



**LA BAUHAUS : DISEÑOS TIPOLÓGICOS MOBILIARIO
(SILLAS Y SILLONES) Y SU APLICABILIDAD SOCIAL EN EL
MUNDO DEL CINE Y LA PUBLICIDAD**



TRABAJO FIN DE MASTER ULPGC 15/06/2017

**MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN DE PATRIMONIO ARTÍSTICO Y
ARQUITECTÓNICO, MUSEOS Y MERCADO DEL ARTE**

AUTOR:

TERESA MARTÍN TRUEBA

DIRECTORES:

MARIA DE LOS REYES HERNÁNDEZ SOCORRO

SANTIAGO DE LUXÁN MELÉNDEZ

JOSE JAVIER AZANZA LÓPEZ

ÍNDICE.	Pág.
INTRODUCCIÓN.	8
I. Justificación del trabajo.	10
II. Objetivos.	10
III. Metodología.	11
CAPÍTULO I: TIPOLOGÍA INDUSTRIAL SILLAS Y SILLONES.	
1.1 Influencia de la Bauhaus en EEUU.	12
1.2 Catálogo sillas y sillones. Prototipos.	15
1.2.1 Sillón Barcelona y otomán.	15
1.2.2 Sillón Vassily.	17
1.2.3 Silla Cesca.	19
1.2.4 Prototipos evolucionados en EEUU.	21
1.2.5 Silla Aluminium Group Charles & Ray Eames.	21
1.2.6 Silla Panton.	23
1.2.7 Sillón Egg.	25
1.2.8 Silla Plastic Eames Armchair.	27
1.2.9 Lounge chair y otomán Eames.	29
CAPÍTULO II: INFLUENCIA DE CADA MODELO TIPOLÓGICO EN EL MUNDO DEL CINE Y LA PUBLICIDAD.	
2.1 Sillón Barcelona en series de tv, cine, publicidad y diseño de zapatos.	31
2.2 Sillón Vassily en series de tv, cine, publicidad y hotel.	42
2.2.1 Product Placement.	42
2.2.2 Branded Content.	47

2.3 Silla Cesca en prensa escrita cine y tv.	50
2.4 Mundo Charles y Ray Eames y sus modelos: Aluminium, Plastic y Lounge Otomán Chair..	57
2.4.1 Silla Aluminium: Mad Men “espacios de trabajo” cine y publicidad.	61
2.4.2 Silla Plastic: Coworking, Home Staging, publicidad, cine y hotel.	69
2.4.3 Silla Panton: Fotografía publicitaria, cine y publicidad, Iglesia y Vitra.	78
2.4.4 Sillón Egg: Cine, publicidad, hotel, fotografía y niños.	86

CAPÍTULO III: LOUNGE CHAIR Y SILLAS BAUHAUS EN LOS CONTEXTOS ARTÍSTICOS E INFLUENCERS.

3.1 Arte Pop.	96
3.2 Arte cinético.	97
3.3 Diseño pop.	98
3.4 Diseño op.	99
3.5 Diseño italiano.	100
3.6 Minimalismo.	101
3.7 Arte conceptual.	102
3.8 Diseño ecológico.	103
3.9 Diseño radical.	104
3.10 Diseño japonés.	105

CAPÍTULO IV: REINTERPRETACIONES DE LOUNGE CHAIR & OTOMÁN.

CONCLUSIONES.	111
BIBLIOGRAFÍA.	113
WEBGRAFÍA.	114

RESUMEN

El mobiliario de diseño industrial iniciado por el taller de la escuela de la Bauhaus, fue el punto de partida del diseño moderno. Se trataba de muebles funcionales, de forma simple y geométrica para gente común. El trabajo está estructurado en cuatro capítulos (Tipología industrial: sillas y sillones y evolución temporal; Influencias de cada modelo tipológico en el mundo del cine y la publicidad; Lounge chair y sillas Bauhaus en los contextos artísticos e Influencers; Reinterpretaciones de Lounge chair & otomán). En el primer capítulo se relaciona el nuevo diseño ocurrido en EEUU gracias a (Charles y Ray Eames) después de la II Guerra Mundial, y estudiantes de la Academy of Art Cranbrook. Este inicio es fundamental para comprender las influencias del diseño nórdico en el mobiliario de diseño industrial posterior. Eliel Saarinen (1873-1950) como arquitecto y conecedor de integrantes de la Bauhaus, diseñó espacios nuevos para este primigenio mobiliario.

Las sillas y sillones, así como los objetos para la vida diaria, son fabricados a lo largo de la primera mitad del siglo XX con nuevos materiales y tecnologías. Plástico, metal, materiales orgánicos, son empleados para abaratar unos productos necesarios en las nuevas arquitecturas. Se empieza a repensar el espacio, y cómo influye psicológicamente la organización de los objetos dentro de él, motivo por el cual este capítulo primero liga algunas teorías espaciales de la filosofía de la Gestalt, en cuanto a la proximidad de los muebles, su similitud, la continuidad, el equilibrio y el cierre. Son leyes visuales que se utilizan para decorar un set de cine, publicidad de interiores y todo ello influye en el estado de ánimo, y a la vez que generan estilos de vida. Se han incluido ejemplos de películas de corte futurista para relacionar las leyes gestálticas así como el diseño espacial de Eliel Saarinen y demostrar su modernidad actual.

Los siguientes epígrafes corresponden al catálogo de cada prototipo de silla y sillón, ocho en total.

Tres modelos corresponden a integrantes de la Bauhaus: sillón Barcelona y otomán, sillón Vassily, Silla Cesca. Los otros cinco restantes son representantes del diseño americano y nórdico. Cada modelo tiene una reseña de material, ergonomía y precio. Es a partir del segundo capítulo donde los prototipos se relacionan con el cine y la publicidad, y la investigación de los tipos de espacios tanto laborales (Serie *Mad Men*), publicidad gráfica (revistas de arquitectura y diseño de interiores), fotografía artística, donde las sillas y sillones, alcanzan un protagonismo, debido a la forma de proyectarlos. Se analizan conceptos de marketing de igual forma, al generar el consumo, o la idealización de estos productos del diseño. De la investigación se constata que en cine y publicidad, se estudia muy detenidamente el guión de una película o serie para la utilización de las sillas, comprobando que el nivel económico en los personajes de las tramas es alto, sin problemática social. De igual forma, las sillas y sillones del presente trabajo, se encuentran en hoteles de lujo, espacios tecnológicos muy avanzados y con el término de icono. Por otro lado, en el tercer capítulo se combinan los

diferentes diseños y contextos artísticos con el modelo Lounge chair y el resto de sillas y sillones del catálogo. En la publicidad y en el cine, se relacionan con el estatus tanto cultural, como artístico, motivo por el cual el último capítulo analiza la reinterpretación del sillón Lounge Chair a partir de la película *Ex machina*.

Finalmente, la conexión entre las sillas y sillones (y sus evoluciones) de fabricación en serie, de precios ajustados, para toda la sociedad, según el Manifiesto programático de la escuela Bauhaus, no se ha cumplido, son caros y no aptos por tanto para el gran público.

Palabras clave: silla, diseño industrial, estilo artístico, publicidad, dirección de cine

ABSTRACT

The furniture of industrial design initiated by the workshop of the school

of the Bauhaus, was the starting point of the modern design. It was functional furniture, simple and geometric for ordinary people. The work is structured in four chapters (Industrial typology: chairs and armchairs and temporary evolution; Influences of each typological model in the world of cinema and advertising; Lounge chair and Bauhaus chairs in artistic contexts and Influencers; Reinterpretations of Lounge chair & otomán). In the first chapter is related the new design happened in the USA thanks to (Charles and Ray Eames) after World War II, and students of the Academy of Art Cranbrook. This start is fundamental to understand the influences of Nordic design on the furniture of later industrial design. Eliel Saarinen (1873-1950) as architect and connoisseur of members of the Bauhaus, designed new spaces for this original furniture.

The chairs and armchairs, as well as objects for daily living, are manufactured throughout the first half of the twentieth century with new materials and technologies. Plastic, metal, organic materials, are used to

cheapen some necessary products in the new architectures. It begins to rethink space, and how it psychologically influences the organization of objects within it, which is why this chapter first links some spatial theories of Gestalt philosophy, as to the proximity of furniture, its similarity, Continuity, balance and closure. They are visual laws that are used to decorate a set of cinema, advertising of interiors and all this influences in the mood, and at the same time that generate lifestyles. Examples of futuristic cut films have been included to relate the gestalt laws as well as the spatial design of Eliel Saarinen and demonstrate their current modernity.

The following epigraphs correspond to the catalog of each prototype of chair and armchair, eight in total. Three models correspond to members of the Bauhaus: Barcelona armchair and ottoman, Vassily armchair, Silla Cesca. The remaining five are representatives of American and Nordic design. Each model has a material overview, ergonomics and price. It is from the second chapter

where prototypes relate to cinema and advertising, and research into the types of spaces both labor (Mad Men Series), graphic advertising (architecture magazines and interior design), artistic photography, where The chairs and armchairs, reach a prominence, due to the way of projecting them. Marketing concepts are analyzed in the same way, when generating the consumption, or the idealization of these products of the design. The research shows that in film and advertising, the script of a film or series for the use of chairs is studied very carefully, proving that the economic level in the characters of the plot is high, without social problems. Likewise, the chairs and armchairs of the present work, are in luxury hotels, technological spaces very advanced and with the term icon. On the other hand, the third chapter combines the different designs and artistic contexts with the

model Lounge chair and the rest of chairs and armchairs in the catalog. In advertising and in cinema, they are related to cultural and artistic status, which is why the last chapter analyzes the reinterpretation of the Lounge Chair from the movie Ex machina.

Finally, the connection between the chairs and armchairs (and their evolutions) of series production, of adjusted prices, for the whole society, according to the program Manifesto of the Bauhaus school, has not been fulfilled, they are expensive and therefore not suitable for The general public.

Keywords: chair, industrial design, artistic style, marketing, film direction

INTRODUCCIÓN.

El mobiliario de diseño industrial iniciado por el taller de la escuela de la Bauhaus, fue el punto de partida del diseño moderno. Se trataba de muebles funcionales, de forma simple y geométrica para gente común. El trabajo está estructurado en cuatro capítulos (Tipología industrial: sillas y sillones y evolución temporal; Influencias de cada modelo tipológico en el mundo del cine y la publicidad; Lounge chair y sillas Bauhaus en los contextos artísticos e Influencers; Reinterpretaciones de Lounge chair & otomán). En el primer capítulo se relaciona el nuevo diseño ocurrido en EEUU gracias a (Charles y Ray Eames) después de la II Guerra Mundial, y estudiantes de la Academy of Art Cranbrook. Este inicio es fundamental para comprender las influencias del diseño nórdico en el mobiliario de diseño industrial posterior. Eliel Saarinen (1873-1950) como arquitecto y conocedor de integrantes de la Bauhaus, diseñó espacios nuevos para este primigenio mobiliario.

Las sillas y sillones, así como los objetos para la vida diaria, son fabricados a lo largo de la primera mitad del siglo XX con nuevos materiales y tecnologías. Plástico, metal, materiales orgánicos, son empleados para abaratar unos productos necesarios en las nuevas arquitecturas. Se empieza a repensar el espacio, y cómo influye psicológicamente la organización de los objetos dentro de él, motivo por el cual este capítulo primero liga algunas teorías espaciales de la filosofía de la Gestalt, en cuanto a la proximidad de los muebles, su similitud, la continuidad, el equilibrio y el cierre. Son leyes visuales que se utilizan para decorar un set de cine, publicidad de interiores y todo ello influye en el estado de ánimo, y a la vez que generan estilos de vida. Se han incluido ejemplos de películas de corte futurista para relacionar las leyes gestálticas así como el diseño espacial de Eliel Saarinen y demostrar su modernidad actual.

Los siguientes epígrafes corresponden al catálogo de cada prototipo de silla y sillón, ocho en total. Tres modelos corresponden a integrantes de la Bauhaus: sillón Barcelona y otomán, sillón Vassily, Silla Cesca. Los otros cinco restantes son representantes del diseño americano y nórdico. Cada modelo tiene una reseña de material, ergonomía y precio. Es a partir del segundo capítulo donde los prototipos se relacionan con el cine y la publicidad, y la investigación de los tipos de espacios tanto laborales (Serie *Mad Men*), publicidad gráfica (revistas de arquitectura y diseño de interiores), fotografía artística, donde las sillas y sillones, alcanzan un protagonismo, debido a la forma de proyectarlos. Se analizan conceptos de marketing de igual forma, al generar el consumo, o la idealización de estos productos del diseño. De la investigación se constata que en cine y publicidad, se estudia muy detenidamente el guión de una película o serie para la utilización de las sillas, comprobando que el nivel económico en los personajes de las tramas es alto, sin problemática social. De igual forma, las sillas y sillones del presente trabajo, se encuentran en hoteles de lujo, espacios tecnológicos muy avanzados y con el término de icono. Por otro lado, en el tercer capítulo se combinan los diferentes diseños y contextos artísticos con el modelo Lounge chair y el resto de sillas y sillones del catálogo. En la publicidad y en el cine, se relacionan con el estatus tanto cultural, como artístico, motivo por el cual el último capítulo analiza la reinterpretación del sillón Lounge Chair a partir de la película *Ex machina*.

Finalmente, la conexión entre las sillas y sillones (y sus evoluciones) de fabricación en serie, de precios ajustados, para toda la sociedad, según el Manifiesto programático de la escuela Bauhaus, no se ha cumplido, son caros y no aptos por tanto para el gran público.

1. JUSTIFICACION DEL TRABAJO.

El objetivo principal es analizar a partir de un corpus de los diseños de sillas fabricados de forma industrial, el impacto generado en la publicidad y el cine.

II.OBJETIVOS.

Por lo tanto el objetivo principal será analizar la utilización del diseño industrial de ocho modelos de sillas y sillones de diseñadores de la Bauhaus y sus evoluciones en EEUU, y como ha podido llegar a influenciar en el mundo de las tendencias de producción cultural, teniendo la consideración de objetos de culto, exclusivos y muy caros, utilizados como referentes del buen diseño en cine y publicidad, aumentando su precio. Además trataremos de llegar a los siguientes conclusiones:

. Analizar en los espacios publicitarios y contextos sociales donde se tiende a utilizar los prototipos de sillas y sillones, para crear un ideario de vida.

. Investigar en qué temáticas psicológicas en la producción de cine incluyen el diseño de los prototipos estudiados y demostrar la manipulación a la que son sometidos para influir en la moda el arte y la arquitectura.

Es paradigmático que unos modelos de mobiliario industrial, fueran creados por diseñadores vanguardistas con el fin de ser utilizados por clases más modestas, y hayan acabado por convertirse en objetos muy caros y elitistas.

Estudios previos, ubican este mobiliario industrial en el paradigma del buen diseño, funcional y aprovechando nuevos materiales, incluyendo formas psicológicas en la forma de utilizar el espacio y el color para influir en el ser humano.

III METODOLOGÍA.

La metodología que he seguido para realizar el trabajo, ha sido el análisis y el visionado de cine y publicidad, estudiar las tendencias de los textos contemporáneos en filosofía de hiperconsumo y de la sociedad post-crisis (Gilles Lipovetsky) y ha sido fundamental estudiar los nuevos cánones en estilo de interiores, para verificar, en los espacios que se quieren introducir las sillas y sillones de la Bauhaus. Bibliografía de cine ha sido necesaria, en la parte de la dirección de arte, con el balance de que no hay investigaciones sobre el conflicto social entre el mobiliario de diseño con el poder adquisitivo de los personajes. He visionado gran cantidad de productos publicitarios relacionados con los prototipos del catálogo seleccionado, y de igual forma videos musicales, series de TV y películas de cine, estudiando y analizando la puesta de escena en la utilización de estas sillas y sillones.

Mi aportación personal a esta investigación es en primer lugar el gusto por el diseño industrial de objetos para la vida diaria, e interés que me ha suscitado comprobar que los diseños del mobiliario tanto de la Bauhaus como de otros diseñadores, se utilizan para recrear ambientes de lujo en publicidad y en el cine se asocian con temáticas futuristas (en sillas que algunas tienen más de ochenta años) así como dinámicas relacionadas con el consumismo, y el vacío existencial.

Mí aportación es demostrar objetivamente, con los precios actuales de los prototipos estudiados, la transacción comercial a la que son sometidos en los espacios de cine y publicidad y cómo interactúan psicológicamente en las tramas y tendencias de moda, haciendo intemporales sillas que fueron diseñadas en otros momentos de la historia.

CAPÍTULO I: TIPOLOGÍA INDUSTRIAL SILLAS Y SILLONES.

1.1 INFLUENCIA DE LA BAUHAUS EN EEUU.

Eliel Saarinen, influenciado por el modelo nórdico y de la Bauhaus diseñará el campus de la Cranbrook Educational Community, planeado como un equivalente estadounidense de la Escuela de la Bauhaus. Saarinen enseñó en esta escuela y se convirtió en director de la Cranbrook Academy of Art en 1932. Entre sus estudiantes-colaboradores se encontraban Ray Eames y Charles Eames. Los trabajos de diseño de mueble Saarinen se convirtieron en referencias de la Bauhaus. Es el inventor del estilo conversation pit. Un espacio central en el salón de la casa en el que todas las estancias se comunican, y tiene como elemento principal de reunión un gran sofá a un nivel inferior del suelo, con el fin de una gran visión al exterior a través de grandes cristalerías. Este estilo de disponer el espacio se utiliza en publicidad y en el cine –sobre todo en el de ciencia ficción-. Las sillas y sillones de la Bauhaus empiezan a modular el diseño del mobiliario unido a la arquitectura viva y orgánica en EEUU.



1

¹ Estilo Salón Conversation Pit, con sillas Plastic Eames. <https://jonnnuter.wordpress.com>



En el diseño y puesta en escena de la película “Tron: Legacy” (2010) (el mobiliario) aparece en un espacio cerrado, en un guión basado en un mundo futurista, donde el protagonista libremente se autoimpone un encierro. El diseñador de escena, Darren Gilford, propone un salón estilo “Conversation Pit” con no sólo con los sillones Barcelona, además incluye un sofá Lounge Chair y otomán diseñado por Ray y Charles Eames, reuniendo el diseño americano con el diseño Bauhaus en un único espacio.



3

² Salón Conversation Pit, abierto al exterior de la casa. <https://www.recreoviral.com/>

³ Fotograma del interior de la película futurista *Tron: Legacy* (2010). Modelo conversation pit, con 4 sillones modelos Barcelona y Lounge Chair más otomán Eames. <https://worksz.wordpress.com/>

⁴ En este diseño de interiores, se aplican las leyes de la Gestalt, en cuanto a:

1. Proximidad: los sillones tienden a la cercanía.
2. Similitud: todo el mobiliario se concibe como parte de un patrón.
3. Continuidad: el color unifica a modo de guía o dirección del grupo mobiliario.
4. Cierre: No definimos claramente el final, pero la puesta en escena termina la información incompleta.
5. Equilibrio: El espacio es armonioso.



5

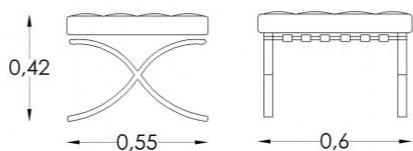
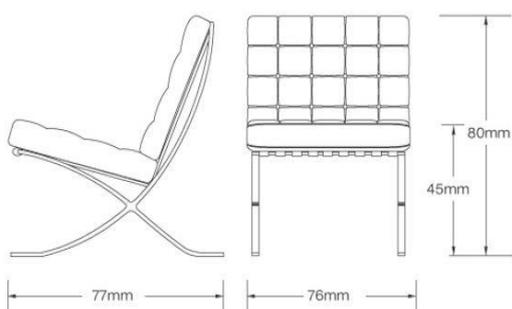
⁴ <http://www.lorenafdezblog.com/publicidad-y-leyes-gestalt/>

⁵ Fotograma donde Jeff Bridges ,Olivia Wilde y Garret, junto al conversation Fit<https://www.filmaffinity.com/es/>

1.2 CATALOGO SILLAS Y SILLONES. PROTOTIPOS.

1.2.1. MODELO SILLÓN Y OTOMÁN BARCELONA.

La Silla Barcelona fue creada en 1928, diseñada por Ludwig Mies van der Rohe como mobiliario para el Pabellón Alemán para la Feria Mundial en Barcelona de 1929. Inspirada en las sillas romanas de patas cruzadas. En 1950, Mies rediseñó la silla haciendo uso de nuevos materiales. Con esto, se deja el marco de una sola pieza de metal, generando un diseño de líneas simples y pulcras, tal como se conoce hoy en día. En la actualidad se fabrica en varios tipos de acero y cuero, de diferentes tonalidades, de forma artesanal. El original es comercializado por la empresa Knoll.



El precio de modelo original de Knoll: 6.812,00 € (21 % I.V.A. Incluido).

El precio del otomán modelo original: 3.388,00 € (21 % I.V.A. Incluido)

SILLÓN BARCELONA IMITACIÓN EMPRESA VOGA: 789 €



6



7

Ergonómicamente el sillón Barcelona, resulta bajo para las piernas y el otomán resulta frío.

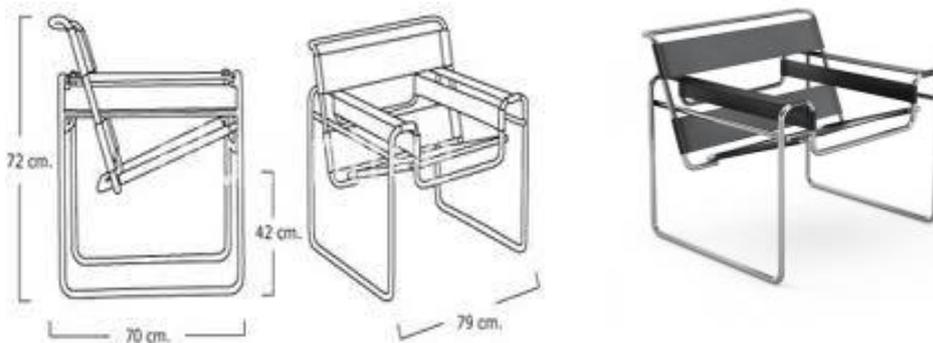
⁶ Fotograma saga 007 *Casino Royal* (2006) Apartamento de la agente M. Sillón modelo Barcelona. <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/>

⁷ Fotograma película *American Psycho* (2000). Otomanes modelo Barcelona <http://fotos.subefotos.com/>

1.2.2. SILLÓN VASSILY.

Marcel Breuer. En 1925 diseñó la silla B3 o silla Vassily. Probablemente inspirada en el manillar de una bicicleta, fue la primera silla en la historia construida con tubos de acero. Con su diseño Marcel Breuer consiguió una obra maestra entre metal y tela o cuero y una transparencia y ligereza en los volúmenes que supuso toda una revolución para la época.

A pesar de la creencia popular, Marcel Breuer no diseñó esta silla para el pintor Vassily Kandinsky, colega de Breuer en la facultad Bauhaus. Fue el propio Kandinsky el que admiró el diseño final de la misma y Breuer decidió realizar una copia adicional para que la disfrutara el artista en su casa. Cuando la silla se relanzó en 1960, el fabricante italiano encargado de realizarla decidió bautizarla como “Vassily“, ya que era conocedor de que Kandinsky poseía uno de los modelos originales. El original, al igual que el modelo anterior, Barcelona, lo comercializa la empresa Knoll.



El precio de modelo original de Knoll: 2.117, 00 €

Sillón Vassily imitación empresa Living Estudio: 369 €

Ergonómicamente, el cuerpo central queda encajado en la parte posterior del sillón, inclinándose las piernas hacia arriba, resultando incómoda fuera de esa posición.



8



9

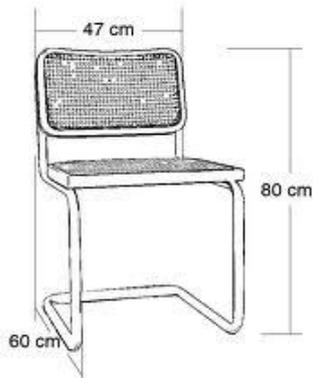
⁸ Emisión: 1976-1985, del programa *La Clave*, Sillones Vassily. data:image/jpeg;base64

⁹ Fotograma serie de *Tv Doctor House* 2004/2012. Sillas Vassily y otomanes Barcelona. <http://portobellostreet.blogspot.com/es/>

1.2.3. SILLA CESCA.

Marcel Breuer diseñó en 1928 la silla B32 más conocida como Cesca, en honor a su hija Francesca. Forma parte de su producción de muebles de acero tubular cromado y aporta un elemento novedoso: el acabado en rejilla de junco trenzado para respaldo y asiento. La silla Cesca se basa en el concepto cantiléver (silla volada sobre dos patas que al llegar al suelo se unen), cuya autoría se atribuye al arquitecto holandés Mart Stam, quién a su vez se inspiró en la silla construida con tubos de gas y agua que ya Gaudillot diseñó en 1844. Originalmente fue producida por Thonet y en la actualidad el original es comercializado por la empresa Knoll. El prototipo inicial no llevaba brazos y ergonómicamente es muy cómoda siendo utilizada en todo tipo de estancias.

10



¹⁰ Imagen del artículo “Lo sabemos todo de la silla cesca” de la revista *Nuevo Estilo*, sobre comedores, <http://nuevo-estilo.micasarevista.com/>

Precio original Knoll: Desde 1.222 €.

Cesca imitación muebles Design: 227,00 €

11



¹¹ Fotograma de *Sueños de un seductor* (1972). Silla Cesca en el escritorio. <http://www.revistavanitayfair.es/>

1.2.4 PROTOTIPOS EVOLUCIONADOS EN EEUU.

Los siguientes diseños tipológicos son una evolución de la Bauhaus, de diseñadores de muebles no estudiantes en dicha escuela, pero relacionados con el concepto del diseño moderno fuera de Europa con el ejemplo de Ray y Charles Eames (estudiantes de la escuela Cranbrook Educational Community), planeado como un equivalente estadounidense de la Escuela de la Bauhaus.

1.2.5. SILLA ALUMINIUM GROUP CHARLES & RAY EAMES (1958).

Fue diseñada originalmente como mobiliario de jardín, para una vivienda que estaba realizando Eero Saarinen (1910-1961, hijo de Eliel Saarinen) y Alexander Girard en Columbus, (Indiana, EEUU). Su propietario Irvin Miller, director textil en Herman Miller. Eero y Alexander se quejaban de que, aunque existía mobiliario moderno para interiores, no sucedía lo mismo para los muebles de terraza y jardín. Para esta silla, abandonan el concepto de única carcasa como asiento, y en su lugar deciden tensar una superficie de tela acolchada entre dos barras laterales de aluminio, para que sea firme pero a su vez elástico. Una silla que con su fino acolchado se adapta perfectamente al cuerpo del usuario y resulta muy cómoda. La tela con la que se confeccionó era Saran y se realizó en cuatro colores y aunque parecía apropiada para exteriores, con el tiempo descubrieron que el material con el que se cubría la estructura se pudría a la intemperie, por lo que lo tuvieron que sustituirlo por una piel artificial sellada con calor. Actualmente, los acabados de la estructura se realizan en aluminio fundido a presión, y podemos encontrarla tanto cromado como pulido.

En la tapicería, existen varios colores y materiales como la piel y los tejidos y una especie de malla semitransparente. Hay una variedad de sillas en esta colección: con brazos, sin brazos, con patas, con ruedas para diferentes tipos de suelos, respaldos de altura media o alta. Aluminium Group, es una silla que hoy en día se puede encontrar en espacios muy diferentes, como en salones, comedores, oficinas y espacios públicos

debido a la gran variedad de modelos. Además, en la última feria del mueble de Milán, han presentado los nuevos modelos de la colección “Aluminium Dining Chair EA 101, 103 y 104” más pequeños y ligeros pensados para mesas de comedor, con una amplísima carta de colores.



12



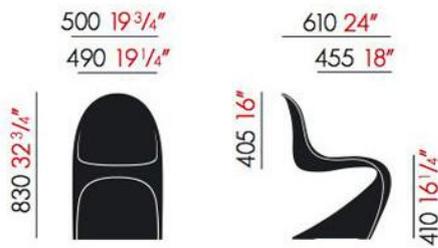
¹² Fotogramas de *La isla de Nim* (2008). Jodie Foster y Gerard Butler, en ambas interactuando con la silla Aluminium. <http://archiwum.stopklatka.pl/>

Precio Original Aluminium comercializado por Vitra: 2.690,00 € (21 % I.V.A. Incluido)
Aluminium imitación empresa Voga: 469 €

1.2.6 SILLA PANTON.

Fue creada por el arquitecto y diseñador danés Verner Panton en 1960, pero no fue presentada hasta el año 1967 para la firma suiza Vitra. Una silla apilable realizada de una sola pieza de poliuretano, las más modernas ya son de polipropileno y hoy en día está disponible en seis colores diferentes. Ergonómicamente es muy cómoda, ligera y apta para cualquier ambiente.

13



Panton Chair



¹³ Silla Pantone en artículo revista profesional de interiores. <https://image.isu.pub/>

Precio original comercializado por Vitra: 1.190,00 € (21 % I.V.A. Incluido).

Silla Panton imitación empresa sklum: 41.30 EUROS.



14



15

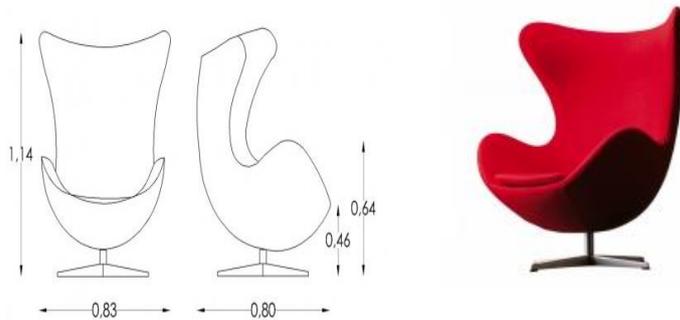
¹⁴ Sala de juntas de la serie americana *Ugly Betty* (2006/2010), con sillas Panton. <https://www.filmaffinity.com/es/>

¹⁵ La misma sala con los actores. <https://www.filmaffinity.com/es/>

1.2.7 SILLÓN EGG.

Arne Jacobsen, 1958. El Sillón Egg es un diseño de Arne Jacobsen inspirado en otro modelo de Eero Saarinen. Se trata de un sillón de grandes dimensiones creado originariamente en 1958 para el Hotel SAS de Copenhague. El sillón Egg está fabricado con un armazón de madera contrachapada de abedul recubierto de almohadillas de espuma y tela, una técnica de la que Jacobsen fue pionero. El diseño del Hotel SAS supuso para Arne Jacobsen una oportunidad para poner en práctica sus teorías de integración de arquitectura y diseño.

La privacidad que proporciona la forma envolvente del Sillón Egg es una de las características de la ergonomía que posee.



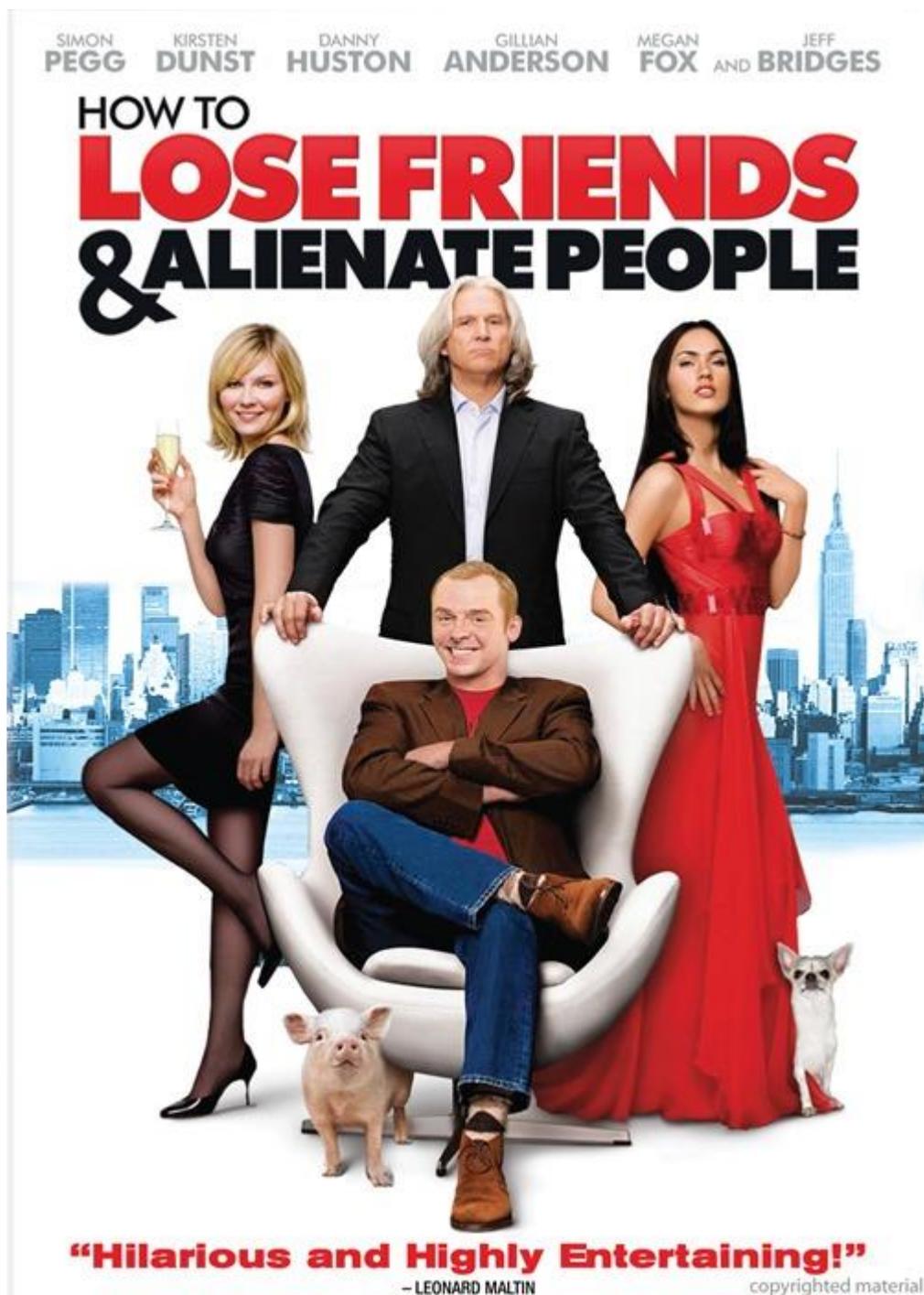
16



¹⁶ Portada de la revista *AD arquitectura* y sillón Egg. <http://www.javier-munoz.com/>

Precio Sillón Egg original (Fritz Hansen): 5.100 €.

Sillón egg imitación empresa Voga: 899 €

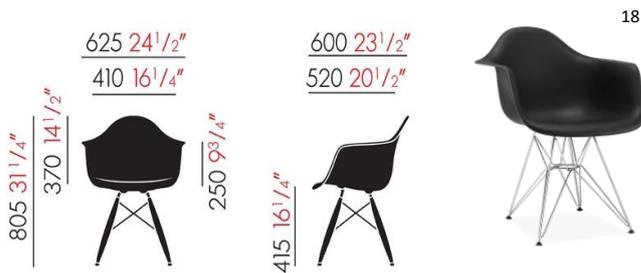


17

¹⁷ Cartel de la película *Nueva York para principiantes* (2008). Sillón Egg. <https://pics.filmaffinity.com/>

1.2.8 SILLA PLASTIC EAMES ARMCHAIR.

Eames 1950, diseñada en 1950 para el certamen de diseño Low Cost organizado por el Museo de Arte Moderno de Nueva York, acabó resultando ganadora del certamen, convirtiéndose en la primera silla de fabricación industrial en plástico. Los distintos tipos de carcasa de asiento de la serie de sillas Eames ofrecían la opción de escoger entre una estructura de patas de madera, patas de acero pulido, armazón de alambre o armazón de aluminio con pie de cinco radios y una pieza central formada por cuatro travesaños. Además, existía una versión apilable y una mecedora. Su forma curva y ergonómica se adapta totalmente al cuerpo humano y el conjunto de madera y alambre de la base aportan estabilidad a la silla. En 2004, la firma Herman Miller reintrodujo esta silla en polipropileno, material 100% reciclable, de tacto más suave y mayor durabilidad, que es la que se comercializa en la actualidad. En Europa la distribuye la firma Vitra.



¹⁸ Artículo revista *Interiores*, silla plastic Eames amarilla. <http://www.ladecoracion.es/>

Precio silla Plastic Eames original: 359,00 € (21 % I.V.A. Incluido).

Silla Plastic Eames imitación empresa Voga: 105 €



19



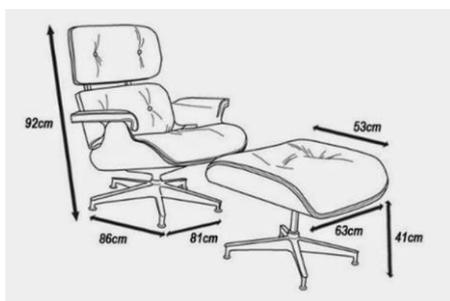
20

¹⁹ Fotograma de la serie *Mad Men* (2007). Silla plastic Eames. <http://www.filmandfurniture.com/>

²⁰ Fotograma de la película *Los chicos están bien* (2010). Silla plastic Eames blanca. <https://pics.filmaffinity.com/>

1.2.9 EAMES LOUNGE CHAIR Y OTOMÁN.

Eames 1956. El diseño original está inspirado en el tradicional sillón de club inglés y en un viejo guante de baseball. El diseño actual es ligeramente mayor que el original, y su producción es totalmente artesanal y respetuosa con el medio ambiente, pues todo el contrachapado de madera procede de bosques gestionados de manera sostenible y el resto de materiales son reciclados o reciclables. Herman Miller y Vitra comercializan el modelo original para el mercado americano y europeo.



RIVISTA INTERNAZIONALE
DI ARREDAMENTO
DESIGN
ARCHITETTURA

AD

N. 342 - NOVEMBRE 2009
€ 5,00 Italy only
Poste Italiane SpA - Sped. A.L.
D.L. 353/03 Art. 1, C.m. 1, DCB MI
EDIZIONE ITALIANA

ARCHITECTURAL DIGEST. LE PIU' BELLE CASE DEL MONDO



21

²¹ Lounge chair en portada *Arquitectura Digest* revista de arquitectura. <http://www.revistaad.es/>

Precio sillón y otomán Lounge Chair original: 6.750,00 € (21 % I.V.A. Incluido).

Lounge chair imitación empresa Voga: 855 €



22

23



24



²² Fotograma de *Closer* (2004). Julia Roberts junto al Lounge Chair y Otomán. <https://www.filmaffinity.com/>

²³ La actriz Sophie Marceau en Lounge Chair. Imagen promocional. <https://s-media-cache-ak0.pinimg>

²⁴ Imagen de Cassius Clay años 70.Lounge Chair. <http://1.bp.blogspot.com/>

CAPITULO II. INFLUENCIA DE CADA MODELO TIPOLOGICO EN EL MUNDO DEL CINE Y LA PUBLICIDAD.

2.1 MODELO SILLÓN BARCELONA Y OTOMÁN.

Silla modelo Barcelona en la saga Crespúsculo (2008). La casa de lujo que sirve de refugio a la familia Cullen es la vivienda más representativa de esta saga vampírica. Se trata de una construcción moderna que permite a sus habitantes disfrutar del bosque desde el hogar. Está en Portland (Oregón) y pertenece a un director de diseño de la marca Nike. El argumento de la película se centra en la historia de amor de dos jóvenes, sin problemática social, más allá del hecho de ser una comunidad vampírica de alto standing. Los sillones Barcelona cumplen las teorías de la Gestalt, en cuanto a proximidad de los sillones, similitud entre ellos con respecto a los demás elementos, color uniforme, continuidad espacial y cierre. Existe un equilibrio armónico del exterior con el interior, adaptándose los sillones a este tipo de ambiente.



25

²⁵ Imágenes del exterior e interior de la película *Saga Crespúsculo*. (2008) Sillones modelo Barcelona.
<http://www.fotogramas.es/>

Ejemplos de modelo Barcelona en publicidad revista de arquitectura de interiores XXIS, se observa los elementos ordenados de la Gestalt y su parecido con el salón de Crepúsculo, así como los titulares de ambos artículos, en términos de “Pureza” y “Bajo costo”.

26



27

²⁶ Artículo revista colombiana XXI, de arquitectura, utilizando dos sillones Barcelona. <https://revistaaxxis.com.co/>

²⁷ Artículo en revista XXI, utiliza sillones Barcelona, en renovación a “bajo costo”. <https://revistaaxxis.com.co/>

Utilización del sillón y otomán Barcelona, en publicidad de mobiliario, utilizando las teorías de la Gestalt:

1. Proximidad: los objetos cercanos entre sí se perciben juntos.
2. Similitud: los objetos similares se conciben como parte de un patrón.
3. Continuidad: detalles que tengan un patrón o dirección se agrupan juntos.
4. Cierre: completamos la información incompleta.
5. Equilibrio: se tiende a la armonía.



28

Silla Barcelona, como medio de comunicación hacia un personaje polémico. Se trata Ann Coulter, la musa de Donald Trump. Coulter se ha labrado una lucrativa carrera gracias a unas opiniones que en otros países serían incitación al odio. Comentarista y escritora superventas, adora a Trump, el cual ha tomado prestadas algunas de sus polémicas ideas, como construir un muro entre EE.UU. y México (27/08/2016).

²⁸ Imagen extraída de la publicación *Deco-casa* en “Clásicos del diseño” (2014). <https://www.google.es/>



²⁹ Imagen de Ann Coulter con una de sus manifestaciones. <https://encrypted-tbn0.gstatic.com>

³⁰ Portada de la revista *Time*, sentada en la silla Barcelona, a modo de trono. <http://barcelonachair.blogspot.es/>

Modelo sillón Barcelona en publicidad de calzado Rem D Koolhaas, también arquitecto, sobrino de Rem Koolhaas, fundó junto a Galahad JC Clarks, (cuya familia es la de la marca Clarks de zapatos), la empresa United nude dedicada a los zapatos con tacos y cuyo Moebius es un homenaje inspirado en la silla Barcelona.

Ultra Möbius
 The United Nude Ultra Möbius is a revolutionary achievement in construction and design. A Möbius strip is formed with a single piece uniting the sole, the heel, the foot-bed and the upper.




Ultra Möbius
Gold Leather

Ultra Möbius
Mirror Patent Leather




UN UNITED NUDE™

31

³¹ Tres imágenes de un zapato inspirando en la silla modelo Barcelona. <https://www.google.es/>

Las nuevas tecnologías a partir del formato blog, comunican diferentes realidades como es en este caso, tratado con humor, el mobiliario de diseño. ¿Es posible la situación de la imagen? Si, con los fundamentos iniciales de la Bauhaus.



32

Área de recreo de una tienda de ropa en Cataluña, con sillas Barcelona.



33

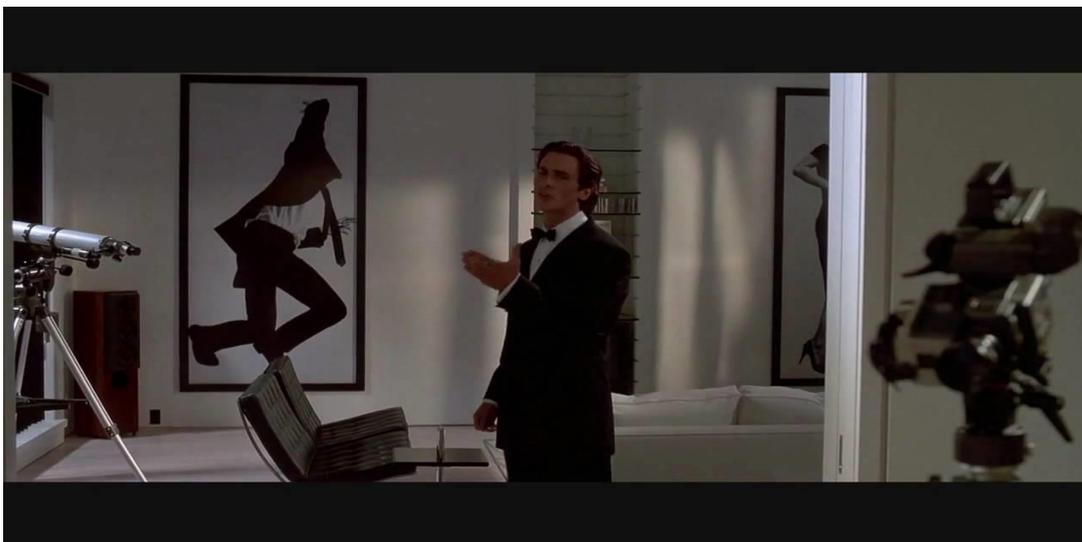
³² Imagen de un bloguero, a propósito de la silla Barcelona. <http://1.bp.blogspot.com>

³³ Sillas Barcelona enfrentadas, en área de descanso, estilo retro, vintage <http://trucosparadecorar.com/>

Salón de la película “American Psycho”. Película de culto. El diseño de interior, de nuevo, con la estructura de la Gestalt. El argumento del film, trata de un ejecutivo de Wall Street, cuyo padre posee una empresa de fusiones y adquisiciones, es un loco de la rutina. Se levanta temprano para poder ponerse hielo en la cara, hacer abdominales, asearse, echarse cremas, elegir ropa. Eso le lleva a tener un aspecto impecable, siempre a la moda, estilo Wall Street, donde nada importa más que la imagen. En la imagen sillas Barcelona enfrentadas a los otomanes, en un repetido estilo decorativo.



34



³⁴ Imágenes del salón de *American Psycho* (2000). Sillones Barcelona y otomanes, el actor en imagen inferior junto a ellos. <https://i.ytimg.com/>

Sillones Barcelona en artículo de la revista: AD (Architectural Digest). Se muestra la casa de la actriz Laura Dern en un reportaje sobre la arquitectura de su mansión orgánica en Los Angeles (California). Con el título de: " Laura Dern's Rustic Los Angeles Home Is a Film Buff's Dream". March 30, 2017.

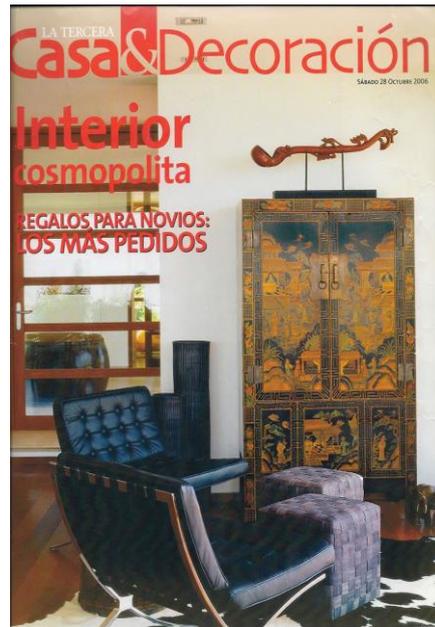


35

³⁵ Imágenes superior e inferior de Laura Dern mostrando su salón para la revista AD. Sillones Barcelona en ambiente bohemio y rústico, como califica el artículo. / <http://www.revistaad.es>



37



36



38



39



40

³⁶ Portada de la revista de decoración *Casa & Decoración* con sillones Barcelona. <https://www.google.es/>

³⁷ Publicidad del sillón Barcelona en revista de diseño *ED*. <https://i.ytimg.com/>

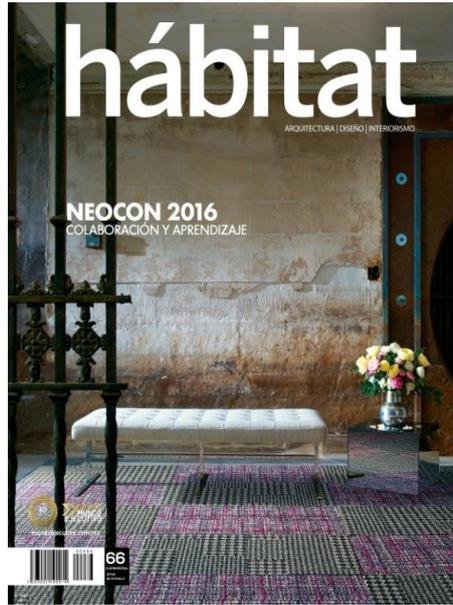
³⁸ Fotograma de *Ha nacido una estrella* (1954) <http://barcelonachair.blogspot.es/>

³⁹ Fotograma de *El Escritor* (2010). Sillones Barcelona en piso inferior a la escalera. <https://www.sofaworkshop.com/>

⁴⁰ Fotograma del film anterior, bajando escalera. <https://www.sofaworkshop.com/>



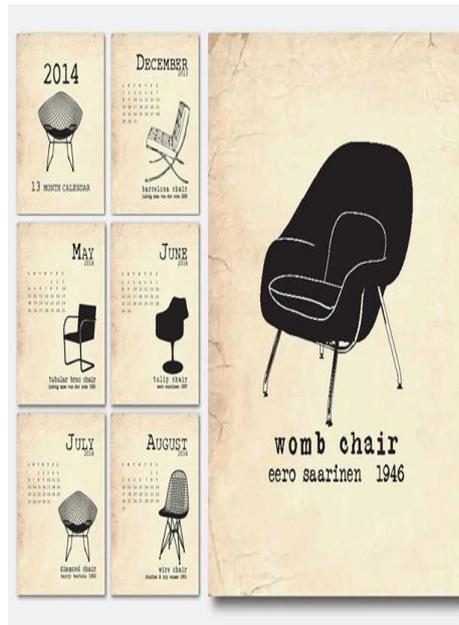
41



42



44



43

⁴¹ Diván modelo Barcelona en portada revista arquitectura XXI. <https://www.google.es>

⁴² Portada con diván modelo Barcelona en publicación de diseño de interiores *Hábitat*. <https://www.google.es/>

⁴³ Calendarios con modelos de sillas de diseño industrial. <http://blog-static.hola.com/>

⁴⁴ Sillón Barcelona en portada de revista de tecnología y diseño industrial. <https://www.google.es>

CONCLUSIONES.

De la investigación se deduce que el modelo de sillón Barcelona, en todas sus variantes: sillón, otomán y diván, en el cine va unido a la arquitectura, tanto en el campo como en la ciudad, con portentosas arquitecturas. En las películas que se introduce esta silla de diseño industrial, se observa un alto poder adquisitivo, sin hallar problemática social relativa a las cuestiones de escasez de dinero, por el contrario en todas ellas la trama, el guión, desarrolla un gran vacío existencial por parte de los personajes. A continuación un ejemplo de títulos de películas que han utilizado sus directores de interiores el sillón Barcelona:

- 1-*Sueños de un seductor*. Herbert Ross, 1973.
- 2-*Silent Hill*. Christopher Gans. 2006.
- 3-*Iron man II*. Jon Favreau. 2010.
- 4-*Old boy*. Park Chan-wook. 2003.
- 5-*Layer Cake*. Mathew Vaughn. 2005
- 6-*Escondidos en Brujas*. Martin McDonagh. 2008
- 7-*Comedia de la Inocencia*. Raúl Ruiz 2001.
- 8-*Abajo el amor*. Peyton Reed. 2003
- 9-*Tron: Legacy*. Joseph Kosinski. 2010
- 10-*Di que sí*. Peyton Reed. 2008
- 11-*Casino Royal .007*. Martin Cambell.2006.

La lista de películas es extensa, y este es un ejemplo dentro de un espectro amplio de temáticas argumentales en las que tiene cabida el cine romántico, de acción, futurista, manga. Es paradigmático que los directores de arte en los set, utilizan recurrentemente el modelo Barcelona para realzar psicológicamente los interiores. El guión se asocia a un nivel cultural alto, con problemas muchas veces ligado a las drogas o a fobias sociales.

En publicidad su aplicabilidad social se vincula con las revistas de arquitectura e interiores, para marcar estilos decorativos, integrándolas en variadas estancias, remarcando el buen gusto, la decoración elegante e intemporal. Marcas de zapatos, calendarios, son otros de los usos que toman como referencia el Modelo Barcelona de Mies. Dado su elevado precio, la frase de su diseñador “Menos es más”, es dicotómica entre este producto industrial y su devenir social.

2.2 SILLÓN VASSILY. SERIES DE T.VCINE, PUBLICIDAD Y HOTEL.

Las series de TV, a lo largo de los años han creado un diálogo con los espectadores, los productores y directores de arte, tienen muy en cuenta la puesta en escena para desarrollar capítulos. Los protagonistas, debido a sus profesiones o dinámica doméstica, interactúan en platós fijos, y el espectador puede reconocer los objetos en cada capítulo. La silla Vassily, al igual que otros modelos tipológicos, se introduce en el cine utilizando el marketing de dos formas:

2.2.1 PRODUCT PLACEMENT.

Product Placement, es una técnica publicitaria que no aparece como publicidad expresa y que sin mencionar directamente los productos, utiliza marcas, símbolos u otros rasgos distintivos para promocionar ciertos productos⁴⁵. Con esta fórmula en la serie Frasier (1993/2004) se recurre a esta técnica para de forma sutil y poco intrusiva, mostrarnos la silla Vassily. Lo mismo ocurre en la serie Doctor House (2004/20012). La expansión del Product Placement se puede observar tanto en cine, series de Tv o video clips, y en Hollywood se refieren estas técnicas, como “Global Entertainment Marketing”. En una época en el que el mercado de la publicidad tradicional se resiente con los efectos de la crisis económica, y demostrada la escasa efectividad de determinados soportes, los publicitarios se sirven de nuevos métodos para transmitir un mensaje sin la necesidad de acciones agresivas dirigidas a los consumidores. Los

⁴⁵ <http://www.puromarketing.com/9/5346/placement-futuro-marketing-publicidad.html>

estudios sobre publicidad, observan que el consumidor no mira la TV para ver publicidad, en EEUU más del 90% no es espectador de anuncios, por lo tanto se presume su desaparición, al menos en el formato actual.

Frasier, dedicado a la psiquiatría. Tiene gustos de intelectual, de clase superior y un comportamiento snob. Disfruta con el vino, la buena comida y la sastrería cara; también aficionado a las artes (incluyendo la ópera, música clásica y el teatro). Su ego junto con su educación en Harvard y Oxford, hacen que esté muy seguro de sí mismo en los consejos que da en su programa de radio. Y el Doctor House es un doctor tipo genio lunático, egocéntrico, sarcástico, extrovertido pero en el fondo tímido, vehemente, sabio y neurótico. House es un antihéroe: entrado en la cuarentena, sin vida privada, de aspecto desaliñado y afectado por una visible cojera, el doctor es un ser antisocial con un único punto positivo: es un genio en su especialidad.



46

⁴⁶ Actores en el fotograma de la serie *Frasier*, con la silla Vassily. <https://todoslossemaforosenverde.wordpress.com>



47



48

⁴⁷ Imagen del fotograma silla Vassily a la derecha del actor en la serie *Frasier*.
<https://todoslossemaforosenverde.wordpress.com>

⁴⁸ Fotograma del *Doctor House* y detrás tres sillas Vassily. <https://www.google.es>

Los protagonistas de ambas series, realizan labores liberales, son profesionales cualificados, la puesta en escena resulta inmersa en la creación, producción, y comunicación de sus bienes materiales. El cine, como industria capitalista que es, utiliza la silla vassily como si fuera un elemento de “alta gama”. En los años 80, la película “Nueve semanas y media” presentaba un apartamento con un salón donde la silla Vassily, entre otros muebles de diseño, articulaba una historia de manipulación y vacío.

Sherlock es una serie británica de TV (2010 hasta la actualidad). Moderna actualización del mito de Sherlock Holmes, ambientado en el Londres del siglo XXI. El protagonista es un hombre de hoy conectado a las redes sociales, quisquilloso, sin amigos y muy perspicaz; el talento lo usa para descubrir crímenes sin resolver. El equipo de dirección artística incorpora la silla Vassily en una atmósfera fría e intrigante.



49



50

⁴⁹ Fotograma de la serie *Sherlock*, el actor sentado en silla Vassily <http://1.bp.blogspot.com/>

⁵⁰ Kim Basinger delante de silla Vassily en *Nueve semanas y media* DATA:IMAGE/JPEG;BASE64,/9J



51



52

Los libros que copan las estanterías y se ven abiertos en todos los rincones, son el tesoro de María Freyre y Antonio Pernas. El modisto, sentado aquí en una silla Vassily, de Marcel Breuer, producida por Knoll, prefiere sus instrumentos musicales. Escrito por Nuevo Estilo.

⁵¹ Artículo en revista de decoración *Mi casa*. Sillones Vassily. <http://www.micasarevista.com/>

⁵² Imagen del diseñador Antonio Pernas y su esposa, para la revista *Nuevo Estilo*. <http://nuevo-estilo.micasarevista.com/> en la parte inferior el artículo con la publicidad encubierta de la marca Vassily.

2.2.2 BRANDED CONTENT.

Branded Content, es una técnica que se exploró en los 50, y variante del Product Placement, cercana a la publicidad encubierta, y esta técnica de marketing se puede observar en el artículo de revistas de decoración, que como el ejemplo de la imagen y su artículo incluyen a un personaje relacionado con la alta cultura sentado en silla Vassily a modo de trono, en su hogar, definiendo a los protagonistas por sus gustos, necesidades e identidades.

La silla Vassily es un objeto publicitario de estilo, en el mundo de la decoración de los hoteles de alto standing, su reclamo en las webs tienen en cuenta el diseño industrial, para validar el discurso de confort y lujo, su aplicabilidad social está asociada al turismo cultural, deportivo, amante de las nuevas tecnologías y lo exclusivo. En la imagen el hotel francés Terminal Neige Totem, utiliza la silla Vassily en tela, (también Cesca) situado en los Alpes franceses. Su precio por noche es a partir de 190 Euros.



53



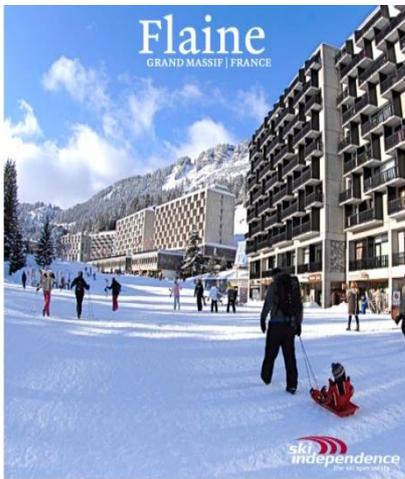
54

⁵³ Imagen del Hotel Terminal Neige en plenos Alpes franceses. <https://www.skiline.co.uk/sites/>

⁵⁴ Imagen de la arquitectura del Hotel Terminal Neige. <https://d4qwptktdc5f.cloudfront.net/>



55



Hotel Terminal Neige Totem***
from £1296pp

New Year Family Skiing in Flaine

Flaine is one of the most popular ski areas in the Alps. Its perfect for families, close to Geneva containing dozens of wonderfully long, cruising easy and intermediate runs. The residence are spacious and comfortable offering easy access to the slopes.

Prices based on 2 adults and 1 children sharing 2x Classic Rooms (all boards) for 5 nights, including flights departing 27 December 2017 from Birmingham and private transfers. T&Cs apply.



56



57

⁵⁵ Sillas Vassily en una de las zonas de recreo del Hotel Terminal Neige. <https://medias.experience-sibuet.com/>

⁵⁶ Imagen de revista *Flaine* francesa, del Hotel Terminal Neige. <http://www.ski-i.com/uploads/images>

⁵⁷ Zona de lectura del Hotel Terminal con 4 sillas Vassily en telas de colores <http://www.powderbeds.com/>

Revisadas 27 opiniones en Tripadvisor, en todas ellas se refieren a la decoración del hotel y la definen como “moderna”, “muebles de diseño” y “exclusiva decoración”.



58



59

El centro de convenciones RAI de Ámsterdam, la feria de antigüedades, diseño y arte contemporáneo más grande de los Países Bajos, y su representante en mercadotecnia y relaciones públicas, Madelon Strijbos, presentó en la edición 2014 la obra escultórica *El Inquisidor* (1997) del artista británico Siobhán Hapaska (1963). Esta escultura inspirada en la Inquisición española, está incluida en el catálogo de la galería Hidde Van Seggelen de Londres, aunque su propietario es holandés, y representa a un hombre con atuendo eclesiástico sentado en una silla Vassily y con un altavoz en la mano desde el que suena un monólogo en inglés y latín sobre la crueldad e intolerancia de la Inquisición. La feria captó a más de 45.000 visitantes, y el centro RAI acogió 160 galerías de arte holandesas en su gran mayoría, y participantes de Bélgica, Inglaterra e Italia. En la imagen se puede observar que han colocados 2 sillas únicas Vassily para

⁵⁸ Escultura con silla Vassily *El Inquisidor* del artista británico Siobhán Hapaska (1963). Feria PAN Ámsterdam.

⁵⁹ Centro PAN Ámsterdam con dos sillas Vassily. . <http://www.nacion.com/>

descansar, es una clara alusión al entorno de alta cultura e imagen que se quiere proyectar desde el mercado de arte holandés.⁶⁰

CONCLUSIONES.

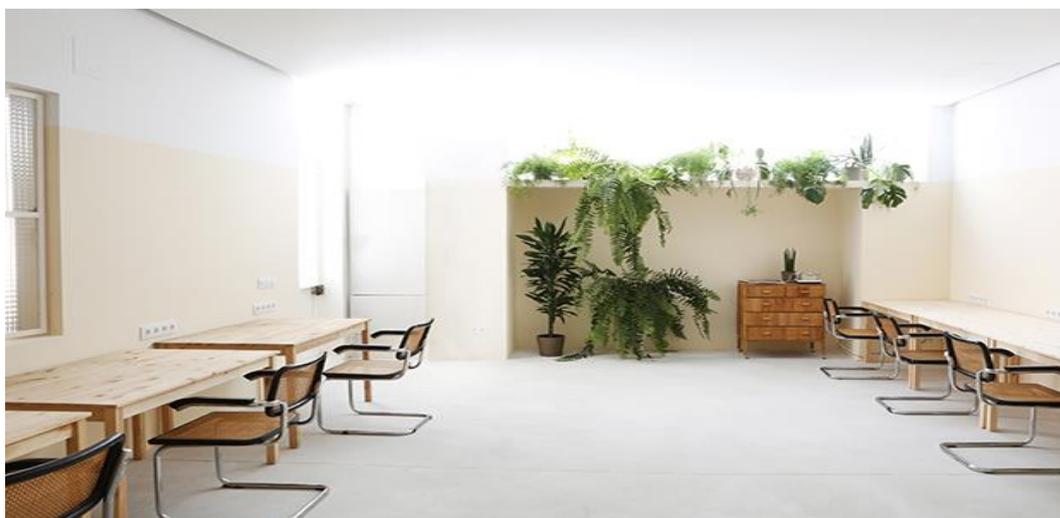
La silla B3, realizada en 1925, la primera de tubo de acero en la historia, que combinaba las condiciones flexibles de este material con su facilidad para la producción industrial a gran escala, ha pasado de dar el salto cualitativo desde una economía política del producto a una economía política del símbolo. La teoría y el diseño de la arquitectura, que hacían evidente la convicción de los creadores de la Bauhaus por desarrollar una producción funcional para el entorno del hombre —desde un utensilio doméstico hasta la vivienda— se ha transformado en el mundo del cine y la publicidad en un protagonista del ambiente, resignificándola en su uso: en espacios privados de confort y funcionalidad, al igual que en espacios de exterior gregarios detonadores de una forma de vida en la que los objetos determinan una clase social (alta). En publicidad la silla Vassily subordina al resto de muebles, junto con la postura del usuario la silla coloca al habitante en la posición correcta para observar sus pertenencias; ahí sentado, el mismo usuario se integra en el sistema de los nuevos objetos que lo rodean y que configuraban su propio ambiente, como testimonio de cultura material. No es un producto accesible aunque sea un mueble destinado a este fin, al no dar respuesta a todas las clases sociales, reflejando en el cine y televisión la sublimación del yo.

2.3 SILLA CESCA EN PRENSA ESCRITA CINE Y T.V.

El contraste entre texturas naturales y metálicas es una de sus características, que la hace apta para cualquier proyecto de arquitectura o interiorismo. La Cesca original (o Cesca, o silla B32) no disponía de brazos, aunque se fabricó posteriormente esta variante, como también se puede encontrar un modelo con asiento y respaldo en piel.

⁶⁰ http://www.nacion.com/ocio/artes/Arte_contemporaneo-antiguedades-diseno-Holanda-Amsterdam_0_1453054785.html

Otros diseñadores como Mart Stam, o el mismo Mies van der Rohe, desarrollaron este concepto de estructura tubular en voladizo casi al mismo tiempo que Marcel Breuer, quien no pudo patentar la B32 debido a litigios de propiedad industrial, hecho que explica que sea quizás la silla más copiada de la historia del diseño. En la actualidad y como consecuencia de la crisis, han aparecido unos espacios de trabajo compartido para el nuevo emprendimiento, denominado: Coworking.⁶¹ Es una tendencia, en la que el mercado de profesionales del diseño de interiores junto con el resto de empresas de arquitectura han encontrado un nuevo nicho para utilizar la silla Cesca en estos espacios polivalentes. Los espacios de coworking son oficinas compartidas en las que profesionales autónomos, tele-trabajadores se dan cita para trabajar. En su mayoría se trata de profesionales que no necesitan más que un portátil, un teléfono y una buena conexión a internet para poder realizar su trabajo: programadores, diseñadores, gestores de comunidades online, periodistas, comerciales, consultores... es una evolución del trabajo colaborativo. El concepto nació en San Francisco en 2005 debido a los cambios en la economía. Como seres humanos, somos sociales; y nuestra economía es cada vez más social, con más contactos, con más interacciones. Gracias a la evolución de internet, somos más productivos que nunca.



62

⁶¹ http://www.eldiario.es/turing/coworking-ventajas-desventajas_0_208929234.html

⁶² Imagen del espacio coworking con sillas cesca. <http://diariodesign.com/>

Nueva Carolina es un ejemplo de espacio polivalente en el centro de Madrid con un estilo según su publicidad, Miami de los '50.

Es un espacio multidisciplinar de 450 m² con luz natural, plantas de interior, ciclorama, camerino, sala VIP y cocina, disponible para cualquier tipo de eventos de ocio o profesionales (sesión fotográfica, talleres, grabaciones, conferencias, eventos gastronómicos...) y cuenta además con un espacio de coworking. El espacio coworking y la zona de plató fotográfico tienen entradas diferentes para mayor privacidad. Este primero, de 40 m² con ventanal superior a la calle, dispone de más de una decena de puestos de trabajo con las sillas Cesca y toma eléctrica para cada ocupante. Precio: 90 Euros al día.⁶³

La aplicabilidad social de la silla cesca en el cine- vuelve a repetirse el oxímoron o contradicción- al asociarse en guiones cargados de almas frágiles, culto al poder y violencia tanto psicológica como física, salvo en Sueños de un seductor de Woody Allen que residualmente aparece la silla, en un contexto satírico de apartamento *kitsch* como seña de identidad del complejo concepto de postmodernidad. Muy al contrario del protagonismo de la silla Cesca en el film “La gran estafa americana” (2014). En el apartamento de Amy Adams, la actriz que protagoniza a una estafadora es arrastrada que junto al actor de la antes referida “American Psycho”- Christian Bale- al mundo de la política y la mafia de Nueva Jersey. La película está basada en un famoso caso de corrupción que conmocionó a los Estados Unidos en la década de los 70, denominado “escándalo Abscam”.

⁶³ <http://diariodesign.com/2016/08/nueva-carolina-miami-los-50-pleno-madrid/>



64

La silla Cesca aparece en un intrigante guión de la película “El escritor”. El protagonista, Ewan McGregor, habita en una casa funcionalista en esta película de Polanski (2010). La vivienda de lujo, situada en la isla de Martha’s Vineyard (Massachusetts), es un set de rodaje. Para rodar los exteriores de la casa se construyó una fachada en la isla alemana de Usedom, y los interiores forman parte de la atmósfera psicológica del guión. La silla Cesca es protagonista, rodeada de otras sillas famosas del diseño industrial.

En una nueva versión de “Conexión Marsella” (2014), Pierre Michel es un joven magistrado que acaba de ser trasladado a Marsella (años 70) para colaborar en la lucha contra el crimen organizado. Se trata de desactivar la French Connection, una operación de la mafia que exporta heroína a todo el mundo. El apartamento del joven matrimonio del magistrado tiene una gran mesa de comedor con las sillas Cesca. Son una pareja liberal, cultos, con hijos pequeños, aunque en este caso por muy francesa la vida que llevan, el papel de la mujer (la actriz Céline Sallette) es de esposa y sufridora de las peripecias del magistrado, incorporando la dirección de arte este tipo de silla, para proyectar un mensaje de justiciero culto. Inspirada en hechos verídicos, narra el enfrentamiento entre un juez dispuesto a limpiar la ciudad y el influyente e implacable capo local.

⁶⁴ Fotograma de *La gran estafa americana* La silla Cesca aparece entre los dos actores. <https://i.ytimg.com/>



65



66

Como se viene demostrando en el presente trabajo, la publicidad transforma un producto en mensaje visual, como la imagen de la actriz Oona Chaplin (Juego de Tronos, Águila roja), que se presenta sentada sensualmente en la silla Cesca. El diseño cumpliría la función de responder a los sistemas de producción industrial al estimular el deseo de los consumidores de atractivas formas, en la revista masculina ICON.

⁶⁵ Fotograma de *Conexión Marsella* (2014). Esposa e hija del Magistrado y sillas Cesca.

⁶⁶ Detalle del fotograma de *Conexión Marsella* y el protagonismo de las sillas Cesca en la escena. <https://cdn1.ciberdvd.com/>



67



68



69

CONCLUSIONES.

La representación de la silla Cesca tiene un papel en el cine meramente de objeto estético, desligado de la función, toma el control de la totalidad del entorno visual y material, hasta el punto incluso que la coloca en un contexto de trascendencia casi tan importante como la historia que pretende transmitir. Modos de trabajar, de vivir, de relacionar lo social con lo sexual; el diseño de objetos de consumo producidos

⁶⁷ Fotograma de *El escritor*, silla Cesca blanca entre los actores. <https://www.filmaffinity.com/>

⁶⁸ La actriz Oona Chaplin, nieta del legendario Charles y una de las protagonistas de la *boda roja* (*Juego de tronos*), posa en exclusiva para *ICON* en un estudio madrileño, con la silla Cesca, como elemento sensual. <http://ep01.epimg.net/elpais/>

⁶⁹ Diferentes formas de presentación en interior de la silla cesca. <http://www.enelatico.com/>

en serie, que definen a un grupo específico de la sociedad de consumo con cierta manera de experimentar, consumir o vivir la modernidad. Se ha llegado a un momento histórico en el que el diseño, la publicidad, la moda, la decoración, el cine o el mundo del espectáculo se organizan sobre consideraciones estéticas relacionadas con la seducción, el afecto, la sensibilidad o las emociones, algo que se traduce en la superabundancia de estilos, diseños o imágenes⁷⁰. De este modo la silla Cesca se ha transformado en un objeto más del mercado cultural, aprovechando el diseño industrial, el comercio, la diversión, el ocio y la comunicación. Este objeto del diseño industrial se emplea como signo de estatus (en películas) y como elemento funcional y moderno (teniendo más de 80 años) para nuevos conceptos en espacios de trabajo.



71

⁷⁰ *Pantalla global* (Anagrama, 2009). Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, http://www.anagrama-ed.es/libro/argumentos/la-estetizacion-del-mundo/9788433963758/A_472

⁷¹ Fotograma del film *El Escritor* con la silla cesca como eje del conflicto.

2.4 MUNDO CHARLES Y RAY EAMES Y SUS MODELOS: ALUMINIUM, PLASTIC Y LOUNGE – OTOMÁN CHAIR.

A finales de los años 40, en EEUU hay una búsqueda del Good Design (buen diseño) como alternativa al Styling de la época, hasta los años 50 y 60. De las enseñanzas de la Bauhaus y del estilo nórdico- si bien el término diseño escandinavo, no fue acuñado como tal hasta 1954, cuando una exposición con ese nombre recorrió Norteamérica promoviendo el estilo de vida escandinavo, su origen se remonta años atrás, hasta el periodo entre las dos guerras mundiales. Ray y Charles Eames habían construido una casa para un programa de viviendas industrializadas denominado Case Study Houses promovido por la revista estadounidense Arts & Architecture. Proyecto original de Charles Eames y Eero Saarinen.

En esta casa se fabricaron muchos prototipos de diseños que aparecen en el presente trabajo, siendo considerados hoy icónicos, aplicando nuevos materiales como perfiles de hierro, plásticos, resinas, fuertemente influenciado por el minimalismo japonés. Su concepto de movilidad los hace aptos para toda la casa pudiéndose mover fácilmente y con la misma facilidad adaptarse a las evolutivas situaciones de la vida diaria, por lo tanto son sillas que pueden adaptarse a diferentes circunstancias del hogar, es decir; trabajo, cocina, salón, dormitorios sin que pierdan su función, y este hecho junto con el interés de que al estar hechos en serie fueran más económicos, son en la actualidad de utilidad en el cine, publicidad, fotografía, para reinventar estilos de interiores, la lista de la utilidad social de los diseños de los Eames, es tan elevada como su precio, irónico al ser mobiliario de diseño industrial.

En el cine, la serie Mad Men, refleja su aplicabilidad social, al trasladar un estilo de vida en un concepto de interiores, llamado Estilo mid century. El trasfondo histórico de esta serie, aquellos años 50 y 60, del resurgimiento de la clase media, con el fin de la

Segunda Guerra Mundial, el auge del feminismo, la lucha contra el racismo, la publicidad, la música de los Beatles, fueron años de entusiasmo creativo y consumista.

El encargado de producción Dan Bishop, director de arte, y premio a la dirección artística, refleja la forma de vida y los personajes de la época; así como los escenarios en los que se desarrolla la trama, utilizando el mobiliario con diseños originales de los 50 y 60. La silla Aluminium, la plastic chair y Lounge chair más otomán analizadas siguen en los diseños de interiores contemporáneos, como se demostrará en diferentes casos bien en publicidad, tv, o cine. Tras el análisis realizado, se puede percibir cómo cada escenario, a través de colores, texturas, formas y elementos decorativos, es capaz de definir por sí mismo la personalidad del personaje, generando una amplia diversidad de espacios dentro de la serie, que tratándose de sillas ha trascendido a un valor añadido, y es que del estudio de la serie Mad Men se puede deducir que estos prototipos, después de más de 50 años han sido trasladados a la actual forma de trabajar, y esta serie es un modelo de diseño reiniciando el discurso a propósito de una empresa de Publicidad que es la historia de la serie. La forma de relacionar esta silla con los modos de trabajo se pueden caracterizar por:

- **Dialogar**/ hablar de forma natural a un compañero.
- **Hablar**/ ejercicio de diálogo.
- **Crear**/ fabricar ideas y contenido entre los reunidos.
- **Encargar tareas** / individualizar los contenidos por partes.
- **Reunirse** / acción grupal para desarrollar proyectos.
- **Manifestar** / reunión organizada para equipos de trabajo.
- **Actividades de "Preparación" y "Relajación"**/ se desarrolla antes y después de una reunión prevista.
- **Tratar y Contestar** / ayuda tecnológica en la comunicación empresarial.
- **Reflexionar** / ocasión para que el individuo descanse y medite.
- **Concebir** / legitimar proyectos personales de trabajo.

Esta forma de interactuar con las sillas, genera 10 espacios de trabajo diferentes. Los entornos definen ciertas características espaciales y mobiliarios específicos para soportar mejor las actividades de los individuos y los grupos.⁷²

- **Haven (Refugio pequeño)** lugar del trabajo individual para mayor eficacia.
- **Hive (Colmena)** espacio de trabajo para colaboración grupal.
- **Jump Space (Estación temporal)** espacios de trabajo para labores puntuales.
- **Clubhouse (Casa club)** espacio específico para proyectos de grupo.
- **Cove (Bahía)** lugar dentro de la organización comunicado con los demás espacios.
- **Meeting Space (Espacio de reunión)** espacio amplio para la comunicación grupal.
- **Landing (Lugar de transición)** espacio de reunión abierto.
- **Workshop (Taller)** realización de actividad para obtener nuevas ideas creativa para un mayor rendimiento.
- **Forum (Foro)** creado para el apoyo del proyecto.
- **Plaza** espacio ilusionante donde la organización colabore dinámicamente.

Este modo genera entornos que se utilizan tanto en el mundo de la publicidad (vender espacios de oficinas) como en los nuevos modos de interactuar globalmente.

⁷² <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/755395/materiales-oficinas-estrategias-de-ocupacion-del-espacio>

Entorno 1:



Entorno 2:



⁷³ Imágenes espacios (entorno 1,2,3) de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/755395/materiales-oficinas-estrategias-de-ocupacion-del-espacio>

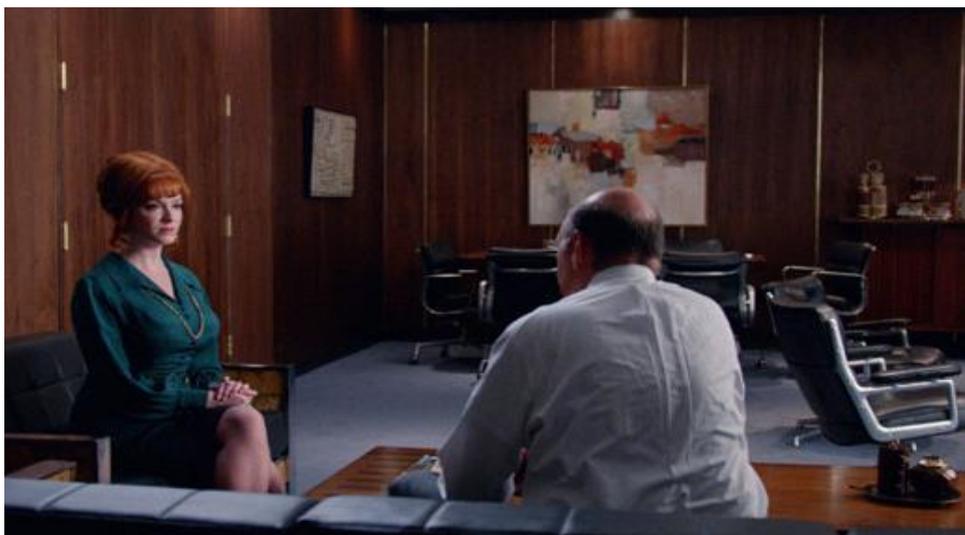
Entorno 3:



73

2.4.1 SILLA ALUMINIUM: MAD MEN “ESPACIOS DE TRABAJO” CINE Y PUBLICIDAD”.

Aluminium chair en Mad Men como ejemplo de silla relacionada con los espacios Meeting Space (Espacio de reunión) para conversar, Jump Space o Landing.



74

⁷⁴ Actores de *Mad Men* frente a silla Aluminium Chair. <http://www.eldestiladorcultural.es/>

Aluminium chair en espacio Clubhouse, donde se agrupan y exponen.



El protagonista Don Draper en *Mad Men*, en su despacho en un momento Haven en reflexión interactuando entre la Aluminium y el teléfono.



⁷⁵ Sillas Aluminium chair frente a los actores de *Mad men*. <http://unaffiliatedcritic.com/>

⁷⁶ Don Draper en *Mad Men* sentado en silla Aluminium. <https://www.gentlemansgazette.com>

Silla Plastic chair, en serie *Mad Men*, en un espacio Haven (Refugio pequeño) al igual que sirve como Jump Space (Estación temporal). Imagen inferior fila de plastic chair, haciendo las funciones de: Haven (Refugio pequeño) Hive (Colmena) Jump Space (Estación temporal) Clubhouse (Casa club).



77



78

⁷⁷ Actrices de *Mad Men* y silla plastic chair. <http://nfgraphics.com/>

⁷⁸ Silla Plastic chair en serie *Mad Men*. <http://unaffiliatedcritic.com/>

En imágenes inferiores la Lounge Chair modelo 1958 ha sido utilizada en el salón del protagonista que recuerda al “Conversation Pit” de Eliel Saarinen, y una imagen del color utilizado en las oficinas generales, estilo Bauhaus.



79



80

⁷⁹ Lounge Chair y otomán en la casa de Don Draper de *Mad Men* <http://www.guiaparadecorar.com>

⁸⁰ Actores en el mismo salón, Don sentado en otomán Lounge. <http://www.abc.es>



81

En el cine, la silla Aluminium se proyecta como una silla confortable, moderna, útil y muy funcional, para espacios privados, rincones para meditar escribir un email, trabajar con las nuevas tecnologías. En la comedia romántica *Vacaciones* (2006), Cameron Díaz es una profesional americana que posee una próspera agencia de publicidad especializada en tráileres de películas, vive en el sur de California.



82

⁸¹ Fotograma de las oficinas generales de *Mad Men* con las teorías de los colores utilizadas en la Gestalt. <http://2.bp.blogspot.com>

⁸² Cameron Díaz, sentada en Aluminium Chair en el despacho de su casa. data:image/jpeg



83

En la película de acción *Juego de Espías* (2001) protagonizada por Robert Redford y Brad Pitt, la silla Aluminium pertenece a las oficinas de la CIA, en un trasunto de incidente internacional. El protagonista es un glamuroso y culto agente. Y los servicios informativos de TVE (pública) utilizan a modo de oficina tecnológica Aluminium chairs, recogiendo firmas contra la manipulación informativa (2015).



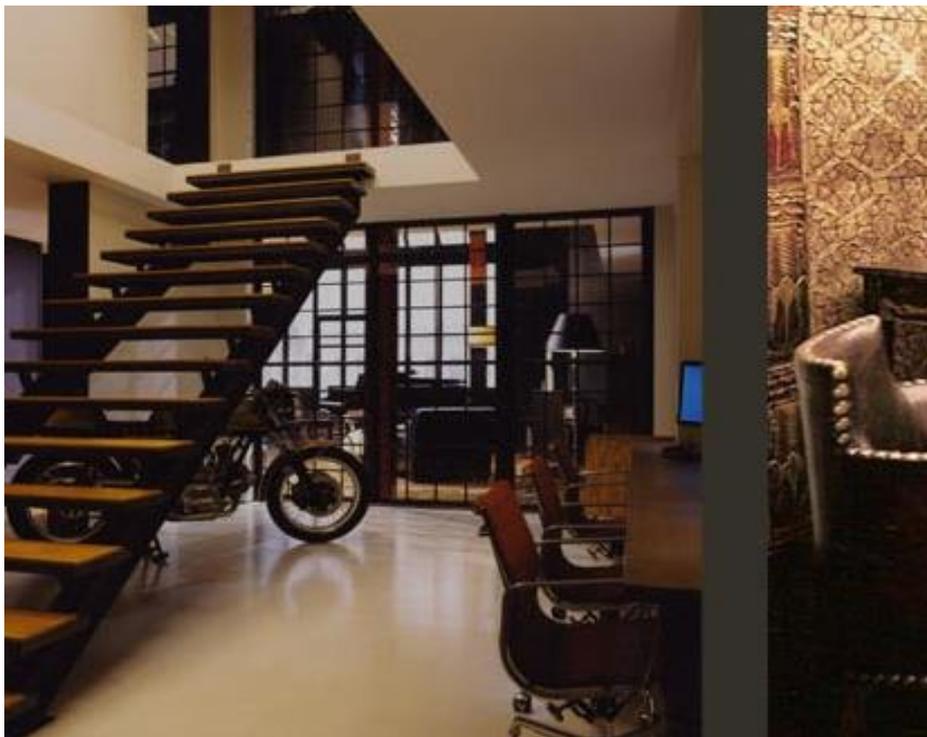
84

⁸³ Vista general del despacho de la casa, silla Aluminium en ambiente de lujo. <http://1cqgxm3159yi2wwbnn>

⁸⁴ Robert Redford en las oficinas secretas de la CIA sentados en las silla Aluminium, <http://www.lovekandexs.com>



85



86

⁸⁵ Consejo de informativos de TVE recogiendo firmas contra la manipulación, sentado en Aluminium.
[HTTP://CADENASER00.EPIMG.NET/SER/IMAGENES/2014/10/15/](http://CADENASER00.EPIMG.NET/SER/IMAGENES/2014/10/15/)

⁸⁶ Fotograma del apartamento del “ruso” protagonista de *Sex and city*. Sillas Aluminium.
<http://vintageandchicblog.com>

En la serie *Sex and City* (1998/2004,) el apartamento del bailarín ruso Mijaíl Barýshnikov, dispone de varias sillas Aluminium a modo de taller de trabajo en un loft de N. York. Una de las protagonistas es escritora de la revista VOGUE. La dinámica de la serie es un claro ejemplo de las técnicas publicitarias, -Product Placement y -Branded Content-, de todo tipo de objetos, comidas, servicios, siempre que sean lujosos donde el individualismo reside en conexiones colectivas de intereses mínimos, con solidaridad de micro-grupo, envuelto de narcisismo colectivo, es decir “nos juntamos porque nos parecemos” sensibilizados por los mismos objetivos existenciales y con una gran necesidad de reagruparse con seres “idénticos”. La silla Aluminium se la relaciona con una moda hedonista y materialista, en un orden estético que eleva la silla a objeto industrial estructurado a imagen y semejanza de la moda. El consumo como jerarquía social, de nuevo en el paradigma del diseño industrial utilizado como gratificación psicológica del placer. Este tipo de silla por su alto precio refuerza la ideología minimalista de alcance estrictamente limitado, en esta especie de Marketing experiencial o emocional; como la publicidad de la marca italiana Prada, lanzando variados mensajes con el culto a la juventud, belleza, lujo y sentadas en la silla Aluminium, toda una declaración de intenciones. Precio bolso: A partir de 1.850 euros.



⁸⁷ Campaña publicitaria de Prada. Sillas Aluminium. <https://www.modaguia.com/>

2.4.2 SILLA PLASTIC: COWORKING, HOME STAGING, PUBLICIDAD CINE Y HOTEL.

La silla plastic chair en sus variadas versiones es utilizada en numerosos casos tanto en cine y publicidad. Su material de fibra de vidrio y poliéster junto con sus colores divertidos,⁸⁸ produce una seducción interpretada literalmente en cualquier ambiente. Es muy utilizada para apoyar a publicaciones de revistas de arquitectura e interiores, en publicidad de coworking (antes referido), en la publicidad de Facebook como modelo de integrar trabajo y relax, en películas de ambientes modernos, con problemáticas de individualidad postmoderna, siendo el valor de lo estético inseparable de la función. En hoteles y restaurantes, espacios muy apreciados para la silla plastic, en ambientes de bienestar y valoración al cuerpo. Se diría que el placer por esta silla debido a sus formas simples, y materiales modernos se asocia a lo light. Como ejemplo en un film *El gran Lebowski* (1998) una sátira de la sociedad americana, así como la publicidad de un hotel en Venezuela, mostrando la silla como alter ego del lujo.

Hotel en Isla Margarita (Venezuela): Una apuesta al turismo sibarita (según la publicidad) y “vida de reyes”. Plastic Chair en suite y área de bar.

⁸⁸ <https://www.vitra.com/es-es/product/eames-plastic-chair>




ISABEL LA CATÓLICA
 HOTEL BOUTIQUE

APUESTA AL #TURISMOSIBARITA
 porque siempre podrás tenerlo todo
Hotel Isabel La Católica,
vida de reyes

+58 295.935.01.52 reservaciones@hotellisabellacatolica.com
 @hotellisabellacatolica @HotellsabellC Hotel Boutique Isabel La Católica

89




ISABEL LA CATÓLICA
 HOTEL BOUTIQUE

¿NECESITAS RAZONES
para escribir la historia?

Todas las atenciones
 para sentirse parte
 de la realeza.

Lujo
 Exclusividad
 Vista 360° de la
 bahía de Pampatar

+58 295.935.01.52 reservaciones@hotellisabellacatolica.com
 @hotellisabellacatolica @HotellsabellC Hotel Boutique Isabel La Católica

90

⁸⁹ Imágenes de la web del Hotel en Isla Margarita (Venezuela). Platic Chair en habitaciones, áreas de relax y mensajes escritos apostando por el lujo y la necesidad de la exclusividad. <http://www.hotellisabellacatolica.com/>

⁹⁰ Imágenes de la web del Hotel en Isla Margarita (Venezuela). Platic Chair en habitaciones, áreas de relax y mensajes escritos apostando por el lujo y la necesidad de la exclusividad. <http://www.hotellisabellacatolica.com/>

Oficinas de Facebook, en Palo Alto (California). Zona relax y plastic chair.



91

⁹¹ Plastic Chair modelo balancín en área de descanso: Oficinas de Facebook. <http://www.i-decoracion.com/>



92

La publicidad como lógica de poder burocrático, produce necesidades estrictamente adaptadas a la oferta y permite programar el mercado, uniformando los deseos y gustos. Hay una nueva publicidad: La publicidad sin fronteras:

⁹² Comparativa de la oficina de Facebook y la de *Mad Men*. . <http://www.i-decoracion.com/>
<https://www.google.es/>

Ciente: *Restaurante La Barra de Sant Cugat.*

Información: *El restaurante La Barra de Sant Cugat está situado en el centro de esta localidad, siendo un restaurante muy pintoresco, donde ofrecen una cocina elaborada y a su vez original y divertida. Ofrecen una carta amplia y realmente es muy recomendable. El elemento principal bajo para sentarse fueron las sillas de diseño de plástico Eames y las sillas de madera Thonet. Una combinación extrema entre diseños vintage del s.XX, combinando lo clásico de la madera de la silla Thonet con el diseño vintage de las Eames en color blanco, tan de moda durante los últimos años. (Publicidad de empresa Sit Down dedicada a la venta de sillas).⁹³*



94



95

⁹³ <http://sitdown.es/web/portfolio-view/restaurante-la-barra-de-sant-cugat/>

⁹⁴ Restaurante La Barra de San Cugat (Barcelona) sillas Plastic. <http://www.sitdown.es/>



95

Studio Banana Madrid, ES. (Espacios coworking con plastic chair).

Los espacios de Studio Banana⁹⁶, son un “colirio visual”: relajantes e impecables. En cuanto a su filosofía, “Studio Banana no es solo un lugar de trabajo, es un lugar de acogida e intercambio social e intelectual (Publicidad de su web).



97

⁹⁵ Fotogramas del rodaje *El gran Lebowski* (1998) Los directores, hermanos Cohen en el set de rodaje, junto a la silla plastic y en una secuencia el actor principal en la estancia y la silla junto a la mesa.

⁹⁶ <http://www.studiobanana.com/>

⁹⁷ Coworking en Madrid .Studio Banana Sillas Plastic. <http://www.studiobanana.com/>

Born Espai de Creació (Barcelona). (Espacios coworking con plastic chair).

Si lo que estás buscando es un espacio inspirador, Born Espai de Creació es sin duda tu espacio de coworking. Ubicado en pleno centro de Barcelona, la única pega de este espacio es la ausencia de luz natural, ya que está ubicado en los sótanos de un edificio. Sin embargo, lo compensa con un montón de carácter --los arcos de ladrillo visto me encantan-- y una decoración muy acertada que combina lo moderno con lo antiguo. (Publicidad web).

La tendencia coworking marcará la selección natural, la especialización y el crecimiento sostenible colaborativo: se usa plastic chair por ser más económica (imitaciones).



98

⁹⁸ Coworking en Barcelona con plastic Chair. <http://www.espaiborn.com/>

La publicidad funciona como barroco de la comunicación. Las armas son la sorpresa, y no deja de ocupar espacios, de este modo se utiliza la silla plastic como objeto que se instala en nuestro entorno cotidiano pero con un plus de lujo. Se privilegia la gestión racional del tiempo y profesionalismo en todo, la obsesión de la excelencia y calidad. Por esa razón, nace el Home Staging, una técnica de marketing basada en el diseño y la decoración que aumenta el poder de atracción de una vivienda, acelerando su venta o alquiler al mejor precio. El concepto de Home Staging es un conjunto de técnicas que permiten realzar una vivienda y darle un aspecto más atractivo a los compradores. Home Staging⁹⁹ significa literalmente puesta en escena de la casa, funcionando como un set de cine. Estas técnicas fueron desarrolladas en los Estados Unidos hace unos treinta años y están siendo aplicadas ahora en Europa en países como Reino Unido, Suecia o Francia. Concretamente el Home Staging consiste en: despersonalizar¹⁰⁰, ordenar, despejar, limpiar, reparar, organizar el espacio y armonizar.



101

⁹⁹ <http://www.homestagingspana.es/home-staging/>

¹⁰⁰ <http://ahse.es/>

¹⁰¹ Publicidad de Asociación de Home Staging España. En primer término Plastic Chair. <HTTP://AHSE.ES/>



102



103

¹⁰² Imagen promocional Feria de la decoración 2017. Plastic Chair en Flayer. <https://www.google.es>

¹⁰³ Portada de la edición 32, abril 2017 sobre lo “último en diseño de interiores”. <https://www.google.es/>

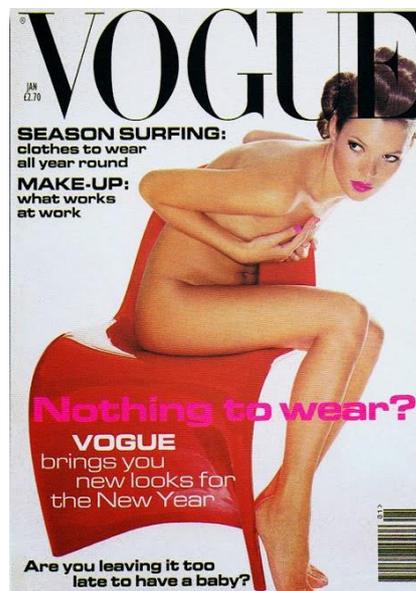
El sillón Eames Lounge Chair y otomana tiene un capítulo especial. En el capítulo 3 en la evolución de los contextos artísticos junto con el resto de prototipos se ha planteado así como ejemplo del sillón en diseño industrial más caro del presente trabajo, y su aplicabilidad social en el marketing de Influencers, y como su presencia e influencia en las redes se han convertido en prescriptores para incluir, estos diseños, en estilos de vida, formas de habitar etc.

2.4.3 SILLA PANTON.

En los años 60 y 70, el organicismo (formas inspiradas en la naturaleza) que siempre había estado presente en el estilo escandinavo, encontró en los materiales modernos como el plástico y las resinas, la manera perfecta de llevar a cabo las ideas de los diseñadores, que anteriormente utilizaban madera laminada para, literalmente, darle forma a sus diseños. De esta época, son diseños tan conocidos como la silla Panton de Verner, fabricada en una sola pieza.



104



105

¹⁰⁴ La actriz Elena Anaya en la revista *Yo Dona*, vistiendo Dior y silla Panton. <http://www.elmundo.es/>

¹⁰⁵ Portada de *Vogue*. Silla Panton. <http://www.vogue.es/>

En publicidad la silla Panton transmite producción-comercialización-comunicación de los bienes materiales que constituyen los grandes mercados: es decir, el capitalismo puro. Con esta puesta en escena contribuye a producir deseos en todos sus estados, silla asociada a la tecnología del desprendimiento, al presente bajo el signo de la moda, legitimando lo efímero y la renovación permanente. En el mundo del cine otro caso de exponente de clase, de fantasía y sensación, el culto a las estrellas de las finanzas, la ética del business: *El lobo de Wall Street* (2014) El actor Leonardo Di Caprio es Jordan Belfort, un bróker de bolsa que estafa y defrauda a Hacienda en paraísos fiscales, además de ser adicto a una droga llamada metacualona, un sedante de efectos hipnóticos similares a los barbitúricos, aunque entre sus efectos también se incluyen euforia, aumento del deseo sexual y parestesia. El director de arte, utilizó un ático lujoso en Manhattan con unas impresionantes vistas al East River, e incluye sillas Panton. El parecido con el apartamento piloto de Gehry es análogo.



106

¹⁰⁶ Ático de *El lobo de Wall Street* Mesa rodeada de 4 sillas Panton. <http://www.elle.es/>

La revista *Proyecto Contract*, promociona una farmacia en Palma de Mallorca, (Farmacia Fluxá) con sillas Panton, como proyectos destacados. En la imagen aparece un cliente sentado en silla Panton. Una sorprendente utilidad en un país de tradición comunista (República Checa) ha sido esta reforma de la iglesia San Bartolomé de Chadovice perforando con forma de crucifijo cada silla Panton, del estudio checo M.Velcovsky.



107

PROYECTO CONTRACT

REVISTA DE INTERIORISMO PARA INSTALACIONES COMERCIALES, HOSTELERÍA Y OFICINAS

casaviva

Número 120 Precio España: 5,90 €

AGI ARCHITECTS THE JANE ACME DANDELYAN DOMINION OFFICE BUILDING MUNICH
POMPIDOU BAR LUCE FARMACIA SABATER DOSSIER PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS



¹⁰⁷ Silla Panton en proyectos empresariales: Farmacia Fluxá. <http://www.itssingular.com/>



108

El arquitecto Frank Gehry fue el encargado de crear este rascacielos que se asemeja más a una obra plástica de escultura que a un conjunto de apartamentos en el centro de New York. La creación del New York by Gehry es parte del programa de rehabilitación de toda la zona en la que se ubicaban las Torres Gemelas del World Trade Center de Nueva York, y de la investigación se desprende que han utilizado sillas Pantón para los pisos piloto. En la imagen edificio e interior.¹⁰⁹



110

¹⁰⁸ Imágenes de la Iglesia San Bartolomé de Chadovice, con sillas Pantón. <http://2.bp.blogspot.com/>

¹⁰⁹ <https://decoracion.trendencias.com/casas/new-york-by-gehry-el-edificio-de-apartamentos-en-el-que-vas-a-querer-vivir>

¹¹⁰ Fachada de edificio e interior de la decoración con sillas Pantón. <http://1.bp.blogspot.com>



111

La silla Pantón erróneamente se describe como una silla económica, apta para todos los públicos, debido a su fabricación en serie, y no es así, puesto que comprar 4 sillas como las de la imagen de Home Staging Virtuel, con el precio original de la empresa Vitra, concesionaria, es de $1.190 \times 4 = 4.760$ Euros. Si se desea adquirir el original debemos contactar con Vitra, quien posee los derechos de Pantón desde 1967 y quien encargó el diseño. Vitra es un fabricante suizo de mobiliario de diseño industrial de todos los tiempos.

¹¹¹ Portada de la revista *Arquitectura y diseño*, con sillas Pantón en terraza, asociado “Casas Perfectas”
<http://www.rbarevistas.com/>

C nouveau ...

Home Staging Virtuel®

Dans votre agence Century 21 Parmentier Saint-Maur
Vendez plus vite et au meilleur prix !
SANS TRAVAUX !

Valorisez votre bien sans travaux.

Bénéficiez de propositions d'aménagement 3D réalisées par des architectes d'intérieurs.

Projetez votre futur acquéreur dans son nouvel intérieur.

Un service efficace, innovant et accessible dans le cadre d'un Mandat Confiance.

Century 21

Qui s'y connaît aussi bien ?

112

vitra.

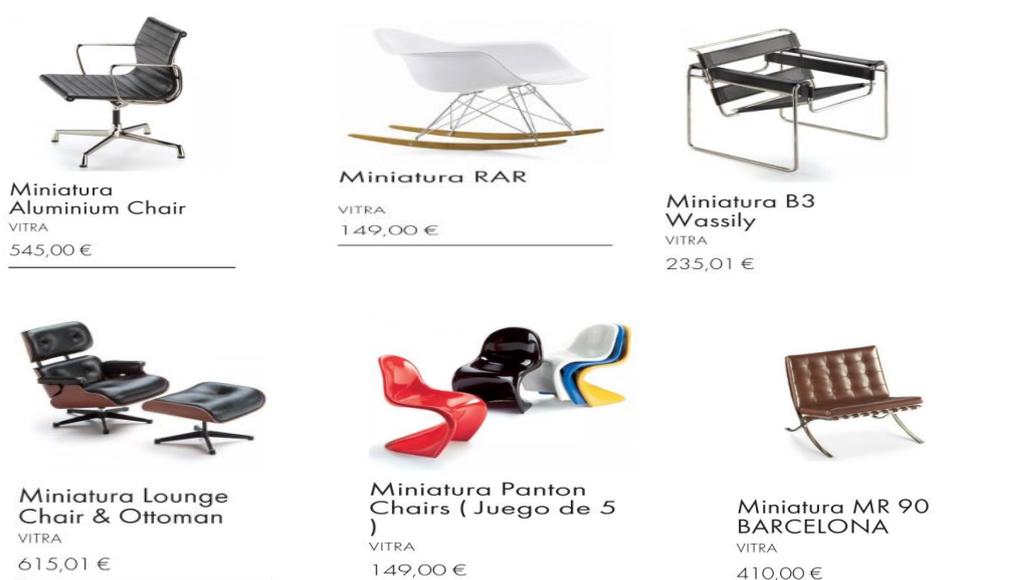
Panton Chair Junior

113

¹¹² Publicidad de *Century 21* de Home Staging Virtual en Francia, con sillas Panton. <http://photosv5.century21.fr/>

¹¹³ Empresa Vitra con sillas Panton para niños. <http://www.tartarugakids.com/>

Para Lipovetsky y Serroy, en su libro *La estetización del mundo*¹¹⁴ “hemos llegado a la era de lo que denominan *transestética*”. Es decir, una cuarta edad de *estetización* del mundo: la *artistización* ritual, la estetización aristocrática, la estetización moderna y, por último y hasta ahora, la era *transestética*. Mezcla diseño-*star system*, creación-entretenimientos, cultura-*show business*, arte-comunicación, vanguardia-moda. Las marcas se han apoderado del arte, o al menos de parte de él. Lo importante ahora son las ventas, la especulación, la imagen a través de la publicidad y las promociones. Todo es un producto y todo debe gestionarse como una lucrativa empresa: museos, bibliotecas, teatros, instituciones culturales. Lo que vale hoy ya no es tanto la realidad auténtica y original de la Historia sino lo que se cuenta; la falsificación es también un elemento de consumo. En este contexto la empresa Vitra posee un museo donde se exponen todas las sillas del presente trabajo. El museo se halla en la localidad alemana de Weil am Rhein, cerca de Basilea, ubicado en un edificio del arquitecto canadiense Frank Gehry, y por tanto, se exponen los productos que comercializan. Como recuerdo el museo vende miniaturas de las sillas a estos precios:



115

¹¹⁴ <http://www.elmundo.es/cronica/2015/01/25/54c39959e2704e8d4c8b457c.html>

¹¹⁵ Imágenes y precios de miniaturas Museo VITRA. <https://www.domesticoshop.com/marcas/miniaturas-vitra>

Ante el acertado término de “arte comercial” y consumo inmediato, existen en el mercado otras empresas que proponen vender el diseño industrial de estas sillas, con la filosofía primigenia y original de la Bauhaus, es decir, el mueble funcional, bien diseñado y barato. El Museo Vitra es el paradigma del la unión de diseño industrial y hedonismo cultural. La empresa Voga, es parte de la investigación y comparativa de precios en los prototipos y comparativa con los precios llamados “originales”. Y su publicidad es digna de mención:

VOGA FUE CREADA PARA CONVERTIR LOS CLÁSICOS DEL DISEÑO EN PIEZAS ACCESIBLES PARA TODOS LOS BOLSILLOS.

LA ÚNICA ALTERNATIVA

Las grandes piezas de mobiliario no tienen que ser solo para las clases más altas, o exponerse casi de manera exclusiva en galerías y museos de diseño de todo el mundo. Hace ocho años VOGA reunió a un equipo frustrado y desilusionado por la falta de muebles de diseño moderno asequibles, con la misma calidad de fabricación y larga duración que los originales.

NUESTRO MODELO

Mediante la eliminación de intermediarios, de costes de alquiler de tiendas y showrooms y el desarrollo de relaciones directas y de largo plazo con los fabricantes, nos comprometemos a convertir estos diseños en piezas disponibles y asequibles a las masas. Los avances en la tecnología industrial hacen posible que los clásicos del diseño puedan producirse a un precio sustancialmente inferior. Y nuestra infraestructura nos permite comprometernos con los materiales de más alta calidad. No te conformes con un producto de calidad media, cuando el legendario y

116

Por fin, los diseños de mobiliario más icónicos de mediados de siglo, fabricados con los materiales más selectos están de vuelta al lugar donde pertenecen: a vuestros hogares.

¹¹⁶ Publicidad de la empresa Voga Muebles. [HTTP://SKIN.VOGA.COM/Frontend/VOGA/](http://SKIN.VOGA.COM/Frontend/VOGA/)

2.4.4 SILLÓN EGG: CINE, PUBLICIDAD, HOTEL FOTOGRAFIA Y NIÑOS.

Arne Jacobsen es el diseñador de la silla N°7, es decir la silla utilizada en el salón Máster de la ULPGC, su sillón egg es similar al diseño que plantea Marcel Breuer en la silla Vassily con el doblado de un tubo continuo, sin uniones. El molde de la silla de Jacobsen es de plástico. El material permitía la generación de una única cascara cóncava, monolítica. La empresa encargada de la manufacturación era Fritz Hansen. Su producción no fue masiva y requería la colocación manual del recubrimiento de la estructura,¹¹⁷ trabajo que no realizaba cualquier empresa. Hasta el día de hoy, la producción no supera 10 unidades por semana de la silla original.

Su base de aluminio fundido de cuatro patas y una sola columna central que sirve como soporte, le da al sillón un aspecto de levedad e ingravidez, siendo ésta una estética que se repitió de la época (años 60) fascinados por la era nuclear y la ciencia ficción. Otros ejemplos con las mismas características son el sillón Swan y la línea de Aluminium Group producidos por Herman Miller y diseñados por Charles Eames. En el apartado de su aplicabilidad social en el cine, se ha utilizado el film *El dormilón* de Woody Allen (1973).¹¹⁸ La trama de la película se basa en que Miles Monroe, caracterizado por Woody Allen, se despierta en una casa futurista, después de haber permanecido congelado 200 años. Esta casa, que en la vida real se llama Sculptured House o Casa Escultura, y que está ubicada en Denver, Colorado, fue construida por el arquitecto Charles Deaton, entre 1963 y 1965. La casa es un intento por crear una escultura en la que se pueda vivir. Esto hace que el personaje se ubique en el futuro, que en la película es representado por la arquitectura. De esta manera, gran parte de la película transcurre al interior de una casa de corte futurista que se ubica en medio de un bosque. En la imagen del interior, el espacio entre sillas tiene el concepto conversation Pit, el sillón egg en azul, junto con otros diseños industriales.

¹¹⁷ <http://www.disenoyarquitectura.net/2009/08/silla-egg-de-arne-jacobsen.html>

¹¹⁸ <http://noticias.arq.com.mx/Detalles/14252.html#.WUFDIOs1-Uk>



119



120

En la película *Salvajes* (2012) de Oliver Stone, un noir al estilo Elmore Leonard, una de las actrices en su apartamento de estudiante adinerada (hija de Salma Hayek), en una corta secuencia de mucha violencia (al igual que toda la película). Entre los objetos de su habitación dispone de un sillón egg. La razón de relacionar este sillón con la trama está unida al lugar donde viven todos los protagonistas: Laguna Beach, centro costero del condado de Orange, California, acoge a gente privilegiada sin nada que hacer: adolescentes con demasiado tiempo libre y dinero; hombres y mujeres que gozan de una eterna juventud gracias a los servicios de numerosos cirujanos plásticos. Todos realizan peregrinajes semanales a la meca del consumismo, el elegante y lujoso centro comercial. Un clima templado y el azul del océano Pacífico prestan al decorado una

¹¹⁹ Fotograma de la casa escultura de *El Dormilón* (1973). data:image/jpeg;base64/

¹²⁰ Imagen de la casa del film *El Dormilón*. <http://pds.exblog.jp/pds>

falsa apariencia brillante y relajada, donde los protagonistas viven del tráfico de droga; otra vez se liga el diseño con los estupefacientes, con la moda y la necesidad.



121

En publicidad de TV y en mundo de la música, en la imagen Madonna apoya en Instagram a Sor Cristina, participante de *La voz de Italia*. La cantante pop compartió unas imágenes en Instagram para dejar en claro que aprueba la nueva versión de su éxito, publicó Terra. En una de las fotos, aparece junto a la monja en la portada de su álbum. La hermana Cristina, cantó el famoso tema de Madonna “Como una virgen”.

El sillón egg se utiliza en el mundo del motor, en el llamado diseño “Racing” del deporte de velocidad, de las carreras, diseño y tecnología como un todo, muy exclusivo. Es el caso del trabajo de Racing & Emotion, que ofrece decoraciones inspiradas en las líneas deportivas más clásicas, como las de Gulf o Martini. Auténticos iconos del mundo del motor. Incluso en sus versión estándar supera, la original egg, el precio de la silla de oficina de Porsche. Este modelo cuesta 2.000 Euros.

¹²¹ Instagram de Madonna. Sillón Egg de su álbum y Sor Cristina. <http://novusordowatch.org/>



122

La forma envolvente, acogedora del sillón Egg, es aprovechada por el negocio de productos de bebe. En este caso la imagen de la revista *Bebé Mundo*, proyecta un ambiente cálido no apto para todas las madres de la segunda imagen.



123

¹²² Imagen del sillón Egg en réplica a la puerta del Porsche 917. <http://www.diarimotor.com/>

¹²³ Imagen de la revista *Bebe Mundo* sillón Egg. <http://www.bbmundo.com>



124

El mundo de los hoteles de lujo, es un ambiente que utilizan los profesionales de interiores, para insertar el sillón Egg y atraer a sus clientes de cualquier parte del mundo, es decir, son objetos del diseño industrial adheridos al mundo de los negocios globales, amantes del confort después de un día duro de trabajo. Así lo hace el The Mira Hotel, 118 Nathan Road Área Tsim Sha Tsui, Hong Kong. Todas las habitaciones y zonas comunes del hotel tienen sillones Egg en diferentes colores. Precio 155 euros.

Del mismo modo, la empresa Mc Donald´s en Londres, distribuye en uno de sus locales el sillón egg, el comercio de la hamburguesa mezclado con el diseño.



125

¹²⁴ Imagen de madre con su hijo en América Latina. <https://www.lapatilla.com/>

¹²⁵ Hotel Mira en Hong Kong, Imágenes de zona común y habitación. <http://pix2.agoda.net/>



126

La publicidad en revistas de arquitectura y diseño de interiores, erige el sillón Egg como un objeto de alta cultura, a la vez arte y tecnología, forma comercial y forma de representación estética, revisando o reinventando así, el prototipo en nuevas texturas, colores, sin solución de continuidad; vinculados a esta publicidad se encuentran los profesionales que preparan exposiciones, como la que se presentó en Colegio de Arquitectos de Madrid, titulada “Royalties” revisando los muebles de diseño industrial de hace 100 años, en mayo del 2012.



127

¹²⁶ Sillón Egg en Mc Donald's de Londres. <https://img.absolutviajes.com/>



128



129

¹²⁷ Sillones Egg en la Exposición “Royalties” en Madrid. [BY HOLA.COM.](http://www.muudmag.com/)

¹²⁸ Revista AD en portada sillón Egg. <http://www.muudmag.com/>

¹²⁹ Sillones Egg en nuevas texturas. <http://ital-mobel.com>

Siguiendo la inercia de los anteriores prototipos, la silla egg de forma sensual y atractiva, se presenta en fotografía. La publicidad dentro de un retrato para inducirnos a una idea, describe muy bien, pero si el fotógrafo no pone nada suyo en la descripción entonces se queda en pura descripción. Y es el resultado de lo que se ve hoy, un producto blando. Sin embargo, se siguen haciendo autorretratos porque es lo que vende. En las imágenes aparece el actor George Lazenby, actor de la saga 007, sentado en sillón egg, relajado y de frente vestido fumando y mostrando la cerveza que publicita, mira a la cámara abiertamente, satisfecho y seguro. Muy al contrario, en la siguiente imagen el sillón Egg, arropa el cuerpo desnudo y tímido de una mujer, eligiendo el color rojo. La publicidad nos sugiere una vez más el sexismo entre hombres y mujeres, con la demostración de una foto de los años 70 y una del siglo XXI demostrando el uso sexista en ambos períodos del sillón Egg.



130



131

¹³⁰ George Lazenby sentado en sillón Egg con una Kronenbourg. De 1969. <http://1.bp.blogspot.com/>

¹³¹ Modelo en sillón Egg. <http://2.bp.blogspot.com/>

Gracias a la labor del periodismo, a sus investigaciones, en Navarra Confidencial, un confidente de NC se fijó en el mobiliario de algunas instalaciones de Caja Navarra y buscó luego los precios en el catálogo de la marca. Los resultados con una simple exploración en Google no pudieron ser más reveladores. En una entrevista del *Diario de Navarra* a Enrique Goñi, la foto que la ilustra permite identificar a la espalda de Goñi un SILLÓN que, correspondería al modelo Egg Chair de la marca Fritz Hansen, precio en catálogo 5.005 euros. El titular “CAJA NAVARRA GASTABA DINERALES EN SILLAS”.



132

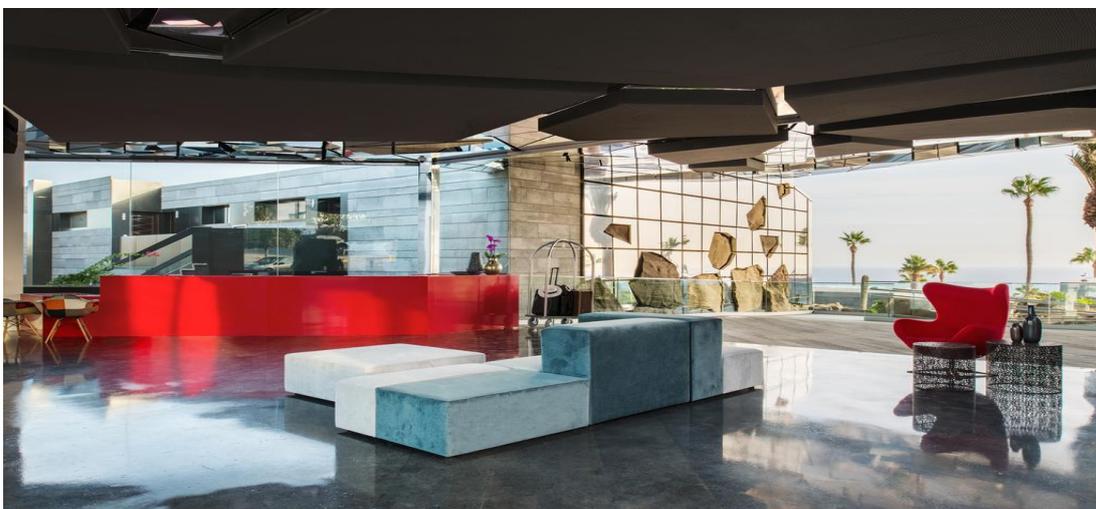
El sector turístico es en Canarias el motor de la economía, y El Hotel Boutique La Isla y el Mar de Puerto del Carmen se consolida como uno de los mejores hoteles sostenibles de España tras la reciente obtención del Premio Re Think entregado en la Feria Internacional del Turismo en España (FITUR 2017), celebrada en Madrid.

¹³² Noticia en el *Navarra Confidencial*, sillón Egg. <http://www.navarraconfidencial.com/>

El establecimiento lanzaroteño fue uno de los seis hoteles canarios -el único de Lanzarote- elegidos en la III Edición de los Premios Re Think Hotel,¹³³ (2017) que premian la aplicación y el fomento de medidas sostenibles en la rehabilitación. Además con el reconocimiento a la innovación y modernización que concede la entidad financiera Caixa Bank. El sillón Egg forma parte de todas las estancias de este hotel de 4 estrellas. Precio medio por habitación: 211 euros.



134



135

¹³³ <http://turismososteniblemedia.com/rethink-hotel/ii-edicion-re-think-hotel/>

¹³⁴ Imágenes de 2 habitaciones del Hotel “La isla y el Mar” <https://www.laislayelmar.com/>

¹³⁵ Imagen de zona común del Hotel “La isla y el Mar” en Lanzarote, Sillón Egg. <https://www.laislayelmar.com/>

CAPITULO III. LOUNGE CHAIR Y SILLAS BAUHAUS EN LOS CONTEXTOS ARTÍSTICOS E INFLUENCERS.

3.1 Arte pop (1955 – 1970).

El Arte pop aparece a finales de los 40 en el Reino Unido. Adherido a la cultura juvenil. Su primer representante fue Richard Hamilton que creó la primera obra de arte pop titulada *¿Simplemente, qué es lo que hace que los hogares de hoy sean tan diferentes, tan cogedores?*

La publicidad, el cómic y la música fueron musas del Arte pop. Entre los más destacados artistas en Estados Unidos encontramos a Jasper Johns, Robert Rauschenberg, Andy Warhol, Roy Lichtenstein. En la imagen modelo Barcelona en arte-pop, asociado al estilo hipsters.



136

¹³⁶ Influencers de la cultura hipsters. Sillones Barcelona. <http://culturahipster.com/>



137

3.2 Arte cinético (1955 – 1970).

Las influencias de las vanguardias rusas constructivistas como Vladimir Tatlin, son influencias del arte cinético.¹³⁸ En la actualidad las esculturas cinéticas son muy apreciadas en espacios museísticos y exposiciones temáticas. En las imágenes sillas Plastic y Lounge.



139

¹³⁷ Imagen Lounge Chair y otomán en espacio Pop. <http://www.freshdesignpedia.com/>

¹³⁸ Giulio Carlo Argan *El Arte Moderno* (1998) pág. 447

¹³⁹ Portada sillas Plastic en espacio Cinético. <https://www.google.es/>



3.3 Diseño pop (1955 – 1970).

Movimiento influenciado por el futurismo, surrealismo, psicodelia, misticismo oriental y la era espacial. El principal material utilizado es el plástico.¹⁴¹ Las formas y los colores se vuelven llamativos, al mismo tiempo, los costos son bajos. Algunos productos destacados son: El sillón Ball de Eero Aarnio, la silla y taburete Djinn de Oliver Mourgue, la silla Spotty de Peter Murdoch, la silla inflable Blow de De Pas, D'Urbino, Lomazzi y Scolari y el sillón Up 5 de Gaetano Pesce.

¹⁴⁰ Imagen Lounge Chair y otomán en espacio Cinético. <http://www.freshdesignpedia.com/>

¹⁴¹ <https://malinaligonzaalez.wordpress.com/2016/03/>



142



143

3.4 Diseño op (1955 – 1970).

El diseño óptico refleja un arte figurativo-tecnológico de formas asimétricas, tensas, colores llamativos y procesos de investigación con nuevos materiales.¹⁴⁴ Silla Panton utilizada para el diseño op.

¹⁴² Imagen Portada Pop de revista *Interiores*. <http://www.revistainteriores.es>

¹⁴³ Imagen Lounge chair y otomán Influencers Pop. . <http://www.freshdesignpedia.com/>

¹⁴⁴ Giulio Carlo Argan *El Arte Moderno* (1998) pág. 519



145



3.5 Diseño italiano (1960 – 1970).

Estilo muy adornado con materiales de buena calidad, espacios ecléticos acorde a la época de los años 70, paralelamente a la crisis petrolífera. Ciudades como Milán con sus ferias de mueble y diseño han ejercido gran influencia mundial.



146



147

¹⁴⁵ Imagen Influencers Lounge Chair u otomán. <http://www.freshdesignpedia.com/>

¹⁴⁶ Imagen fotograma *Sunday in New York* (1963). <https://assets.mubi.com/>

¹⁴⁷ Publicidad de *EuroShop* 2017. Imagen Lounge chair y otomán. <http://www.euroshop-tradefair.com/>

3.6 Minimalismo (1965 – 1980).

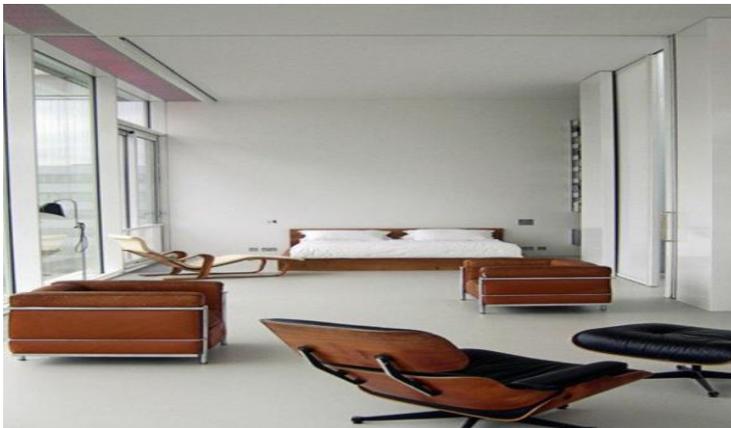
El Arte Minimal tiene influencias del expresionismo abstracto y de diversos ismos como el surrealista. Diferentes artistas en EEUU trabajaron el Arte Minimal con materiales orgánicos como la madera y el metal. Silla Cesca en ambiente interior minimal.



148



149



150

¹⁴⁸ Web de Influencers “Miss Sitius”.Silla cesca <http://singularesmag.com/> Ambiente minimal.

¹⁴⁹ Imagen de Influencers en su estudio con silla cesca. <http://singularesmag.com/>

¹⁵⁰ Imagen Influencers minimal. <http://www.freshdesignpedia.com/> Lounge chair y otomán.

3.7 Arte conceptual (1965).

Idea art como también se le conoce, es una tendencia que defiende a un concepto como obra de arte.¹⁵¹ Entre los artistas destacados se encuentran: Joseph Kosuth, Daniel Buren, Lawrence Weiner, Douglas Huebler, John Baldessari, On Kawara y Hanne Dabroven. Sillas plastic chair en restaurante. Zapatillas Nike con inspiración Lounge.



152

¹⁵¹ <https://malinaligonzalet.wordpress.com/2016/03/>

¹⁵² Imagen Influencers en restaurante conceptual. <http://www.amerc.es/>



153

3.8 Diseño ecológico (1967).

El diseño ecológico corresponde a la nueva cultura iniciada a finales del siglo XX, con influencias del diseño nórdico. Tecnología más diseño sostenible son los paradigmas del diseño ecológico. Sillón egg en revista de arquitectura.

¹⁵³ Diseño Nike inspirado en Lounge Chair. <http://i.dailymail.co.uk/>



154



155

3.9 Diseño radical (1961).

El diseño radical, a diferencia del anti diseño, es un movimiento experimental y responde a la crisis mundial. Los diseños radicales fueron decorativos. Se distinguen diseñadores como: Andrea Branzi y Ricardo Dalasi, quienes fueron pioneros del postmodernismo a finales de los 70 y principios de los 80. Ambiente Silla Vassily en fotograma “9 semanas y media”.¹⁵⁶

¹⁵⁴ Portada sillón Egg en revista *Arquitectura y diseño*. data:image/jpeg;base64,

¹⁵⁵ Influencers en Hotel parisino. En la imagen otomán de Lounge. <https://image.isu.pub/>

¹⁵⁶ <https://malinaligonzaalez.wordpress.com/2016/03/>



3.10 Diseño japonés (1970).

El diseño japonés al igual que el diseño nórdico se caracteriza por los materiales orgánicos y los espacios libres y no intrusivos de objetos. Silla plastic chair, publicidad para habitaciones infantiles.

¹⁵⁷ Fotograma *9 semanas y media* Kim Basinger y silla Vassily. <http://www.zocalo.com.mx/>

¹⁵⁸ Influencers espacio radical. Lounge chair y otomán. <http://www.freshdesignpedia.com/>



159



160

¹⁵⁹ Imagen de Influencers mobiliario infantil. Plastic chair. <http://www.decoracion.es/>

¹⁶⁰ Imagen de Influencers en espacio design japonés. Lounge y otomán. <http://www.freshdesignpedia.com/>

CAPÍTULO IV: REINTERPRETACIONES DE LOUNGE CHAIR & OTOMÁN.

La reinterpretación de la silla Lounge 670 y Otomán 671 también tiene sus evoluciones, sobre el mismo prototipo del diseño industrial.

Los fabricantes de muebles Thos. Moser vieron la posibilidad de reinterpretar el diseño original e incorporar en él un aspecto más orgánico, inspirado en la composición del cuerpo humano. El resultado fue original, elegante y limpio, denominada silla Kinesis.



161

En este sentido, la reinterpretación se puede observar en la película *Ex Machina* (2015) con numerosos premios, como el Óscar a los efectos especiales así como cinco nominaciones a los premios BAFTA, incluyendo el mejor film británico, que es el principio y el final del presente trabajo fin de Máster. La película de ciencia ficción, se desarrolla en un espacio cerrado: una increíble arquitectura ubicada en Alaska, con influencias de Frank Lloyd Wright. La trama se basa en el entorno casi claustrofóbico de la misma. Cuando el protagonista llega a la propiedad donde se desarrolla toda la trama (diseño del Mark Digby¹⁶²) es un espacio hermético.

Los muebles utilizados, sillas y sillones, logran una puesta en escena que resume los principios de la Gestalt, en cuestiones del espacio, junto con la arquitectura referente de funcionalismo europeo tanto de la Bauhaus como de sus seguidores. En las propias

¹⁶¹ Imagen silla Kinesis. <http://www.plataformaarquitectura.cl/>

¹⁶² <https://decoracion.trendencias.com/casas/pelicula-ex-machina-el-uso-perfecto-de-la-arquitectura-de-interior>

palabras de Digby, la arquitectura de la casa juega un papel muy importante, tanto en el aspecto visual de la película como psicológico. Parte del rodaje y puesta en escena se organizó en el Hotel Juvet ubicado en el norte de Noruega, aprovechando los escenarios naturales. Más allá de la calidad del trabajo creativo del diseñador, es interesante ver como las tendencias visuales (ubicación y diseño nórdico) se convierten en puntos de referencia. Las pinturas de Jackson Pollock y Klimt aparecen regularmente, sugiriendo el capitalismo artístico, de la era del vacío, del individualismo contemporáneo de Gilles Lipovetsky. En esta puesta de escena aparecen las interpretaciones de la silla Lounge y otomán, en ese futuro tecnológico, así como la disposición del mobiliario Gestáltico. La casa se ha comparado con la casa pradera de Wright, teniendo en cuenta que todos estos elementos: arquitectura, mobiliario industrial, psicología de interiores, y paisaje, aplicados en el cine, influyen en los espectadores.



163

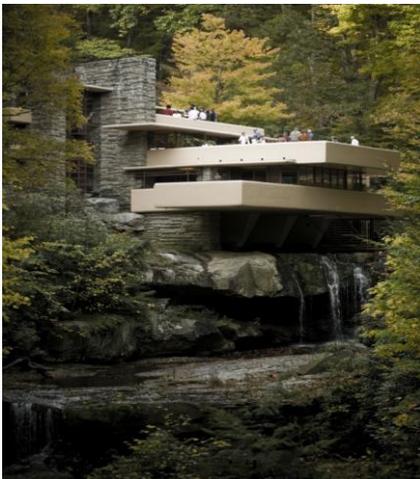
¹⁶³ Evoluciones de Lounge chair y otomán del film *Ex machina*. <https://decoracion.trendencias.com/>



164



165



166



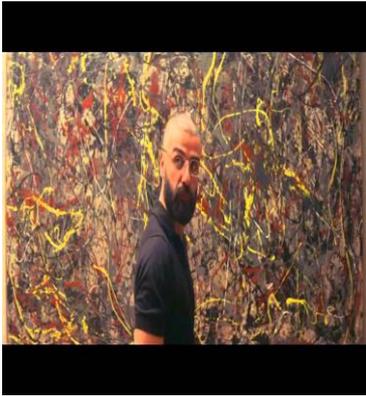
167

¹⁶⁴ Imagen vista desde el exterior del film *Ex machina*. <https://decoracion.tendencias.com>

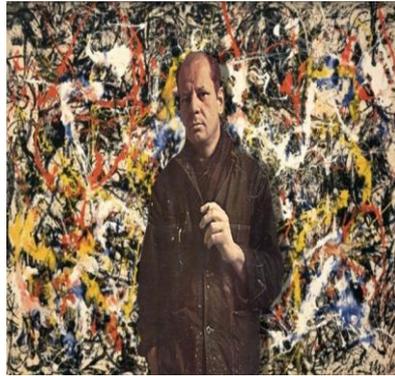
¹⁶⁵ Fotograma de *Ex machina*. Organización gestáltica. ”. <https://decoracion.tendencias.com>

¹⁶⁶ Imagen de la casa de cascada de Lloyd Wright. <https://upload.wikimedia.org/>

¹⁶⁷ Imagen actores de *Ex machina*. <https://decoracion.tendencias.com>



168



169

¹⁶⁸ Imagen actor de *Ex machina* delante de una obra de Pollock. <http://img31.mtime.cn/mg/2015/>

¹⁶⁹ Imagen de Pollock delante de su obra. <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/>

CONCLUSIONES.

Los diseños del mobiliario fabricados de forma serial e industrialmente, fueron el paradigma de los estudiante del taller de la forma en la escuela de la Bauhaus; sus profesores y alumnos, pretendieron relacionar la arquitectura con el diseño de los muebles. Fueron las sillas, los objetos que prendieron en la forma de organizar el espacio, junto con un nuevo estilo de vivir. El diseño industrial reducía costes, de este modo debían llegar a cualquier público, sin distinción de clases; siendo estas premisas la razón de ser de los diseños del mueble de tubo, de los alumnos de la Bauhaus.

Pasada la Segunda Guerra Mundial, algunos de los integrantes de la Bauhaus, dieron a conocer sus diseños, sus conocimientos a los jóvenes americanos, que junto con un sociedad abierta a lo nuevo, integraron sus enseñanzas en el mundo del diseño gráfico, cine, arquitectura y una continuidad artística y cultural en lo que se llegó a llamar la nueva Bauhaus.

Las sillas y sillones analizados en el presente trabajo, desde el punto de vista de la publicidad y el cine, han provocado la constatación de que los modelos tipológicos, tienen en la actualidad un áurea de objeto de lujo, apto sólo para poderes adquisitivos muy altos, llegando a la conclusión de que el propósito de sus diseñadores, en cuanto a “diseños para todos” no se ha convertido en una realidad.

En el mundo del cine, los 8 modelos estudiados, tienen en común las sensaciones mostradas por los personaje que discurren paralelas a las perversiones obsesivas de cada época, la adicción al psicoanálisis de los setenta, el control y la obsesiva persecución del éxito de los ochenta o los conflictos éticos y las nuevas adicciones iniciadas de los noventa, que tienen sus consecuencias psicológicas sobre unos personajes para los que cineastas y arquitectos crean unas “madrigueras” muy determinadas. Los sillones y sillas, recrean ambientes de riqueza económica, no así su riqueza moral o existencial, pero sus hogares perciben este mobiliario como estatus

social, cultural o ambas, existiendo problemas relacionados en sus dinámicas sociales, problemas con las drogas o psicológicos sin resolver.

Es en la publicidad, en el diseño gráfico, en concreto en las publicaciones de diseño de interiores, es donde los modelos de la Bauhaus y sus evoluciones, encuentran el ambiente perfecto para involucrarlos en espacios siempre a la “última”, con la ironía que se trata de modelos en algunos casos, que tienen más de ochenta años, pero se articulan en publicidad como iconos del diseño, de lo vintage, del buen gusto. Algunas empresas, como Vogue, se interesan por dar a conocer estos modelos a precios asequibles para todos, y es digno de mención que trabajen para ello. El resto de empresas de todo tipo: Revistas de Publicidad, de zapatos, Vitra, blogs de Influencers, industria de la moda, hacen su negocio con las sillas y sillones, reinventando espacios para trabajar con nuevos conceptos anglosajones, o integrando sus objetos a una silla o sillón, uniendo lo mejor del diseño. La publicidad encubierta o menos intrusiva, también colabora en emplazar sus objetos en series y películas, creando modas e induciendo a marcar pautas del diseño en los hogares.

Los hoteles de lujo, incluyen esta tipología de sillas, para dar un plus, de funcionalidad, gusto y diseño, todo suma. Son objetos, que crean estilos de vida, motivo por el cual, los mezclan con cualquier estilo de la misma vida; modo urbano, ecológico, son válidos y admirados en cualquier espacio.

Finalmente, las sillas no definen a un personaje, a una oficina, a una actriz en promoción, a un personaje famoso, es cierto, pero es la sociedad del espectáculo y del consumo la que ha ligado estos prototipos con la industria, el comercio, la diversión la moda y comunicación, y el resultante es el antagonismo de un diseño que se creó para cualquier persona, que se enfrenta al hiperconsumo de la hipermodernidad.

Bibliografía.

- Argan Gulio Carlo. *El arte moderno*. La época del funcionalismo. Akal 1998.
- Benton, Tim, Manuel Fontán del Junco y María Soraya (eds.): *El gusto moderno: art déco en París 1910-1935*. Madrid: Fundación March, 2015.
- Boned Purkiss, Francisco: “Objetos, funcionalidad y neo-kisch en el cine de Jacques Tati. La influencia de la cultura de masas en el ámbito doméstico” en *Diseño de interiores y mobiliario: aportaciones a su historia y estrategias de valoración*. Málaga: Universidad de Málaga, 2014, pp. 497-512.
- Carveth, Roy and James B. South: *Mad Men and philosophy: nothing is as it seems*. Hoboken: New Jersey, 2010.
- Ettetdgui, Peter: *Diseño de producción & dirección artística*. Barcelona: Océano, 2001.
- García Pérez, Manuel: *Semiótica de la descripción en publicidad, cine y cómic*. Murcia: Universidad de Murcia, 2006.
- Gil González, Antonio Jesús: +Narrativa(s): *Intermediaciones novela, cine, cómic y videojuegos en el ámbito hispánico*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2013.
- Lipovetsky, Gilles. *La estetización del mundo*. Anagrama, 2015.
- Lucía, Salvador: *La pantalla distópica: pesadilla del sueño americano en el cine post 11-S*. Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid, 2015.
- Newman, Stephanie: *Mad Men on the couch: Analyzing the minds of the men ad women the hit show*. New Cork: Thomas Dunne Books, 2012.

· Rodríguez Fernández, Leire: “*La decoración de interior en los espacios para el espectáculo*” en *Viejos y nuevos espacios públicos para la decoración de interiores en España*. Gijón: Trea, 2012, pp-79-104.

· Vila-Matas, Enrique: *Mad Men o la frágil belleza de los sueños en Madison Avenue*. Madrid: Errata Naturae, 2015.

Artículos.

“La casa y el cine: Influencia de las películas en la decoración” en *Cortijos y rascacielos: casas de campo, arquitectura, decoración*, nº 80 (1954), p.6

Alcover, Norberto: “El cine, refugio iluminante” en *Razón y fe: Revista hispanoamericana de cultura*, nº1275 (2005), pp-77-82.

Benedito, Marcel: “Los muebles, actores de reparto” en *Cine manía*, nº 7, abril 1996, p.157.

Webgrafía.

La casa sueca: <http://lacasasueca.com/tag/cine/>

Mad Men: <http://www.amc.com/shows/mad-men>

<http://documents.mx/documents/grassi-m-c-la-psicologia-de-la-gestalt-y-la-bauhaus-una-historia-de-intercambios.html>

<http://lacontinental.es/sillones-y-sofas/537-sillon-wassily-b3-ital-mobel-bauhaus-diseno-marcel-breuer-en-piel-de-pony.html>

<https://carocostas.wordpress.com/2008/05/14/la-bauhaus/>

<http://wsimag.com/es/arquitectura-y-diseno/19544-la-mirada-del-arquitecto>

<http://www.delamodayotrosdemonios.com/2011/03/140-anos-de-harpers-bazaar-en-una.html>

<http://nuevo-estilo.micasarevista.com/decoradores-arquitectos/silla-cesca>

<http://diariodesign.com/2009/11/sala-vitra-en-santiago-de-chile-por-a-cero-arquitectos/>

<http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/755395/materiales-oficinas-estrategias-de-ocupacion-del-espacio>

<https://decoracion.trendencias.com/casas/pelicula-ex-machina-el-uso-perfecto-de-la-arquitectura-de-interior>

<https://malinaligonzaez.wordpress.com/2016/03/>

<http://turismososteniblemedia.com/rethink-hotel/ii-edicion-re-think-hotel/>

<http://noticias.arq.com.mx/Detalles/14252.html#.WUFcfus1-Uk>

<http://www.disenoyarquitectura.net/2009/08/silla-egg-de-arne-jacobsen.html>

http://www.anagrama-ed.es/libro/argumentos/la-estetizacion-del-mundo/9788433963758/A_472

<https://decoracion.trendencias.com/casas/new-york-by-gehry-el-edificio-de-apartamentos-en-el-que-vas-a-querer-vivir>

<http://timberplan.es/frank-gehry-obras-imprescindibles-del-arquitecto-del-movimiento/>

<http://www.homestagingespana.es/home-staging/>

<http://www.studiobanana.com/>

<https://www.vitra.com/es-es/product/eames-plastic-chair>

<http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/755395/materiales-oficinas-estrategias-de-ocupacion-del-espacio>