

ROSALÍA TORRENT Y JOAN M. MARÍN

HISTORIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL



MANUALES ARTE CÁTEDRA



CAPÍTULO 12

DESENFADO Y HETERODOXIA

12.1. POP, OP Y PSICODELIA

En los años 60, el recuerdo de la posguerra quedaba lejos. El crecimiento económico de la década anterior —primero en Norteamérica y después, progresivamente, en los países de Europa Occidental— facilitó la expansión de una clase media y de una clase obrera acomodada que, en apenas quince años, pasó de las penurias de una economía de guerra a relamer con gusto las bondades de los productos industriales. El nuevo caudal masivo de consumidores, como no se había conocido hasta ese momento en la historia, halló en el consumo no sólo una fuente de gratificación, sino también un vehículo de identificación social. La dimensión comunicativa del producto ocupó el primer plano, relegando en muchos casos otras exigencias funcionales. Esta nueva masa de consumidores era de extracción social popular y se mostraba optimista, en sintonía con la coyuntura del momento. Además, fenómeno también nuevo, jóvenes y adolescentes comenzaron a tener una creciente capacidad de consumo, especialmente de música, ropa, motocicletas y radios. Jóvenes o no, los nuevos consumidores recelaban de la austeridad del gusto legítimo —que en artes plásticas representaban las vanguardias abstractas; y en el campo de la arquitectura y del diseño, el funcionalismo racionalista— propio de una élite minoritaria. En el fondo, nunca habían llegado a comprender sus manifestaciones; y ahora reclamaban sin complejos, tanto a los productos del arte como a los de la industria, una gratificación sensual y visual inmediata. Las preferencias del gusto popular¹ —familiaridad, accesibilidad, sensualidad, partici-

pación, desenfado, carácter festivo y humor— exigían su satisfacción y reconocimiento.

En este nuevo paisaje social, creado por el capitalismo popular, encontrará el pop el terreno ideal para su desarrollo². La cultura pop se considera hoy una genuina aportación estadounidense a la historia visual y musical del siglo xx. Aunque su acta de nacimiento (firmada por los trabajos de Richard Hamilton) es británica, el estilo adquiere en Estados Unidos su dimensión más significativa. Este país buscaba acabar con la seriedad del expresionismo abstracto, pues se tenía la sensación de que los lenguajes sin referente se habían acabado³. Tras ellos se potenció un arte figurativo, y se buscó que esa figuración encontrase sus motivos en los elementos de la cotidianidad: en los utensilios de las casas, en la comida, en los supermercados; y también en los cines y en las salas de conciertos, repletos de un público entusiasmado que convertía a los actores y a los cantantes en ídolos. El pop rehuyó la seriedad del arte abstracto y convirtió en motivo artístico todo aquello que la sociedad de consumo producía de forma masiva. Precursor, en más de un aspecto, de la postmodernidad, el pop introdujo la banalidad en el arte. Ya fuese como legitimación o como crítica, el efecto visual resultaba estimulante y, en ocasiones, provocador.

Se ha dicho que el pop tuvo éxito porque se desarrolló en el lugar más adecuado, a saber, en un país rico y satisfecho de sí mismo, que se sentía a gusto por el bienestar conseguido, y que quería exhibirlo sin pudor a través de sus creaciones. En los años 60, el pop se presenta como un arte —y un diseño— di-



396. Richard Hamilton. *¿Qué es lo que hace a los hogares actuales tan diferentes y tan atractivos?*, 1956.

vertido y sobre todo comprensible. Nacido de la sociedad de consumo, el pop mantiene una actitud ambivalente hacia la misma que oscila entre la celebración y la ironía, y que varía según el autor y la obra. Aunque algunas de sus creaciones resulten mordaces, el nuevo lenguaje publicita su propio mundo. A partir del *collage* de Richard Hamilton (n. 1922)

¿Qué es lo que hace a los hogares actuales tan diferentes y tan atractivos? [396], en las pinturas y esculturas pop nos encontramos continuamente con imágenes de los ídolos modernos, pero también de las comidas y bebidas propias del momento, o con los electrodomésticos que nos acompañan en el hogar. Con igual frecuencia aparecen elementos del có-

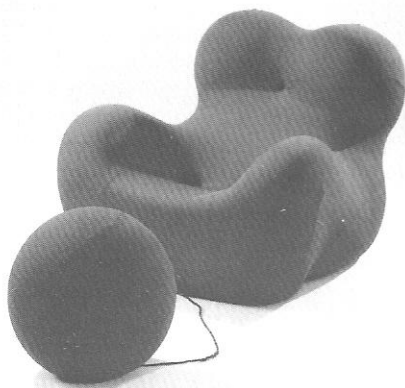
mic, o imágenes publicitarias. De hecho, en ocasiones, al contemplar alguna obra, no sabemos si nos hallamos ante un objeto artístico o un cartel, pues los recursos de la publicidad son continuamente utilizados por los artistas. Al mirar algunos de los trabajos de Mel Ramos (n. 1935), como el que retrata a una joven desnuda sentada sobre una cajetilla de Philip Morris, difícilmente podemos saber si la intención del autor es artística o meramente comercial. Estas obras, además, utilizan los mismos recursos plásticos que las publicitarias, con colores planos y contrastados y recursos hiperfigurativos. Y emplean reiteradamente el cuerpo de las

mujeres, siempre en actitudes seductoras, provocativas o meramente receptoras de la mirada masculina. Reducidas a papel de objetos, ocupan en este arte el mismo espacio que ocupaban en la publicidad, lo que le costó al movimiento parte de su credibilidad. Uno de los ejemplos más duros es la escultura de Allen Jones (n. 1937) *Silla, perchero, mesa* [397], donde tres mujeres con vestiduras sado-maso cumplen con la posición de sus cuerpos las funciones de los objetos antedichos.

En el mismo año, pero con sensibilidad hacia la dignidad de la mujer —y también con una mayor trascendencia en el ámbito



397. Allen Jones. *Silla, perchero, mesa*, 1969.



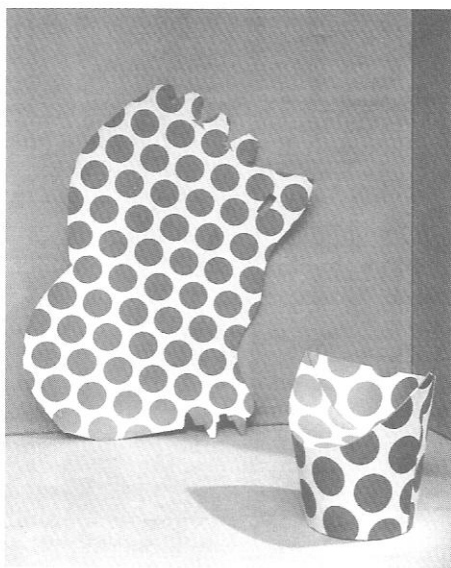
398. Gaetano Pesce. Sillón UP 5 y reposapiés UP 6, 1969.

del diseño—, Gaetano Pesce (n. 1939) produjo el sillón UP 5 *Donna* [398], con forma de Venus neolítica, que acompañó con el reposapiés esférico UP 6. A estos modelos, fabricados con espuma de poliuretano y tapizados con tela de nailon, se les extraía el aire —que constituía el 90 por 100 de su volumen—, se empaquetaban al vacío y se vendían comprimidos en el interior de una caja de PVC; cuando el comprador los extraía, recuperaban su forma original. Como señala Penny Sparke, este producto tenía «varios niveles de lectura. Por un lado se trataba de una crítica a la situación de la mujer (el reposapiés tenía la forma de una bola de prisionero) pero también era una defensa del concepto pop de lo desechable»⁴.

Una evidente, aunque controvertida, ironía envuelve al pop. Dialoga con la cultura popular, al mismo tiempo que cuestiona el lenguaje del «gran arte». Hasta su irrupción, el arte se había vivido como algo extraordinariamente serio, sus valores eran los de las clases más elevadas (cultural o económicamente hablando) y sólo era comprensible

para ellas. Ahora, por el contrario, se trata de igualar al espectador: todos pueden comprender el mensaje de la Coca-Cola o de Elvis, todos pueden acceder a un lenguaje figurativo con los recursos que se habían popularizado a través del mundo de la publicidad y la televisión.

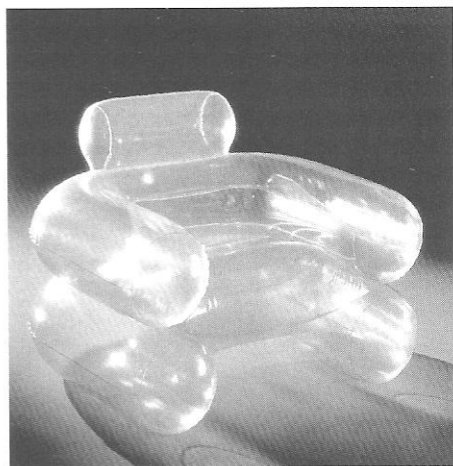
El pop es un fenómeno artístico más que de diseño; y, dentro de éste, tiene más relevancia cuantitativa en la vertiente gráfica que en la estrictamente industrial. Pero, en cualquier caso, la cultura pop envolvió la vida de los años 60, y desde el arte pasó al entorno, a la vez que tomaba los materiales y los motivos de inspiración para sus creaciones del mismo entorno. Durante algunos años todo parecía ser pop, tanto que se convirtió en el eje sobre el que giraba la cultura de masas en esta década. Los escultores convertían en esculturas perritos calientes y palas de jardinero; los diseñadores podían convertirlos en sillas. Unos intentaban quitar *glamour* al objeto artístico y los otros trataban de elevar a



399. Peter Murdoch. Silla infantil *Spotty*, 1963.



400. Gatti, Paolini y Teodoro. Silla *Sacco*, 1969.

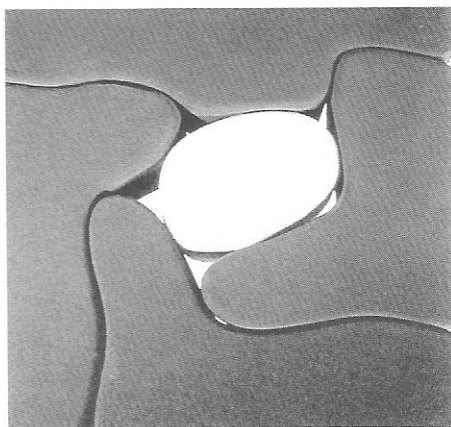


401. De Pas, D'Urbino, Lomazzi y Scolari. Sillón *Blow*, 1967.

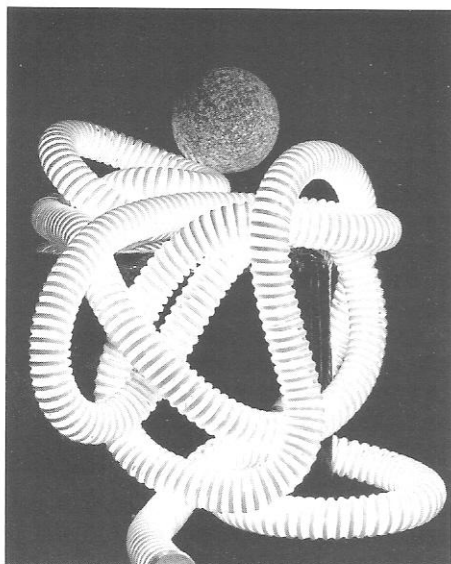
glamouroso el objeto cotidiano. Ni lo uno ni lo otro se consiguió totalmente, pero sí hacer piezas atractivas como el asiento infantil *Spotty* [399] del inglés Peter Murdoch (n. 1940), con forma de paquete de palomitas y decorado a base de círculos que remitía a la trama granulosa del cómic tan característica de algunas obras pop como las de Lichtenstein. Hecho de cartón, tenía otra peculiaridad pop: el auge de lo transitorio, tan propio de la cultura de usar y tirar.

Otra de las piezas más significativas del diseño pop fue la silla *Sacco* [400]. Este objeto de 1969, especie de bolsa que puede ser de materiales diversos rellena de bolitas de poliestireno expandido, se debe a los italianos Gatti, Paolini y Teodoro, y se ha convertido en un símbolo del desenfado de la época, por la informal manera de sentarse que exige al usuario. Desde luego, remite en su concepto a las esculturas blandas de Claes Oldenburg, subrayándose aún más su aspecto pop. Similares reminiscencias pueden tener las lámparas *Bulb Opal* (1970), diseñadas por

Ingo Maurer (n. 1932) con la forma de enormes bombillas. O el simpático sillón *Blow* [401] de 1967, primer objeto hinchable del diseño italiano que utilizó la novedosa tecnología del plástico de soldaduras electrónicas por radiofrecuencia. Concebido por Jonathan



402. Roberto Sebastián Matta. *Malitte*, 1966.



403. Livio Castiglioni y Gianfranco Frattini. Lámpara *Boalum*, 1969.

De Pas, Donato D'Urbino, Paolo Lomazzi y Carlo Scolari, era asequible, divertido y efímero, y se convirtió en uno de los éxitos mediáticos de la casa italiana Zanotta.

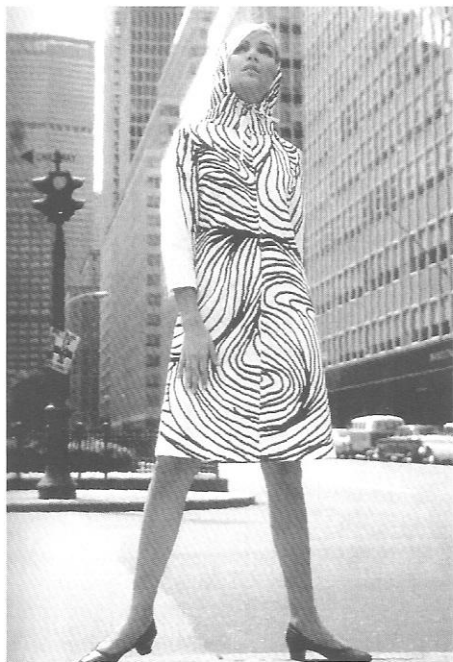
Pero no todos los objetos pop son figurativos. Muchos se resuelven mediante líneas curvas o elementos amorfos y transformables. Éste es el caso del conjunto *Malitte* [402] (1966), concebido por el pintor surrealista Roberto Matta. Se trata de un conjunto escultórico formado por cinco piezas de espuma recortada y forrada de tela. Individualmente, funcionan como cinco asientos con formas diferentes, y cuando no se utilizan, pueden agruparse a modo de rompecabezas, formando una moderna y decorativa escultura. Verner Panton desarrollaría una idea similar en su *Torre Viva* (1969), un mueble-escultura interactivo que permite al usuario adoptar distintas posiciones. A este concepto de producto artístico, informal y

participativo pertenece también la lámpara *Boalum* [403] (1969) de Livio Castiglioni y Gianfranco Frattini; está formada por unas bombillas situadas en el interior de un tubo de plástico translúcido, con colores brillantes, al que el consumidor da forma.

También Ettore Sottsass, en quien nos detendremos más adelante, reconoció la influencia del estilo pop en su máquina de escribir *Valentine* [404] de 1969 —creada en colaboración con Perry A. King— o en la silla de oficina *Synthesis 45* (1972), que constituyeron dos hitos en el sector de equipamientos para oficina. Precisamente, la máquina *Valentine*, con su alegre colorido y aire informal, fue construida —tal y como escribió la revista *Abitare*, en el momento de su aparición— para «ser utilizada en cualquier lugar, menos en una oficina, para que nadie se acuerde de las horas monótonas de trabajo». En cambio, con la silla *Synthesis 45*, Sottsass consiguió llevar la línea desenfadada y pop al interior de las oficinas. La clave formal de esta silla está en el contraste que se establece entre su estructura robusta y la aparente fragilidad del plástico, entre la seriedad de la tapicería de



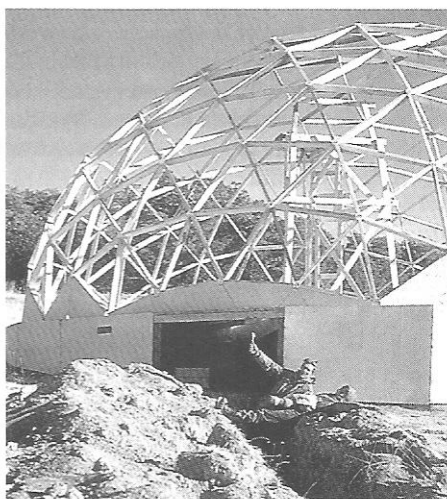
404. Ettore Sottsass y Perry A. King. Máquina de escribir *Valentine*, 1969.



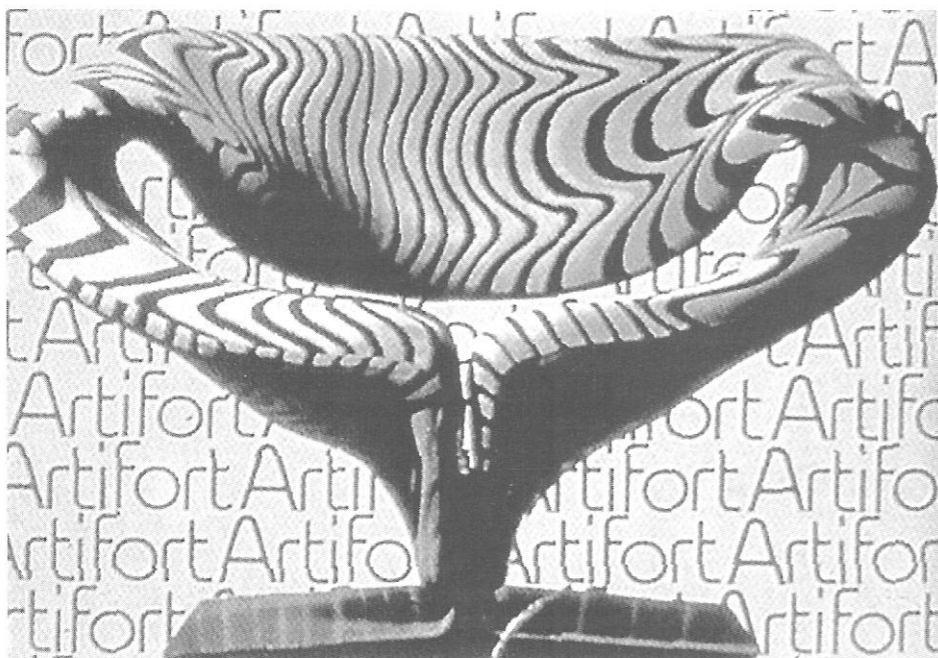
405. Vuokko Eskolin-Nurmesniemi. Vestido *Hood*, 1966.

tela negra y la informalidad del amarillo o de otros colores primarios, siempre brillantes.

A mediados de los 60 aparece una nueva faceta artística: el op art. La exposición «The Responsive Eye», organizada por el MOMA en 1965, popularizó este estilo; y muchos diseñadores, especialmente gráficos y del mundo de la moda, descubrieron en él un recurso compositivo. Se trata de experimentar sensaciones visuales, ópticas, a partir de líneas en blanco y negro, pero también en colores, que se curvan y se interrelacionan. En blanco y negro se compusieron muchos motivos iconográficos del momento, siguiendo los presupuestos de la pintora británica Bridget Riley, que había obtenido efectos sorprendentes. Utilizando ya una variada policromía está Vasarely, muy influyente en el diseño de



406. *Drop City*, Estados Unidos, h. 1960.



407. Pierre Paulin. Silla *Ribbon*, 1966.

tejidos de la época. En esta línea destacan los vestidos diseñados por la finlandesa Vuokko Eskolin-Nurmesniemi [405] y la colección op de Pierre Cardin.

La historia de estos años se relaciona con los nuevos hábitos introducidos por los jóvenes de la contracultura. El movimiento *hippie* nació en San Francisco, a mitad de la década de los 60. Ciertamente, no creó ningún estilo de diseño propio, lo cual parece lógico atendiendo a su reivindicación de las formas de producción artesanales, pero en cambio sí dejó unos valores y unos hábitos que permanecerán tanto en la vida cotidiana como en muchos de los escenarios culturales de finales del siglo xx. Los nuevos modos de afrontar la sexualidad, las preocupaciones ecológicas, así como la reivindicación de una afectividad más cálida y una comunicación más fluida

pertenecen a su legado. La forma de vida alternativa que buscaban los jóvenes *hippies* estuvo acompañada de una actitud crítica hacia el consumo y, en ocasiones, se materializó en nuevos modos de construir y habitar. Éste es el caso de la *Drop City* [406] de los años 60, una ciudad alternativa de casas fabricadas con paneles procedentes de la chapa de automóviles de desguace. Las casas de *Drop City*, a diferencia de los paralelepípedos y cubos que predominan en el paisaje de los suburbios, presentan una cálida forma semiesférica paralela a las cúpulas y estructuras geodésicas de Buckminster Fuller.

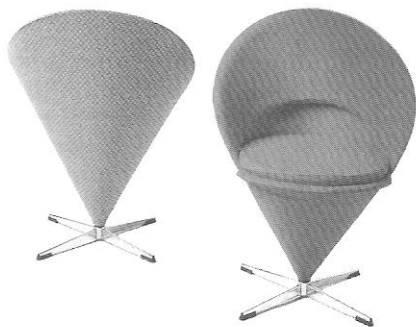
La experimentación con drogas también tuvo una gran repercusión entre los miembros de la contracultura. El psicodélico, el último sistema compositivo de la década, trabaja al menos en teoría con las imágenes y

colores experimentados por el consumo de drogas como el LSD. Si el op buscaba producir ilusiones visuales, la psicodelia se adentra en un universo alucinado/alucinante en el que predominan los contenidos oníricos, los colores acentuados y a menudo disonantes, y las curvas exageradas. En muchos diseños gráficos, sólo aparecen estas dos últimas características, pues la atmósfera psicodélica puede muy bien componerse con líneas ligeramente curvadas y colores discordantes. Desde el punto de vista formal, recibe diversas influencias de estilos del pasado como el Jugendstil, los simbolistas y los surrealistas. El gran protagonista del estilo psicodélico en Estados Unidos fue Wes Wilson (n. 1937), que trabajó para la promoción de salas de conciertos. Sus obras, como las del resto de sus compañeros de estilo, son de difícil lectura. La tipografía se convierte en signo o dibujo al que difícilmente podemos acceder. No obstante, la capacidad comunicativa estaba asegurada; la sola disposición formal dirigía mágicamente al espectador hacia una nueva dimensión: el estilo psicodélico sugería música, una determinada música de tipo alternativo. No existe una línea de productos industriales de estilo psicodélico, pero sí podemos reconocer su influencia en producciones aisladas. Éste es el caso de la silla *Ribbon* [407] de Pierre Paulin (n. 1927), sugerente diseñador francés que también se mostró receptivo a los otros estilos de los años 60, el op y el pop art.

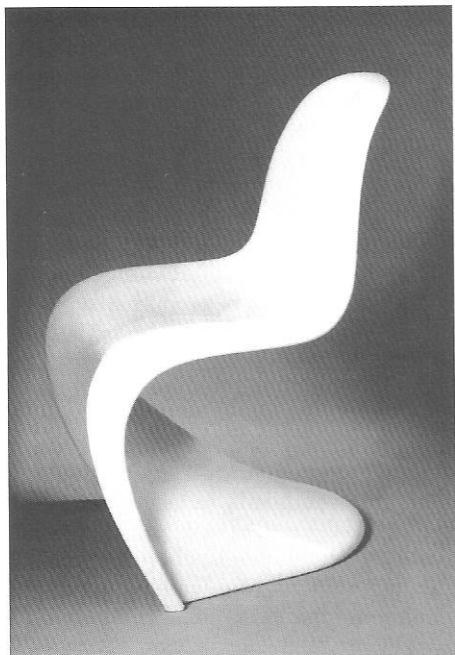
Ahora bien, el diseñador que mejor representa el desenfado y la heterodoxia formal de esta década es el danés Verner Panton (1926-1998). Trabajó en el estudio de Arne Jacobsen hasta que, en 1955, abrió el suyo propio. Desde ese momento se convirtió en el máximo exponente del estilo «años 60». Utilizó con frecuencia los materiales más característicos de esta época, como los plásticos y la espuma de poliuretano; y frecuentó los principales estilos del momento. Desde las primeras intervenciones de su carrera —como el interior del hostel Komigen Kro (1958)—,

destacó su atrevimiento en el uso del color. Y su vocación rupturista en el diseño de interiores quedó manifiesta en la feria del comercio de Købestaevnet (1959), en la que alfombró el techo y colgó los objetos expuestos; así, según sus palabras, se evitaba que la aglomeración de gente impidiese ver los productos. Otro de sus diseños de interiores fue el del restaurante Astoria en Trondheim (1960), en el que empleó recursos del op art —que también utilizaría en el diseño de productos como tejidos, alfombras, o la lámpara *Macetón* (1971)— para crear un ambiente futurista.

Para su proyecto de Komigen Kro, Panton diseñó la silla *Cono* [408], que logra una gran espectacularidad formal a partir de su simplicidad geométrica. Partiendo de este concepto desarrollaría variaciones como el modelo *Cono-Corazón* (1959) y la silla *Pirámide* (1960). Pero, sin duda, el producto que le proporcionaría mayor renombre fue la silla *Panton* [409] que se convirtió en un símbolo de la cultura pop. Ésta tiene su antecedente en la *Silla-S* (1955) que él diseñó a partir de la idea de silla *Zig-zag* de Rietveld, pero sustituyendo sus angulosidades por curvas. La silla *Panton* fue concebida entre 1959 y 1960, pero habría de esperar a 1967 para llegar a ser la primera silla moldeada por inyección, realizada de una sola pieza. Encontrar un



408. Verner Panton. Silla *Cono*, 1958.



409. Verner Panton. Silla *Panton*, 1967.

material plástico idóneo para realizar esta revolucionaria y elegante silla apilable ha sido un desafío durante décadas. Según informa Peter Dunas: «A fines de los cincuenta [Panton], junto con Dansk Acrylic Teknik, desarrolló en plástico el prototipo para la “Panton Chair”, que exhibió en el Mobilia-Club, en Eriksholm, cerca de Helsingör, con la esperanza de encontrar al fabricante apropiado con el que podría llevar a cabo su idea. No encontró a ninguno, y su silla de plástico en cantilever permaneció por el momento en calidad de sueño [...] En 1962-1963 visitó Vitra [...] todos aquellos años de experimentación dieron finalmente por resultado prototipos de poliéster reforzado con fibra de vidrio, en 1967. No obstante, el deseo de hacer la “Panton Chair” apilable, retrasó una vez más la producción, puesto que el espesor del material

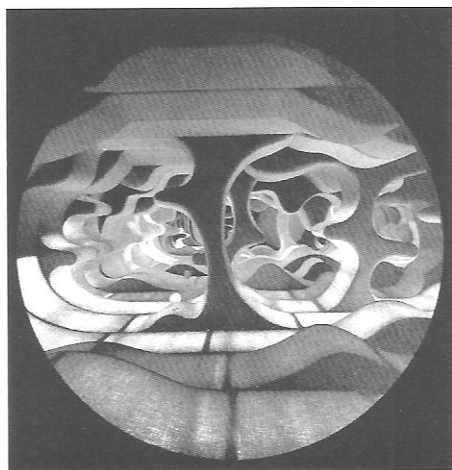
debería de reducirse sin afectar su estabilidad. / La versión final entró a producción en serie en Vitra, en 1968, bajo la marca de Herman Miller Furniture Co. Estaba hecha de Baydur, una espuma de poliuretano de alta resistencia, producida por la compañía Bayer Leverkusen, y se barnizó en siete colores [...] En 1970, Vitra reemplazó la costosa tecnología de producción, que requería de treinta minutos para producir una sola pieza, por Thermoplast, moldeado en caliente por inyección. [...] A largo plazo, sin embargo, el material no soportó adecuadamente la tensión dinámica; Vitra discontinuó la producción en 1979 y se regresó la licencia a Verner Panton. En 1983 Horn GmbH & Co. KG, en Rudersberg, comenzó de nuevo la fabricación de la silla, usando otra vez espuma de alta resistencia y la vendió hasta fines de los 80, a través de la asociación WK. Desde 1990, Vitra ha producido la “Panton Chair”, usando espuma de alta resistencia»⁵.

Verner Panton participó en las exposiciones «Visióna 0» (1968) y «Visióna II» [410] (1970), organizadas por la empresa Bayer, que pretendían explorar hipotéticos hábitats del futuro. Un objetivo constante de su actividad fue diseñar entornos excitantes que estimularan la imaginación. Para «Visióna II», Panton creó una gruta fantástica con espuma de poliuretano recubierta de telas con colores —azules, violetas, rojos, amarillos y naranjas— saturados. En esta caverna, una sucesión de curvas fundía el suelo, las columnas y el techo en una oscilación continua, eliminando la división entre continente arquitectónico y contenido (mobiliario). El conjunto asemejaba a lo que hubieran podido ser las catacumbas de la contracultura de los 60 diseñadas por un Gaudí psicodélico.

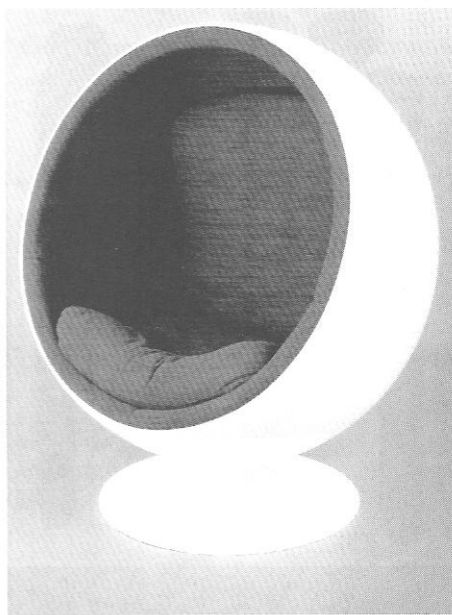
12.2. EL DISEÑO DE LA «ERA ESPACIAL»

Curiosamente, en esta misma época impregnada por la calidez emocional del movimiento *hippie*, coexistió también el estilo frío

y aséptico de la «era espacial». En 1957, la Unión Soviética lanzó la primera nave espacial *Sputnik I*; y en 1961 Youri Gagarine se convirtió en el primer hombre en ir al espacio. Estados Unidos se implicó en el desafío hasta conseguir que, en 1969, Neil Armstrong pisase la luna. El sueño de la conquista espacial, tras el que se jugaba una carrera por la supremacía tecnológica entre dos modelos de sociedad, fue presentado adecuadamente por los medios de comunicación como una empresa común de la humanidad. De este modo, sedujo al imaginario colectivo logrando transmitir la sensación de vivir unos tiempos prometeicos en los que todo era posible. La iconografía espacial y los objetos con aires futuristas colonizaron el entorno. Sus manifestaciones obtuvieron gran repercusión mediática en el mundo de la moda a través de las colecciones de André Courrèges, en 1965; y de Pierre Cardin y Paco Rabanne, en el siguiente año. Los vestidos metálicos del modisto español aparecieron en *Barbarella* (1967), una de las películas más conocidas del subgénero erótico-futurista.

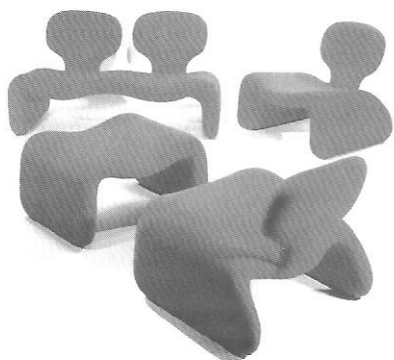


410. Verner Panton. Habitación de fantasía en «Visión II», 1970.

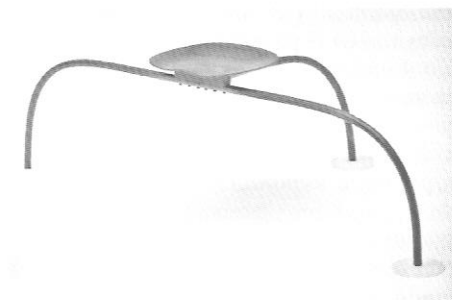


411. Eero Aarnio. Silla *Globo*, 1965.

Pero también en el ámbito del diseño aterrizó este estilo. Así lo demuestra la obra del finlandés Eero Aarnio (n. 1932), el máximo exponente de esta tendencia. Como muchos diseñadores escandinavos, empezó construyendo muebles con materiales naturales y técnicas artesanales, pero a principios de los 60 comenzó a experimentar con materiales plásticos y fibra de vidrio. De este trabajo surgió su silla *Globo* [411], concebida en 1962 y comercializada cuatro años después. Consiste en una semiesfera de fibra de vidrio cortada en una sección vertical, formando una cápsula que envuelve al usuario de modo acogedor. La misma forma semiesférica presenta su *Buble Chair* (1968), pero esta silla burbuja está concebida para quedar suspendida del techo y realizada con plástico transparente, por lo que su aspecto futurista se ve reforzado por la extraña sensación que pro-



412. Olivier Mourgue. Serie *Djinn*, 1965.



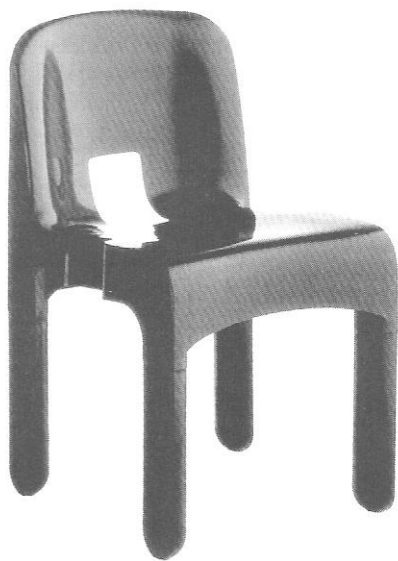
413. Achille y Pier Giacomo Castiglioni. Taburete *Alunizaje*, 1966.



414. Joe Colombo. *Central Living Block* de la «Vivienda modelo 1969», 1969.

voca su transparencia visual y su aislamiento acústico. Aarnio realizó numerosos productos de inspiración «espacial», pero también otros que por su colorido y espíritu lúdico se aproximan al estilo pop. Éste sería el caso de su silla *Pastilli* (1967), que también podía ser utilizada como trineo o flotador para el agua; de su hipomórfica silla *Pony* (1970), o de la silla *Tomato* (1971). No obstante, a diferencia de la condición efímera de muchos productos de la era pop, Aarnio siempre confirió a sus productos la calidad formal y material necesaria que les proporcionase una durabilidad ajena a la cultura de usar y tirar.

Por lo general, en las creaciones del frío estilo espacial predomina el uso de los materiales plásticos, las formas esféricas que tienden a envolverlo todo, los colores blanco y gris, aunque también se contrastan con colores vivos como el rojo y el naranja, siendo entonces cuando más se aprecia su proximidad estilística con el pop. Entre los numerosos productos de este estilo, la serie *Djinn* [412] (1965) de Olivier Mourgue adquirió una gran popularidad tras su aparición en *2001: una odisea del espacio*, la mítica película de ciencia-ficción de Kubrick. Las formas de los cohetes espaciales y de los vehículos lunares también se convirtieron en fuente de inspiración. Así lo atestigua la silla *Apolo* (1967) de Gunnar Magnússon, que, en contra de lo usual en este estilo,



415. Joe Colombo. Silla apilable 4867, 1965.



416. Joe Colombo. *Additional Living System*, 1967-1968.

está realizada en madera contrachapada. Tampoco es habitual el aluminio, material con el que Achille y Pier Giacomo Castiglioni realizaron en 1965 el taburete *Alunizaje* [413]. Con este mismo material realizó Walter Pichler su sillón *Galaxy I* (1966), una reinterpretación futurista del sillón *Gran Confort* de Le Corbusier. El sillón *LEM* (1964) de Joe Colombo es bautizado con las siglas del vehículo de exploración lunar, a causa de su parecido formal con el mismo estaba fabricado con metal pintado y cuero. Entre los realizados con los materiales habituales como la fibra de vidrio y los plásticos, cabría nombrar el sillón de base pivotante *Elda* (1965) del mismo Colombo, el sillón *Karuselli* (1965) de Yrjö Kukkapuro y la *Armchair* (1967) del mencionado Aarnio. También las formas del teléfono *Grillo* (1965) de Zanuso/Sapper y del televisor portátil *P111* (1963) de Roger Tallon están dentro de esta moda.

Mención especial merece la producción futurista de Joe Colombo (1930-1971), por su coherencia y por la solidez de los fundamentos sobre los que se asienta su talante innovador. En «Visiona I», Colombo presentó su «Vivienda modelo 1969» [414], año en que se celebró la exposición; una casa, en palabras de su diseñador, «para vivir en un mundo nuevo». En ella, los muebles habituales fueron sustituidos por unidades funcionales, con la excepción de su silla *4867* [415], única pieza de mobiliario tradicional presente en la vivienda. En la habitación central se encuentra

un diván multiuso, sobre el cual una librería aérea circular, con televisión esférica incrustada, quedaba prendida en el techo. La cocina, completamente automatizada, era controlable desde un panel de mandos, y el *Roto-living* podía ocultarse cuando no se utilizaba. Incorporaba un *Cabriolet-bed* (cama descapotable) que permitía aislarse al usuario del resto de la casa, cuando lo desease. Antes de morir de forma prematura a los cuarenta y un años, Colombo dio sobradas muestras de una creatividad asombrosa en productos como el *Additional Living System* [416] de 1967-1968, una unidad de reposo compuesta por cojines de espuma de poliuretano que se fijan sobre dos barras de aluminio; el rupturista sillón *Tubo* (1970) formado por cuatro cilindros semirígidos, forrados con espuma de poliuretano, y que puede montarse de diversas formas; o la *Multi Chair* (1970), formada por dos partes que pueden utilizarse por separado o juntas, en cuyo caso pueden acoplarse, también de diferentes modos.

El optimismo de ciencia-ficción que emanaba de la era espacial se disipó a medida que la carrera del espacio pasó a un segundo plano, lastrada por las terribles cargas de la guerra de Vietnam. Sin embargo, en cierto modo, su estilo aséptico y futurista precedió, no sólo cronológicamente, a algunos de los productos, todavía más fríos pero también más estilizados, que aparecerán luego en la *moda virtual* que convive, junto a otras muchas, en el tránsito del siglo XX al XXI.