

Edición N°1
Octubre 2024
Mérida, Yucatán, México

ERODE

Moda y Estilo

LVMH

Explorando a Hodakova y todo lo que rodea este premio.

KITH

Colaborando con Giorgio Armani
y genios del cine

THE BEAR

El estilo dentro y fuera del set del cast de una de las series más aclamadas por el público.

A man with short dark hair is lying down, wearing a dark, quilted Prada jacket with gold buttons. He is holding a red rotary telephone receiver to his ear. A black Prada messenger bag is slung over his shoulder, and a red rotary telephone base is visible on the floor. The background is a plain, light-colored surface.

PRADA

**HUNTER SCHAFFER Y
DAMSON IDRIS
COMIENZAN EN LA
NUEVA CAMPAÑA
PARA EL OTOÑO 2024
DE PRADA EN UNA
SERIE DE ANUNCIOS
QUE VAN DESDE
VIDEOS HASTA UNA
SESIÓN DE
FOTOGRAFÍAS.**

PRADA



ERODE

Carta del DIRECTOR

A los lectores/as:

Me complace presentarles el primer número de ERODE, revista especializada en el mundo de la moda y sus exponentes, en la actualidad.

ERODE es una publicación mensual que nace con la pasión y el compromiso de explorar e informar lo mejor del mundo de la moda, la música, el cine y otras expresiones afines a esta maravillosa industria.

ERODE

Quienes conformamos ERODE, estamos convencidos de que son el arte y la cultura, los motores que dignifican nuestra sociedad y, la moda, no es la excepción. Nuestro objetivo es plasmar la esencia de las tendencias de vanguardia, los talentos emergentes y las narrativas que modelan la evolución de este campo, tan vibrante como dinámico.

Desde los desfiles más icónicos pasando por las innovaciones más audaces y las vidas de sus creadores, nuestro equipo habrá de sumergirse en el cosmos de la moda para, con una visión entusiasta y renovada, ofrecer contenidos innovadores de jurada calidad.

En ERODE podrán conocer lo que se cocina detrás de las tendencias de la moda y de todo lo que implica; desde el trabajo de las y los creativos que las hacen posible hasta las expresiones

artísticas que, paralelamente, lo conforman, anteponiendo una mirada crítica y apreciativa.

Aquí encontrarás las exposiciones, los movimientos y los artistas que están redefiniendo los límites de la expresión creativa del presente.

El cine es y ha sido un detonante de ingenio en la industria de la vestimenta, por lo que es imposible ignorar la enorme influencia que ejerce en los caminos de la moda. Ofreceremos pistas sobre aquellas producciones que generen un impacto en la forma de expresarnos mediante lo que usamos y los lenguajes que ello significa.

Escucharemos las nuevas voces y los álbumes más recientes que hacen latir nuestras vidas y que, muchas veces, nos ayudan a encontrar un mayor sentido a la existencia a través de sus letras y armonías.

Quienes hacemos posible ERODE, hemos asumido la responsabilidad de ofrecerles contenidos que inspiran. Cada artículo ha sido cuidadosamente seleccionado, con el fin de brindarte una experiencia única, enriquecedora y estimulante.

Y, como dice el conocido refrán: compartir es vivir. En ERODE, estamos ansiosos por compartir con todos ustedes nuestros lectores, este fascinante camino editorial.

Con gratitud,



Eduardo Menéndez Gaber
Director Editorial

ERODE

Director

Eduardo Menéndez Gaber

Escritores invitados:

Óscar Santamaria Paredes

Fabiana Ontiveros Sierra

Índice

1. PORTADA ...1
2. PRADA2
3. CARTA DEL DIRECTOR4
4. TITULAR5
5. INDICE6
6. JIMMY CHOO7
7. KID SUPER8
8. HAVEN10
9. SAINT LAURENT12
10. FERRAGAMO14
11. CPFM15
12. THE BEAR16
13. THE WEEKND20
14. MAISON MARGIELA SS25 22
15. LAND ART 24
16. KITH X GORGIO ARMANI 26
17. VINTAGE ANÁLISIS 29
18. GCDS SS25 30
19. DOJO 51 32
20. PREMIO LVMH 34
21. AVAVAV 36
22. POST MALONE 38
23. KENZO PARIS SS25 40
24. CURADURÍA 42
25. OFF WHITE X AC MILAN 43
26. CONTRAPORTADA44

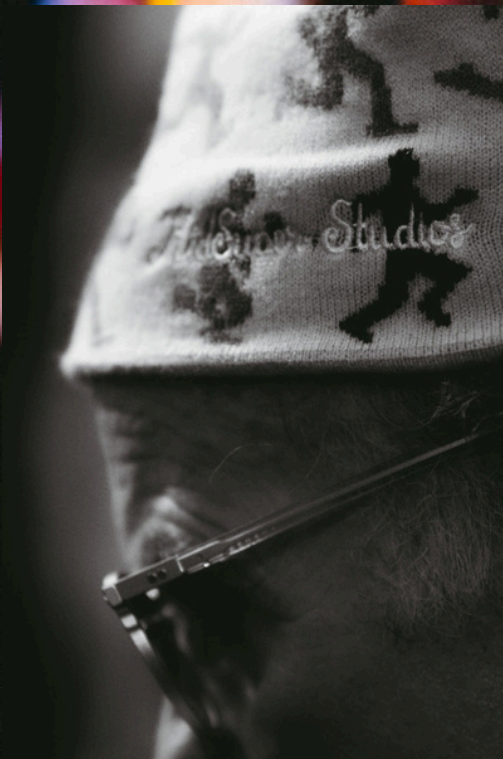
ERODE

JIMMY CHOO

ROAD TO JOY

Esta es la nueva campaña de JIMMY CHOO protagonizada por la actriz y modelo Sydney Sweeney para presentar la temporada de verano 2024.





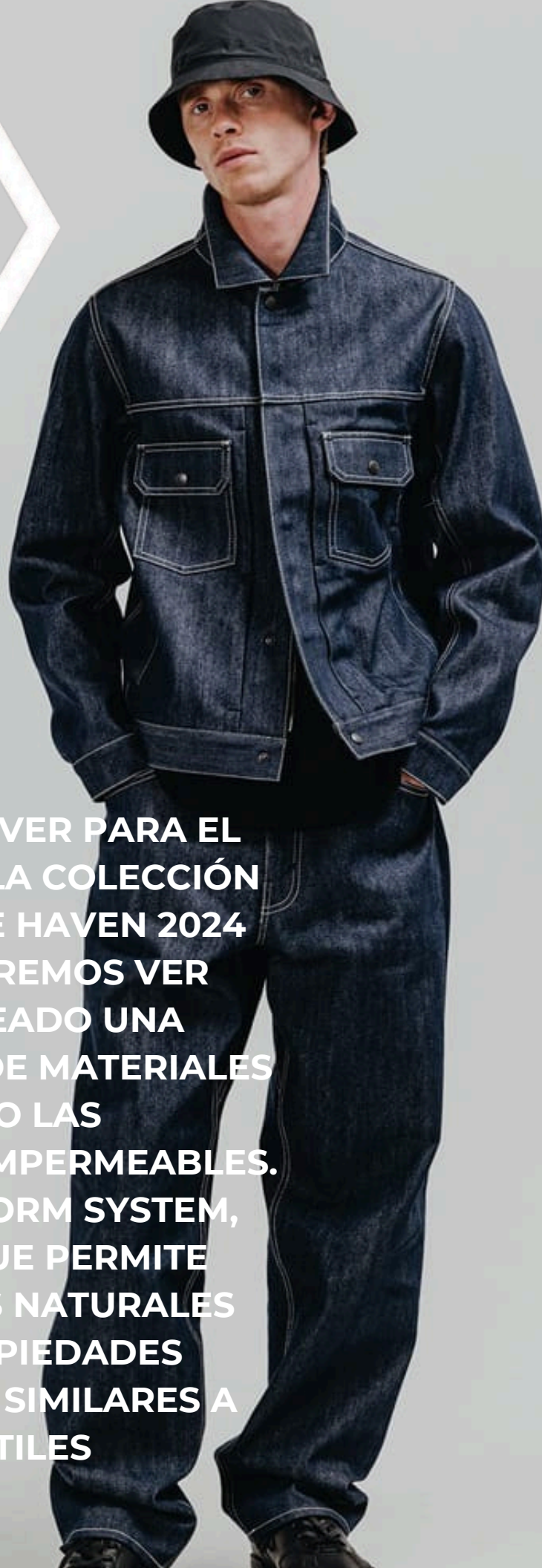
ERODE

KIDSUPER SS24



**KID SUPER
PRESENTA SU
TEMPORADA DE
VERANO 2024
JUNTO CON EL
ARTISTA THIERRY
DREYFUS A
TRAVÉS DE UNA
MAGNÍFICA OBRA
DE TEATRO.**

ERODE



DESDE VANCOUVER PARA EL MUNDO LLEGA LA COLECCIÓN DE INVIERNO DE HAVEN 2024 EN LA QUE PODREMOS VER QUE HAN EMPLEADO UNA AMPLIA GAMA DE MATERIALES TÉCNICOS, COMO LAS TECNOLOGÍAS IMPERMEABLES. LORO PIANA STORM SYSTEM, UN PROCESO QUE PERMITE QUE LAS FIBRAS NATURALES OFREZCAN PROPIEDADES IMPERMEABLES SIMILARES A LAS DE LOS TEXTILES SINTÉTICOS

FW24

ERODE

FW24

 **HAVEN**



ERODE

SAINZ LAURENT

S25

ERODE

SAINT LAUR- ENT MUJE- RES 25



En la última edición de la Paris Fashion Week, Anthony Vaccarello presentó la colección Primavera 2025 de Saint Laurent, elevando el concepto de power dressing a nuevas alturas seductoras. Con una atrevida reinterpretación del estilo "office-core", Vaccarello mezcló lo rebelde con lo glamuroso, ideal para quienes desafían las normas en lugar de seguirlas.

La colección comenzó con trajes clásicos: camisas, blazers y corbatas, todos impecablemente cortados. Sin embargo, el sello distintivo de Saint Laurent se hizo presente a través de accesorios llamativos, como pulseras y aretes dorados que aportaban un contraste lúdico a la estética pulida. Las siluetas, con hombros anchos y cinturas ceñidas, evocaban confianza, convirtiendo la vestimenta de oficina en auténticas armaduras para la mujer moderna.

La transición hacia la moda de noche fue igualmente cautivadora. Faldas con volantes juguetones y delicados encajes asomados crearon un aire de sofisticación. La paleta de colores, que incluía verdes esmeralda y corales vibrantes, aportó frescura, permitiendo que la colección se adaptara sin esfuerzo de día a noche.

ERODE

SS25

FERRAGAMO

BELLEZA EN MOVIMIENTO

En la colección de primavera/verano 2025, Maximilian Davis explora la conexión entre Ferragamo y el mundo del ballet.

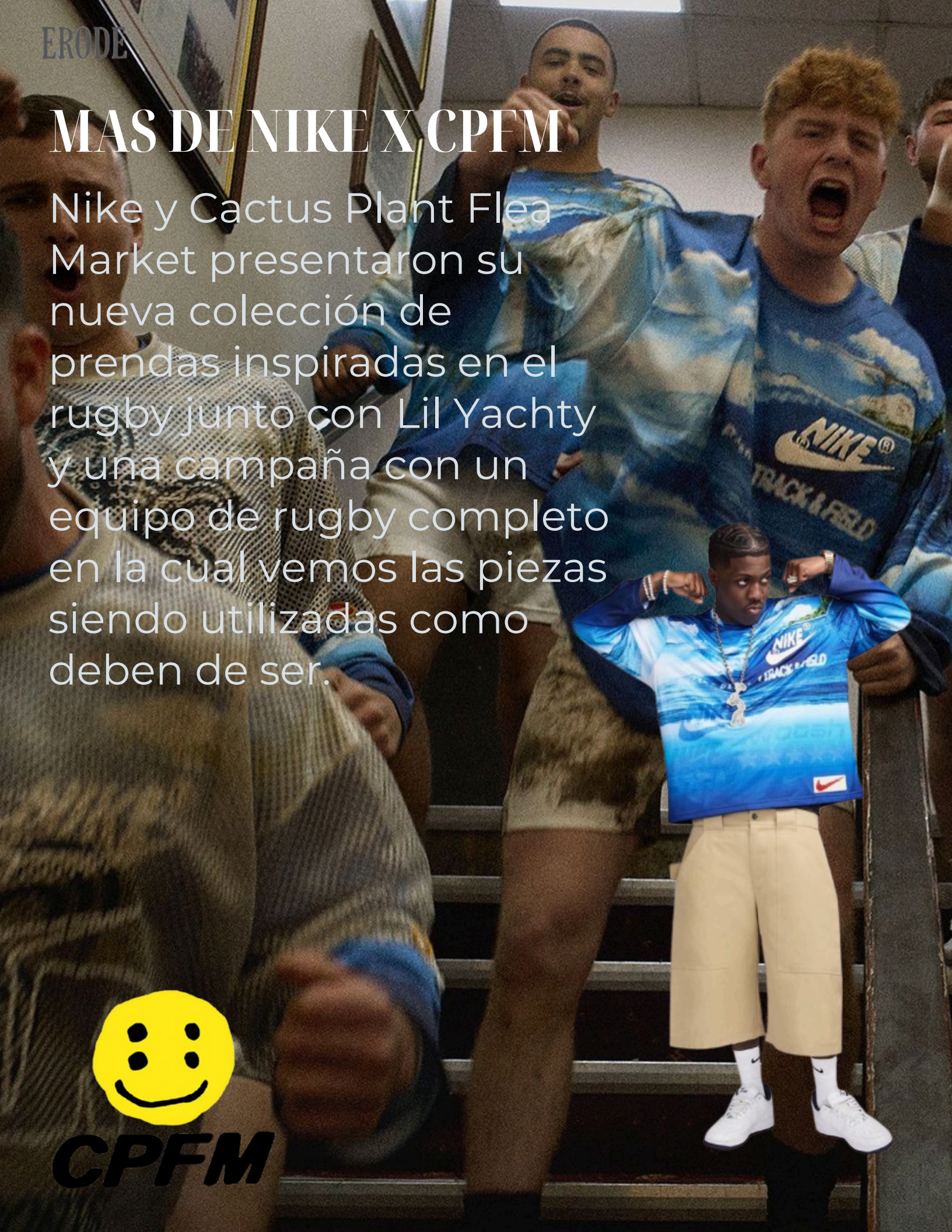
ERODE

MAS DE NIKE X CPFM

Nike y Cactus Plant Flea Market presentaron su nueva colección de prendas inspiradas en el rugby junto con Lil Yachty y una campaña con un equipo de rugby completo en la cual vemos las piezas siendo utilizadas como deben de ser.



CPFM



“The Bear”:

ERODE

Una Revolución de Estilo Desde la Cocina Hasta la Moda

Eduardo Menéndez Gaber



En el mundo de la moda, la influencia de las series de televisión ha trascendido el entretenimiento, convirtiéndose en un espacio de expresión. Un ejemplo inesperado de esta tendencia es la exitosa serie “The Bear”, que ha revolucionado la visión de la moda dentro de las series. No solo se ha destacado por retratar la vida en una cocina de alta presión, sino que también ha ofrecido una perspectiva auténtica y fresca de la moda en este medio de entretenimiento, mostrando atuendos no solo en la cocina sino en la vida cotidiana de los personajes.

La estética de “The Bear” va más allá de los tradicionales arquetipos de la moda. Los uniformes de cocina, las chaquetas de chef y los delantales desgastados se transforman en elementos de estilo y carácter. Estos detalles, que en otros programas podrían ser meros accesorios de utilería, en “The Bear” se convierten en símbolos que hablan tanto del personaje como de su entorno. Cada prenda está cuidadosamente seleccionada para reflejar la personalidad de quien la porta, haciendo de la moda un componente clave dentro de la narrativa.

“The Bear” ha mostrado no solo su capacidad de captar la atención de los espectadores mostrando una historia perfecta, sino que también ha mostrado un gran estilo en la pantalla. Uno de los aspectos más interesantes de esta serie es cómo sus elecciones estilísticas han trascendido la pantalla, influyendo en el estilo diario de muchas personas. Lo que inicialmente parecía ser simple vestuario se ha convertido en tendencia. Ropa vintage, funcional y cómoda, como las playeras blancas



que usa el personaje de Jeremy Allen White, o los pañuelos de Ayo Edeberi, han captado la atención del público, volviéndose referencias de estilo.

Detrás de este impecable trabajo está la diseñadora de vestuario Courtney Wheeler. Aunque ella misma ha reconocido que no esperaba que los atuendos de los personajes llamaran tanto la atención de los fans, su labor ha sido crucial para crear esa conexión entre la moda y la historia que se narra.



La primera señal de que la moda sería un pilar en esta serie surgió cuando Carmy vendió varios pantalones vintage, que hoy en día son piezas de colección extremadamente raras, con algunos de ellos valorados en miles de dólares. Este énfasis en la ropa vintage ha sido una constante a lo largo de las temporadas, especialmente en el vestuario de Sydney, cuyo estilo ha llamado mucho la atención por su autenticidad y su conexión con la cultura urbana contemporánea. Aunque muchos se preguntan cómo puede costearse prendas de este tipo, la realidad es que la moda vintage a menudo se transmite de generación en generación, lo que añade una capa de historia y significado a cada prenda.

No es solo en la serie donde los actores brillan por su estilo. Jeremy Allen White se ha convertido en el rostro de Calvin Klein Underwear, mientras que Ayo

Edeberi ha deslumbrado en diferentes eventos de moda con atuendos que cruzan las fronteras entre menswear y womenswear. Otros miembros del elenco también han dejado su huella en el mundo de la moda; Marcus Boyce desde odd future y su aparición en wonderland verano 2024 o el chef Matty Matheson con su impecable forma de vestir y no solo al cocinar.

“The Bear” es, sin duda, más que una serie sobre la vida en la cocina. Es un fenómeno cultural que ha encontrado en la moda una manera de conectar con el público de manera profunda, desafiando las convenciones de lo que se espera ver en pantalla y llevándolo a las calles. Con 31 premios en su haber y una creciente base de seguidores, esta serie ha demostrado que la moda puede surgir de los lugares más inesperados, incluso de una cocina de alta presión.





El final de The Weeknd inicia en Sao Paulo

Oscar Santamaria Paredes

Abel Tesfaye, mejor conocido por su nombre artístico The Weeknd, deleitó a sus fanáticos el pasado sábado 14 de septiembre al presentarse en Sao Paulo ante una multitud de 75,000 en el Estadio Morumbi.

El esperado final de la segunda trilogía musical del artista canadiense se tornó realidad el 4 de septiembre tras revelar en sus redes sociales el nombre oficial del proyecto. El último álbum de estudio de The Weeknd, y el número nueve en su carrera, llevaría el título de *Hurry Up Tomorrow*. Haciendo alusión a temas de confusión, pérdida y depresión, Abel anunciaba en septiembre del año pasado como estaba listo para dejar atrás una etapa de su vida que era muy célebre como dañina para su salud mental. Este último proyecto no solo le daría conclusión a la trilogía compuesta por sus antecesores *After Hours* (2020) y *Dawn FM* (2022), sino al mismo personaje que había logrado que Abel se catapultase al estrellato a principios de la década pasada; *The Weeknd*.

Con un sold-out de 75,000 asistentes logrado en menos de media hora y con millones sintonizados a través de la plataforma de Youtube, The Weeknd daba comienzo al principio del último capítulo en Sao Paulo (ciudad que había visitado en 2023 con su gira *After Hours til Dawn*). El Estadio Morumbi presenció al artista recorrer sus más grandes éxitos de *After Hours* y *Dawn FM*, combinados con sencillos del nuevo álbum entre los que resaltan *Take Me Back to LA* y *Runaway*.

El espectáculo contó con la asistencia de otros artistas de talla mundial, tal como fue la entrada del rapero *Playboy Carti*, para debutar su verso en uno de los próximos sencillos de *Hurry Up Tomorrow*. Entre los momentos más destacados, The Weeknd introdujo una nueva canción titulada *Sao Paulo* en la cual contó con la asistencia de *Anitta*; una gran amiga que serviría de inspiración creativa para Abel como mencionaba en una de sus entrevistas de *Billboard Brasil*.

El espectáculo contó con homenajes al género musical funk y el icónico sonido pop nostálgico del artista, mientras fue adornado con visuales producidos por *Anyma*, aclamado dj de *Tale of Us*, responsable de los visuales del popular festival electrónico *Afterlife*. La trilogía continuó el viernes 13 de septiembre con el lanzamiento oficial del primer sencillo de *Hurry Up Tomorrow*, "Dancing in the Flames", en donde The Weeknd continuará con el desenvolvimiento de su persona y su carrera musical.

T H E W E E K N D



SÃO PAULO

ESTÁDIO MORUMBIS BRAZIL

SEPT 7

READY TO WEAR

A la rama MM6 de Maison Margiela se le conoce por sus modelos futurísticos y nuevos y esta no fue la excepción.

Esta colección de verano fue presentada con un tono un tanto diferente al contar con piezas bañadas en pintura y prendas con proporciones fuera de lo común.



SS25

VERANO 2025



La colección se caracteriza por el uso de materiales tan simples como el denim y el uso de colores neutros como el gris y el café. A pesar de ser una colección un tanto urbana, no pierde su toque sofisticado.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
10 11 12 13 14 15 16
17 18 19 20 21 22 23

Land Art y Activismo Ecológico : Cómo el arte transforma paisajes en mensajes

Fabiana Ontiveros Sierra (FOS)

Pensamos que la lucha contra el cambio climático es algo reciente, pero hace muchos años, un subgénero importante dentro del arte ecológico comenzó a surgir: el Land Art. Desde los años 60, este movimiento ha transformado paisajes en lienzos para sensibilizar a las personas sobre la ecología y la sostenibilidad, así como para explorar la relación entre el individuo y la naturaleza. Antes de profundizar en el tema, cabe aclarar algunos conceptos.

¿Qué características tiene el Land Art?

1. **Uso de materiales naturales:** El land art utiliza elementos de la naturaleza como tierra, rocas, agua y hasta aprovecha fenómenos climáticos como los rayos y lluvias para construir sus instalaciones, haciendo el uso de materias primas del entorno.

2. **Espacios Exteriores:** Este arte se puede crear y exhibir en exteriores, permitiendo que las personas puedan interactuar con las obras y condiciones climáticas del lugar.

3. **Temporalidad:** Muchas obras de land art están diseñadas para ser temporales. La intencionalidad es que se deterioren con el tiempo y esto invita que los espectadores puedan apreciar la obra en diferentes momentos y condiciones del área

4. **Intervención en el Paisaje:** El land art implica una intervención significativa en el



“Spiral Jetty.” Great Salt Lake, Utah, USA. (1970)

Nancy Holt: La obra “Sun Tunnels” interactúa con el paisaje y el sol, creando una experiencia única que destaca la conexión entre arte y naturaleza.



“Sun Tunnels” Desierto de Utah, USA. (1973-76)

Walter De Maria: “The Lightning Field” en Nuevo México presenta varillas de acero que interactúan con tormentas eléctricas, estableciendo un diálogo entre el arte y el clima.

paisaje. Es decir, los artistas modifican este entorno para poder crear sus instalaciones

¿Qué es el Land Art y de donde nace?

El land art, es un subgénero del arte ecológico que se caracteriza por su uso de los espacios naturales como lienzos. A diferencia de las obras de arte tradicionales que se crean en estudios y se exhiben en galerías, el land art se realiza en exteriores y utiliza elementos del paisaje como materiales. Esto incluye tierra, rocas, madera, y otros recursos naturales.

El land art surgió como un movimiento en los años 60 en Estados Unidos, en respuesta a la influencia del arte conceptual y el minimalismo. Los artistas del Land Art buscaban romper con las convenciones del arte de galería y explorar nuevas



“Lightning Field”
Nuevo México.
USA. (1971)

formas de expresión que estuvieran más conectadas con la naturaleza.

Pioneros del Land Art:

Robert Smithson: Su obra “Spiral Jetty” destaca la relación entre el arte y el paisaje, mostrando cómo la intervención humana puede alterar la percepción del entorno natural.

El Impacto del Land Art en el Activismo Ecológico

El land art no solo es una forma innovadora de crear arte, sino que también actúa como medio para el activismo ecológico. Las obras logran resaltar la belleza de la naturaleza, pero también promueven la conservación de los ambientes naturales, cuestionando nuestra relación con la Tierra.

La temporalidad de estas obras nos recuerda la fragilidad de nuestro entorno y la necesidad de man-

tener un equilibrio para un futuro sostenible. Al conectar las personas con el mundo natural, el Land Art inspira un compromiso con la protección del medio ambiente.

El enfoque del Land Art nos invita a reflexionar sobre nuestra relación con la naturaleza y los desafíos ambientales que enfrentamos. Inspirando una mayor conciencia ecológica para un futuro sostenible.



“Refuges d’art” Andy Goldsworthy

Sinfonía de Estilos:

La colaboración entre Giorgio Armani y Kith

La moda contemporánea se define no solamente por sus tendencias, sino también por las colaboraciones que fusionan estilos, herencias y visiones únicas. En este sentido, la asociación entre Giorgio Armani y la marca de moda urbana Kith, dirigida por el visionario Ronnie Fieg, se erige como una de las colaboraciones más esperadas y sorprendentes del año. Bajo el título El Arquetipo, esta colección explora la intersección entre la sastrería clásica y la estética urbana moderna, creando un diálogo que trasciende el tiempo y las tendencias.

El concepto innovador

La colección se divide en cuatro cápsulas temáticas: The Artist, The Entertainer, The Traveler y The Entrepreneur. Cada una de estas cápsulas captura la esencia de diferentes estilos de vida y profesiones, todo ello bajo la inconfundible firma de Giorgio Armani. “Desde nuestras primeras conversaciones, supe que quería que esta colección girara en torno al traje”, afirmó Fieg.

Este enfoque resalta la importancia del traje en la cultura masculina, convirtiéndose en un símbolo de elegancia y poder.

The Artist: La Creatividad en la Moda

La primera cápsula, The Artist, es un homenaje a los visionarios creativos y presenta una paleta de colores oscuros. La pieza central es un traje cruzado negro de lana virgen, diseñado con un corte contemporáneo que evoca la elegancia de los grandes nombres del cine, como el propio Martin Scorsese, quien participa en la campaña visual. Esta cápsula también incluye una gabardina larga y una cazadora bomber, cada una con detalles que reflejan la esencia de un creador: libre, audaz y auténtico.



The Entertainer: Un Toque de Glamour

La siguiente cápsula, busca captar la esencia del espectáculo y la diversión. Protagonizada por Lakeith Stanfield, se adentra en una paleta de azules y verdes oscuros, utilizando materiales como el terciopelo para los trajes, lo que añade un aire de sofisticación y lujo. La propuesta incluye elementos casuales como camisetas de rugby en terciopelo y gorros de pescador, lo que demuestra que la moda puede ser tanto elegante como accesible.



The Traveler: La elegancia Nómada

The Traveler es un tributo a aquellos que exploran el mundo con estilo. Representada por Pierce Brosnan, esta cápsula destaca por su paleta de tonos tostados y marrones, evocando la calidez y la sofisticación de los viajes. Un traje de tres piezas, junto a un abrigo bata y accesorios de cachemira, configuran un look que combina funcionalidad y elegancia atemporal, ideal para el hombre moderno en movimiento.



The Entrepreneur: El Hombre del Futuro

Por último, The Entrepreneur se centra en el hombre de negocios contemporáneo, equilibrando la sastrería clásica con la moda urbana. Fieg, como protagonista de esta cápsula, se presenta con chaquetas de un sólo pecho en marrón oscuro y abrigos de cachemira, combinando estilos que son a la vez formales y relajados. Este enfoque refleja la dualidad del hombre moderno: ambicioso y a la vez consciente de la comodidad y el estilo.



La esperada llegada

La colección “El Arquetipo” hizo su debut en una exclusiva pop-up en la Townhouse del Upper East Side de Nueva York del 6 al 7 de septiembre, seguida de su presentación en la Semana de la Moda de Londres el 12 de septiembre. Seguido de esto, el lanzamiento pasó a las tiendas de Giorgio Armani y Kith en Estados Unidos y Canadá el 13 de septiembre, culminando en una pop-up durante la Semana de la Moda de Milán el 18 de septiembre, y una disponibilidad global en tiendas físicas y en línea a partir del 20 de octubre.

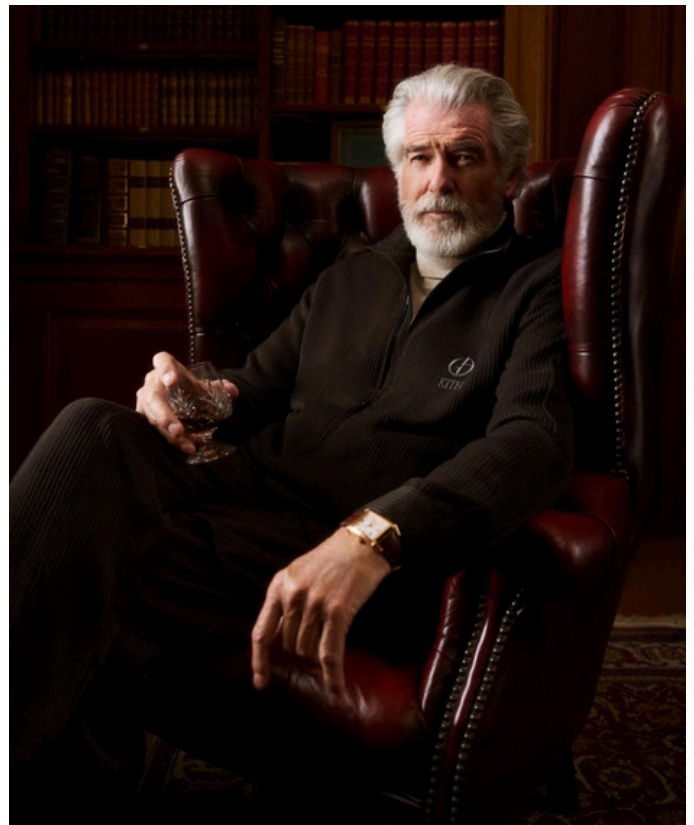
En conclusión, la colección “El Arquetipo”, es un testimonio de la capacidad de la moda para contar historias, fusionar culturas y crear una estética que desafía las expectativas. En este nuevo capítulo, Giorgio Armani y Kith presentan ropa y con la misma un legado de estilo que resonará en el armario del hombre moderno.

Cada cápsula es una invitación a explorar un mundo donde la elegancia clásica se encuentra con la vibrante energía de la moda urbana, redefiniendo así lo que significa vestirse con intención y carácter en el siglo XXI. Sin duda, esta colaboración marcará un hito en la industria de la moda, ofreciendo a los amantes del estilo una nueva forma de expresar su identidad a través de la ropa.

Sinergia Sin Precedentes

Lo que hace que esta colaboración sea significativa es que es la primera vez que la casa Armani se une a otra marca para lanzar una colección de ropa. La mezcla de la sastrería italiana de lujo con la estética urbana de Kith es un reflejo de la evolución de la moda, donde los límites entre lo clásico y lo moderno se desdibujan.

Ronnie Fieg, con su visión audaz y enfocada en un futuro sin dejar atrás lo clásico, ha logrado crear una colección que respeta el legado de Armani y que también introduce un aire fresco y contemporáneo que resuena con las nuevas generaciones. En un momento en el que las colaboraciones a menudo carecen de sustancia, la unión de Armani y Kith se erige como un ejemplo de cómo la moda puede reinventarse y revitalizarse a través de sinergias pensadas y bien ejecutadas..





Etiqueta

screen stars
talla: XL
hecha en estados unidos
desde 1983

Screen Stars es una rama de Fruit of the Loom y ha sido vista desde los años 80's. La etiqueta de esta playera enseñada en la parte superior sale en producción en el año 1983. Previo a esto, esta etiqueta contaba con una "A" distinta en la palabra "STARS".



tour

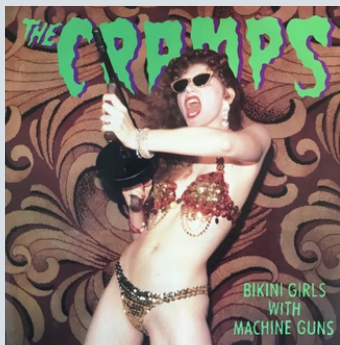
Comienza en febrero de 1990. El tour fue a nivel mundial, inclusive tocando en Tijuana.

En la parte posterior de la playera podemos ver los lugares donde el tour tomó parte, desde el Reino Unido hasta Canadá y México.

The Cramps

Fundada en 1976.
Disuelta en 2009.
razón:
fallecimiento de Lux Interior.

Las playeras de la banda The Cramps cuentan con colores e imágenes muy llamativas y esta no es la excepción de ello. En esta podemos ver la imagen de la guitarrista principal Poison Ivy que de igual forma sale en la portada de uno de sus discos.



ERODE



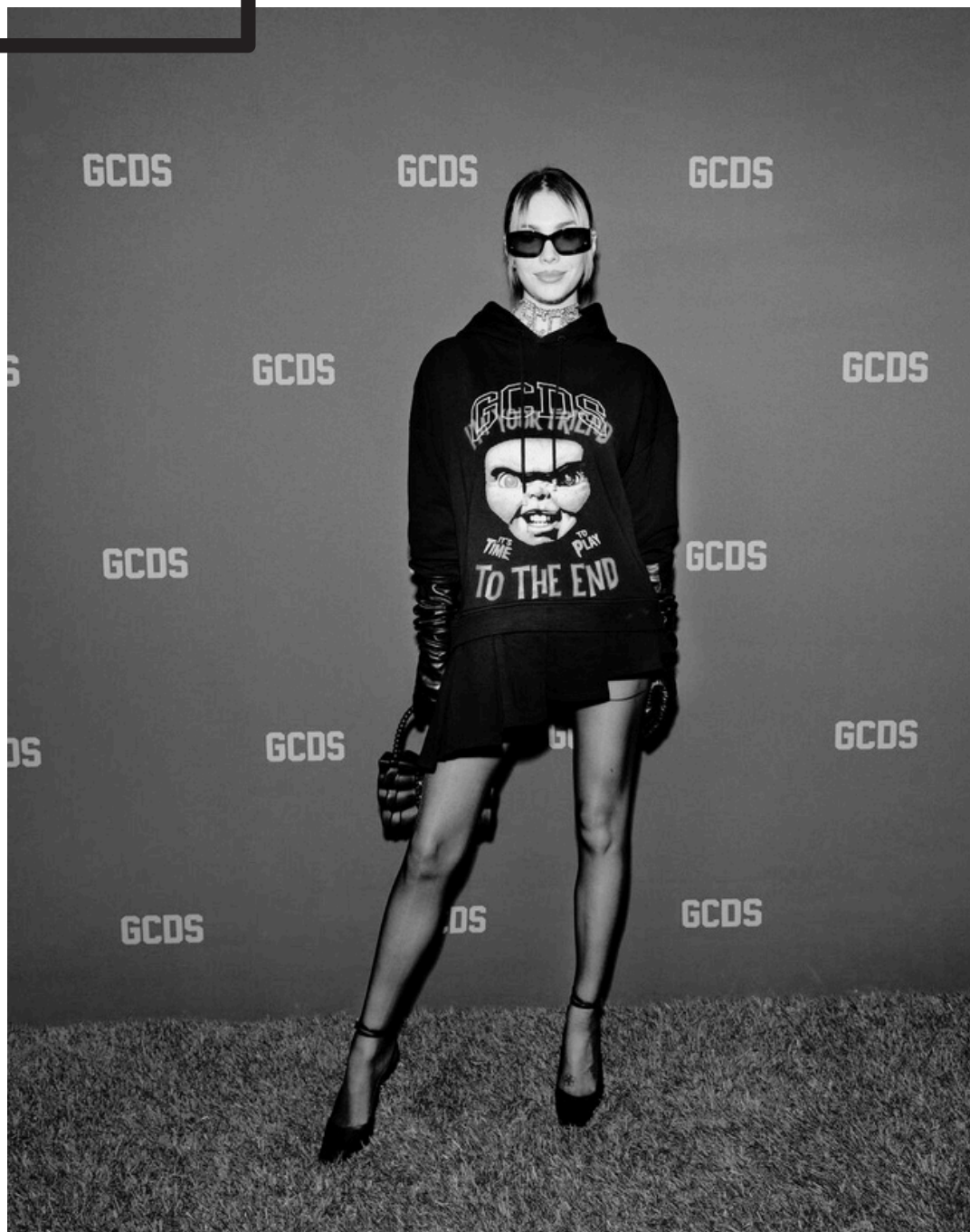
GCDOS

**GCDS
PRESENTA
NUEVA
COLECCION
EN MILÁN**



Celebrada en el Palacio de la Bolsa de Milán, la nueva colección de primavera-verano 2025 de GCDS nos muestra que las tendencias de este año se mantendrán para el siguiente.

Giuliano Calza mostró una variada gama de colores en esta colección; sin embargo, le dio gran preferencia al llamado brat green.



ERODE

Descubriendo Dojo 51



LA REVOLUCIÓN DEL VINTAGE EN YUCATÁN

En el corazón del centro de Mérida, en la calle 51 #548 entre 82 y 84, se encuentra Dojo 51, la primera tienda de su tipo en todo Yucatán, que ha llegado para cambiar la forma en que vivimos la moda. Este espacio único se especializa en ropa vintage, gorras y streetwear, ofreciendo a los amantes de la moda una experiencia de compra que combina nostalgia y tendencia.

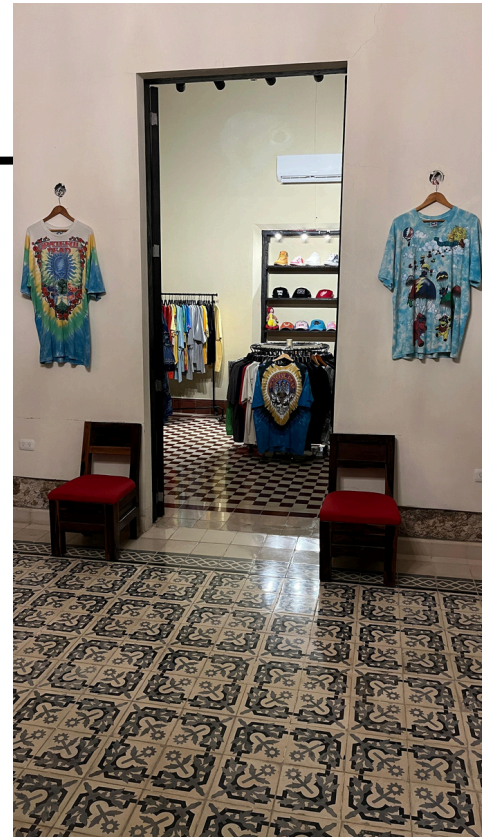
Al cruzar las puertas de Dojo 51, te sumerges en un ambiente que celebra la historia de la ropa. Cada prenda cuenta una historia, desde las coloridas camisetas de bandas icónicas hasta chamarras que evocan épocas pasadas. La selección cuidadosa y curada por parte de todo el staff garantiza que cada visitante encuentre algo único que resuene con su estilo personal.

Lo que distingue a Dojo 51 es su capacidad para adaptarse a todos los estilos. Ya seas un amante del streetwear moderno o un apasionado del vintage, aquí hay algo para ti. Las gorras, por ejemplo, son un accesorio esencial que complementa cualquier outfit y le da ese toque distintivo que todos buscamos.

Además de ofrecer piezas exclusivas, Dojo 51 promueve la sostenibilidad en la moda. Al elegir ropa vintage y de segunda mano, los clientes no solo encuentran prendas con carácter, sino que también contribuyen a reducir el impacto ambiental de la industria textil.

Esta no es solo una tienda; es un punto de encuentro para los amantes del estilo de Mérida.

Si estás en Mérida y buscas una experiencia de compra que combine autenticidad y estilo, no puedes dejar de visitar Dojo 51. Es más que una simple tienda de ropa vintage; es un proyecto apasionado impulsado por los visionarios Jareth Mendoza y Manuel Cifuentes. De igual forma, cuentan con apoyo de gente como el artista Antonio Baeza y los fotógrafos Jorge Narvaez y Ariel Pérez. Cada uno aporta su singularidad y creatividad, creando una experiencia única en el Dojo.



Interior de la tienda





Ellen Hodakova Larsson: Ganadora del Premio LVMH 2024

La fundación Louis Vuitton se convirtió en el escenario de un gran e importante evento: la entrega del Premio LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessey). En esta ceremonia, la diseñadora sueca Ellen Hodakova Larsson fue coronada como la ganadora del prestigioso galardón, un reconocimiento que resalta el talento joven en la moda.

El evento, que reunió a muchas de las mentes más influyentes del sector, estuvo marcado por la entrega del premio por parte de Natalie Portman a nombre de toda la mesa de jueces y quien destacó la importancia de apoyar a los nuevos diseñadores.

Hodakova, fundadora de la marca la cual lleva su nombre, dejó una impresión duradera en el jurado con sus propuestas innovadoras y su enfoque singular hacia la moda como una diseñadora joven y que está creciendo.



Entre los finalistas, se encontraban destacados diseñadores como Julian Louie de Estados Unidos, Duran Lantink de Países Bajos, y Marie Adam-Leenaerdt de Bélgica, entre otros. Sin embargo, fue la autenticidad y la visión de Hodakova lo que resonó más en el jurado, conformado por íconos de la moda como Jonathan Anderson de Loewe y María Grazia Chiuri de Christian Dior.



El Premio LVMH, que incluye una subvención de 400 mil euros y un año de mentoría por parte de los expertos en LVMH, no sólo es un reconocimiento, sino una plataforma para catapultar a los diseñadores hacia el éxito. Personajes que han recibido este galardón, como Jacquemus, Kid super y Wales Bonner, han visto sus marcas crecer después de recibir el premio.

Al recibir el premio, Hodakova expresó su agradecimiento con unas simples palabra: “Wow” “haré lo mejor que pueda. Me siento tan honrada.”

El Premio LVMH continúa siendo un detonante esencial para el talento emergente, y este año no fue la excepción. La gala reafirmó el compromiso de la industria de la moda de apoyar la diversidad y la creatividad, ofreciendo un espacio para que nuevas voces se escuchen y brillen.

ERODE



LVMH Prize Winner

HODAKOVA

ERODE

SS25

AVAVAV



ERODE

GUANTES EN LOS PIES

No es sorpresa que la casa de modas AVAVAV salga de lo clásico con sus piezas y desfiles. Esta vez llevaron su lujo al deporte, colaborando con la marca deportiva Adidas con unos diseños fuera de este mundo.



Post Malone: F-1 Trillion

Post Malone, el artista polifacético que ha conquistado las listas de popularidad con su fusión de géneros, está listo para dar un giro inesperado en su carrera musical. Conocido por su habilidad para saltar del rap al rock y al pop, Malone ha decidido adentrarse en un territorio completamente nuevo: la música country con su nuevo álbum, titulado F-1 Trillion.

Desde sus inicios, Post Malone ha demostrado una versatilidad impresionante, colaborando con artistas de diferentes estilos y creando éxitos que han marcado generaciones. Sin embargo, el anuncio de un álbum de country ha dejado a muchos boquiabiertos. Este género, que ha sido tradicionalmente visto como un nicho específico, es un desafío audaz para el músico.



El álbum cuenta con colaboraciones de artistas consagrados en el género, lo que añade un toque especial a este proyecto. Entre ellos se encuentran nombres reconocidos que han abierto las puertas a nuevas audiencias. Estos dúos no solo enriquecen el sonido del álbum, sino que también refuerzan la conexión entre géneros que Malone ha cultivado a lo largo de su carrera.

La incursión de Post Malone en la música country no solo es un reflejo de su versatilidad, sino también un indicador del cambio en la industria musical. La línea entre géneros se ha vuelto cada vez más difusa, y el éxito de “F-1 Trillion” podría allanar el camino para que otros artistas exploren nuevas fronteras.

ERODE



ERODE

KENZO PARIS



SS25



ERODE

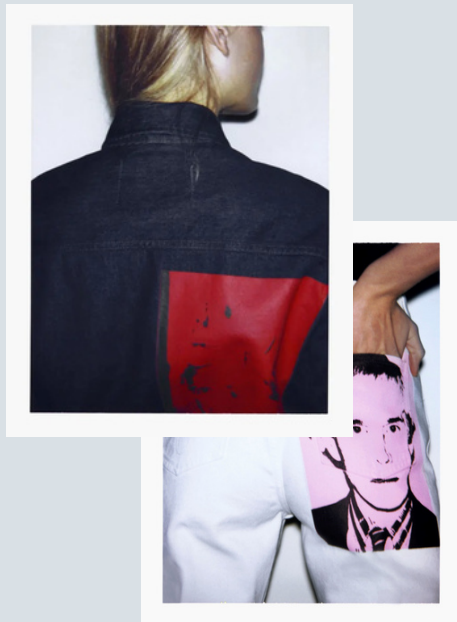
KENZO POR NIGO

Desde el suelo dorado del Palais-Royal se pudo apreciar la nueva colección de la firma francesa Kenzo dirigida por Nigo.

Por segunda ocasión se pudo apreciar la intervención por parte del artista gráfico japonés Verdy, reconocido amigo del Nigo.

ERODE

PIEZAS CURADAS POR EL STAFF

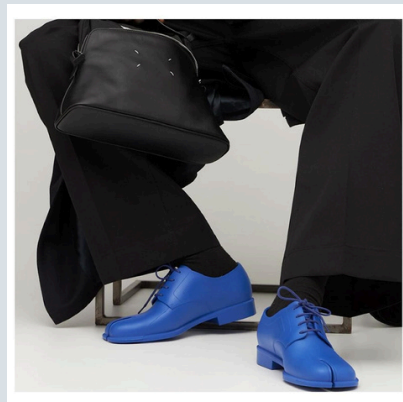


CALVIN KLEIN X ANDY WARHOL

En 2017 se anunció la colaboración entre el artista neoyorquino Andy Warhol y la marca de ropa Calvin Klein en la que las obras del artista serían impresas en diferentes piezas de la marca; en el caso de esta pieza la cara del artista fue impresa en una chamarra de denim clásica en colores rojo y negro.

SWEATSHIRT MM6

Este suéter con cuello de tortuga tiene la particularidad de ser de doble lado; en el lado interior podemos ver la costura y etiquetas del suéter. Fue construido para la rama MM6 de Maison Margiela y está hecho completamente de 15% alpaca, 15% wool, 10% viscose, 60% acrylic.



MAISON MARGIELA RUBBER TABI

La marca Maison Margiela es conocida por sus zapatos Tabi, pero a diferencia del clásico zapato derby de piel, este se encuentra completamente hecho de caucho azul. La idea de los tabi surge en Japón en el siglo XV y fue presentada por Margiela por primera vez en su colección en 1988.

AC MILAN CON TODO EL ESTILO

EL club de fútbol italiano vistió a sus atletas con una variedad de productos en colaboración con la marca Off White.



Off-White™



Off-White™
A.C. MILAN