



ERDE

Edición N°3
Noviembre 2024

Moda y Estilo

ALD / Porsche 993 Turbo Capsule Collection. Inspired by the exclusive Mulberry Green Porsche 993 Turbo, the collection features a range of apparel and accessories, including a leather duffle bag, driving gloves, and the long-awaited Leather Club Jacket. Available this Friday 11am EST in-store and online.

GEORGINA

Recordando a un ícono de la moda.

HERMES

El diseño estructural en Japón.



PORSCHE 993 TURBO CAPSULE COLLECTION

Aimé Leon Dore le da un gran giro al 930 y a la restauración.





NO.3
From Mexico

Director
Eduardo Menéndez Gaber

Colaborador
Óscar Andrés Santamaría Paredes

índice

1.	PORTRAITA	23.	KAWS
		X	AP
2.	TITULAR	12.	GEORGINA COOPER: LA SONRISA QUE DEFINIÓ UNA DÉCADA
		24.	RELOJES EN EL CINE
3.	ÍNDICE	7.	JEFF HAMILTON: AIMÉ LEON DORE
		13.	SUPREME
4.	CARTA DEL	8.	FLEW YO PARIS FOR A HUG
	DIRECTOR	14.	COMPLEXCON X
5.	X UGG	9.	POST MALONE
		15.	MAISON HÈRMES
6.	ARTE	16.	CURADURIA
		10.	CHE GUEVARA
7.	PALACE	17.	VIRGIL
	X	11.	NOSFERATU: EL REGRESO
8.	OAKLEY	18.	DEL IMPRESIONISMO
		19.	BAUHAUS
9.		20.	INFUSED WATER
		21.	COACHELLA
10.		22.	CPFM
		23.	UNIQLO
11.		24.	SPONGE BOB
		25.	BATMAN
12.		26.	KITH
		27.	X
13.		28.	JW STYLES
		29.	SKIMS
14.		30.	RICK OWENS
		31.	POLO BEAR
15.		32.	BMW
		33.	MM6
16.			PORSCHE
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			
31.			
32.			
33.			
1.	P#1	27.	P#46
2.	P#2	28.	P#48
3.	P#3	29.	P#50
4.	P#4	30.	P#52
5.	P#5	31.	P#54
6.	P#6	32.	P#55
7.	P#8	33.	P#56
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#32		
20.	P#34		
21.	P#36		
22.	P#37		
23.	P#38		
24.	P#40		
25.	P#42		
26.	P#44		

Querido lector;

Es un placer dirigirme a ustedes para darles la bienvenida a la tercera edición de Erode. Este número es un reflejo de nuestra pasión por capturar y compartir lo mejor de la moda, la cultura y las colaboraciones que están marcando la historia.

E

n esta edición, nos sumergimos en la fusión de mundos inesperados: desde Palace con Oakley hasta una toma en lo vintage de Stone Island. Exploramos historias icónicas, como el abrazo creativo entre Ye y Virgil, y piezas que trascienden generaciones, como los relojes en el cine o las gafas de Johnny Depp, que nos invitan a mirar más allá de lo común.

En Erode, creemos que la moda no solo se trata de prendas, sino de las historias que las hacen únicas. Nosferatu nos cuenta historias del pasado y el presente, cada página de esta edición está pensada para inspirar, sorprender y, sobre todo, conectar contigo.

Celebramos también colaboraciones que rompen esquemas, como Aimé Leon Dore junto a Jeff Hamilton por un gran aniversario, o la gran gama de prendas que nos trae Kith junto con el caballero de la noche. No podemos olvidar el impacto que está teniendo el oso de polo en la cultura actualmente, la colección upcycled de Miu Miu, o la reinención de lo clásico con UGG y Post Malone.

Con esta edición, reafirmamos nuestro compromiso de ofrecer lo mejor de estos mundos que cada día van cambiando y creando nuevas historias.

Gracias por acompañarnos en este recorrido; seguimos trabajando para mantenerte conectado con lo mejor del mundo creativo.

Eduardo Menéndez Gaber
Director Editorial

ERODE

Moda y Estilo

erodemagazine.com

INVIERN O
2024

OAKLEY X PALACE

SNOWBOARDING DE ALTA GAMA



K2 Snowboarding, una marca destacada en equipos de snowboard, se unió a Oakley y Palace para una colección innovadora lanzada en invierno 2024, fusionando tecnología deportiva con estilo urbano.



“Para nosotros, fabricar por primera vez equipos de nieve de alta tecnología es realmente emocionante”

Lev Tanju
Cofundador de Palace

Por primera vez, Palace Skateboards da un giro a su icónica estética urbana y se aventura en los paisajes invernales. En colaboración con Oakley, líder en tecnología y diseño de equipo de alto rendimiento, presentan una colección que fusiona el espíritu del streetwear con la funcionalidad necesaria para los deportes de invierno.

Inspirada en la moda de los años 90, la colección Palace x Oakley reinventa estampados clásicos con materiales de última generación. Diseños como “day cloud” y “night cloud” se plasman en chaquetas acolchadas y pantalones térmicos, perfectos para destacar tanto en las pistas como en el aprés-ski.

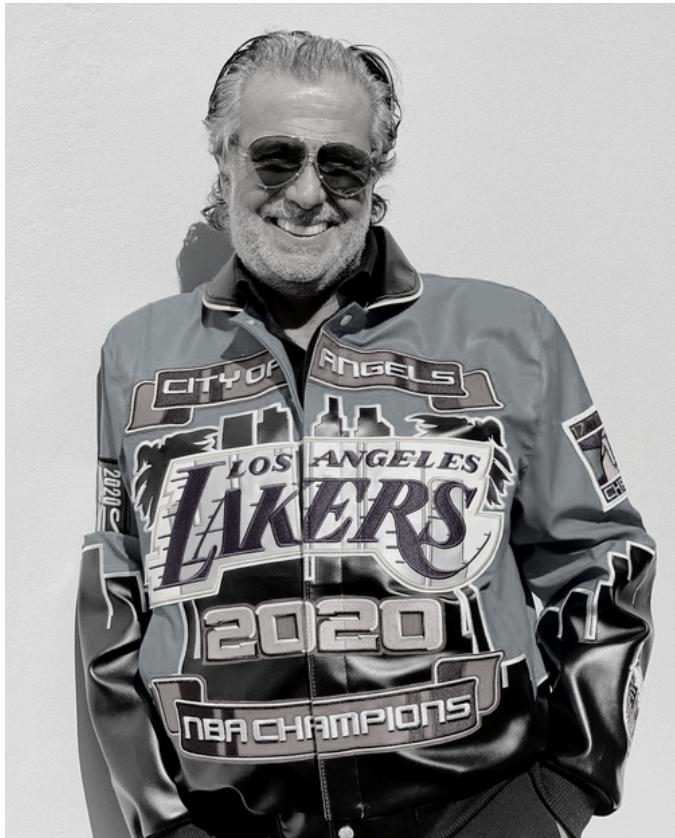
Cada pieza de esta colaboración ha sido cuidadosamente diseñada para proteger contra el frío y la humedad. Además, las emblemáticas gafas Oakley destacan por su tecnología avanzada, ofreciendo una visión nítida en cualquier condición, mientras que las botas Oakley Edge Flex proporcionan impermeabilidad y durabilidad incomparables, ideales para los terrenos más exigentes.

La joya de la colección es la tabla de snowboard creada junto a K2, combinando rendimiento técnico y una audaz estética. Ya seas principiante o experto, esta tabla promete mejorar tu experiencia en la montaña.



JEFF HAMILTON

Y SU COLABORACIÓN EXCLUSIVA CON "IRON" MIKE TYSON



Nacido en Marruecos, Hamilton se mudó a Estados Unidos con intención de estudiar moda. Actualmente ha estado involucrado en distintas colaboraciones que mantienen relevancia en el arte contemporáneo, consolidándolo como una figura clave del mundo del entretenimiento y la moda.

Jeff Hamilton es un diseñador icónico y audaz conocido por sus famosas chaquetas de cuero que combinan creatividad y nostalgia con un impacto cultural imperdurable. Entre la década de 1980 y 1990, Hamilton ascendió a la fama con sus diseños extravagantes caracterizados por colores vivos y saturados, los cuales combinaban la modernidad y el lujo. Pronto sus chaquetas pasarían a ser una parte esencial de la cultura del hip-hop así como de los deportes. Su amigo y renombrado boxeador mundial Iron Mike Tyson, a quien le ha brindado una pieza exclusiva para su pelea contra Jake Paul, ha vuelto a revivir sus años de oro en el ring. La colaboración entre Tyson y Jeff Hamilton, famosa por sus chaquetas de cuero icónicas, destaca no solo la conexión personal entre ambos, sino también la forma en que Hamilton incorpora elementos culturales en su trabajo.

ALD / Jeff Hamilton Anniversary Leather Jacket

Esta pieza se fabrica por orden y requiere más de 100 horas de trabajo para ser completada.

***Jeff Hamilton x supreme***

Chamarra de cuero hecha especialmente para la empresa de skateboard Supreme.

Flew to PARIS *for a* HUG

La amistad entre Kanye West y Virgil Abloh fue mucho más que una simple relación entre dos de las figuras creativas con más influencia en el mundo. Su vínculo fue un agente de cambio que logró redefinir los límites de la moda, la música y la cultura urbana. La amistad de West y Abloh se caracterizaba por su intensidad emocional, la cual se manifestó en distintos momentos de sus carreras.

En 2018, Virgil Abloh hizo historia al convertirse en uno de los primeros afroamericanos en liderar Louis Vuitton como director creativo. Kanye West, con experiencia en el diseño de moda junto a su marca Yeezy, había anhelado por años ese puesto sin ningún éxito ya que la industria se lo había negado. Con una mezcla de emociones, West decidió volar a París para presenciar el debut de Abloh con la marca. Al final de la pasarela ambos artistas, con sentimientos encontrados, se dieron un emotivo abrazo que simbolizó apoyo, reconciliación y respeto mutuo, un momento tan significativo que West decidió linmortalizar en su canción Brothers, en la linea "flew to Paris for a hug.". Esta línea del freestyle actúa como homenaje a los altibajos y la profundidad de la amistad de ambos hombres, la cual es un recordatorio de cómo las relaciones entre creadores pueden ser tanto inspiradoras como a la vez tormentosas. Ambos compartían una visión revolucionaria del mundo al igual que una profunda conexión con ellos mismos, pero también se enfrentaban a tensiones que solo personas con ambiciones y pasiones tan intensas pueden llegar a entender. Con la muerte de Virgil en 2021, esa línea de Brothers cobra un significado aún más profundo. Hoy, como sugiere la canción, cuando West recuerda a su amigo seguramente vuelve a ese abrazo en París, no solo como un momento de reconciliación, sino como uno de los gestos más sinceros de apoyo y respeto en su vida aunque en el momento no supiera que lo era. Brothers es una canción de una relación compleja y transformadora ya que en ella Kanye nos invita a reflexionar sobre los lazos que nos definen, las rivalidades que nos fortalecen y las despedidas que, aunque dolorosas, se vuelven eternas en nuestras memorias. En el lanzamiento de su álbum Ye (2018), Brothers se convertiría en Violent Crimes, dejando en la bóveda una de las canciones más personales y expresivas de West a cambio de una llena de exploración de su lado vulnerable y las dificultades que afrontaba en su matrimonio con Kim Kardashian tras el nacimiento de North West, su primogénita.

*What's it take to call
your brother?*

*Just to say you miss
him and you wish you
could spend time*

*What's so serious that
you can't just pick up
the phone?*

*Let him know you love
him and that he's been
on your mind*

Kanye West



Louis Vuitton's SS19 (Junio 2018)
Jardin du Palais Royal Paris, Francia



POST MALONE X UGG

El artista ha colaborado estrechamente con UGG durante un periodo considerable, consolidando una relación que va más allá de una simple asociación comercial. Aunque no es la primera vez que participa en una campaña de la marca, esta ocasión marca un hito significativo, ya que no solo protagoniza la campaña, sino que también contribuye activamente en su conceptualización y en el diseño de las icónicas botas, aportando un estilo único que fusiona elementos de un vaquero moderno con un enfoque creativo e innovador.



LA VERDADERA AMISTAD

En varias ocasiones, el artista ha destacado su afinidad por las botas UGG, llegando incluso a incluirlas en su vestimenta diaria y en presentaciones públicas. Esta afinidad natural lo llevó a convertirse en embajador de la marca y a colaborar en campañas como la de 2020 (colección del invierno), donde se resaltó su estilo relajado y auténtico.

“Sueña y serás libre en espíritu,
lucha y serás libre en vida.”

Ernesto “Che” Guevara



CARTELERA

Nosferatu: el regreso del impresionismo

Nosferatu es considerada como una de las películas de horror más importantes e influyentes en la historia del cine. A pesar de que el expresionismo de la época de cine dorado de Alemania haya quedado en el pasado, la influencia de dicha película es palpable en producciones modernas.

Robert Eggers, reconocido director y productor estadounidense, ha destacado en el cine contemporáneo por su enfoque formalista y su habilidad para maximizar los aspectos técnicos de sus películas en función de la narrativa. Fascinado desde el inicio de su carrera por Nosferatu, Eggers ha descrito esta obra como ideal para una adaptación moderna, dado su estilo que revitaliza el horror a través de autenticidad histórica y una estética inmersiva. En proyectos como The Lighthouse y The Witch, ha evocado el expresionismo alemán mediante el uso magistral de luces, sombras y sonidos para crear una atmósfera oscura y un terror psicológico profundo.



Nosferatu marca la tercera colaboración de Robert Eggers con **Willem Dafoe**, previamente trabajando en *The Lighthouse* y *The Northman*.

F.W Murnau, director de *Nosferatu* (1922), y Eggers comparten una dedicación a la narrativa visual, la cual se hace presente a través de encuadres inquietantes y escenografías distorsionadas lo que sumergen a la audiencia a un lugar único, en donde el horror es tanto tangible como inevitable.

Murnau exploró temas diversos en su adaptación no oficial de la novela *Dracula* de Bram Stroker; desde la vulnerabilidad humana, religión, hasta la superstición, convirtiendo a *Nosferatu* en una película con una esencia igual de influyente que su tecnicismo. Es así como regresa a Eggers, quién comparte el estilo de producción de Murnau, el cual va más allá de lo estético, ya que ambos se valen de la creación de la atmósfera opresiva y temas de horror existencial para la creación de una experiencia inmersiva.

Tanto Eggers como Murnau utilizan el ambiente de sus películas como un personaje más. Esta inclinación hacia dicha decisión creativa transforma el escenario en una extensión del estado mental y amenaza de los personajes, como es el caso con *Nosferatu*.

La última película de Eggers, *The Northman*, fue considerada como un fracaso a nivel de taquilla, al no lograr obtener la venta suficiente para cubrir el presupuesto original. Sin embargo *The Northman* fue muy aclamada por las audiencias globales, y a pesar de no recibir muchas nominaciones a distintos premios en festivales, obtuvo una opinión mayormente positiva por parte de los críticos. La adaptación de *Nosferatu* de Eggers promete ser respetuosa a la esencia expresionista de la original, renovando el horror visual y psicológico característico de la primera entrega. El tono hiperrealista y oscuro es algo a esperar por parte de Eggers, pero tendrá que ser confirmado después de la víspera de navidad en su estreno el 25 de diciembre.

La sonrisa que DEFINIÓ una década

Conocida por su destacada carrera como supermodelo en los años 90, su distintiva sonrisa y autenticidad que redefinieron los estándares de belleza.

La icónica supermodelo británica Georgina Cooper, se consolidó como una figura inolvidable en la industria de la moda gracias a su distintiva sonrisa y carisma inigualable. En una época marcada por estándares rígidos y convencionales de belleza, Cooper emergió como una pionera que celebró la naturalidad y autenticidad, redefiniendo los ideales estéticos y abriendo camino para una nueva generación de modelos que buscaban expresar individualidad.

Su incursión en el mundo del espectáculo comenzó a los 15 años, cuando apareció en un video musical de Bon Jovi, una oportunidad que catapultó su carrera hacia las pasarelas internacionales. Pronto, su talento y presencia magnética la llevaron a trabajar con fotógrafos de renombre como Corinne Day y Elaine Constantine, cuyas obras capturaron el espíritu vibrante y rebelde de la época. Estas colaboraciones no solo consolidaron su posición en la moda, sino que también le permitieron ser parte del movimiento cultural "Cool Britannia," un fenómeno que redefinió el panorama cultural y estilístico del Reino Unido durante esa década.

Cooper no solo fue musa de artistas y diseñadores, sino también una profesional destacada que encarnó la esencia de los años 90. Al igual que figuras icónicas como Kate Moss y Jade Parfitt, se convirtió en un símbolo de la moda británica, fusionando sofisticación con una actitud desenfadada que resonó profundamente en una generación hambrienta de cambio. Su legado sigue siendo una inspiración en la moda, recordándonos el poder de la autenticidad y la belleza en su forma más pura.





“

Era una persona increíblemente sociable, una de esas modelos que nunca cambió.

Jade Parfitt
(Supermodelo)

Cooper desfiló para algunas de las marcas más importantes del mundo de la moda, incluyendo Helmut Lang, Giorgio Armani y Calvin Klein. Cada aparición suya en la pasarela era una celebración de la elegancia clásica con un toque moderno. Sin embargo, fue su característica sonrisa, con un pequeño espacio entre los dientes, lo que la hizo única y memorable en un mar de perfección artificial.

Georgina Cooper no fue solo una modelo, fue una revolucionaria silenciosa que, con su estilo único y su ética de trabajo, cambió la percepción de la belleza en la moda. Su legado vive no solo en las fotografías y los desfiles que protagonizó, sino también en las generaciones de modelos que se atreven a ser diferentes gracias a su ejemplo. En el mundo de la moda, las tendencias van y vienen, pero hay quienes se convierten en iconos atemporales. Georgina Cooper es, sin duda, uno de esos nombres que nunca serán olvidados.



La colección reafirma el compromiso de Don Toliver con la fusión de la música y la moda, consolidándolo como figura influyente en ambos mundos.

Don Toliver, destacado artista y miembro de Cactus Jack Records, lanza su anticipada colección con A Bathing Ape. Inspirada en su más reciente álbum Hardstone Psycho y el clásico Love Sick, la colección incluye camisetas, sudaderas, chaquetas entre otras sorpresas.

DON TOLIVER





Las icónicas zapatillas "Road Sta" se convierten en la pieza central de esta colección, reimaginadas con intención de reflejar la personalidad audaz y visionaria de Toliver. El rediseño no solo honra la clásica silueta del zapato, sino que introduce elementos innovadores junto a una paleta moderna que permite una conexión con la identidad visual y musical de los proyectos del rapero.

COMPLEXCON



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18

22

- FT01:.....WWE MANKIND TSHIRT
- FT02:.....CJ X RALPH STEADMAN FEAR TEE
- FT03:.....CACTUS CON LOGO
- FT04:.....CJ X TRUFFLE HOT SAUCE
- FT05:.....CJ X BRABUS TEE
- FT06:.....CJ X RAIDERS JERSEY
- FT07:.....CJ X PLAYBOY TEE
- FT08:.....CJ X FOX JERSEY
- FT09:.....CJ X 1/1 GORRA POR KOZABURO
- FT10:.....CJ X TOM SACHS TEE
- FT11:.....CJ X CPFM HOODIE
- FT12:.....CJ X WILDSIDE YOHJI YAMAMOTO TEE
- FT13:.....CJ X FRAGMENT CHAMARRA VARSITY
- FT14:.....CJ X BAZAR CPFM TEE
- FT15:.....CJ X ONLINE CERAMICS UTOPIA PANTS
- FT16:.....CJ X FUTURA TEE
- FT17:.....CJ X SP5DER AIRBRUSH TEE
- FT18:.....CJ X VETEMENTS LUCKY TEE

Durante el evento ComplexCon, llevado a cabo los días 16 y 17 de noviembre, el reconocido artista Travis Scott sorprendió a sus seguidores al lanzar una serie de exclusivas colaboraciones con destacadas marcas, generando gran expectativa y entusiasmo entre los asistentes y el mundo del hip hop y la moda.

C
P
J
A
K
T
J

La Maison Hermès es un edificio emblemático situado en Tokio, Japón. Su construcción tuvo lugar entre 1998 y 2001, bajo el diseño de Renzo Piano, con el apoyo de Bohlin Cywinski Jackson, de Berkeley, California, y en colaboración con Takenaka Corporation. Este edificio alberga la tienda principal y las oficinas centrales de Hermès en Japón, representando a la prestigiosa marca francesa de artículos de lujo.

La casa de modas francesa escogió Ginza en el centro de Tokio para la ubicación de su oficina central de Asia, la cual cuenta con tienda, talleres, oficinas, zonas de exposición y multimedia, y rematando todo un jardín de estilo francés. Este proyecto logró combinar desafíos técnicos y estéticos al diseñar un edificio emblemático en Tokio que cumpliera con las estrictas normativas de seguridad sísmica.

Inspirado en las tradicionales linternas japonesas que iluminaban las entradas de las casas, el diseño buscó destacar en Ginza con una fachada única y luminosa. La estructura, de 13 pisos, tres de ellos subterráneos, tiene dimensiones de 45 metros de largo por 11 de ancho e incluye una plaza central abierta que conecta con una estación de metro a través de una escalera mecánica integrada al diseño.

Su distintiva fachada está compuesta por bloques de vidrio personalizados que conforman un "velo de vidrio". Este elemento interactúa con la luz y la transparencia, creando efectos visuales que transforman continuamente la apariencia del edificio y logran una armoniosa fusión entre tradición y tecnología.



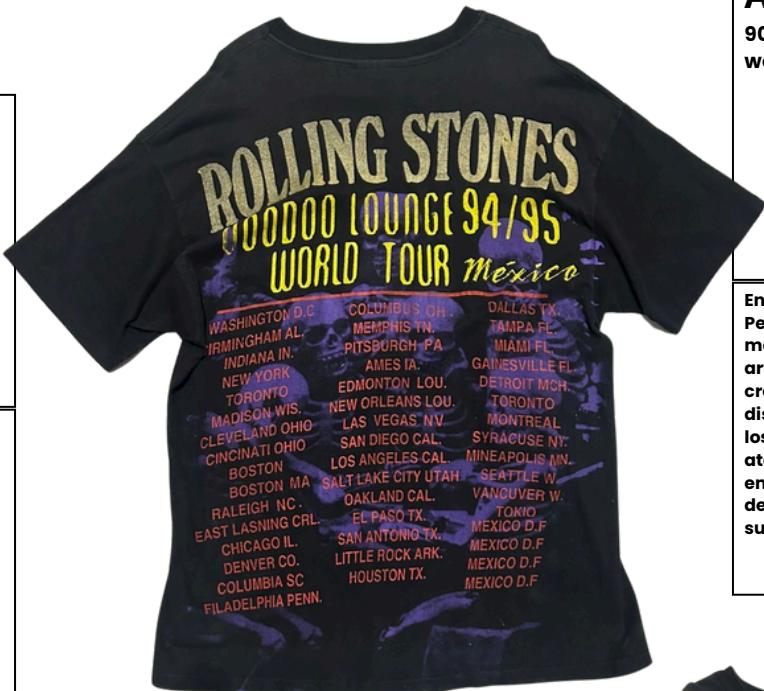


PLAYERA VINTAGE #3



Etiqueta Hanes Beefy-T

1993: Esta edición de la etiqueta fue usada para playeras de algodón más pesado.



Arte 90'S Mexican Bootleg worldtour

En los años 90, artistas como Peyote, Resurrección y muchos más entraron en el mundo artístico de las playeras de rock, creando playeras con arte distinto al original vendido en los conciertos. Esto llamó la atención de los rockstars, que empezaron a tomar inspiración de estos artistas y usarla para sus propias playeras.

Banda Rolling Stones



The Rolling Stones son una de las bandas de rock más influyentes y longevas de la historia de la música. Originarios de Inglaterra, se formaron en 1962.

Su estilo combina blues, rock y otros géneros, lo que les permitió marcar una era y convertirse en íconos culturales.

- Mick Jagger (voz principal)
- Keith Richards (guitarra principal)
- Brian Jones (multiinstrumentista)
- Charlie Watts (batería)
- Bill Wyman (bajo)



002300041971 08

PIEZAS CURADAS



BALENCIAGA PHANTOM DIRTY ALL WHITE

Se destacan por su diseño futurista y desgastado, con una estética "deconstruida" característica de la marca en los últimos años.

Los Phantom presentan una malla ligera y detalles deshilachados que les dan un aspecto intencionalmente usado, lo que refuerza el concepto de moda disruptiva que Balenciaga ha impulsado.

Este es uno de los diseños más recientes de Balenciaga.



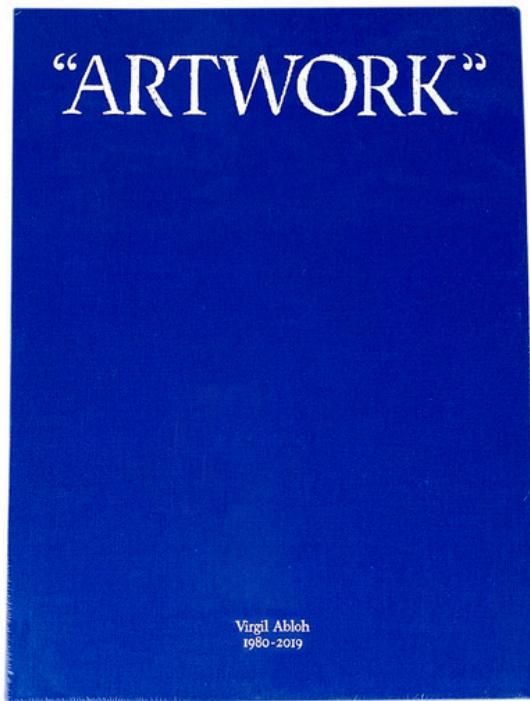
ALEXANDER WANG X H&M SCOOPA SWEATER

Una de las piezas más importantes y llamativas de la colaboración lanzada en 2014 entre el diseñador Alexander Wang y la marca sueca H&M.

Esta colección, altamente anticipada en su momento, combinó la estética deportiva característica de Wang con un enfoque urbano y moderno.

Este suéter está hecho del material para buceo.

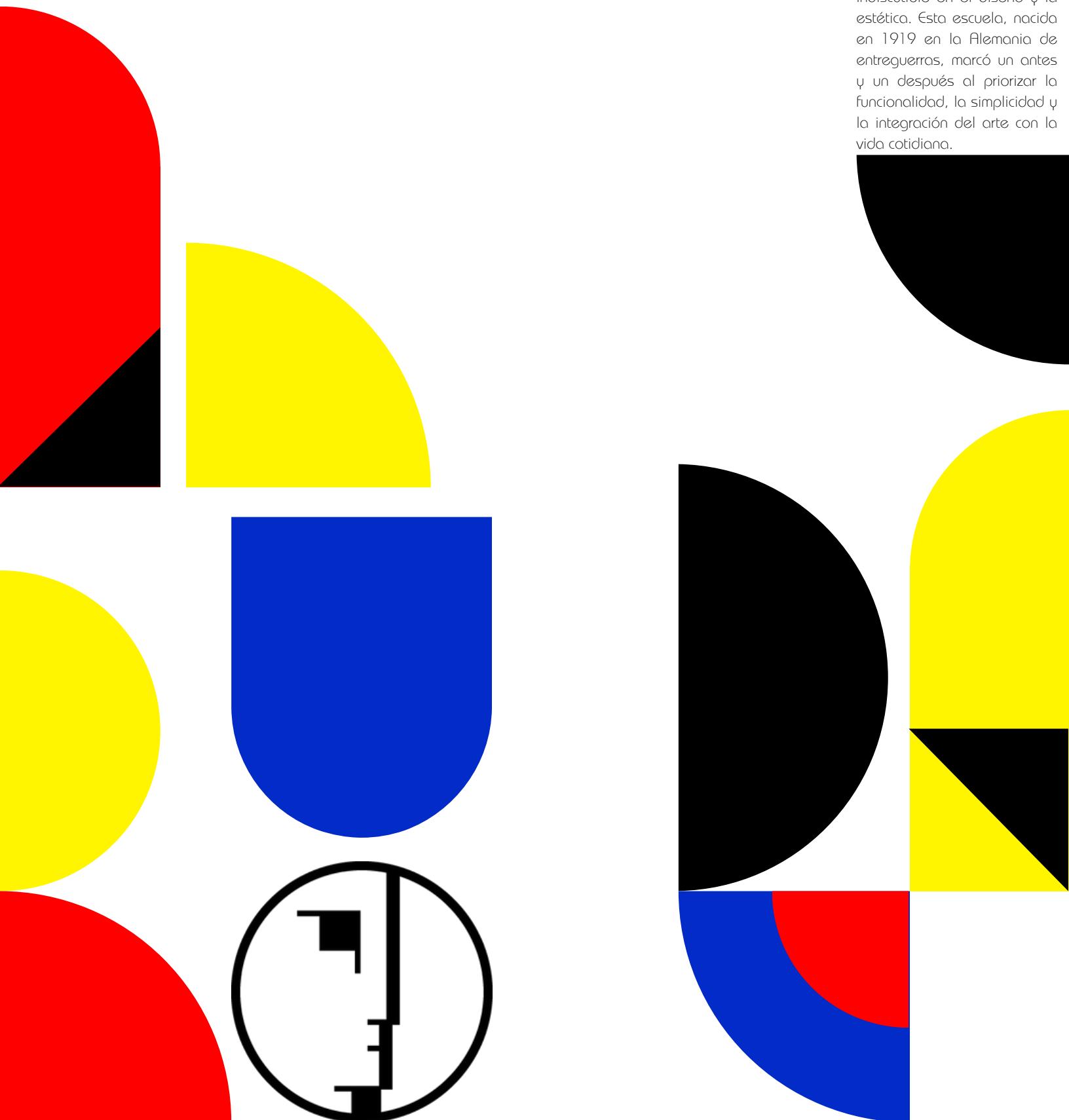




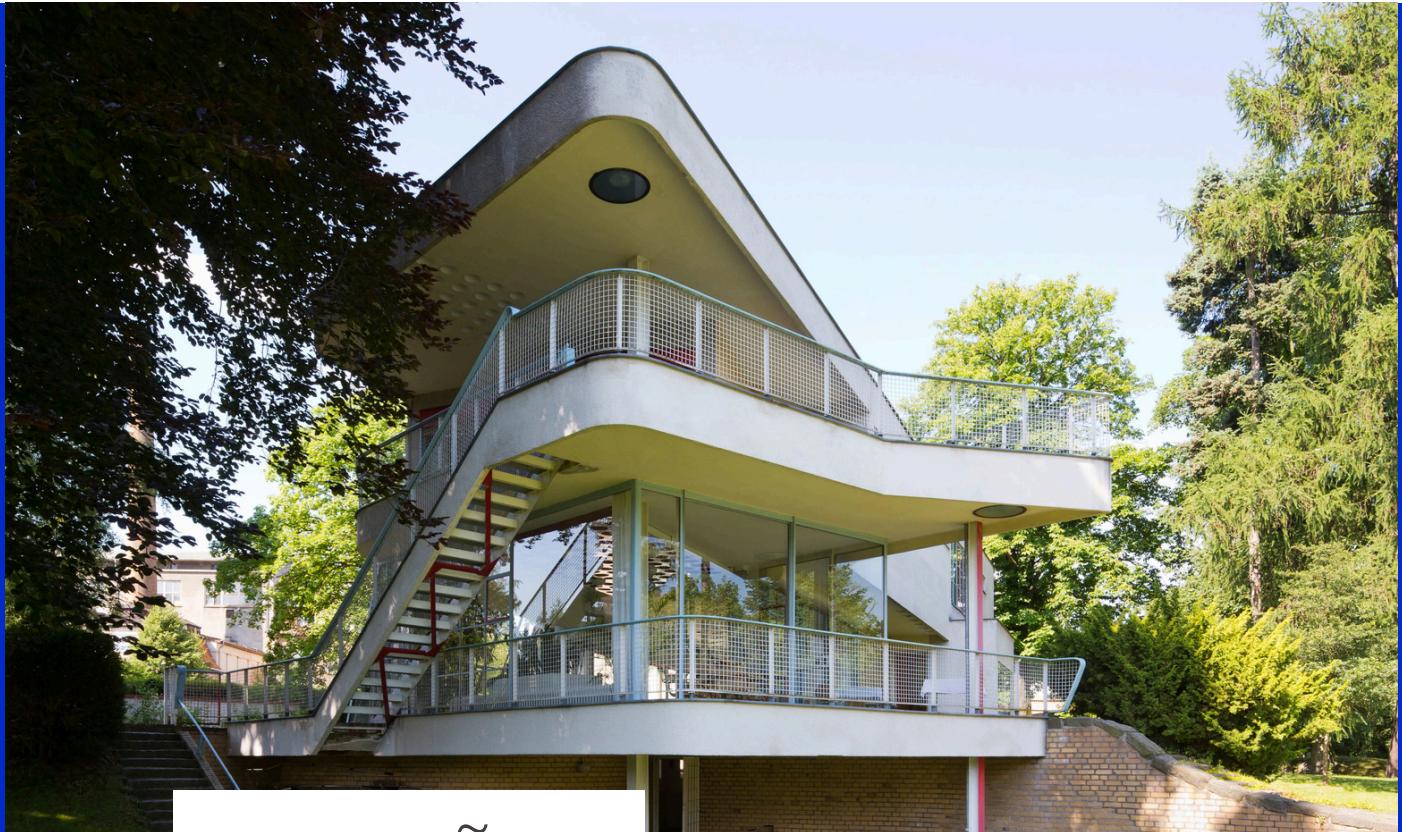
A TRES AÑOS DE SU
PARTIDA, VIRGIL
ABLOH SIGUE
DEJANDO UN LEGADO
ETERNO EN EL
MUNDO DEL ARTE, LA
MÚSICA, LA MODA Y
COTIDIANIDAD;
ACTUANDO CÓMO
GUÍA PARA LA NUEVA
GENERACIÓN DE
ARTISTAS.

“Desde mi punto de vista, intentó representar a una generación. Ya sabes, cada generación tiene un diseñador con el que se identifican”

-Virgil Abloh



Más de un siglo después de su fundación, la Bauhaus sigue siendo un referente indiscutible en el diseño y la estética. Esta escuela, nacida en 1919 en la Alemania de entreguerras, marcó un antes y un después al priorizar la funcionalidad, la simplicidad y la integración del arte con la vida cotidiana.



DISEÑO ATEMPORAL

POR EDUARDO MENÉNDEZ

La filosofía Bauhaus eliminó las barreras entre el diseño, la arquitectura, el arte y la industria.

En pleno siglo XXI, el espíritu de la Bauhaus sigue vivo. Su influencia se manifiesta en el minimalismo predominante de la arquitectura contemporánea, en la funcionalidad de los muebles escandinavos y en las propuestas más audaces de las marcas de moda. No es casualidad que figuras creativas de todo el mundo sigan recurriendo a este legado como fuente de innovación.

Recientemente, colaboraciones como la de Highsnobiety con el Bauhaus-Archiv demuestran que los valores de esta escuela no solo se mantienen vigentes, sino que encuentran nuevos públicos. Aunque esta colección es una reinterpretación para el streetwear, también es una declaración de que los principios Bauhaus pueden dialogar con cualquier generación.

La perdurabilidad de la Bauhaus reside en su capacidad para conectar con lo esencial: la relación entre forma y función. Al rechazar el exceso y abrazar lo necesario, esta escuela de pensamiento logró lo que pocos movimientos artísticos han conseguido: crear un lenguaje universal del diseño.

Hoy, cuando el mundo enfrenta la saturación de estímulos visuales, volver a los ideales Bauhaus no solo es refrescante, sino también necesario. Es un recordatorio de que el buen diseño no pasa de moda, sino que se adapta y renueva, sin perder su esencia.



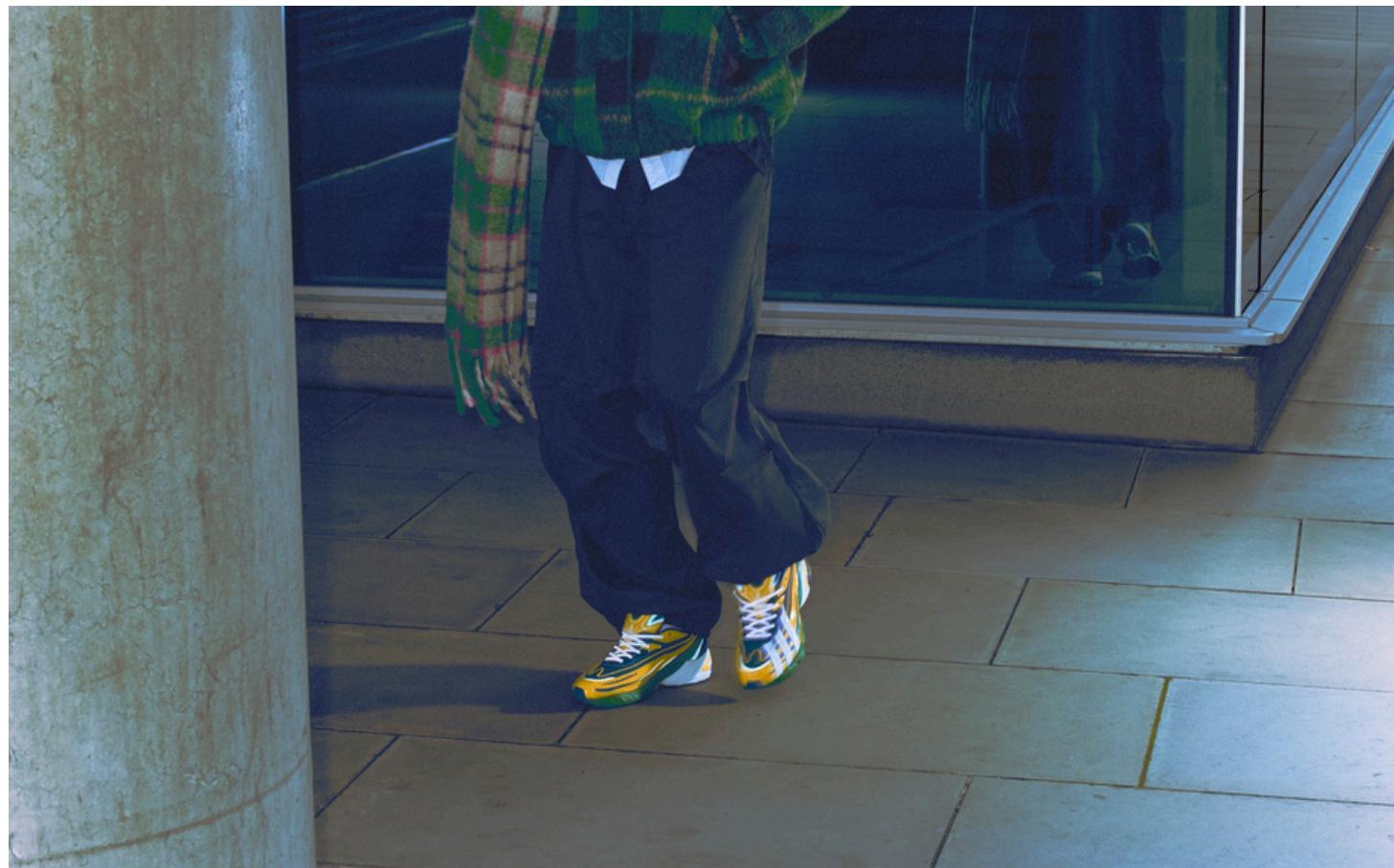
INFUSED WATER

Madagascar, Sisal



Entre corales y susurros marinos, su silueta danza como un poema líquido en el azul profundo.





BAPE & ADIDAS



Bape y Adidas se encuentran de nuevo, esta vez trayendo de regreso de los 2000 la silueta Orketro, la cual inicialmente fue diseñada en Japón.



Ronnie Fieg, ha revelado una colaboración única con BMW: un BMW M1 E26 de 1981 restaurado. Este proyecto, que marca el tercer capítulo de su asociación, implicó una reconstrucción meticulosa del M1 utilizando componentes originales de los archivos de BMW.

La marca neoyorquina de moda y estilo de vida Aimé Leon Dore ha presentado una versión del Porsche 993 Turbo, marcando la quinta restauración clásica en su colaboración continua con Porsche. Este modelo exclusivo exhibe un exterior en color Mulberry Green, complementado con detalles dorados que aportan un toque de elegancia.



AIMÉ LEON DORE



EL NUEVO COMPANION

KAWS y Audemars Piguet: Una colaboración que redefine la relojería de lujo y el arte.

En el universo de la moda y el diseño, pocas colaboraciones logran equilibrar el arte contemporáneo con la tradición de la alta relojería. Sin embargo, KAWS y Audemars Piguet lo han conseguido de manera magistral con el lanzamiento del Royal Oak Concept Tourbillon "COMPANION", una pieza que no solo cuenta el tiempo, sino que también se posiciona como una obra de arte portátil.

El diseño del Royal Oak Concept Tourbillon "COMPANION" destaca por su esencia futurista y su atrevida creatividad. Fabricado en titanio de 43 mm, este reloj rompe las barreras entre el diseño industrial y el arte pop. En su esfera, encontramos una miniatura del icónico personaje COMPANION, símbolo del legado artístico de KAWS. Esta incorporación no es solo un detalle visual; es un manifiesto de cómo la relojería de lujo puede abrazar el arte contemporáneo.

Ingeniería y arte, una dupla perfecta

Este reloj no solo es un deleite para los ojos, sino también un prodigo técnico. Audemars Piguet ha implementado una innovadora indicación periférica de las horas y los minutos, lo que permite que el personaje central sea el protagonista absoluto del diseño. El tourbillon, un emblema de la alta relojería, complementa esta propuesta como una demostración del savoir-faire de la maison suiza.

Solo 250 piezas de esta colaboración estarán disponibles, consolidándola como un objeto de deseo para coleccionistas y amantes de la moda de todo el mundo. Este limitado lanzamiento es un recordatorio de cómo las ediciones exclusivas no solo reflejan sofisticación, sino también una narrativa cultural que conecta generaciones.

La colaboración entre KAWS y Audemars Piguet no es simplemente un encuentro entre dos mundos; es una declaración de cómo el lujo puede ser inclusivo, accesible y emocionante. KAWS, conocido por transformar elementos de la cultura pop en arte contemporáneo, imprime su estilo irreverente en esta pieza. Por otro lado, Audemars Piguet reafirma su compromiso con la innovación y su disposición a romper moldes.

El Royal Oak Concept Tourbillon "COMPANION" representa un paso más hacia la sinergia entre disciplinas que parecían destinadas a mantenerse separadas. Este reloj no solo marca el tiempo, sino también un momento en la historia de la moda, el arte y la alta relojería. Si eres amante de la moda y buscas algo que trascienda las tendencias, esta colaboración es un recordatorio de que el lujo, cuando se combina con el arte, tiene el poder de revolucionar la forma en que entendemos el estilo.



El reloj

El Royal Oak Concept Tourbillon "COMPANION" presenta innovaciones técnicas destacadas, la pieza central es una figura en miniatura del personaje COMPANION de KAWS, elaborada íntegramente en titanio y situada en la esfera del reloj. Esta figura revela un tourbillon en su torso, simbolizando un "corazón latente". Para mantener la visibilidad de la figura, el reloj emplea una indicación periférica del tiempo: las agujas de horas y minutos giran alrededor de la periferia de la esfera, impulsadas por un sistema de engranajes y guiadas por rodillos. Este diseño permite una lectura clara de la hora sin obstruir la vista del COMPANION, fusionando arte y alta relojería de manera innovadora.

¿Quién es Kaws?

Brian Donnelly, es un destacado artista y diseñador originario de Jersey City, Nueva Jersey, donde nació en 1974. Comenzó su trayectoria en los años 90 como grafitero, dejando su sello en vallas publicitarias, paradas de autobús y cabinas telefónicas en Nueva York. Su estilo único se caracteriza por la creación de personajes, que incluyen tanto diseños originales como reinterpretaciones de iconos como los simpsons y bob esponja, reconocibles por detalles recurrentes como los ojos marcados con "X". Con el paso del tiempo, KAWS amplió su alcance artístico, incursionando en la escultura, la pintura y el diseño de colecionables de edición limitada, logrando consolidarse como una de las figuras más influyentes del arte contemporáneo y la cultura popular.



De Bond a Batman:

Los relojes que definen héroes y villano



Omega Seamaster 300M en GoldenEye y Rolex Submariner ref 6538 en Dr. No. James Bond siempre ha sido un ícono de la elegancia y sus relojes a través de los años solo confirman esto, utilizando la mejor calidad de gadgets. Estos son dos de los más icónicos utilizados por el 007.

Desde los icónicos agentes en Hombres de Negro hasta los enfrentamientos con visitantes indeseados, los relojes han ocupado un lugar destacado en el cine, aportando carácter y profundidad al vestuario de héroes y villanos por igual. Estas piezas, más que simples accesorios, se han convertido en elementos clave que complementan y enriquecen la identidad de los personajes, tanto en la ficción como en la vida real.

Contrario a lo que muchos suelen creer, el personaje de Patrick Bateman en la icónica película American Psycho no llevaba un Rolex Datejust, como podría suponerse dado su estilo sofisticado y su obsesión con la apariencia. En realidad, el reloj que utiliza en la cinta es un Seiko que guarda un gran parecido estético con el Rolex. Este detalle, aunque aparentemente menor, refleja la meticulosa atención al vestuario del personaje, subrayando cómo incluso los accesorios más pequeños pueden contribuir a la construcción de su identidad en pantalla.

**ALIEN**

*Director: Ridley Scott
(noviembre, 1979)*

Dos modelos Casio F-100 conectados con un borde rojo en lo que parece ser una correa de caucho estándar. Al igual que Scott, la F-100 hizo su debut en 1977 como la continuación futurista del Casiotrio.

**END OF DAYS**

*Director: Peter Hyams
(noviembre, 1999)*

Audemars Piguet Royal Oak Offshore "End of Days", lanzado en 1999 en colaboración con Arnold Schwarzenegger para la película "End of Days". Esta es una edición limitada de 500 piezas que marcó un cambio en la marca.

**THE WOLF OF WALLSTREET**

*Director: Martin Scorsese
(diciembre, 2013)*

Jordan Belfort, interpretado por Leonardo DiCaprio, luce dos relojes TAG Heuer dorados que reflejan su estilo ostentoso y la opulencia de la época retratada.
TAG Heuer 1000 Professional (Referencia 984.013B)

**TOP GUN**

*Director: Tony Scott
(mayo, 1986)*

Un cronógrafo icónico que fusiona diseño automotriz con funcionalidad relojera. Diseñado en 1972 por Ferdinand Alexander Porsche, creador del Porsche 911 y popular por ser el reloj de Maverick.





Kith x Batman *Un gran aniversario*

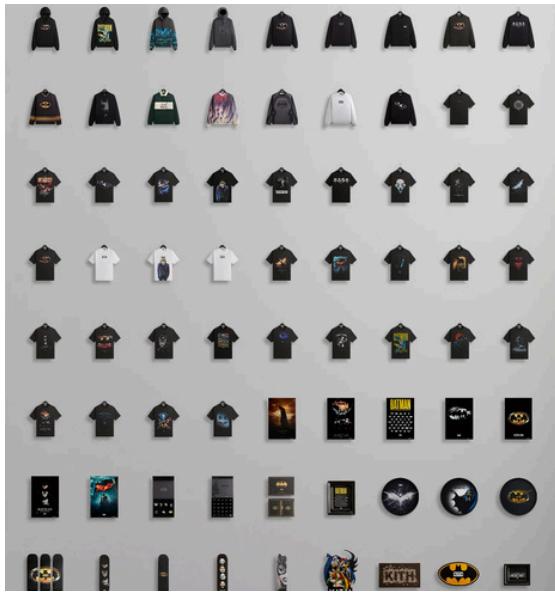
En conmemoración del 85.º aniversario de Batman, Kith, la marca de moda fundada por Ronnie Fieg, se ha asociado con Warner Bros para lanzar una colección especial que fusiona el estilo distintivo de Kith con la rica historia del Caballero Oscuro.

Prendas que combinan la gran historia

La colección presenta piezas emblemáticas como la "Wayne Enterprises bike Jacket", que incorpora detalles de diseño propios de las chaquetas de carreras y luce el logotipo de la empresa en el pecho, con un bordado de la marca en la espalda. Además, se incluyen chamarras tipo coach de lana con gráficos del Joker, chamarras varsity en la clásica combinación de negro y amarillo, y prendas de sherpa con gráficos vintage de Batman.



Kith ha trabajado en conjunto con otras marcas para crear artículos únicos dentro de esta colección. Por ejemplo, se han diseñado sillas de fibra de vidrio con impresiones completas en colaboración con Modernica, y una réplica personalizada del Batpod en asociación con The Noble Collection. Además, se han producido modelos a escala de el batimóvil de Batman en colaboración con Hot Wheels.



La experiencia

Para celebrar el lanzamiento, Kith organizó proyecciones especiales de ocho películas icónicas de Batman, incluyendo "Batman" (1989), "Batman Returns" y "The Dark Knight", en ciudades como Nueva York y Miami. Estas proyecciones ofrecieron a los asistentes acceso anticipado a la colección antes de su lanzamiento global el 22 de noviembre de 2024.



Para coleccionistas

La colaboración también ofreció una serie de cartas graduadas por PSA en las cuales se pueden ver los posters de las diferentes películas del mejor detective del mundo.



La colección Batman x Kith está disponible en tiendas Kith y en su sitio web oficial.

Esta colaboración celebra el legado de Batman y de igual forma destaca la capacidad de Kith para reinterpretar elementos clásicos de la cultura pop a través de una perspectiva contemporánea y de moda urbana.

JW STYLES

**JW ANDERSON
PLEASING**

moda, arte y personalidad

La industria de la moda vive un momento emocionante con la reciente colaboración entre Pleasing, la marca de estilo de vida de Harry Styles, y JW Anderson, la firma del diseñador británico Jonathan Anderson. Este proyecto conjunto, es una celebración de creatividad, amistad y un enfoque único hacia el diseño que combina lo atrevido y lo sofisticado.

La colaboración presenta una serie de prendas y accesorios que capturan la esencia de ambos creadores. En el corazón de esta colección cápsula encontramos un enfoque en los globos, un motivo que aparece en varias piezas, como suéteres, camisetas y sudaderas.



UNA AMISTAD DE MUNDOS CREATIVOS

La colaboración no es casualidad, sino el resultado de años de respeto mutuo y de una amistad creativa. Jonathan Anderson ya había demostrado su habilidad para combinar lo artesanal con lo contemporáneo, mientras que Harry Styles ha consolidado su reputación como un ícono de estilo gracias a su enfoque audaz y sin restricciones hacia la moda.

No es la primera vez que esta relación creativa da frutos, ya que en 2020 Anderson diseñó el famoso suéter de patchwork que utilizó en uno de sus conciertos; el suéter se viralizó en redes sociales hasta el punto de la gente querer crear el suyo propio.

Lo que hace especial a esta colaboración es cómo combina las sensibilidades únicas de Pleasing y JW Anderson. Mientras Pleasing representa la búsqueda de la belleza a través de detalles minimalistas y experimentales, JW Anderson aporta su enfoque artesanal y su visión irreverente de la moda.

El resultado es una colección que no solo es visualmente atractiva, sino también significativa. Cada prenda cuenta una historia y refleja un espíritu de libertad y diversión que trasciende las barreras de género y estilo.

Con esta colaboración, Harry Styles y Jonathan Anderson nos muestran que la moda puede ser más que ropa: puede ser una expresión de identidad, amistad y creatividad sin límites.



Las colaboraciones estratégicas pueden definir el curso de una marca, SKIMS, la empresa fundada por Kim Kardashian, ha demostrado ser una pionera. En el último mes, la marca ha deslumbrado con asociaciones que destacan su versatilidad y capacidad para adaptarse a diversos segmentos del mercado, colaborando con nombres de alto prestigio como Swarovski, Dolce & Gabbana y The North Face.



DOLCE & GABBANA
SKIMS



Brillo absoluto con Swarovski

La alianza entre SKIMS y Swarovski llevó el lujo discreto de la marca de shapewear a un nivel completamente nuevo. En esta colaboración, las piezas icónicas de SKIMS fueron adornadas con los reconocidos cristales Swarovski, transformando prendas funcionales en auténticas joyas de alta costura. Desde bodysuits hasta tops, cada pieza fue diseñada para fusionar elegancia y comodidad.

El resultado no solo celebró la feminidad en su máxima expresión, sino que también posicionó a SKIMS en un mercado más exclusivo, atrayendo a una clientela que busca destacar con detalles brillantes y sofisticados.

Un guiño a la alta costura con Dolce & Gabbana

El encuentro entre SKIMS y Dolce & Gabbana fue una declaración de amor a la moda italiana. En esta colaboración, se combinó el diseño minimalista y práctico de SKIMS con el dramatismo y la pasión por los detalles característicos de la casa italiana.

Las piezas, presentadas en una paleta monocromática que recuerda el glamour siciliano, incluyeron corsés, bodys y conjuntos que mezclaron la funcionalidad del shapewear con la opulencia de los encajes y brocados de Dolce & Gabbana. Esta colaboración no solo rindió homenaje al estilo clásico, sino que también mostró cómo SKIMS puede ser versátil y jugar en el mundo de la alta costura.

Funcionalidad y estilo con The North Face

Quizás la colaboración más inesperada, pero igual de impactante, fue con The North Face, un gigante del outdoor. Esta alianza presentó una colección que combinó el ADN técnico y funcional de The North Face con la estética minimalista y moderna de SKIMS. Prendas como chaquetas acolchadas, leggings térmicos y conjuntos de ropa para el invierno destacaron en esta línea, que fue diseñada tanto para la aventura como para el estilo urbano. La colaboración logró captar la atención de consumidores que buscan ropa cómoda, funcional y elegante para los meses fríos.

TRAVIS SCOTT



UN SANTUARIO VANGUARDISTA

Travis Scott unió fuerzas con el diseñador Rick Owens para dar vida al "Tech Glade", un espacio modular y portátil concebido como su refugio personal durante la gira Utopia—Circus Maximus. Este concepto, que reimagina el "Glade" original creado por Owens en 2019, fusiona una estética vanguardista con una funcionalidad práctica, ofreciendo a Scott un entorno ideal para grabar, descansar y socializar entre actuaciones.



RICK OWENS



El "Tech Glade" se compone de módulos de asientos ajustables, revestidos con mantas de lana francesa, que se integran bajo un dosel con iluminación suave, creando un ambiente cálido y versátil. También cuenta con un estudio de grabación diseñado por el productor francés Damien Quintard, lo que permite a Scott continuar trabajando en su música mientras se encuentra de gira.

J
A
C
K
+
U
S

Tras finalizar la gira en octubre de 2024, se anunció que el "Tech Glade" sería exhibido en una muestra de Rick Owens Furniture en la galería Salon 94 de Nueva York en enero de 2025. Esta exposición presentará varias obras de Rick Owens en nuevos materiales, incluyendo una versión similar del "Tech Glade" con componentes audiovisuales.

Ralph Lauren Polo Bear



"The best dressed bear in the world"

Cuando pensamos en símbolos perdurables de la moda, pocos son tan entrañables y sofisticados como el oso de Ralph Lauren. Desde su nacimiento como un curioso accesorio hasta convertirse en un emblema cultural y un ícono de estilo, el osito de Ralph Lauren ha marcado su lugar en la historia de la moda y ha trascendido generaciones. Su evolución a lo largo de los años y su constante innovación lo han convertido en una pieza clave dentro del universo de la marca.

El oso nació cuando Ralph Lauren fue obsequiado con un osito de peluche Richard Steiff, vestido con un conjunto inspirado en las colecciones de Ralph Lauren. Este gesto lo impresionó tanto que decidió producir una versión limitada para los clientes, lo que marcó el debut del oso como "Preppy Bear". Estos primeros 200 osos se vendieron rápidamente, allanando el camino para su integración en la marca.





Un ícono que evoluciona

A lo largo de tres décadas, el oso de Ralph Lauren ha pasado por múltiples iteraciones que reflejan las tendencias de cada época y los valores de la marca.

Esta versatilidad ha permitido que el oso no solo se mantenga relevante, sino que evolucione como un puente entre generaciones y un referente de estilo que combina nostalgia y modernidad.

En los últimos años, Ralph Lauren ha llevado al oso a otro nivel, integrándolo en campañas digitales e interactivas que han capturado la imaginación del público global. Un ejemplo destacado es su aparición **digital y animada en las fachadas de tiendas Ralph Lauren** alrededor del mundo, como en Nueva York, París y Tokio. A través de tecnología de realidad aumentada, el oso interactúa con los transeúntes, saludándolos, posando y hasta tomándose selfies virtuales.

Además, la campaña del **oso tomando café en un tren** mostró una narrativa cálida y visualmente atractiva que conectó emocionalmente con los consumidores. En estos videos, el oso es presentado como un personaje que disfruta de momentos simples pero elegantes, como leer el periódico o mirar por la ventana mientras el tren avanza. Este enfoque humanizado y cinematográfico ha reforzado la conexión emocional de la marca con sus seguidores.

El oso de Ralph Lauren ha trascendido su origen como un simple motivo decorativo para convertirse en un símbolo de estilo aspiracional. Ha sido adoptado por comunidades de moda y subculturas alrededor del mundo, especialmente dentro del movimiento streetwear, donde se ha reinterpretado en looks más urbanos y contemporáneos.

Artistas, celebridades y diseñadores han rendido homenaje al oso, desde raperos que lo incluyen en sus looks hasta influencers que lo presentan como una pieza esencial en sus colecciones. Su presencia constante en desfiles y editoriales demuestra su influencia perdurable y su capacidad para reinventarse.



COACHELLA VALLEY MUSIC AND ARTS FESTIVAL

►
EL FESTIVAL DE MÚSICA Y ARTES DE COACHELLA VALLEY HA REVELADO SU ALINEACIÓN PARA 2025, DESTACANDO A LADY GAGA, GREEN DAY Y POST MALONE COMO HEADLINERS. ADEMÁS, TRAVIS SCOTT PARTICIPARÁ CON UNA PROPUESTA ESPECIAL DENOMINADA 'DISEÑO DEL DESIERTO'.





El festival también contará con un abanico de artistas que abarcan géneros diversos, desde Megan Thee Stallion, Zedd y Missy Elliott hasta Kraftwerk, Clairo y Anitta.

En el ámbito electrónico y alternativo, destacan nombres como Above & Beyond, Amelie Lens, Boris Brejcha y Japanese Breakfast.

La alineación también incluye actos inesperados y emocionantes como Gustavo Dudamel con la Filarmónica de Los Ángeles, el regreso de The Misfits, y colaboraciones como la de Mind Against x Massano. Para los amantes del hip hop, artistas como T-Pain y Shoreline Mafia también estarán presentes, junto a talentos emergentes y establecidos en otros géneros, como Rema y beabadoobee.

LAS ÚLTIMAS COLECCIONES



CPFM X UNIQLO X BOB ESPONJA

La colaboración entre Cactus Plant Flea Market (CPFM), Uniqlo, y el amado personaje Bob Esponja es un ejemplo perfecto de cómo el streetwear y la moda accesible pueden celebrar la cultura pop con un enfoque creativo e innovador.

Este proyecto reúne a tres gigantes de diferentes mundos: la visión artística de CPFM, la funcionalidad de Uniqlo y la alegría atemporal de Bob Esponja. El resultado es una colección única que mezcla estilo, nostalgia y humor.

La esencia de la colaboración

Esta colección cápsula combina la creatividad juguetona de CPFM con la estética funcional y accesible de Uniqlo. Bob Esponja, uno de los personajes más queridos de la televisión, es el centro de atención, apareciendo en diseños llenos de color, texturas y frases divertidas que capturan la esencia despreocupada del personaje.

CPFM, conocido por su enfoque experimental en el diseño, imprime su estilo único en cada pieza, con gráficos oversize y una mezcla de materiales que transforman prendas básicas en verdaderos objetos de deseo. Uniqlo, por su parte, aporta su expertise en calidad y precios accesibles, asegurando que esta colaboración sea inclusiva y al alcance de todos.



LAS ÚLTIMAS COLECCIONES

MARGIELA

PRE-FALL 2025

MM⑥[®]
Maison Margiela
PARIS



La colección Pre-Fall 2025 de MM6 Maison Margiela marca un retorno a las raíces de la casa, reinterpretando siluetas clásicas con un enfoque contemporáneo. Destacan los hombros estructurados en abrigos de lana blanca y chaquetas de cuero oversize, evocando la estética de los años 80. La paleta cromática se centra en tonos neutros, mientras que las texturas juegan con contrastes entre materiales satinados y acabados envejecidos.

ERODE

Edición N°3
Noviembre 2024

Moda y Estilo

MM6

Regresando a las raíces



COACHELLA

Un viaje con las
estrellas



BMW Y KITH

El arte de la
colaboración perfecta.