misión de redefinir la silueta masculina en un contexto contemporáneo.

En estas páginas, ERODE te invita a adentrarte en ese universo efímero pero impactante que solo París sabe construir. A mirar más allá de las telas y descubrir qué se está diciendo, en serio, cuando se camina sobre una pasarela.

-ERODE

KENZO PARIS

Kenzo presentó su colección Primavera/Verano 2026 con una visión que trasciende el vestuario y habla, con claridad y elegancia, sobre la pertenencia, la herencia y la expresión contemporánea. Diseñada por Nigo, la propuesta reafirma su lugar como una de las voces más singulares y relevantes del momento.

Desde su llegada a la dirección creativa de la maison, Nigo ha logrado tender un puente entre el legado japonés de Kenzo Takada y la sensibilidad urbana que ha definido su carrera en la música, el streetwear y la cultura visual. En esta nueva entrega, esa dualidad se afina aún más. El desfile fue una sinfonía de tejidos livianos, siluetas relajadas y un uso del color que remite tanto a los uniformes escolares japoneses como a los vibrantes mercados textiles de París.

Las prendas —camisas cruzadas, chaquetas amplias de lino, pantalones con cortes ligeramente evasé y sandalias con detalles bordados— construyen una narrativa donde la comodidad no está reñida con el refinamiento. El azul marino, rosa vibrante, el blanco crema, el rojo oxidado y los tonos de verdes apagados crean una paleta que resulta sofisticada sin ser distante, fresca sin caer en la obviedad.

Estampados sutiles, tejidos jacquard y bordados minimalistas reaparecen con un enfoque más táctil, como si cada prenda estuviese pensada no solo para vestirse, sino para sentirse.

La influencia del vestuario escolar, recurrente en el trabajo de Nigo, se percibe aquí como un guiño nostálgico y una herramienta para hablar de disciplina, pertenencia y juventud.

Las faldas tipo hakama, los blazers de corte limpio y los accesorios funcionales convierten esta estética en una declaración de principios: lo clásico puede reinventarse si se le dota de sinceridad.

***ERODE Insight: Con esta colección, Nigo no solo reafirma su control absoluto sobre el lenguaje visual de Kenzo. Reafirma también que la moda, cuando se hace con coherencia y propósito, sigue siendo un idioma capaz de construir comunidad, identidad y belleza.*

LOUIS VUITTON

UNA MARCHA SOLAR

Esta temporada, Pharrell Williams reafirmó su presencia como director creativo de la división masculina con una colección que no solo habla de estilo, sino de identidad global, energía cultural y lujo con un pulso pop.

SS26

Pharrell Williams

PHARREL´S VISION

24/ 06/ 2025

La pasarela SS26 de Louis Vuitton fue mucho más que un espectáculo de moda. Fue una procesión solar que reflejó, con exactitud quirúrgica, la visión de Pharrell: un mundo donde lo clásico se funde con lo contemporáneo y donde la elegancia se sublima a través del ritmo. Presentada en el Place Georges-Pompidou, la colección se desarrolló como un viaje que mira a los códigos tradicionales del lujo —trajes impecables, marroquinería meticulosa, gafas oversize— pero los reconfigura con el colorido y la energía de las calles.

Los trajes fueron protagonistas, pero no desde la sobriedad: reinterpretados en tonos vibrantes como el amarillo canario, el verde esmeralda y el azul denim profundo, con cortes fluidos y estructuras relajadas, hacían eco del espíritu veraniego sin renunciar al rigor sartorial. Las chaquetas se alargan, los pantalones se relajan, y los estampados —en su mayoría florales abstractos o reinterpretaciones del icónico monograma— vibran en cada paso.

Pharrell continúa invocando el espíritu del viajero global. Esta vez lo hace con referencias que cruzan el Caribe, África, Japón y Francia.
No se trata de un collage vacío de símbolos, sino de un trabajo meticuloso que une culturas desde una sensibilidad visual poderosa y conectada con las emociones.

La música, por supuesto, fue una protagonista paralela. Compuesta especialmente para el desfile, la banda sonora en vivo impregnó el ambiente de una euforia casi cinematográfica.

Con esta colección, Pharrell Williams da un paso firme hacia su consolidación como diseñador con visión global. Ya no es el músico convertido en creativo. Es el hombre que ha entendido que la moda, como la música, puede ser una forma de conectar mundos dispares, de hacer del lujo algo vivo, y del vestir masculino, una afirmación cultural.

Acne Studios

SS26

En una temporada marcada por el retorno a lo funcional, Acne Studios eligió desobedecer. Para Spring/Summer 2026, la firma sueca dirigida por Jonny Johansson presentó una colección que no teme ser extraña, cruda, incluso incómoda, pero que justo en ese desajuste encuentra su fuerza.

La marca sueca prescindió de las pasarelas y optó por una presentación íntima en su sede parisina, donde la ropa habló con la fuerza tranquila de lo que no necesita alardear para destacar.

Lo primero que se sintió fue la tensión entre materiales. En un mismo look convivían telas rasgadas con encajes nobles, mezclilla deslavada con organza translúcida, y cuero curtido junto a tejidos rústicos. Nada era obvio, nada era completamente "bello" bajo los cánones convencionales. Pero todo estaba cargado de intención. Había un discurso latente en cada prenda: una historia que no se contaba del todo, pero que exigía ser escuchada.

Las siluetas se movieron entre lo oversized y lo asimétrico. Camisas sin cuello, chaquetas deconstruidas, pantalones con costuras expuestas y cortes que parecían inacabados.

La paleta cromática osciló entre lo deslavado y lo saturado: rosas casi enfermos, beige con matices verdosos, azules polvo, toques de rojo vino y negro hollín. Cada tono parecía seleccionado no por su belleza, sino por su capacidad para generar una sensación.

Los accesorios mantuvieron el espíritu rebelde: botas en cuero arrugado hasta la rodilla, cinturones que parecían trozos de metal oxidado, y gafas de sol con formas orgánicas como si hubieran sido modeladas a mano.

Más allá del impacto visual, la colección SS26 de Acne Studios es un manifiesto sobre el estado de la moda contemporánea. Mientras muchas marcas buscan agradar, Johansson busca provocar. Es moda para quien está dispuesto a mirar dos veces, a pensar más allá del estilo y entrar en el terreno de lo simbólico.

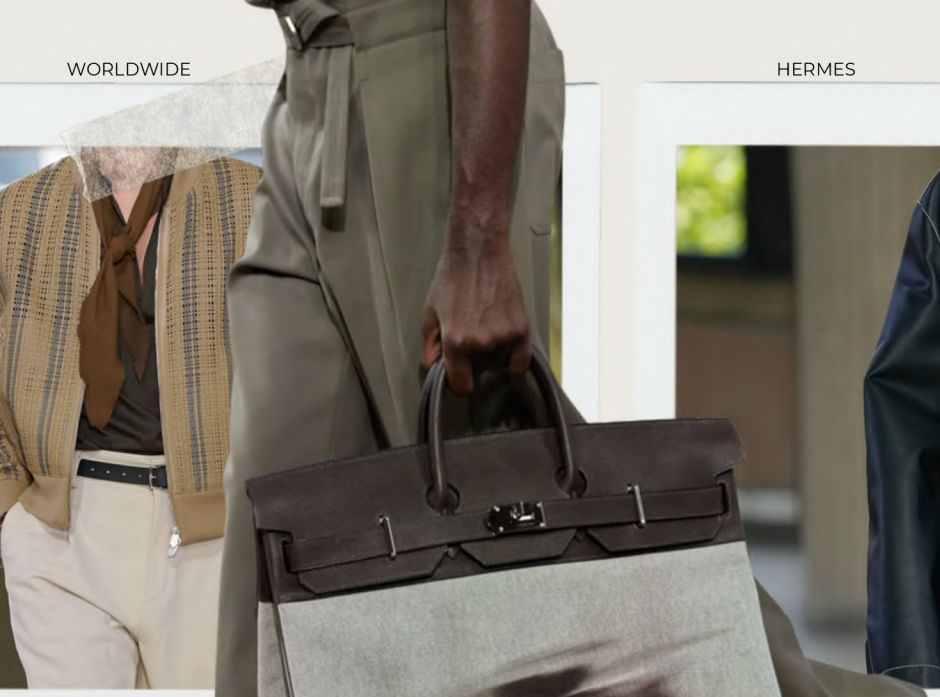
HERMÈS

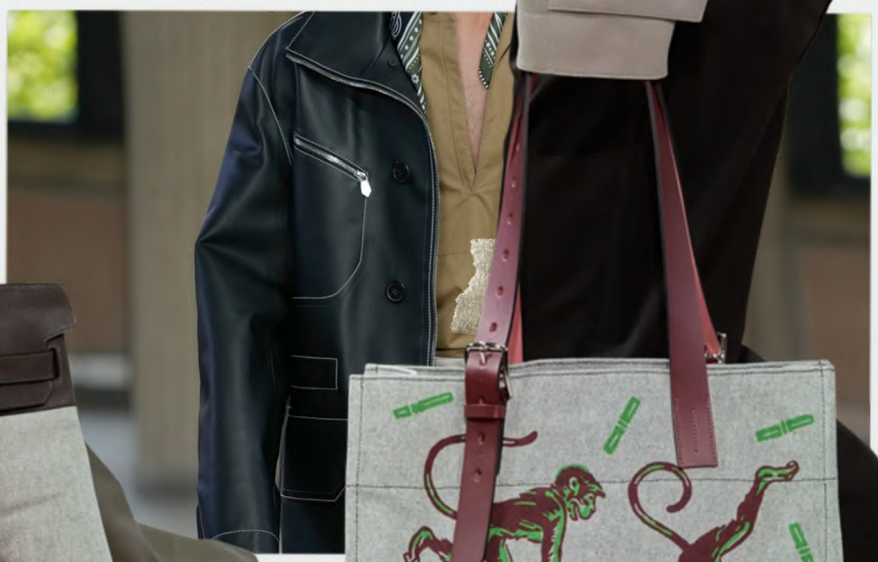
Mientras el calendario parisino de la moda masculina se sacudía con propuestas maximalistas y experimentales, Hermès eligió el camino inverso: el de la precisión, la sutileza y el lujo silencioso. Para la temporada Spring/Summer 2026, Véronique Nichanian volvió a reafirmar su lugar como una de las voces más coherentes y honestas del vestir masculino contemporáneo. Lo suyo no es el show, es la permanencia.

En esta entrega, la colección desfiló sobre un espacio arquitectónico claro y sin distracciones. La música ambiental apenas sugería una emoción, y la ropa —como ocurre con Hermès en sus mejores momentos— se convirtió en la única protagonista. Cada prenda parecía flotar, no tanto por ligereza física, sino por una levedad conceptual: aquí no había imposiciones ni artificios. Había una idea clara de hombre, de mundo y de belleza.

Las siluetas fueron relajadas, pero nunca descuidadas. El pantalón se corta amplio pero con caída precisa. Las camisas son casi líquidas, en lino fino o seda lavada, algunas con cuello mao y otras con un gesto apenas inclinado hacia lo utilitario. Las chaquetas —íntimas, livianas— se alejaron del blazer formal para abrazar formas más suaves, más cercanas al cuerpo. Nichanian no diseña para impresionar, diseña para vestir. Y eso se nota.

La paleta cromática fue tan serena como una tarde de verano: azules que evocaban cielo y agua, beige tostado, terracotas cálidas, verdes musgo, blanco leche y un negro que parecía respirar. Como un poema visual, cada look fluía en armonía con el siguiente. Nada sobraba, nada rompía el ritmo.





Mención aparte merecen los materiales. Hermès, fiel a su obsesión por la calidad extrema, ofreció tejidos que desafían la descripción. Seda y algodón que apenas rozan la piel, napa flexible en tonos mate, punto técnico que respira, y cuero trabajado como si fuera papel. Cada textura se convertía en una declaración de savoir-faire y en una reafirmación de la casa como un referente del lujo esencial.

Los accesorios fueron, como siempre, objeto de deseo absoluto. Bolsos en tonos crudos, sandalias minimalistas con diseño geométrico, pañuelos que caían de los bolsillos como una flor casual. El look de Hermès no pide atención: la atrae con elegancia contenida.

Más allá del diseño, la colección SS26 de Hermès es una lección sobre cómo se construye una identidad de marca sin gritos ni giros dramáticos. Es la celebración de una belleza pausada que, en un mundo hiperacelerado, resulta más radical que cualquier provocación.

Nichanian no necesita reinventar la moda cada temporada. Su revolución está en la consistencia, en la poesía del gesto mínimo, en el poder de la excelencia silenciosa.

“People cry, not because they are weak. It is because they've been strong for too long.”

-Johnny Depp

ERODEMAGAZINE.COM.MX

GIVENCHY

KAIA GERBER

2025

FW

ERODE

EL RELEVO CREATIVO EN UNA MAISON COMO GIVENCHY NO ES UN SIMPLE CAMBIO DE NOMBRES; ES UNA RECONFIGURACIÓN DEL ALMA ESTÉTICA DE LA MARCA. Y CON SU PRIMERA CAMPAÑA BAJO LA DIRECCIÓN DE SARAH BURTON, LA CASA FRANCESA DEMUESTRA QUE LA TRANSICIÓN NO SERÁ SILENCIOSA. AL CONTRARIO, SERÁ CINEMATOGRÁFICA.

KAIA GERBER —MODELO, ACTRIZ Y ROSTRO EMBLEMÁTICO DE LA NUEVA GENERACIÓN— ES LA PROTAGONISTA ABSOLUTA DE ESTA NUEVA VISIÓN, PLASMADA EN IMÁGENES DIRIGIDAS POR HALINA REIJN, RECONOCIDA DIRECTORA NEERLANDESA CON UN PULSO VISUAL TAN NARRATIVO COMO INQUIETANTE. EL RESULTADO NO ES UNA SERIE DE POSES, SINO UNA SUCESIÓN DE PERSONAJES, COMO SI CADA TOMA ESCONDIERA UN ACTO DE TEATRO ÍNTIMO.

VESTIDA EN TONOS SOBRIOS, CON CORTES QUE REVELAN LA MANO TÉCNICA Y ESCULTÓRICA DE BURTON, KAIA SE CONVIERTE EN MÚLTIPLES VERSIONES DE SÍ MISMA. UNA MUJER EN FUGA, UNA MUSA MELANCÓLICA, UNA SOMBRA ENTRE LUCES DURAS. EL DRAMATISMO ESTÁ CONTENIDO, NO ES EXPLÍCITO; SE INSINÚA EN GESTOS, TELAS, TEXTURAS. LA FEMINIDAD, LEJOS DE SER DECORATIVA, SE CONSTRUYE DESDE LA INTERPRETACIÓN.

SARAH BURTON —QUIEN TOMÓ LAS RIENDAS DE GIVENCHY TRAS SU ACLAMADA TRAYECTORIA EN ALEXANDER MCQUEEN— INTRODUCE AQUÍ UNA NARRATIVA QUE SE ALEJA DE LA OPULENCIA BARROCA DE SU ANTECESOR Y ENTRA EN TERRENOS MÁS EMOCIONALES, CONCEPTUALES, CASI PSICOLÓGICOS. LA CAMPAÑA ES UN STATEMENT SILENCIOSO: LA NUEVA ETAPA DE GIVENCHY NO SE GRITA, SE INTERPRETA.

FESTIVAL

2005 2025

Desde México No.9 ERODE

ERODE

Fundado en 2005 por los actores Gael García Bernal y Diego Luna, Ambulante no nació para competir con festivales tradicionales, sino para romper con ellos. Su propuesta era tan clara como radical: llevar documentales a donde no llegan las salas comerciales, crear audiencias nuevas y provocar conversación social desde la no ficción.

Dos décadas después, Ambulante se ha consolidado como uno de los proyectos culturales más influyentes de América Latina. Su modelo itinerante —una gira que recorre distintas regiones del país— ha redefinido lo que significa democratizar el cine.

}Proyectar en plazas públicas, escuelas, centros comunitarios o pueblos sin cine es, en sí mismo, un acto político. Aquí no hay alfombra roja, sino bancas de madera bajo la luz de una pantalla inflable. No hay celebridades en fila de honor, pero sí historias que conmueven, que educan, que despiertan una conciencia que el entretenimiento suele anestesiar.

AMBULANTE

SEGUNDA DÉCADA

HACER DEL CINE DOCUMENTAL UNA EXPERIENCIA CERCANA, URGENTE Y PROFUNDAMENTE HUMANA.

La edición 2025 no fue la excepción. Con una curaduría diversa que incluyó más de 120 películas en múltiples lenguas —algunas de ellas indígenas—, Ambulante recorrió estados clave como Ciudad de México, Baja California, Veracruz, Querétaro y Yucatán. La selección no solo expuso conflictos sociales, medioambientales y políticos de distintas latitudes, sino que lo hizo desde una narrativa plural, íntima y alejada del exotismo. Aquí, el documental no es herramienta de denuncia desde el centro, sino voz activa de las periferias.

Lo que diferencia a Ambulante no es solo su programación, sino su método: talleres, conversatorios, laboratorios de formación y espacios de diálogo entre creadores y comunidades convierten a cada sede en un núcleo efímero de transformación cultural. No se trata de exhibir, sino de compartir. No de imponer una mirada, sino de multiplicarla. La experiencia no termina al apagar la pantalla; muchas veces, ahí es cuando realmente comienza.

En un país marcado por la desigualdad de acceso cultural, el festival representa una forma de resistencia elegante, coherente y continua. La presencia de García Bernal y Luna como figuras públicas le ha dado visibilidad global, pero la esencia de Ambulante está en su capacidad de volverse invisible: en dejar que hablen las historias, los territorios y las personas que casi nunca tienen la palabra.

MARGIELA LLEGA A MEXICO

El silencio elegante y subversivo de Maison Margiela acaba de hacerse audible en Ciudad de México. Con la apertura de su primera pop-up store en El Palacio de Hierro Polanco, la maison liderada creativamente por Glenn Martens marca su entrada oficial al mercado mexicano, donde lo efímero del montaje dialoga con lo permanente de su impacto.

Grupo OTB

El espacio temporal, curado con precisión visual, expresa el ADN de la firma: deconstrucción como estética, anonimato como poder y artesanía como gesto radical. Las prendas expuestas, desde los clásicos abrigos con costuras expuestas hasta los accesorios que se sienten casi escultóricos, invitan al visitante a entrar en una conversación más que en una tienda.

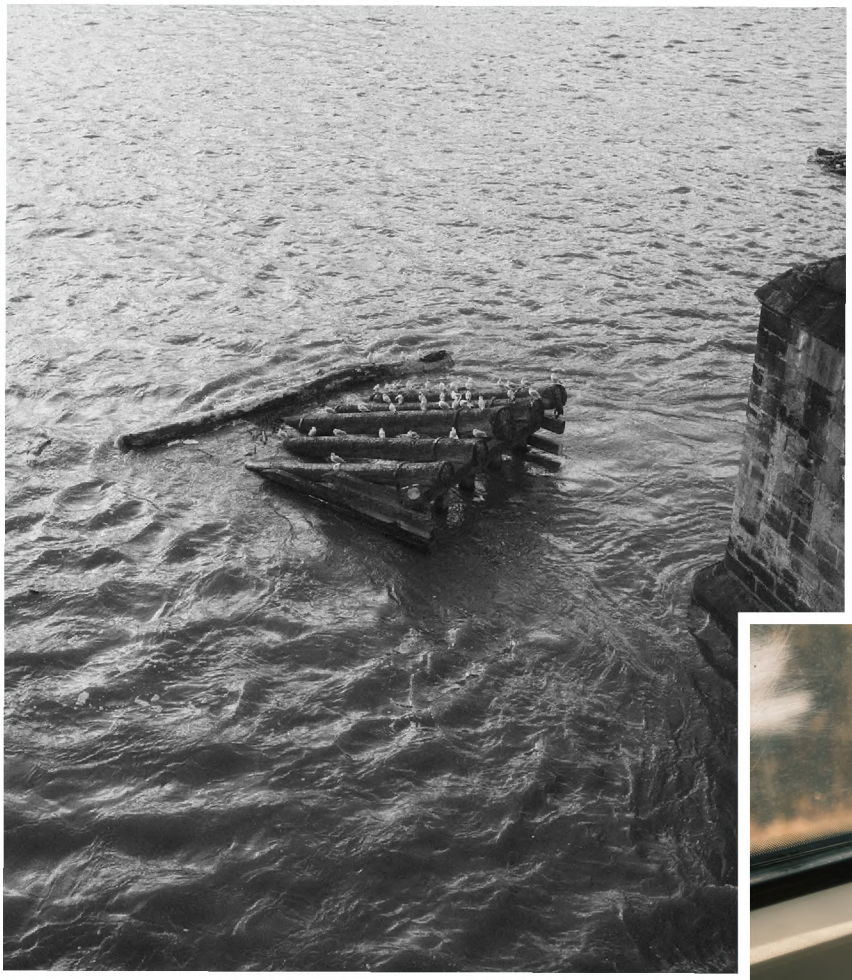
La llegada de Margiela a México forma parte de una estrategia más amplia del grupo OTB —también propietario de Marni, Diesel y Jil Sander— que incluye una expansión regional a través de múltiples puntos de venta y tiendas monomarca en ciudades clave como Monterrey, Guadalajara, Puebla y Cancún.

En el caso específico de Margiela, la firma ya confirmó que en los próximos meses abrirá un espacio exclusivo para su línea masculina en el mismo recinto, y antes de que termine el año, una boutique permanente dedicada a su colección femenina. La decisión no es caprichosa: México se consolida como uno de los mercados más activos y receptivos del lujo conceptual en América Latina.

Luciano Cardenas Becerra

Luciano Cárdenas Becerra nacido el 13 de septiembre de 2001 en Mérida, Yucatán, es un artista visual con base en Alemania que ha dedicado muchos años en perfeccionar su fotografía. su estilo se destaca por ser el de situaciones cotidianas del día a día como ejemplo podemos ver esta casa en Suecia, la fotografía nació en uno de sus viajes por Europa mientras visitaba familia y se puede apreciar el excelente uso de la luz y los colores, la fotografía no fue editada en lo absoluto y sorprendió mucho a los editores de Erode.

Luciano es el claro ejemplo de talento Yucateco explorando sus habilidades en diferentes partes del mundo



BLANZA

SABRINA CARPENTER REGRESA CON FUERZA EN MAN'S BEST FRIEND, SU NUEVO ÁLBUM DE ESTUDIO QUE MARCA UN GIRO ESTÉTICO Y NARRATIVO DENTRO DEL POP CONTEMPORÁNEO.

MAN'S BEST FRIEND

TRAS EL ÉXITO ARROLLADOR DE SHORT N' SWEET, LA ARTISTA ESTADOUNIDENSE VUELVE EN MENOS DE UN AÑO CON UNA PROPUESTA MÁS INCISIVA, MÁS ÁCIDA Y DELIBERADAMENTE INCÓMODA.

CARPENTER, LEJOS DE SEGUIR LA FÓRMULA QUE LA CONSOLIDÓ, SE LANZA AHORA A LA EXPLORACIÓN DE LOS LÍMITES ENTRE LA IRONÍA, LA CRÍTICA SOCIAL Y LA SENSUALIDAD COMO INSTRUMENTO DE PODER.

LLEGA EN AGOSTO 2025

El primer sencillo, “Manchild”, es una burla directa a la inmadurez emocional masculina. Su ritmo pegajoso mezcla synth-pop y disco con una letra filosa que clava sin pedir permiso. La frase “Why so sexy if so dumb?” no solo es un gancho, sino una declaración de principios: esta Sabrina ya no quiere explicaciones, quiere exponer contradicciones. El tema ha escalado rápidamente a los primeros puestos de las listas globales, catapultando la conversación alrededor del disco incluso antes de su lanzamiento.

Visualmente, el álbum ha encendido polémica. La portada muestra a Carpenter en tacones y vestido negro, sostenida del cabello por una figura masculina fuera de cuadro. La imagen ha sido interpretada como una crítica satírica al poder masculino y a la cosificación de la mujer en la cultura visual pop. Algunos han visto en ella una provocación innecesaria; otros, una jugada maestra de reversión del discurso tradicional. Sabrina, fiel a su estilo, ha respondido sin explicaciones: deja que la imagen hable por sí sola.

Pero más allá de la controversia, Man’s Best Friend es una obra que articula su voz con madurez. Carpenter no sólo canta desde la rabia o la ironía; también desde la vulnerabilidad, el deseo y la introspección. Su narrativa no es unilateral, sino compleja, y ahí reside gran parte de su poder. En una industria donde muchas artistas aún deben justificar su autonomía creativa, este álbum es una bofetada elegante, un grito en falsete y terciopelo que exige ser escuchado en sus propios términos.

Con este nuevo capítulo, Sabrina Carpenter se consolida no solo como ícono pop, sino como arquitecta de una estética propia: provocadora, glamorosa, consciente. Y en esa tensión entre el arte y el escándalo, encuentra su lugar como una de las voces más relevantes de su generación. Porque a veces, ser el “mejor amigo del hombre” también significa decirle verdades que no está preparado para oír.

Zegna
EL OASIS DE ALESSANDRO SARTORI

Zegna encontró el modo de silenciar todo con una colección que fue, en esencia, un homenaje al tejido. No solo al textil como materia, sino al tejido como lenguaje, como vínculo entre naturaleza, cuerpo y tradición.

Bajo la dirección de Alessandro Sartori, la casa italiana presentó su propuesta para la temporada Primavera/Verano 2026 en el complejo Pierre Cardin, un entorno brutalista que contrastó con la suavidad de las piezas. Esta tensión entre lo crudo y lo refinado fue el primer mensaje: Zegna ya no es solo sinónimo de sastrería rigurosa, es un laboratorio donde el lujo se descompone y reconstruye.

La colección giró en torno al tejido Oasi Lino, una fibra desarrollada por la firma a partir de lino trazable y cultivado de forma responsable en Europa. Este material no solo dictó la paleta cromática —tonos tierra, piedra, menta seca y blanco roto— sino también la silueta: liviana, relajada, casi silenciosa. Los trajes se soltaron de la rigidez, las camisas se transformaron en túnicas, los pantalones ganaron holgura sin perder estructura.

El detalle más poderoso fue la ausencia de exceso. No hubo ornamento innecesario, ni branding explícito. En su lugar, Zegna propuso una sastrería descomplicada, con cierres invisibles, cuellos amplios, y superposiciones que sugieren más que imponen. Cada look parecía respirar, moverse con el cuerpo, fusionarse con el entorno.

La colección habló de un hombre moderno que ya no busca demostrar poder, sino habitarlo con suavidad. Un hombre que sabe que la sostenibilidad no es una tendencia, sino una responsabilidad estética.

Cuando el denim se vuelve una escultura urbana

La nueva edición Levi's x sacai Primavera/Verano 2025 no es otra colaboración pasajera: es un ejercicio de diseño riguroso y poético. Chitose Abe reconfigura las piezas icónicas del denim americano con una precisión japonesa que transforma la memoria colectiva en nuevas formas de ropa. El resultado es una colección que fusiona herencia y vanguardia con un equilibrio sorprendente.

SS25

La colección articula prendas híbridas que juegan con la simetría, la técnica y el peso histórico del diseño Levi's.

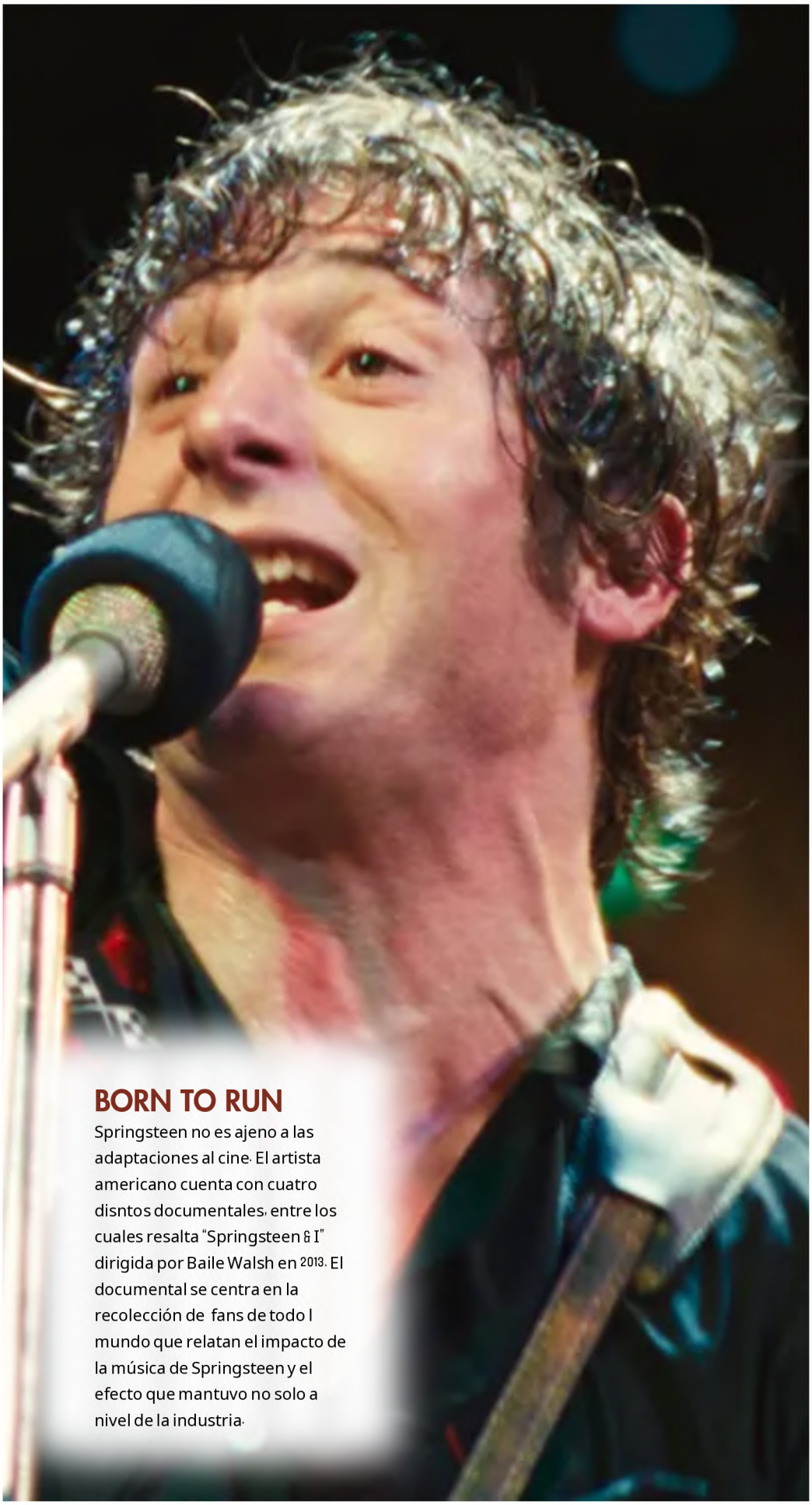
Las chaquetas icónicas se fragmentan y ensamblan con detalles extraídos de distintas épocas: el frente toma elementos de las Type II y Type III, mientras que la espalda recupera el cinch strap del Type I. Esta tensión entre pasado y presente no es solo visual, sino estructural. Todo en la prenda está hecho para sentirse intencionado, funcional y, al mismo tiempo, inesperado.

Una de las piezas centrales es la chaqueta que fusiona denim con sarga acolchada. Aquí, el lenguaje sacai aparece con más fuerza: la multiplicidad de texturas, el corte en A, los acabados que interrumpen la lectura lineal. Junto a ella, destaca un jumpsuit de silueta amplia, tirantes que aluden al workwear clásico, y una fluidez que desplaza cualquier lectura de género.

En la línea masculina, las propuestas se concentran en reinterpretaciones limpias pero contundentes.

El Reversible Blouson combina, en una sola prenda, dos perspectivas opuestas de lo clásico: un lado limpio y minimalista; el otro, anclado en la estructura icónica de la Type II. Los pantalones baggy con siete bolsillos, corte medio y cinturón reversible continúan esa misma lógica de doble lectura. Nada es exactamente lo que parece.

La campaña, dirigida por Craig McDean y estilizada por Karl Templer, se construyó en torno a una narrativa urbana, casi documental. Chase Sui Wonders y Chandler Frye protagonizan las imágenes con una actitud sin afectación, en locaciones reales que reflejan el espíritu de la colección: crudo, técnico, utilitario, con una belleza que aparece en la fricción, no en la superficie pulida.



Jeremy Allen White interpretando a Bruce Springsteen en el primer tráiler de "Deliver me from Nowhere".

DELIVER ME FROM NOWHERE

Cuando parecía que la ola de bio-pics musical había llegado a su punto culminante, el director Scott Cooper irrumpe con Deliver Me From Nowhere, un retrato cinematográfico profundamente íntimo de Bruce Springsteen. Esta nueva apuesta por el drama biográfico no solo revive la figura del legendario músico, sino que explora la gestación de uno de sus álbumes más personales: Nebraska.

Desde el anuncio del bio-pic, tanto fanáticos como cinéfilos especulaban acerca de la elección del artista encargado de interpretar a la leyenda del rock. Jeremy Allen White, conocido por su papel ganador del Emmy en "The Bear", fue finalmente elegido para dar vida a Bruce Springsteen en la gran pantalla. La elección de White desató una ola de reacciones en las redes sociales, la mayoría siendo de entusiasmo y expectativa, no solo por su impresionante rango actoral, sino por su capacidad de capturar la intensidad emocional en sus papeles. Para muchos, White se encuentra frente al reto más ambicioso de toda su carrera como actor: interpretar a un ícono cultural en uno de los momentos más introspectivos e íntimos de toda su carrera. Nebraska, albúm de Springsteen, es ampliamente conocido por ser uno de sus trabajos más oscuros y profundamente honestos, siendo el proyecto que marcara un antes y después en su vida. La transformación física y emocional de White para este papel ya ha sido altamente destacada por la crítica. De esta manera se está anticipando lo que podría llegar a ser una interpretación sobresaliente por el artista, que podría una vez más posicionarlo como uno de los actores favoritos en la temporada de premios por venir.

BORN TO RUN

Springsteen no es ajeno a las adaptaciones al cine. El artista americano cuenta con cuatro disntos documentales, entre los cuales resalta "Springsteen & I" dirigida por Baile Walsh en 2013. El documental se centra en la recolección de fans de todo l mundo que relatan el impacto de la música de Springsteen y el efecto que mantuvo no solo a nivel de la industria.

THE BOSS HITS THE THEATERS

Fecha de lanzamiento: 24 de octubre 2025
Elenco: Jeremy Allen White, Jeremy Strong, Odessa Young
Director: Scott Cooper (Hostile, Pale Blue Eyes, Black Mass)

Jeremy Allen White y Bruce Springsteen comparten un momento entre tomas durante el rodaje de Deliver Me from Nowhere. La complicidad entre actor y leyenda es clave para dar vida a uno de los capítulos más íntimos en la carrera del icónico músico.

"My depression is spewing like an oil spill ...Its black sludge is threatening to smother every last living part of me."

Bruce Springsteen
(De su memoir: Born to Run)

Más allá de la anticipada interpretación de Jeremy Allen White, Deliver me From Nowhere se perfila como una obra que intiende trascender el formato tradicional del lio-pic. Teniendo en cuenta los trabajos de Scott Cooper, se pudiera esperar que la película explora la vida de Springsteen de manera en que se sumerge a los silencios y sea cruda emocionalmente. Ante todo, la película intende demostrar la vulnerabilidad de un artista frente al acto creativo y al mismo tiempo la valentía de enfrentarse a uno mismo cuando todo al rededor parece desmoronarse.

SACAI SS26 HOMME

En un espacio sin pasarela, alejado del bullicio de los flashes y el desfile tradicional, Sacai propuso algo más íntimo, más contenido, pero no por ello menos contundente. Su presentación para la temporada Spring/Summer 2026, titulada Everyday All Day, tuvo lugar en el showroom de la maison en la Rive Gauche de París, reafirmando que el lenguaje de Chitose Abe no necesita de grandes escenarios para resonar con fuerza.

La colección es, como su nombre sugiere, un ejercicio sobre lo cotidiano. Pero en manos de Abe, lo cotidiano no es simple ni predecible: es un terreno fértil para la intervención. Sacai continúa su exploración del híbrido, pero en esta ocasión lo hace desde una mirada aún más funcional. Chaquetas que mutan en camisas, pantalones que se pliegan sobre sí mismos con cortes inesperados, y prendas que parecen dialogar entre el streetwear y el tailoring sin necesidad de tomar partido.

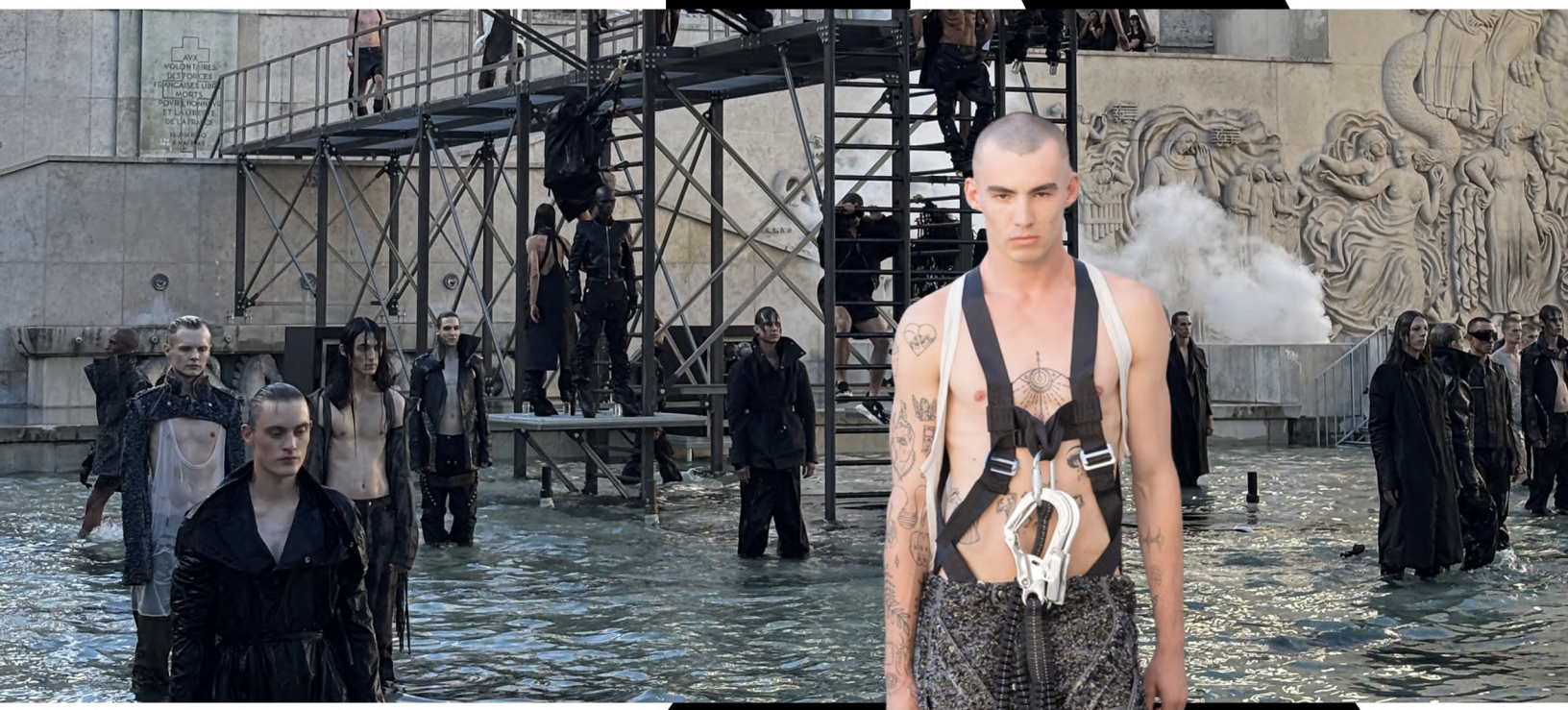
Uno de los puntos más interesantes de esta entrega es la manera en que Sacai logra una masculinidad suavizada sin sacrificar fuerza. Las siluetas son relajadas, pero hay estructura. Los colores, mayormente sobrios —negros, grises, beiges—, se iluminan con toques de azul eléctrico y acentos metálicos en cierres y herrajes. El resultado es una propuesta que, si bien está pensada para el uso diario, exige una mirada distinta hacia el vestir.

Más allá de lo visual, Everyday All Day es una declaración de principios. En tiempos donde las colecciones se ven presionadas por la inmediatez del contenido digital y las coreografías virales en pasarela, Sacai recuerda que la moda puede —y debe— respirar. Puede tomarse su tiempo. Puede invitar a mirar de cerca.

CHITOSE ABE

RICK OWENS

SS26 PARIS HOMME



HAY DISEÑADORES QUE PROVOCAN, OTROS QUE DESCONCIERTAN, Y UNOS POCOS QUE, COMO RICK OWENS, CONSTRUYEN DESDE EL EXCESO UNA FORMA DE PUREZA. LA COLECCIÓN PRIMAVERA/VERANO 2026 DEL DISEÑADOR CALIFORNIANO NO FUE UN DESFILE MÁS EN PARÍS: FUE UN RITUAL. UNA CEREMONIA VISUAL PRESENTADA EN EL PALACIO DE TOKIO, SU ESCENARIO HABITUAL, EN LA QUE EL CUERPO MASCULINO SE CONVIRTIÓ EN ARQUITECTURA VIVA, ENVUELTA EN CAPAS DE SOMBRA, VOLUMEN Y TEXTURAS CASI RITUALES.

Bajo el sol de Paris

Owens volvió a trabajar con proporciones extremas. Las chaquetas con hombros monumentales no solo amplifican la figura, la transforman. Los pantalones, ya sea en siluetas estrechas o exageradamente amplias, crean una constante tensión entre rigidez y fluidez. En esta colección, la masculinidad se presenta como un ejercicio de vulnerabilidad blindada.

La paleta cromática va desde los negros absolutos — marca de la casa— hasta grises arenosos, marfil y pinceladas en tonos óxido y burdeos quemado. El cuero, el algodón encerado, la seda pesada y el nailon técnico se mezclan con determinación.

Uno de los elementos más poderosos del desfile fue el uso de capas translúcidas que revelaban partes del cuerpo como si se tratara de reliquias, frágiles pero sagradas. Las botas, que suben hasta la rodilla como si fueran armaduras, completan esta visión de un hombre que no teme cubrirse para mostrarse.

SS26 no es una propuesta para todos. Pero en ese acto de exclusividad conceptual radica su poder. Rick Owens no viste al hombre que quiere ser tendencia. Viste al que se ha convertido en monumento.

Su trabajo no está diseñado para agradar ni para viralizarse: está pensado para resistir. En un circuito donde la velocidad lo consume todo, esta colección se toma el tiempo de construir una estética que es tan filosófica como física.

PRADA

ELEGANCIA, INQUIETUD, PROPORCIÓN Y POESÍA INDUSTRIAL

La colección masculina SS26, presentada en París por Miuccia Prada y Raf Simons, propuso una conversación rigurosa sobre la estructura, la juventud y la tensión entre libertad y control. Lejos de replicar ideas pasadas, la casa italiana volvió a hablar con un lenguaje de formas precisas, casi quirúrgicas, que no se limitan a seguir una narrativa: la construyen.

El espacio era blanco, clínico, y las primeras siluetas recorrieron la pasarela con un aire contenido.

MIUCCIA & RAF

La propuesta arrancó con abrigos rígidos, casi como armaduras suaves, y camisas de cuello ajustado combinadas con pantalones de pinzas levemente encogidos. Nada sobraba. Cada pieza parecía editada con la minuciosidad de quien entiende que el futuro no es exceso, sino medida.

La colección luego evolucionó hacia algo más poético. Blazers con aberturas inesperadas, suéteres tejidos en hilos transparentes, pantalones que parecían flotar. La mezcla de texturas —algodones secos, nylons brillantes, lanas ultra finas— hablaba de una masculinidad que se descompone y se redefine desde lo material. Prada propone al hombre contemporáneo como alguien que ya no se protege detrás de la ropa, sino que la utiliza como campo de expresión.

Hubo algo casi nostálgico en los tonos pastel polvorientos, en los cortes que evocaban la infancia sin caer en la literalidad, en los detalles de bolsillo que parecen salidos de uniformes escolares. Como si Prada hubiese querido recordarnos que dentro del hombre adulto sigue existiendo el niño que observa el mundo con asombro y distancia.

Pero no todo fue contemplativo. El gesto político y cultural de Simons y Miuccia volvió a hacerse presente en la construcción: faldas masculinas, shorts de sastrería a medio muslo, botas industriales. La fragilidad y la fuerza conviven sin contradicción.

SAINT LAURENT

Desde el interior del Bourse de Commerce de París, Anthony Vaccarello silenció la ciudad. No con alardes ni escenografía monumental, sino con una propuesta que eligió el murmullo por encima del grito. En su colección Primavera/Verano 2026 para Saint Laurent, el diseñador belga ejecutó una meditación sobre la elegancia masculina, recurriendo a la quietud como motor creativo.

La instalación que rodeaba la pasarela —una obra sonora del artista Céleste Boursier-Mougenot, compuesta por cientos de cuencos flotantes que repicaban en el agua al mínimo contacto— marcó el tono del desfile: contemplativo, cadencioso, casi espiritual. Y así como el sonido emergía solo al tocar el agua, la colección emergía al mirar con detenimiento.

Vaccarello abandonó el dramatismo nocturno de temporadas anteriores para explorar una silueta mucho más libre, emocional y sutil. Camisas livianas abiertas sobre el torso, pantalones de pinza suavemente anchos, trajes sin rigidez, shorts con caída arquitectónica. La figura masculina ya no se estructura por imposición, sino por elección. Cada prenda parece más una extensión del movimiento que una armadura del cuerpo.

Hay algo profundamente íntimo en esta entrega. Como si Vaccarello no hubiese diseñado una colección para ser vista, sino para ser habitada. Un guardarropa que no busca complacer tendencias, sino ofrecer espacios: para la libertad, para la sensibilidad, para la contradicción. La masculinidad aquí no se afirma ni se niega. Se propone como posibilidad.

Simon Porte Jacquemus

Jacquemus SS26

LA INFANCIA COMO ELEGANCIA

el verano que nunca se olvida

En un gesto profundamente íntimo y a la vez universal, Simon Porte Jacquemus presentó su colección Primavera-Verano 2026 en el marco de la Semana de la Moda de París masculina, desdibujando las fronteras entre el pasado y el presente, lo naíf y lo refinado. Esta entrega no solo confirma la madurez creativa del diseñador francés, sino también su capacidad para emocionar a través de un lenguaje visual que se atreve a volver a lo esencial: los recuerdos.

Ubicado en el histórico invernadero de L'Orangerie, dentro del Palacio de Versalles, Jacquemus cerró la Semana de la Moda Masculina de París SS26 con una puesta en escena memorable. El escenario, entre columnas de piedra y techos vitrales, se convirtió en una metáfora de su crianza en el campo: un espacio que une lo natural con lo construido, lo rural con lo monumental

El blanco y los tonos suaves fueron los protagonistas de una paleta que evocaba los veranos del sur de Francia: cielos abiertos, muros encalados, patios de juegos polvorientos. En cada look, una delicadeza firme. Camisas con hombros estructurados pero caídas ligeras, vestidos que parecían flotar más que caminar, pantalones de lino que recordaban a los uniformes escolares reinterpretados con un guiño adulto. La sencillez no fue sinónimo de simpleza, sino de seguridad estética.

Los corazones bordados, los botones redondos como dulces y los cuellos suaves fueron más que adornos: eran símbolos. Fragmentos de una infancia feliz, traducidos en códigos de moda. El universo de Jacquemus no necesita gritar; basta con que susurra y el eco llega a todas partes.

La colección SS26 no solo reafirma la madurez creativa del diseñador, sino su capacidad de seguir emocionando sin perder la frescura que lo hizo un fenómeno desde el inicio. Jacquemus no necesita provocaciones conceptuales ni artificios visuales para hacer una declaración. Su lenguaje es más simple, más humano: volver a lo esencial. Recordarnos, a través de la ropa, quiénes fuimos cuando todavía soñábamos sin medida.

Y eso, en la moda actual, es revolucionario.

DIOR

El inicio de una nueva era bajo la mirada de Jonathan Anderson

Cuando Jonathan Anderson fue anunciado como director creativo de ambas líneas –masculina y femenina– de Dior, las expectativas no tardaron en estallar. Pero lo que nadie anticipaba era que su primer desfile masculino al frente de la maison no solo superaría cualquier predicción, sino que abriría un nuevo capítulo en la historia de Dior con una fuerza que se sintió como un sismo creativo.

Para su debut oficial con Dior Homme SS26, Anderson no ofreció una reinterpretación moderada ni una oda tímida al archivo. Lo que presentó fue una visión radicalmente contemporánea, profundamente pensada y absolutamente Dior, pero desde una mirada inesperada, llena de juego, ironía y una obsesión por el detalle que rozó lo escultórico.

El desfile se presentó en una instalación minimalista, que contrastaba con la opulencia silenciosa de la ropa. Desde el primer look, se percibía una nueva mano dirigiendo: siluetas arquitectónicas, capas flotantes que desafiaban la gravedad, y un dominio impecable de las proporciones.

Las referencias al legado de Christian Dior estaban presentes –las chaquetas Bar reinterpretadas en versión masculina, los volúmenes inspirados en la alta costura– pero mutadas bajo el prisma conceptual de JW Anderson.

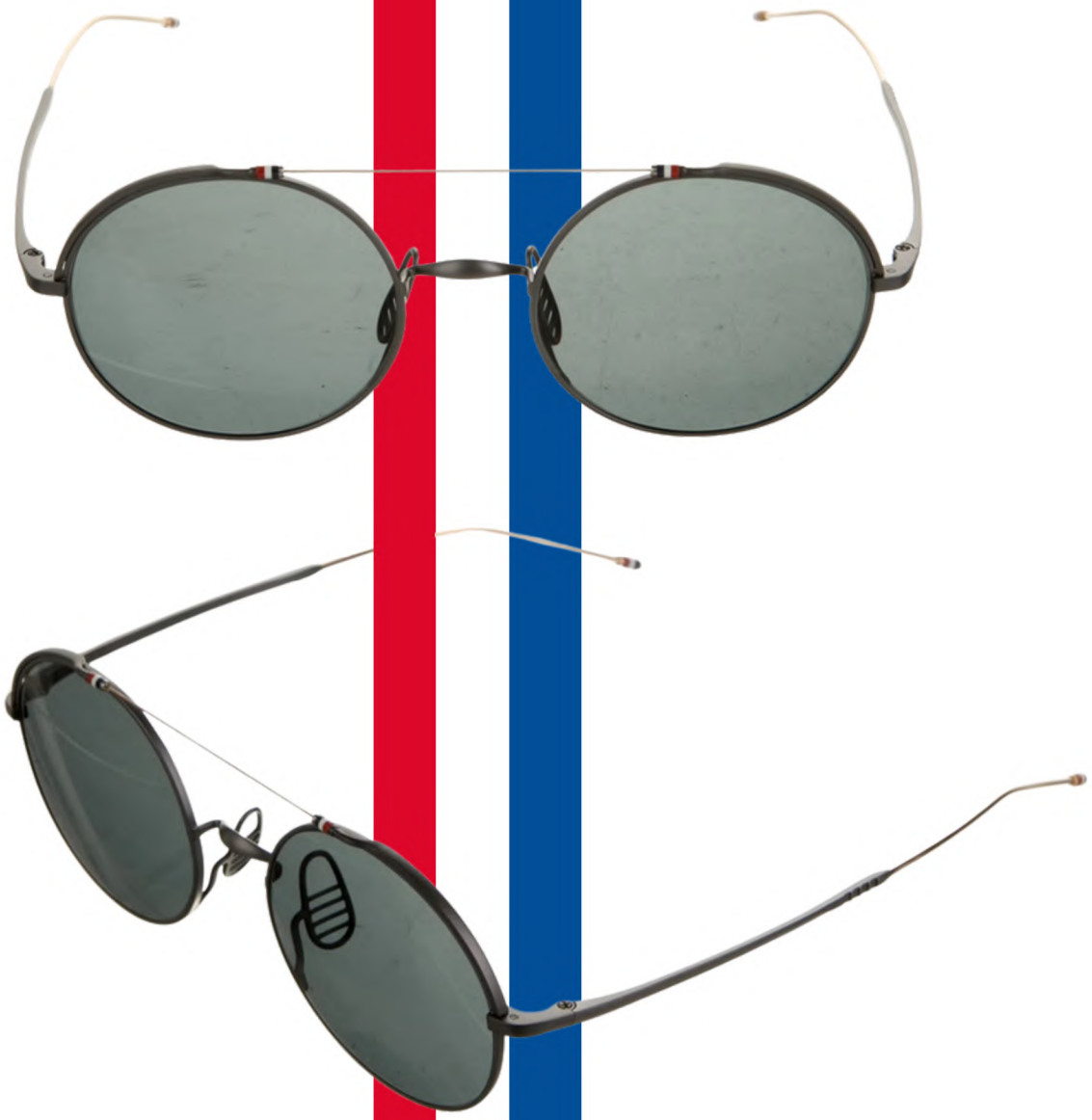
Uno de los aspectos más destacados fue la presencia abrumadora de accesorios. Bolsos rígidos con formas angulares, collares-escultura que rodeaban cuellos como armaduras suaves, gafas envolventes y zapatos con suela elevada que recordaban a los zuecos renacentistas. Cada pieza parecía diseñada para ser mirada desde todos los ángulos.

En cuanto a la paleta, Anderson se inclinó por tonos minerales: gris pizarra, azul mármol, arcilla, un rosa polvoriento que evocaba las flores del jardín de Granville y algunos destellos de verde petróleo y oro envejecido.

Los textiles, como siempre en Dior, rozaron lo sublime: lanas ligeras, popelinas técnicas, sedas lavadas, cuero texturizado. Todo ensamblado con una precisión casi quirúrgica.

Pero quizá lo más poderoso del desfile fue su mensaje silencioso.
JW Anderson no está aquí para replicar fórmulas exitosas ni para habitar el archivo con nostalgia. Está aquí para intervenir la historia de Dior con la audacia de quien conoce su tiempo. Y lo hace con una sensibilidad que desafía el binarismo, que juega con la feminidad y la masculinidad sin miedo, y que propone nuevas formas de belleza sin disculpas.

THOM BROWNE.
NEW YORK



Estos lentes redondos combinan titanio dorado y plateado con lentes tintados azulados, logrando un equilibrio elegante entre robustez y finura.
Su armazón delgado, con bordes texturizados y patillas en titanio, remata con detalles en acetato azul marino y la distintiva banda tricolor en las puntas.

Con un tamaño de lente de 49 mm, puente de 21 mm y temples de 150 mm, estos lentes son diseñados y manufacturados en Japón, garantizando confección premium e 100 % protección UV.
El estilo redondo remite a la estética de los años 50–60, reinterpretada con una mirada moderna y minimalista.

Una bufanda que encapsula la estética sueca de Acne Studios: minimalismo con carácter. Confeccionada en mezcla de lana y seda, su estampado tartán en tonos neutros aporta calidez sin exceso. Los bordes crudos y la etiqueta discreta elevan una prenda cotidiana al nivel de pieza de autor.
Ideal para llevar con chaquetas estructuradas o abrigos relajados: Acne diseña para el día a día, pero con intención.

El performance como lenguaje

EL ARTE NO NECESITA DURAR PARA TRANSFORMAR

POR: FABIANA ONTIVEROS SIERRA

¿Qué es el arte performance?
Es una manifestación artística en la que el cuerpo, el tiempo y el espacio se convierten en el medio. Es acción, presencia y, muchas veces, riesgo. A diferencia de otras disciplinas, el performance no busca dejar un objeto como testigo de su existencia. Lo importante no es lo que se conserva, sino lo que se vive.
En un mundo que insiste en medir el valor por la permanencia o por los objetos físicos y tangibles, el arte efímero —y el performance como uno de sus lenguajes más vivos, potentes e incómodos— nos recuerda que lo valioso no siempre es lo que se puede archivar, sino lo que se puede sentir.
Un gesto artístico no necesita perdurar en el tiempo para hacer sentido. Que lo que se evapora, lo que apenas roza la experiencia, puede ser más contundente que cualquier pieza destinada a un museo. Una embarcación que nunca llegó con su navegante, un hombre encerrado un año en una jaula sin hablar, o una artista a la que le cortan la ropa a media presentación. Hay mucha fuerza en eso: en lo que se va, en lo que no se repite.
La potencia del arte efímero no radica en su capacidad de durar, sino en su capacidad de activar. Muchas veces, lo efímero aparece como una herramienta de resistencia. A veces incomoda porque escapa a las lógicas del archivo, la compra, la vitrina. Porque no se puede vender.

El arte no necesita quedarse para hacernos pensar. El performance abre un espacio de diálogo, de incomodidad, de confrontación. Un espacio que otros lenguajes artísticos, más contenidos no siempre pueden alcanzar. Hay mensajes que un cuadro no puede decir. Hay urgencias que solo pueden expresarse con un cuerpo presente, en un instante irrepetible.
Por eso vale la pena recordar algunas de las acciones más memorables que han marcado la historia del arte desde la fugacidad. Momentos efímeros que, sin embargo, han permanecido en la memoria colectiva con una fuerza innegable:

- Primera Exposición Internacional Dadá (1920), organizada por los dadaístas en una galería de Berlín. Mezclaron arte visual, instalaciones absurdas y acciones en vivo. Más que una muestra, fue una experiencia en tiempo real contra la lógica tradicional del museo.

"Galeria de Otto Burchard", Berlín, 1920.Primera Exposición Internacional Dadá"

Rhythm 0 (1974), de Marina Abramović. Colocó 72 objetos — algunos inocuos, otros peligrosos — sobre una mesa y se ofreció al público para que hiciera con ella lo que quisiera. Durante seis horas, su cuerpo fue un campo de poder, deseo y violencia. La pieza terminó cuando un espectador le apuntó con una pistola a la cabeza. Abramović dijo después: "Si tú dejas la decisión al público, te pueden matar".

In Search of the Miraculous (1975), de Bas Jan Ader. Una travesía en solitario en velero desde EE.UU. a Europa. Nunca llegó. Su embarcación fue hallada vacía meses después. Su desaparición convirtió la pieza en una obra límite, que cuestionó la frontera entre arte y vida, arte y muerte.

Cut Piece (1964), de Yoko Ono. Se arrodilló en el escenario y ofreció su cuerpo al público para que le cortaran la ropa con tijeras. La pieza fue replicada en distintos contextos, provocando reacciones que iban de la timidez a la agresión. Una obra sobre pasividad, violencia, consentimiento y vulnerabilidad.

Estas piezas tienen algo en común: fueron efímeras, pero no invisibles. No están hechas para durar, pero siguen transformando. Son huellas en el aire, cicatrices colectivas, actos que no necesitan vitrinas ni etiquetas para ser arte.
El performance nos invita a vivir el arte en presente. A asumir que el momento es suficiente. Que un cuerpo puede ser un manifiesto. Que una acción puede sacudir más que cualquier objeto.

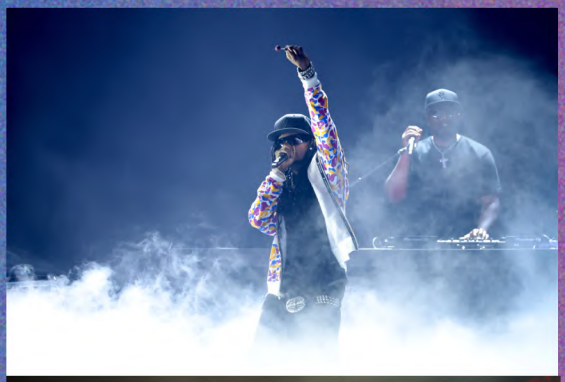
El arte no necesita durar para transformar.
No necesita dejar rastro físico para marcar a quienes lo vivieron.
Y quizás ahí está una de las verdades más potentes del arte contemporáneo: que no está hecho para quedarse, sino para mover. Para incomodar. Para ponernos a reflexionar.

Que no dure no significa que no importe.
Que no se quede no significa que no transforme.
Que sea efímero no significa que no sea eterno.

BET AWARDS

ORGULLO, HISTORIA Y VIBRACIÓN CULTURAL

En una noche vibrante que reunió lo mejor del talento afroamericano en música, cine, moda y cultura, los BET Awards 2025 volvieron a consolidarse como un termómetro de influencia global. Desde el Peacock Theater en Los Ángeles, esta edición fue mucho más que una premiación: fue una declaración de identidad colectiva, orgullo y evolución artística.



Con cinco premios, Kendrick Lamar se convirtió en el máximo ganador de la noche. Su álbum GNX obtuvo el codiciado título de Álbum del Año, marcando un nuevo hito en su carrera. Además, ganó Mejor Artista Masculino de Hip-Hop, Video del Año por "Not Like Us", y Video Director del Año, reconocimiento compartido con Dave Free. En total, transformó cinco de sus diez nominaciones en premios.

La edición 2025 de los BET Awards no fue solo un repaso de los éxitos más relevantes del año: también fue una ceremonia de reconocimiento a quienes han definido, transformado y elevado la cultura a lo largo de las décadas. En una gran decisión, la organización otorgó el Ultimate Icon Award a cuatro figuras fundamentales del entretenimiento: Mariah Carey, Jamie Foxx, Kirk Franklin y Snoop Dogg.

Lil Wayne abrió fuego con un medley de su icónica saga Tha Carter, incluyendo los himnos "King Carter", "A Milli" y "Welcome to Tha-Carter", en una demostración de legado sin filtros.
Teyana Taylor vertebró un momento de R&B poderoso, mientras que GloRilla encendió el ambiente con su estilo crudo y directo.
Playboi Carti también aportó su energía disruptiva con un set de impacto, acompañado por Leon Thomas III interpretando su hit "Mutt".
Por último, Andra Day rindió homenaje a Roberta Flack con una versión emotiva de "Killing Me Softly", y Mariah Carey subió en gloria propia a presentar su nueva canción "Type Dangerous", justo tras recibir su estatuilla.

DEL ASFALTO A LA PASARELA: PORSCHE Y FERRAGAMO MARCAN TENDENCIA

No todas las colaboraciones están hechas para el espectáculo. Algunas, como la unión entre Ferragamo y Porsche, nacen desde un lugar más íntimo: el del respeto mutuo entre dos casas que entienden el lujo no como un gesto llamativo, sino como una disciplina. Para conmemorar los 40 años de Porsche Italia, ambas firmas presentan una edición especial del 911 Carrera 4 GTS y el Taycan 4S, intervenidos con un nivel de detalle que desafía cualquier lectura superficial.

La colección se articula en torno a un color: Blusogno. Un azul profundo, elegante, con alma textil. No es un tono nuevo, pero sí es la primera vez que sale del universo Ferragamo para recubrir cada centímetro de un automóvil. Desde la pintura exterior hasta la tapicería, pasando por los detalles del volante, la consola central y los paneles de las puertas, todo ha sido intervenido bajo una paleta que no grita, pero que permanece. El diseño no se reduce a lo visual. Las costuras internas combinan cuero en tono piedra con inserciones de madera Paldao teñida a juego. En el exterior, líneas pintadas a mano –en blanco marfil– recorren el cofre y el alerón como si fueran cortes de un patrón de sastrería. Al interior, una placa conmemorativa y el logo de Ferragamo iluminado sobre el umbral son los únicos elementos que confirman que esto no es un Porsche cualquiera.

El lanzamiento está limitado a 52 unidades y se venderá exclusivamente en Italia. No habrá venta internacional ni segunda edición. No se trata de crear deseo por escasez, sino de mantener la integridad de una colaboración que se pensó para rendir homenaje a la historia, no para capitalizar el hype.

Este proyecto no es una campaña: es un manifiesto. Habla del valor de la artesanía, del diseño consciente y del lujo como una práctica que exige tiempo, visión y contención. Ferrari viste a Porsche, pero no lo disfraza. Porsche se deja intervenir, pero no se entrega por completo. En esa tensión, en esa conversación entre códigos, nace un objeto que no se mira: se interpreta.

"Nuestro sueño era crear algo verdaderamente único que encarnara el espíritu que nos ha guiado durante los últimos 40 años: el estilo de Porsche combinado con la cultura y la estética italianas. Por eso elegimos a Ferragamo como socio para este proyecto."

Pietro Innocenti
CEO Porsche Italia

Leonardo Ferragamo, Pietro Innocenti (CEO de Porsche Italia) y parte del equipo creativo presentan uno de los exclusivos modelos de la colaboración Porsche x Ferragamo, celebrando los 40 años de Porsche Italia con una edición especial del 911 Carrera 4 GTS en color "Blusogno", que fusiona artesanía italiana y alto rendimiento automotriz.

El 911 Carrera 4 GTS "Blu Sogno", fruto de la colaboración entre Porsche Italia y Ferragamo, fue presentado el 19 de junio de 2025 y tiene un precio estimado de 172,700 dólares. Este modelo celebra los 40 años de Porsche Italia con una edición limitada de lujo y diseño artesanal.

Después de más de una década en silencio como dúo de hip hop, Clipse –formado por Pusha T y No Malice– vuelve con una nueva canción que no solo marca el regreso de uno de los duos con más influencia del rap de los 2000, sino que enciende las redes con uno de los versos más comentados en lo que va del año. La canción So Be It se destacó por el flow y estilo emblemático de ambos artistas y su química como grupo, sin embargo se hizo tendencia por una línea directa y corrosiva contra Travis Scott por parte de T, reavivando tensiones y dejando claro que su pluma sigue siendo sinónimo de confrontación y precisión.

El verso en cuestión parece una crítica meditada al ascenso meteórico de Travis, insinuando que su éxito está construido sobre estilos y sonidos prestados, cuestionando de esta manera su autenticidad dentro del panorama del hip hop. Hasta el momento, Travis Scott no ha respondido, ni en redes ni en canciones, manteniendo el silencio frente a un ataque que sus fans han tratado de minimizar como un movimiento innecesario y en búsqueda de atención.

Y como si ese golpe no fuera suficiente, la semana ha sido particularmente complicada para Travis Scott ya que no solo sufrió el lanzamiento de 'So Be It" sino también el estreno de un documental de Netflix que revive la tragedia del festival Astroworld, en la que murieron diez personas durante una estampida en 2021. El documental ha sido responsable de brindarle luz una vez más a la controversial conversación pública de preguntas sin resolver sobre la responsabilidad del artista, la organización del evento y el impacto emocional en los sobrevivientes. Aunque Travis ha intentado reencaminar su narrativa con nuevos lanzamientos y apariciones públicas, este nuevo foco mediático ha empañado su ya frágil imagen.

Actualmente Travis Scott es uno de los nombres más relevantes del rap y de la moda. Desde su debut con Rodeo (2015) hasta el fenómeno mundial de Utopia (2023), ha construido un imperio musical y estético que va más allá de los charts. Su capacidad para fusionar rap psicodélico, diseño visual y branding ha sido clave para definir el sonido de toda una generación.

Sin embargo, la mezcla entre el éxito rotundo, controversia pública y ahora un diss inesperado de Pusha T, pone a Scott en una posición compleja: ¿seguirá apostando por el silencio o responderá con música?

Se puede decir con certeza que So Be It más allá de solo ser responsable por revivir al duo legendario Clipe, reconfigura el tablero del hip hop, forzando a figuras como Travis a tomar postura y hacerse cargo de proyectos creativos más allá de sus álbumes. Y cuando el pasado, el presente y la crítica se combinan en una sola barra... el rap vuelve a ser lo que siempre fue: una batalla por respeto.

CREATIVE DIRECTOR / ERODE

DIGITAL ART DIRECTOR / ERODE

ART EDITOR / ERODE

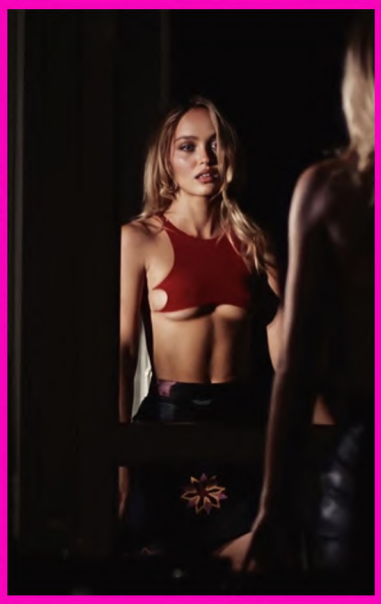
PHOTOGRAPHERS / ERODE

PUBLISHING DIRECTOR / ERODE

EDITOR IN CHIEF / ERODE
ASSOCIATE EDITOR / ERODE
MANAGING EDITOR / ERODE
EDITORIAL ASSISTANT / ERODE

OUR MOOD

think FULL,



ERODE more.

SUPREME X CLARKS ORIGINAL WALLABEES

La marca emblemática de Nueva York, Supreme, vuelve a sacudir el mundo del streetwear esta vez con una colaboración altamente anticipada junto a Clarks Originals. Ambas marcas trabajan de la mano para reinterpretar el clásico Wallabee a través de un giro contemporáneo. Esta poderosa alianza combina la herencia británica del calzado artesanal con la estética urbana y disruptiva que define a Supreme en el mundo de la moda. Es así como las piezas de esta nueva colección permiten el balance entre la tradición y el estilo moderno. A través del uso de detalles exclusivos, materiales de alta calidad y una paleta de colores audaz, estos nuevos Wallabees no solo prometen convertirse en objeto de deseo de muchos amantes de la zapatería, sino en un statement de moda urbana global.

LA COMBINACIÓN DE DOS MUNDOS

En esta edición, el Wallabee se presenta en versiones renovadas que preservan su silueta sumamente distintiva mientras incorporan materiales de un alto impacto visual, como gamuza estampada y acabados en tonos saturados que contrastan de manera directa con la sobriedad del diseño original. Los detalles son clave: el logo de Supreme el cuál aparece grabado de manera muy discreta, dejando claro que esta no es una re-interpretación como las de costumbre dentro del mundo de la moda, sino una declaración de intenciones con un mayor impacto. La colaboración también refleja la manera en que el calzado clásico puede llegar a convertirse en un lienzo para la experimentación de la moda sin sacrificar la esencia del producto, salvaguardando las generaciones y estilos en un mismo paso.

Cada elemento del diseño de la nueva colección está pensado para contar una historia a través del zapato: la textura de la gamuza aporta una dimensión táctil que evoca el estilo artesanal del producto, mientras que los estampados gráficos y los colores atrevidos –que van desde el verde oliva hasta el rojo cereza– inyectan una dosis de frescura que rompe con cualquier noción de formalidad. Esta edición especial del Wallabee no es una que se limita directamente a la linea de un calzado funcional o estéticamente atractivo: es también un símbolo del diálogo constante entre pasado y presente, entre la elegancia contenida y la autoexpresión desenfrenada que existe entre marcas y sus estilos. En un momento donde la moda exige autenticidad y contexto, esta colaboración se presenta como una respuesta estética y cultural, pensada tanto para las calles del Soho como para los escaparates del mundo.

SUPREME X CLARKS ORIGINALS WALLABEES
SPRING 2025

WALLABEE REFLECTIVE LEATHER (PINK)
WALLABEE REFLECTIVE LEATHER (BEIGE)
WALLABEE REFLECTIVE LEATHER (GREY)

FECHA DE LANZAMIENTO: 21 DE JUNIO (GLOBAL)
PRECIOS: USD $178-$198 (MXN $3,388 - $3767)

ERODE

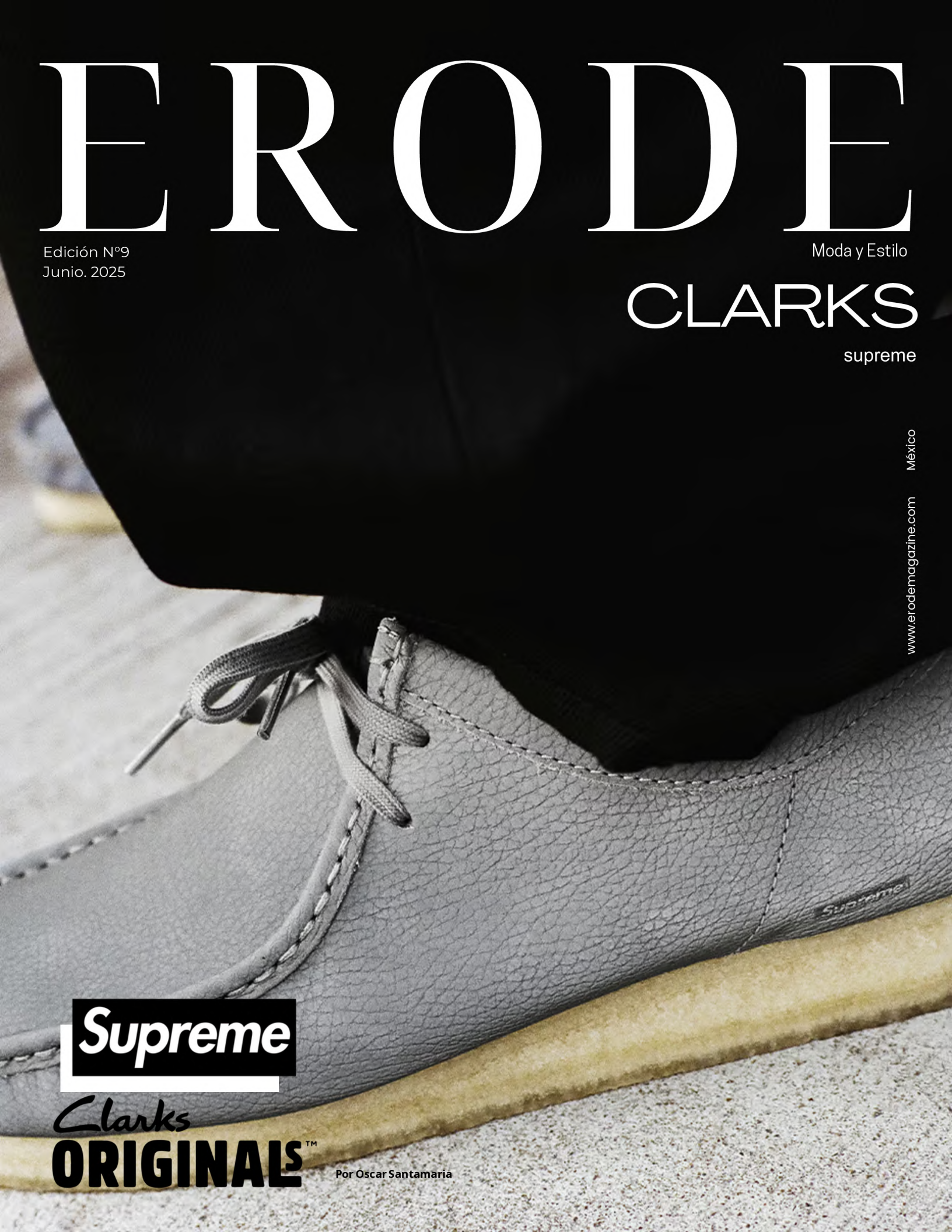
Edición N°9
Junio. 2025

Moda y Estilo

CLARKS

supreme

www.erodemagazine.com México



Por Oscar Santamaria

LA REVISTA

PENINSULAR

CONTAMOS LA HISTORIA.
CREAMOS CULTURA. .

En la revista peninsular , creemos en el poder de las ideas bien contadas. Desde revistas de moda y arte como ERODE, hasta plataformas digitales que marcan tendencia, conectamos con audiencias que buscan algo más que información: buscan inspiración.
Producimos contenido con identidad, estética y profundidad. Somos creadores, curadores y constructores de medios. Y si tú también tienes algo que decir, tenemos el espacio perfecto para amplificarlo.
Anúnciate con nosotros y haz que tu mensaje llegue donde realmente importa.

@LAREVISTAP
@ERODE_MAGAZINE
@daily_supercars_news