

NORTH BY NORTHWEST:
LA MADUREZ DEL MOVIMIENTO
MODERNO EN AMÉRICA

Alfonso Ruiz Rallo

RESUMEN

La película *North by Northwest* de 1959 muestra las transformaciones que había sufrido el mundo tras la segunda guerra mundial y el modo en que el diseño daba respuesta al nuevo paradigma. Las formas aerodinámicas seguían presentes en los objetos industriales a pesar de haberse desvanecido los sueños futuristas de décadas anteriores, y la profesión se consolidaba a medida que iba especializándose para dar respuesta a las nuevas exigencias del mercado. El artículo analiza los cambios estéticos que se produjeron en la década de los treinta y su influencia futura, así como los distintos homenajes a la Modernidad que Hitchcock hace en su película: la propia profesión de diseñador el expreso *Twentieth Century Limited*, la arquitectura, los transportes y el estilo de vida americano.

PALABRAS CLAVE: Henry Dreyfuss, Raymond Loewy, Norman Bel Geddes, *Twentieth Century Limited*, Feria mundial de Nueva York de 1939, Arquitectura moderna, Alfred Hitchcock, Bernard Herrmann, Saul Bass, John Witney, Robert Boyle.

ABSTRACT

The 1959 film *North by Northwest* shows the transformations undergone by the country since the Second World War and the form in which design gave a response to the new paradigm. Aerodynamic forms continued present in industrial objects despite the fact that the futuristic dreams of previous decades had disappeared, and the profession was consolidated as it became specialized in order to respond to new market demands. The article analyses the aesthetic changes that occurred in the 1930s and their future influence, as well as the different tributes to modernity that Hitchcock makes in his film: the profession of designer, the *Twentieth Century Limited* express, architecture, transport and the American lifestyle.

KEY WORDS: Henry Dreyfuss, Raymond Loewy, Norman Bel Geddes, *Twentieth Century Limited*, New York World's Fair, Modern Architecture, Alfred Hitchcock, Bernard Herrmann, Saul Bass, John Witney, Robert Boyle.

La segunda guerra mundial había acabado. Los amargos años de la depresión habían dado paso al optimismo consumista de posguerra, donde empezaba a definirse la hegemonía mundial americana en el contexto de los oscuros años de la



guerra fría. Eran tiempos inmejorables para el diseño: la profesión se había afianzado, las curvas de ventas de las empresas no dejaban de subir, y los diseñadores eran las auténticas estrellas del momento, copando las portadas de las revistas de actualidad como *Time* y escribiendo biografías que se convertían automáticamente en *best sellers* en todo el mundo. Eran ricos, disfrutaban del éxito y habían contribuido a dar a los objetos industriales las formas que los identificaban inequívocamente como modernos, y el mundo se sentía orgulloso de disfrutarlos.

Parece como si Hitchcock hubiera decidido crear una trama paralela en su película *North by Northwest* que mostrase al espectador todas las conquistas del movimiento moderno, porque en el trepidante thriller de acción de 1959 se suceden algunos de los símbolos más claros de la Modernidad en América. Su dirección de arte rinde constantemente homenaje a sus logros y a los de la industrialización, tanto en lo referente a productos como a cambios en el estilo de vida de las personas. Cary Grant interpreta a un publicista que trabaja en un rascacielos de Madison Avenue¹ y se convierte en víctima de las intrigas de los primeros años de la guerra fría. Eva Marie Saint es una espía que utiliza como tapadera la profesión de diseñadora industrial, probablemente una de las más glamorosas de su época. Ambos, junto al resto de los personajes de la trama, desarrollan la acción entre residencias de lujo y medios de transporte ultra modernos: automóviles, autobuses, aviones y cómo no, en el Expreso Siglo XX, el tren que mejor representaba a su tiempo.

La película transcurre también entre los rascacielos de las ajetreadas calles de Nueva York, en el recién inaugurado edificio de las Naciones Unidas e incluso en una reproducción en plató de una casa que Hitchcock pidió expresamente que recordase a las viviendas residenciales diseñadas por Frank Lloyd Wright, como la famosa Fallingwater, de 1939. Por si todas estas referencias no dejan lo suficientemente clara la intención del mago del suspense, en su famosa serie de entrevistas con François Truffaut², Hitchcock comentó que estuvo a punto de insertar en la película una larga escena dialogada entre Cary y Grant y un contramaestre de la fábrica Ford en Detroit, que debía rodarse en la misma cadena de montaje de la factoría.

Hitchcock ideó el *McGuffin*, un truco de guión que consiste en hacer creer en primera instancia al espectador que un elemento de la trama es de vital importancia, mientras que sólo se trata de algo irrelevante si lo comparamos con la trascendencia que cobran otros aspectos a medida que se desarrolla la película. Para la sociedad de los años treinta, la vida tenía su propio *McGuffin*. Todos creyeron cie-

¹ Al igual que el diseño industrial, la publicidad se había afianzado como profesión, y vivía unos años de esplendor con un futuro prometedor. De una forma gremial, las agencias más importantes se habían instalado en Madison Avenue, donde a lo largo de misma «milla de oro» de su recorrido se encontraban las sedes de Ogilvy Benson & Mathé, Young & Rubicam, McCann-Erickson, Grey Advertising, Ted Bates & Company, J. Walter Thompson, o Benton & Bowles.

² TRUFFAUT, François: «El cine según Hitchcock». Alianza Editorial. Madrid 1974 (1966), p. 223.

gamente en la promesa futurista que, desde la fascinación producida por la modernización y la mecanización, hacían tanto gobiernos como industrias. Necesitaban creer a toda costa que a los años de depresión económica que vivían le seguirían otros de prosperidad y calidad de vida. *North by Northwest* nos muestra el mundo veinte años después, donde sus protagonistas se mueven con toda naturalidad en trenes de lujo, duermen en hoteles de cinco estrellas o conducen modernos automóviles.

Ya no se trata de personajes fantasiosos que viajan por el mundo mientras coquetean y bailan claqué vestidos de rigurosa etiqueta. El ensueño de *Top Hat*³ ha dado paso al retrato de un mundo real, donde se han hecho posibles las promesas con que soñaban los ciudadanos del periodo de entreguerras. La película nos muestra la materialización del futuro prometido en décadas anteriores por el cine, la literatura, las revistas de divulgación científica y las exposiciones universales. Todo se había colocado finalmente al alcance de todos y nadie estaba dispuesto a dejarlo escapar, incluso a sí para ello era preciso caer en el engaño. La promesa futurista se convirtió en el *McGuffin* de la vida para las generaciones de la primera mitad del siglo XX.

La dirección de arte de Robert Boyle en *North by Northwest* nos va mostrando los logros del movimiento moderno de un modo gradual, siguiendo una táctica similar a la de Hitchcock con el *McGuffin*. En la película que nos ocupa, el espectador se va dando cuenta a medida que avanza la trama de las verdaderas intenciones del guión, y va descubriendo poco a poco que no está ante una película de persecuciones, sino ante una en que lo importante son las relaciones psicológicas entre unos personajes sometidos a situaciones límite. En este artículo, intentaré desvelar cómo la dirección artística lleva a cabo una estrategia parecida, utilizando el diseño industrial para mostrarnos un mundo en el que su gente miraba el futuro con un optimismo nunca igualado, y se sentía moderna y feliz disfrutando de los logros del diseño.

EL EQUIPO

Director: Alfred Hitchcock

Guión: Ernest Lehman.

Fotografía: Robert Burks (en Vistavisión y Technicolor)

Diseñador de producción: Robert Boyle.

Dirección artística: William A. Horning y Merrill Pye

Decorados: Henry Grace y Frank McKelvey

Diseño de títulos de crédito: Saul Bass

Peluquería: Sydney Guilaroff

³ Ver mi artículo anterior: «*Top Hat: Delirio Art Déco*», en el número 4 de «Bellas Artes», pp. 157-184.

Maquillaje: William Tuttle
Vestuario: Harry Kress (no acreditado)
Efectos especiales: A. Arnold Gillespie, Lee LeBlanc y Dough Hubbard
Música: Bernard Herrmann
Montaje: George Tomasini
Sonido: Frank Milton
Productor ejecutivo: Herbert Coleman y Alfred Hitchcock para Metro-Goldwin-Mayer
Año de estreno: 1959

REPARTO

Cary Grant (Robert O. Thornhill), Eva Marie Saint (Eve Kendall), James Mason (Phillip Vandamm), Jessie Royce Landis (Clara Thornhill), Leo G. Carroll (El Profesor), Josephine Hutchinson (Señora Townsend), Philip Ober (Lester Townsend), Martin Landau (Leonard), Adam Williams (Valerian), Edward Platt (Victor Larrabee), Robert Ellenstein (Litch), Les Tremayne (Subastador), Phillip Coolidge (Dr. Cross), Patrick McVey (Sargento Flamm), Edward Binns (Capitán Junket), Ken Lynch (Charley).

EL ARGUMENTO

Estados Unidos, 1959. Roger O. Thornhill (Cary Grant), un exitoso ejecutivo publicitario con « *un cargo, una secretaria, una madre, dos ex esposas y varios barmans* » a su cargo, es secuestrado por un grupo de espías durante una reunión de trabajo en el Hotel Plaza de Nueva York, confundido con el agente de la CIA George Kaplan. Los intentos de sus secuestradores, encabezados por Phillip Vandamm (James Mason), de convencerle de que se pase al otro bando o les revele secretos de estado, fracasan. Thornhill es incapaz de dar una información que desconoce por completo, y sólo consigue reafirmarse ante sus captores como un hombre inquebrantable, ante lo cual deciden que no tienen más remedio que eliminarlo.

Consigue escapar de un primer intento de asesinato, empezando así una persecución que lo llevará en primer lugar al edificio de las Naciones Unidas, donde es acusado falsamente de matar a uno de sus diplomáticos. Perseguido por la justicia y por los espías enemigos, huye a Chicago a bordo del expreso *20th Century Limited*, y posteriormente a Rapid City, en Dakota del Sur, a los pies del Monte Rushmore,⁴ en un intento de dar con el auténtico George Kaplan, su única posibilidad de demostrar a todos quién es realmente.

⁴ Otro de los escenarios recién inaugurados de la película y símbolo de la América optimista de posguerra. El monumento, de 1941, incrementó su simbolismo y sentido patriótico con la hegemonía americana tras la guerra.

Sin embargo, todo es falso: George Kaplan no existe, Eve Kendall, la mujer que Thornhill ha conocido en el tren y de la que se ha enamorado, no es ni la diseñadora industrial que dice ser ni la espía enemiga que se revela al espectador, sino una verdadera agente encubierta de la CIA, y el filme, a medida que va desvelando sus misterios, va profundizando en las relaciones personales de unos protagonistas puestos a prueba por las circunstancias: un publicista perseguido por todos, un espía celoso que descubre que su amante le engaña, una madre posesiva (Jessie Royce Landis), un asesino implacable (Martin Landau) y un profesor de universidad jugando a la guerra fría (Leo G. Carroll), que van formando un mosaico de personajes al límite arropados por la excelente banda sonora de Bernard Herrmann.

CUESTIONES EN RELACIÓN AL CONTEXTO HISTÓRICO DE LA PELÍCULA

Se define 1945 como el año en que cambió el mundo. Tras la segunda guerra mundial, la humanidad entraba en un nuevo paradigma: se establecieron nuevos bloques de poder y se redibujaron las fronteras. También se fundaron las Naciones Unidas, que fueron creadas con la intención de no caer en los errores de su antecesora, la Liga de las Naciones. Se adoptó definitivamente la industrialización como el único camino hacia el éxito de la humanidad, y se olvidaron las cuestiones que llevaron al mundo al desastre, abandonándose definitivamente las discusiones teóricas y los manifiestos fratricidas que tanto dolor causaron en la primera mitad del siglo.

También en el diseño, la situación tras 1945 era notablemente distinta a la que se producía en la década anterior. En la medida en que habían desaparecido todos los recelos respecto a la máquina, la industrialización formaba parte del sistema, hasta el punto de que podía considerarse el sistema mismo, tanto en el bloque capitalista como en el comunista. Según Peter Dormer⁵, las muchas etiquetas que se pusieron a aquellos primeros años de posguerra muestran la riqueza e importancia de la tecnología para su generación: se la conoce como la era del jet, la era de la televisión, la era atómica, la era espacial, la era de la automatización o la era de la información, por citar algunos ejemplos. Pero también algunos calificativos dejaban entrever que para los supervivientes de la gran contienda los años venideros debían diferenciarse de aquellos de industrialización incipiente que desembocaron en la destrucción, y se hablaba también de la era post-Ford o de los años del crepúsculo de la industrialización.

En cualquier caso, durante la década de los cincuenta, los hombres se habían dado cuenta de que en adelante la mecanización iba a estar ligada a sus vidas, y que era imposible imaginar un futuro sin máquinas. En cuanto al presente, la

⁵ DORMER, Peter: «El diseño desde 1945». Destino Thames & Hudson (El mundo del arte). Madrid, 1993.

tecnología lo dominaba todo, y se disfrutaba del momento: aquellos que podían, gozaban de la victoria, ganada gracias a la combinación de tesón humano, sacrificio y buen uso de las máquinas. No debe olvidarse que la investigación llevada a cabo para la industria militar permitió que los ciudadanos de la posguerra disfrutasen de una prosperidad como jamás se recordaba y de una serie de nuevos materiales, como los plásticos, la fibra de vidrio y otras muchas sustancias sintéticas e inventos revolucionarios, desde el motor a reacción hasta la electrónica, pasando por la energía nuclear o el motor eléctrico en miniatura.

Es preciso recordar que en la década de 1930, la sociedad vivió años de fervor mecanicista y fe ilimitada en el futuro. Fue una etapa dominada por promesas de una vida mejor basada en la mecanización hechas con la intención encubierta de manipular políticamente la voluntad de las masas. En todo el mundo industrializado, independientemente del régimen que gobernase, se mostraban a los ciudadanos imágenes fantásticas del futuro como una metáfora mecanizada del paraíso bíblico. Su propaganda se apoyaba en los ingenios de última generación, y era amplificada en mítines, y publicidad gráfica o filmada. El objetivo era ganar para la causa cualquier cosa que pudiera resultar moderna o futurista. Éste era el caso, por ejemplo, de las locomotoras de vapor aerodinámicas, símbolo inequívoco de poder para los gobiernos, fuesen democracias, fascismos o socialismos. La imagen de Hitler en 1940 inaugurando la locomotora aerodinámica más rápida del mundo⁶, era equiparable a la de cualquier otro mandatario mundial celebrando los triunfos de su industria, ya fuera en exposiciones universales, batiendo récords mundiales o felicitándose por la realización de cualquier otra hazaña.

La década de los treinta había sido tremendamente prolífica en lo que a desarrollo tecnológico se refiere, lo cual contribuyó a aumentar el interés social por el futuro. Los vehículos y diseños aerodinámicos de todo tipo que circulaban por el mundo industrializado culminaban un periodo que había aportado a la humanidad inventos fascinantes, como las incubadoras, la célula fotoeléctrica o la luz polarizada, cuya popularidad era enorme.

La producción industrial, que había multiplicado de una manera espectacular el número de unidades de cada producto que podían ponerse en el mercado, necesitaba urgentemente nuevos materiales sintéticos y baratos capaces de reemplazar a aquellos de origen natural que todavía se empleaban en la industria heredados de la tradición artesanal, como la piel o la madera. La introducción del plástico revolucionó el mercado de los aparatos industriales de uso doméstico, como el teléfono o la radio, y abrió nuevos horizontes para su aplicación en todos los productos de consumo, desde vehículos hasta mobiliario. El primer material plástico se lo debemos a Wesley Hyatt, un inventor norteamericano que hacia 1860 desarrolló el

⁶ Un proyecto del Partido Nazi que en 1936 ya había permitido fabricar un prototipo, el 05.001, capaz de alcanzar los 199 kilómetros por hora.



La operación de propaganda también instauró un «modo moderno» de mostrar a los ciudadanos. Independientemente de su color político, los mismos gobiernos que inauguraban pomposamente barcos, locomotoras o zeppelines, mostraban al trabajador como héroe, y lo fotografiaban en contrapicado contra el cielo, siguiendo una fórmula estética que había cosechado grandes éxitos en la Unión Soviética. *Izquierda:* Fotograma de «El triunfo de la voluntad», de Lenni Riefenthal, 1935. *Centro:* Diseño de la portada de la revista «URSS en construcción» núm. 2, de El Lissitzky, 1933. *Derecha:* Fotografía de un obrero americano publicada en el catálogo de la World's Fair de Nueva York de 1939.

celuloide en respuesta a un concurso convocado por el fabricante de bolas de billar *Phelan and Collander* con el objetivo de hallar un material capaz de sustituir al marfil.

Pero el celuloide, compuesto de nitrato de celulosa, no era un plástico totalmente sintético, y seguía dependiendo de una materia prima natural. Además, tenía el inconveniente de ser inflamable, lo cual suponía un verdadero problema a medio plazo. La industria del cine, por ejemplo, lamentaría haber tomado la decisión de emplearlo para la elaboración del negativo, pues fueron incontables las películas que se perdieron definitivamente debido a su combustión dentro de las latas en las que debían conservarse.

En 1922, la General Bakelite Company comercializó el primer material totalmente sintético: la *bakelita*. El nombre se lo debía a su inventor, el químico Leo Hendrik Baekeland, que inventó en 1909 el producto combinando moléculas de fenol y formaldehído. La *bakelita* se popularizó enormemente durante la década de los treinta, pues, como los otros grandes inventos que brillaban en el firmamento futurista de entreguerras, mostraba todas las ventajas de los nuevos materiales industriales. Era aislante frente a la electricidad y resistente al agua y a los disolventes. Era fácilmente moldeable y mecanizable y, además, podían aplicársele pigmentos de colores o incluso mezclarlos, obteniéndose unos acabados característicos que parecían mármoles policromados. Esas aguas multicolores fascinaron a los consumidores, y se convirtieron en una auténtica marca de estilo de la época.

La buena acogida del público y el éxito industrial de los primeros plásticos dispararon la investigación en materiales sintéticos, y los químicos se lanzaron a

crear polímeros que pudieran vender a la industria. Así nacieron, por ejemplo, el polietileno, el poliestireno, que era transparente, o el cloruro de polivinilo, más conocido como PVC. Durante toda la década, la radio y la prensa empezaron a publicar a diario proezas industriales como la de la bakelita, que dejaban literalmente boquiabierta a toda la humanidad. Entre éstas estaba la noticia de que en 1935 Kodak pusiera a la venta el primer film fotográfico en color o que en 1937 se abriera el *Golden Gate* en San Francisco, que sería el puente colgante más largo del mundo durante treinta años, o que en 1938 Du Pont empezase a producir el Nylon. Estas maravillas se unían a otras que hoy pueden parecernos comunes, como los insecticidas, y eran airadas con gran pompa por la publicidad de las industrias, por los políticos y por la prensa. Las revistas de divulgación científica, como *Popular Mechanics*, que se publicaban desde finales del siglo XIX, vivieron su época dorada y el público las consumía con el mismo deleite que los cómics de *Superman* o de *Flash Gordon*.

La década culminó con un broche de oro: la Feria Mundial celebrada en Nueva York en 1939. Fue el escaparate perfecto para toda una época de maravillas industriales. Se gestó en septiembre de 1935, en lo más profundo de la depresión y a raíz del éxito de su predecesora, la recién concluida *Progress of the Century* celebrada en Chicago entre 1933 y 1934. Entonces se proyectó que iba a repetir el éxito económico y de público cosechado por Chicago y a generar alrededor de un billón de dólares para la ciudad. Además, debería servir para remodelar urbanísticamente *Flushing Meadows*, una zona pantanosa que se había elegido para su emplazamiento. El proyecto no se hubiera llevado a cabo de no ser por Robert Moses, que desde 1920 estaba al frente de los organismos independientes encargados de gestionar la mayoría de parques, puentes y autopistas construidas en el estado⁷. Moses exigió a la *Fair Corporation* que el espacio de la feria dejase un nuevo parque para la ciudad.

La tarea de llevar el proyecto a buen puerto fue encomendada a Grover Aloysius Whalen, que fue nombrado presidente de la *New York World's Fair Inc.*, emplazada en uno de los pisos más altos del recientemente inaugurado y todavía desocupado *Empire State Building*. Whalen consiguió que se invirtieran ciento sesenta millones de dólares en el proyecto, y lo hizo verdaderamente internacional al convencer a Stalin y a Mussolini de su participación. También persuadió a Howard Hughes para convertir su viaje alrededor del mundo de 1938 en un tour publicitario del gran acontecimiento y de llamar a su *Lockheed 14-N Super Electra* «*New York World's Fair 1939*». El avión voló con el logotipo de la feria en su fuselaje plateado.

Desde el punto de vista del diseño, lo más relevante fue que por primera vez en la historia toda la responsabilidad sobre la parte artística, arquitectónica y de diseño de un evento de esas características recaía en un equipo de diseñadores industriales y no de arquitectos, como había ocurrido hasta la *Progress of the Century*

⁷ Moses estaba al cargo del *Long Island State Park Commission*, el *New York City Park Department*, y la *Triborough Bridge Authority*.

de Chicago⁸. La *New York World's Fair* fue una feria concebida por diseñadores industriales. El diseño industrial, por primera vez, emergía en su rol fundamental, como un intérprete de la industria hacia el público.

La responsabilidad del encargo fue para los cuatro diseñadores industriales más prestigiosos de la década, los llamados *big four*⁹, que se encargaron de que todos los proyectos fueran coherentes con las directrices de la corporación. Junto a éstos, participaron otros muchos diseñadores de aquella primera generación, como Donald Deskey, que se hizo cargo del pabellón de las comunicaciones y del diseño de la publicación de lujo que los visitantes podían comprar como souvenir¹⁰.

El resultado fue un magnífico espectáculo, donde el progreso se exponía al público con una gran teatralidad, pompa y exageración. La feria potenció el transporte como leitmotiv fundamental del progreso, exactamente lo que el público estaba deseando oír y lo que los fabricantes querían transmitirle, en un contexto en que los diseñadores industriales habían pasado de ser unos subordinados de los ingenieros a convertirse en los verdaderos artífices del triunfo popular de la industria y, en este caso, tomaron las riendas para dirigirla hacia el futuro. La profesión se había establecido en América de una forma meteórica en poco más de diez años, y había arraigado hasta convertirse en parte de su modo de vida.

En cuanto a los *cuatro grandes*, la feria reconocía su trabajo a lo largo de los años treinta, los mostraba como hombres con una visión social amplia y ofrecía un punto de vista optimista de un futuro del que se consideraban visionarios. Pero no todos participaban de igual modo de esa fe en la mecanización.

Norman Bel Geddes y Raymond Loewy sobresalieron por encima de sus colegas. No en vano, su popularidad era mucho mayor, y se habían convertido en las estrellas del diseño del momento. Pero las diferencias entre ambos eran notables, y ponían de manifiesto dos maneras de entender el diseño: una que adivinaba el futuro de la profesión y otra que se estaba extinguiendo con la feria. Mientras Geddes se presentaba a sí mismo como un visionario del futuro, Loewy, que preconizaba un diseño de «lenguaje simple» dirigido a las masas¹¹, estaba demasiado ocupado diseñando el mundo del presente: mobiliario y equipamiento de oficina, electrodomésticos, tractores, automóviles, trenes, autobuses, logotipos, etc. La feria era un encargo más para él. Sin embargo, para Geddes, que entonces contaba con socios del prestigio del arquitecto Eliel Saarinen, marcó el apogeo de su carrera. Pues al contrario que Loewy, él sí creía en la influencia social de su trabajo.

⁸ La zona de exposición, que legó a Chicago el actual Jackson Park, fue urbanizada por Frederick Law Olmsted y la construcción de los distintos pabellones se encargó a un grupo de prestigiosos arquitectos de la ciudad: Henry Ives Cobb, Richard Morris Hunt, Charles McKim, George B. Post y Louis Sullivan, todos ellos bajo la supervisión de Daniel H. Burnham.

⁹ Henry Dreyfuss, Raymond Loewy, Norman Bel Geddes y Walter Dorwin Teague.

¹⁰ «*Official Souvenir Book. New York World's Fair 1939*». Frank Monaghan. New York 1939.

¹¹ Loewy acuñó el término «MA YA» (*Most Advanced Yet Acceptable*) para referirse a su filosofía sobre el diseño.



Tras su conclusión, Geddes apro vechó todo su trabajo en el pabellón de *General Motors* para escribir «*Magic Motorways*»¹², donde proponía la creación de una red nacional de superautopistas que contribuyesen a aproximar el desarrollo industrial a las zonas rurales del país y apuntaba soluciones concretas y factibles para problemas de tráfico que todavía hoy no se han resuelto, como el aparcamiento en las grandes ciudades, los atascos y los accidentes. Estas soluciones eran de todo tipo, e incluían algunas que todavía hoy resultan un auténtico reto, como la posibilidad de que los automóviles circulasen teledirigidos por las autopistas mediante una red de torres de control, o el empleo de luces polarizadas y filtros en los parabrisas para evitar deslumbramientos nocturnos.

Desde los primeros años de la industrialización, se había constatado que las formas y los símbolos del pasado no servían para representar a los tiempos modernos. En 1851, cuando se eligió un fauno para ilustrar la portada del catálogo de la *London Industrial Exhibition*, sus visitantes pudieron comprobar la absoluta inadecuación de aquel símbolo neoclásico al acontecimiento más vanguardista del momento. Su inutilidad daba la razón a los defensores de la nueva estética industrial. Pero es raro que los políticos estén a la altura de sus tiempos, y ochenta y ocho años más tarde, tuvo que emplearse otro símbolo igualmente inadecuado para convencerlos de la oportunidad de la feria. La excusa patriótica de una efemérides sirvió para elegir 1939 como el año de su celebración.

Se cumplía entonces el ciento cincuenta aniversario del nombramiento en Nueva York de George Washington como presidente de los Estados Unidos. Para la celebración de este acontecimiento se ubicó una estatua conmemorativa encabezando el *Constitution Mall*, la avenida principal que enlazaba la zona temática con el resto de la feria. Las portadas de las guías para los visitantes, sin embargo, olvidaban a Washington y reproducían los pósters de estilo Art Déco con air es constructivistas basados en el conjunto arquitectónico central de la feria, un magnífico icono futurista que también se empleó como logotipo. Sólo algunas publicaciones, como el suplemento especial dedicado a la feria por el *New York Times*, presentaban el acontecimiento utilizando la estatua, que también fue empleada como portada de la guía en la reapertura de la feria en 1940, cuando los aires de la guerra recomendaban reivindicar el patriotismo donde fuera posible.

La comparación del fauno empleado en Londres, la estatua de Washington y la imagen del *Theme Center*¹³ no da lugar a dudas. Los nuevos símbolos, aquellos que respondían al mundo moderno, se elaboraban con códigos nuevos que manejaban diseñadores, arquitectos y artistas de vanguardia. Todo lo demás, no encajaba,

¹² BEL GEDDES, Norman; «*Magic Motorways*». Little, Brown & Co. Boston, 1940.

¹³ El conjunto arquitectónico formado por el *Trylon* y la *Perisphere* era obra de los arquitectos Wallace K. Harrison y J. André Fouilhoux. El *Trylon*, un pión triangular de 243,6 metros de altura, según la guía oficial simbolizaba «*las elevadas intenciones de la feria*» y la *Perisphere*, una esfera hueca de setenta metros de diámetro, unida al *Trylon* por una pasarela semicircular sujeta por columnas cilíndricas, el *Helicline*.



Izquierda: Fauno celebrando la llegada de la industrialización en el catálogo de la London Industrial Exhibition de 1851. Centro: Portada del suplemento del *New York Times* del 5 de marzo de 1939. Derecha: Catálogo de la feria.

y al no encajar, mostraba cuánto había evolucionado el mundo y lo diferentes que eran los principios del sigloXX respecto a cualquier época anterior. Como apuntaba Marinetti en el manifiesto futurista, había comenzado la era de los grandes individuos mecanizados, y «*todo lo demás era paleontología*».

En la llamada *zona de transporte* de la feria las empresas de automoción lucían sus pabellones estrella, que fueron los más visitados. Sin duda, el que atrajo a un mayor número de público fue el *Futurama* de la General Motors, probablemente la obra más notoria de la carrera de Norman Bel Geddes. Albergaba una gigantesca maqueta de una ciudad del futuro recreada con una minuciosidad extrema, que mostraba cómo iba a ser América en 1960, precisamente un año después del que nos muestra la película que nos ocupa. No era la única ciudad del futuro de la Feria. Otro pabellón albergaba una maqueta visionaria, la *Democracy* de Henry Dreyfuss, en el interior de la *Perisphere*.

El *General Motors Highways and Horizons Building*, diseñado en colaboración con el ingeniero Albert Kahn, mostraba los dos pilares fundamentales de la visión futurista de su autor: su obra principal, *Horizons*¹⁴ y las autopistas, como símbolo del progreso que reivindicaba para el presente inmediato en *Magic Motorways*. El *Futurama* fue la gran atracción de la feria, una obra de ensueño para una sociedad de ensueño.

¹⁴ BEL GEDDES, Norman: «*Horizons*». Little, Brown and Co. Boston, 1932.

Tras varias horas de cola para entrar, los visitantes recorrían el interior del edificio desde un tren de quinientas cincuenta y dos sillas que ofrecía una visita aérea a unos cincuenta y siete metros imaginarios del suelo. Los visitantes podían contemplar maquetas que mostraban cómo iba a ser su propio país veinte años en el futuro, lleno de grandes autopistas, ciudades utópicas, industrias modelo, como las dedicadas a la fabricación de fibras artificiales, higiénicas lecherías y granjas «científicas». El viaje duraba dieciséis minutos. La maqueta, que contaba con un millón de árboles y medio millón de edificios, ocupaba once mil quinientos veinte metros cuadrados, que se correspondían con cuatro mil ochocientos kilómetros cuadrados de paisaje real que juntaba diversas zonas geográficas reales de los Estados Unidos, mostrando el aspecto futuro de sus ciudades.

El tren llevaba a los visitantes por la periferia de los dioramas, dispuestos en dos niveles. Mientras viajaban por la paredes laterales del *Futurama*, la escala del paisaje cambiaba como si la visita la efectuasen desde un avión a distintas alturas sobre un paisaje salpicado con cincuenta mil coches en forma de gota, quince mil de ellos en movimiento, sobre los que se informaba que podían llegar a alcanzar una velocidad de ciento sesenta kilómetros por hora.

El viaje, que era descrito a través de una grabación en cinta magnética en cada una de las paredes de sillas, culminaba en una gran metrópolis, ejemplo de modernidad y planificación urbanística. La ciudad ideal de Geddes hubiera tenido dos millones de habitantes. Le Corbusier en 1922 propuso tres millones como cifra idónea para la suya. Para sus felices habitantes prometían espacio, luz, sol y aire fresco, vías públicas seguras de sentido único y modernas autopistas llenas de puentes con múltiples carriles que deberían permitir alcanzar velocidades de ochenta kilómetros por hora incluso en los enlaces. Geddes ideó una ciudad jardín que resumía todas sus aspiraciones futuristas. Pero cuando los visitantes emergían de su viaje y se les permitía acceder a una representación a escala real de un cruce de calles de la ciudad, no encontraban coches en forma de gota, sino los modelos de 1939 de General Motors.

En otros pabellones, los visitantes admiraban maravillas como *Electro*, el robot doméstico de Westinghouse, concebido para ayudar a las amas de casa modernas; y visitaban el *Frozen Forest* de Chrysler, diseñado por Loewy, un bosque de palmeras heladas para anunciar vehículos con aire acondicionado. Westinghouse expuso su *cápsula del tiempo*, fabricada en una nueva aleación de cobre que bautizó como *Cupaloy*. La cápsula, que albergaba una colección de objetos cotidianos de 1939, como juguetes, un paquete de cigarrillos *Camel*, un dólar cambiado, telas y otros materiales, noticias y algunas publicaciones, como la revista *Life*, tiras cómicas y otros objetos, como microfilms con textos de autores como Albert Einstein o Thomas Mann, se enterraría para que pudiera ser encontrada cinco mil años en el futuro, aportando información sobre su época a las civilizaciones venideras. La mayor parte de los expositores, siguiendo una estrategia que había dado buenos frutos en la feria de Chicago de 1933, utilizaban maquetas y dioramas que mostraban procesos industriales en miniatura.

The Borden Company tuvo un gran éxito con una demostración de ordenadoras mecánicas que giraban sobre una plataforma llamada *Rotolactor*. En el edificio



Izquierda: Página publicitaria del pabellón de General Motors en la guía oficial de la feria. *Derecha arriba:* Largas colas para visitar el espectacular pabellón. *Derecha abajo:* El cruce de calles a escala real que los visitantes encontraban tras la visita a las maquetas del Futurama.

de AT&T se demostraban por vez primera cintas magnéticas para audio. Du Pont hacía una demostración de insecticidas que consistía en que unas cuantas moscas eran elegidas «tecnológicamente» para ser introducidas en una «cámara de la muerte de cristal» donde eran exterminadas con spray «atomizado». Todos estos ejemplos muestran que la puesta en escena que los diseñadores industriales realizaron en la feria tenía en muchas ocasiones más de publicitario que de visionario. Su escenografía espectacular y dramática y algunas de las atracciones que más fascinaron al público quedan hoy en evidencia tras comprobar que los casi setenta años que nos separan no han pasado en balde.

Las promesas futuristas de la feria eran muchas: un mundo mejor con un gobierno mundial que supondría el triunfo global de la democracia, la racionalización definitiva del urbanismo y de las vías de transporte a través de redes nacionales de autopistas, la automatización de nuestras vidas en todos los ámbitos, incluyendo el doméstico, donde los robots y el propio diseño de los hogares estarían al servicio de una vida mejor; o en el campo, donde modernas lecherías mecanizadas y poderosos pesticidas contribuirían a sacar la vida rural, último reducto del pasado prein-



dustrial, de su ancestral atraso tecnológico. Naturalmente, en ese futuro predominarían los nuevos materiales y el imperio de unos medios de transporte cómodos, rápidos y sofisticados, que convertirían el mundo en un lugar fácilmente abarcable para todos.

Esa forma de imaginar el futuro tan intensa y singular se intrinsecó en la memoria colectiva de la sociedad con tanta fuerza que todavía hoy vive en la imaginación de personas que ni tan siquiera son conscientes de que la feria se celebró. Si bien el mundo de 1960 no alcanzó todas las metas que Geddes proponía en el futurama y en sus libros, la influencia futura de éste en la concepción de la ciudad y en el desarrollo del transporte iba a ser tal que todavía hoy imaginamos un porvenir lleno de rascacielos y surcado de grandes autopistas.

El cambio que Geddes proyectó para 1960 tuvo lugar, pero de un modo mucho menos dramático. Efectivamente, tal y como muestra la película, veinte años después, el transporte y la industria eran los protagonistas de la vida diaria, y se habían extendido y abaratado considerablemente, al menos en la parte desarrollada del mundo. Las casas, a falta del robot *Electro*, se habían llenado de tecnología, como la televisión, especialmente en la cocina, donde los electrodomésticos habían proliferado de un modo considerable gracias a la miniaturización del motor eléctrico. Las autopistas surcaban América, y empezaban a construirse por todo el mundo, pero los vehículos que circulaban por ellas no tenían forma de gota, y las ciudades que unían, no lucían en absoluto un diseño urbanístico perfecto y uniforme. Eran aglomerados caóticos que aglutinaban todo tipo de desigualdades sociales que en absoluto presagiaban el mundo perfecto de gobierno mundial y homogeneidad social que pronosticaron Dreyfuss y Geddes.

Puede decirse que la madurez alcanzada con la guerra dio paso de una sociedad entusiasta a otra simplemente confiada. Los ciudadanos de finales de los cincuenta convivían con toda familiaridad con el nuevo paradigma tecnológico, aunque sin el entusiasmo de décadas anteriores. Un ejemplo de ello fue la naturalidad con que fue acogido el uso civil de la energía nuclear. Nadie protestó cuando en el centro de Bruselas se instaló una pequeña central atómica para alimentar la Exposición Universal de 1958. Otros no dudaban en bautizarse de radiación en Las Vegas, donde el público asistía a las pruebas nucleares como si de una atracción turística se tratase¹⁵.

¹⁵ En 1951 se estableció el *Nevada Test Site*, un emplazamiento para pruebas nucleares en el desierto, en el Condado de Nye, unos 105 kilómetros al noroeste de la ciudad de Las Vegas. El emplazamiento se mantuvo activo hasta 1992, y en él se realizaron 952 pruebas, la mayoría de ellas subterráneas. Las explosiones en superficie se realizaron durante la década de los cincuenta, provocando gigantescas nubes atómicas visibles perfectamente desde la distancia, y especialmente desde la ciudad de Las Vegas, hasta el extremo de convertirse en atracciones turísticas. Gran parte de las fotografías más representativas de explosiones nucleares provienen de este periodo. En los años 52, 53, 55 y 57, las pruebas se realizaron en la atmósfera, y provocaron que grandes dosis de elementos radiactivos se expandieran por los estados contiguos, siendo los causantes de miles de casos de cáncer de tiroides.



Izquierda: soldados contemplando desde escasos kilómetros de distancia una explosión nuclear en el desierto de Nevada en noviembre de 1951. *Derecha:* Cartel publicitario de la ciudad de Las Vegas en la década de los cincuenta con el hongo atómico como principal reclamo.

La feria tuvo un efecto colateral inesperado en el futuro. Su legado se perpetuó en una estructura urbanística que posteriormente fue adoptada para el diseño de *Disneyland* y otros muchos parques de atracciones. Walt Disney tenía 38 años en 1939, por lo que, aunque no consta en la bibliografía al respecto, podemos deducir que visitó la feria y quedó impresionado por muchos de sus pabellones. Del mismo modo que la *Columbian Exposition* de 1893 sirvió de inspiración para la creación del parque de atracciones de *Conney Island*, la feria de Nueva York inspiró a Disney, que decidió aplicar muchas de sus ideas en *Disneyland*, cuya construcción emprendió tras la guerra y abrió definitivamente en 1955, en plena política de expansión de su estudio de animación.

La influencia de la *World's Fair* en Disney resultó determinante para la división de la superficie de su parque en zonas temáticas y para la preponderancia de atracciones que recordasen al *Futurama* o a la *Autopista del mañana* de Ford¹⁶, tanto en su esencia como en su forma, pues muchas de las atracciones de *Disneylandia* utilizaron recursos empleados por primera vez en Nueva York en 1939, como los autómatas, o los dioramas mecanizados de la atracción *It's a small world*, que se basa en múltiples muñecos animatrónicos. Otras atracciones emplearon vagonetas col-

¹⁶ Que inspiró la *Autopía* de *Disneyland*, ubicada en la zona temática llamada *Tomorrowland*.



gantes que se suspendían sobre paisajes a diversas alturas, al estilo del *Futurama* de Geddes, como *Peter Pan's Flight*, o incluso otras, que aunque ya se expusieron en ferias anteriores, se hicieron definitivamente famosas en Nueva York, como las montañas rusas del tipo del *Cyclone Rollercoast* o las reproducciones de otros países, al estilo del *Pueblo Español* de Barcelona de 1929 o de algunos pabellones de la llamada *Zona de las naciones* de la Feria de Nueva York.

Disney participó activamente en la siguiente feria mundial que se celebró en la ciudad de los rascacielos en 1964. Realmente, *It's a small World* se consolidó como atracción en el Pabellón de Pepsi de 1964. Sus *audio animatronics* que perfeccionó entonces, también fueron empleados en el *Carousel of Progress* del pabellón de General Electric y en el pabellón de Ford, para el que diseñó *The Magic Skyway*, donde los visitantes podían ver *animatronics* de dinosaurios y hombres primitivos.

Tras la feria, los diseñadores abandonaron voluntariamente el papel de profetas del futuro para asumir su definitivo rol de simples profesionales, e iniciar una tarea de consolidación de su labor en todos los ámbitos: la nueva generación empezaba a abandonar la estructura de grandes empresas con intervención en todos los ámbitos y se iba a especializar creando nuevas compañías que se ocupaban de encargos cada vez más específicos, definiendo así los modernos ámbitos de trabajo. En todo el mundo, los profesionales empezaban a asociarse para defender sus intereses. El ICSID¹⁷, fundado en 1957, sólo dos años antes del estallido de *North by Northwest*, nació con la idea no sólo de normalizar la práctica profesional, sino de clarificarla y defenderla. En su primer congreso de 1959 publicaron una definición que durante años dejó claro el modo en que concebían la profesión aquellos que la habían inventado¹⁸.

LA PELÍCULA EN RELACIÓN A LA HISTORIA DEL DISEÑO

La promesa futurista surgió de la coincidencia de varias necesidades: de la necesidad política de superar la recesión, de la necesidad económica de promover el consumo masivo por parte de los fabricantes (especialmente por parte de los fabricantes de automóviles) y de la necesidad social de creer en un mundo mejor para superar la profunda crisis en la que se hallaba sumida. El futuro se había convertido

¹⁷ Internacional Council of Societies of Industrial Design.

¹⁸ La definición del primer congreso del ICSID, traducida por Gui Bonsiepe, es la siguiente: «Un diseñador industrial es una persona que se cualifica por su formación, sus conocimientos técnicos, su experiencia y su sensibilidad visual en el grado de determinar los materiales, la estructura, los mecanismos, la forma, el tratamiento superficial y el vestido (decoración) de los productos fabricados en serie por medio de procedimientos industriales» [...] «Puede ocuparse también de los problemas relativos al embalaje, a la publicidad, a las exposiciones y al marketing en el caso en que las soluciones a estos problemas [...] requieran también una capacidad de valoración». Puede consultarse el texto original completo en: <http://www.icsid.org/about/about/articles33.htm>

en propaganda: tenía forma de velocidad, y su profeta era el transporte. Durante una buena parte del siglo XX, industria y sociedad compartieron esa visión entusiasta por el porvenir.

La consecuencia fue el estilo aerodinámico, nuevas formas para alimentar el eclecticismo del Art Déco y el desprecio de la Modernidad a cualquier vínculo del pasado entre la industria y la artesanía. Partiendo de esa premisa, todo era aerodinámico: los transportes, el vestuario —los zapatos, por ejemplo— y por extensión todos los objetos industriales de la época, como las planchas para ropa, que tomaron un aspecto muy similar al de las locomotoras de vapor. Algunos modelos fueron particularmente simbólicos, como la *General Electrics F40*, de 1948, atribuida a Henry Dreyfuss.

Henry Dreyfuss (1904-1972) fue probablemente el miembro de los *big four* que desarrolló su trabajo de un modo menos mediático. Siempre supo mantenerse al margen del estrellato, lo cual no le impidió un trabajo profesional muy extenso y profundamente comprometido con las personas. Empezó su carrera como escenógrafo de teatro. En 1929 cambió el rumbo y abrió una oficina de diseño industrial, donde su primer trabajo importante fue el teléfono modelo 300 para la Bell Telephones. Gracias al éxito de éste, Bell nombró a Dreyfuss consultor y éste participó en la creación de todos los productos de la compañía, para la que colaboró durante más de dos décadas.

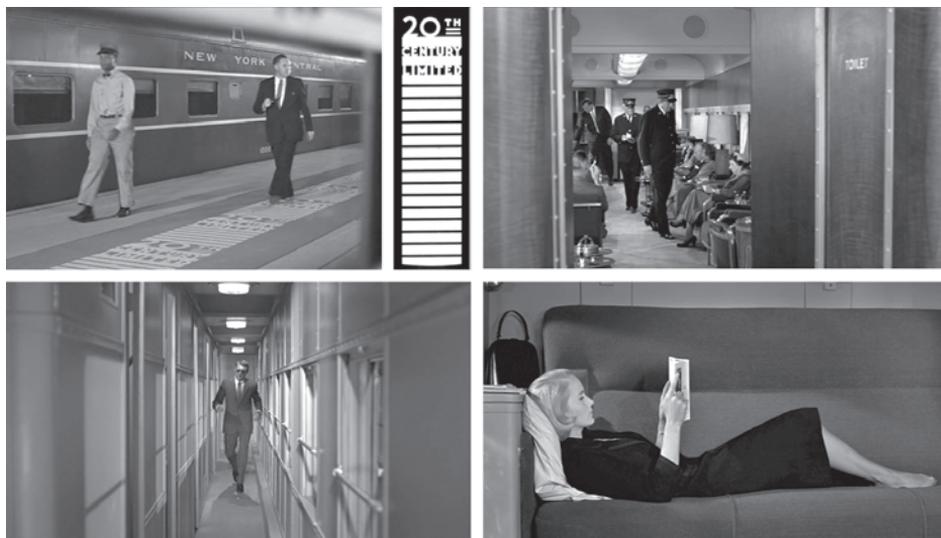
A Dreyfuss se lo conoce como el padre del diseño centrado en el usuario. Según Heskett¹⁹, la clave de su éxito se hallaba precisamente en su concepción de las máquinas como algo necesariamente adaptado a las personas. Su obra más importante en ese sentido fue «*The measure of man*»²⁰, un libro en el que publicó sus estudios de años respecto al análisis ergonómico del cuerpo humano, que iba a convertirse en la herramienta principal de los diseñadores industriales de las siguientes décadas. La influencia de esos estudios se dejó notar en todo su trabajo, especialmente en unos tractores realizados para John Deere producidos a partir de 1955 y en excavadoras, máquinas de transporte y construcción para la empresa Hyster donde el diseño hacía hincapié en la comodidad del conductor dentro de la cabina.

Al contrario de lo que ocurrió en la industria del automóvil, cuyos fabricantes fueron inicialmente reacios a cambiar radicalmente el aspecto de sus productos, la forma aerodinámica sí fue aceptada de inmediato en el diseño de ferrocarriles. Esto coincidió con una revitalización del sector, que prácticamente tuvo que reinventarse debido a la crisis sufrida tras la aparición de nuevos medios de transporte que ofrecían alternativas de rapidez y comodidad al viejo ferrocarril. Para hacer frente a la competencia del avión, el automóvil y el transporte público por

¹⁹ HESKETT, John: «Historia del diseño industrial». Ediciones del Serbal, Barcelona, 1985.

²⁰ DREYFUSS, Henry: «*The measure of man. Human factors in design*». Whitney Library of Design. New York, 1960. Recientemente ha sido reeditado con el título «*The measure of man and woman. Human factors in design*». John Wiley & Sons. Hoboken, New Jersey, 2002.





El logo del expreso *20th. Century Limited* fue la gran aportación corporativa de Dreyfuss al rediseño de 1938. En la película podemos verlo sobre la famosa alfombra roja en la Estación Central de Nueva York. En el resto de fotogramas puede comprobarse la minuciosidad con que fueron recreados los interiores fabricados originalmente por Pullman.

carretera, las compañías ferroviarias iniciaron un plan de mejoras orientado fundamentalmente en dos sentidos: el aumento de velocidad y la mejora del confort y los servicios.

Henry Dreyfuss se hizo cargo en 1938 del rediseño del tren más emblemático de su época, el expreso *20th. Century Limited* de la *New York Central*. Ésta competía permanentemente con la *Pennsylvania Railroad Company*, especialmente en la línea Nueva York-Chicago, para la cual contaba con otro tren emblemático, el *Broadway Limited*, diseñado por Raymond Loewy. Su locomotora *S-1*, que era considerada una de las formas más bellas del momento, es una de las cumbres de su trabajo.

Dreyfuss había diseñado otras locomotoras aerodinámicas para la *New York Central*, como la *Commodore Vanderbilt* o la *Mercury*, que habían alcanzado gran popularidad al batir récords de velocidad. Eran esencialmente un ejercicio de cañonazo de las Hudson 5230, algo habitual en el rediseño de trenes desde 1929.

A lo largo de los más de quince minutos que dura la secuencia de *North by Northwest* que transcurre en la versión de posguerra del expreso *20th. Century Limited*, podemos observar aspectos del trabajo de Dreyfuss con un detalle que no nos muestran los libros de historia. Hitchcock nos describe minuciosamente el tren en el que se conoce la pareja protagonista: desde la alfombra roja que se extendía sobre el andén de Nueva York con el logotipo del expreso hasta la carta con el menú, desde los dormitorios de pasajeros hasta la locomotora, los pasillos, el interior del vagón restaurante o las estaciones de origen y de destino.

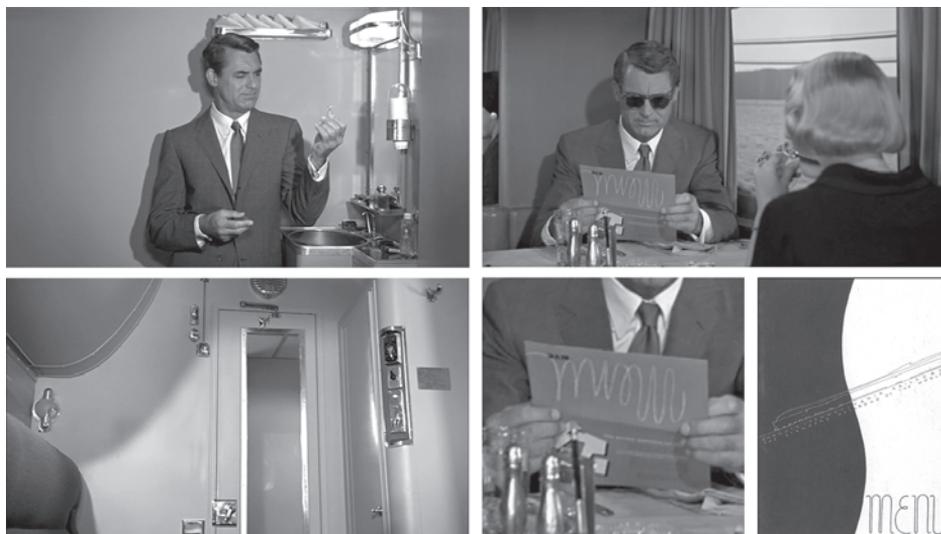




El rediseño de Dreyfuss de 1938: igual que en los transatlánticos, el diseño neoclásico fue reemplazado por formas racionalistas y aerodinámicas que recordaban a los decorados Art Déco de los modernos teatros o de las películas de Hollywood.

Todo fue reproducido con el rigor que caracterizaba la puesta en escena de las películas de Hitchcock. Cada lugar que se ve a través de la ventanilla coincide con el momento exacto del recorrido: para lograrlo, se montaron tres plataformas solidarias al tren. Una filmaba desde el vagón de cola hacia la locomotora los planos generales en los que el tren tomaba las grandes curvas, ya que Hitchcock quería mostrar el tren desde un ángulo diferente al convencional encuadrado desde tierra, que calificaba despectivamente de «punto de vista de la vaca», y las otras rodaban lateralmente los paisajes que luego iban a integrarse en las ventanas mediante retroproyecciones.

El reto para Dreyfuss era darle al tren de lujo por excelencia el estilo moderno que necesitaba. La *Pullman Company* venía fabricando vagones dormitorio desde los inicios la compañía, que eran verdaderos hoteles sobre ruedas. Dreyfuss combinó admirablemente su trabajo para la New York Central con el interiorismo para la *Pullman*, y el resultado fue un tren que nada tenía que envidiar a los lujosos transatlánticos y zeppelines. Como el hidroavión soñado por Geddes en su *Horizons*, los pasajeros del *20th Century Limited* sólo podían viajar en primera clase, y hacían sus sueños realidad en sus ocho vagones dormitorio con aire acondicionado, cuyas habitaciones eran atendidas como en el mejor hotel. El tren disponía, además, de una suite nupcial, de una secretaria al servicio de los ejecutivos, de una cafetería, el *Café Century*, que nada tenía que envidiar a las de Manhattan, de peluquería, telégrafo y, naturalmente, de los andenes alfombrados, que se engalanaban a diario



El trabajo de Dreyfuss en el *Century* demuestra hasta qué punto los primeros diseñadores eran capaces de abordar todos los aspectos de la profesión. Raymod Loewy lo definió en la portada de su autobiografía con la frase «Recuerdos de quien ha diseñado desde locomotoras hasta barras de labios». Ambos intervinieron en todas las piezas que implicaban diseño en los trenes de lujo en los que trabajaron. Abajo, a la derecha, las cartas de los restaurantes del *Century* y del *Broadway Ltd.*

desde 1922 hasta 1967, mientras el *ten* estuvo en servicio. Por cierto, que fue en la estación *Grand Central* y no en Hollywood donde se instauró esa práctica de recibir a las celebridades sobre alfombra roja. Probablemente todas estos lujos modernos del *Century* hicieran que su publicidad se refiriese a él como *Dreamliner*.

La necesidad de dar a los objetos un aspecto aerodinámico fue la ocasión perfecta para poner en práctica un diseño industrial basado en el *car* enado, una técnica que en adelante se convertiría en práctica habitual de los diseñadores industriales. Era preciso cambiar los primitivos diseños en los cuales la forma del objeto venía determinada por la disposición de las piezas mecánicas, como los relojes de cuerda metálica, o las primeras máquinas de vapor, que eran la esencia de la estética primitiva de la máquina. El *care* nado permitía ocultarlos, dándole al diseñador la oportunidad de crear una única forma integradora.

La puesta en circulación de la versión de posguerra del *Century* coincide en el tiempo con uno de los hechos más relevantes en la historia del diseño en España. Tras la guerra civil, en plena época de miseria, autarquía y aislamiento internacional, el ingeniero Alejandro Goicoechea Omar consiguió fabricar un prototipo de tren revolucionario. A principios de la década de mil novecientos cuarenta, la economía de subsistencia era la única vía posible en un país arruinado, cerrado al exterior y escaso en materias primas. A esto había que añadir la destrucción casi total que la contienda había provocado en las fábricas, lo cual llevó a la industria

española a un retraso casi irrecuperable respecto a la situación que se vivía en los últimos años de la II República. El daño fue especialmente grave en la industria de automoción. Hispano-Suiza, por ejemplo, pionera y a la vanguardia de Europa en la fabricación de automóviles durante el primer tercio del siglo, desapareció definitivamente como consecuencia de la guerra.

A contracorriente, aunque favorecido por el régimen franquista, Goicoechea consiguió crear una industria modélica dentro y fuera de España. Ideó un sistema de bastidores triangulares que daría pie a unos vagones articulados para un tren totalmente revolucionario. Consiguió del ejército que le cediese una serie de camiones rusos, prácticamente chatarra de la Guerra Civil, y los recicló en el primer prototipo del *Talgo*. Era sumamente ligero, y aliviaba el peso como factor antidescarrilamiento, una premisa que imperaba en el diseño de ferrocarriles, permitiendo soñar con un tren más ligero y silencioso. Para convertir su sueño en realidad, Goicoechea necesitaba un socio, y al parecer no fue necesaria demasiada retórica para conseguir convencer a José Luis Oriol y Urigüen. Bastó con exponerle el proyecto y las pruebas realizadas en 1941 para que ambos cerrasen un acuerdo, y el 28 de octubre de 1942, constituyeron una empresa para desarrollar el *Talgo*²¹. Era un tren revolucionario en muchos aspectos, y basaba su innovación precisamente en el diseño, con ejes guiados sobre bastidores en forma de triángulo isósceles, ruedas independientes entre vagones contiguos que reducían el ruido interior, poca altura que ofrecía un centro de gravedad bajo y por tanto una mejor aerodinámica y coches cortos e integrados en un solo conjunto articulado.

El extraño diseño del *Talgo I*, que se construyó en una fábrica de paraguas²² y llegó a alcanzar los ciento treinta y cinco kilómetros por hora en 1944, ya apuntaba un prometedor futuro para Goicoechea y Oriol, pero el modelo I no dejaba de ser un prototipo experimental. Era preciso dar el paso para construir un tren que fuese capaz de destinarse al uso comercial. El proyecto era imposible en España. Tampoco en Europa, que estaba totalmente destruida, de modo que tuvieron que acudir a la industria americana, la única disponible y capaz de ofrecer las técnicas de diseño y construcción más avanzadas. Según proyecto y dirección técnica de los ingenieros españoles, el *Talgo II* fue encargado a la *American Car and Foundry* de Nueva York, que culminó el encargo en 1948, entregando tres locomotoras y treinta y dos vagones. Fue el primer ferrocarril aerodinámico ligero construido en la posguerra, y un referente para el futuro diseño de este tipo de trenes dentro y fuera de los Estados Unidos.

Las *Hudson J3 4-6-4* diseñadas por Dreyfuss para el *Century* fueron reemplazadas en 1948 por nuevas cabezas tractoras diesel, las *Electro Motive E-7* y *E-8*. Aprovechando la transición a la locomoción diesel, el tren se renovó por completo. Su construcción, al igual que había ocurrido con la versión de 1938, se encargó a la

²¹ Siglas de Tren Articulado Ligero Goicoechea Oriol.

²² En los talleres «Hijos de Juan Garay» en Oñate, Guipúzcoa y en la compañía MZA de Atocha.





Izquierda: La locomotora que aparece en la película estacionada en el andén de Chicago, una Electro Motive E-8 AA Diesel 10374, que estuvo en funcionamiento desde 1948 hasta finales de los sesenta. *Derecha:* La cabeza tractora del Talgo II, puesto en circulación en 1950.

American Car Foundry y a la *Pullman Company*, y Dreyfuss estuvo también al cargo de muchos aspectos de su diseño. Los dos proyectos, el del nuevo *Century* y el del *Talgo II* convivieron en fábrica durante varios meses, y su influencia recíproca es considerable. Ambos trenes tienen en común el vagón panorámico, su interiorismo en tonos grises y azulados, el diseño superficial basado en unas líneas integradoras que parten de la locomotora y recorren el tren hasta el vagón de cola para enfatizar la aerodinámica —rojas en el *Talgo* y grises en la *Century*—, por no citar el indiscutible aire de familia entre ambas cabezas tractoras. Su color metalizado vincula al *Talgo II* y a la versión posterior, el *Talgo III*, de 1964, que ya se fabricaría en España²³, como otro modelo americano clásico, la *Burlington Zephyr*.

Todos los modelos posteriores estarían en deuda con el estilo compacto y robusto pero elegante de las *Electromotive*, y el nuevo *Century* permitió que Dreyfuss se convirtiera en el diseñador de referencia en lo que a ferrocarriles se refiere, por encima incluso de Loewy, que nunca iba a volver a alcanzar un éxito en este campo como el de su *S-1*.

A finales de los años treinta, sólo Geddes y Teague²⁴ abogaron por seguir trabajando para beneficiar a la sociedad. El sueño aerodinámico del diseño como

²³ Fueron construidas por Construcciones Aeronáuticas Sociedad Anónima, hasta que en 1964 Talgo inició la construcción de su factoría en Rivabellosa, en Álava, que inició su actividad en 1966.

²⁴ Un sueño que ambos compartieron desde el principio, pues Dreyfuss había sido alumno de Norman Bel Geddes en un curso de escenografía teatral de la *Manhattan Ethical Culture School* al que el primero asistía gracias a una beca. Según Karl R. Zimmermann (ver ZIMMERMANN, Karl R.: «*20th Century Limited*». MBI Publishing Company. St. Paul, MN 2002, p. 74), la admiración de Dreyfuss por Geddes fue una de las causas de su inclinación por el diseño industrial, pues tras acabar la beca, ingresó en el estudio de diseño de Geddes, para el que estuvo trabajando antes de establecerse como diseñador industrial independiente.

benefactor inició su declive cuando los diseñadores tomaron conciencia de que su trabajo era el de meros *carenadores* o *estilistas*. La defunción venía certificada por la casi simultánea pérdida de fe de la sociedad en el futuro prometido por la aerodinámica. Sin embargo, el entorno estilístico que en 1939 rodeaba a todo el diseño industrial sobrevivió intacto a la II Guerra Mundial. En los cincuenta, la aerodinámica siguió dominando el diseño en todos los ámbitos del transporte, a pesar de que la visión del futuro idealista había cambiado inevitablemente con la guerra.

Fue el final de la utopía futurista en el diseño. Los tiempos optimistas iban a dejar paso a otros que se encaminaban irremediablemente hacia un futuro posmoderno y basado en la economía neoliberal, en los que personajes románticos y comprometidos como Geddes o Dreyfuss no tenían cabida. Geddes sufrió las consecuencias del cambio de inmediato, y en 1950, acuciado por problemas económicos y de administración, falleció sin haber visto cumplido su sueño de un futuro mejor. Dreyfuss, solidario hasta el final, se suicidó en el garaje de su casa en 1972 junto a su esposa, víctima de un cáncer terminal. Tenía sesenta y ocho años. Loewy que siempre supo adaptarse a los cambios, siguió disfrutando de la vida, rico y famoso hasta los ochenta y seis.

ASPECTOS CONCRETOS DEL DISEÑO DE LA ÉPOCA REFLEJADOS EN LA PELÍCULA

SAUL BASS

Durante los sesenta alcanzarían su madurez una serie de nuevos ámbitos profesionales cuya convergencia estaba llamada a cambiar el rumbo del diseño. El desarrollo de la televisión, la mayoría de edad de los dibujos animados y la consolidación del cine como espectáculo por excelencia, coincidieron con el interés por el *packaging* y la imagen corporativa, que eran imprescindibles para su aplicación en los nuevos modos de compra despersonalizados y algunos mercados emergentes, como el discográfico. Saul Bass (Nueva York, 1920-1996) representó fielmente el tipo de diseñador llamado a tomar el relevo generacional, cuyos intereses estaban más centrados en el desarrollo de la práctica profesional y en la apertura del diseño hacia esos sectores emergentes que en las aspiraciones visionarias de sus predecesores.

El trabajo de Saul Bass para el cine debe entenderse también en el contexto de la globalización de la televisión a lo largo de la década de los cincuenta, que vio cómo los hogares duplicaban el número de aparatos receptores. El medio televisivo había alcanzado su mayoría de edad y buscaba vías de modernización. Consciente del interés del público por la imagen corporativa, la industria del cine, al igual que la televisiva, incorporó artistas para elaborar las cabeceras de presentación de sus programas, que rápidamente se convirtieron en obras notorias e innovadoras. Saul Bass fue uno de los que mejor supo aprovechar la oportunidad de renovación que brindaban esas pequeñas piezas de diseño gráfico integradas en el largometraje.

Diseñador gráfico, cineasta experimental y animador trabajó como publicista durante la posguerra hasta que en 1954 Otto Preminger le ofreció la realización de



los títulos de crédito de *Carmen Jones*. Con la máxima « *design is thinking made visual* » y con sus ideas gráficas minimalistas que adaptaban muchos de los hallazgos de las vanguardias rusas de los veinte a las necesidades del mercado de la posguerra y a la estética imperante del *good design*, inventó una nueva forma de entender la cabecera de presentación, que pasó definitivamente a convertirse en parte del packaging del filme, sobre todo al realizar él mismo la mayoría de las veces el cartel y otras piezas gráficas promocionales.

Bass realizó la promoción gráfica de las películas de modo que fuesen coherentes con los títulos de crédito que él mismo diseñaba y ejecutaba. Sin embargo, en *North by Northwest*, la imagen elegida para el cartel —Eva Marie Saint disparando a Cary Grant— resultó ser mucho menos efectiva que la que ha acabado sustituyéndola con el tiempo y convirtiéndose en uno de los iconos de la historia del cine: Cary Grant perseguido por el avión fumigador en las praderas del medio este americano.

Su interés por experimentar nuevas técnicas le llevó a emplear el fotomontaje, la macrofotografía, los dibujos animados e, incluso, en los títulos de crédito de *Vertigo* (1959), los gráficos realizados por el pionero de la creación de imagen por ordenador John Whitney (1917-1995). Whitney, nacido en Pasadena, California, inició la historia del diseño computerizado rediseñando a finales de la década de los cincuenta el mecanismo llamado M-5, creado durante la segunda guerra mundial para el guiado de los cañones antiaéreos. A partir de ese rediseño, construyó un nuevo ordenador con el que consiguió generar gráficos realmente fascinantes durante las dos siguientes décadas, hasta que reemplazó aquellas gigantescas máquinas de acero por nuevos ordenadores digitales.

Su invento, conocido como el *ordenador analógico mecánico de Whitney*, incorporaba al M5 avances del M-7, la siguiente generación para uso militar. Era una máquina de casi cuatro metros de altura y varias toneladas de peso, que creaba las imágenes mediante un sistema de rodillos giratorios —a ciento ochenta revoluciones por minuto— que eran fotografiados en blanco y negro a ocho fotogramas por segundo por cámaras montadas sobre múltiples ejes giratorios. El color se añadía posteriormente en los procesos de positivado de la película. Los resultados fueron fascinantes, y la producción, extraordinariamente fructífera²⁵. Precisamente en esa computadora primitiva gigantesca se elaboraron los gráficos empleados por Saul Bass en *Vertigo*.

En 1952 fundó *Motion Graphics Inc.*, una empresa dedicada a la utilización del ordenador mecánico analógico para crear gráficos animados para el cine, la televisión y la publicidad. Este trabajo, más comercial, que siempre compaginó con la producción de películas independientes de carácter experimental, le abrió la posibilidad de colaboración con Hollywood a través de Bass e incluso de hacer incursiones en el campo del diseño. Sus gráficos, abstractos y elegantes, le llevaron a

²⁵ <http://www.siggraph.org/artdesign/profile/whitney/whitney.html>.

colaborar con el estudio de Charles y Ray Eames, para quienes realizó varias películas, entre las que destaca la que se proyectaba simultáneamente en siete pantallas dentro de la cúpula geodésica de sesenta metros de altura que Buckminster Fuller realizó para la *American Exchange Exhibition* en Moscú en 1959.

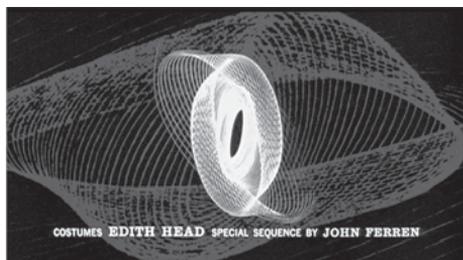
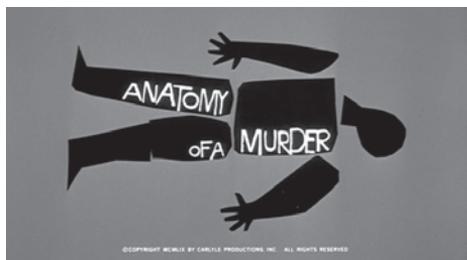
Seguramente la fascinación que ejercían los ordenadores en el contexto de una década marcada por la tecnología fue lo que interesó a Saul Bass, que vio la oportunidad de adaptar las formas geométricas que surgían del superordenador de Whitney a su diseño, marcado por la abstracción, elegancia y simplicidad formal del *good design*. Este estilo acorde con sus tiempos se hizo especialmente patente en las cabeceras de *North by Northwest* y de *West Side Story*, de Robert Wise (1961), una secuencia abstracta y minimalista que dura casi cinco minutos, tanto como el tema musical introductorio de Leonard Bernstein donde unas líneas van cambiando sobre un fondo de color al ritmo de la música y al igual que ocurre en los créditos de *North by Northwest*, sólo al final descubrimos que se trata de una abstracción realizada a partir de una imagen de los rascacielos de Manhattan.

Bass colaboró con Hitchcock en tres de sus títulos más destacables de la etapa americana: las ya citadas *Vertigo* y *North by Northwest*, y *Psycho*, de 1960. Las tres películas, consecutivas en su filmografía, muestran una etapa de trabajo muy estrecha entre ambos, durante la que Bass no sólo se encargó de las secuencias iniciales de títulos de crédito, sino que intervino en la dirección de arte y en los efectos especiales. También se hizo cargo del *story board* y del diseño conceptual, y fue precisamente este hecho el que al parecer provocó la ruptura entre ambos. Aunque Hitchcock siempre lo negó, Bass reivindicaba para sí la planificación de la famosa secuencia de *Psycho* en que Janet Leigh es asesinada en la ducha, una de las más estudiadas de la historia del cine. Parece ser que la relación de confianza entre ambos era tan estrecha que Hitchcock delegaba en Bass la dirección de algunas secuencias. Durante el rodaje de *Psycho*, el maestro del suspense tuvo que quedarse en casa indispuerto, y le permitió dirigir aquella que transcurre en la escalera de la casa de Norman Bates en la que el detective Arbogast (Martin Balsam) es asesinado. Según Bass, también le permitió dirigir la secuencia de la ducha, algo que Hitchcock jamás admitió.

Desde entonces, Saul Bass trabajó estrechamente con otros muchos directores en más de cincuenta secuencias de créditos ²⁶, labor que compaginó con su obra personal en el campo del crometrage. Destaca su trabajo para Otto Preminger, para quien, además de *Carmen Jones*, realizó los créditos de *The Man With the Golden Arm* (1955), *Anatomy of a Murder* (1959), *Exodus* (1960), *Bunny Lake is missing* (1965), entre otras.

En 1960 realizó los créditos de *Spartacus*, su primera colaboración con Stanley Kubrick. Posteriormente, en 1980, también diseñó para Kubrick el cartel de *The Shining*. Trabajó para John Frankenheimer, en *Grand Prix* (1966) y otros

²⁶ La lista completa de la filmografía de Bass en <http://www.imdb.com/name/nm0000866/>.



Arriba a la izquierda: Anatomy of a murder (1959). Arriba a la derecha: Vertigo (1959), con los gráficos de John Witney. Abajo a la izquierda: It's a Mad, Mad World, de Stanley Donen (1963). Abajo a la derecha: The Age of Innocence, de Martin Scorsese (1993).



directores, como John Sturges, en *The magnificent seven* (1960). Dedicó la década de los ochenta a hacer cortometrajes experimentales con su mujer, Elaine, y en los noventa fue redescubierto para el cine comercial gracias a los créditos de *Broadcast News*, de James L. Brooks (1987), y *Big*, de Penny Marshall, (1988). Formando definitivamente equipo con su mujer Elaine, colaboró con Martin Scorsese, para quien realizó sus últimos trabajos: *Cape Fear* (1991), *Goodfellas* (1990), *The Age of Innocence* (1993) y *Casino* (1996). El éxito de Saul Bass llevó a otros artistas, como Maurice Binder (1918-1991), a seguir su estela, legándonos cabeceras clásicas como las de gran parte de la serie de *James Bond* o las que hizo para Stanley Donen.

A lo largo de su vida, Bass realizó importantes incursiones en el diseño gráfico, y editorial, y también, naturalmente, en la imagen corporativa. Entre sus clientes estaban *Bell Telephone*, *Exxon*, *AT&T*, *Quaker Oats*, o la misma *Warner Bros*, que le encargó su campañas de renovación de imagen durante los setenta. Es tan injusto como incomprensible que la labor de Bass, cuya popularidad es indiscutible, no cuente apenas con bibliografía y sean tan pocos los estudios sobre su obra que se hayan publicado fuera de la web²⁷.

²⁷ Al parecer esta injusticia histórica se verá compensada en marzo de 2008, fecha para la que la Yale University Press anuncia la publicación de «Saul Bass», de Pat Kirham con colaboraciones de Martin Scorsese. Hasta entonces, la presencia bibliográfica de Saul Bass, con la excepción de

LA ARQUITECTURA MODERNA COMO PARTE DEL SISTEMA

El movimiento moderno nació en Europa de la mano de la arquitectura. Sin embargo, su desarrollo en América fue mucho más espectacular. Lejos de los debates sobre el ornamento o sobre el papel que debía seguir la tradición en el proceso revolucionario de las formas y técnicas arquitectónicas modernas, los arquitectos americanos despreciaron convertirse en una sucursal de la Academia de París, pasaron de puntillas por el Art Nouveau y centraron su esfuerzo en la aplicación del esqueleto de acero para hacer de los rascacielos uno más de los símbolos futuristas de su tiempo.

Frank Lloyd Wright aplicó a sus edificios elementos de diseño evolucionarios, como la llamada «destrucción de la caja», con más de una década de antelación respecto a su «descubrimiento» en Europa por arquitectos como Mies Van der Rohe. El hecho de que esto ocurriese en un escenario de práctica incomunicación entre los profesionales de ambos lados del Atlántico hace pensar que las nuevas formas para los nuevos tiempos que se manifestaban en todos los campos del diseño formaban parte del espíritu de los hombres y mujeres de su tiempo, y no fueron sólo una operación de propaganda. La arquitectura americana moderna era uno de los símbolos más claros del orgullo industrial de su tiempo. Hitchcock era consciente de ello y no quiso perder la ocasión de dejar que la arquitectura formase parte de los múltiples homenajes a la Modernidad presentes en su película, y lo hizo desde la misma secuencia inicial.

En contraposición al concepto de lujo neoclásico y obsoleto de la mansión ocupada por los villanos al principio de la película, una localización real en Glen Cove, Long Island, y de los hoteles como el Plaza, la acción discurre en varios edificios emblemáticos, y oficinas modernas. Aunque muchos de los edificios eran reales, en la mayoría de los casos el director artístico Robert Boyle tuvo que construir decorados para ajustarse a las necesidades de planificación de Hitchcock. Todos fueron extraordinariamente realistas. El interior de la casa del diplomático Townsend, en cuya biblioteca Thornhill conoce al espía Vandamm, es un set ejecutado impecablemente, pero también lo son la casa junto al monte Rushmore desde la que los espías pretenden abandonar el país al final de la película, así como el ya citado Expreso siglo XX o la sede de las Naciones Unidas.

Todo lo que ocurre en el interior del edificio de la ONU fue una reconstrucción en estudio, hecha con gran fidelidad a partir de documentación fotográfica. El motivo fue la prohibición de rodaje de películas que decretó Dag Hammarskjöld,

algunas reseñas y artículos, se encuentra fundamentalmente en un capítulo del libro «6 Chapters in Design» de Philip Meggs, publicado originalmente en seis volúmenes separados con el título *World Graphic Design* por la Ginza Graphic Gallery de Tokyo. Incluye monográficos sobre la obra de Saul Bass, Ivan Chermayeff, Milton Glaser, Paul Rand, Ikko Tanaka, y Henry Tomaszewski. Ver: MEGGS, Philip: «6 Chapters in Design». Chronicle Books, San Francisco, 1997.



La casa construida como homenaje a Frank Lloyd Wright muestra la calidad del trabajo de Robert Boyle. Resulta fascinante comprobar el realismo y minuciosidad con que se recrean los detalles en los diversos decorados de la película.



entonces Secretario General, a raíz del desafortunado rodaje de la película *The Glass Wall*, de Maxwell Shane (1953), con Vittorio Gassman y Gloriarahame. Las fotografías tuvieron que ser obtenidas de incógnito mientras Hitchcock se hacía pasar por un visitante más del edificio. Para el rodaje de los exteriores, tuvo que ocultarse la cámara en un camión mientras parte del equipo distraía al personal de seguridad. Hitchcock dio instrucciones muy precisas para que su equipo de arte fuese especialmente escrupuloso en la reproducción de hasta el más mínimo detalle del edificio para garantizar el realismo de toda la acción. Sin embargo, y dado que hubiera sido imposible construir un *set* tan grande, tuvo que emplearse un *mate painting* para rodar el plano general del vestíbulo interior.

OTRAS CUESTIONES IMPRESCINDIBLES SOBRE *NORTH BY NORTHWEST*

PELÍCULAS CON TRENES

La historia del ferrocarril también está perfectamente reflejada en las películas. Desde que en 1895 los hermanos Lumière aterrorizaron a los primeros espectadores con la proyección de *La llegada del tren a la estación*, son incontables los títulos a lo largo de la historia del cine que transcurren en trenes o en los que éstos son el escenario de alguna de sus secuencias. Claro que, además de fascinar a reali-

zadores como Hitchcock, en cuya filmografía los trenes son imprescindibles²⁸, también lo hicieron con toda su generación, incluyendo a los diseñadores industriales. Loewy²⁹, por ejemplo, dedicó un capítulo de su autobiografía a explicar su fascinación de juventud por los trenes, donde descubrió el amor.

El tren es, por tanto, un tema cinematográfico por excelencia. De entre la enorme lista de películas con trenes he seleccionado algunas de mis favoritas: Una historia de amor, *Brief encounter*, de David Lean, de 1945, una de desamor, *Casablanca*, donde Bogart lee en la estación de París la carta en la que Ingrid Bergman le abandona mientras la lluvia va borrando las letras, y otras en las que el tren es el verdadero protagonista, como *The Silver Streak*, de Thomas Atkins, de 1934 donde sólo el tren *Burlington Zephyr* será capaz de llegar a tiempo a un recóndito pueblo de América con la medicina para salvar a un niño enfermo, o *Broadway Limited*, de Gordon Douglas, de 1941, rodada a mayor gloria del famoso tren de la *Pennsylvania* diseñado por Loewy. Sin olvidar la aportación del ferrocarril al género del *Western*, que no sería igual de no ser por la presencia de aquellas fascinantes locomotoras de los primeros años de la industrialización.

Durante la década de los setenta, en pleno éxito del género de catástrofes, el japonés Junya Sato dirigió *Shinkansen Daibakuha*, de 1975 (en España se estrenó como *Pánico en el Tokio Express*). La película mostraba al mundo el maravilloso tren bala japonés, y su capacidad de respuesta frente a un ataque terrorista.

NUEVOS FORMATOS

Durante la década de los cincuenta, la fascinación por la tecnología y el perfeccionamiento de cámaras, ópticas y soportes dieron lugar a una inmensa proliferación de formatos que nacieron de la necesidad de competir con la televisión aportando una mayor calidad de imagen. El público asistía admirado a proyecciones con pantallas cada vez más grandes, con colores más espectaculares y una calidad de imagen y sonido inigualable. Los ingenieros se emplearon a fondo y, entre otros muchos, nos legaron el *Cinemascope* (1953), el *Cinerama*, basado en sistemas de captura y proyección mediante tres cámaras sincronizadas, que fue presentado en la Feria de Nueva York de 1939, el *Cinemiracle* (1956), el *MGM Camera 65*, que utilizaba lentes *Panavision* de 70 milímetros o el *Super Panavision 70* (1960). Aplicando lentes anamórficas al estilo del *Cinemascope*, otros países desarrollaron patentes similares, como los japoneses *Shinotoscope* y *Tohoscope* (1956), los soviéticos *Sovscope*, el italiano *Totalscope*, o el *Ultrascope*, creado en la República Democrática Alemana.

²⁸ Valgan como ejemplo la película que nos ocupa o *Strangers on a Train*, de 1951.

²⁹ Ver «*Sex and Locomotives*» en LOEWY, Raymond: «*Never leave well enough alone*». Simon and Shuster, New York, 1951. En 2002 fue reeditado por The Johns Hopkins University Press.



El formato empleado en *North by Northwest* fue el *Vistavision*, un ingenioso sistema que obtenía el doble de calidad del negativo convencional de treinta y cinco milímetros al colocar la película horizontalmente, como en las cámaras fotográficas. El aumento de la definición de imagen y la reducción del grano eran espectaculares, y su uso era especialmente adecuado para los procesos de postproducción en truca, al permitir excelentes ampliaciones de cada fotograma. También fue utilizado en «Vertigo», cuyos créditos iniciales empiezan con un detalle de la boca de *Kim Novak* para ir abriéndose hasta mostrar su rostro completo y acabar introduciéndose en uno de sus ojos. Ésto hubiera sido imposible de haberse rodado con los formatos convencionales. Se empleó por primera vez en *The Ten Commandments*, de Cecil B. De Mile (1956), cuya famosa secuencia de la separación de las aguas del Mar Rojo demostró que el *Vistavision* había nacido para los efectos especiales. Hoy, cuando ya se ha retirado como formato de proyección, sigue empleándose en secuencias que requieren de una especial elaboración en postproducción, una práctica instaurada en 1977 por George Lucas en *Star Wars*.

BERNARD HERRMANN

Bernard Herrmann (Nueva York, 1911-1975) no pudo entrar con mejor pie en el mundo del cine. Lo hizo de la mano de Orson Welles en *Citizen Kane*, de 1941. Welles tenía veinticinco años durante el rodaje y era su primer largometraje. Hermann, veintinueve y también trabajaba por primera vez en el cine. A partir de entonces, su carrera fue imparable, hasta el extremo de que hoy es considerado por muchos el músico más importante de la historia del cine.

Su carácter fuerte le llevó a enemistarse con todos los directores con mal genio con los que colaboró a lo largo de su vida. Dicen que su ego y el de Orson Welles no cabían en el estudio, y fue su mal temperamento el que le llevó a romper su relación con Hitchcock después de que el estudio y el director rechazasen su trabajo para *Torn Curtain* por considerarlo poco moderno.

Colaboró con Hitchcock en nueve películas³⁰, entre las que se cuentan las tres más famosas de su filmografía: *Vertigo*, *North by Northwest* y *Psycho*, las mismas en las que Bass hizo los títulos de crédito. Su música se adaptó de tal modo al estilo del mago del suspense que las películas en que colaboraron, a las que supo imprimirles una lírica tan inconfundible como inolvidable, serían irreconocibles sin su banda sonora.

³⁰ *The trouble with Harry* y *The Man Who Kney too Much* (ambas de 1956), *The Wrong Man* (1957), *Vertigo* (1958), *North by Northwest* (1959), *Psycho* (1960). También trabajó en *The Birds* (1963), aunque su trabajo en esta película, cuya banda sonora consta esencialmente de sonidos electrónicos simulando aves, está más cerca de la ingeniería de sonido que de la composición musical, *Marnie* (1964), y *Torn Curtain* (1966).

A pesar de que nunca le gustó que lo considerasen un compositor de música para cine, pues consideraba que éste era un género menor, Herrmann ha pasado a la historia por sus trabajos más comerciales. Se cuentan por cientos sus orquestaciones y temas originales para la radio como director musical de la CBS Radio, un medio que se inventó junto a sus pioneros, y que añadió a su currículum su primera obra imprescindible: la banda sonora de *La guerra de los mundos*, de 1938, donde conoció a Orson Welles y que dio pie a que trabajasen juntos en *Citizen Kane*. También ha sido famoso, además de por sus bandas sonoras cinematográficas, por sus trabajos para la televisión, entre las que destacan la colaboración con Hitchcock en el show *Alfred Hitchcock Presents*, de 1955, y en *The Twilight Zone*, de 1959. La capacidad de Herrmann para componer músicas totalmente adecuadas para describir la esencia del film queda patente cuando comprobamos que tanto el tema de *The Twilight Zone* como el compuesto para la secuencia de la ducha de *Psycho* se han convertido hoy en iconos de nuestra cultura, capaces de ser reconocidos por cualquiera y tan popular es que son usados incluso como tonos para teléfono móvil. Después de su muerte, en 1975, y hasta 2006, sus composiciones fueron utilizadas u homenajeadas en la banda sonora de cincuenta y siete películas, y seguirán siéndolo con toda seguridad durante muchos años.

Herrmann, como todos los de su generación, fue un trabajador incansable, y a su esfuerzo debemos en gran parte lo que somos hoy. Murió en 1975, al día siguiente de acabar su trabajo para *Taxi Driver*, de Martin Scorsese. Nunca fue nominado para el *Oscar*.

UN TÍTULO ENIGMÁTICO

La película tuvo que traducirse en España como *Con la muerte en los talones* dado que su título en inglés es bastante ambiguo, pues su significado literal no parece estar relacionado con la trama. En realidad es un guiño del guionista Ernest Lehman a Hamlet: *I am but mad north-northwest*, cuando el príncipe de Dinamarca trata de convencer a la gente de su codicia. Como guiño, la secuencia del aeropuerto de Chicago se rodó en la terminal de *Northwest Airlines*.

North by Northwest fue la primera película de Hitchcock para la Metro Goldwin Mayer, que sólo fue propietario de los derechos de cinco de sus películas: *The Rope*, *To Catch a Thief*, *The Trouble with Harry*, la segunda versión de *The Man who Know Too Much* y *Vertigo*. En la lista de las mejores cien thrillers de la historia del cine elaborada en 2001 por *The American Film Industry*, tres películas de Hitchcock se encuentran entre las diez primeras. *Psycho* es la primera de la lista, *North by Northwest* aparece en cuarto lugar, y *The Birds*, es la séptima³¹. Fue nominado en seis ocasiones, pero tampoco ganó un *Oscar*.

³¹ Ver listado completo en: <http://www.afi.com/tvevents/100years/thrills.aspx>.

