



_Spider Pininfarina 2010, en conmemoración del Centenario de Alfa Romeo y Ochenta Aniversario de la Sociedad Pininfarina

› Cien años apasionados con la innovación del diseño del automóvil: Alfa Romeo 1910-2010

Sebastián García Garrido

Quizás fue necesario ese cuarto de siglo desde que nacieran los primeros automóviles en 1885 y, desde luego, el impulso del movimiento futurista, iniciado igualmente en Milán el año anterior, para que se crease una firma con un concepto del diseño del automóvil completamente autónomo de lo que fueron los carruajes de tracción animal.¹



_Marca Alfa 1910: A.L.F.A.

A partir de aquí potencia, velocidad y diseño innovador componían un tríada que define la identidad natal de Alfa Romeo. Tres factores naturales que dan lugar a una cuarta esencia que al mismo tiempo orienta a cada uno de la terna y los reúne en pasión. Concepto éste que se reproduce de forma intuitiva y simbólica en el distintivo del trébol de cuatro hojas, que comienzan a ostentar, a modo de marca complementaria de excelencia y especialmente como distintivo de su equipo de carreras, presente también en otros de sus vehículos como si realmente fuese una señal a fuego sobre la piel de un pura sangre. El trébol de cuatro hojas, clásico talismán de quien lo posee, coincide curiosamente, y

¹ "Alfa Romeo nace así en un verano de hace más de 90 años [justo 100 años en el momento en que consigue salir este núm. 02]. Nos encontramos en plena Belle Epoque, Guglielmo Marconi recibe el premio Nobel de Física, las marcas Fiat y Lancia (rivales por aquel entonces) tienen once y cuatro años". <www.autopasion18.com/HISTORIA-ALFA-ROMEO.htm> 03.02.2010



Regione Lombardia

_Imagen de los símbolos originales primitivos conocidos como rosa camuna; trazado geométrico de la misma, y símbolo diseñado para la región de Lombardia

por las casualidades que no sabemos si son obra del destino o trasluz de un orden interno de la naturaleza, con la prehistórica rosa camuna. Esta figura semejante a una flor de cuatro pétalos, que incluye los puntos en los nueve centros geométricos que la dibujarían, fue identificada con el nombre de esta zona norte de Lombardía, llamada Camuna, en la que se ubican las cuevas con estos símbolos aún sin descifrar. Esta raíz iconográfica que se remonta a la prehistoria del lugar en que se ubica el nacimiento de Alfa resultó finalmente el símbolo que daría lugar al emblema oficial de la región de Lombardía, tras una serie de propuestas previas y la investigación de un equipo de diseñadores liderados por Bruno Munari. El color de este nuevo símbolo, quedaba incierto en los trazos originales de carbón con que estaban dibujados estos dibujos que se repetían en estas inscripciones primitivas, y por tanto queda en negativo, sobre un plano verde intenso propio de estas regiones del norte de Italia, llanas y regadas en abundancia por las aguas que llegan de los Alpes.

El primer coche de Alfa Romeo —el 24 HP— se presenta el día uno de enero de 1910, identificado con el nombre 'Alfa' y los símbolos de Milán, tal como se han mantenido hasta hoy; adelantándose a la fecha de constitución oficial de la entidad, el 24 de junio siguiente. Su diseñador Giuseppe Merosi, aparejador reconocido especialmente como geómetra, materializaría el producto de este proyecto identitario, cuyas excelentes características superaban los entonces míticos 100 km/h que podían disfrutarse gracias a su placer de conducción.² En septiembre de ese mismo año se produce un hecho que refuerza la identidad de la marca, cuando el motor 24 HP se instala en una avioneta que logra surcar el cielo de Milán.³ Desde el año siguiente tienen ya una destacada participación en las más importantes carreras, por lo que un eslogan de la marca, aparecido en una revista americana sobre el anuncio del Duetto Spider de 1968 elige este hecho como refuerzo de la imagen de marca en este importante mercado: *Alfa Romeo racing since 1911*.

El segundo peldaño en la construcción de la identidad de la marca lo proporciona en 1913 el primer modelo realmente de carreras —Alfa 40/60 HP—, una versión con un diseño más propio y emotivo, que tecnológicamente supera a su predecesor como se aprecia en los 120 km/h. que alcanza.

² "Este coche seduce por su mecánica, prestaciones, y por el placer de conducirlo; unas características que se convertirán en símbolos de la marca. El motor de 4084 cc. suministra 42 caballos y permite superar los 100 km/h, una velocidad importante para aquellos tiempos. Al año siguiente, en su debut deportivo, está a punto de ganar la Targa Florio, pero tiene que abandonar por un accidente banal: el piloto pierde momentáneamente la visión por una salpicadura de barro". *Ibidem*: www.autopasion18.com

³ Se fabrican del citado modelo más de doscientos bastidores, que como era habitual en la época se entregan a los carroceros para darle la forma precisa, que en este caso dieron lugar al Spider, al Corsa biplaza, al Limousina de siete plazas y al Torpedo: éste último utilizado también por la cúpula del ejército italiano en la Primera Guerra Mundial. Es precisamente el tipo Spider la versión más propia de la identidad de la marca, al combinar la forma de los primeros modelos de alta competición y la del vehículo de ocio pensado para disfrutar del placer de una conducción deportiva. En 1911 se opta por fabricar un segundo modelo más utilitario, se podría decir que en dos versiones, con menor peso y potencia, el 12 HP y el 15 HP.

⁴ RIZZO, E. *Auto legendarie italiane*, White Star, Milano 2009, p. 41.



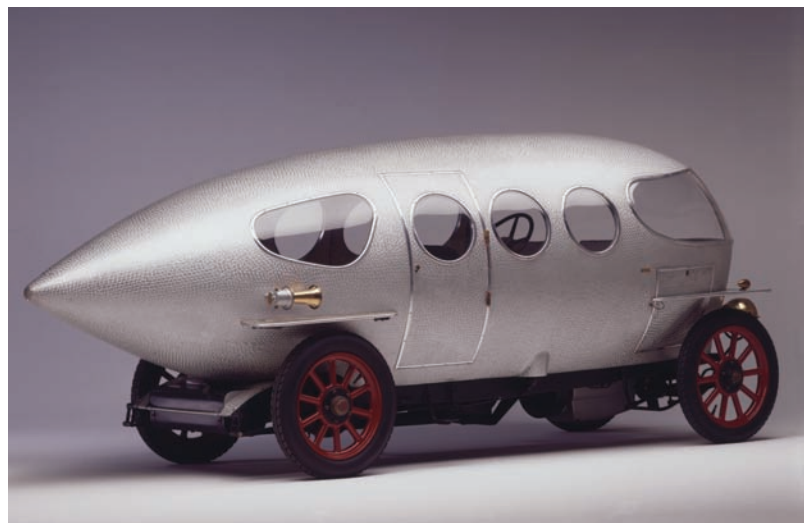
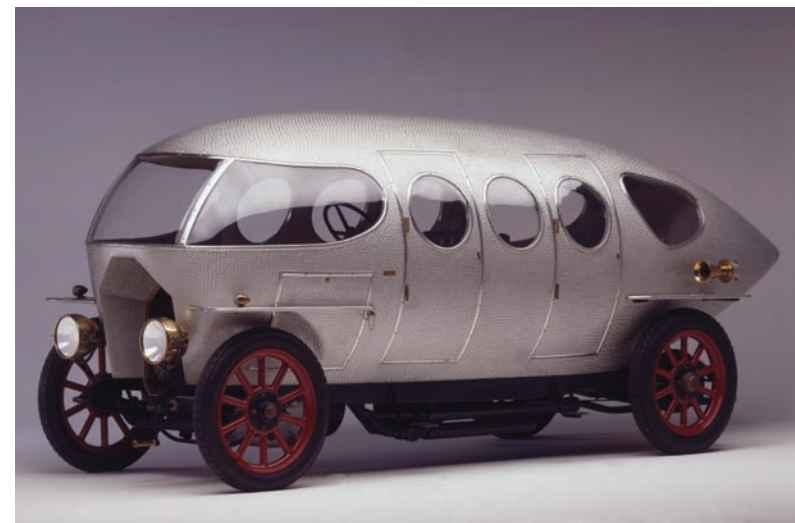
_Alfa 15 HP, 1911 segundo modelo de la marca después del 24 HP. Fotos SGG

Creación de un concepto autónomo en diseño del automóvil

A partir del citado modelo surge también la mayor innovación integral en el diseño de un automóvil que bien se decantó en llamar máquina —en italiano— fue el sorprendente 40/60 HP *Sirulo Ricotti*,⁴ surgido de la idea encargada por el conde milanés Ricotti, a Ercole Castagna, de una carrocería cerrada en forma de gota, con ventanillas del tipo portillas de mar u ojo de buey, y que diseñó en colaboración con Merosi. Se trataba de la incorporación del aerodinamismo a las formas de un automóvil, como ruptura del modelo de carruaje antecedido por una especie de baúl que porta el motor y cuyo extremo incorpora un radiador para refrigerarlo. En definitiva, estábamos ante la creación de un concepto autónomo del diseño del automóvil desligado ya de sus antecedentes y lanzado a lo que sería una estética ligada esencialmente al movimiento y la velocidad. Por supuesto que fue igualmente antecedente de los futuros autocares y del más reciente monovolumen. Su magistral diseño hacia la extrema funcionalidad e incluso el material de la carrocería, en acabado de chapa metálica martilleada, le han proporcionado el honor de presidir el *Triennale Design Museum* de Milán.

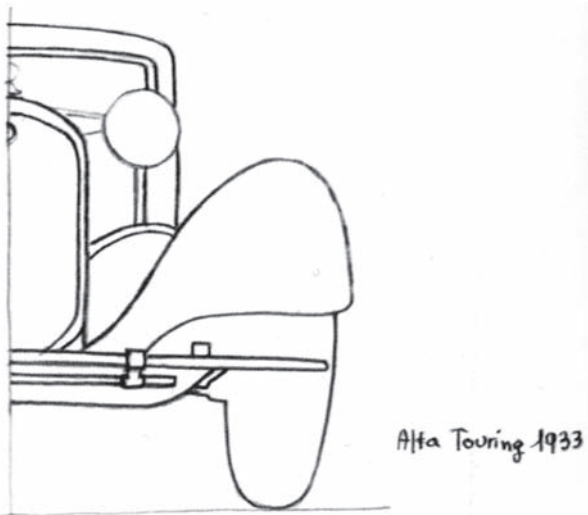


_Frontales años veinte. Foto SGG

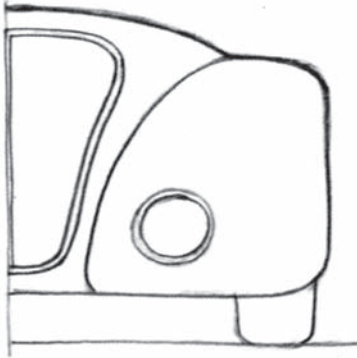


Este concepto aerodinámico emprende lo que poco después daría en llamarse “*Ala spessa*” —ala densa—, definida y desarrollada por el profesor de diseño de la Universidad de Florencia Massimo Grandi como la disciplina del diseño del automóvil que “alude a una evolución particular del modelado de la forma del auto que tiende a compactar los diferentes elementos de la carrocería”,⁵ que retoma este concepto de Roberto Segoni, que lo denomina como el “englobamiento progresivo de los elementos que en la preguerra eran sobresalientes y modelados de manera separada, como guardabarros, faros...”.⁶ A partir de los primeros años

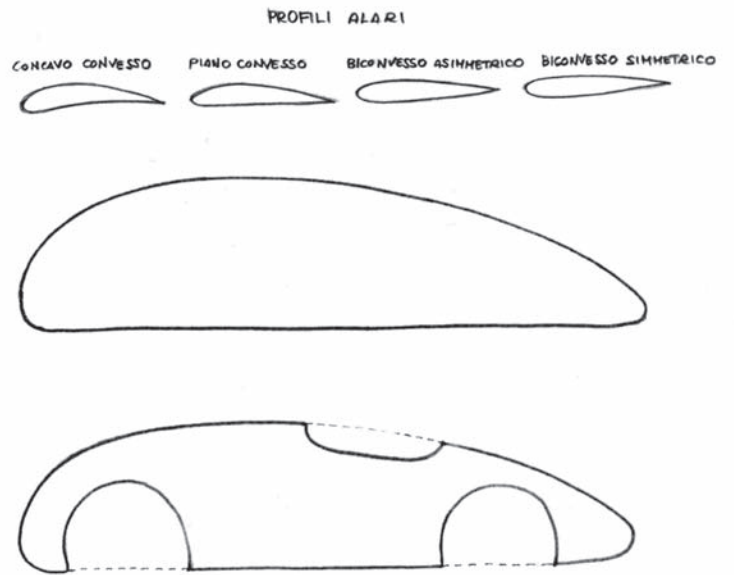
veinte se experimentaron en el ámbito de las carreras de velocidad las formas extremadamente simplificadas y compactadas en las que la sección longitudinal, el perfil, reproducía fiel y rígidamente el perfil de ala “plano convexo”. Uno de los más destacados precursores en esta tendencia fue el Bugatti Type 32 Tank (1923) y sería a finales de los años treinta y cuarenta cuando se consolidó la evolución de este sistema, que trabajó especialmente Bianchi Felice Anderloni, fundador de la Carrocería *Touring Superleggera*, obsesionado por el peso y la resistencia al aire. Una de sus primeras creaciones, el Lancia Aprilia *Alaspesa* de 1938, perfec-



Alfa Touring 1933



LANCIA APRILIA
1938
ALA SPESSA
TOURING



ALFA ROMEO
1939

_Dibujos de Massimo Grandi, en GRANDI, M. *Car Design*, Firenze 2004
< Sirulo Ricotti, diseño de Ercole Castagna, 1914.

Fotos: Alfa Romeo Automobilità Storico, Centro Documentazione (Arese, Milano)

cionado en su máxima esencia denominada “a cassone” —en arca— al año siguiente en el Alfa Romeo Touring 6C Alaspesa 2500 SS. Otras marcas europeas como BMW o la también alemana Adler aplican esta tendencia en modelos emblemáticos en la historia del diseño del automóvil en que debe destacarse la espléndida interpretación coupe del Fiat 508 MM de 1938, y el estilizado Alfa Romeo Torpedino Brescia de 1939.⁷ Aunque este último modelo coincide en buena parte con el Auto Avio 815,⁸ Ferrari no se introduce en ello hasta 1947, con el F 125, pero logra el máximo rendimiento en carrera con los 550 Alaspesa (1952) en que consi-

gue dejar sin efecto la normativa de la FIA para evitar la falta de competencia que tenían los coches italianos cuando Alfa Romeo vence consecutivamente en los dos primeros Grandes Premios de la F1.

⁵ GRANDI, M. *Car Design*, Alinea, Firenze 2004, p. 54.

⁶ *Ibidem*.

⁷ Datos aportados por Massimo Grandi, *ibidem*.

⁸ Marca que debe crear Enzo Ferrari, en Módena como sede de la Scuderia Ferrari, dedicada fundamentalmente para la fabricación de utensilios y componentes de motores para la aviación, cuando en su despido de Alfa Romeo debe comprometerse a no hacer uso del nombre de la Scuderia durante al menos cuatro años.



Diferentes versiones simplificadas de la marca, para usos secundarios



Identidad visual y genealógica del nombre y emblema de la marca

Ugo Stella funda en 1910 esta marca, con una nueva identidad aunque a partir de los talleres de la *Società Italiana Automobili Darracq*, de la que era delegado y que se traslada a la zona del Portelo de Milán en 1906, desde Nápoles en que se inició su trayectoria. De este mismo origen napolitano es el ingeniero Nicola Romeo, que rescata la empresa de la grave crisis que provoca ya en 1915 el estallido de la Primera Guerra Mundial, e incorpora desde entonces su apellido a la marca y genealogía de este mítico símbolo del automóvil que ya combinaba desde sus inicios un doble emblema en su identidad visual corporativa, y que incorpora al mismo tiempo la ciudad de procedencia, con el resultado: Alfa-Romeo Milano. Previamente nació como alusión a las siglas de la sociedad empresarial: A.L.F.A. (Anonima Lombarda Fabbrica Automovili).⁹ Tras una rápida adaptación de la fábrica, situada en la zona de Portello, a las demandas de material bélico, se construye finalmente el primer coche de esta nueva etapa con el nombre Alfa-Romeo: el Torpedo 20-30 HP ES. Con uno de cuales Enzo Ferrari, con 21 años, llega segundo en la más prestigiosa carrera de la época, la Targa Florio.¹⁰ La filosofía que sostiene Romeo en la marca serían deportividad y mecánica refinada,¹¹ lo que será una constante a lo largo de este siglo.

⁹ Coincidiendo con la primera letra del alfabeto griego y con un reconocido modelo existente en los años precedentes, fabricado por Lancia, que entonces comenzaba a denominar sus modelos con estas alusiones a la cultura clásica griega.

¹⁰ <www.autopasion18.com/HISTORIA-ALFA-ROMEO.htm> 03.02.2010

¹¹ RIZZO, E. *op. cit.* p. 76.

¹² Gian Galeazzo Visconti (†1402), cuando llega a ser duque de Milán, compone su escudo como un cuartelado del águila del Sacro Imperio, con las armas de los Visconti en segundo lugar. Le sucede su hijo pequeño Filippo Maria, que muere sin descendientes varones. Sin embargo, a través del matrimonio de su hija Bianca con el condottiere Francesco Sforza, uno de los capitanes más poderosos de Milán, se mantiene la dinastía. A propuesta de los milaneses, después de tres años de intentos fallidos de instaurar una república, le reinstauran en el gobierno de la ciudad como duque de Milán en pleno Renacimiento de mediados del siglo XV.

¹³ El gonfalon (del alemán guntfan, que reúne en este término los de guerra y enseña) es un tipo de bandera cogida a una lanza que llevaban los caballeros en la Alta Edad Media. Posterior a ese uso bélico se utiliza como enseña de los gobiernos de las ciudades medievales.

¹⁴ BASCAPÉ, G.C./PIAZZO, M. dell, *Insegne e simboli, Ministero per i Beni Culturali e Ambientali*, Roma 1983, p. 78.

Desde su creación no ha sufrido cambio alguno excepto interpretaciones más o menos simplificadas que mantienen la identidad de la ciudad de Milán, con la cruz roja de San Ambrosio sobre fondo blanco, como enseña de su patrón espiritual, compartida en un círculo con el emblema heráldico de los Visconti¹² como la familia gobernante en su pasado nobiliario, aunque ya existía en la tradición iconográfica de la región. En el siglo XII, el cronista Ottone Morena habla del *carroccio* (carro de guerra) de Milán con el “grandissimo gonfalone¹³ bianco con in mezzo una croce rossa”. Por otra parte, el “*vexillum*” que representaba a la “*civitas*”, blanco con la serpiente azul, antigua enseña militar lombarda, que en la edad *comunale* fue *vexilo* del pueblo y que después es adoptado como escudo de los Visconti (de estirpe lombarda).¹⁴ Aparecen de este modo los dos símbolos que se encuentran unidos más tarde en el *castello sforzesco* que aún ocupa el centro de Milán, y que desde esos orígenes formaban ya parte de la iconografía presente entre los noventa y seis *vexilos* menores de la ciudad. Sin embargo, el signo realmente representativo de la marca no es tanto la cruz, como símbolo institucional en innumerables lugares de Europa, sino el *biscione*, la curiosa serpiente que parece devorar un niño y que, sin embargo, se trata de lo contrario, del nacimiento literalmente de un *fanciulo* (muchachito entre 7-12 años) que alude en la tradición clásica al nacimiento de Alejandro Magno de las fauces de una serpiente, como consecuencia de su paren-



tesco directo con Zeus, que trajo la ciudad de Milán como enseña de sus ciudadanos, y cuyos datos cromáticos originarios eran: “de plata una serpiente azul, de cuya boca nace un muchachito rojo”.¹⁵ En reproducciones antiguas se representa el pelo ondulado radialmente a la cabeza, como si fuesen los rayos del Sol. En el símbolo de la marca, la serpiente aparece con una corona condal sobrepuesta, alusiva expresamente al título correspondiente a sus nobles soberanos. En definitiva, se trata de una marca, que ha mantenido su naturaleza de emblema histórico, que une mito y tradición, en una referencia clara y precisa al territorio en que se localiza. Dos mitades, integradas en un anillo con el nombre grabado, una mítica alusión a la antigüedad clásica y otra unida a la simbolización del pueblo, de las personas de esta ciudad estado, que al mismo tiempo coinciden en el destino de las siglas que le dieron nombre, la primera letra griega y el nombre familiar de un ingeniero napolitano que salvó e hizo rentable la com-

¹⁵ AQUINO, D. da, *Gioco d'armi dei sobran d'Europa*, Napoli 1678, ff. 27 y 29. Posterior a ese uso bélico se utiliza como enseña de los gobiernos de las ciudades medievales.



_P2 de competición, versión de 1930, que llega a alcanzar los 225 km/h en el circuito de Cremona y obtiene el primer Campeonato Mundial, organizado en 1925

_Alfa Romeo 159, Alfeta 1951 vencedor de los dos primeros Campeonatos de F1



pañía en los difíciles tiempos de la Primera Guerra. El conjunto viene orlado con la laurea de la victoria creada en la cultura griega como símbolo de los vencedores.

La consagración deportiva

Merosi diseña, igualmente a partir del 40/60 HP, el primer *Grand Prix* de Alfa, siendo su rápida y brillante trayectoria en la competición, y en batir los records de la época, la que inicie la leyenda de Alfa Romeo, con un palmarés difícil de superar.¹⁶ Este camino de éxitos se inicia con el primer y segundo puesto, por Campari y Franchini, respectivamente, en la famosa carrera en cuesta *Parma-Poggio Bercelo* y con el record mundial de velocidad, a más de 147 km/h. obtenido por el campeón de la citada competición.¹⁷ Esta admiración mundial de la marca se aprecia en una frase del propio Henry Ford: “Me quito el sombrero cada vez que veo pasar un Alfa Romeo”.¹⁸

Este desarrollo de la potencia y velocidad llevará a la creación de circuitos dedicados a las carreras de coches expresamente diseñados para ello, definidas como Gran Premio; a Le Mans le sigue la apertura del circuito de Monza, con el G.P. de Italia en 1922 y en 1924 se suman España y Bélgica a estas competiciones que fueron el antecedente de la Fórmula 1. El P2, proyectado por Vittorio Jano (1924), es considerado sin embargo cabeza de la estirpe de todos los Alfa Romeo de carreras y comienza ganando con Antonio Ascari las 200 Millas del II Circuito de Cremona, y una larga serie de victorias entre las que están dos G.P. de Europa con Giuseppe Campari y Ascari, el G.P. de Monza y el primer Campeonato del Mundo con Gastote Brilli Peri (1925).¹⁹ En 1937 se fabrica el primer diseño propio de un F1, el 159, conocido como *Alfeta*, y que inaugura con dos victorias consecutivas la Fórmula 1, creada en 1950 como el resultado de la unión de los resultados de los Grandes Premios, y que vencen Nino Farina (1950) y el argentino Juan Manuel Fangio (1951). Alfa Romeo, Ferrari y Maserati dominaron los primeros años a pesar del intento de la FIA que ya imponía restricciones para evitarlo, por el motivo del aumento de costes y la supuesta falta de competición, y que hicieron que en

1952 y 1953 se corriera con coches de Fórmula 2, pero el resultado fueron nuevas victorias de los innovadores 550s de Ferrari pilotados por Alberto Ascari.

Enzo Ferrari entra en Alfa Romeo, contratado previamente como piloto de pruebas en 1920 y convertido poco después en piloto de carreras, luego asistente de ventas y por último en responsable de Competición (1933), funda en 1929 la *Scuderia Ferrari* y ocasionando con ello una incómoda relación que a finales de 1939 se rompe y se constituye como empresa independiente. Wifredo Ricard, antes jefe de Proyectos Especiales de la marca, fue entonces nombrado director de Proyectos e Innovación y responsable de Competición. Este ingeniero de Barcelona, fue siempre visto por Ferrari con bastante recelo, dada su brillante trayectoria desde sus comienzos en Hispano-Suiza y la fundación de sus propias industrias de motores, e incluso de automóviles de altas prestaciones con la marca Ricart-España. El bombardeo aliado de 1944, tras muchos otros como objetivos de primer orden por su dedicación a la fabricación de material bélico, consigue destruir la actividad en Alfa Romeo, y Ricard retorna a España y es puesto al frente de la recién creada ENASA, comenzando a trabajar en este nuevo proyecto español con un equipo de ingenieros con los que trabajaba en Italia y que dieron lugar a los míticos Pegaso deportivos Z-102 y Z-103. En su corta historia —en un país que ve con excesivo escrúpulo dedicar una empresa estatal a un producto de lujo y alta competición— triunfaron en importantes

¹⁶ Más de 100 premios, entre los que contamos cinco mundiales de F1, 11 *Mile Miglia*, 10 *Targa Florio*, cuatro *24 Horas de Le Mans*, 13 campeonatos *Europeo de Turismos*, nueve campeonatos de marcas, innumerables campeonatos de *Fórmula Tres*, o el Campeonato de Turismos Alemán *DTM*.

¹⁷ RIZZO, E. *op.cit.* p. 40.

¹⁸ *Ibidem.* p. 55.

¹⁹ Exposición del Museo Nazionale dell'Automobile, Turín.

²⁰ Se ubicó en el mismo lugar donde estuvo la fábrica de Hispano-Suiza, destruida en la Guerra Civil, y de allí salieron de nuevo los míticos deportivos Pegaso (1951-1957), mientras se promovió este producto de excelencia en un país con múltiples carencias aún, que recondujo el proyecto exclusivamente a los vehículos industriales. En 1990 ENASA y la marca Pegaso son adquiridas por IVECO, y curiosamente el destino la vuelve a vincular con Alfa Romeo bajo el Grupo Fiat.



_Alfa Romeo de Fórmula 1: 179 B, 1981. Foto SGG



_Alfa Romeo del Campeonato Mundial GT: SE 048 SP Gruppo C, 1987. Foto SGG

_Carabo Alfa Romeo 33 Bertone (1968).
Foto: Alfa Romeo Automobilità Storico,
Centro Documentazione (Arese, Milano)



carreras internacionales y sobre todo en un diseño que aún sorprende fuera de nuestras fronteras.²⁰

En los inicios de ese periodo de crisis internacional, *il cavallino* hace desaparecer *il quadrifoglio*, y la *Scuderia Ferrari* pasa a gestionar la competición y proliferan los modelos de carreras como los Tipo B, Bimotore Tipo 8C, Tipo 12 C, y antes del estallido de la guerra el 158, conocido como *Alfetta* y precursor del 159, primer campeón del mundo de Fórmula 1.²¹

Tras la intervención del estado en la crisis sufrida tras la Segunda Guerra Mundial, la fabricación del 1900, una berlina diseñada por Orazio Satta Puliga —que al mismo tiempo

sigue ganando carreras— permite que la marca recupere su competitividad comercial en 1950. Se retoma con ello, una mínima parte del esplendor alcanzado por la marca en el sector de los automóviles de lujo, que en su momento vencían en las principales carreras los mismos modelos destinados al mercado²² y que hoy siguen siendo vencedores en los certámenes absolutos de elegancia, como fueron el 8C 2900B de 1938, y sobre todo una conmovedora obra maestra del arte, el 8C 2900B Spider de 1937, que le permitieron añadir a su identidad deportiva el lema que le definía en un cartel a finales de los años cuarenta: Alfa Romeo *la ventura di gran lusso*.

Segunda generación del diseño del automóvil, basado en la aerodinámica subacuática

B.A.T. es un proyecto que supone otro importante hito en la innovación del diseño del automóvil a partir de la cuarta dimensión de las aletas de los peces, que consigue un valor aerodinámico formidable aún para hoy. No obstante, resulta imposible expresar el conmovedor diseño de estas tres formas inspiradas en los dominios de Neptuno incluso en el color de sus carrocerías para una época como 1953 para el B.A.T. 5, y años sucesivos para las versiones que mantienen denominación impar 7 y 9. Admirando esta trilogía del no menos fascinante diseño del misterioso Franco Sca-



glione para Bertone, las siglas nos sugieren más la conexión con el héroe futurista del cómic, aunque representan el acrónimo de *Berlinetta Aerodinámica Tecnica*. Scaglione, ingeniero nacido en Florencia en 1917, firma siempre sus proyectos, entre los que destacan igualmente el *Giuletta Sprint Bertone* (1954) y el *33 Stradale* (1967), recientemente elegido por *GQ* la “macchina più bella”, y tiene el privilegio de ser autor del primer prototipo de Lamborghini cuando independiza su estudio.

El siguiente referente en la innovación del diseño automovilístico lo encarna el *Carabo Alfa Romeo 33 Bertone* (1968), que revoluciona radicalmente el concepto creando una sección en cuña, que se levanta

de delante atrás, permitiendo una nueva aerodinámica cautiva que en velocidad mantiene el coche pegado al suelo.²³ Fue una de las ‘esculturas’ predilectas de Nuccio Bertone y esta vez más próximo a un coleóptero predador de coraza transformable y cambiante²⁴, con su característico color verde intenso tras su frontal, casi una arista de encendido rojo.

Este concepto fue aplicado a los sorprendentes modelos del Campeonato del Mundo GT, e incluso a la Fórmula 1, con destacados triunfos de la marca, que incluso proporcionaba motores a equipos como McLaren, poco antes de que la crisis del petróleo de los setenta eclipsara su trayectoria independientemente

del Grupo Fiat, bajo el que se volvió a reunir con Ferrari y la *Scuderia*, que desde entonces representan a la máxima competición del poderoso grupo italiano.

²¹ RIZZO, E. *op.cit.* p. 101.

²² “En 1936, la actividad deportiva hace incluso pasar a un segundo plano la producción en serie. Dos años después nace el 8C 2900 B Largo, que, con la carrocería *Touring*, es el Alfa más representativo de aquellos años: su imponente capó es el símbolo de una elegancia y potencia que fascinan. Confirmando la tradición por la que los coches destinados al mercado son idénticos, en la mecánica y los motores, a los que ganan las carreras, este modelo conquista los tres primeros puestos en la *Mile Miglia*”. *Ibidem*: www.autopasion18.com

²³ Este concepto daría lugar posteriormente a dos de las diez obras maestras del diseño del automóvil, ambas salidas del estudio Pininfarina: el Ferrari 512 S (1969) y el Ferrari ‘Rossa’ (2000), producido para celebrar el setenta aniversario Pininfarina y evidentemente como apoteosis del fin del milenio.

²⁴ MOLINERI, G./TUMMINELLI, P. *Dream l’auto del futuro dal 1950*, Humberto Allemandi & C. pp. 42 y 43.



_P/33 Cuneo Pininfarina (1971). Foto: Alfa Romeo Automobilitismo Storico, Centro Documentazione (Arese, Milano)



_Alfa Romeo Disco Volante, 1952, diseño Touring Milano, de perfil biconvexo y forma de ala de avión. Foto SGG

El último pilar levantado para engrandecimiento del espíritu y filosofía de la estética que proporciona la armonía de nuevas y sorprendentes formas viene materializado por el prototipo Brera (2002), que consigue numerosos premios en las muestras en que se expone y una excelente crítica que le proporcionan llegar a la producción, logrando además el máximo galardón del competitivo diseño italiano, el *Compasso d'Oro*, que excepto el Fiat 500 (Dante Giacosa 1957) no había considerado ser otorgado a ningún otro automóvil. Su creador no podía ser menos que Giorgetto Giugiaro, elegido en 1999 como el Diseñador de Coches del siglo XX.

La creación más reciente que lleva el nombre de Alfa Romeo fue presentada el pasado mes de marzo en el Salón de Ginebra: *Spider Pininfarina*. Esta innovadora versión de un tema clásico presente en las raíces de este carroceros es el biplaza que pudo verse en el stand del estudio turinés para celebrar el Centenario de Alfa Romeo, por parte de esta otra firma tan ligada al concepto y estética de la marca y que celebra su ochenta aniversario. En el carácter y pureza de este emocionante deportivo únicamente falta el clásico rojo *coral*, más conocido como *pomodoro*,²⁵ que consolidó Alfa Romeo como color distintivo de los coches italianos de competición, quizás para evitar que la autoría en este caso se diluya entre los caracteres más auténticos de la destinataria del homenaje.

Diseño y arte contemporáneo

Más de cincuenta años después de la incorporación del automóvil al MoMA, entre otras interesantes piezas del diseño de producto, entre las que encontramos meras herramientas creadas para un uso exclusivamente práctico, es indudable que el *Museo Storico Alfa Romeo* (1976), en Arese, es uno de los centros de arte más interesantes del panorama internacional. Una seleccionada colección de 20 obras maestras compuso la muestra itinerante "*Adalid de la belleza*", que se estrenó en Barcelona en 1994 y ha ido recorriendo en esta última década una serie de capitales de todo el mundo, con el éxito esperado y superando las logradadas por las exposiciones del arte oficial.

"La línea, la forma, deben llegar a ser sustancia, materia viva", era la idea que tenía Pinin Farina ante el proyecto gráfico de un nuevo diseño, según recuerda su nieta y sucesora en el estudio de diseño, Lorenza Pininfarina.²⁶ En este sentido, el espectador estaría psicológicamente concentrado en las emociones que le proporciona este tipo de creación, en las sugerencias que le consiguen generar sus simetrías o trazados más audaces, la armonía de los volúmenes, la elegancia de las proporciones, la sobriedad o la plasticidad del modelado, que puede ser también agresivo y exasperado.²⁷

Un compañero profesor de Metodología del Diseño y anteriormente militar de profesión me sorprendía hace tiempo manifestando que la prioridad de la estética del diseño en Italia está presente hasta en los vehículos de guerra, puesto que están convencidos de que son por ello más eficaces incluso en este ámbito. Este concepto generalizado en cualquier tipo de producción se manifiesta claramente en la filosofía de la marca: "La belleza de un automóvil es esencial para que tenga éxito y procede del interior, de su corazón espiritual y mecánico, de la armonía, la elegancia, la sencillez y el equilibrio de su ingeniería. En consecuencia, existe un lazo indisoluble entre la 'esencia técnica' y la 'esencia formal'. No es necesario ser ingeniero para apreciar el valor de las cosas que están bien hechas, de las formas armoniosas, de la elegancia de los objetos e instrumentos que fabrica el hombre para transmitir belleza incluso en los propios motores Alfa Romeo".²⁸

²⁵ El rojo coral, junto a otros tonos con sus correspondientes denominaciones, fue uno de los colores creados por la famosa diseñadora de moda Jole Veneziani a quien Alfa Romeo invitó ante la tónica general de los colores clásicos que dominaba el inicio de los '60, al mismo tiempo que diseñó tapicerías hasta entonces insólitas en el automóvil, como la *lana espiçada*, el *brocado o la pata de gallo* en blanco y negro para el Giulietta. Sería este modelo, símbolo del estatus y la elegancia de la época el que materializaría estas tendencias de moda: "En 1963, en el Palace Hotel de Milán, se celebró el concurso "Nuevos colores para el Giulietta", una manifestación de la más alta categoría con creaciones de Jole Veneziani, de las hermanas Fontana y de Germana Marucelli, el non plus ultra de la elegancia y el refinamiento de la época". RUOCCO, E. "La revolución del color" en *ddiseño*, núm. 05, Málaga enero-2010.

²⁶ PININFARINA, L. "Dream, fra poesia onirica e lucidità di visione", en MOLINERI, G./TUMMINELLI, P. *op.cit.* p. 13.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ *Brief del Centro Stile Alfa Romeo, Arese.*



>_B.A.T. 7 (1954)

>_B.A.T. 5 (1953)

Fotos: Alfa Romeo Automobilismo Storico, Centro Documentazione (Arese, Milano)



_Trilogía del Proyecto B.A.T. 5 (1953), 7 (1954), 9 (1955). Foto: Alfa Romeo Automobilismo Storico, Centro Documentazione (Arese, Milano)





_ B.A.T. 9 (1955).

Fotos: Alfa Romeo Automobilitismo Storico,
Centro Documentazione (Arese, Milano)

El corazón del diseño de Alfa Romeo se traslada también a Arese en 1989, y es al mismo tiempo la célula creativa y el Archivo Histórico de la marca. Así se protege el estilo y la cultura inherentes a la marca Alfa Romeo en la que se inspira y en torno a la que ha ido evolucionando. Los cuatro conceptos clave de Alfa Romeo son: “belleza seductora, moderni-

“La ingeniería no alcanza la perfección si la estética no es perfecta”

dad, fuerza y expresividad”.²⁹ La actividad del grupo de unos setenta especialistas, en los diferentes aspectos del diseño, consiste en transformar estos conceptos de su identidad en una realidad que despierte sensaciones. La edad media de estos diseñadores es de treinta años, y “todos tienen algo en común: son jóvenes y creativos, proceden tanto de Italia como del extranjero y los supervisan diseñadores que cuentan con años de experiencia en su haber. Tienen conocimientos de ingeniería y una sólida cultura general, así como una mentalidad cosmopolita y un profundo espíritu de equipo. Los principios que rigen su trabajo son la creatividad, la tecnología y la velocidad en la concepción y el desarrollo”.³⁰ ◀

Ettore Bugatti
(diseñador y fabricante)

²⁹ *Ibidem.*

³⁰ *Ibidem.*

* Quede constancia aquí, de nuestro agradecimiento a la gentileza y apoyo que en todo momento hemos recibido del señor Marco Fazio, responsable del Archivo Histórico Alfa Romeo: www.archivistorico.alfaromeo.it