



Comunicado de prensa
05 de agosto de 2019

La evolución de los riñones de BMW. Diseño y aerodinámica en uno de los rasgos más distintivos de la marca

BMW tiene varios rasgos de diseño característicos que lucen todos sus modelos. La curva Hofmeister que da forma a las ventanillas traseras, la mirada “de cuatro ojos” (actualmente con diferentes diseños y formas) y la parrilla de doble riñón, que hace perfectamente reconocible a cada BMW sin necesidad de comprobar la insignia de la marca.

Y es que la inmensa mayoría de los modelos que BMW ha diseñado en su historia tienen el denominador común de su inconfundible parrilla frontal (solo los microcoches de los años 50, el BMW Isetta, el BMW 600 o el compacto BMW 700 no la incorporaban). El diseño de este elemento ha evolucionado a lo largo de la historia, influido por las tendencias de cada época, y por los avances en la aerodinámica y la refrigeración de los motores. El objetivo principal de la parrilla es canalizar aire fresco hacia el radiador para refrigerar el motor.

Entre las estrechas, esbeltas y sencillas parrillas frontales con su rejilla metálica de los primeros BMW; a las actuales, con un diseño complejo, asimétrico, tridimensional y personalizable, ha habido todo un recorrido histórico que ha sido reflejo de la evolución del lenguaje de diseño de la marca. El último avance en esta constante evolución es la parrilla de riñones iluminada del próximo BMW X6.

Los inicios de un clásico del diseño

Solo se fabricaron tres modelos de BMW antes de que se introdujera la icónica parrilla. Y dos de ellos fueron los Dixi 3/15 PS y Dixi 3/15 PS DA, construidos bajo la licencia de Austin Seven. El tercero es el BMW 3/20 PS, primer y único automóvil totalmente fabricado por la marca sin su característica rejilla. Tras ellos nace, en 1933, el BMW 303, que ya incorpora la famosa parrilla.

Los primeros BMW que utilizaron este icónico elemento de diseño lucían una parrilla muy distinta a la que conocemos hoy en día. Los dos riñones tenían un diseño alargado y



estrecho, y ocupaban todo el frontal de cada modelo. Los dos riñones presentaban marcos cromados y una rejilla metálica en el interior.

El BMW 315/1 de 1934 ya mostraba una parrilla frontal más inclinada y aerodinámica. Pero la primera gran evolución de este elemento llegó con el elegante BMW 328 roadster (1936), diseñado por Peter Szymanowski. En este modelo, las aletas delanteras y el alojamiento de los faros van ganando superficie en el frontal, que ya no es exclusivo de la zona del radiador y la parrilla. Esta muestra un diseño curvo, influido por el diseño aeronáutico y los avances de la aerodinámica. Los marcos cromados están más enrasados con la carrocería y la rejilla interior tiene una trama más elaborada y cinco grandes barras verticales por riñón. El legendario BMW 328 Mille Miglia Touring Coupé - doble ganador de la Mille Miglia- llevó al extremo esa configuración, con unos riñones más delgados, cuatro barras en su interior y fondo negro.

También destaca el diseño del BMW 335 de 1939, por las barras horizontales oblicuas de su parrilla y porque los riñones estaban dispuestos en forma de cuña para una mejor penetración aerodinámica.

Tiempos modernos

En 1962 se inicia el lanzamiento de la “Nueva Clase” de BMW, una completa gama de berlinas y coupés de nuevo diseño. El BMW 1500, el primero de ellos, presentaba un diseño marcado por las tendencias de los años sesenta, con formas sencillas y trazos rectos. La ancha parrilla delantera ocupaba todo el frontal e incluso alojaba los faros, pero los riñones seguían siendo estrechos, alargados y con cinco barras en su interior, por lo que ocupaban un espacio muy reducido en el centro del morro. El carismático BMW 2002 refinó ese diseño. Y la nueva serie de coupés diseñada por Karmann a finales de los sesenta (entre ellos, los BMW 2800 CS y BMW 3.0 CS) lucieron, por primera vez, la mirada de “cuatro ojos” que marcó el diseño de las siguientes décadas.

El prototipo BMW Turbo de Paul Bracq presentado en 1972, con una minúscula “kidney grille”, fue un adelantado a su tiempo. Inspiró el diseño del brutal BMW M1 de 1978, pero su influencia fue mucho más allá, llegando a los BMW Z1 (1988) y BMW Serie 8 (1989). En todos ellos, los dos riñones están más integrados en el diseño del frontal, tienen la rejilla negra y van enmarcados en una pieza del color de la carrocería.



Mientras, los modelos de gran producción de los años setenta, lucían un frontal más clásico, con un lenguaje de diseño común en las nuevas Serie 5 (1972), Serie 3 (1975) y Serie 7 (1977). Todos ellos mantenían la ancha rejilla negra frontal, con el doble riñón cromado más integrado y destacando en el centro. En su siguiente generación “ochentera”, las parrillas de riñones de las tres series siguieron una tendencia similar, con un diseño más ancho y redondeado, y un marco cromado más fino.

Una nueva reinterpretación

Hubo que esperar hasta los años 90 para ver una nueva interpretación de este elemento que marcó el diseño de los riñones hasta la actualidad. Los riñones del Serie 3 de 1990 tenían un diseño claramente trapezoidal, con la parte superior más ancha que la inferior. Además, eran más anchos, tenían los bordes muy redondeados y sobresalían del frontal con un efecto tridimensional. Mucho antes, el único BMW Garmisch de 1970 –un concept clásico que Marcello Gandini diseñó para Bertone- ya incorporaba unos riñones hexagonales.

El BMW Serie 5 de 1996 inauguró otro recurso de estilo empleado hasta hace poco por la mayoría de los modelos de la marca: la “kidney grille” se integraba en una prolongación del capó, que descendía hasta tocar el paragolpes.

Desde esos años, hasta ahora, se han seguido tres claras tendencias. Por un lado, la parrilla ha ido ganando tamaño y protagonismo en el frontal de todos los BMW, ya sea en las nuevas series X que nacieron con el X5 de 1999, en la gama de berlinas y coupés, o incluso en los BMW i, con una parrilla “opaca” para subrayar que apenas hay necesidades de refrigeración. El ejemplo extremo es el BMW X7 y el BMW Serie 7, que incorporan las parrillas más grandes; la del nuevo BMW Serie 7 ha ganado un 40 por ciento de tamaño respecto a su predecesor. Este aumento de dimensiones ha hecho que su ubicación esté “incrustada” entre el capó y el paragolpes delantero, invadiendo espacio a ambos.

En segundo lugar, los diseños son cada vez más elaborados, con formas más complejas y asimétricas que se extienden hacia los flancos. Otro adelantado a su tiempo, el BMW 507 de 1956, ya presentaba un diseño así, con una parrilla muy ancha, de enormes dimensiones y formas asimétricas. También se cuida cada vez más el acabado de las barras y los marcos, que pueden personalizarse con diferentes terminaciones para



destacar el carácter de cada versión de modelo concreta. Estos nuevos diseño también contribuyen al apartado aerodinámico gracias a las lamas activas que se abren y se cierran en función de las necesidades térmicas del motor.

Una última innovación en materia de diseño la ha estrenado el BMW Z4, cuyo diseño no es en forma de parrilla sino en forma de malla. Esta tendencia la ha continuado el BMW M340i xDrive y el BMW M135i xDrive, aportando un nuevo estilo para ciertos modelos deportivos de BMW. Un paso más allá lo protagoniza la próxima generación del BMW X6, cuya parrilla se ilumina por primera vez en la historia de la marca. La iluminación se activa al abrir o cerrar el coche, y el conductor también puede encenderla o apagarla manualmente. La parrilla puede estar iluminada mientras se conduce, dando más brillo a la ya de por sí llamativa apariencia del nuevo BMW X6.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. La red de producción del Grupo BMW incluye 31 sedes de producción y ensamblaje en 15 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2018, el Grupo BMW vendió más de 2.490.000 vehículos de pasajeros y más de 165.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2018 fueron de aproximadamente 9,815 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 97,480 mil millones. A 31 de diciembre de 2018, el Grupo BMW tenía 134.682 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa, por tanto, ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de su estrategia.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

Twitter: <http://twitter.com/BMWespana>

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWespana>

Google+: <http://plus.google.com/+bmwespana>