

JEAN-PAUL GOUDE

**100 IMÁGENES
POR LA LIBERTAD DE PRENSA**



NUEVO ÁLBUM DE REPORTEROS SIN FRONTERAS

A la venta desde el 6 de noviembre de 2019

en más de 1.000 librerías (El Corte Inglés, FNAC, La Casa del Libro, La Central)
y 400 puntos de venta de prensa de toda España al precio de **9,90 €**

ÍNDICE



- 2
ÍNDICE

- 3
GOUDE POR GOUDE

- 4
FANS DE GOUDE

- 5
RETRATO
GOUDEGRAFÍA

- 6 - 10
IMÁGENES LIBRES DE DERECHOS

- 11
DOSIER ESPECIAL
MEDIOS DE COMUNICACIÓN: GANAR LA
CONFIANZA

- 12
NUESTRA ORGANIZACIÓN
CONTACTOS

GOUDE POR GOUDE



Raro. Popular. Exigente.

Dibujante, fotógrafo, director, cineasta, coreógrafo... El artista Jean-Paul Goude es un precursor, un manipulador de imágenes, un narrador de historias que inventó un estilo, un universo y una mitología personal. En 50 años de carrera, con su estilo gráfico y su narrativa única ha marcado poderosamente nuestra imaginación y nuestra visión. Pocos creadores han desarrollado una relación tan íntima con una audiencia tan grande a través de un trabajo tan exigente.

Jean-Paul Goude es uno de esos creadores.

Artesano del mestizaje.

Jean-Paul Goude juega permanentemente con distintos niveles de lectura. La elegancia ligera, divertida y poética de su obra incluye sin embargo temas profundos

En la entrevista que abre el album Goude reflexiona sobre las cuestiones que marcan su obra y la evolución de la crítica sobre ella.

"Siempre he estado del lado de los que defienden la mezcla y el mestizaje. Desde hace cincuenta años, sueño con el diálogo entre las culturas... Otros dan más importancia a la palabra origen que a la palabra cultura".

Desde los bocetos de sus inicios al desfile del bicentenario de la Revolución francesa en los Campos Elíseos, pasando por los spots publicitarios icónicos para Chanel, Perrier, Galeries Lafayette o Kodak, ¡el toque de Goude da en el blanco!

RSF rinde homenaje a Goude con este album dedicado a toda su carrera: Goude por Goude

FANS DE GOUDE



UN FILÓSOFO, UN PERIODISTA Y UN PUBLICISTA admiran sin reservas la obra de Goude:

Edgar Morin, filósofo y sociólogo, le considera un Pigmalion, y así ha titulado el retrato que traza sobre él: "Goudemalion":

"Las obras más impactantes de Goude nacen de la sacralización de sus musas que se convierten, bajo el efecto de su trabajo, en mitos. Goude transfigura a mujeres que también le transfiguran a él, irradian un aura fabulosa, son divinas"

Michel Guerrin, periodista del diario *Le Monde*, repasa en su entrevista su pasmosa carrera:

"Con 78 años, Jean-Paul Goude es uno de los creadores más importantes de la segunda mitad del siglo XX. Su doble preocupación no tiene precedentes: descubrir su tiempo, incluso anticiparlo, pero a través de imágenes de una gran fuerza gráfica, mezclando lo espectacular, la ironía y múltiples referencias culturales".

"Soy un artista-artesano que explora la ficción. Estoy absolutamente feliz en un estudio, como lo estaba cuando dibujaba en mi habitación, de niño, en Saint-Mandé. Soy un ilustrador que intenta vivir con su época. Por eso me sitúo entre dos campos: entre el reportaje y el arte ».
Jean-Paul Goude

George Lois, figura emblemática de la publicidad al otro lado del Atlántico, tan famoso por sus portadas en *Esquire* como por sus campañas publicitarias, fue quien inspiró al personaje de Don Drapper en la serie *Mad Men*.

"Lo he escrito a menudo, la obra de Jean-Paul Goude juega con la realidad. Excede nuestras expectativas y siempre nos sorprende"

GOUDE POR SOLEDAD

"A Jean-Paul Goude le gusta exagerar, retorcer y sublimar las formas. Está lleno de ideas. Empieza dibujando, luego corta sus fotos, alarga un cuello, unas piernas, una boca. Nada le detiene. Nos quedamos esperando el nuevo anuncio, la última foto de Goude, dispuestos a ser subyugados, a reírnos. Cada imagen es una historia"

GOUDEGRAFÍA

Jean-Paul Goude cultiva desde la infancia su pasión por el cuerpo y su amor por la forma. Nacido en Saint-Mandé en 1940, de madre estadounidense y padre francés, comenzó su carrera en los años sesenta como ilustrador en la revista *Marie-Claire*. Su trabajo llama la atención y le contrata la famosa cadena de tienda Le Printemps, antes de lanzar su propia revista de moda, *Zouzou*.

Su carrera toma impulso en Estados Unidos. A principios de la década de 1970, se convierte en el director artístico de la famosa revista *Esquire* en Nueva York: "Yo era un ilustrador que ilustraba las fantasías de los demás. Me convertí, de forma natural, en un autor de imágenes ».

En 1976, publica su primer libro, *Jungle Fever*, dedicado a las comunidades afroamericanas e hispanas. Adopta la "French Correction", que consiste en volver a dibujar los cuerpos para magnificarlos. Así moldeará la imagen de su musa, la cantante Grace Jones, fotografiada pintada, rapada, recortada o actuando en sofisticados espectáculos musicales.

De vuelta en Francia, Jean-Paul Goude vuelve a su universo, la publicidad. Se lanza en la realización de spots para Kodak, Guerlain, Lee Cooper o Chanel con su musa Vanessa Paradis para "Egoïste" o "Coco". Estas pequeñas joyas obtuvieron múltiples premios en el Festival Internacional de Publicidad de Cannes en 1985.

En 1989, Jack Lang, entonces Ministro de Cultura, le confía la organización de un gran desfile en los Campos Elíseos para la conmemoración del bicentenario de la Revolución Francesa. El creador hace desfilar a "los que nunca desfilan" jugando con códigos y clichés para glorificar la diversidad étnica y la mezcla social de Francia.

En el apogeo de su carrera, se convierte en director artístico de las campañas publicitarias de Galeries Lafayette en 2001 y realiza una serie de impactantes carteles con Laetitia Casta.



En 2005, publica « Tout Goude », que recorre su trayectoria. En 2012, presenta la exposición retrospectiva "Goudemalion", un título ideado por el filósofo Edgar Morin, en el Museo de las Artes Decorativas de París. El mismo año, es nombrado Comandante de las Artes y las Letras por el Ministro de Cultura de entonces, Frédéric Mitterrand.

En 2014, está en el origen de lo que seguirá siendo durante mucho tiempo la imagen más viral de Internet, un montaje con el trasero de Kim Kardashian. En 2017, los fondos del Centro Georges Pompidou se enriquecen con un centenar de obras del artista.

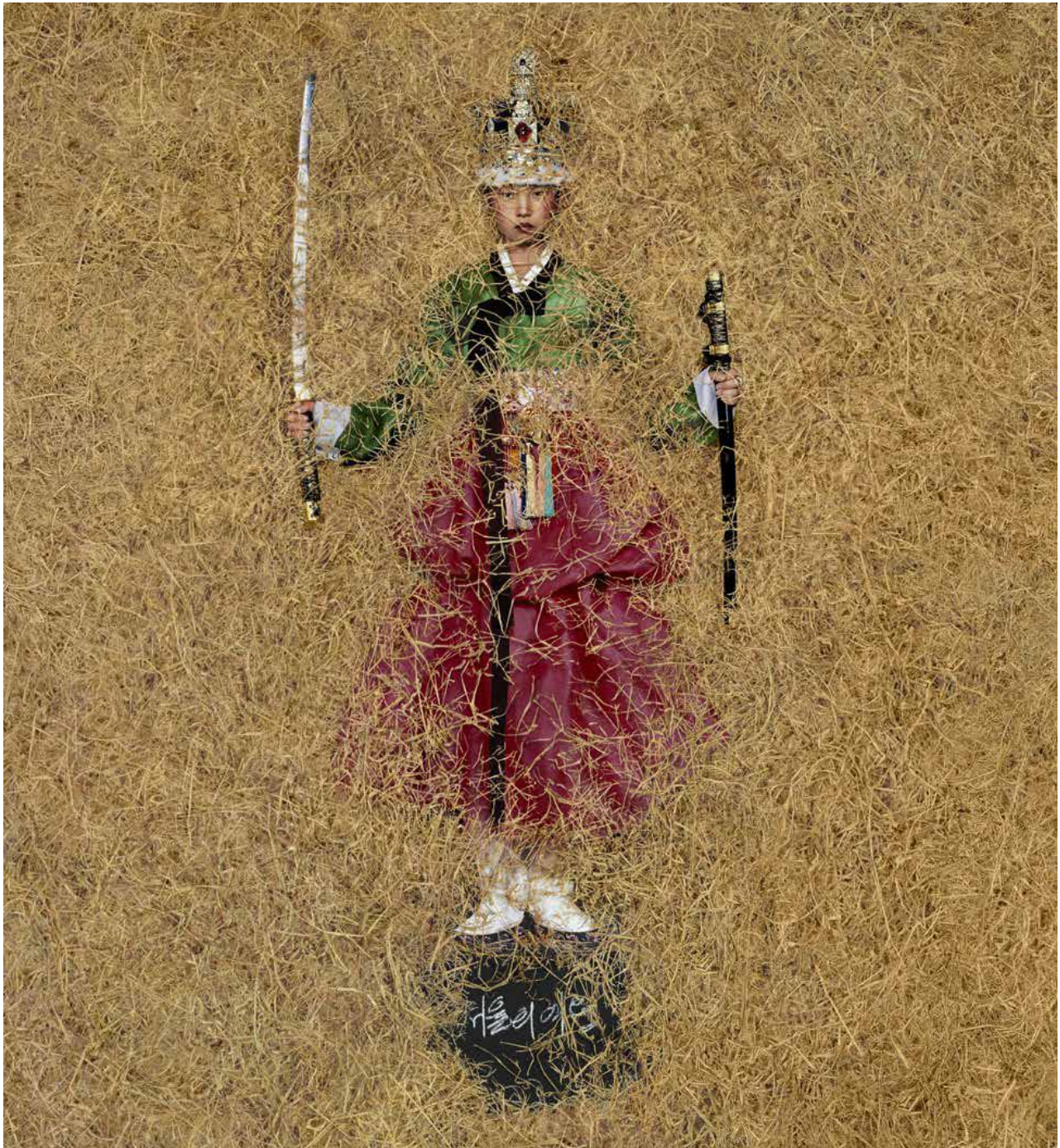
Para Goude, vivir es crear: ya sea a través del trabajo publicitario para Chanel, Kenzo, Guerlain, Vionnet, Sisheido, o mediante colaboraciones regulares con revistas como Harper's Bazar, Vanity Fair, L'Officiel, V o Paper Magazine. Algunas de las metamorfosis que ha sometido a las personalidades de la moda (Nicolas Ghesquière, Ricardo Tisci, Azzedine Alaïa, Christian Lacroix, Karl Lagerfeld, Jean-Paul Gaultier) y el mundo del espectáculo (Bjork, Charlotte Gainsbourg, Pharrell Williams, Scarlett Johansson, Pedro Almodóvar, Lady Gaga, Rihanna o Kim Kardashian, cuya imagen inflamó el lienzo) han hecho historia.

IMÁGENES LIBRES DE DERECHOS

Condiciones de reproducción exclusivamente para la promoción del álbum de RSF:

- **Máximo de 5 fotografías, no en portada y que no exceda media página**
- Obligatorio especificar en el crédito de la imagen: © **Jean-Paul Goude**
- **Imágenes en alta resolución** disponibles bajo petición a:

rsf@rsf-es.org y prensa@rsf-es.org / Tels.: 91 522 40 31 y 652 91 51 53



1. La reina de Seúl. París, 2005



2. Lady Gaga, V magazine. París, 2018. (Uso sujeto al acuerdo del estudio de Jean-Paul Goude antes de su publicación).



3. Personajes Lee Cooper : Georgette baila. París, 1984.



4. Papou, grafito y rotulador sobre fieltro, Kodak. Roma, 1984.



5. Blue-Black in Black on Brown, foto pintada. Nueva York, 1981.



6. Grace revisada y corregida, foto pintada. Nueva York, 1978



7. Farida en su propio papel, ekta recortado. París, 1992.



8. Kim Kardashian, Papel. París, 2015.



9. Laetitia Casta, L'Homme, foto. París, 2004.

DOSSIER ESPECIAL

MEDIOS: GANANDO CONFIANZA



Este invierno, Reporteros sin Fronteras le ofrece un número especial sobre la confianza en los medios, preparado por Anne-Sophie Novel, directora del documental « Los medios, el mundo » y autora de « Los medios, el mundo y nosotros » (Editorial Domaines du Possible, Actes Sud, octubre de 2019) seguido de una entrevista con la filósofa y psicoanalista Cynthia Fleury.

Nunca ha sido tan bajo el índice de confianza pública en los medios (televisión, radio, prensa escrita), como confirmó en enero de 2019 el barómetro Kantar / La Croix y la encuesta anual de Reuters. Incluso la prensa local, que hasta ahora mantenía su cabeza fuera del agua del desencanto, está perdiendo pie.

Hay dudas sobre la independencia de los periodistas, sospechas de información incompleta y parcial y *fake news* que se propagan ... ¿Qué originó y qué alimenta esta desconfianza? ¿Cómo responden los medios a estos grandes desafíos? ¿Qué soluciones aplican para recuperar a un público enfadado y dolido?

"Pisar el terreno es un principio obligatorio para crear de nuevo la confianza. La investigación, la inversión de tiempo para verificar, explicar... y no hacer de jueces, sino volver a conectar con rigor casi científico. "

Cynthia Fleury, profesora del Conservatorio Nacional de las Artes y Oficios, titular de la Cátedra "Humanidades y Salud"



Fundada en 1985, **Reporteros Sin Fronteras (RSF)** es una organización de utilidad pública que trabaja para garantizar la libertad, la independencia, y el pluralismo del periodismo en todo el mundo. Es consultora de Naciones Unidas y la UNESCO, su sede está en París, y cuenta con 10 oficinas y 8 secciones nacionales, además de 150 corresponsales en otros tantos países.

RSF proporciona apoyo y asistencia a los periodistas sobre el terreno a través de sus campañas de sensibilización y de diversos dispositivos de ayudas materiales (préstamo de cascos y chalecos antibalas, manuales y talleres de seguridad) y de asistencia a periodistas amenazados.

La organización es hoy un interlocutor clave para gobiernos e instituciones internacionales de todo el mundo y publica cada año la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa, que evalúa periódicamente la situación de la libertad de información en 180 países y territorios.

La venta de álbumes de fotografía constituye una fuente de financiación fundamental para RSF (30% de los ingresos anuales). Gracias al apoyo de nuestros socios y de todos aquellos que contribuyen a la difusión de esta publicación, los beneficios obtenidos por la comercialización de estos álbumes revierten íntegramente en el sostenimiento de la misión de RSF.

Reporteros Sin Fronteras (RSF), Sección Española, contactos:
Relaciones Institucionales | Tel. 91 522 40 31 | email: rsf@rsf-es.org
Prensa | Tel. 651 649 703 | email: prensa@rsf-es.org
www.rsf-es.org | Álbumes de fotos: <http://www.rsf-es.org/expo/>