



## SEMANA ROSA

JOSEP SANDOVAL

La sorpresa del calendario Pirelli que se presentó en Londres la pasada semana, más allá de la maravillosa **Sofía Loren**, fue comprobar cómo ninguna de sus páginas lleva cifra alguna. Es decir, están las fotos, espléndidas, y apenas, en casi desmayo, al lado del nombre de las modelos (**Penélope Cruz, Naomi Watts, Hilary Swank y Lou Doillon**), aparece el mes. Pero nada más. Ni una sola fecha, como si Pirelli, en un regalo prenavideño, haya decidido anular el tiempo para concentrar la vida en esas imágenes sugerivas, en las que el doble reposo del guerrero (la cama, la mujer), reina sobre cualquier otra apreciación. Y la idea es seductora.

No piensen mal, la seducción es simplemente sensorial. No hay nada mejor que dejar que la vida fluya sin control en este mundo donde nadie es ya libre para nada. Estamos sometidos a reglas que pueden parecer absurdas, cuando son modos de conducta en pos de una civilización donde todo está bajo control... menos las cosas que no son controlables. Veamos.

A través de nuestros impuestos -con los que pagamos los gastos usufructuales de patria y país (siendo igual no es lo mismo)-, saben lo que ganamos y lo que gastamos. Bueno, a veces se les escapan inversiones y pendios de gran cuantía, como los asuntos de **Pantoja, Muñoz, Zaldívar** y compañía. Pero parece que eso sólo importa a los cronistas en rosa. Con nuestras tarjetas de crédito saben nuestros movimientos consumistas. Usamos casco cuando viajamos en moto y cinturón en coche, todo por nuestra seguridad. Ahorramos gastos (y tiempo) al municipio reciclando la basura, aunque luego no esté penado que las revistas del corazón publiquen lo que echamos en nuestros cubos. Si además tenemos en cuenta que nuestros saldos, hipotecas y préstamos, embargos, deudas y otros movimientos bancarios pueden ser exhibidos a la opinión pública sin que nadie lo evite, nos hallamos ante un control que sólo sirve para encerrarnos en nuestro entorno. Vamos, como si **Mercedes Milá** llevara más allá de los límites la celda de oro de Guadalix de la

## Sin fecha en el calendario

**Pirelli lanza la moda y elimina los días; Lavazza los reduce al mínimo; Antonia Gómez se apunta a la moda, y Esteve Rabat nos trae a Richard Mille**

Sierra donde sus presos voluntarios exponen su momento existencial en pos de ganar un dinero suculento del que, supongo que lo saben, Hacienda se les llevará la mitad.

Que ese es otro problema, u otra trampa según se mire. Ganar un coche de superciliindrada en un concurso, cuando se dispone de un sueldo base, no saben el lío que representa para el afortunado. Que salta de una renta escuálida a una muy superior, con lo que se dispara el chip que alerta del salto de condición de un año a otro. Luego viene el gasto. ¿Cómo soportar el consumo, seguro, manutención, etcétera del vehículo cuando cuesta llegar a fin de mes? Pues eso.

Por tal motivo, la idea de Pirelli de no imponernos fecha te da un cierto aire de libertad, condicionada, pero de libertad por encima de todo. Así, miramos a **Sofía**, o a **Pe, Naomi, Hilary o Lou** y soñamos en el día que queremos, no el que toque, aunque realmente sea ese día y no otro.

La idea, aunque es arriesgada, rompedora y sobre todo nueva, no es más que la consecuencia de la minimalización de todo texto que se precie. Y que tiene en las tarjetas de visita su mejor modelo y ejemplo. ¿Alguien puede descifrar, a la primera y sin gafas, la colección de hormiguitas que en línea recta y en forma de letras aparecen en esos cartoncitos donde se supone que está escrito nombre, car-

go, empresa, dirección y teléfono de alguien? No sean trampagos y háganlo sin gafas.

A tenor de esta reducción gráfica en pos de la imagen, otro cuenta días, el fantástico calendario de Lavazza -una magistral creación de **Eugenio Recuenco** sobre falsas heroínas de cómic en versión nocturna-, ya juega al acierto la fecha, si puede. Son fotos estupendas, a cuyo pie apenas se vislumbran días y meses. Pero da igual, el efecto es el mismo: la imaginación se pierde en los estragos que pudieran acontecer si en cualquiera de las noches donde reinan estas bellezas un tropiezo inesperado nos cruzase en su camino.

En esa misma tesitura tenemos el calendario privado más original que además puede localizarse en internet. Lo ha llevado a cabo, en forma y fondo, una mujer singular, **Antonia Gómez** ([www.antoniacomez.com](http://www.antoniacomez.com)), que un buen día decidió contar y explicar, a su manera, esa manera de pasar la vida. También en esta ocasión los números posan imperceptibles, porque ella, la mujer, es lo que cuenta. Arropada por **Gaultier, Cavalli, Gucci, Dsquared, Versace** y otras primeras marcas (algunas muy provocadoras o provocativas, según se lea), como La Perla y demás lencerías finas, posa con una soltura inusitada. Libre, feliz, ante la mirada contemplativa de su esposo, afamado arquitecto que re-

siste en Alicante, y la sorpresa de sus tres hijos, más que orgullosos de que su madre sea tan cañera, aunque con ellos muestre una rigidez que parece que los tenga en el mismo internado que acoge a **Harry Potter**.

**Antonia** cuenta los días y se viste (o se desviste), según la celebración del mes. Celosa de su edición para el 2007, nos ha dejado reproducir el mes de diciembre de este año, donde, cosa rara, una modesta producción sirve para felicitar las fiestas. A esta mamá Noel, sexy, sofisticada, atrevida y aguerrida le gusta vivir y compartir esa vida. Gracias por hacernos partícipes de este modo de contarla.

También para saber en qué día vivimos tenemos otro tipo de calendario. Lo han hecho los bomberos de Barcelona y se puede encontrar por ejemplo en el Dacksy, el bar que probamos siguiendo las recomendaciones de la colega **Margarita Puig**, que lo sugería en su habitual sección. Un par de Negronis, impecables e implacables, sirvió de preludio a esa muestra de forzados que posan casi al natural con el fin de recaudar fondos para asistir a los Juegos Olímpicos de su especialidad que se celebrarán en Australia. Dado que no tienen subvención, se quitaron la ropa y se dejaron fotografiar. Luego lo editaron en blanco y negro y lo han puesto a la venta al precio de 10 euros. Sólo hay un problema: ante cualquier incendio, no vale pedirle los profesionales de un determinado semestre. Que las cosas no funcionan así.

Esta semana hemos tenido también la presentación de otro contador del tiempo. Lo trajeron **Esteve Rabat**, su esposa **Cuca** (guapa donde las haya) y su hijo **Jordi**. Citaron a sus clientes en El Palauet, lugar por donde el tiempo ha recuperado raíces, y presentaron en sociedad a **Richard Mille**, que es lo más a la hora de la hora exacta en el diseño más deseado. La cena fue de Semón, y sirvió de soporte cuando se vieron los precios de las joyas: 483.000 euros del modelo Turbillon, y 300.000 para los de serie, de edición limitada RM02. Con esa joya en la muñeca, lo que fastidia es que el tiempo huya, como suele suceder. •



Sofía Loren, estrella para Pirelli de meses donde no hay días; 'Doktorin Sparky', chica Lavazza creada por Eugenio Recuenco



Un diciembre original en el calendario de Antonia Gómez. Al lado, Esteve y Cuca Rabat en la presentación de los relojes Richard Mille



EUGENIO RECUENCO

LA MARCA ITALIANA ELIGE POR PRIMERA VEZ A UN FOTÓGRAFO ESPAÑOL

## Eugenio Recuenco llena de heroínas de cómic el calendario Lavazza 2007

Superheroínas y tacitas de café. Son los dos elementos que ha colocado **Eugenio Recuenco** en una ciudad fantástica para su último trabajo: el prestigioso calendario Lavazza 2007 (arriba, una imagen). Esta marca italiana de café elige a un fotógrafo de renombre cada año y para el próximo han contado, por primera vez, con la colaboración de un artista español. «Cuando me propusieron el calendario me pellizqué y me pregunté si no estaba soñando», dijo **Recuenco**.

Si en ocasiones anteriores fotógrafos como **Thierry Le Gouès** y **Erwin Olaf** habían recreado universos imaginarios inspirados en el mundo del circo o el espacio, **Recuenco** se ha sumergido en una ciudad sin ley al estilo de los cómics americanos de los 40. Dicen que el fotógrafo madrileño, de 38 años, ha heredado el alma de los grandes maestros de la pintura clásica española y que ese es uno de los motivos por el que lo han elegido. «Hemos apostado por él porque sentimos la necesidad de sorprender. Y **Recuenco** sorprende», di-

jo la directora de imagen de la marca, **Francesca Lavazza**.

El jueves por la noche, las cava Codorniu -en Sant Sadurní d'Anoia- acogieron la presentación internacional del calendario en una noche en la que **Recuenco** y la cena de **Ferran Adrià**, que estuvo en la fiesta, fueron los protagonistas absolutos. Con este trabajo, el prestigio del fotógrafo español aumenta y su relación con el café se intensifica: «Con el café tengo la misma relación que con el sexo: por la mañana... y después de comer», bromeó. M. PARRÉNO



ICEGIRL.  
PROTAGONIZADA  
POR LA MODELO  
KRISTYNA  
DOKOUPILOVA.



## superheroínas

El calendario Lavazza 2007 homenajea a las mujeres poderosas

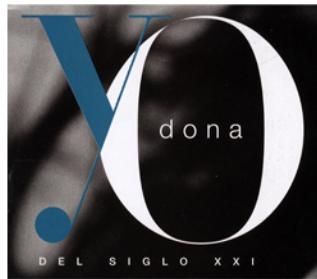
Son ocho mujeres con poderes sobrenaturales que utilizan el café como poción mágica. Ellas conforman el calendario Lavazza 2007, realizado por el fotógrafo Eugenio Recuenco y ambientado en una ciudad fantástica donde el caos ha dejado paso a la ley y la justicia. Visita la página [www.lavazza07.com](http://www.lavazza07.com).

# diario vogue

Proyectos innovadores,  
acciones benéficas, tiendas  
imprescindibles... ¡No podrás parar!

LA TOP MODEL  
DANESA MAY  
ANDERSEN ES  
PUSSYCAT.





INFO FOTO

## LOS MESES EN LA CIUDAD IMAGINARIA

EUGENIO RECUENCO HOMENAJEA EL MUNDO DEL CÓMIC EN EL CALENDARIO LAVAZZA 2007.

Lady Black, Ice Girl, Pussycat o Velocity Jane serán algunas de las superheroínas de 2007, según el calendario Lavazza. Desde 1993 la firma de café italiana ha encargado a fotógrafos de gran prestigio, como Helmut Newton, Jean-Baptiste Mondino, David LaChapelle o Ellen Von Unwerth, la tarea de dotar de imágenes su almanaque. Ahora le toca al español Eugenio Recuenco, colaborador de YO DONA. Él se ha inspirado en personajes del mundo del cómic recorriendo una ciudad imaginaria. POR CHARO MORA





09  
TENDENCIA ENCUENTROS

## Heroínas de calendario

El nuevo calendario Lavazza está ambientado en una urbe fantástica donde el caos ha dejado paso a la ley. Por ella se pasean varias heroínas de cómic, poderosas e inalcanzables, pero con un punto débil en común: el humeante aroma del *espresso*. Ocho imágenes captadas por el objetivo de Eugenio Recuenco. Visitar esta *ciudad*, inspirada en un lienzo de Edward Hopper, pretende ser una experiencia inolvidable para los amantes del café. Búscalo en [www.lavazza2007.com](http://www.lavazza2007.com)

POR CRISTINA ROS Y OLGA BOLUDA



CALENDARIO LAVAZZA 2007, EUGENIO RECUENCC



## Junto o revuelto

Tandem, de la marca italiana de cafés para *gourmets* Lavazza, propone acompañar su *espresso* o *capuccino* con una *mousse* de chocolate o avellana. Se presenta en una taza diseñada y patentada por la firma que permite degustarlo mezclado o por separado. Este lanzamiento coincide con la presentación del calendario Lavazza 2007. El fotógrafo es el español Eugenio Recuenco.

Por **Álvaro Castro**

## Café y heroínas de papel

MUJERES DEL FUTURO PROTAGONIZAN EL CALENDARIO LAVAZZA 2007  
‘THE MOST INCREDIBLE ESPRESSO EXPERIENCE’

Hay una ciudad fantástica donde la ley y la justicia desarmaron el imperio del caos y el desorden. Ese lugar se construye en la secuencia de páginas que forma el calendario Lavazza 2007 'The most incredible espresso experience'. Imágenes ambientadas en una ciudad sin ley que podrían haber nacido de un lienzo de Edgard Hopper pero con un estilo de cómic americano de los años 50 que rompe con la obra del artista. Son imágenes del fotógrafo español Eugenio Recuenco y la colaboración de la agencia italiana Armando Testa y

Germán Silva, al frente del departamento creativo.

Misteriosas mujeres con super poderes han llegado a la 'ciudad espresso' para restablecer la ley y el orden. Mujeres e historias con la energía que se deriva del aroma del café. Intriga y seducción en la edición número 15 del calendario, en el que se muestran, entre metáforas y paralelismos, las obligaciones a las que están sometidas las mujeres actuales, jugando varios papeles a la vez, sin dejar de mostrar una actitud infatigable.

