

TOP HAT: DELIRIO ART DÉCO

Alfonso Ruiz Rallo
Universidad de La Laguna

RESUMEN

La película *Top Hat* de 1935 sirve de hilo conductor para describir la compleja época del Art Déco. Se trata de un momento clave para el desarrollo del diseño industrial moderno, pues coincide con la aceptación por parte del gran público de la industrialización como parte de sus vidas y, por tanto, con la «democratización» de la Modernidad. Con la entrada de los productos industriales en la vida cotidiana de las personas se planteó la necesidad de encontrar una solución formal que respondiese al ansiado «estilo del Siglo XX» que el público reclamaba para diferenciar definitivamente su época de las anteriores. El resultado, en aquellos años incipientes del consumo y del diseño, fue un estilo ecléctico, rico e innovador y un cambio de actitudes en el ser humano hacia lo moderno y cosmopolita que la cinta refleja a la perfección.

PALABRAS CLAVE: Art Déco, Art Nouveau, Dandi, Hidroaviones, Moda, Fred Astaire, Ginger Rogers, Cine Musical.

ABSTRACT

«Top Hat: Delirium Art Deco». The film *Top Hat*, 1935, serves as a leitmotiv for describing the complex era of Art Deco. It is a key moment in modern industrial design's development, coinciding with the general public's acceptance of industrialisation as part of their lives and consequently, the «democratisation» of Modernity. With industrial products entering people's daily lives, a formal solution was required to respond to the desired «Style of the Century» that the public demanded in order to definitively differentiate its own era from preceding ones. The results, in the incipient years of consumption and design, was an eclectic style, rich and innovative and a change in attitudes in the human being towards what was modern and cosmopolitan, which the film reflects to perfection.

KEY WORDS: Art Deco, Art Nouveau, Dandy, Flying Boat, Fashion, Fred Astaire, Ginger Rogers, Musical Cinema.

Éste es el segundo artículo de una serie que reflexiona sobre el diseño a través del cine¹. En él continuaré analizando algunas de mis películas favoritas del siglo XX con la intención de compartir con el lector pequeñas reflexiones sobre la teoría y la historia del diseño, usando la película como el modo más fácil de recurrir

a las fuentes de mi reflexión. Por lo tanto, me permito sugerirle que vea la película *Top Hat*, de Mark Sandrich (1935) antes de continuar leyendo, incluso si la conoce, pues estoy seguro de que de este modo aprovechará mucho mejor este artículo.

En mi anterior trabajo utilizaba el clásico de 1933 *King Kong* para referirme a los orígenes del diseño moderno. A continuación, sin abandonar esos orígenes, quisiera mostrar cómo una vez más el diseño y el cine se daban la mano en aquellos difíciles años del inicio de la industrialización para captar la atención del público a través de las formas. Era un modo de aunar esfuerzos para transportar hacia un mundo mejor a una sociedad que se hallaba sumida en la posguerra y la depresión económica.

Mientras el cine fantástico conseguía que los ciudadanos de los años treinta, cuya modernidad e industrialización eran todavía incipientes, viajasen a otros mundos y olvidasen sus desdichas con promesas de un porvenir venturoso, el cine y los espectáculos musicales del momento seguían insistiendo en las mismas promesas, pero esta vez mostrando un nivel de vida sin parangón por el que sus protagonistas, ociosos y felices, se movían con toda naturalidad en un entorno de lujo y glamour. Así, fascinados por aspectos casi futuristas que sólo parecían existir en el cine, surgió la popular expresión «de película» mientras Hollywood empezaba a consolidarse como la fábrica de sueños.

Como norma general, la selección de títulos de esta serie de artículos sigue la premisa de que las películas deben haber sido rodadas en la época que analizo en cada caso, y su ambientación debe ser estrictamente lo que en términos cinematográficos se denomina en «época actual». Sería totalmente inútil y engañoso utilizar reconstrucciones de época, pues la función principal de este trabajo es servir de ventana para que el lector se asome al periodo exacto que analizo en cada caso, como en un túnel del tiempo. Éste es el único modo de asegurarnos de que los objetos que aparecen en las películas están allí de la forma más natural posible, y no se hallan sujetos a ningún otro tipo de criterio, como las preferencias del director artístico o las influencias de la crítica o de la moda, que pueden ser múltiples y a menudo producen una visión subjetiva y distorsionada del pasado en la medida que seleccionan como representativos de éste determinados objetos mitificados.

Dicho esto, puede parecer que una comedia musical como *Top Hat* no cumpla estrictamente con esta premisa, puesto que en ella prácticamente todo lo que está delante de cámara es artificial: Rodada casi íntegramente en plató, sus decorados buscan la idealización de un estilo de vida casi imposible en su época, y se alejan por completo del realismo. Pero es precisamente ese aspecto el que más me interesa tratar en este caso. En la medida en que escenifican los deseos materiales de una sociedad desesperada, todo lo que *Top Hat* nos muestra, desde sus escenarios hasta sus protagonistas, forma parte de un mundo al límite pero lleno de esperanzas, unas

¹ El primero fue «King Kong y los orígenes del diseño moderno», en revista «Bellas Artes» núm. 3, 2005.

esperanzas que jugaron un papel fundamental en la creación del imaginario moderno al que el diseño tanto le debe. De modo que, como sugieren las letras de los clásicos de su banda sonora², aceptemos la invitación, pongámonos nuestro sombrero de copa, nuestra pajarita blanca, saquemos brillo a nuestro frac y bailemos mejilla con mejilla hasta alcanzar el cielo de la Modernidad.

EL EQUIPO

Director: Mark Sandrich

Guión: Dwight Taylor y Allan Scott, según una historia de Dwight Taylor.

Fotografía: David Abel.

Dirección artística: Van Nest Polglase, Carroll Clark.

Decorados: Thomas Little.

Vestuario: Bernard Newman.

Efectos especiales: Vernon Walker.

Música y Canciones: Irving Berlin.

Dirección musical: Max Steiner.

Coreografía: Fred Astaire.

Montaje: William Hamilton.

Sonido: George Marsh.

Productor ejecutivo: Pandro S. Berman para RKO Pictures.

Año de estreno: 1935

Reparto: Fred Astaire (Jerry Travers), Ginger Rogers (Dale Tremont), Edward Everett Horton (Horace Hardwick), Erik Rhodes (Alberto Beddini), Eric Blore (Bates), Helen Broderick (Madge Hardwick).

EL ARGUMENTO

Londres, años treinta. Horace Hardwick (Edward Everett Horton), un conocido empresario teatral inglés, estrena una obra protagonizada por una estrella del musical de Broadway: Jerry Travers (Fred Astaire). La presencia de Travers, un americano en el estirado y elitista mundo de la burguesía británica, causará una enorme conmoción, incluyendo un enredado enamoramiento con la bella modelo también americana Dale Tremont (Ginger Rogers), amiga del matrimonio Hardwick. Ambos se conocen en el hotel de lujo en que se alojan. Los enredos y confusiones derivados de su relación trasladarán la acción a Venecia, convertida por el director artístico Van Nest Polglase, el diseñador de producción Carroll Clark y el decora-

² «*White Tie and Tails*» y «*Cheek to Cheek*», de Irving Berlin.

dor Thomas Little en una versión con góndolas del lujoso hotel de Londres, de estilo Art Déco. Los dos hoteles, en realidad decorados fascinantes en los platós de la RKO, se asemejan más a la propia imaginiería de Hollywood que a la singularidad decorativa de sus respectivos países.

Travers y Tramont se enamoran desde el principio de la película, tras un encuentro casual dentro del hotel antes de ser presentados formalmente, pero una absurda confusión hace que, cuando finalmente esa presentación tiene lugar de la mano de su amiga común Madge Hardwick (Helen Broderick), Dale Tremont pase todo el metraje creyendo que Jerry Travers es en realidad Horace Hardwick, esposo de su amiga Madge. Por consiguiente, los inolvidables números musicales que arropan la trama cuentan fundamentalmente el empeño de Travers en ganar el amor de Tramont y el desconcierto e indignación de ésta al ver cómo el que cree el marido de su amiga intenta seducirla ante los mismísimos ojos de ésta.

El empeño de Jerry Travers en arreglar las cosas lo llevará en hidroavión de Londres a Venecia, aprovechando un fin de semana de descanso en su obra. Una vez allí, todo se aclarará finalmente, aunque Dale Tremont, por despecho, llegue incluso a aceptar la invitación de matrimonio que le hace su modisto Alberto Beddini (Erik Rhodes). Comedia glamorosa y de enredos en un marco paradigmáticamente Art Déco, *Top Hat* sentó las bases para el género de la comedia romántica musical, todo un paradigma de su época que el público consumió con deleite durante varias décadas.

CUESTIONES EN RELACIÓN AL CONTEXTO HISTÓRICO DE LA PELÍCULA

En mi anterior artículo dedicaba un apartado a mostrar el modo en que el cine fantástico de los años treinta había ayudado a crear un imaginario colectivo. Éste sirvió para que el diseño industrial incipiente estableciese una conexión directa con el público a través de la aerodinámica. Nacieron así unas formas nuevas y fascinantes que, a la vez que contribuyeron a la búsqueda del ansiado Estilo del Siglo, se aliaban con la imaginiería del género fantástico para combatir la depresión elevando la moral de los ciudadanos con promesas de un futuro mejor.

Los musicales de Broadway, sometidos al efecto multiplicador del cine y de su *star system*, significaban otra forma de evasión mediante la promesa de que otro mundo era posible en aquel ambiente de depresión y posguerra. Lujo decorativo, glamour y status protagonizado por artistas que aparentemente dedicaban sus muchas horas de ocio al deporte, la danza y la diversión mientras otros trabajaban de sol a sol. Deambulaban por lugares de ensueño consumista, como hoteles de lujo, clubes, espectáculos o restaurantes, mitificando un estilo de vida que, lejos de provocar rechazo en la clase trabajadora, la fascinaba y trazaba el rumbo exacto de sus aspiraciones. La personificación masculina de ese mito se plasmaba en un modelo que venía triunfando en la alta sociedad desde el siglo anterior: el *dandi* inglés.

La Ilustración comparó el gusto estético con el paladar. Voltaire, en la *Encyclopédie*, después de equiparar el ornamento con los condimentos «*muy picantes y*



rebuscados», define el mal gusto en las artes como una depravación, una «*enfermedad del espíritu*» consistente en «*complacerse con temas que sublevan a los espíritus 'bien hechos', en preferir lo burlesco a lo noble, lo preciosista y afectado a lo bello sencillo y natural*»³. Nació así la idea ilustrada de gusto, que la Modernidad hizo suya de inmediato. El *dandi* encarnaba ese principio a la perfección, pues representaba la sencillez, sobriedad, elegancia y buen gusto (*Taste*) que alababan los ilustrados y que se estaba buscando para el diseño en todos los ámbitos. En Estados Unidos, además, contaba con el valor añadido del «toque de clase» europea. Y no fue *Beau Brummell*, el inspirador del mito, sino un americano de padres austriacos nacido en Omaha en 1899 llamado Frederick E. Austerlitz y más conocido por su nombre artístico de Fred Astaire quien alimentó esa leyenda de una forma más universal. Su frac, una prenda que parecía haber sido inventada para que él la luciese con toda naturalidad, y su sombrero de copa, aunque de apariencia retrógrada y elitista, se hallaban en realidad muy próximos a las mismas premisas del movimiento moderno que en aquellos años treinta estaban impulsando nuevas tendencias tan dispares como, por ejemplo, la arquitectura racionalista o el nuevo diseño gráfico soviético.

LA PELÍCULA EN RELACIÓN A LA HISTORIA DEL DISEÑO

Rodada por la misma productora RKO en sus años dorados y solamente dos años después que *King Kong*, *Top Hat* puede definirse desde el punto de vista de la dirección de arte como un auténtico paradigma visual del Art Déco. Éste, que en los Estados Unidos se empleó en la decoración interior de los modernos rascacielos, de los grandes teatros de Broadway y de los modernos espacios dedicados al ocio, fue realmente un estilo de transición. Se hallaba a caballo entre las primeras aproximaciones en la búsqueda de una manera de hacer nueva y propia de los objetos industriales y la consecución definitiva del Estilo del Siglo. Mucho más rico y ecléctico que los triunfadores finales en ese objetivo de la Modernidad, como el Estilo Internacional en arquitectura y sus equivalentes en los distintos ámbitos del diseño, cayó en el mismo error que ya había llevado al fracaso a su antecesor, el Art Nouveau, al que sus planteamientos excesivamente elitistas lo alejaron de las posibilidades económicas del gran público, que iba a convertirse en muy pocos años en el verdadero motor de los mercados.

El Art Déco no tuvo ningún reparo en recuperar formas de su antecesor ya obsoleto, el Art Nouveau. En la película, mientras se refugian de la lluvia en una pérgola, Travers y Tremount se enamoran profundamente. Para demostrárselo, bailan el inolvidable «*Isn't this a lovely day to be caught in the rain*» mientras los truenos

³ VOLTAIRE, François Marie Arouet, «Gusto», en la *Encyclopédie*, vol. VII, p. 761, publicado en «*Arte, gusto y estética en la Encyclopédie*» MUVIM. Valencia 2005.





Jerry Travers y Dale Tremont se enamoran en una idealización Déco de Hyde Park mientras cantan y bailan «*Isn't this a lovely day to be caught in the rain?*»

rugen de fondo. Podemos ver que las columnas de la pérgola están decoradas con una sinuosa ornamentación floral con palmetas de acanto que bien podría ser Art Nouveau, de no ser porque fue construida expresamente para la película en 1935 como el resto de decorados. En realidad, la glorieta podría haber reproducido cualquiera de las que existen en los parques de Londres, pero Van Nest Polglase decidió tomarse la licencia de modificar su aspecto al reproducirla en los estudios de la RKO.

La similitud en algunos aspectos entre el Art Nouveau y el Art Déco no debe llevarnos a engaño. Ambos estilos no tenían mucho en común, a excepción del hecho de que sirvieron en su momento para elevar la calidad de las artes decorativas. El Déco participó plenamente de la mecanización y sus consecuencias, las mismas que el Arts & Crafts que inspiró en Art Nouveau trataba de evitar a toda costa, pero al contrario que otros movimientos que buscaban nuevas formas para los nuevos tiempos, no mostraba objeciones en participar de la complejidad del ornamento, siempre dentro de unos parámetros de buen gusto indiscutibles.

La partida de nacimiento del Art Déco dice que vio la luz en París en 1925, a raíz de la Exposición Internacional de las Artes y de la Industria Modernas. Pero se extendió rápidamente por todo el mundo moderno, como ya había ocurrido con el Art Nouveau. La fiebre de los locos años veinte y su vinculación con el mundo del espectáculo contribuyeron a ello, pero la principal causa de su éxito debemos buscarla en la desesperada búsqueda del Estilo del Siglo que preocupaba a arquitectos, diseñadores y decoradores de interiores.

El resultado fueron formas nuevas pero que poseían una riqueza y eclecticismo de las que carecían otros movimientos como el racionalismo. El Déco se alineaba con aquellos movimientos más expresionistas que desde el siglo XVIII han



supuesto la otra cara de los movimientos de vanguardia que se oponían a la tradición ornamental mediante la simplicidad de formas. Encontramos ejemplos de ello en la arquitectura expresionista de Luckhardt, Sant'Elia o de Mendelsohn frente a las propuestas de otros como Loos o Gropius. Su oposición al ornamento era igual de patente que en las propuestas minimalistas de De Stijl, por ejemplo, pero sus obras se enriquecían al mostrarnos múltiples facetas, formas abstractas pero complejas, muy distantes estéticamente de las propuestas racionalistas aunque compartiesen con ellas el mismo espíritu.

En ese sentido, las obras del Déco se encontraban sujetas a distintas interpretaciones según el país en el que se producían, pues, como en su día lo fue el Art Nouveau⁴, se trataba de un movimiento con presencia en todos los países industrializados. Esto pudo observarse desde su origen en los pabellones de la Exposición Universal de París de 1925 hasta las múltiples piezas que permitieron la transición a la aerodinámica en los Estados Unidos a mediados de los años treinta. Entonces, Art Déco y estilo aerodinámico se unían en múltiples ocasiones para, junto con piezas del mundo del espectáculo como las de nuestra película, dar lugar a uno de los movimientos más ricos y expresionistas del diseño en aquellos primeros años de la profesión.

Ésa es precisamente la diferencia entre los dos grandes estilos decorativos de la historia. Mientras que el Art Nouveau fue un movimiento fundamentalmente elitista y centrado en el pasado preindustrial, el Déco estuvo estrechamente vinculado con el nacimiento del consumo de masas y contribuyó con ahínco a la consolidación de la mecanización. Los primeros artistas Déco se relacionaron con los grandes almacenes de París como Printemps, las Galerías Lafayette o los Almacenes Louvre. Fue en su seno, por ejemplo, donde se inventó el *prêt-à-porter*, lanzado por Sonia Delaunay y Jacques Heim⁵.

El diseño es una profesión muy compleja cuyos intereses y estrategias pueden variar de un modo ostensible según su ámbito de actuación. El hecho de que el Art Déco descubriese el potencial de la decoración para generar empatía con el nuevo mundo moderno y así atraer hacia éste la atención de los mercados es especialmente significativo. Esto dejaba entrever ya en los albores del diseño que la profesión cumpliría en el futuro funciones sociales muy diferentes según sus distintos ámbitos profesionales. Por ejemplo, en su orientación puede pesar más el consu-

⁴ Modern Style en Inglaterra, con su particular variante en Escocia, a través de la obra del diseñador Charles Rennie Mackintosh (1868-1928), Jugendstil en Alemania, por su difusión en la revista *Jugend*, Secession en Austria, que siguió los pasos del Wiener Werkstätte (1869-1939), la versión austriaca del Arts & Crafts, Modernismo en España o Style Liberty o Style Floreale en Italia, en honor de los almacenes londinenses Liberty & Co., que promocionaban sus objetos.

⁵ Sonia Delaunay fue una verdadera artista integral que compaginaba su actividad pictórica con el diseño, la confección y la comercialización de ropa. La idea de *prêt-à-porter* surgió en realidad de la influencia del arte moderno en sus diseños de moda. Delaunay y Jacques Heim formaron un equipo que se complementaba perfectamente, pues Heim confeccionaba la ropa que Delaunay diseñaba. Presentaron los primeros diseños *prêt-à-porter* en la «boutique simultanée» de la Exposición Internacional de las Artes Decorativas de París de 1925.



mo, y dejarse influir por los torbellinos de las modas. También puede hacerlo la tecnología, con un resultado muy directo en las formas o en el beneficio público y social de sus resultados. Si el trabajo del diseñador se centra en la propaganda, suele traducirse en innovaciones en el campo del diseño gráfico.

Esta tremenda complejidad de ámbitos e influencias es probablemente una de las causas de que con frecuencia los distintos campos del diseño prácticamente se consideren como actividades distintas e independientes. Por ello, los diseñadores, en la medida en que se van especializando, difícilmente desvían su práctica hacia productos propios de otros ámbitos. Así, no es frecuente que un diseñador gráfico irrumpa en el campo del diseño industrial e incluso dentro de éste hay sectores más próximos a la ingeniería y otros de los que normalmente no se ocupan los ingenieros y poseen sus propias reglas de mercadotecnia. En ese sentido, la moda y la decoración se hallan tremendamente próximas a un perfil profesional muy concreto desde los años en que se ambienta nuestra película.

Fue a finales de los años veinte cuando nació un modo de entender el diseño que iba íntimamente ligado a un público consumidor de unos productos que se asociaban a un nuevo estilo de vida. Vestirse, llevar determinados complementos, comprar muebles modernos o decorar la vivienda de un modo concreto suponía no sólo estar a la moda, sino hacer saber al resto de consumidores que se había apostado por dejar atrás definitivamente el estilo de vida preindustrial, donde los productos se hacían para durar casi eternamente.

Así se consolidó un mercado de nuevos consumidores insatisfechos con el mobiliario de décadas anteriores (al que en realidad consideraban primitivo) que hizo que el *furniture design* adoptase desde el principio las estrategias de la moda. Arquitectos, directores artísticos, modistas como el Roberto Bellini de *Top Hat* y críticos se hicieron eco en las primeras revistas de moda y decoración como *Decorative Art*, *Vogue*, *Harper's Bazaar* o *House Beautiful* y empezaron a crear en los consumidores la necesidad de imitar estilos de vida «de moda». Éstos irían cambiando con el tiempo, convirtiendo en obsoletos los productos adquiridos con anterioridad. En aquellos años existía un deseo común de «ser moderno», fuese cual fuese la clase social a la que se perteneciese, y la clave del éxito de ventas de la incipiente industria estaría en buscar elementos capaces de transmitir esa idea. En ese sentido, *Top Hat* era un auténtico compendio, pues convertía el pasado inmediato en algo muy remoto a base de una serie de recetas infalibles:

En primer lugar, el *touch of class*, la «clase europea», reflejada en esos fascinantes objetos de estilo que habían nacido en la Exposición de París de 1925 y que estaban fascinado al mundo con su glamour, que se personalizaba en figuras públicas del mundo de la moda y el espectáculo. Ellas eran modernas, liberadas e independientes. Ellos se retrataban perfectamente en los símbolos del star system de Hollywood, que demostraban que el mito del *dandi* todavía suscitaba un interés y una fascinación asombrosa entre el gran público. Éste encarnaba al aristócrata moderno, un modelo que simbolizaba las legítimas aspiraciones de triunfo de una clase obrera emergente.

En segundo lugar, para estar a la altura de los tiempos modernos era precisa la adopción, con toda naturalidad, de las tecnologías modernas y de los productos

de la industria y su adaptación a nuestra vida cotidiana. Igual que proclamaban los futuristas, los ciudadanos modernos debían rendir culto al transporte y a la velocidad de la máquina para ser considerados plenamente hombres y mujeres de su tiempo. Por supuesto, debían manejarla con total naturalidad. Así, héroes y heroínas eran representados frecuentemente manejando automóviles, aviones o modernos yates. Eran tecnófilos frente a las actitudes tecnófobas que ya formaban parte del pasado. Esta radicalización de la postura proindustrial llevó a una devaluación del artesano que prácticamente ya sólo sobrevivía en algunos objetos de joyería y de decoración de lujo dentro del Art Déco.

Un grave error en cualquier caso, pues la historia ha demostrado que el vínculo entre diseño y artesanía es prácticamente indisoluble y que cualquier tentativa de romperlo suele abocar al fracaso tarde o temprano. La artesanía fue la antecesora del diseño en la fabricación de utensilios de uso cotidiano, y comparte con ella intenciones y principios además de una larga historia. Pero en aquellos primeros años de la industrialización esa relación se hallaba absolutamente desprestigiada o, mejor dicho, condenada al ostracismo por arquitectos, diseñadores y, en general, los principales artífices del movimiento moderno.

El Art Nouveau había demostrado la imposibilidad de producir objetos industriales con la exquisitez del artesano en el nuevo paradigma que se produjo con la llegada de la fabricación en serie. A pesar de sus bases ideológicas de carácter socialista, el Art Nouveau no consiguió más que producir edificios, mobiliario, publicidad y objetos decorativos para la misma burguesía industrializada que había supuesto el fin de la utopía socialista de William Morris, que proponía la vuelta a los principios morales de la comunidad medieval. Del mismo modo, el Déco no pasó de ser un estilo burgués que sólo era capaz de llegar al gran público a través de los sueños de celuloide, y dejó de tener sentido cuando la clase obrera se convirtió mayoritariamente en clase media y modificó sus aspiraciones.

Ruskin y Morris pertenecían definitivamente al pasado. Su fracaso en reivindicar el abandono de la industrialización para volver a modelos de vida medievales era inevitable y llegamos así a la tercera receta para formar parte de lo moderno: Dentro de esas ansias por dejar atrás modelos primitivos, el obrero del siglo XX que aspirase a más debía abandonar definitivamente el modelo rural y entregarse sin condiciones al nuevo modo de vida urbano y cosmopolita. La música moderna, que nacía de las formas mestizas y sin precedentes del jazz, no era ni clásica ni folklórica: era modernidad en estado puro. Era tan novedosa como cualquiera de los fascinantes medios de transporte del mundo moderno, que garantizaban velocidad por tierra, mar y aire para todos. La imagen de Fred Astaire, vestido como un *dandi* y bailando temas de Irving Berlin en un contexto decorativo absolutamente a la última, produjo un impacto en el público tan demoledor que sus ecos todavía se oyen hoy mismo, tres cuartos de siglo después.

Tres recetas infalibles para ser tan modernos como Fred Astaire y Ginger Rogers: clase europea, disfrute sin complejos de los beneficios de la máquina y música moderna. De nuevo el título de uno de los temas de Irving Berlin describe perfectamente la situación, si se querían dejar los problemas atrás, lo mejor era *Let's Face the Music and Dance*.





«Clasicismo Déco» como leit motiv de los decorados de Van Nest Polglase para *Top Hat*.

Siguiendo ese camino, viendo *Top Hat* y aquellos títulos clásicos de la comedia musical de los años treinta y cuarenta, nos hallaríamos frente a un panorama insuperable de calidad de vida, Modernidad y buen gusto, una forma de vivir que incluye el disfrute del diseño como algo natural por parte de sus protagonistas. Si trasladamos esta reflexión a la actualidad, nos daremos cuenta de que son precisamente éstos los argumentos que sustentan las boutiques en las que hoy podemos encontrar mobiliario y objetos decorativos de firma. Son objetos que, en plena posmodernidad, comparten el mismo espíritu con aquellos que consumía el público que dio sentido al Déco.

Esa exigencia moderna de «estar a la última» requería un alto nivel de conocimientos en los consumidores. Por ejemplo, para entender las estrategias formales por las que se movía la seducción del Art Déco era preciso estar informado en múltiples materias, como la historia clásica. En ese sentido, los decorados de *Top Hat* son una revisión del neoclasicismo más austero, representado en líneas simples y tonos blancos. El imperativo de adoptar el modelo europeo de *touch of class* se mezclaba con algunas prácticas que habían resultado tremendamente efectivas en un pasado no muy lejano. El público americano aún recordaba con agrado los edificios de la «Ciudad Blanca», como se llamó al recinto de la Exposición Colombina de Chicago de 1893, que alcanzó una gran popularidad a pesar de su estilo neoclásico ya obsoleto a finales del XIX. En la medida en que el Déco se había propuesto recuperar todo aquello que fuese del agrado del público, no es extraño que las habitaciones de hotel diseñadas por Van Nest Polglase recordasen enormemente aquel neoclasicismo inmaculado con pinceladas modernas.

Las puertas y paredes de los dos hoteles que aparecen en la película, al margen del hecho de que uno se halle en Londres y el otro en Venecia, muestran unos dibujos simples y estilizados al estilo de los de un ánfora griega. La cuna de nuestra civilización fue uno de los símbolos más poderosos para reivindicar la llegada de la Moderni-





Barroquismo y simplicidad en dos fotogramas de *Top Hat*. La lámpara de la habitación veneciana de Horace Hardwick contrasta con la austeridad surrealista del decorado del teatro de Londres en el que tiene lugar el espectáculo protagonizado por Travers. Este estilo surrealista se repite en otras películas musicales posteriores, como el famoso decorado de Cedric Gibbons y Randall Duell para el número «Broadway Melody Ballet» en *Singin' in the Rain*, de 1952, de Stanley Donen y Gene Kelly.

dad durante el siglo XVIII. Las expediciones arqueológicas fascinaron a todo occidente con sus vistas de Grecia, Roma, Egipto, Tierra Santa o del Lejano Oriente, y se convirtieron para el Romanticismo en una especie de postales del Paraíso Perdido.

Esta huida al pasado como búsqueda del Paraíso se mantuvo con fuerza durante todo el siglo XIX y todavía despertaba el interés de la sociedad de principios del XX. Ejemplo de ello fue la fascinación que produjo el descubrimiento de la tumba de Tut Anj Amon, en 1922. El propio Art Déco incluyó la iconografía egipcia en su ecléctico catálogo en parte debido a la popularidad que Egipto poseía en ese momento. En la película encontramos guiños a Egipto y a Grecia más allá de los dibujos en las puertas de los hoteles, pero también a toda nuestra tradición clásica. Por ello, no es casual que una parte del film se ambienta en Venecia, aunque el decorado nos parezca poco realista. Una falta de realismo muy deliberada en cualquier caso, pues el equipo artístico trabajó con tal rigor que incluso llegó a teñir de negro el agua de los canales del decorado para que resultasen mejor en la fotografía en blanco y negro de David Abel.

Resumiendo, si el Art Nouveau se propuso una actitud anti historicista que adoptaba formas naturales para crear un nuevo catálogo ornamental, el Art Déco extrajo sus referencias estéticas eclécticamente de las más diversas fuentes, desde la cultura popular hasta las del Movimiento Moderno. El catálogo de motivos era inmenso: la civilización egipcia, el arte tribal, movimientos pictóricos de vanguardia, como el surrealismo, el futurismo, la abstracción geométrica o el constructivismo ruso o incluso otros aparentemente antagónicos como el neoclasicismo. Un ejemplo de esto último es el estilo arquitectónico Déco constructivista, que adoptó de buen grado el diseño industrial.

En mi artículo sobre *King Kong* comentaba cómo en la construcción de rascacielos se aprecia el modo en que la tecnología iba por delante de los cambios en las formas. De nuevo es necesario referirse brevemente a los rascacielos más emblemáticos de su época, pues como símbolos indiscutibles de su tiempo, tuvieron una gran influencia en el mobiliario de los veinte y de los treinta, así como en muchos objetos decorativos.



La radio *Air King* «rascacielos» de Van Doren de 1933, las estructuras constructivistas que constituyen la peana del gigantesco número 20 extrusionado del logotipo de la 20th Century Fox, de 1935, que ya comenté en mi anterior artículo, son claros ejemplos de esta influencia, y el envase de la colonia «Maderas de Oriente»⁶.

La influencia de la forma revolucionaria de los rascacielos, como el Empire State Building, los edificios del Rockefeller Center, o de la avenida principal de la Feria Mundial de Chicago de 1933, inspirada en el zigurat mesopotámico, se dejó notar de inmediato en el diseño industrial. De esa influencia surgieron una serie de nuevos objetos concebidos como microarquitectura moderna. Así, muchos objetos industriales se convirtieron en pequeños edificios dotados de una forma deliberadamente moderna. La radio de plástico *Air King* de Van Doren de 1933 bien hubiera podido ser aerodinámica de haberse construido unos pocos años después, pero se adaptó a los cánones modernos y acabó teniendo la apariencia de un rascacielos en miniatura. En España, el objeto que tal vez sea más significativo en ese sentido sea el envase de la colonia *Maderas de Oriente*, que Esteve Monegal y Eduard Jener hicieron para Myrurgia en 1929, aunque existen otros ejemplos, como el carrito de bebidas *Capitol*, diseñado en 1932 por Luis Feduchi Ruiz en consonancia con el edificio de Madrid del mismo nombre para el que fue concebido.

Otro ejemplo de hasta qué punto el eclecticismo se hallaba presente en el espíritu de la época lo encontramos en la torre del Chicago Tribune, de Raymond Hood y John M. Howells, que alcanzó los 141 metros en 1925. Este edificio pone de manifiesto cómo el gusto por un eclecticismo simbólico que inspiró los revivals del siglo XIX seguía vivo en aquellos primeros años del triunfo de la industrialización. Raymond Hood había creado en 1924 otro icono Déco con influencias revivalistas, su rascacielos del American Radiator, hoy American Standard Building. Su siguiente proyecto para el Chicago Tribune, ganador del concurso más famoso de la

⁶ Fotografía de un facsímil de «Maderas de Oriente» cedida por Myrurgia. El escultor Esteve Monegal, fundador de la marca, decidió que el nombre de la empresa estaría compuesto por la suma de las palabras griegas «perfume» e «industria». Fotografía de la radio *Air King* cedida por Ernst Erb, museo virtual de radios www.radiomuseum.org.

época, estaba coronado por arcos neogóticos, y en su construcción se emplearon piedras de El Álamo, la Muralla China y el Coliseo de Roma entre otras.

El más claro exponente del Art Déco al otro lado del Atlántico es probablemente el Edificio Chrysler (1928-1930), de William van Allen. Su vestíbulo, que en los primeros años fue utilizado como sala de exposición de coches, deslumbraba al visitante con sus revestimientos de mármoles y granitos de todo el mundo. Pero la sociedad americana, que un día estuvo fascinada por estos edificios simbólicos, acabó perdiendo la fe en el futuro industrial y en aquellos símbolos que en su día lo representaron. El edificio Chrysler fue quedando abandonado como un símbolo de que el espíritu de lo que representaba iba dejando de interesar en occidente. Quedó en un estado de abandono y descuido tal que incluso corrió el peligro de quedar en ruinas hasta que en 1998 se inició un complejo y exhaustivo proceso de restauración que hoy nos permiten disfrutar del edificio en todo su esplendor como en los años dorados del Art Déco.

Así, el eclecticismo Déco se encuentra en la recuperación de la simplicidad neoclásica, como en el romanticismo de las civilizaciones antiguas y en los exploradores que nos las dieron a conocer y que protagonizaban todo tipo de relatos de aventuras por aquellos años. Pero también en las formas del arte moderno, desde el cubismo o el futurismo hasta el constructivismo ruso, aunque apenas existen ejemplos en ese sentido en la película. La versión americana de este diseño de propaganda oficial como lo fue el constructivismo ruso fue el llamado *WPA style*. Lo ejecutaron múltiples artistas, trabajando para la *Work Progress Administration*, creado por el presidente Roosevelt para emplear a las multitudes de parados de aquellos años de depresión. Estos artistas crearon cuadros, murales y pósters propagandísticos para todo tipo de instituciones públicas, como oficinas postales, aeropuertos u hospitales⁷. El estilo WPA era, como el constructivismo ruso o el diseño gráfico de ilustradores españoles como Josep Renau, una síntesis de estilos modernos europeos y del realismo heroico, ejecutado con plantillas y aerógrafo, tintas planas y tipografías de palo seco.

El Art Déco fue la máxima expresión estética del estilo del progreso hasta la Segunda Guerra Mundial. Murió definitivamente cuando la Aerodinámica entró en decadencia al convertirse en *Bórax*, lo cual puede interpretarse como un síntoma de que la aerodinámica americana no fue más que una de las múltiples manifestaciones del eclecticismo Déco. Cuando la Modernidad en la que nació iniciaba su decadencia, siguió influyendo en los diseñadores durante décadas, especialmente en los arquitectos postmodernos, dejando claro que más allá de las cuestiones de moda, su mayor aportación al desarrollo del diseño moderno fue la de consolidar las premisas de un ámbito profesional, unas premisas que siguen hoy tan vivas como antes, a pesar de los cambios que se hayan producido o de las nuevas modas que hayan podido ir surgiendo.

Cincuenta años después, en 1981, se escuchó un eco de aquellos tiempos. Entonces se produjo un movimiento efímero pero intenso que quería volver a recupe-

⁷ Ver HELLER, Steven y FILL, Louise: «Streamline. American Art Deco Graphic Design». Chronicle Books. San Francisco 1995, pp. 94-95.





rar el gusto por las artes decorativas. El sueño de un grupo de diseñadores y arquitectos italianos encabezados por Alessandro Mendini de acabar con la preponderancia del diseño nórdico, al que calificaban de «frío», con un nuevo, imaginativo y renovado estilo al que bautizarían como *Memphis*, supuso la entrada del diseño en el especulativo mundo del mercado del arte y mostró una vez más cómo éste tiene en el elitismo una de sus caras más oscuras y alejadas de sus principios fundacionales. Actualmente, mientras uno todavía puede comprar cualquiera de las piezas del catálogo de *Memphis* con una simple llamada telefónica a su fabricante⁸, las mismas piezas de las colecciones originales se subastan a precios exorbitantes en galerías de arte como *Sotheby's*.

En cualquier caso, tanto Art Nouveau como Art Déco o Memphis tienen en común una gran riqueza formal y suponen *el otro enfoque posible* de la búsqueda del Estilo del Siglo. Un enfoque más expresionista que aquel que fructificó, por ejemplo, en el racionalismo. Su gran eclecticismo y riqueza formal, que se hace patente en la película, pudo fracasar (o no) en su intento de dar con un estilo totalmente nuevo, pero tuvo una importancia definitiva para la entrada de la figura del diseñador en ámbitos profesionales como el interiorismo, la arquitectura efímera, el mobiliario o la moda y demostró de una forma indiscutible que diseño y arquitectura podían complementarse, así como diseño e ingeniería, demostrando que el diseño es probablemente una de las actividades más interdisciplinarias que existen. El haber orientado la profesión en ese sentido es la verdadera aportación histórica del Art Déco, al que suele juzgarse injustamente de una forma más ligera debido a su estrecha vinculación con la moda.

ASPECTOS CONCRETOS DEL DISEÑO DE LA ÉPOCA REFLEJADOS EN LA PELÍCULA

HIDROAVIONES FASCINANTES

Jerry Travers y Horace Hardwick viajan de Londres a Venecia en lo que a los usuarios de la aviación moderna puede parecernos un ruidoso, pequeño e incómodo cacharro: un hidroavión. Se trata de un *Douglas Dolphin*, un modelo que entró en circulación en 1935 y que la Pan American utilizó para cubrir la línea San Francisco-Hong Kong. Por lo tanto, pese a lo que pueda parecer, nuestros protagonistas están asumiendo el rol que les corresponde como protagonistas del progreso al viajar en un vehículo último modelo. A pesar de ello, salta a la vista la austeridad e incomodidad de su cabina de pasajeros, que sin duda contrasta con el lujo y el glamour del resto de los interiores del film. Una austeridad que efectivamente se daba en aquellos aviones a pesar de tratarse de unos de los ingenios más sofisticados de su época.

⁸ Aunque el movimiento Memphis ya no existe, la sociedad Memphis Srl continúa produciendo todo el catálogo del grupo (300 piezas de ocho colecciones creadas entre 1981 y 1988), y cada año son presentadas en la feria del mueble de Milán. Ver www.memphis-milano.com.



Esta austeridad se debía a que el progreso se movía a velocidades muy distintas según la tecnología a la que se aplicase en aquellos primeros años de la industrialización, y no debemos olvidar que la aviación comercial era una recién llegada a ese escenario. Durante los años veinte se desarrollaron aviones de gran tamaño capaces de realizar vuelos transatlánticos. Los aeropuertos construidos en aquella primera época de la aviación no eran lo suficientemente largos para permitir el despegue y aterrizaje de aparatos de gran envergadura, por lo que éstos fueron diseñados para despegar desde el mar. Además, el público estaba acostumbrado a que los puertos marítimos fueran el lugar natural de partida de los viajes transatlánticos. En el transporte comercial de pasajeros, sólo los grandes zeppelines, que despegaban en vertical, partían de los aeródromos.

Los diseñadores industriales, mientras creaban mobiliario y objetos decorativos glamorosos para los grandes almacenes, estaban empeñados en una campaña para convencer a las grandes compañías de transporte de la necesidad de utilizar el diseño industrial para mejorar el confort de los viajes. Eran conscientes de que era preciso transmitir al público la imagen de modernidad que estaban deseando disfrutar y estaban convencidos de que el modo de alcanzarlo era mejorando el confort de los distintos medios, que en muchos casos no estaba a la altura de aquellos tiempos.

Los grandes transatlánticos eran enormemente populares, en parte debido a la condición de hoteles flotantes que ostentaban. Incluso su segunda o tercera clase ofrecían al viajero una atención y limpieza sin precedentes. Así ocurría en el *Titanic* y en su barco gemelo, el *Olimpia*, de la *North Star*, o en los transatlánticos de la *Cunard Lines*, su competidora, que en 1913 botó el *RMS Aquitania*, primer barco en contar con una piscina interior. Estas comodidades permitían a sus usuarios vivir la ensoñación de ser por unos días como los protagonistas de las películas del momento⁹. Esto, por supuesto, se multiplicaba en los billetes más caros, que alcanzaban en la primera clase un lujo casi palaciego por el que sus viajeros estaban dispuestos a pagar cantidades verdaderamente astronómicas.

Los zeppelines, gigantescas obras de ingeniería aerodinámica que causaban fascinación en todo el mundo, copiaron la estrategia de lujo de los transatlánticos, una estrategia que se extendió rápidamente a los ferrocarriles. Viajar en esos modernos símbolos del progreso se convirtió en el sueño de los ciudadanos del mundo industrializado, e inmediatamente empezaron a mitificarse las máquinas más modernas. Desde Nueva York hasta Tokio, las multitudes acudían en masa a los aeródromos para admirar los grandes zeppelines, y los visitantes de las ferias mundiales hacían cola para poder ver de cerca las modernas locomotoras aerodinámicas, como la *Burlington Zephyr* o la *20th Century Limited*¹⁰.

⁹ Es preciso reseñar que un billete de tercera clase en el *Titanic* costaba alrededor de ocho libras, aproximadamente el alquiler durante un mes de una vivienda de clase obrera de la época.

¹⁰ Expuestas con gran éxito en las ferias mundiales de Chicago de 1933 y de Nueva York de 1939, respectivamente. En el caso de la *20th Century Limited*, diseñada por Henry Dreyfuss, comparando el protagonismo con la elegante S1 de Raymond Loewy para la Pennsylvania Railroad Company.



Jerry Travers y Horace Hardwick viajan en hidroavión desde Londres a Venecia. El innovador diseño exterior aerodinámico no encuentra equivalencia con su interior espartano. Aunque no todo eran desventajas: en la película, el muelle de atraque de Venecia está en la misma puerta del hotel.

La vida de los hidroaviones comerciales de transporte de pasajeros fue corta. Apenas una década. Desde 1929 hasta 1939 los puertos marítimos del mundo pudieron ver despegar múltiples modelos que se iban sofisticando año tras año, y que iban ganando en confort a la par que eran capaces de transportar más y más pasajeros. Los modelos de principios de la década eran muy espartanos, a pesar de sus dimensiones, como el *DO-X*, de Claude Dornier, puesto en circulación en 1929, pero poco a poco su confort, unido a su mayor velocidad y seguridad, les permitieron desbancar rápidamente a los zeppelins como estrellas del negocio aéreo transatlántico.

El *DO-X* fue el primero de estos gigantes del transporte aéreo de pasajeros. Fue el mayor avión construido hasta entonces: medía 40 metros de largo por 48 de envergadura, y estaba propulsado por 12 motores de 660 caballos cada uno montados sobre el ala. Podía alcanzar los 210 kilómetros por hora y tenía una autonomía de 2.300 kilómetros. Sus 66 pasajeros eran atendidos por 14 tripulantes. Claude Dornier fue un pionero de la aviación comercial, que empezó su trayectoria profesional en la *Graf Zeppelin* tras licenciarse en ingeniería en 1910. Allí intentó convencer a los ejecutivos de la compañía de reorientar su producción hacia la construcción de aviones. Tras varios intentos fallidos, Claude Dornier fundó su propia compañía aeronáutica en Friedrichshafen, Alemania, en 1914: la *Dornier GmbH*, que cosecharía grandes éxitos en el futuro. El *DO-X*, construido en 1929 cuando los grandes hidroaviones de metal todavía despertaban escepticismo, hizo su primer viaje de Alemania a Nueva York en 1931.

Durante este corto pero intenso periodo de la aviación volaron multitud de modelos. Fueron muy populares los *Sikorsky*, de tamaño más reducido. Su modelo *S40*, llamado «el bosque volante» por la gran cantidad de puntales de madera que sustentaban sus alas, tenía capacidad para 32 pasajeros, y su acabado interior recordaba al de un yate de lujo. Fue construido por la *Cought-Sikorsky*, una división de la

United Aircraft Corporation en Stratford, Connecticut, y realizó la mayoría de sus viajes para la *Pan American* entre Miami y el Canal de Panamá, siendo ni más ni menos que Charles Lindberg quien inauguró la línea el 19 de noviembre de 1931. Miami, por cierto, tuvo un importante aeródromo específico para hidroaviones, muy transitado durante los años treinta.

Uno de los últimos y más sofisticados hidroaviones de la década fue el *Boeing 314*, que entró en circulación en 1938. De diseño compacto y robusto, podía volar de Nueva York a Lisboa en tan sólo 27 horas, transportando a 74 pasajeros con un confort equiparable al que tendrían los aviones de la posguerra. Medía 32 metros de largo por 46 de envergadura y sus cuatro motores le permitían alcanzar los 294 kilómetros por hora, un rendimiento considerablemente mayor que el *DO-X*, que sólo diez años antes necesitaba doce motores para un rendimiento sensiblemente inferior. El *B-314* certificaba con su imponente tecnología el fin de la era de supremacía del barco y los dirigibles en los viajes transatlánticos. En junio de 1939, mientras la Feria Mundial de Nueva York asombraba al mundo, se realizaba el vuelo inaugural de la línea Nueva York-Southampton, la misma que los transatlánticos de la *North Star*, o de la *Cunard* tardaban cuatro días en cubrir. El precio que los viajeros tendrían que pagar por ese ahorro de tiempo era todavía astronómico: unos 375 dólares de la época por trayecto, unos 7.000 u 8.000 dólares de hoy en día.

Muchos de estos modelos civiles se reciclaron en aviones militares durante la Segunda Guerra Mundial, y algunos de ellos siguen volando hoy adaptados como hidroaviones para la extinción de incendios, como el *PBY5 «Catalina»*.

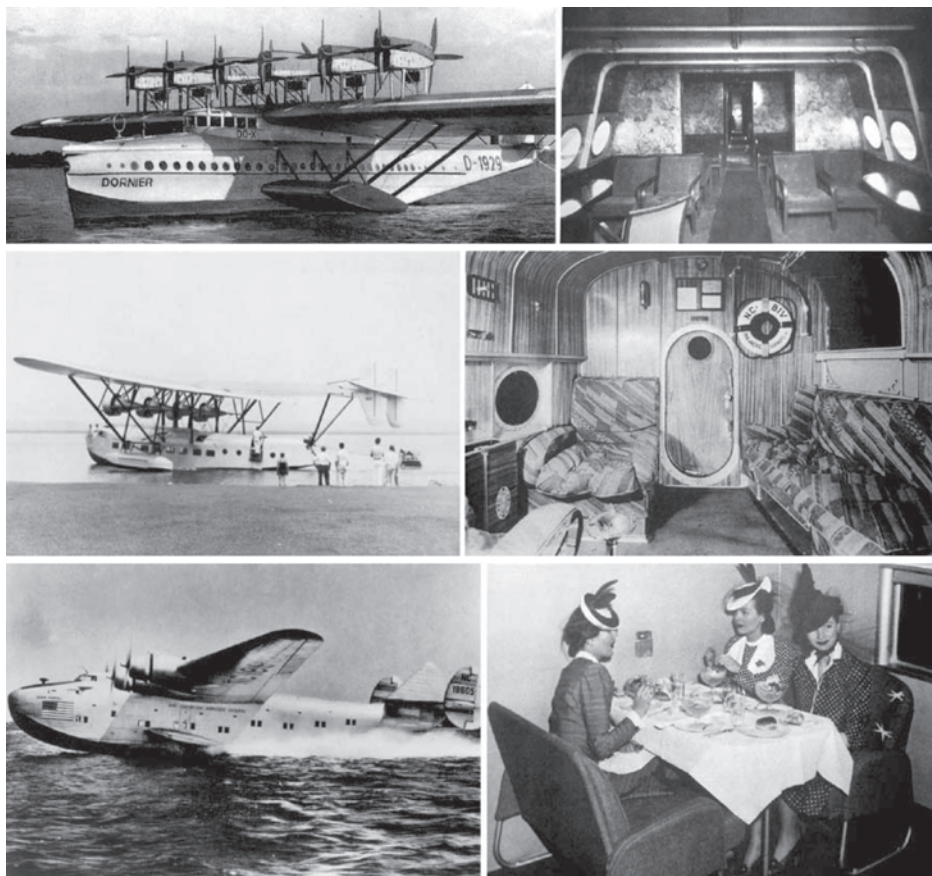
Pero sin duda puede afirmarse que los dos modelos de hidroavión más fascinantes de la década no volaron jamás, o apenas lo hicieron unos metros. Es imposible hablar de los barcos volantes de la época sin hacer mención al *Avión N° 4* de Norman Bel Geddes, un hidroavión aerodinámico de lujo que sólo existió en las páginas de su popular libro *Horizons*¹¹, y del *Hughes H4 Hércules*, uno de los aviones más grandes que se han construido jamás y que el propio Howard Hughes en persona consiguió elevar del mar una única vez apenas unos cientos de metros.

Norman Bel Geddes se convirtió en la década de los treinta en el apóstol indiscutible de la aerodinámica gracias a la popularidad que alcanzó su *Horizons*, un libro que, como apunta en su introducción, describía un fascinante futuro para la humanidad gracias al desarrollo de los transportes. En su primera página apuntaba:

Vislumbro un futuro no muy lejano que muchos de nosotros llegaremos a ver gracias a una nueva noción de las formas. Un futuro en que la mayor parte de nuestra vida cotidiana participará de los nuevos aspectos de la economía, la eficiencia, el confort y la felicidad gracias a la influencia del nuevo diseño¹².

¹¹ BEL GEDDES, Norman: *«Horizons»*. Little, Brown and Co. Boston 1932.

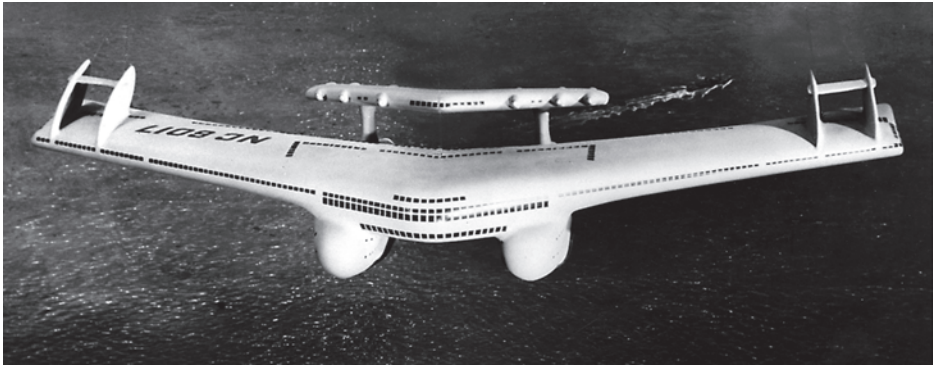
¹² BEL GEDDES, Norman, *Op. cit.*, p. 1.



De arriba abajo, el *DO-X*, de 1929, El *Igor Sikorsky S-40*, de 1931,
El *Boeing B-314*, de 1938 y sus respectivos interiores.

Su *Avión nº 4*, llamado así por augurar su autor que sería una realidad en sólo cuatro años a partir de la publicación de *Horizons* (o lo que es lo mismo, que surcaría los cielos en 1936), era el proyecto de un gigantesco hidroavión en forma de boomerang apoyado sobre dos enormes flotadores en forma de gota, la forma aerodinámica perfecta para los ingenieros de la época. Su envergadura debía alcanzar los 179 metros y tendría capacidad para 451 pasajeros, todos de primera clase¹³, y 155 tripulantes. Su autonomía de 12.000 kilómetros y sus 20 motores de 1.900

¹³ Una de las claves del éxito popular de *Horizons* consistía precisamente en la «democratización» de la primera clase. Para Geddes, si un viajero podía hacerlo con la comodidad de primera, no tenía ningún sentido que lo hiciera de otro modo y abogaba por suprimir la segunda y la tercera clase.



Avión nº 4. 1932. Imagen reproducida con la autorización del Harry Ransom Humanities Research Center de la Universidad de Austin en Texas.

caballos montados sobre el ala, al estilo del *DO-X*, le permitirían alcanzar los 240 kilómetros por hora. Así, sería capaz de llegar desde Chicago hasta Inglaterra en 42 horas a una altura de crucero de 1.700 metros, aunque sería capaz de volar a una altura máxima de 3.600.

El lujo estaba garantizado: contaba con varios restaurantes, gimnasio, solárium, zona de paseo y camarotes dignos del mejor hotel. Sus pasajeros podrían disfrutar del viaje sentados en sus asientos, todos frente a las ventanillas, dispuestas en proa, o pasear por la nave como si de un transatlántico se tratase. La seguridad estaba garantizada, pues sus flotadores contendrían botes salvavidas con receptor de radio y comida y agua para dos semanas.

Fue diseñado en asociación con el ingeniero aeronáutico O.A. Koller, que en su currículum contaba con el dato de ser el responsable del diseño del monoplano *Phalz* para la aviación alemana durante la I Guerra Mundial, lo cual para Geddes garantizaba la viabilidad del proyecto. El avión estaba concebido para competir con los grandes transatlánticos y en ese sentido, en *Horizons* ofrecía datos concretos que demostraban su viabilidad económica, comparándolo con los gastos de fabricación de cualquier transatlántico de lujo. Según Geddes, frente a los costes de sesenta millones de dólares necesarios para construir un transatlántico, su hidroavión nº 4 podría fabricarse por sólo nueve y rentabilizarse mucho antes.

El *Avión nº 4* mostraba claramente las dos caras de Norman Bel Geddes y la predisposición de la sociedad de los años treinta hacia todo lo que significase progreso. Por un lado estaba el Geddes visionario, capaz de crear la forma de ala voladora, una propuesta formal lo suficientemente innovadora como para convertirla en un símbolo indiscutible de su tiempo que en el futuro se asociaría con cualquier propuesta vanguardista en diseño aeronáutico. Por otro lado estaba el Geddes ingenio, cegado por la fascinación que la tecnología producía en él y tan convencido de estar viviendo en un momento culminante del progreso que no fue capaz de tener respecto a lo tecnológico la misma capacidad de anticipación que lo caracterizaba en cuanto a las formas. Cuando escribió *Horizons*, la aviación transoceánica se hacía en hidroavión, y supuso que eso no iba a cambiar en el futuro.

A partir de *Horizons*, la forma de ala voladora se convirtió en el paradigma de avión del futuro, y los distintos diseños para medios de transporte creados por Geddes se mitificaron en las populares revistas de divulgación científica como *Popular Mechanics*, iluminando al pueblo americano en su camino hacia la cima tecnológica e industrial e inspirando los diseños de creadores de ciencia ficción en el cine, el cómic y los relatos ilustrados.

El hidroavión de lujo sólo ocupa una pequeña parte de la historia de la aviación. El que Geddes no fuera capaz de imaginar que el hidroavión estaba condenado a desaparecer demuestra su tendencia a olvidar la realidad de los procesos de producción, dando por hecho que el desarrollo tecnológico alcanzado en su tiempo era prácticamente insuperable.

La búsqueda del avión gigante culminó con el *Hughes H4*, apodado popularmente *Spruce Goose*¹⁴. El proyecto se inició en 1942, ante la necesidad de la industria militar de contar con un vehículo capaz de transportar rápidamente tropas y maquinaria al escenario del conflicto armado. Su construcción se complicó enormemente, y Howard Hughes, que lo convirtió en un empeño personal, pues había hipotecado su reputación en él, tuvo que enfrentarse a todo tipo de dificultades. El proyecto se convirtió en ruinoso. Fue fabricado en madera de abedul a causa de la escasez de metales y sus piezas se ensamblaban con una resina fabricada expresamente por la empresa *Plaskon*. El siete de noviembre de 1947, terminada la guerra en Europa, Hughes en persona consiguió elevarlo unos veinte metros del agua durante una milla en el puerto de Long Beach, California, acallando así los rumores de cuantos apostaban porque sus ocho motores no conseguirían que el monstruo, de 67 metros de largo y 97 de envergadura¹⁵, la mayor que jamás ha tenido una aeronave, despegase. Martin Scorsese ha recreado el momento en su película *The Aviator*, de 2005.

Hoy la fascinación del gran público hacia las grandes máquinas no ha muerto a pesar de que nuestra sociedad dista mucho de aquella que leía *Horizons* con una fe ciega en el progreso. Aunque hayamos perdido la inocencia frente a las promesas de la industrialización, llama la atención el enorme interés que ha despertado en los últimos años la aparición de algunos nuevos medios de transporte tan grandes y glamorosos que recuerdan a aquellos de los distantes años treinta. El dieciséis de enero de 2004, la ciudad de Santa Cruz de Tenerife se colapsó por el enorme número de visitantes que querían ver en directo la llegada del *Queen Mary II*, el mayor barco de pasajeros del mundo, en la primera escala de su viaje inaugural. Lo mismo ocurrió en el puerto de Santa Cruz de La Palma, también en las Islas Canarias, para recibir al trimarán *Benchijigua Express* de la compañía Fred Olsen, el mayor del mundo en su categoría con 126'7 metros de largo.

¹⁴ Que podría traducirse como el *Ganso Elegante*.

¹⁵ Para que el lector se haga una idea del tamaño del avión de Hughes, éstas son las medidas de los cuatro gigantes de la aviación actual (largo × envergadura): Airbus A380: 73×79'8 m, Galaxy C5 (de uso militar): 75,3×67,89 m, Boeing 747-400: 70'6×64,4 m, Boeing B-52 (de uso militar): 48'5×56'4 m.

La definitiva salida al mercado del Airbus A380, el mayor reactor comercial del mundo, conocido durante su desarrollo como *Superjumbo A3XX*, permite al fabricante europeo competir con el Boeing 747, sin rival desde mediados de los setenta. El interés del gran público en este gigante sólo es comparable con el que en su día despertaron los zeppelines, y el público se disputa los primeros billetes para disfrutar de su comodidad, gimnasio incluido, dignos del *Avión nº 4* de Geddes, que demuestra finalmente hasta qué punto sus propuestas de hace más de setenta años eran visionarias. La página web de Air Singapur, la primera compañía comercial que operará el aparato, había recibido en mayo de 2005 más de diez mil peticiones de reserva para el vuelo inaugural de su primer A380, lo cual obligará a la compañía a poner a subasta las plazas cuando tenga que emitir los billetes definitivamente.

AÑOS DE MODA Y GLAMOUR DELIRANTES

La imagen de la mujer cambió radicalmente, lejos de los prototipos remilgados de principios de siglo. Las mujeres trabajaban, cantaban, actuaban, bailaban o practicaban deporte. El corte de pelo *a la garçon* se puso de moda, siguiendo el modelo de personajes como Josephine Baker o Coco Chanel. El descubrimiento de la tumba de Tut Anj Amon también impulsó la moda del peinado egipcio y la utilización de diversos colores inspirados en los sarcófagos de los faraones, y el eclecticismo Déco que caracterizaba la arquitectura, el mobiliario o las artes decorativas se apoderó de la moda.

El espectador de *Top Hat* puede darse cuenta de hasta qué punto esta influencia era patente en la época contando los diversos cambios de vestuario de sus protagonistas femeninas. Concretamente, Ginger Rogers cambia de ropa diez veces en toda la película, la mayoría para lucir trajes de fiesta delirantes con plumas, lentejuelas o fantasías varias. No en vano interpreta a una modelo de moda. Pero llama la atención que entre su vestuario y sus peinados aparezcan con toda naturalidad referencias a la antigüedad clásica o a la época de los descubrimientos. En ese sentido, el vestuario de Mrs. Rogers es un catálogo que ilustra muchas cosas de las que he tratado en este artículo. Entre el excelente trabajo de Bernard Newman encontramos un traje sport inglés, un peinado romano que comparte con Helen Broderick, un traje de noche basado en el de etiqueta masculino, con varias pajaritas, un pijama de inspiración china y varios sombreros delirantes que utilizan indistintamente ambas protagonistas.

Por cierto que, según las biografías de los protagonistas¹⁶, el traje de plumas de avestruz que Rogers luce en el famoso número *Cheek to Cheek* provocó un auténtico conflicto en el rodaje. Ginger Rogers pidió expresamente un modelo con plu-

¹⁶ Ver ROGERS, Ginger «*Ginger: My Story*». Harper Collins. New York 1991 y ASTAIRE, Fred: «*Steps in Time*». Harper and Brothers. New York 1959.



Ginger Rogers, mostrando a David Abel, director de fotografía, su «lado bueno» y deslumbrando al público vestida de sport, de gala, con pijama y con un deslumbrante traje azul de plumas de avestruz mientras luce un peinado con trenza al estilo romano.

mas al diseñador de vestuario Bernard Newman, y Fred Astaire, que al parecer había tenido problemas con la funcionalidad de las plumas para bailar en otras películas, sugirió de acuerdo con Mark Sandrich que lo cambiasen por el mismo que Rogers había llevado en el número *Night and Day* de *The Gay Divorcee*, de 1934. Ésta lo consideró una afrenta, y decidió defender las plumas a toda costa frente al equipo masculino, para lo cual no dudó incluso en llamar a su madre al plató. Al final, el criterio femenino se impuso, y el número salió bien, aunque en pantalla grande el espectador atento puede apreciar cómo algunas plumas se van desprendiendo mientras la pareja baila. Por ello, a *Cheek to Cheek*, uno de los número de baile más memorables de la pareja, se lo conoce desde entonces como «el número de las plumas».

En cuanto a lo masculino, el modelo *dandi* se impone desde el principio. En una de sus primeras secuencias, Horace Hardwick le explica a Jerry Travers la discusión que mantuvo el día anterior con Bates, su mayordomo. Éste sostenía que la corbata blanca que lucía Hardwick con su traje de etiqueta era inapropiada, pues denotaba un toque de falta de clase. Las corbatas debían ser negras. El patrón lo



Las protagonistas femeninas lucen con toda naturalidad tocados que se integran con igual perfección en los eclécticos decorados Déco de Van Nest Polglase y en la fotografía en blanco y negro de la película.

personificó en su día *Beau Brummell*,¹⁷ un aristócrata inglés que fascinó a las siguientes generaciones, desde Baudelaire hasta Adolf Loos¹⁸ por su discreción, su caballerosidad, su conveniencia y su falta de ostentación. A principios del siglo XIX, su vestuario con camisa blanca y traje entallado oscuro contrastaba con la moda de la época, que consistía en vestir con estridentes estampados de colores.

George Bryan Brummell (1778-1840) impuso un estilo de vida que se convirtió en modelo para todo aristócrata urbano moderno, incluyendo su atuendo. Lubbock lo define como «*artista, irónico, republicano y profeta*», un estilo llamado a autoconcienciar a la clase aristocrática y a servir de modelo de referencia a la clase obrera que desease abandonar tal condición, una aspiración legítima desde que los obreros manuales empezaron a cobrar un salario. Brummell, que llevaba su personalidad a extremos paranoicos como raspar el terciopelo de la seda de su ropa para que perdiera el brillo o comer cosas muy concretas, como rosbif, col hervida y tomates crudos, es el primer caso documentado de la historia en el que alguien ha «*marcado tendencias*»¹⁹ en sus contemporáneos. Parece ser que en sus años de estudiante en Oxford llegó a inventar un nuevo tipo de hebilla para los zapatos que de inmediato fue imitado por el resto de estudiantes. De él se llegó a decir en su época que en Europa sólo había tres hombres: Napoleón, Byron y Brummell.

Se sabe con seguridad que Brummell inspiró a Sir Edward Bulwer Lytton el personaje de Henry Pelham de su novela «*Pelham or the Adventures of a Gentleman*». En cualquier caso, el mito *dandi* ha encajado maravillosamente en el imaginario literario y cinematográfico, desde el Phileas Fogg de *La vuelta al mundo en ochenta días*, de Verne, con su obsesión enfermiza por la puntualidad, hasta James Bond, un personaje capaz de moverse con toda naturalidad vestido de etiqueta por los casinos de todo el mundo.

¹⁷ «El bello Brummell» en castellano.

¹⁸ Ver LUBBOCK, Jules: «*Adolf Loos y el Dandi Inglés*» en «*Adolf Loos*» Stylos. Barcelona 1989.

¹⁹ En el sentido comercial, se entiende.



Hardwick y Travers hablan del color adecuado de la corbata.

Hoy, en plena era posmoderna, sufrimos una regresión de aquel modelo, pues tendemos a recuperar las costumbres del obrero que el «*estilo dandi*» consideraba de mal gusto. Los modelos que impulsaron la Modernidad han perdido sentido, como lo ha perdido la imitación de un único modelo, y un personaje como el Jerry Travers de la película en el que tan bien encajaba Fred Astaire no podría ser interpretado de un modo verosímil por ninguno de los actuales galanes de Hollywood.

OTRAS CUESTIONES IMPRESCINDIBLES SOBRE *TOP HAT*

FRED ASTAIRE-GINGER ROGERS. LA PAREJA DE LA ERA DORADA DE LA COMEDIA MUSICAL

El joven productor Pandro S. Berman había sustituido provisionalmente por enfermedad a Merian C. Cooper en 1931. Y fue él quien descubrió la química de la pareja mientras rodaban *Flying Down to Rio*. La etapa de Berman a cargo de la RKO acabó en 1939, probablemente el año de la mejor cosecha de éxitos de toda la historia de la productora y también de Hollywood. Las diez películas que rodaron juntos Ginger y Fred son parte de la historia más gloriosa del cine a pesar de que sus guiones no fueran precisamente memorables, pero la química entre los dos era indiscutible.

Katharine Hepburn dijo de ellos «*He gives her class and she gives him sex*». El juego de seducción y de miradas del número *Isn't it a Lovely Day to be Caught in the Rain?* no deja la menor duda. Hasta el extremo de que parece difícil concebir su relación como algo meramente profesional. Pero fue así. Fred Astaire y Ginger Rogers

rodaron juntos, nueve películas en los años treinta: *Flying Down to Rio* en 1933, *The Gay Divorcee* en 1934, *Roberta* y *Top Hat* en 1935, *Follow the Fleet* y *Swing Time* en 1936, *Shall we Dance* en 1937, *Carefree* en 1938 y *The Story of Vernon and Irene Castle* en 1939, y una en 1949, tras un periodo de diez años de separación. Reaparecieron en *The Barkleys of Broadway*, de Charles Walters. En ningún momento su relación fue más allá de lo estrictamente profesional, y ninguna de las otras parejas de baile de Fred Astaire, que fueron muchas y magníficas, como Eleanor Powell, Rita Hayworth, Joan Leslie, Judy Garland o Audrey Hepburn fue tan idónea como Virginia Katherine McMath, más conocida por su nombre artístico de Ginger Rogers. Tal vez la única pareja femenina de Astaire que repitió con la misma fuerza la fórmula clase-sedución fue Cyd Cahrise, cuya sensualidad era mucho más sofisticada que la de Rogers. Con ella compartió protagonismo en *The Band Wagon* en 1953 y *Silk Stockings* en 1958, años en los que Astaire estaba abandonando su etapa de cine musical para pasar a interpretar papeles dramáticos.

En cualquier caso, la imponente presencia en pantalla de la pareja consiguió que sus diez películas representasen excepcionalmente el espíritu del siglo xx. Esas películas, concebidas para elevar los ánimos de los espectadores en los peores años de la depresión, continúan cautivando hoy en día al público de todas las edades. Claro que en aquellos maravillosos clásicos, a la química de la pareja se le unían las increíbles coreografías, en muchos casos del propio Astaire, del que se cuenta la leyenda de que su dominio de la técnica llegaba al extremo de que era capaz, si era preciso, de repetir paso a paso un número hecho hacía meses.

Ver a Fred Astaire moverse en *Top Hat* por la habitación del hotel de Londres transmite un grado de vitalidad indiscutible al público de todas las épocas, sea de la condición que sea. En esas coreografías optimistas ejecutadas impecablemente, Fred Astaire puede hacer cualquier cosa mientras baila: servirse una copa, conversar con Edward Everett Horton, echarse en el sofá, seducir a Ginger Rogers, todo ello con tal naturalidad que viéndolo parece que cualquiera pueda hacer lo mismo. Es precisamente esa naturalidad con la que baila la que da a sus películas ese espíritu vital que las hace imperecederas. Lo mismo ocurre con la estética glamorosa de todos los films, que da sentido a la expresión «de cine».

Ninguna de sus películas fue nominada al Oscar. Fred Astaire recibió uno honorífico en 1950 de manos de Ginger Rogers por lo que la academia consideró «*his unique artistry and his contributions to the technique of musical pictures*». La única nominación de Astaire de toda su carrera artística fue en 1974 como actor secundario en la película catastrofista *The Towering Inferno*, de Irving Allen y John Guillermin, que en España se llamó *El coloso en llamas*. Recibió también dos Emmys en 1961 y 1978.

Como el resto de los protagonistas de este artículo, Fred Astaire perteneció a esa estirpe de hombres modernos, trabajadores y prolíficos que pasaron su vida al pie del cañón. Recorrió un duro camino desde su llegada al mundo del espectáculo de la mano de su hermana Adele hasta su ingreso en la RKO, que lo lanzó a la fama. Claro que eso fue después de que en un casting para la Paramount dijeran de él «*Es incapaz de cantar. No puede actuar. Un poco calvo. Puede bailar un poco*».



La filmografía de Van Nest Polglase a lo largo de su vida profesional entre 1925 y 1957 es extensísima. Además de sus muchas películas como director artístico, participó en otras veinte como miembro del departamento artístico y siete como diseñador de producción. Una vida muy prolífica de total dedicación al cine que da una idea de hasta qué punto era frenético el ritmo de producción de la RKO en aquellos años dorados de la marca. Sin embargo, Polglase no trabajó realmente en las trescientas veintidós producciones que constan en su currículum. Esto hubiera supuesto, por ejemplo, que sólo en 1939 estuviera a cargo de la dirección de arte de treinta y cinco películas de las cuarenta y una que produjo la RKO. El mérito de aparecer en todos los créditos de la productora entre 1929 y 1942 lo debe a un derecho adquirido por ser el diseñador de la famosa antena de radio símbolo de la marca, uno de los iconos más identificables del siglo xx²⁰.

Parte del mérito de sus logros visuales para la RKO lo tuvieron en realidad sus ayudantes, como Carroll Clark, que sin embargo no siempre aparecían en créditos. Entre su filmografía destacan nueve de las diez películas de la pareja Ginger y Fred²¹, y hubieran sido todas de no ser porque la última *The Barkleys of Broadway*, de Charles Walters, se rodó en 1949, cuando Polglase trabajaba en la Columbia. Al parecer un problema con la bebida provocó su expulsión de la RKO en 1942. Desde entonces hasta los años cincuenta hizo la dirección de arte de clásicos para Columbia como *Gilda*, de Charles Vidor (1946).

En cualquier caso, su legado nos deja auténticas joyas, donde nos demuestra hasta qué punto fue un director de arte versátil, capaz de hacer planteamientos por encima de la moda, como este maravilloso *Top Hat* o clásicos como *Citizen Kane* de Orson Welles, de 1941, que le valió una de sus cinco nominaciones al Oscar, *Bringing up Baby*, de Howard Hawks (1938), *Love Affair*, de Leo McCarey (1949), *The Tree Musketeers*, de Rowland V. Lee (1935), *Gunga Din*, de George Stevens (1939) o *Suspicion*, de Alfred Hitchcock (1941).

También participó en *King Kong*, como supervisor de la dirección artística, y aunque no aparece en créditos en ninguna de las dos; en la secuela *The Son of Kong* como constructor de decorados, y en *The Silver Streak*, una película concebida a la gloria de la locomotora diesel aerodinámica *Burlington Zephyr* que comenté en mi anterior artículo.

²⁰ Ver mi anterior artículo *King Kong y los Orígenes del Diseño Moderno* en revista «Bellas Artes» núm. 3, 2005.

²¹ *Flying Down to Rio* de Thornton Freeland, 1933, *The Gay Divorcee*, de Mark Sandrich, 1934, *Top Hat*, de Mark Sandrich, 1935, *Roberta*, de William A. Seiter, 1935, *Follow the flete*, de Mark Sandrich, 1936, *Swing Time*, de George Stevens, de 1936, *Shall we dance*, de Mark Sandrich, de 1937, *Carefree*, de Mark Sandrich, de 1938 y *The Story of Vernon and Irene Castle*, de H.C. Potter, de 1939.



Las partituras de Irving Berlin forman parte de nuestra historia moderna. La banda sonora del siglo XX no sería igual sin ellas o sin otras creadas por los grandes maestros del teatro musical americano como Cole Porter, los Gershwin, Jerome Kern, Richard Rodgers & Lorenz Hart, Vincent Youmans o Harold Allen. Parece imposible concebir la historia moderna sin escuchar de fondo melodías como *Alexander Ragtime Band*, *White Christmas* o *Cheek to Cheek*. Las tres se las debemos a este inmigrante ruso de nombre Israel Isidore Baline, nacido en 1888 en Mogilyov, en la actual Bielorrusia, que llegó a América como inmigrante y desarrolló su vida profesional como músico sin contar jamás con una formación musical convencional.

A pesar de su brillante trayectoria musical, Irving Berlin compuso siempre de oído, pues nunca supo leer ni escribir música, y como tampoco aprendió a tocar el piano, conseguía plasmar sus títulos que superaron los mil quinientos, gracias a un teclado especial que él podía interpretar y que un ayudante pasaba a partitura.

Vivió ciento un años, pero su larga vida estuvo llena de penurias. Inmigrante llegado a América en los duros años del cambio de siglo, tuvo que trabajar de cualquier cosa para levantar a su familia tras la temprana muerte de su padre en 1896, y ni eso, ni la muerte de neumonía de su primera esposa Dorothy a los pocos días de su luna de miel en Cuba, o la pérdida con menos de un año de vida de su único hijo varón, fruto de su relación con su segunda mujer, Ellin, se reflejaron en sus melodías. Fueron siempre optimistas y siempre tuvieron la Modernidad como leit motiv. Un espíritu que supo plasmar perfectamente en el libreto de *Top Hat*, y en magníficos temas de amor, como *Change Partners*, *I've got my love to keep me warm* o *Let's face the music and dance*. Un espíritu, en cualquier caso, que compartía con todos los autores de la comedia musical y que Ginger y Fred interpretaban de maravilla en temas como *They all laughed* de George e Ira Gershwin para el musical de la pareja *Shall we Dance* de 1937.

Siempre mantuvo la honestidad y simplicidad de aquellos caballeros modernos de los primeros años de la máquina que protagonizaban las películas a las que puso música. Su amigo y también músico Jule Styne dijo de él «*It's Easy to be Clever. But the very clever thing is to be simple*».

EDWARD EVERETT HORTON

La IMDb²² registra ciento cuarenta y seis películas como actor y una, *Dad's Choice*, de 1928, como director en la filmografía de Edward Everett Horton. A esto hay que añadir sus intervenciones en televisión desde que accedió al medio a mediados de los cincuenta, que son casi incontables. Fue uno de esos eternos secundarios

²² Internet Movie Database.

de Hollywood sin cuya presencia los papeles protagonistas no hubieran brillado de igual modo. Encarnó a la perfección al personaje noble y bonachón cuya vis cómica era capaz de quitar dramatismo a la acción, como el personaje de Alexander P. Lovett en *Lost Horizon*, el clásico de Frank Capra de 1937. Pero fue su aire aristocrático y su expresión inconfundible, especialmente su mirada, la que lo hicieron idóneo para papeles como el de Horace Hardwick en *Top Hat*.

Su perfil de aristócrata despistado lo convirtió en el ingrediente necesario en la fórmula del éxito de la comedia musical que representa *Top Hat*. Colaboró en otras dos películas con la pareja de moda Astaire Rogers, en *The Gay Divorcee*, cuyo argumento era similar al de *Top Hat*, y en *Shall we Dance*.

Nacido en Brooklyn, en 1886, entró en el negocio del espectáculo a los veinte años, con pequeños papeles de vodevil y en producciones de Broadway. Pero su carrera despegó con su traslado a Hollywood en 1919, donde empezó interpretando papeles para las películas mudas del momento. Vivió 84 años y se mantuvo al pie del cañón toda su vida. Murió en 1970, y su última película, *Cold Turkey* (que en España se estrenó con el nombre de *Un mes de abstinencia*), con Dick Van Dyke, dirigida por Norman Lake, fue estrenada en 1971, una año después de su fallecimiento por cáncer. A pesar de su popularidad, jamás fue nominado al Óscar.



Edward Everett Horton.