

Francisco Giaquinta | frangia.dcv@gmail.com
Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Recibido: 23/3/2020
Aceptado: 18/7/2020

RESUMEN

En el presente artículo se analizan producciones gráficas realizadas por el diseñador argentino Juan Gatti. La selección de los encargos responde a la presencia de nociones vinculadas con expresiones posmodernas: la generación de estilos híbridos, la recurrencia a referencias del pasado a modo de cita y el uso de la ironía como recurso poético. A través de este artículo se pretende dar relevancia a los aportes que brindan las producciones de Juan Gatti a la disciplina del Diseño en Comunicación Visual.

PALABRAS CLAVE

Diseño posmoderno; afiches; editorial; diseño impreso

ABSTRACT

This article analyzes the graphic productions by the Argentinian designer Juan Gatti. The selection of the pieces is based on the notions related to postmodern expressions: the creation of hybrid styles, the use of references related to the past and the use of irony as a poetical resource. This article intends to give relevance to the contribution given by Juan Gatti's productions to the Visual Communication Design discipline.

KEYWORDS

Postmodern design; posters; editorial; print design

Diseño posmoderno en la obra de Juan Gatti

Postmodern Design in the Work of Juan Gatti

OPI NIÓN 03

1. Agradezco los aportes de Juan Cruz Pedroni, Natalia Caride y Eliana Crispino brindados para este artículo.

Durante la modernidad se pretendió asumir la historia como un progreso lineal, en el cual el futuro debía superar al presente a través del desarrollo de la ciencia. En el campo del diseño se reflejaron estas nociones a través de propuestas con enfoque racionalista que desearon conseguir una validez universal. Sin embargo, a partir de mediados del siglo xx comenzaron a registrarse cambios en los paradigmas relacionados al discurso de la época moderna; se manifestó una actitud de descreimiento en el progreso global de la humanidad tras haber ocurrido hechos como el nazismo o el ataque a Hiroshima. Este clima de cambio cultural que se comenzó a percibir recibió el nombre de Posmodernidad.¹

Desde el campo del diseño la preocupación por alcanzar una propuesta totalmente racionalizada fue puesta en crisis al validarse nuevas posibilidades al momento de producir algún encargo. La comparación que la filósofa Esther Díaz (1999) realiza entre el artista moderno y el posmoderno (aplicable también en este caso a la figura del diseñador) permite comprender la diferencia existente:

El artista moderno apuntaba al futuro y se esforzaba por omitir o negar el pasado. El artista posmoderno, a semejanza del medieval, se fusiona con

2. En el libro *Historia del diseño gráfico* (2009), su autor Philip Meggs define el Estilo Tipográfico

Internacional como aquel estilo surgido en Suiza, caracterizado por promover una claridad objetiva en piezas gráficas a través de retícula matemática para organizar información, fotografía que transmite de manera fáctica evitando la exageración de la publicidad comercial y el uso de tipografías sin *serif* por la neutralidad en sus trazos al no poseer ornamentos y la legibilidad que proporcionan.

3. Jorge Álvarez fue un productor discográfico y empresario editorial, considerado uno de los principales promotores de la cultura argentina de las décadas de 1960 y 1970. Produjo álbumes de música a través de su propio sello Mandioca, los cuales fueron relevantes para la escena del rock argentino, pueden mencionarse los trabajos con Sui Generis, Manal y Luis Alberto Spinetta.

4. El CBGB fue un club emblemático de la música punk y la *new wave* ubicado en Nueva York. La sigla del nombre se asocia a Country, Bluegrass and Blues, aludiendo a la música que inicialmente tocaban allí los grupos que se presentaban.

5. La Movida Madrileña fue un movimiento contracultural surgido en los primeros años de transición de la etapa posfranquista en España. La llegada de las culturas *underground* provocaron un cambio y una liberación cultural por parte de los jóvenes españoles. Se puede mencionar al local La Rock Ola (1982-1985) como epicentro de este movimiento, lugar donde se reunían jóvenes artistas, fotógrafos, músicos, directores de cine, que en su mayoría aún no estaban profesionalizados.

6. La cantante Marta Sánchez señaló en una entrevista para *Vanity Fair España* que comenzó a sentirse cómoda con su aspecto cuando a Juan Gatti se le ocurrió teñirla de rubio platino para la portada de su segundo disco publicado en 1987: *Los caballeros las prefieren rubias*. La cantante lo expresó de la siguiente manera: «Hasta entonces había gente que intentaba moldearme de un modo que no me gustaba. Era la época de los *new romantics* y todo el rato me hacían posar con pelos engominados» (Alonso, 2012, s. p.).

el pasado. El pasado puede tener futuro. Ahora se trata de actualizarlo, de leer el pasado desde la ironía y la recreación (p. 27).

Con relación al diseño en comunicación visual, el discurso posmoderno se puede reconocer en proyectos que ya no se preocuparon por el funcionalismo ni la claridad en el mensaje a comunicar tan promulgado por la Escuela Superior de Diseño de Ulm o el Estilo Tipográfico Internacional;² por lo tanto, se comenzaron a experimentar nuevas alternativas en el diseño que permitieron una pluralidad de expresiones, desafiando niveles de legibilidad o retomando el uso de ornamentación (tan negado en la modernidad en busca de formas lo más neutras posibles).

Es relevante definir el marco temporal para poner en valor las producciones gráficas realizadas por Juan Gatti. Comenzaremos por contar que este diseñador argentino empezó sus estudios en Bellas Artes en el año 1968 y para el año 1972, a sus veintidós años, fue nombrado director de arte de una discográfica a cargo de Jorge Álvarez.³ Gatti se vinculó con músicos para quienes realizó portadas de discos, algunos de ellos fueron: Moris, Billy Bond, Sui Generis y Pescado Rabioso.

En el año 1978 se mudó a Nueva York, tiempos en que el club CBGB⁴ reunía a referentes musicales del movimiento punk en auge, tales como The Ramones, Sex Pistols, Television y Blondie.

Finalmente, en el año 1980 llegó a Madrid, coincidiendo con el surgimiento de lo que se conoció como la Movida Madrileña.⁵ Es en este espacio cultural donde Gatti residió tras haberse iniciado como director de arte en la discográfica CBS diseñando para grupos de música (Mecano, Tequila, Miguel Bosé, entre otros). Su campo de acción se vinculó a dotar de identidad visual a músicos lo que contemplaba desde el arte de tapa hasta incluso el *look*.⁶

A continuación, se analizan tres encargos realizados a lo largo de su trayectoria: material de promoción para el cantante Bosé publicado en el año 1982, un afiche diseñado para la película *¡Átame!* (1990), del director Pedro Almodóvar, y, por último, una portada de disco para el grupo Fangoria. En cada pieza gráfica se materializan nociones vinculadas al posmodernismo: la mezcla de diversos estilos que producen un híbrido, el hecho de recurrir a referencias del pasado a modo de cita y el uso de la ironía como recurso poético.

ANÁLISIS DE TARJETA PROMOCIONAL

El primer análisis se enfoca en una tarjeta de salutación de fin de año realizada para el cantante Bosé [Figura 1]. Para la realización de esta pieza se contó con el fotógrafo Javier Vallhonrat, quien describe el proceso de trabajo junto con Gatti de la siguiente manera:

Intercambios de innumerables citas y referencias visuales de las que se iban destilando esencias, para las que debíamos encontrar refinados correlatos técnicos... planteado el reto conceptual, la sesión era pura magia: la ocasional precariedad de los medios era suplida por ingentes dosis de entusiasmo y exigencia técnica (Gatti en AA.VV., 2012, s. p.).



Figura 1. Material promocional para Miguel Bosé (1982), de Juan Gatti y Javier Vallhonrat

Podemos observar cómo se mezclan en esta pieza dos temporalidades estilísticas diferentes. Por un lado, en el tratamiento estilístico de la fotografía se reconoce la obra del artista surrealista Man Ray por el uso del efecto solarizado, el blanco y negro y la presencia de objetos que acompañan al retratado.

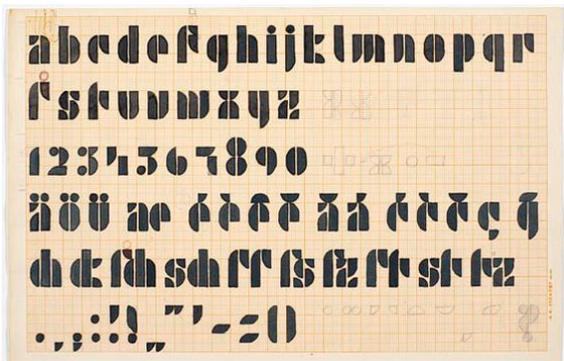


Figura 2. Alfabeto (1926), de Josef Albers

Por otro lado, se distingue la utilización de una tipografía correspondiente a un estilo racionalista por la geometrización de los trazos, comparte características muy similares con el alfabeto creado por Josef Albers, representante vinculado a la Bauhaus [Figura 2]. También es válido señalar el uso de una tipografía con rasgos *art decó*, como puede observarse en el sobre que contenía esta tarjeta en las letras iniciales MB que evocan al nombre del cantante. De este modo, se puede afirmar que Gatti se apropia de estilos del pasado al mezclar sus códigos, lo que da como resultado una pieza ecléctica o híbrida e inscribe estéticas que evocan a diferentes contextos entre sí (y que circulan por un contexto diferente al que referencian).

El autor Andreas Huyssen (en Casullo, 1996) reflexiona acerca de si en este contexto se producen «formas estéticas realmente nuevas o si sólo recicla técnicas y estrategias del mismo modernismo, reinscribiéndolas en un contexto cultural diferente» (p. 270). Gatti recurre a reciclar estilos de la modernidad para revitalizar la imagen de un cantante pop; ofrece, de esta manera, un impacto visual digno de ser objeto de deseo debido a su extrañamiento y rechaza el uso de una propuesta convencional con meros motivos comerciales donde solo se reconozca y admire de forma explícita y directa la figura del cantante. Podemos, entonces, reconocer en el trabajo del diseñador, una necesidad por crear imágenes capaces de generar una afección al ser contempladas, existe la presencia de la búsqueda por conseguir un plus diferencial en sus propuestas visuales.

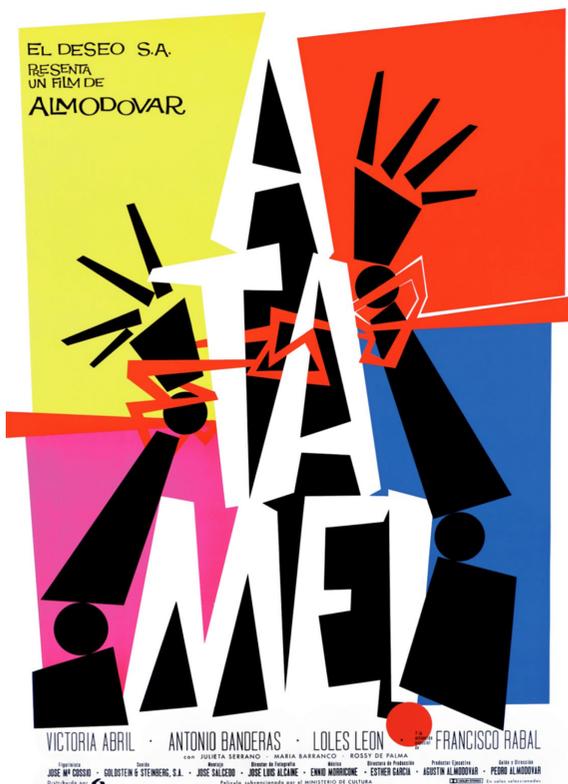


Figura 3. Cartel de Juan Gatti para la película *¡Átame!* (1990), de Pedro Almodóvar

ANÁLISIS DEL CARTEL PARA *¡ÁTAME!*

En el año 1990 Gatti se encargó del cartel para la película del director de cine Pedro Almodóvar, así como también de los decorados y los diseños que formaban parte de la trama [Figura 3].

Se pueden reconocer en esta dupla estrategias creativas en común, por ejemplo, en el uso de la cita como recurso de forma directa o indirecta a las obras de otros autores. Frédéric Strauss, en su libro *Pedro Almodóvar, un cine visceral* (1995) detecta cómo el director español se abastece del cine mundial para sus películas, por ejemplo, al comparar una escena de *La flor de mi secreto* (1995) con *Te querré siempre* (1954), de Roberto Rossellini: en ambas existe una escena donde un tumulto de personas separa a los personajes principales. Otras veces, la presencia de otras películas construye el relato, lo que en cine se conoce como diégesis: en *Kika* (1993) el personaje de Ramón está viendo *El merodeador* (1951), de Joseph Losey, y de este modo descubre quién asesinó a su madre.

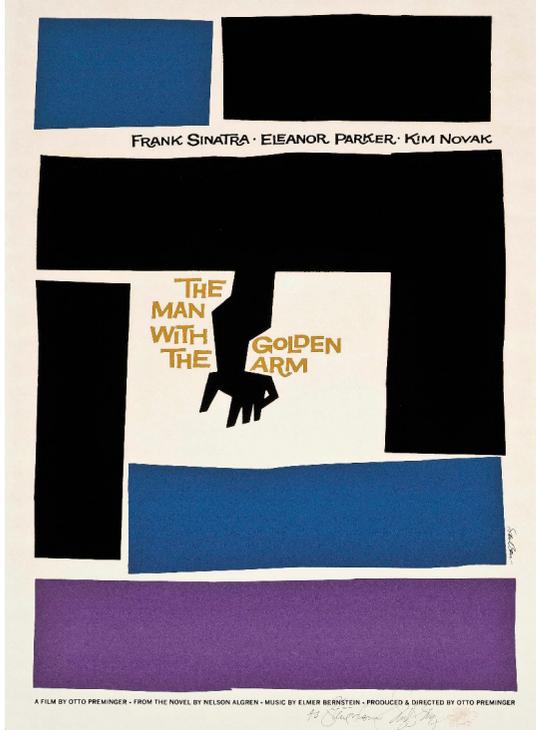


Figura 4. Cartel realizado por Saul Bass para *El hombre del brazo de oro* (1955)

7. Fangoria es un dúo de música pop formado en Madrid en el año 1989, su cantante conocida como Alaska describe la diversidad de encargos solicitados a Gatti (en AA.VV., 2012) a lo largo de su carrera artística de la siguiente manera: «Juan algo en un blanco y negro underground, y reinventa el mundo warholiano de la Factory; Juan espectáculo de revista musical de La Latina, y te saca como a la mejor-peor vedette; Juan, ¿Un video con Sara Montiel? Y concibe un universo Supersara; Juan, una campaña para PETA, y consigue mezclar sangre, pin-up, gore y glamour».



Figura 5. Arte de Tapa realizada por Juan Gatti para el disco *Absolutamente* (2009), de Fangoria

Autores como Jean-Max Méjean (2007) señalan la admiración de Almodóvar por Alfred Hitchcock, su inspiración en los decorados y la utilización de *flashbacks* para explicar el origen de traumas psicológicos de los personajes.

Retomando el trabajo de Gatti para la película *¡Átame!* (1990) puede observarse cómo la estética del afiche se apropia del estilo utilizado por el diseñador Saul Bass, encargado de los carteles de las películas de Hitchcock entre otros directores de la década del cincuenta [Figura 4].

La relación se puede distinguir a través de la síntesis que Gatti realizó de un par de brazos utilizando círculos y rectángulos irregulares y angulosos. Las letras del título de la película comparten la connotación de una expresión frenética al igual que lo hacen los recursos formales empleados para construir aquella representación de brazos. También los rasgos de los trazos utilizados para escribir el apellido Almodóvar se asocian a la producción del diseñador estadounidense (sobre todo puede apreciarse en la letra R).

Esta pieza permite reflexionar acerca de la omisión del uso de elementos fotográficos dentro de un contexto como es el de la década del noventa en el cual en su gran mayoría los pósters de películas recurrieron a mostrar a los protagonistas mediante fotografías para resaltar al elenco que formaba parte de la producción.

ANÁLISIS DEL ARTE PARA EL DISCO *ABSOLUTAMENTE*

En el año 2009 Gatti lleva a cabo el arte de tapa para el dúo Fangoria⁷ [Figura 5]. La tapa de la placa discográfica incluye una fotografía donde se pueden observar a los dos integrantes ubicados en una puesta en escena reconocible: la fábrica de Andy Warhol. ¿Cómo percibimos esta referencia? A través de signos que nos dan aquel indicio: el *look* de la remera a rayas, las cámaras super-8 en el fondo, los reflectores, el tratamiento de la fotografía en blanco y negro.

Para presentar el nombre del grupo musical y de la placa discográfica se diseñó un logo en el cual se identifican apropiaciones de elementos que aluden a la caja Brillo (1964), de Warhol, que demuestran la posibilidad de tomar una obra de arte y resignificarla al transgredir su contenido. Esta puesta en escena tiene un anclaje relacionado a la frivolidad y al consumismo (conceptos a los que se suele asociar la figura de Warhol) presente, por ejemplo, en la letra de la canción «Más es más»: «Guardando todo por

duplicado, sin cansarme jamás, afán sin control, por acumular» (Fangoria, 2009).

Una vez más queda demostrada en esta pieza la puesta en valor que Gatti lleva adelante al recurrir a referencias de manera intencional para permitirse desarrollar un relato conceptual y de manera irónica.

CONCLUSIONES

Al hacer las comparaciones entre la obra de Gatti y los estilos de los que se apropia no se busca desmerecer su trabajo; muy por el contrario, se pretende valorar su capacidad como diseñador de poseer un amplio conocimiento de referencias a las cuales evocar. A su vez, podemos asociar esta idea con la diversidad de lugares donde este diseñador residió en momentos claves de ebullición cultural que pudieron haber fomentado una amplitud de su conocimiento visual: la consolidación del *rock* en la Argentina en la década del setenta, el auge del punk en Nueva York a fines de los setenta y la Movida Madrileña en los ochenta en España.

Además, se valora su capacidad para reciclar estéticas y transgredir sus códigos estilísticos que da como resultado imágenes cargadas de un insólito potencial novedoso. Por lo tanto, no se trata solo de citar, sino de reinterpretar y, de esta manera, generar un plus diferencial que desarticula la lógica de la convención y lo estándar.

Estos aportes identificados habilitan pensar la posibilidad de incluir las producciones de Gatti en un lugar relevante dentro de la historia de la disciplina del diseño teniendo en cuenta las nociones condensadas en sus trabajos que permiten relacionarlo con una estética posmoderna.

REFERENCIAS

AA. VV. (2012). *Juan Gatti, PhotoGraphics*. Madrid, España: La Fábrica editorial.

Alonso, G. (30 de agosto de 2012). Marta Sánchez: «Me arrepiento de aquella portada de interviú». *Vanity Fair España*. Recuperado de <https://www.revistavanityfair.es/la-revista/articulos/marta-sanchez-desnudo-integral/16864>

Casullo, N. (Comp.). (1996). *El debate modernidad posmodernidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: El Cielo por asalto.

Díaz, E. (1999). *Posmodernidad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Biblios.

Fangoria. (2009). Más es más. En *Absolutamente* [CD]. España: Warner Music Spain.

Méjean, J. M. (2007). *Pedro Almodóvar*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Ma Non Troppo.

Meggs, P. (2009). *Historia del diseño gráfico*. Barcelona, España: RM.

Strauss, F. (1995). *Pedro Almodóvar, un cine visceral*. Madrid, España: Ediciones El País.