



A propósito del I. C. S. I. D.

Por R. Marquina

Notas al Ensayo presentado por Tomás Maldonado, de la escuela de Ulm, sobre el Tema «Formación y alternativas de la profesión de diseñador industrial».

Capítulo 2.º

Durante las sesiones del Segundo Congreso Internacional de D.I. no hubo tema que tan claramente interesara en forma total a los congresistas, como el que de cerca o de lejos atañía directamente a los límites, características y peculiaridades que podían definir la profesión.

Este particular interés, que se notaba en el ambiente, se reflejaba en la mayoría de las sesiones de trabajo, sea cual fuere el tema específico bajo el cual se iniciaba la sesión. Después de unas exposiciones y elucubraciones sobre la temática que bajo un señalado epígrafe se tratara, el conferenciante que iniciaba lo que posteriormente debiera haberse convertido en coloquio, revertía más o menos claramente hacia el tema que en su ánimo y en el de los que le escuchaban parecía más importante: la definición exacta de las actividades del diseñador industrial.

Pero de todos los oradores, quizá el que se refirió al problema, con una valentía y claridad dignas de su ya largo conocimiento con el tema, fue Tomás Maldonado.

De este diseñador, perteneciente al profesorado de la prestigiosa entidad docente de Ulm, se esperaba un buen trabajo. No defraudó el presentado, siempre dentro de su línea de crítica rigurosa y hasta cierto punto aparentemente destructiva, para quien no advierta su profundo y claramente expresado deseo de mejorar partiendo de más sólidos y definidos cimientos.

A este respecto nos parece muy acertado el casi cruel análisis que hace de las tres tendencias actuales del diseño industrial: la que lo confunde con un promotor de ventas; la del que opina que es el «sustituto» del Arte y por tanto intérprete del «auténtico arte popular» y finalmente la que opina que el D.I. es una actividad destinada a desaparecer en una sociedad de economía «no competitiva».

Los diseñadores de nuestro país, todavía jóvenes en estas lides, debemos meditar gravemente sobre estas consideraciones que hace Maldonado, y no dejarnos arrastrar por el fácil espejismo de posiciones que tienen sus ribetes de snobismo y falsa intelectualidad. Nuestra posición de recién llegados, debe, o debiera, salvarnos de actitudes que en otros países han periclitado.

Trancribimos nuestras notas sobre el trabajo de Maldonado: «No es la primera vez que nos reunimos para cambiar nuestras ideas sobre la formación del diseñador industrial. Este tema ha sido ya examinado en todos o casi todos los congresos de diseño industrial. No ha faltado, como objeto de discusión ni en Darmstadt, Estocolmo, Tokio, Aspen». (De la conferencia pronunciada por Maldonado en Tokio, Cuadernos de Arquitectura publicó en su número 43 un resumen del que aconsejamos su lectura por cuanto se advierte claramente en el presente trabajo la continuidad de las ideas del autor).

La predilección por un tema de esta naturaleza hace pensar que existen motivos mucho más sutiles de lo que pueden parecer a primera vista. ¿Cuáles pueden ser las razones que han suscitado un tan obstinado interés por el problema de la formación del diseñador industrial?

Uno de los motivos posibles, más no el único, es que buen número de diseñadores creen encontrar en la educación uno de los medios más eficaces para estabilizar y consolidar su profesión. Muchos imaginan que la educación directa o indirectamente puede contribuir a modificar un estado de cosas que consideran inquietante: las precarias condiciones especialmente psicológicas en que se ven obligados a ejercer; la falta de claridad acerca de la naturaleza de su posición social y el sentimiento de inseguridad que de ello se desprende.

Durante mucho tiempo el diseñador industrial ha tendido a aumentar el campo de sus actividades en lugar de tratar de profundizar en el mismo. Esta actitud ha tenido hasta cierto punto una justificación. En los inicios de cualquier actividad la acción debe prevalecer sobre el análisis. Pero ha llegado el momento de considerar que ya no estamos en los inicios. Es urgente evitar que sobre el diseñador industrial se tenga la noción vana y ambigua de los momentos actuales. Los conflictos y malentendidos, las situaciones embarazosas, caracterizan inconfundiblemente la vida cotidiana de una profesión de este tipo. No es raro que el diseñador industrial corra el riesgo de ser considerado usurpador, impostor, o intruso. Y el primer consciente de ello es el propio diseñador industrial. Nada es menos confortable que la obligación de ejercer una profesión sin fronteras en un mundo de actividades estrictamente limitadas. Cualquier papel que asuma — artista, ingeniero, promotor de ventas, u hombre de gusto — no puede liberarle de este inconfesado sentimiento de apropiación indebida. A pesar del tiempo transcurrido, la profesión sigue estando en la infancia. No ha llegado a la madurez porque no ha alcanzado aquello que la distingue: la actitud para conocer sus propios límites.

No obstante, nada más erróneo que simplificar demasiado la relación de dependencia entre profesión y formación profesional.

La esperanza de que la educación pueda ayudar al diseñador industrial a consolidarse y estabilizarse socialmente, profesionalmente no está del todo fundamentada.

La relación entre formación profesional y actividad profesional no es solamente pasiva, receptiva, sino esencialmente activa: un auténtico cambio dialéctico. La práctica pedagógica puede ayudar a aclarar los puntos básicos de esta profesión, pero es imposible, sin alguna hipótesis sobre el tipo de profesional que se desea formar, afrontar con éxito esta práctica pedagógica. Cuando se reflexiona sobre la naturaleza de las dificultades que las escuelas de diseño industrial están hoy afrontando, aparece en forma evidente que éstas provienen directamente o indirectamente de las inexactas bases en que se apoya esta hipótesis o en la ausencia total de la misma. Este clima de apatía y esterilidad que se advierten en algunas escuelas de diseño industrial se debe a la profunda desorientación sobre qué cosas, cómo y porqué debe enseñarse. Es preciso reconocer que estas desorientaciones son resultado de las que se advierten en el campo más amplio de la actividad profesional.

En definitiva si está justificado decir que la formación del diseñador industrial es generalmente confusa y contradictoria, la causa de ello reside principalmente en el hecho de que el diseño industrial, en cuanto a profesión y filosofía de una profesión, continúa siendo confuso y contradictorio.

En los últimos tiempos se observan síntomas de inquietud por parte del profesional acerca de esta situación. Su interés por los problemas pedagógicos constituye el principal síntoma de esta inquietud creciente. No obstante su preocupación es siempre marginal y no influye sobre su labor cotidiana. Su sospecha sobre el carácter confuso y contradictorio de su profesión no le impide crear con la habitual intensidad y eficacia.

Para el educador, la situación es muy diferente. El carácter confuso de los fines de su actividad puede llegar a paralizarle. Porque la labor del educador, contrariamente a lo que dicen los filósofos de la existencia, puede ser experimental, dinámica y tan viva como se quiera, pero sus fines deben ser claramente específicos. En

los tiempos actuales tan ricos en diversidad de valores que tienden a diversificarse hasta el infinito, es difícil no ceder a la tentación de considerar anacrónica una actividad que como la educación no puede ser eficaz sin fijarse cuando menos una constante: la constante del tipo humano que debe obtenerse.

Sin aceptar este principio, la formación del diseñador industrial se convierte en una farsa académica y el educador en un funcionario más o menos aburrido y abúlico.

Por tanto, solamente una clara formulación del tipo profesional que quiere obtenerse, puede convertir a una escuela de diseño industrial en un organismo suficientemente vigoroso y dinámico que justifique su existencia.

Existen dificultades para tal formulación. El desorientamiento pedagógico es producto de la desorientación profesional. ¿Pero es justo hablar de desorientación profesional? Dando una ojeada a la presente situación del diseño industrial, examinando las numerosas formas de afrontar esta actividad y los numerosos argumentos que tratan de justificar estas formas, hay que reconocer que la primera impresión es desoladora.

El panorama es tan heterogéneo que resulta imposible hacerse una idea más o menos unitaria de lo que debe ser el diseño industrial. No obstante, si estudiamos los factores que determinan esta heterogeneidad se observa que en medio de ellos existen algunas semejanzas y coincidencias que les confieren un aire de familia que sirven para reagruparlas en orientaciones fundamentales. No existe pues una cantidad ilimitada de formas de practicar e interpretar el diseño industrial. Hablaremos de tres de ellas. En nuestra actual economía competitiva la orientación más influyente es aquella que considera el diseño industrial principal o exclusivamente desde el punto de vista de la promoción de ventas.

Según los representantes de esta orientación, el diseño industrial tiene una función específica en el mundo del mercado: estimular el proceso que permita a la demanda latente convertirse en demanda efectiva. La necesidad abstracta en el deseo concreto. La necesidad abstracta, por ejemplo de lavar la ropa, en el deseo concreto de adquirir una determinada máquina de lavar: máquina de la empresa con quien colabora el diseñador industrial, no de una empresa de la competencia. Por ello el diseñador industrial puede ser considerado sin eufemismos un vendedor. Un vendedor por otra parte, que no sólo sabe vender, sino venderse a sí mismo.

Esta orientación, durante los primeros quince años de existencia del diseño industrial, fue acogida como la más realista, de acuerdo con las necesidades de la producción y de la política de ventas y lógicamente no suscitó crítica alguna. Pero después de la segunda Guerra Mundial se ha manifestado una corriente decididamente contraria a ella, en determinados círculos progresivos de economistas y sociólogos. Según éstos, una actividad cuya finalidad sólo persigue transformar las ilusiones y los deseos de las masas en beneficios enormes para una minoría, es una actividad negativa. Por ello, el diseñador industrial no es un profesional digno de ser considerado seriamente. En todas las profesiones existe una ética, unas normas que precisan el comportamiento de sus miembros, una ética que exalta la responsabilidad social de la profesión, la necesidad de anteponer siempre los intereses de la comunidad a los particulares del profesional o del grupo del cual el profesional depende. Al diseñador industrial le falta, según estos críticos, una ética de este género.

Un ataque de tal naturaleza no ha turbado excesivamente a los diseñadores industriales, pues creen que proviene de unos pocos «intelectuales resentidos» dirigido hacia los que sobresalen con éxito. No obstante les han hecho comprender que su profesión necesita una especie de doctrina susceptible de aportar un carácter menos en contradicción con las exigencias del progreso cultural y social.

Sorprendentemente la ayuda a sus problemas puede provenir de un grupo de intelectuales que no tienen objeción alguna a la sociedad en que viven, lo que no se sabe claramente si deriva de frivolidad o de convicción. Hombres adaptados y prestos a juzgar sobre las apariencias con absoluta buena fe. Su filosofía sobre el diseño industrial se vale de una teoría del arte (o anti-arte) y una teoría económica a la cual se adhieren con chocante credulidad. Según ellos la misión del diseñador industrial consiste en «realizar» el «arte popular» de nuestra civilización técnica, un arte intérprete de los auténticos gustos populares y permanece indiferente o acaso hostil a los valores que proceden del «arte eterno». En suma, una extraña mezcla de populismo, futurismo y dadaísmo tardío.

En los «autosaurios» de Detroit creen encontrar la frescura y

fantasía popular de nuestra época. En el radiador de un Cadillac ven más ideas originales que en todas las pinturas formales e informales expuestas en la Bienal de Venecia. Poseen una ingenua pasión por aquello que Ernst Bloch llamó «la miseria cromática», con la diferencia de que ellos no ven en esto miseria alguna, sino bienestar y sólo bienestar. Están convencidos que el diseño industrial activa el consumo y que a mayor consumo corresponden mayores puestos de trabajo y esto trae mayor poder adquisitivo para todos y para cada uno de nosotros. No se trata más que de una reedición de una de las más tenaces ilusiones de la economía liberal «lo que va bien para los negocios, va bien para la sociedad».

Los economistas — incluso liberales —, han dejado de creer en esta panacea universal. John Kenneth Gallraith ha demostrado que el consumo universal tiene sus límites y sus peligros. La tesis que identifica los intereses de los negocios con los de la sociedad, de día en día va haciéndose insostenible. Necesitaremos tener la valentía de afirmar públicamente aquello que secretamente todos sabemos: lo que va bien para los negocios, no siempre va bien para la sociedad.

Finalmente, los representantes de esta orientación del diseño industrial, mantienen aparte de la teoría del arte popular y del consumismo a ultranza, la de que nuestra sociedad puede moldear la personalidad del hombre. Sus prejuicios, sus simpatías y antipatías, pueden dirigirse y la personalidad individual no es autónoma en una sociedad de masas como aquella en la que vivimos. Prejuicios positivos y negativos confrontan individuos, grupos e incluso objetos. Y puede trabajarse sobre estos prejuicios. El prejuicio positivo por los «autosaurios» no es excepción.

Otra orientación importante es la que enfoca el problema del diseño industrial desde el punto de vista de las indicaciones morales y estéticas. Mientras en el campo exclusivamente de la producción la influencia de esta orientación es escasa, es en cambio importante en el campo de las funciones teóricas del diseño industrial. Es innegable que las ideas más influyentes, sobre todo en lo que respecta a la parte cultural del diseño industrial, provienen en gran parte de los representantes de esta orientación. Representantes que se dedican con gran energía al esclarecimiento teórico de la profesión y que no son, salvo pocas excepciones, aquellos que más activamente la practican y que son aquellos a cuya colaboración debe la industria la resolución cotidiana de sus problemas. En definitiva, existen diseñadores con muchas ideas y poca producción y de otra parte, diseñadores con pocas ideas y muchos productos. Tratar de aclarar este fenómeno con la sola ayuda de los medios tradicionales (teoría y práctica, idealismo y realidad, etc.) sería superficial y equívoco. La realidad es que ello es el resultado de las siguientes razones: 1). las ideas eran desde todos los puntos de vista, absurdas; 2). las ideas eran buenas pero mal formuladas; 3). las ideas eran buenas y formuladas correctamente, pero las condiciones históricas (económicas-sociales, culturales, técnicas, etc.) eran poco favorables a la realización.

Si se quiere comprender esta situación debe comprenderse que la actitud de los diseñadores de que estamos hablando es esencialmente anti-conformista. Ellos consideran la profesión más como un movimiento artístico que como una verdadera actividad o profesión industrial. No admite en ningún caso que sean vendedores o estimuladores de la compra. Nada puede irritarles más. Y si no siempre son incorruptibles, debemos reconocer que desean serlo siempre. Son megalómanos y tienen sin excepción una elevada opinión de sí mismos. Productores y consumidores existen solamente para fabricar y comprar aquello que el diseñador industrial decide que debe fabricarse y comprarse. Según ellos, son los responsables del destino de la Belleza y de la Razón del Mundo en el que reinan la Fealdad y el Absurdo. Se considerarían los auténticos apóstoles, únicos depositarios de una verdad que la mayoría de los hombres ignoran. No obstante es preciso reconocer que su programa se concentra en la fe de mejorar el mundo por la mejora de las formas de los objetos de este mundo. Tienen confianza ilimitada en el valor de catarsis e incluso revolucionario de ciertas formas privilegiadas. Preconizan la importancia de tender a la perfección y la belleza absoluta de los objetos entendiendo por tales la óptima aptitud del objeto a su función por sus formas. Por ello se reprocha, no sin razón, a estos inconformistas sociales su exasperante conformismo cultural y su academicismo. Es difícil comprender cómo la experiencia artística de nuestro siglo, tan variada y temeraria, puede ser ignorada por ellos como si realmente existiese un mundo de formas plásticas, de perfección y belleza absolutas.

La posición de los sostenedores de la forma perfecta puede definirse como esencialmente conservadora.

No menos «demodé» queda su teoría relativa a la absoluta coincidencia entre forma y función. ¿Qué quiere decir esto? ¿Qué significa en el caso concreto p.e. de la máquina de escribir? ¿Por qué debe ser considerada como la única o la definitiva? La diferencia entre esta postura y la que preconiza que la forma debe cambiarse cada seis o doce meses es mucho menor de lo que podría suponerse. Ambas son ejemplo de la manera puramente formal y nunca estructural de pensar en el diseño. Ambas contribuyen en igual medida a impedir que la forma actual del producto pueda ser fundamentalmente readaptada.

Existe una tercera orientación que ahora está sólo en sus inicios pero que, queramos o no, obtendrá una influencia creciente en los próximos años. Me refiero a la orientación del diseño industrial que hoy empieza lentamente a desenvolverse en países de estructura económica y social diferente de la nuestra. Es decir, en países socialistas. El examen de esta orientación puede ayudarnos a respondernos a una pregunta que hoy nos hacemos con insistencia: si debe considerarse la profesión como una actividad que se justifica únicamente en el cuadro de una economía competitiva o si se trata de una actividad que permanece útil en un ambiente de economía en que la competencia ha desaparecido o tiende a desaparecer.

El diseñador soviético Yuri Soloviev, en un manuscrito enviado al reciente congreso de Aspen asegura que la profesión de diseñador industrial tiene un importante puesto en una sociedad no competitiva.

Asegura incluso, sin intención polémica, que esta profesión puede tener mejores posibilidades en una estructura socialista que en una de tipo capitalista. Sin dudar que la profesión de diseñador pueda conservar su importancia en una sociedad no competitiva, confieso que no comparto el optimismo del señor Soloviev en cuanto a las mejores posibilidades que pueda ofrecerle una estructura de tipo socialista. Es evidente que una sociedad no competitiva obliga al diseñador a renunciar definitivamente a ciertas posibilidades creativas y profesionales. En otras palabras, el diseñador no tiene «mejores» posibilidades aunque las tenga «diversas».

No obstante es curioso que en general, los diseñadores de países socialistas no parecen poseer una clara conciencia de las posibilidades que el sistema económico y social en que habitan puede ofrecer a su profesión. ¿Cómo explicar por otra parte que manifestaciones decididamente patológicas del diseño industrial americano o europeo, hayan sido adoptadas como modelo por los diseñadores soviéticos? Desearíamos de ellos no imitaciones de nuestras debilidades, sino logros extraídos de las posibilidades que les son específicas. En nuestra sociedad en que la actividad consiste esencialmente en el tráfico de objetos, es difícil por no decir imposible aceptar que la naturaleza de un objeto pueda ponerse en duda y que de repente se pretenda modificarla radicalmente, aun cuando necesite en ocasiones urgente revisión tanto desde el punto de vista funcional como estructural. Los diseñadores de una sociedad no competitiva se encuentran sin duda en condiciones favorables para afrontar con éxito este problema. Hasta ahora muy poco por no decir nada se ha hecho en este sentido. Es de esperar que esto no sea debido a la extendida razón que ha llevado a arquitectos y urbanistas soviéticos a cometer el más grave de los errores: la ingenua fe en la tradición.

En el transcurso del análisis de estas tres orientaciones creo haber demostrado que el diseño industrial en cuanto a profesión y filosofía de una profesión es una realidad confusa y contradictoria, en la que domina la más absoluta desorientación.

¿Cómo es posible definir en estas condiciones las características de la formación del diseñador industrial? ¿Cómo es posible en medio de este laberinto de opiniones tan dispares, decidirse por una filosofía educativa más o menos unitaria y coherente? Muchos han renunciado definitivamente.

Personalmente creo que a pesar de todas las dificultades, esta característica puede ser definitiva y esta filosofía precisada. Lo interesante es avanzar, aunque sea despacio, modestamente y sin excesivas ambiciones sobre lo que se trata de razonar. Debemos saber por ejemplo que no podremos nunca precisar los límites de la profesión con la misma precisión y exactitud con que puede hacerse con la de un médico, un químico, o un veterinario. Y todavía más: el programa industrial no podrá ser nunca un programa imparcial, objetivo y ecléptico; un programa que satisfaga a los representantes de las más dispares orientaciones y grupos. Deberá ser necesariamente un programa sobre un

punto de vista pendencioso: el resultado de preferencias personales y de opiniones muy personales.

Es evidente que tarde o temprano se desarrollará un concepto integral y orgánico de la enseñanza: es decir un sistema, una constelación de diversas escuelas con diversos programas y diversos grados de especialización. Pero esto que por otro lado es una reforma radical que esperan todas las escuelas de arte, de artesanado y de arquitectura es demasiado extenso para ser tratado aquí. Por el momento y para concluir deseo señalar las más salientes características del tipo de diseñador industrial que a mi modo de ver debe representar la imagen tipo para todas y cada una de las escuelas que pertenezcan a este sistema.

Para partir de una base específica, propongo la siguiente definición del diseño industrial:

«Actividad que tiene como finalidad determinar las propiedades de forma de los objetos que produce la industria. Estas no son solamente las exteriores, sino principalmente las relaciones estructurales y funcionales que convierten un objeto en una unidad coherente, tanto desde el punto de vista del productor, como del consumidor. Cuando el aspecto puramente exterior no es resultado a menudo más que de la intención de hacerlo más atrayente, o de disimular sus defectos de construcción, las propiedades de forma del objeto, son siempre la consecuencia de una coordinación y una integración de todos los factores participantes en una u otra forma, en el proceso formativo; funcionales, culturales, tecnológicos o económicos. Dicho de otro modo. En tanto que las características exteriores de forma pueden parecer una realización accidental, que no ha nacido ni se ha desarrollado al mismo tiempo que el objeto, las segundas constituyen una realidad que corresponde a su organización más profunda, nacida con él».

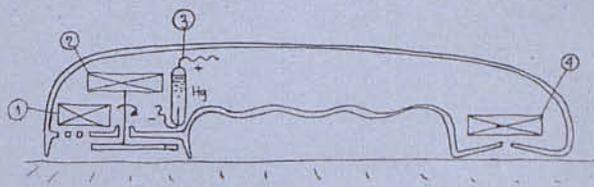
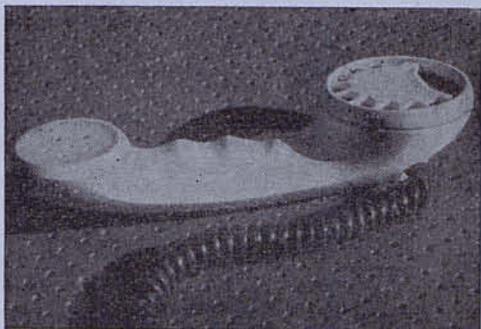
Esta definición se puede interpretar con ligeras variantes que corresponden:

- a) la estructura económico social del medio
- b) el grado de complejidad estructural y funcional del objeto
- c) la medida de dependencia del objeto hacia las tradiciones del gusto y de las artes locales.

En consecuencia el diseñador industrial, tal como lo imagino, será un hombre de gran eficiencia profesional y de no menor influencia en una sociedad competitiva. No lo imagino en el papel de espectador ni de juez, sino como participante activo del hecho en que vive. Profundamente empeñado en su actividad de equipar a la sociedad sin otra meta. Pero nunca en la posición del que ignora o se muestra indiferente a los conflictos, desventuras y peligros del mundo que quiere equipar.

El diseñador industrial deberá poseer todos los conocimientos y experiencias que requiere un trabajo creativo, en una industria siempre decisivo. Deberá estar preparado para superar todas las dificultades objetivas de la colaboración con los representantes de los más variados campos de actividad. El diseñador industrial deberá saber todo lo necesario relacionado con los materiales y procedimientos de fabricación y aquello que respecta a las relaciones entre el hombre y el objeto tanto psíquicas como fisiológicas. El diseñador industrial debe saber todo lo necesario en cuanto a la conservación del valor cultural del objeto, a su significado para el individuo aislado y para el individuo relacionado con otros individuos. Y todo ello, todos estos conocimientos y experiencias, no deberán nunca ser impedimento para que resalte su espontaneidad creativa. El diseñador industrial debe oponerse a la tendencia de ciertos grupos para utilizar su capacidad de diseñador para productos que están en flagrante contradicción con los intereses materiales y culturales del consumidor. El motivo que determina esta actitud debe buscarse en la inmediata y natural fe, privada de cualquier forma de sentimentalismo, en ciertos valores humanos que deben ser siempre defendidos; esta defensa no se basará nunca sobre una fácil declamación demagógica, sino sobre una fría y objetiva vigilancia con todas las actitudes que la defensa de estos valores exigen.

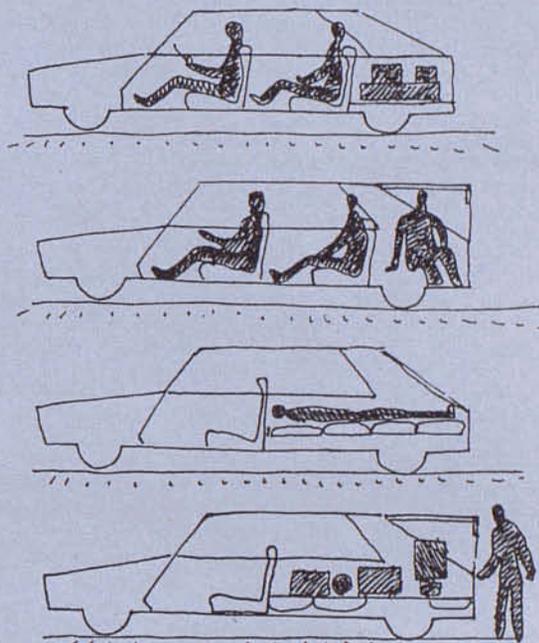
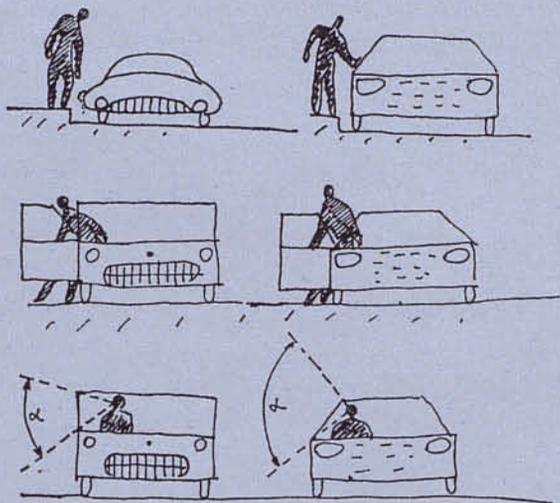
Esto nos dijo Tomás Maldonado. Como advertí al principio, su trabajo puede en ocasiones parecer falta de optimismo. Es evidente que Maldonado por el hecho de estar ya de vuelta de muchas actitudes que nosotros recién hemos descubierto, puede parecernos hombre sin demasiada fe en unas posibilidades en las que nosotros nos gustaría creer sin dudas. Pero como decía al principio de este artículo nos convendría meditar sobre estos aspectos y posiciones que parecen pesimistas pero que en el fondo señalan de manera inequívoca los escollos en que otros tropezaron. Por una vez abandonemos la muy ibérica actitud de repetir errores ajenos.



Esta, al igual que las demás fotografías que ilustran el presente artículo, nos muestra un ejemplo de los trabajos de diseño industrial, efectuados en la escuela de diseño de Varsovia.

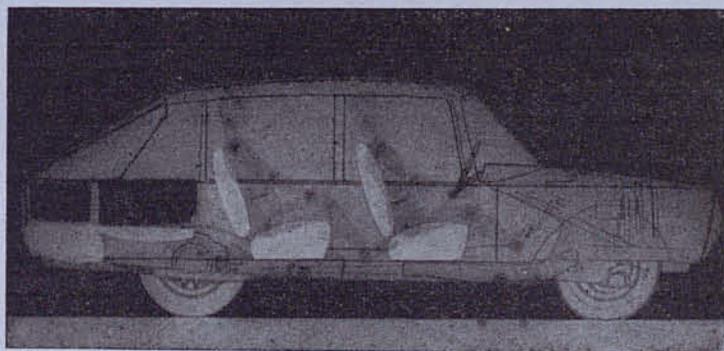
En el presente caso, se trata de un aparato telefónico en el

cual ha sido suprimido el soporte tradicional con la ingeniosa solución de alojar el disco para marcar automáticamente en el círculo donde se sitúa el micrófono. El reborde del mismo ofrece una amplia base de sustentación.



Estos bocetos son un ejemplo de la transformación en expresión grafiada de alguno de los problemas que, en abstracto, debe fijarse siempre el diseñador industrial. Para un automóvil, ¿qué perfil proporciona una mejor accesibilidad? ¿Cuál permite mayor visibilidad? ¿Cuál reúne las dos características?

Aquí los problemas planteados son del orden de capacidad de transporte y variedad de utilización. Para resolverlos se sigue el mismo camino. Naturalmente se supone que estos bocetos corresponden a resultados ya obtenidos antes que a tanteos previos.



Las fotografías de la maqueta del automóvil «Warszawa», resultado de los estudios efectuados de acuerdo con los anteriores esquemas, muestran cierta influencia italiana y francesa (Lancia y Citroen) pero evidentemente poseen también una personalidad propia.

