

# ERODE

Moda y Arte  
Edición N°10  
Julio, 2025  
Año II

MARNI  
NOMBRA A SU NUEVA  
DIRECTORA CREATIVA

# MARGIELA

GLENN MARTENS

# OZZY OSBOURNE

LEYENDA DEL  
ROCK AND ROLL

# ERODE

Edición N°10  
Julio. 2025

Moda y Arte

## OZZY EL PADRINO DEL HEAVY METAL

# CARTA

Queridas lectoras y lectores de ERODE

Julio ha sido un mes de contrastes profundos: despedidas que estremecen, lanzamientos que redefinen, y momentos que marcan el pulso de la moda, la música y la cultura global. En esta décima edición de ERODE, nos detenemos para rendir homenaje a dos leyendas: Ozzy Osbourne y Hulk Hogan, íconos que, cada uno desde su trinchera, redefinieron generaciones y dejaron un legado inmortal.

**A**l mismo tiempo, celebramos el poder transformador de la moda con la colección de alta costura de Maison Margiela, el debut de Glenn Martens como director creativo, y la llegada de Meryll Rogge al timón de Marni, marcando una nueva era de sensibilidad, riesgo y sofisticación.

Cruzamos también las puertas del cine para asomarnos al esperado rodaje de *El Diablo Viste a la Moda 2*, que promete una nueva mirada sobre la industria editorial contemporánea. En música, el regreso de Justin Bieber con *Swag* y el nuevo proyecto de Tyler, *The Creator* nos reafirman que el pop y el hip hop siguen reinventando el lenguaje cultural con cada beat.

En moda y belleza, anticipamos el otoño con una selección de lo que marcará la temporada: desde peinados y maquillaje que equilibran nostalgia con modernidad, hasta prendas clave que se alejan del minimalismo para abrazar la expresión. Además, reflexionamos sobre la campaña de Sydney Sweeney con American Eagle, un anuncio que ha abierto debate pero también puesto sobre la mesa la audacia en la comunicación de marca.

Charlamos sobre la boda de Charli XCX, ícono de la estética glitch-pop, y viajamos hasta el Aftershock 2025, donde la música se convierte en catarsis masiva. Desde lo urbano a lo íntimo, visitamos dos nuevas aperturas que fusionan moda y estilo de vida: *Le Café Lacoste* en Mónaco y el nuevo café de Coach, espacios que encarnan el lujo cotidiano.

Nuestra curaduría vintage de este mes es un tributo a la autenticidad: dos camisetas clásicas del Newcastle United y una joya cultural, una playera de *Héroes del Silencio* firmada por el mítico Peyote, símbolo del bootleg noventero hecho con alma.

Finalmente, nos asomamos al futuro con *Japa Valley*, el ambicioso proyecto de Pharrell, Nigo y Not a Hotel, que reúne lo mejor del diseño japonés, la hospitalidad y la visión global.

Con admiración y rebeldía,  
Nos leemos en cada página.

*E. Menéndez*

**EDUARDO MENÉNDEZ**



# ERODE

NO.10



Desde México

---

**Eduardo Menéndez Gaber**  
Director

**Óscar Andrés Santamaría Paredes**  
Redacción y diseño

**Mario Rodrigo Castaneda Carranza**  
Redacción

# EL PRINCIPE DE LAS TINIEBLAS

*Este 18 de julio, falleció Ozzy Osbourne, a los 76 años de edad, en su hogar, rodeado de su familia. Se fue tranquilo, pero su legado seguirá retumbando como un riff eterno en el corazón de millones.*

*Ozzy no fue solo un ícono del rock; fue el alma indomable del metal. Un hombre que desafió las reglas, el tiempo, la crítica... y hasta a sí mismo. Su voz rasposa, su mirada desorbitada, su caminar errático en el escenario, todo formaba parte de un personaje que, sin proponérselo, se convirtió en leyenda.*

*Tuvo una vida intensa. Dolorosa, por momentos. Gloriosa, siempre. Luchó contra sus demonios y los transformó en himnos. Nos enseñó que se puede gritarle al abismo y seguir caminando. Que se puede caer y volver a subir a un escenario a conquistar miles. Y justo hace unas semanas, nos regaló su último rugido: un concierto monumental junto a Black Sabbath y algunas de las figuras más grandes del rock y el metal. Ese fue su adiós, a su manera, con la guitarra distorsionada al fondo y miles de voces coreando su nombre.*



*Yo crecí escuchando su música en casa, en fiestas, en carretera. "Crazy Train", "Mr. Crowley", "Paranoid", "War Pigs"... no son canciones, son cicatrices sonoras en muchas generaciones. Recuerdo perfectamente la primera vez que lo vi en un video en vivo. Pensé: "Este tipo es puro fuego". Hoy, ese fuego descansa, pero no se apaga. Solo podía pensar como rayos le muerdes la cabeza a un murciélago.*

*Lo que más me conmueve es que Ozzy se fue como muchos soñamos: en paz, en casa, con los suyos. Un guerrero del escenario que, al final del viaje, encontró calma. No todos los que vivieron tan intensamente llegan a tener ese privilegio.*

*Para quienes amamos la música, su partida no es un final. Es una transición. Porque Ozzy no se va del todo. Está en cada batería que suena con furia, en cada voz que se atreve a ser distinta, en cada adolescente que descubre por primera vez el poder de una buena distorsión y siente que puede con todo.*

*Gracias, Ozzy, por enseñarme que el rock no es un género: es una actitud ante la vida.*

*Gracias por tu arte, por tu locura, por tu vulnerabilidad.*

*Y sobre todo, gracias por quedarte para siempre entre nosotros, cada vez que el volumen sube y la sangre empieza a vibrar.*

*Descansa en ruido, Príncipe de las Tinieblas.  
Aquí abajo, seguiremos cantando por ti.*

**-ERODE**





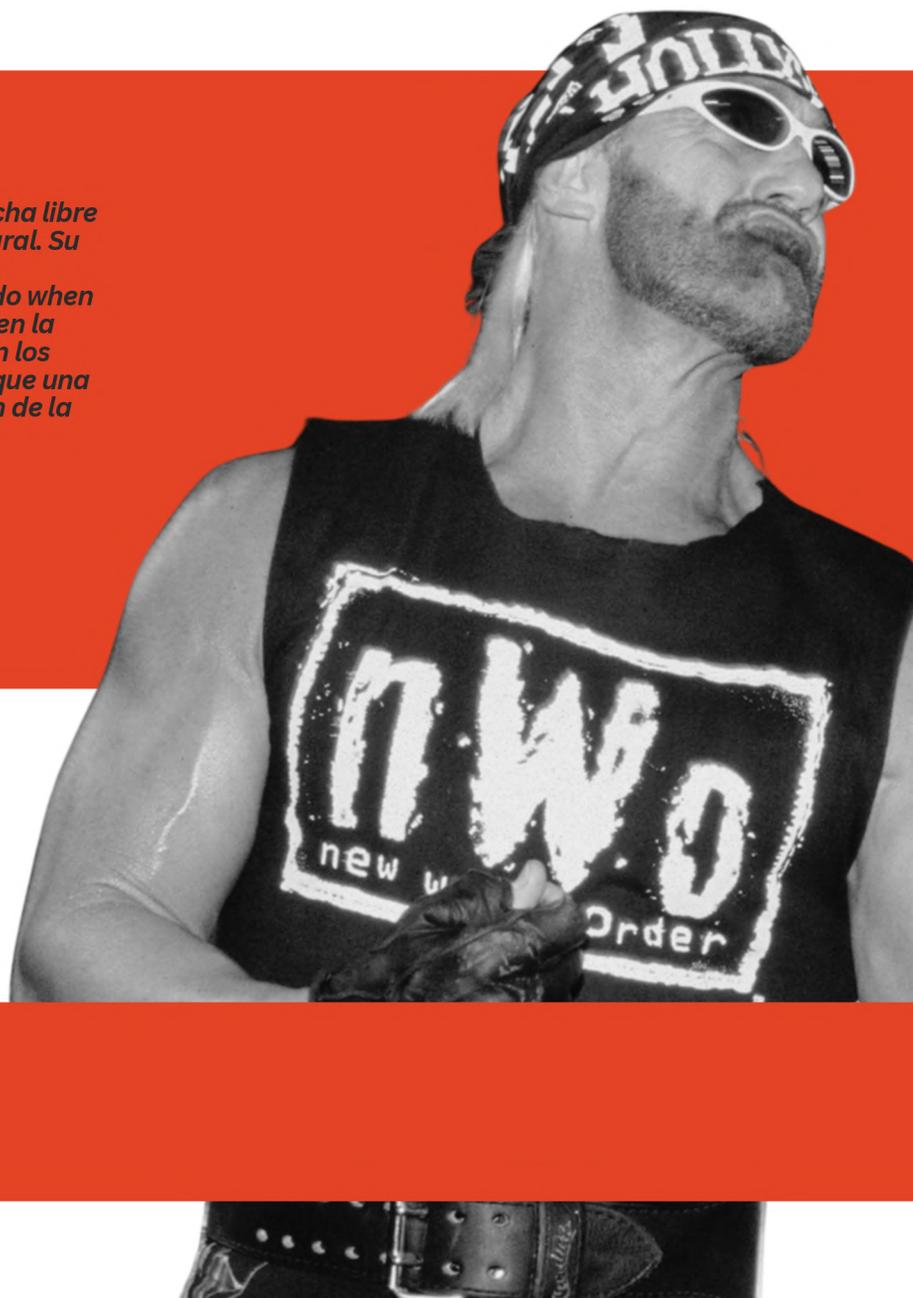
“Tal vez no sea demasiado tarde para aprender a amar y olvidar cómo odiar”

-OZZY OSBOURNE

# Adiós HULKSTER

El mundo del entretenimiento y del deporte ha perdido a uno de sus íconos más inmortales. Este fin de semana, a los 70 años de edad, falleció Terry Eugene Bollea, mejor conocido por millones como Hulk Hogan, dejando tras de sí una leyenda que va mucho más allá de los cuadriláteros.

*Hogan no solo fue el rostro más reconocible de la lucha libre durante más de dos décadas; fue un fenómeno cultural. Su imagen musculosa, su bigote rubio, la bandana característica y su grito de guerra "Whatcha gonna do when Hulkamania runs wild on you?" quedaron grabados en la memoria de generaciones que crecieron creyendo en los superhéroes de carne y hueso. Pero Hogan fue más que una figura popular: fue un catalizador de la globalización de la lucha libre profesional.*



# Hulk Hogan

Nacido en Georgia y criado en Florida, Hulk irrumpió en el mundo del wrestling en los años 70, pero fue en los 80, de la mano de la entonces WWF (hoy WWE), cuando se convirtió en leyenda. El momento que definió su carrera —y posiblemente una era entera— fue cuando levantó sobre su cabeza al gigante André the Giant en WrestleMania III frente a más de 90 mil personas. Aquel instante fue la coronación de una narrativa: la del hombre común que, con fe, fuerza y determinación, podía superar lo imposible.

Durante su carrera, Hogan ganó 12 campeonatos mundiales, fue protagonista de innumerables eventos estelares y lideró facciones legendarias como la nWo en WCW, dando un giro oscuro a su personaje que redefinió su legado en los años 90. Fue actor, músico, figura de reality shows y empresario, pero por encima de todo, Hulk Hogan fue símbolo de una época en la que la lucha libre dejó de ser un espectáculo de nicho para convertirse en fenómeno global.

La reacción del mundo del deporte fue inmediata. Compañeros de ring, fans, atletas de distintas disciplinas y celebridades se volcaron en redes y medios a rendir tributo a quien consideran una leyenda viva. Desde Dwayne "The Rock" Johnson hasta John Cena, pasando por luchadores mexicanos, europeos y japoneses, todos coinciden en algo: sin Hogan, nada de lo que hoy es la lucha libre moderna habría sido posible.

Su última aparición pública fue durante su homenaje en el *WWE Hall of Fame*, donde recibió una ovación que duró varios minutos. Días después, se reunió en privado con viejos amigos y estrellas del rock en un evento íntimo que ahora queda marcado como su despedida final.

Hogan deja un legado complejo, lleno de luces y sombras, de éxitos resonantes y también de polémicas, como toda figura de proporciones míticas. Pero sería injusto no reconocer que su figura transformó un deporte y redefinió el show business deportivo para siempre.

En *Erode*, celebramos la vida de quien no solo representó el espectáculo, sino la esperanza de que los héroes pueden ser de carne y hueso. Hoy el mundo pierde a Hulk Hogan. Pero el mito del inmortal vivirá en cada fan que alguna vez gritó junto a él, en cada niño que soñó con ser invencible, y en cada escenario que se atreva a soñar en grande.

Descansa en paz, Hulk. Y gracias por hacernos creer.



# El hechizo de lo roto

Glenn Martens y su deslumbrante debut en la Alta Costura de Maison Margiela

París se detuvo por un instante para contemplar lo inesperado. En una noche empapada de mística y teatralidad, Glenn Martens marcó su entrada oficial al universo más elevado de la moda: la Alta Costura, bajo el estandarte provocador e intelectual de Maison Margiela. Y no fue un debut cualquiera. Fue una declaración, una revuelta, un poema visual escrito con telas distorsionadas, siluetas imposibles y una belleza en ruinas que parecía renacer de sus propios escombros.

El diseñador belga, ya aclamado por su trabajo en Y/Project y su dirección creativa en Diesel, tomó las riendas del Artisanal de Margiela con la osadía que solo tienen los visionarios. A Glenn no le bastaba honrar el legado de Martin Margiela; quiso empujarlo más allá, hasta lo sublime. En este desfile — que desde ya se graba como uno de los momentos más impactantes del año— Martens no solo mostró una colección: expuso una tesis estética sobre el tiempo, el cuerpo, la identidad y el artificio.



Las modelos, convertidas en criaturas espectrales, desfilaron por un escenario teatralizado con reminiscencias a una Venecia en decadencia. Rostros pálidos y maquillajes como máscaras expresionistas daban paso a siluetas con jorobas exageradas, corssets deconstruidos, capas de tul como niebla suspendida y tejidos satinados que parecían haberse arrastrado por siglos. La colección desdibujó la línea entre el pasado y el futuro, entre la moda como escultura y la ropa como relato. Cada prenda llevaba consigo una historia rota que Glenn supo reconstruir con una mirada contemporánea y sin miedo a lo grotesco. Los materiales eran una oda a la artesanía extrema: telas quemadas a mano, encajes antiguos rescatados y distorsionados, chaquetas con estructuras internas visibles como si se revelara el esqueleto mismo del diseño. La técnica "Décortiqué", tan emblemática de Margiela, fue llevada a su forma más radical, dejando ver el interior de las prendas, como si nos invitaran a mirar el alma del vestido.

Uno de los momentos más memorables fue el cierre, cuando una modelo emergió envuelta en una especie de velo deformado de organza negra, caminando lentamente como una figura del romanticismo oscuro. Era la imagen perfecta del espíritu de esta colección: una belleza que no teme a la ruina, que abraza la imperfección y que resurge con una fuerza inquietante.

Pero más allá del despliegue técnico y estético, el desfile fue un statement. Glenn Martens, en su primer ejercicio de Alta Costura, logró capturar el ADN conceptual de Margiela sin imitarlo. Fue un homenaje sin nostalgia, una apropiación que transformó el silencio del fundador en un grito visual con firma propia. Margiela no regresó; evolucionó. Y lo hizo en manos de un director que entiende que la moda no solo viste cuerpos, sino que inquieta mentes.



La crítica internacional no tardó en rendirse ante esta entrega. Expertos la calificaron como uno de los debuts más impactantes de la última década. El público —una mezcla de artistas, editores, diseñadores y figuras del performance— aplaudió de pie. Porque Glenn Martens no hizo moda para la pasarela: creó una experiencia sensorial, emocional y filosófica.



Con esta presentación, Maison Margiela entra en una nueva etapa. Una era que no busca complacer, sino perturbar, reflexionar, reinventar. Y en esa ruptura constante, en esa grieta por donde se cuela la luz, Glenn Martens ha escrito su nombre con tinta indeleble.



# MERYLL ROGGE

# MARNI

La casa italiana Marni ha nombrado a Meryll Rogge como su nueva directora creativa, marcando así el inicio de una etapa con renovadas expectativas estéticas. El anuncio, hecho oficial en julio de 2025 por el grupo OTB, confirma el cierre del ciclo de Francesco Risso al frente de la marca y da paso a una voz fresca, audaz y femenina con raíces profundas en el diseño europeo.

Meryll Rogge no es ajena a las grandes ligas del diseño. Su nombre comenzó a resonar con fuerza gracias a su paso por **Dries Van Noten**, donde refinó su sensibilidad por la construcción, el color y la yuxtaposición de texturas. Posteriormente, formó parte del equipo creativo de **Marc Jacobs** en Nueva York, lo que le permitió consolidar un lenguaje visual irreverente pero siempre sofisticado. Desde 2020, con su marca homónima, demostró una capacidad única para mezclar dramatismo teatral con un minimalismo técnico inesperado, posicionándose como una de las diseñadoras independientes más respetadas del circuito europeo.

Ahora, el reto es otro: dirigir una casa con el legado y la energía de Marni, reconocida por su espíritu artístico, su exploración de siluetas poco convencionales y su amor por los estampados gráficos. Rogge llega en un momento clave, cuando la industria busca nuevas narrativas y cuando el rol del diseñador ha dejado de ser únicamente estético para volverse también simbólico.

Los primeros indicios de su visión para Marni apuntan hacia una propuesta más introspectiva, con acentos personales, pero sin traicionar el carácter excéntrico que ha definido a la marca. Se espera que su primer desfile, previsto para inicios de 2026, combine la herencia experimental de Marni con una mirada más contenida y emocional. Fuentes cercanas a la maison sugieren que la diseñadora está interesada en revivir el archivo textil de los años fundacionales de la marca, reinterpretándolo desde su óptica actual.



Más allá de lo técnico, este nombramiento tiene un peso simbólico. En un panorama dominado por nombres masculinos al frente de las grandes casas, la llegada de una diseñadora como Rogge es una declaración de principios. Su trayectoria, construida desde la independencia, la autenticidad y la coherencia artística, encarna lo que muchas marcas buscan hoy: una dirección honesta y con propósito. El mundo de la moda mira ahora a Milán con atención. Marni está a punto de cambiar de piel, y bajo la mano de Meryll Rogge, todo indica que será una metamorfosis elegante, impredecible y necesaria.



# EL DIABLO VISTE DE PRADA DE NUEVO



Han pasado casi dos décadas desde que el mundo fue testigo del legendario paso de Miranda Priestly por las oficinas de Runway en *El Diablo Viste a la Moda* (2006). Ahora, el telón se vuelve a levantar. Hollywood, la moda y los fanáticos de las grandes historias se preparan para el regreso de una de las películas más influyentes de la cultura pop moderna: *El Diablo Viste de Prada 2*, actualmente en etapa de rodaje. La industria entera contiene la respiración.

*El Diablo Viste a la Moda* no fue solo una película sobre moda. Fue una radiografía feroz de las dinámicas de poder, la identidad profesional y la brutal belleza de una industria que pocas veces deja ver lo que sucede detrás del glamour. Inspirada en la novela de Lauren Weisberger (asistente real de Anna Wintour), la cinta alcanzó un estatus de culto inmediato.

Con un reparto memorable encabezado por **Meryl Streep**, **Anne Hathaway**, **Emily Blunt** y **Stanley Tucci**, la película no solo arrasó en taquilla y críticas, sino que se convirtió en una referencia estética y narrativa que aún resuena en las pasarelas y los pasillos de las redacciones.



La secuela, actualmente en rodaje, se sitúa en un contexto muy diferente al de 2006. Hoy, el periodismo de moda ha mutado, las redes sociales dictan tendencias, los influencers compiten con los editores, y las casas de moda luchan por seguir siendo relevantes ante la inmediatez digital. Este nuevo panorama no solo justifica, sino exige una continuación narrativa que explore cómo Miranda, Andy y Emily han sobrevivido —o no— a esta transformación de la industria.

Según fuentes cercanas a la producción, el guion seguirá a una Andy más madura, ahora consolidada en su carrera como escritora, quien debe enfrentarse nuevamente a los dilemas éticos y emocionales de su pasado cuando el mundo de la moda vuelve a tocar su puerta. Miranda, por su parte, enfrenta el ocaso de una era: la suya. Y Emily, siempre leal, siempre filosa, parece ser ahora quien se ha reinventado para liderar en una industria donde las reglas cambiaron sin pedir permiso.



Se espera que la película mantenga ese tono afilado que la hizo famosa, con diálogos brillantes y un vestuario de ensueño. Las colaboraciones con casas de moda reales ya están en marcha, y si algo podemos anticipar, es que el estilismo será tan protagónico como las propias actrices.

Lo que hace aún más interesante esta secuela es que no se limita a la nostalgia. No busca repetir el éxito anterior, sino replantear el rol de la mujer en el poder, en una industria que ha sido cuestionada, celebrada y transformada en los últimos veinte años. ¿Qué significa hoy “tener estilo”? ¿Qué implica “mandar”? ¿Qué precio se paga por estar en la cima? Son preguntas que esta nueva entrega está decidida a enfrentar con la misma valentía con la que Andy le arrojó aquel celular a Miranda al final de la primera película.

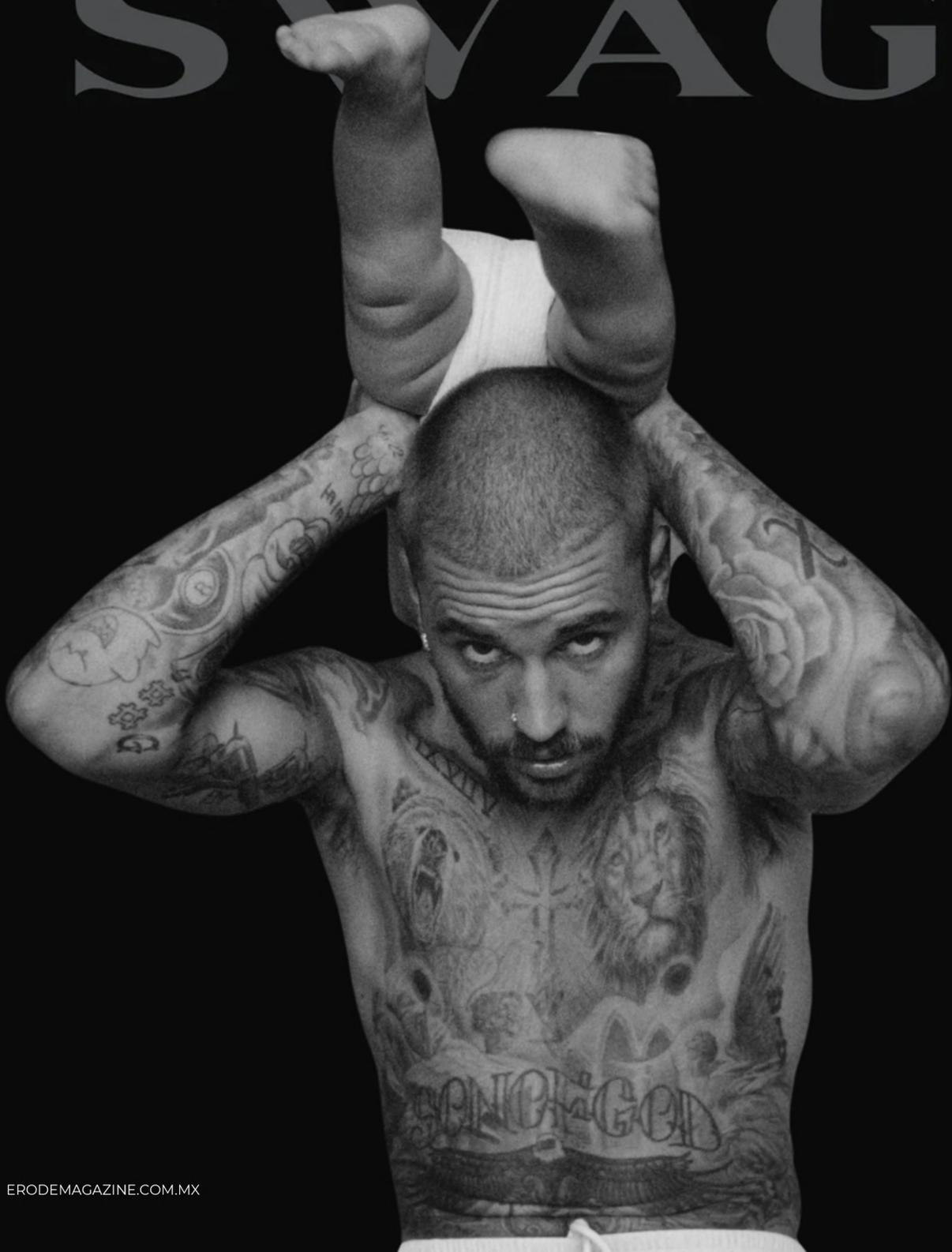
Para los fans de la moda, del cine inteligente y de las historias que envejecen con dignidad, *El Diablo Viste a la Moda 2* no es solo una secuela, es una oportunidad. La de observar cómo cambian las dinámicas del poder femenino, cómo evolucionan las pasarelas invisibles del alma humana y, sobre todo, cómo tres personajes que definieron una época se atreven, una vez más, a mirar a los ojos de la industria... y dictar las reglas.

Porque si algo aprendimos de Miranda Priestly, es que las reglas nunca están escritas: se dictan con una mirada, un silencio... o una portada.



Por: Rodrigo Castaneda

# SWAG



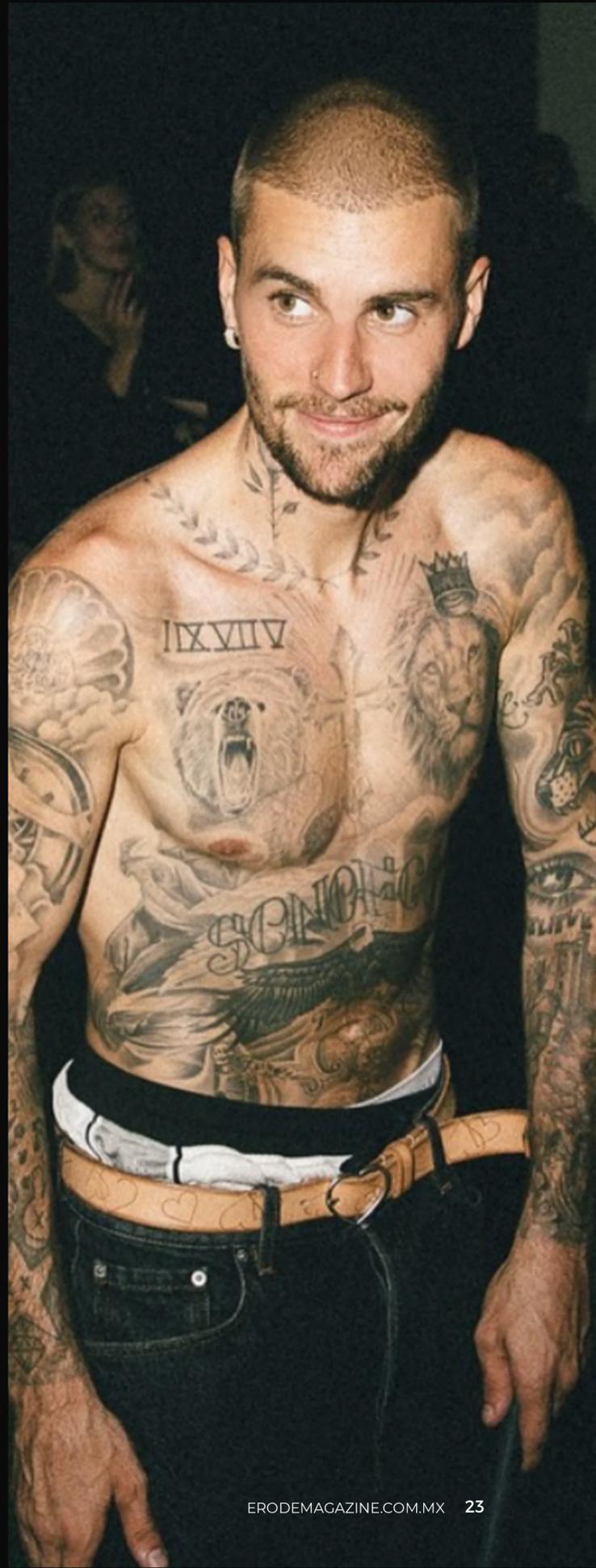
Después de un largo hiatus de muchos años sin un lanzamiento significativo, Justin Bieber, el icono mundial, marca un regreso triunfal a la escena musical con el lanzamiento de su tan esperado nuevo álbum, "SWAG".

Lejos de las propuestas juveniles que lo catapultaron a la fama, este trabajo promete una madurez sonora y conceptual que resonará con un público más exigente y conocedor igual que sus fans de toda la vida.

Bieber, quien ha transitado por diversas etapas en su carrera, desde aquel fenómeno adolescente hasta el artista consolidado, presenta un disco que refleja su evolución personal y profesional. Las primeras pistas de "SWAG" sugieren una exploración de géneros que trascienden el pop tradicional, incorporando elementos de R&B, soul e incluso toques electrónicos que lo posicionan su composición sonora. Este álbum no solo busca capturar nuevas audiencias, sino también fortalecer su estatus como un artista de peso en la industria.

"SWAG" cuenta con colaboraciones estratégicas, un sello distintivo en la carrera de Bieber que le ha permitido fusionar su estilo con el de otros grandes nombres de la música. Aunque el álbum sea casi completo de Bieber como solista, las colaboraciones del álbum añaden calidad y exploran diferentes capas de sofisticación y diversidad, elevando la propuesta musical a un nivel superior. Las letras, por su parte, abordan temas de crecimiento personal, vulnerabilidad y reflexiones sobre la fama, ofreciendo una narrativa más profunda y resonante.

Este lanzamiento no es solo un lanzamiento cualquiera para la carrera de Justin Bieber, sino más bien se presenta como una declaración de sus intenciones, como demostrar que aun puede ser influyente y marcar hitos como en los momentos más altos de su carrera. Con "SWAG", Justin Bieber continúa demostrando su versatilidad y su compromiso con su evolución artística, redefiniendo su legado en la música contemporánea. Su nuevo álbum no es solo un conjunto de canciones, es una experiencia auditiva que invita a la reflexión y al disfrute, confirmando su permanencia como una figura influyente.



# AMERICAN EAGLE

La marca americana de moda juvenil American Eagle ah lanzó una campaña que promete ser refrescante. Protagonizada por la actriz Sydney Sweeney, la pieza publicitaria lucía un juego de palabras sencillo: "Sydney Sweeney has great jeans" (o "genes"). Lo que comenzó como un esfuerzo por revitalizar sus ventas de denim entre la generación Z, se convirtió en un fenómeno viral cargado de debate cultural y acusaciones graves.

La marca americana de moda juvenil American Eagle ah lanzó una campaña que promete ser refrescante. Protagonizada por la actriz Sydney Sweeney, la pieza publicitaria lucía un juego de palabras sencillo: "Sydney Sweeney has great jeans" (o "genes"). Lo que comenzó como un esfuerzo por revitalizar sus ventas de denim entre la generación Z, se convirtió en un fenómeno viral cargado de debate cultural y acusaciones graves.

La campaña —con guiños directos a la estética de los 2000, poses juguetonas y siluetas que rompen con los códigos hiperconscientes de la moda actual— ha sido criticada por algunos sectores de la generación Z por considerarla “anticuada” o “fuera de tono”. Pero en realidad, es justo lo contrario. Es una campaña valiente que se atreve a retomar símbolos del pasado con irreverencia y orgullo, apostando por una estética emocionalmente reconocible que no pide permiso.

Desde una perspectiva editorial, hay algo profundamente valioso en ver a una marca como American Eagle tomar una postura clara. No intenta agradar a todos. No se disfraza de neutralidad. Apuesta por un discurso que celebra la libertad estética, la identidad cíclica de la moda y la posibilidad de reinterpretar símbolos que alguna vez marcaron a generaciones anteriores. Sydney Sweeney, por su parte, consolida su papel como ícono cultural, no solo por su carrera en ascenso en cine y televisión, sino por su capacidad para conectar con diversas audiencias sin perder autenticidad. La campaña, guste o no, es un triunfo. Porque provoca. Porque habla. Porque se atreve. Y en esta industria, eso ya es un acto revolucionario.



# DON'T TAP THE GLASS

Por: Oscar Santamaria

La música, más allá de ser un arte universal, ha logrado transformarse en una herramienta informativa y apelativa en los últimos años. A través del constante esfuerzo de los artistas de renombre actual y su insistencia de acompañar sus proyectos con mercancía oficial, rollouts de meses, colaboraciones multifacéticas, entre otros; la música pareciera haber pasado a un segundo plano de importancia independiente el género o la popularidad del artista que la produce.

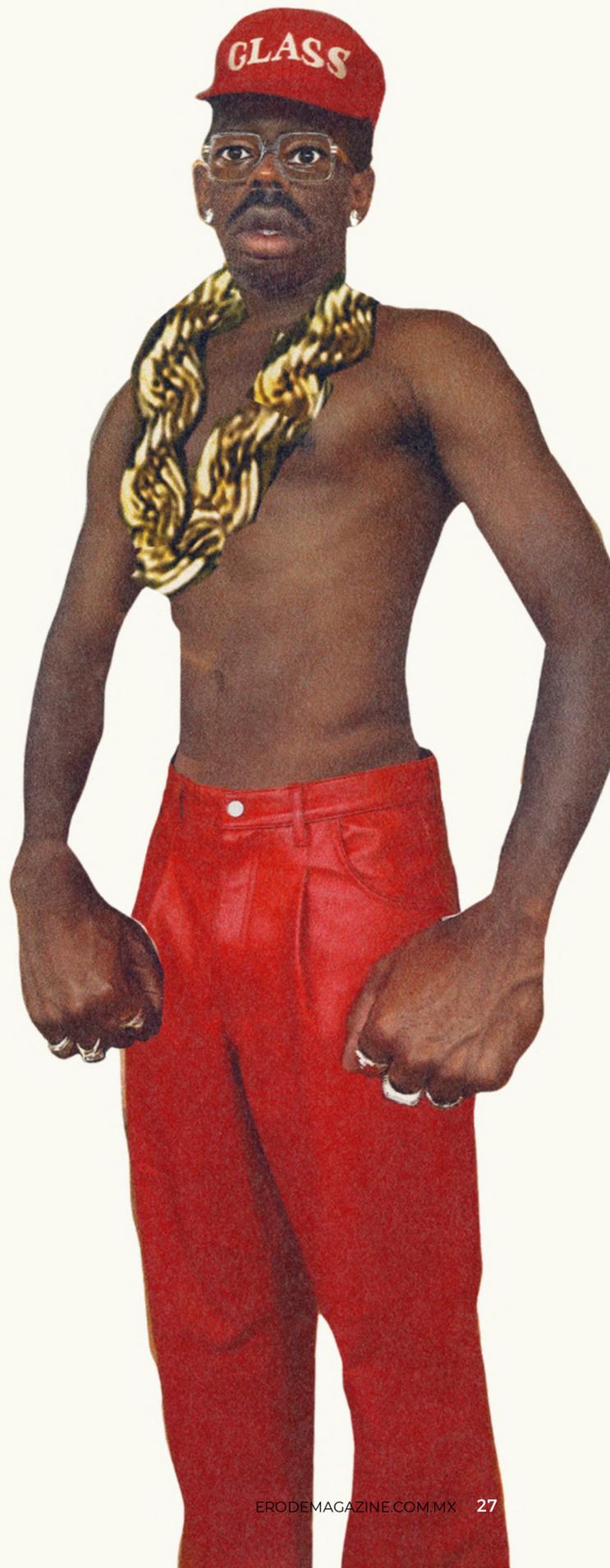
Los álbumes de concepto predominan en la industria, a punto que pareciera que estrenar un proyecto sin concepto es algo incompleto. The Weeknd acompañó su álbum *Hurry up Tomorrow* con una película oficial del mismo nombre junto a artistas como Jenna Ortega y Barry Keoghan. Travis Scott lanzó a la venta paquetes de merch oficial de *Jackboys II* antes de que la música siquiera se llegara a estrenar. En lo que pareciera un paso hacia atrás en el enfoque hacia la música como el factor principal dentro de la industria, un rapero carismático llega a cambiar la narrativa. Tyler the Creator, a menos de un año del estreno de su anterior proyecto *Chromakopia*, estrena *Don't Tap the Glass*. Tan solo una semana de anticipación le bastó al álbum para posicionarse como número 1 en la lista de *Billboard*. Sin embargo, ¿que lo hizo tan exitoso?



Tyler ha dejado muy claro que este álbum no se trata de ser introspectivo o pretencioso; solamente ser uno mismo. Este es un proyecto de Tyler para Tyler, el cuál nos pide disfrutar sin la necesidad de pensar acerca de un posible mensaje detrás de líneas que realmente no existe. Es un proyecto con canciones hechas estrictamente para disfrutar, y en especial para bailar. El rapero disfrutó del lanzamiento de su álbum junto a sus fanáticos el 23 de julio en Brooklyn, presentación en la cual Tyler le urgía a todos los presentes a no tener pena alguna de bailar y disfrutar de la manera en que quisieran. Canciones como Ring Ring Ring, Sugar on my Tongue y Big Poe han recorrido las redes sociales como hits instantáneos.

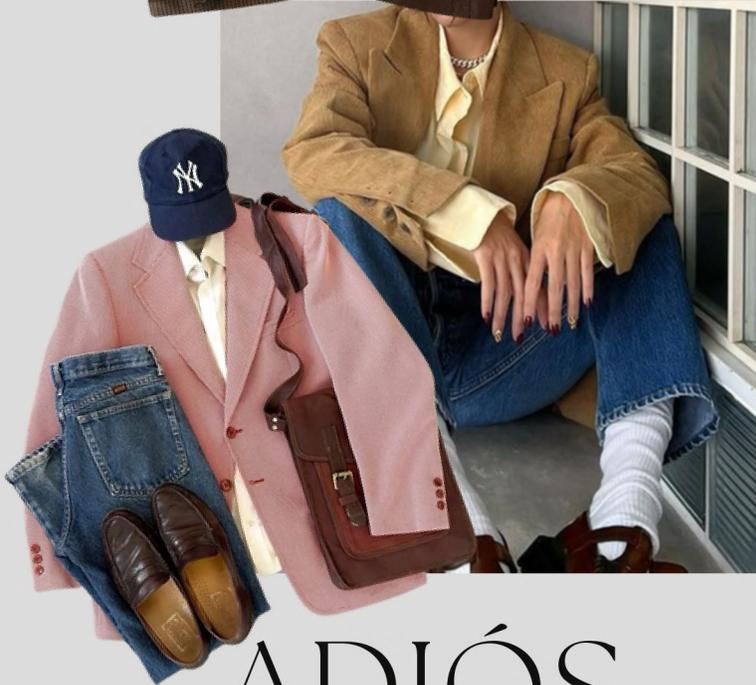
Con una producción inspirada en la del legendario Timbaland, Tyler the Creator envuelve al oyente en una experiencia auditiva muy parecida a sus anteriores proyectos, pero con un tono más ligero que le añade una sensación de frescura y despreocupación. No hay necesidad de leer la letra para comprender la canción o escuchar las entrevistas para saber de que trata, son canciones que simplemente se sienten y se disfrutan mientras se escuchan.

En **ERODE**, celebramos cuando un proyecto logra equilibrar autenticidad, energía y creatividad sin sacrificar la calidad musical de este mismo. Don't Tap the Glass nos conquistó precisamente por eso: su concepto desenfadado, la impecable ejecución sonora, la solidez de sus canciones y, sobre todo, la experiencia sensorial que ofrece de principio a fin sin compromiso. Tyler the Creator demuestra que no hace falta una narrativa compleja para crear algo memorable; a veces, basta con invitar al público a dejarse llevar y disfrutar. Y nosotros, sin duda, aceptamos la invitación.



# Así se viste el otoño 2025

El viento cambia, el sol se esconde más temprano, y en los clósets, el algodón ligero y los trajes de baño comienzan a retroceder. Otoño no solo es la estación que sigue al verano: es el renacer del estilo en capas, del equilibrio entre lo funcional y lo chic. Mientras las hojas caen, sube la temperatura del diseño y la moda urbana se convierte en el nuevo lienzo de expresión personal.



ADIÓS  
AL  
BIKINI,  
HOLA A  
LA LANA



# ¿QUE NOS VAMOS

*PONER?*



Esta temporada, las faldas midi —en tejidos más densos como el tweed, la lana o incluso el denim encerado— regresan con fuerza. Acompañadas de botas al tobillo, ya sea con tacón cuadrado o suela chunky, forman un combo irresistible entre elegancia y rebeldía. También regresan los blazers oversize, con hombreras marcadas y tonos tierra, que redefinen la silueta con una sofisticación relajada.



La paleta otoñal 2025 se aleja del clásico marrón y abraza una nueva gama: granates profundos, azules petróleo, verde esmeralda oscuro y un inesperado retorno del amarillo mostaza, que aparece como acento en accesorios, bufandas y bolsos estructurados. También veremos el gris perla y el beige cálido dominando capas exteriores como trench coats y abrigos cruzados.



Olvidate de los lentes playeros estilo Y2K. Este otoño, las gafas adoptan líneas cuadradas y marcos gruesos en colores sobrios como negro, carey o incluso verde musgo. Los bolsos se achican, con asas rígidas, y la joyería tiende hacia lo escultórico: formas orgánicas, materiales como el latón o el ónix, y un enfoque casi arquitectónico.



# EL OTOÑO TAMBIÉN SE MAQUILLA: BELLEZA POST-VERANO

Con la llegada del otoño, no solo cambian las prendas. El maquillaje también se transforma. De las pieles bronceadas y los gloss translúcidos del verano, pasamos a un universo más denso, dramático y experimental. Es el momento de volver a jugar con la intensidad del color, las texturas en los ojos y ese toque de misterio que solo el frío sabe despertar.

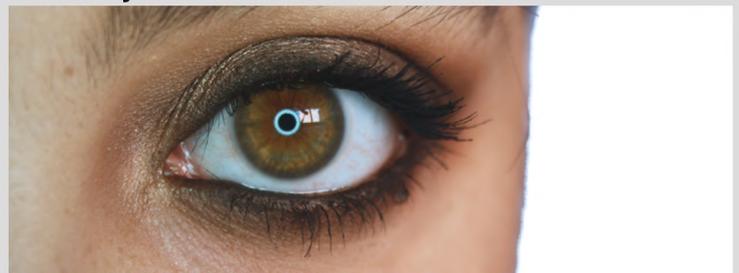
Este otoño no se busca un acabado brillante, sino una piel mate pero luminosa, trabajada con bases de cobertura media y polvos translúcidos. El contouring regresa suavizado, esculpiendo sutilmente, sin líneas duras. Los tonos durazno apagado y ciruela son ideales para el rubor, especialmente cuando se colocan alto en las mejillas.

Los delineados gráficos en negro o verde bosque serán protagonistas. También veremos el retorno de las sombras en tonos vino, cobre y azul acero, aplicadas con técnica difuminada y dramatismo medido. Las pestañas, largas y con volumen en la raíz, sustituyen a las más naturales del verano.



El labial es clave este año. Regresan los burdeos, terracotas y nudes oscuros con acabados satinados o mate. Pero lo más interesante es la aplicación: sin delineado, con los bordes ligeramente difusos, como si fueran restos de un beso de café caliente.

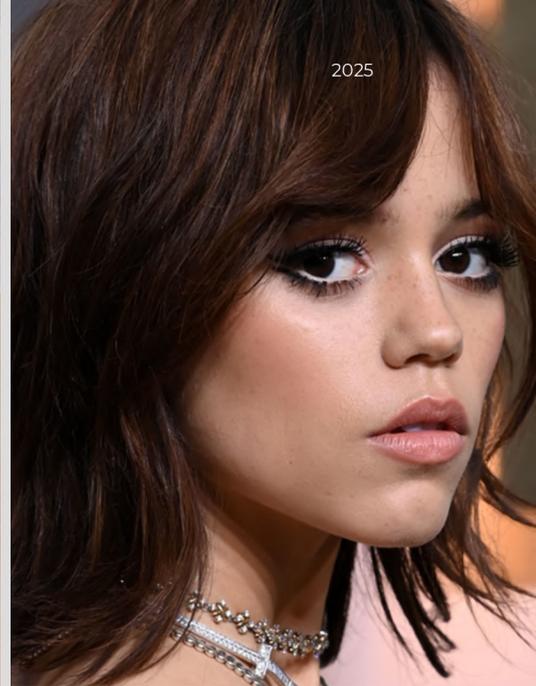
Las melenas se llevan más estructuradas, con cortes que enmarcan el rostro como el clavicut recto o los bob suaves con capas internas. En color, se apuesta por mechas caramelo, rojos cobrizos o castaños profundos con reflejos dorados.



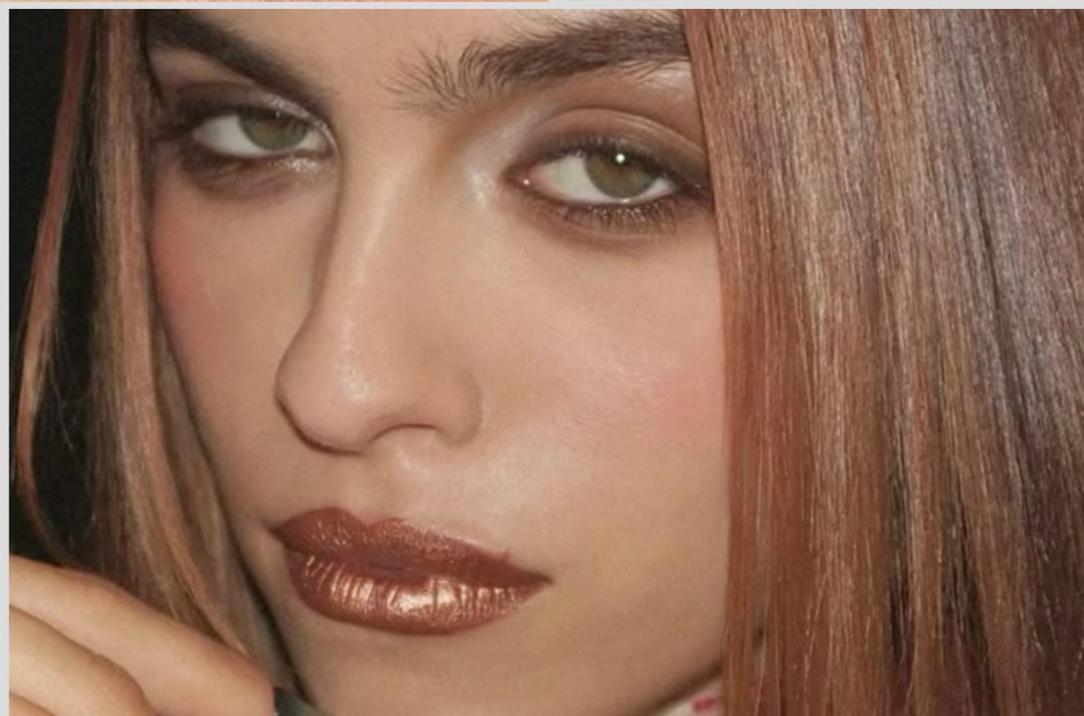


WORLDWIDE

OTOÑO



2025





# El amor vestido de Westwood

**Charli XCX y George Daniel sellan su unión en Londres**



La historia de Charli y George no empezó en una alfombra roja ni en una fiesta del circuito de celebridades. Su primer encuentro significativo ocurrió en 2021, cuando colaboraron en la canción *Spinning*, junto al productor A.G. Cook. Desde entonces, su vínculo se ha ido fortaleciendo con discreción, lejos del foco, pero con señales claras para quienes prestaban atención: menciones cruzadas en entrevistas, apariciones en festivales y una química evidente sobre el escenario.

En noviembre de 2023 anunciaron su compromiso, sin grandes declaraciones, simplemente con una publicación breve y efectiva. El lenguaje de ambos, siempre más musical que verbal, encontró su expresión más íntima en esta ceremonia que fue, ante todo, una declaración de identidad.

Si bien la ceremonia en Hackney fue pequeña y privada —con apenas 30 personas, entre ellas miembros de *The 1975* y algunos familiares cercanos—, la pareja prepara una segunda celebración, esta vez en **Sicilia**, que promete ser más extensa, abierta y fiel a la tradición del festejo mediterráneo. Se espera que allí converjan figuras del arte, la música y la moda en un evento donde la espontaneidad de Charli volverá a encontrar el glamour en sus propios términos.

En un verano que ya se anunciaba cargado de estrenos, pasarelas y regresos sonoros, una boda íntima y elegante irrumpió en el calendario cultural con la fuerza de lo inesperado: Charli XCX, la rebelde del pop digital, se casó con George Daniel, baterista y productor de la aclamada banda británica *The 1975*, en una ceremonia civil celebrada el pasado 19 de julio en Hackney Town Hall, al este de Londres.

El acontecimiento no fue solo una unión sentimental, sino también un acto simbólico que condensó dos mundos artísticos en uno solo: el universo sonoro de Charli, donde la electrónica futurista se mezcla con sensibilidad lírica, y la identidad sonora de Daniel, siempre explorando límites entre el indie, el pop y lo experimental. Juntos han forjado una relación tanto creativa como personal que los ha llevado hasta este momento, íntimo y preciso, como una canción perfectamente producida.

Lejos del boato de las bodas espectaculares del showbiz, Charli apostó por un vestido corto, asimétrico y de escote corset, firmado por Vivienne Westwood, una elección tan punk como delicada, tan británica como contracultural. Combinado con un velo clásico y unas gafas de sol negras, su look se convirtió en un manifiesto: la novia puede ser rebelde, futurista y ferozmente fiel a sí misma.

Daniel, por su parte, lució un **traje sobrio y tradicional**, equilibrando con elegancia la excentricidad contenida del conjunto. Las imágenes capturadas a la salida del ayuntamiento, con los recién casados besándose bajo una lluvia de confeti blanco, ya circulan como estampas virales de una historia de amor que el público lleva años siguiendo entre colaboraciones musicales, presentaciones compartidas y publicaciones crípticas en redes sociales.

**DANNY WIMMER PRESENTS**  
**DISCOVERY PARK, SACRAMENTO, CA**  
**OCT 2-3-4-5, 2025**




**THURSDAY**      **FRIDAY**      **SATURDAY**      **SUNDAY**

**blink-182**  
*All Time Low*  
 TAKING BACK SUNDAY  
**ALKALINE TRIO**  
 STATE CHAMPS  
 HOOBASTANK  
 THE ATARIS

**DEFTONES**  
**TURNSTILE**  
**KNOCKED LOOSE**  
 THE DILLINGER ESCAPE PLAN  
 BASEMENT FAILURE  
 GLARE  
 QUANNNIC

**KOЯN**  
**GOJIRA**  
 CHEVELLE  
 STANLEY DUBOZZI  
 BILMURI  
 SALIVA  
 NONPOINT  
 RETURN TO DUST

**Marilyn Manson**  
**MOTONLESS IN WHITE**  
 BLACKVEILBRIDS  
 STORY OF THE YEAR  
 THE PLOT IN YOU  
 SLEEP THEORY

**Good Charlotte**  
 THE ALL AMERICAN REJECTS  
 HOLLYWOOD UNDEAD  
**mom jeans.**  
 BOWLING FOR SOUP  
 RED JUMPSUIT APPARATUS  
 HOT MILK

**a perfect circle**  
**lamb of god**  
 BRUCE DICKINSON  
 KERRY KING  
 FEAR FACTORY  
 LAGUNA COIL  
 WINDS OF PLAGUE

**BAD OIIENS**  
**THREE DAYS GRACE**  
 TRIVIUM  
**Dayseeker**  
 KITTIE  
 MEMPHIS MAY FIRE  
 SCARY KIDS SCARING KIDS

**ROB ZOMBIE**  
 MUDVAIN  
 IN THIS MOMENT  
 MACHINE HEAD  
 STATIC-X  
 SPINESHANK  
 DOPE

**ACID BATH**  
**POWER TRIP**  
 CARCASS  
 HIGH ON FIRE  
 CATTLE DECAPITATION  
 NAILS  
 SNOT  
 DRY KILL LOGIC

**DREAM THEATER**  
**TESTAMENT**  
 EXODUS  
 ALESTORM  
 YNGWIE MALMSTEEN  
 DEATH ANGEL  
 GLORYHAMMER  
 FORBIDDEN

**POWERWOLF**  
**DragonForce**  
 AUGUST BURNS RED  
 IMMINENCE  
 DYING FETUS  
 DEMON HUNTER  
 SEVEN HOURS AFTER VIOLET  
 BORN OF OSIRIS

**FLYLEAF**  
 LACEY STURM  
**EVIL**  
 HINDER  
 CROSSFADE  
 SICK PUPPIES  
 REV THEORY  
 12 STONES  
 FIVE HEADED COBRA

**Intebee**  
 A TRIBUTE TO **S.O.D.**  
 ALL SHALL PERISH  
 SPEED  
 SPITE  
 THROWN  
 LEFT TO SUFFER

**CHOONS**  
**MICKEY MEN**  
 GET SCARED  
 NORTHLANE  
 LANDMVRKS  
 VIOLENT VIRA  
 THORNHILL

**TRASH TALK**  
 SCOWL  
 DYING WISH  
 XIBALBA  
 SNUFFED ON SIGHT  
 SPY

**CHAOS AD**  
 DEVILDRIVER  
 CHIMAIRA  
 3 INCHES OF BLOOD  
 SIX FEET UNDER  
 PRONG

**AFTERSHOCK**

**AFTERSHOCKFESTIVAL.COM**

# Aftershock 2025

El otoño llega este año con un estruendo irreplicable. Del 2 al 5 de octubre de 2025, Aftershock Festival, el evento más grande de rock y metal de la Costa Oeste, regresa a Discovery Park, en Sacramento, cargado de ruido, nostalgia y una programación tan diversa como implacable. Con más de 115 bandas en escena, suicidas visuales en cuatro escenarios simultáneos, el festival promete ser una experiencia transcultural e intensa, impulsada por una visión que no se conforma con solo entretener: quiere perturbar.

# 4 noches

El cartel destaca nombres que han definido generaciones: blink-182, Deftones, Korn y Bring Me the Horizon actuarán como headliners en cuatro noches cargadas de adrenalina. Desde el pop-punk irreverente de blink-182, pasando por la densidad emocional de Deftones, hasta el industrial cargado de furia de Korn y el post-hardcore épico de Bring Me the Horizon, cada acto promete ser una rúbrica de identidad para su género.

Pero el espectáculo no termina ahí. Bandas como A Perfect Circle, Motorhead, Dream Theater, Gojira, Turnstile, Lamb of God, y Rob Zombie se reparten el festival como platillos fuertes en un menú feroz y variado. También habrá momentos emotivos: reunificaciones raras como Chiodos, tributos históricos como Cavalera ofreciendo "Chaos A.D.", y aniversarios artísticos como los 40 años de Dream Theater.

More than just a lineup, Aftershock reinventa la experiencia del festival con cuatro escenarios con identidad propia, accesos VIP escalonados y espacios como el **Capital Club SVIP**, que ofrece zonas exclusivas con climatización, vistas privilegiadas y servicio gastronómico superior. La intención es combinar lo extremo con lo cómodo, lo subterráneo con una edición de lujo.





# LLEGA A MONACO: TENIS, DISEÑO Y GASTRONOMÍA EN LA RIVIERA



Mónaco, con su elegancia costera y lujo discreto, recibe una nueva atracción que fusiona moda, gastronomía y estilo de vida: Le Café Lacoste, inaugurado en julio dentro del hotel Le Méridien Beach Plaza en Larvotto. Este es el primer café oficial de la icónica casa francesa, que busca expandir su universo más allá de la pasarela, tocando ahora también la experiencia sensorial.



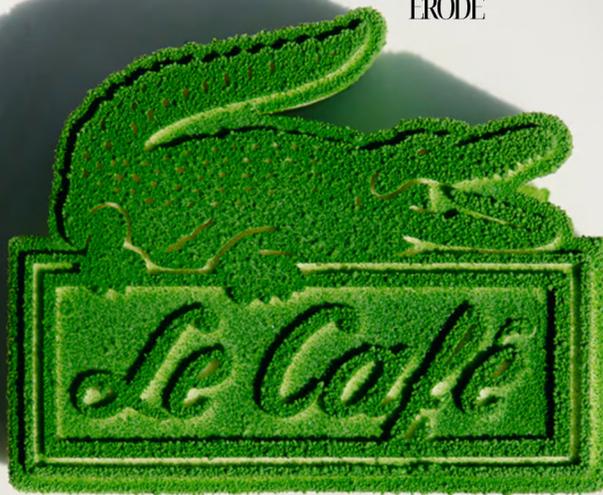
El proyecto es una alianza creativa con el renombrado grupo gastronómico local Riccardo Giraudi, liderado por el chef ejecutivo Thierry Paludetto. El objetivo fue claro desde el principio: traducir el ADN deportivo y refinado de Lacoste en un menú fresco, imaginativo y conectado con su herencia tenística. El resultado es un espacio que opera diariamente desde muy temprano, hasta altas horas de la noche, perfecto para un brunch frente al mar o un cóctel al atardecer.



NO.10

ERODE

From Mexico



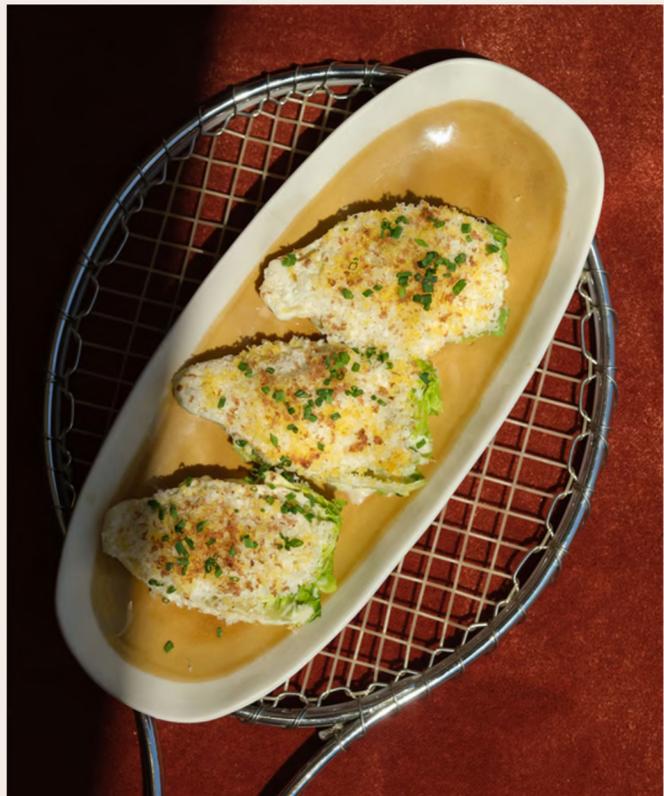
El interior hace una lectura contemporánea del mundo Lacoste: tonos verde cocodrilo, materiales texturizados e inspiraciones visuales firmemente vinculadas al tenis (como tapetes color arcilla de pista y acabados que remiten a redes o raquetas). Un mural del emblema del cocodrilo se erige como protagonista, y los elementos decorativos elegidos cuidadosamente —almohadones, luminarias, detalles en madera y metal— refuerzan la identidad visual.

La terraza, con vistas al Mediterráneo, ofrece un ambiente más relajado: ideal para quienes buscan disfrutar del entorno sin perder de vista los estándares de diseño y confort que caracterizan a la marca.



Entre los platos que destacan, aparecen reinterpretaciones con nombre tenístico, como el sandwich Practice, ensaladas frescas de temporada y la clásica coquillettes reinventada. En los postres, el "Crocodile" a base de pistacho, el tiramisú Terre Battue y la tarta Victorine —una especie de homenaje a la esposa del fundador René Lacoste— dan cierre con gracia a la propuesta gastronómica.

La carta de cócteles es otra declaración de intenciones: ocho creaciones exclusivas, incluyendo Le Chose, una receta relanzada a partir de un cóctel original de René en los años 60.



# THE COACH *Coffee Shop*

## SPECIALTY DRINKS

- HOT CHOCOLATE
- ICED CHOCOLATE
- LEMONADE
- MATCHA LATTE

## AMERICAN CLASSICS

- WAGYU BEEF HOTDOG
- REUBEN
- FULLY LOADED REUBEN
- GRILLED CHEESE

## SIGNATURE SO

- CHILLI CRAB
- LEMON MERINGUE PIE
- PEACHES & CREAM
- PEANUT BUTTER & JEL

CUANDO  
LA MODA  
SE  
VUELVE  
SABOR



La renacida casa de lujo Coach avanza con paso firme hacia el concepto integral de estilo de vida. Su apuesta más reciente es el lanzamiento del Coach Coffee Shop, inaugurado en Resorts World Sentosa en Singapur, dentro del enclave lifestyle Weave. Con este nuevo espacio, la firma neoyorquina propone fusionar moda, gastronomía y diseño en una experiencia multisensorial que redefine los límites de su iconografía.

El café está estratégicamente ubicado frente a su tienda insignia, lo que permite una conexión natural entre compra y experiencia. Desde el exterior, una fachada cubierta de vegetación invita a entrar; en su interior, texturas de concreto industrial, iluminación LED y papel tapiz con siluetas urbanas insinúan una estética de ciudad contemporánea que contrasta con el entorno tropical.

El menú evoca la nostalgia de un corner coffee en Manhattan reinterpretado con estilo contemporáneo. Desde grilled cheese y sándwiches Reuben, hasta hot dogs de wagyu, cada plato se presenta con elegancia visual y calidad gourmet. Los postres adoptan formas juguetonas: donuts estilo cruller, soft serve en sabores como peanut butter & jelly o peaches & cream, y una versión exclusiva de chilli crab, homenajeando la cocina local con un toque innovador.

La selección de bebidas combina clásicos como café espresso, chocolate caliente y limonada de cereza con propuestas estacionales como el strawberry matcha latte o el orange cream popsicle. La iniciativa muestra cómo Coach está tejiendo un nuevo código para vivenciar la marca a través del paladar.







Lil Miss Jo, la simpática mascota en forma de taza de café, acompaña cada detalle gráfico del espacio: se la ve impresa en vasos, envoltorios, servilletas y también disponible como figura de colección en totes, mugs o pines. Esta mascota se ha convertido en un pequeño símbolo pop dentro del universo Coach, especialmente entre generaciones más jóvenes.

El café de Singapur se suma a otras ubicaciones ya operativas en Indonesia, Malasia, Taiwán y Estados Unidos, incluyendo su primera sede en Nueva Jersey y otra en Austin, Texas. La marca planea abrir más de 20 Coach Coffee Shop en los próximos meses, consolidando una estrategia global sin perder la conexión local ni su identidad neoyorquina original.

Este nuevo capítulo es más que una cafetería: es un manifiesto de la evolución de Coach. Ya no se trata solo de bolsos o prendas, sino de un estilo de vida donde la estética se fusiona con el sabor, el espacio y un relato emocional.

En Singapur, la marca ha logrado conjugar lo global con lo regional, posicionando el café como su nuevo lienzo de expresión creativa.

Con esta apertura, Coach no solo se reafirma como referente del lujo contemporáneo, sino que comienza una ruta donde la gastronomía se convierte en su aliado para reinventar la experiencia del consumidor.



# ÍCONOS DEL RUIDO



En la década de los noventa, el rock en español vivía uno de sus momentos más brillantes, y Héroes del Silencio era uno de los grandes responsables. Desde Zaragoza, la banda liderada por Enrique Bunbury construyó una estética sonora intensa, poética y oscura, capaz de cruzar fronteras culturales con himnos como Entre dos tierras o La chispa adecuada. Su impacto fue tal, que incluso fuera de los canales oficiales, comenzaron a surgir objetos de culto que conectaban directamente con sus seguidores más devotos.

En el universo vintage de las camisetas underground, pocas firmas despiertan tanto misterio y admiración como Peyote. Nacido en México durante los años ochenta y noventa, este sello clandestino se especializó en diseños audaces y ediciones limitadas de estampados de cultura pop, cómic y bandas, que hoy se han convertido en piezas de culto para coleccionistas de moda y arte urbano.

En plataformas de coleccionistas actuales, estas piezas aparecen a la venta como auténticas reliquias: una camisa de "Spawn: Blood Feud" o una con temática de Dragon Ball GT pueden valer cientos o incluso miles de dólares. Su encanto reside en lo raras que son y en el carácter irreverente de sus estampados.





En el vasto archivo de camisetas históricas del fútbol inglés, pocas evocan tantas emociones como el kit de visitante del Newcastle United de la temporada 1996-1997. Diseñada por adidas, esta pieza icónica combina un tono azul metálico sobrio con un patrón de tres líneas horizontales negras y blancas al centro, atravesadas por el clásico logo de Newcastle Brown Ale.

Lo que hace especial a esta camiseta no es solo su diseño audaz —con cuello en ‘V’ negro y detalles minimalistas que reflejaban el estilo de la época—, sino el contexto en el que fue usada: una temporada en la que el Newcastle, bajo el mando de Kevin Keegan primero y luego de Kenny Dalglish, intentó reafirmar su estatus como contendiente al título tras el agónico subcampeonato de 1995-96.

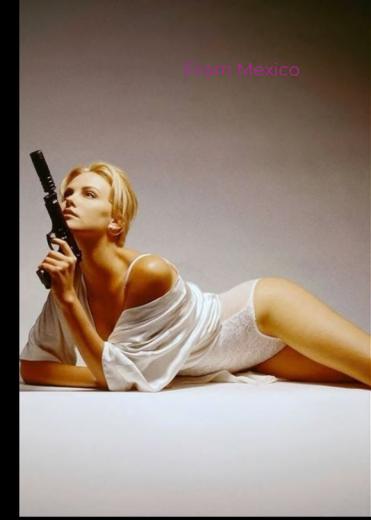
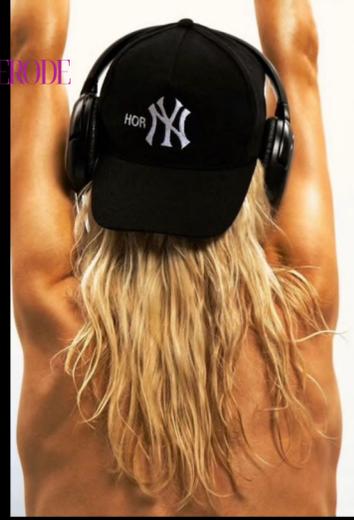
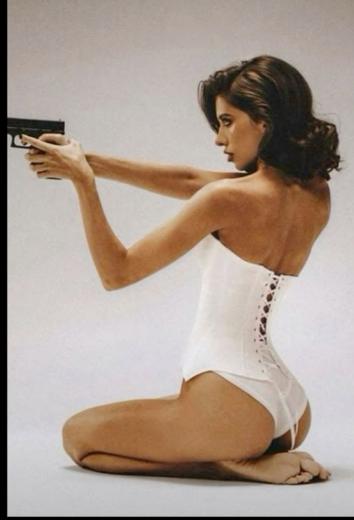
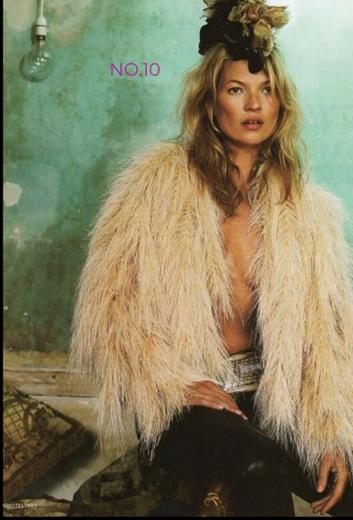
Esta equipación azul acompañó al equipo en varios partidos memorables como visitante, incluyendo encuentros intensos ante el Derby County, el Wimbledon y, por supuesto, uno de los duelos más recordados frente al Manchester United, su principal rival por el campeonato. Si bien el equipo no logró repetir la hazaña de pelear por el título hasta el final, sí consolidó su papel como uno de los clubes más carismáticos de Inglaterra en aquella década, con figuras como Alan Shearer, David Ginola, Rob Lee y Les Ferdinand luciendo esta camiseta.

El jersey titular del Newcastle United en la temporada 1999-2000 no solo es una prenda icónica por su diseño clásico en blanco y negro con detalles en azul, sino también por el momento que representa en la historia del club. Con el emblema de Newcastle Brown Ale al centro y las tradicionales franjas verticales, esta camiseta acompañó al equipo durante una etapa de transición clave.

Fue la temporada en la que Sir Bobby Robson tomó el mando tras la salida de Ruud Gullit, devolviendo identidad y entusiasmo al club. Alan Shearer, leyenda del equipo, brilló con esta camiseta, mientras el Newcastle buscaba retomar el rumbo en la Premier League.

Hoy, esta pieza es más que un uniforme: es símbolo de orgullo, de resiliencia y de una conexión profunda entre el club y su afición.





CREATIVE DIRECTOR /  
ERODE

DIGITAL ART DIRECTOR /  
ERODE

ART EDITOR /  
ERODE

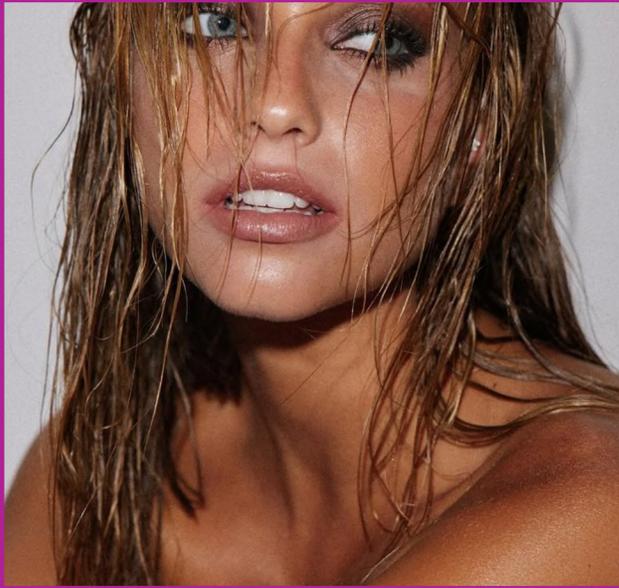
PHOTOGRAPHERS /  
ERODE

PUBLISHING DIRECTOR /  
ERODE

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

# OUR MOOD

# think FULL,



# ERODE more.



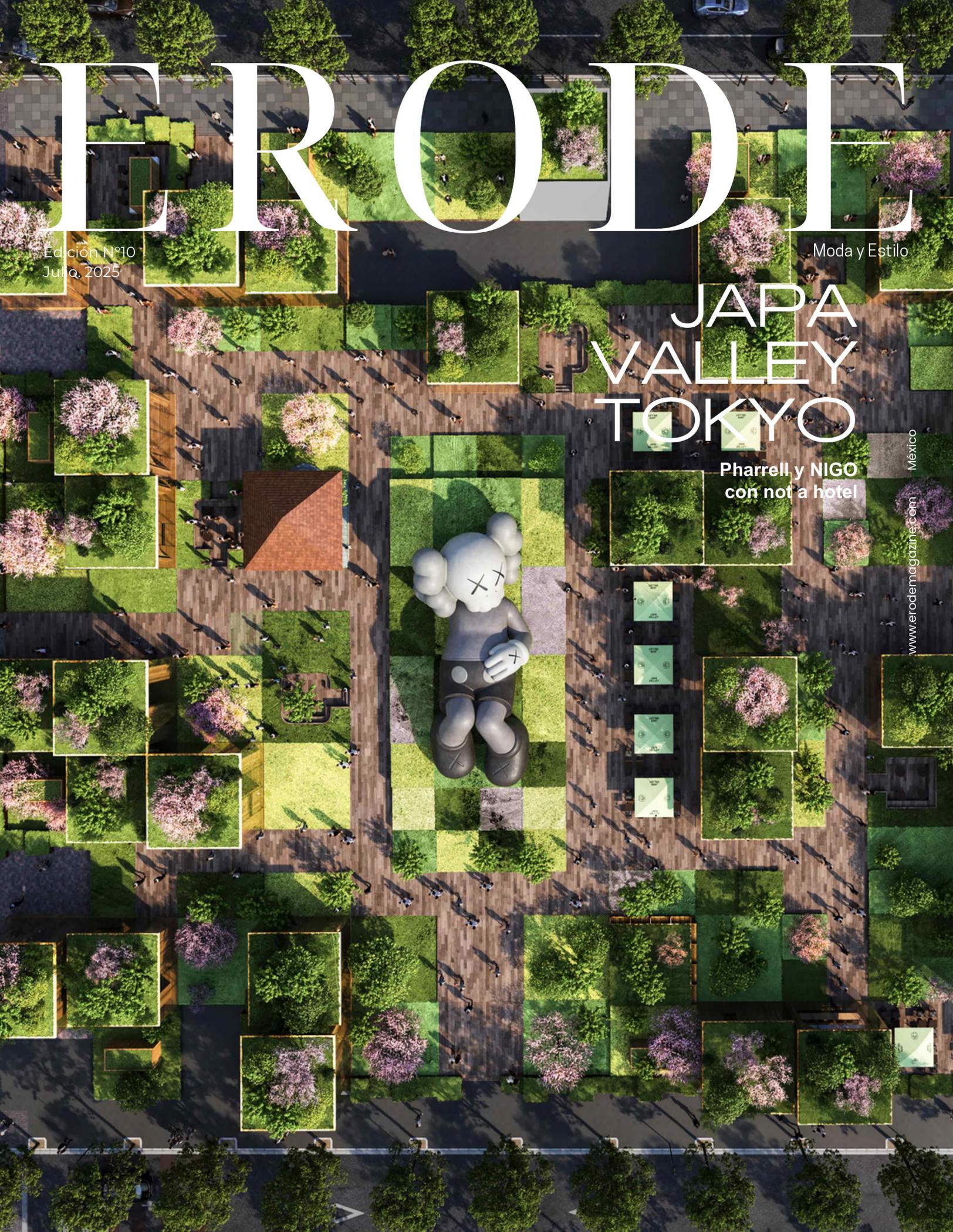
# LA NUEVA JOYA CULTURAL DE PHARRELL, NIGO Y NOT A HOTEL

En una jugada que promete redefinir el turismo de lujo en Japón, Pharrell Williams, Nigo y el colectivo inmobiliario de diseño Not A Hotel han unido fuerzas para lanzar Japa Valley Tokyo, un destino cultural vanguardista que reunirá lo mejor de la gastronomía, la moda y el espíritu japonés en un solo lugar. Este nuevo espacio no es simplemente un punto de visita, sino una experiencia inmersiva que busca posicionarse como uno de los referentes globales de estilo y autenticidad nipona.

Ubicado en las colinas de Azabudai, uno de los distritos más exclusivos y sofisticados de Tokio, Japa Valley nace con una visión clara: ofrecer a los visitantes una puerta abierta a la cultura japonesa contemporánea sin sacrificar sus raíces. Aquí, la tradición y la innovación no chocan, sino que se abrazan con naturalidad.

¿Qué ofrecerá Japa Valley? Un distrito completo que mezcla alojamiento, boutiques de moda curadas por Nigo, galerías de arte, restaurantes tradicionales y experimentales, jardines zen, espacios culturales y actividades inmersivas que van desde talleres de cerámica hasta catas de sake. Todo con una narrativa coherente: mostrar Japón desde sus raíces hasta su versión más cosmopolita.

Este hub no está pensado para el turista tradicional. Japa Valley Tokyo apunta a un público global sofisticado, ávido de experiencias auténticas, que valore tanto el arte del detalle como el respeto por la cultura local. Es una carta de amor a Japón firmada por tres mentes que entienden el poder del diseño, el arte y la identidad como herramientas para transformar espacios y percepciones.



# ERODE

Edición N°10  
Julio, 2025

Moda y Estilo

## JAPA VALLEY TOKYO

Pharrell y NIGO  
con not a hotel

México  
[www.erodemagazine.com](http://www.erodemagazine.com)

# 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