

A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD UNA RIVISTA CHE PARLA DEL RESTO DEL MONDO

COLORS

LUST

LUSSURIA

COLORS 64 LUST | LUSSURIA

COLORS 64 SPRING | PRIMAVERA 2005



POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN ABB. POST. - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27.02.2004, N° 46) ART. 1, COMMA 1, DCB MILANO

Australia \$13.20A Belgique €6 Canada \$9.95CA Ceska Republika 320CZK Danmark 52DKK Deutschland €6,60 España €6 France €6,90 Italia €4,90 Luxembourg €6 Malta 2,56LM Nederland €6,70 Österreich €7,99 Portugal Cont.€6 Schweiz 9,50CHF Sverige 56SEK UK £3.99 USA \$7.95us Xianggang 80HK\$ MADE IN ITALY

COLORS: LUSSURIA

Numero 64, Primavera 2005

Sesso, potere, cibo, soldi, sapere, territorio, sangue, fama, vendetta, pace e tranquillità. non c'è quasi nessuno su questo pianeta che non provi un desiderio irrefrenabile per qualcosa. Scopri cosa e perché sul numero di Colors primavera 2005.

In sintonia con l'arrivo della primavera, COLORS presenta un numero dedicato alla LUSSURIA. Ovviamente, non si parla solo di sesso... Questo è COLORS. Come di consueto, abbiamo sguinzagliato i nostri reporter a caccia di ogni forma di desiderio dirompente ed eccessivo, per scoprire quando la voglia si trasforma in mania.

In esclusiva per COLORS, il fotoreporter Stephen Ferry ci porta sulla costa settentrionale della Colombia dove i locali si sollazzano con un genere particolarmente cruento di corrida. Niente tori drogati né maltrattati da queste parti, ma solo dei dilettanti scapestrati che decidono deliberatamente di rischiare la morte per il gusto del brivido o per guadagnarsi i loro dieci minuti (o anche meno) di celebrità.

Per la prima volta, un locale di Los Angeles molto particolare – in cui il principale svago è il sesso – ha aperto le sue porte agli inviati di COLORS. Qui, nell'intimità di questo perimetro protetto, le coppie in cerca di avventure possono incontrarsi, socializzare, flirtare e spassarsela. Le macchine fotografiche sono vietate in questo club dove regna la massima discrezione. Così la nostra squadra investigativa ha pensato di tracciare un *quadro* pittoresco e molto dettagliato della situazione.

Il fotografo Hector Mediavilla Sabaté ha dedicato gli ultimi due anni della sua vita in Europa e nella Repubblica Democratica del Congo a fotografare gli irriducibili devoti della controversa star del pop Papa Wemba: il vero oggetto di culto per i *sapeur* non è tanto la musica del loro idolo quanto la sua inconfondibile eleganza.

Ma non sarebbe stato un numero sulla lussuria se non avessimo incluso il desiderio folle di conquistare il potere politico. In Turkmenistan il presidente Saparmurat Niyazov sta cercando di assicurarsi l'onnipotenza divina. Ha ribattezzato i mesi in onore suo e della sua famiglia e ha scritto il suo *manifesto* religioso.

COLORS Lussuria ha tracciato una mappa degli appetiti mondiali, intervistato un famoso playboy e un gruppetto di prostitute d'annata, ha indagato sulla bestialità del desiderio e sulle innumerevoli manie dei collezionisti, si è soffermato sull'infedeltà, si è armato di un metro per cercare di misurare i concorrenti della gara all'edificio-più-alto-del-mondo e ha condotto una ricerca sul ruolo che svolge (o non svolge) la lussuria nella castità.

Ma la lussuria è un argomento molto soggettivo. Per questo ci piacerebbe sapere cosa c'è dietro ai pensieri e agli sguardi dei lettori di COLORS. Così abbiamo deciso di lanciare il primo concorso fotografico COLORS online della storia – “Che aspetto ha la lussuria?” – con due categorie, Foto artistiche e Reportage. Le foto dei vincitori saranno pubblicate sul sito web di COLORS, in contemporanea con il lancio di questo numero negli USA, verso fine maggio. Faranno parte della nostra giuria la redazione di COLORS e una serie di ospiti esclusivi, come Anna Lopriore di Trolley

Books, Bennett Simpson vice conservatore dell'Istituto di Arte Contemporanea di Boston, e molti altri ancora.

Scarica il file PDF per vedere la copertina e il comunicato.

Per ulteriori informazioni e contatti:

www.colors magazine.com

Elisabetta Prando

+39 0422 516201

eprando@fabrica.it