

Jean-Paul Goude: l'art al servei de les multinacionals

Va nàixer a Saint-Mandé, ben a prop de París, de mare americana i de pare francès. Després dels estudis secundaris inacabats, entra a estudiar als Arts Déco, una mena d'Escola d'Arts i Oficis francesa, allà treballa i es revela en ell un gran talent per al disseny, alhora que consagra molt de temps als films musicals americans, que són la seua gran passió.

El 1964 li proposen la seua primera oportunitat: un mural per als grans magatzems francesos Printemps. «Crec que he cridat l'atenció perquè he dibuixat la imatge d'allò que és la meua generació», digué en aquella època.

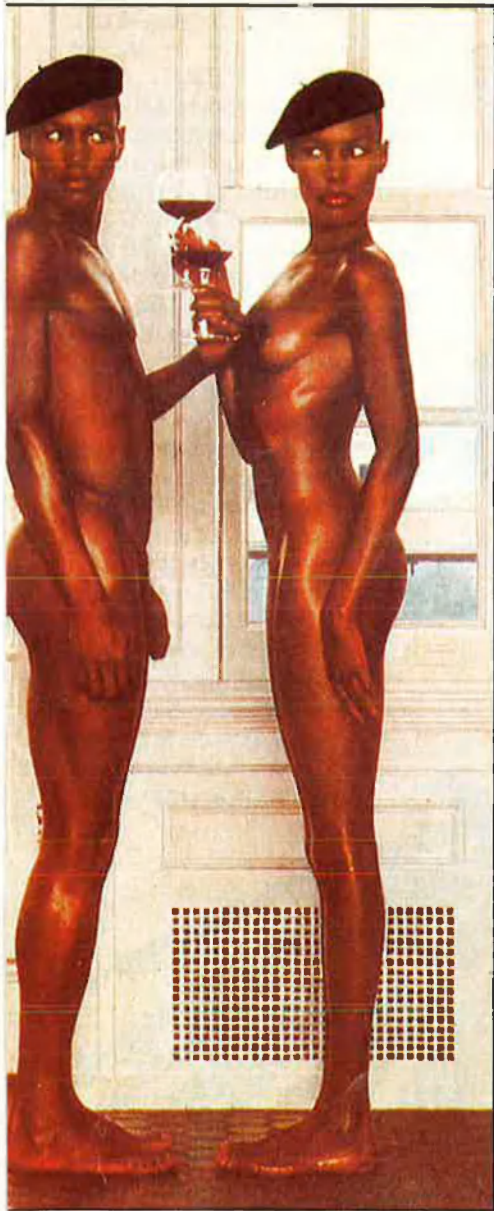
El 1968, topa a París amb Harold Hayes, l'home que havia fet d'*Esquire* la gran revista del moment amb una fórmula que combinava la imatge i l'escriptura. Dos anys més tard, Goude ja és director artístic d'*Esquire* i s'instal·la a Nova York. Llança la idea de la *French Correction*: amb tots els mitjans tècnics de què dispose (costura, pròtesi, cirurgia estètica...), el creador pot i ha d'intentar fer més bella la imatge humana. El 1976, abandona *Esquire* contra la voluntat i les lamentacions de Hayes.

El 1978, coneix Grace Jones, esdevé el seu mànager i sobretot director artístic. Per a ella, modela un personatge completament original, seguint la seua idea de la *French Correction*. Esbossa i estilitza els seus trets físics, dissenya el seu vestuari, supervisa la co-

reografia dels *shows*, dibuixa les portades dels discos...

Després d'uns debuts discrets en una sala de Sicília, l'espectacle fa gira per Europa i després als Estats Units d'Amèrica. La gira va concretant-se en un èxit creixent. És l'espectacle *One Man Show* estrenat a Londres i dut després al cinema. Encara recordem la coberta del disc *Nightclubbing* o *Warm Leatherette* de Grace Jones, amb les quals Goude va convertir l'original cantant en la primera artista negra de la *New-wave*. La imatge, en els temps que corren, és cada vegada més important per a les estrelles de la música moderna, i Goude n'ha creat una de definitiva per a la Grace. Era l'època en què Goude es definia com «marieta heterosexual» i flirtejava amb els gurús del Pop-Art americà, d'on li ve l'amistat amb Andy





Imatges creades pel dissenyador francès per al llançament de la cantant Grace Jones.

Warhol. Fascinat per les negres, precisament una amiga seua de pell obscura li digué en certa ocasió: «You know, you got jungle fever». I la frase se li va quedar tan gravada que va titular el seu primer llibre així, *Jungle Fever*. Però la confrontació de les personalitats d'aquests dos artistes, Grace i Goude, era massa forta. Jean-Paul Goude s'evadeix una temporada i es dedica a redactar el seu llibre *Jungle Fever 1983*, llibre de culte per als apassionats de la imatge contemporània, pràcticament introbable ja fa temps.

El 1983, comença el període publicitari de Jean-Paul Goude. La seua recerca es proveeix de microcosmos avantguardistes parisencs, londinencs o novaïorquesos i és reconegut pel gran públic a les pantalles de televisió d'Europa, Àsia i Amèrica. A través dels films publicitaris i videoclips realitzats per a Lee Cooper (¿qui no ha vist uns pantalons vaquers d'aquells cridant per telèfon en una cabina?); Orangina, el refresc francès llançat a Nord-amèrica, Kodak, Citroën, Crédit Lyonnais, RATP, EDF, Reebok, Dim i per altres grans firmes, imposa el seu estil, mig *verité* mig màgia proveïda per la vida moderna quotidiana. Goude dona una nova dimensió a la publicitat filmada i eleva el gènere a un nivell completament artístic. Per això ha rebut nombrosos premis i guardons —el «Minerva» de publicitat i el «Lion» en diverses ocasions— i ja s'ha realitzat una exposició sobre el total dels seus treballs al museu Cantini de Marsella, abans i tot que el seu col·lega Andy Warhol tingués muntada la seua.

L'últim atreviment de Jean-Paul

Goude ha estat l'espectacle coreogràfic que li va encomanar el seu amic François Mitterrand per a tancar la celebració de la festa nacional francesa del 14 de juliol, que enguany coincidia amb el Bicentenari de la Revolució Francesa. Ja el 1985 li havia encarregat el protocol de la cerimònia d'investidura de la Presidència francesa, una mena d'entronització del president francès en la qual Mitterrand oferí la rosa roja del símbol socialista a la tomba de l'heroi de la resistència francesa, Jean Moulin.

Ni desfilada ni carnaval sinó tot el contrari, *La Marseillaise du Bicentenaire* és un espectacle visual, una pel·lícula en directe, de la qual la productora Téliema ha fet un llarg-metratge per a comercialitzar i abans de celebrar-se, el 14 de juliol, dels drets de venda a televisions ja s'havia pagat 1/3 dels 89,5 milions de francs (1.800 milions de pessetes) que ha costat el muntatge.

Els Champs Elysée feren pensar en els estudis de Hollywood o en les més grans manifestacions que mai s'hagen vist, en la glòria del realisme soviètic, en les festes tribals africanes, en els dies de deliri colonitzador anglès a l'Índia, o en el frenesí de la monumentalitat racial i cultural americana.

Realitzador, coreògraf, director d'orquestra, creador simplement d'aquesta aventura: Jean-Paul Goude, pioner d'imatges i artesà d'idees noves, es llança a posar en escena *La Marseillaise* en el més audaç desafiament, i ho explicava d'aquesta manera: «D'adolescent, el més gran desig meu era dominar l'espai de teatre dels Champs Elysées. Ara me'ls ofereixen. ¿Per què dubtar?»



Infant de la generació Pub (recorrem a finals dels seixanta els primers *pubs* de València, Capsa, Turat, La Jungla...), Jean-Paul Goude pot semblar també una *ratatouille* mundial, barrejant el típic amb el modern, l'eclèctic amb l'estètic. En realitat cada un dels següents ha estat minuciosament concebut i preparat com un pla-seqüència d'un llarg film titulat *La Marseillaise*. Un film en directe que produeix la societat Téléma, a la qual devem films com ara *Mortelle Randonnée* (Passeig Mortal) de Claude Miller o *La vie est un long fleuve...* d'Etienne Chatiliez.

«Jean-Paul Goude és un formidable home de la imatge i de l'espectacle —confia Christian Dupavillon, encarregat de transmetre a Goude la proposta de Mitterrand— el gran organitzador de les festes poc ordinàries de l'estat des de la investidura de Mitterrand al Panthéon fins a la Festa de la música, i de seguida vam pensar en ell». Carta blanca total i només dues condicions: la participació de Jessye Norman per cantar La Marsellesa i la presència de les províncies franceses. Amb aquest encàrrec Goude digué que preparava una «Òpera-ballet, el més bell homenatge que es puga fer a les tribus planetàries».

6.000 participants; 1.000 estrangers i 1.000 soldats de l'armada francesa. 2.500 músics arribats de tot França, 1.500 tambors, 700 cantants de cor, 800 actors, 30 carrosses equipades amb mitjans tècnics, 10 escenaris mòbils, 15 vestits gegants, 1 locomotora de 27 metres, 1 piràmide de tambors africans de 9 metres, 1 tambor xinès de 8 metres, 1 escala mòbil de 15 metres, 1 piràmi-



Disseny de Goude per a la festa del Bicentenari.

de de 800 m2 a la plaça de la Concorde, 1.500 banderes, 4.000 llanternes, 80 grups electrògens, 100 torres de 8 a 16 metres; tot sobre un escenari de 72.000 metres quadrats. Només vam trobar a faltar els animals que havia promès: 1.000 ovelles, elefants asiàtics, zebres africanes, bous espanyols... Potser els animals no s'ajustaven com els homes a la desfilada.

I per a coordinar tot això ha necessitat col·legues i amics d'anteriori oca-sions: el músic d'estudi Wally Badarou, que ha treballat amb el bo i millor, com ara Joe Cocker, Talking Heads i Mick Jagger; el mag dels ordinadors aplicats al so, Olivier Bloch-Lainé, mestre incontestat de la música publi-citària, que ha fet més de 300 films en

dos anys i mig i ha treballat amb Stevie Wonder o Peter Gabriel; Michel Hardy, inventor de la tècnica del *sampling*, aquests decodificadors que duen els músics per a imitar sons d'altres instruments; Marie Beltrami, que ha vestit els 8.000 participants amb roba dissenyada per Goude i feta per a l'ocasió; Gerard Sterin com operador en cap, i així fins a completar els 8.000 partici-pants.

Ja s'ha repetit massa, la postmoder-nitat és l'era del disseny. I aquest dissenyador és l'exemple d'artista total, música, pintura, decoració, cine, ar-quitectura, teatre, vídeo... al servei de les multinacionals que volen i saben vendre.

Francesc Collado Soler