“Las proporciones del Taycan son únicas”

Este artículo refleja la situación en el momento de su publicación. El contenido puede haber quedado desactualizado desde entonces.

04/09/2019 Tres meses antes del estreno del Taycan, el primer deportivo 100% eléctrico de la marca, Porsche ha desvelado los primeros bocetos que dejan a la vista ciertos detalles exteriores del modelo de producción. Michael Mauer, Responsable de Diseño, habla en esta entrevista sobre los rasgos que definen al Taycan.

Señor Mauer, con el Taycan pronto habrá en el mercado un Porsche que no tiene parangón. Esto marca el inicio de una nueva era en muchos aspectos, ¿también en términos de diseño?

De hecho, fue una de las tareas más emocionantes y desafiantes, simplemente porque no había un punto de partida. Sin embargo, no lo hicimos desde cero porque sabíamos que este nuevo modelo tenía que ser reconocible a primera vista como un Porsche; es decir, tenía que encarnar lo que yo llamo identidad de marca. Con el Taycan, continuamos con la estrategia de ofrecer el vehículo más deportivo en cada uno de los segmentos en los que estamos presentes. En términos de diseño, esto se expresa inicialmente con las proporciones. Los coches deportivos tienen una relación anchura/altura más estilizada que otros vehículos. Y me atrevería a decir que hemos redefinido hasta cierto punto la arquitectura de los vehículos puramente eléctricos.

¿En qué sentido? ¿Cómo de especial?

El Taycan es absolutamente único en términos de sus proporciones. Generalmente, los vehículos puramente eléctricos son más altos que los equivalentes convencionales porque las baterías relativamente pesadas y grandes se colocan en el piso del vehículo, con los ocupantes por encima de ellas. No estábamos dispuestos a aceptar esto. Sin embargo, no se pueden instalar las baterías en otro lugar por razones dinámicas, el centro de gravedad debe ser lo más bajo posible. Debido a que tampoco se puede ampliar el vehículo, el desafío específico era situar a los pasajeros lo más bajo posible sin que tuvieran que estar tumbados como en un fórmula 1. Esto lo resolvimos con los llamados "garajes de pies". Permiten una posición de asiento cómoda incluso con la altura de un coche deportivo. En retrospectiva, podemos decir que estas proporciones fueron el mayor reto. ¿Qué altura puede tener el vehículo? ¿Qué largo y ancho debe ser, cómo de inclinados deberían ir los pasajeros? Para mí, eso es típicamente Porsche: la búsqueda de la solución ideal.

¿Desde cuándo estuvo involucrado en el desarrollo?

Desde el principio. Este es el requisito previo más importante para una estrategia de diseño. En el

pasado, las proporciones ya habrían sido definidas en el momento de unirnos al proyecto. En consecuencia, en ese momento ya estaba tomada una decisión fundamental sobre el diseño. En este contexto, siempre me gusta explicar nuestro proceso, que consiste esencialmente en tres pasos: proporciones, estilo y detalles. Las proporciones son elementales. Si no están bien, después no se puede hacer mucho con el estilo y los detalles.

¿Estaba claro desde el principio qué dirección iba a tomar el desarrollo?

Tuvimos muchas discusiones, en particular sobre las proporciones. A veces, también hemos considerado la posibilidad de lanzarnos a la movilidad eléctrica con un SUV, pero al final tomamos la decisión de dar este importante paso para Porsche con un coche deportivo, con el fin de hacer una declaración de principios. La pregunta era: ¿hasta qué punto muestras claramente que éste es el inicio de la nueva era puramente eléctrica? ¿Significa eso que tenemos que cambiar todo?

¿Cuál es su opinión?

Con una marca tan fuerte como Porsche, no sería una buena idea ignorar todos los elementos característicos del diseño de la marca. Para mí, personalmente, siempre hay dos componentes: en primer lugar, la identidad de marca, reconocer que se trata de un Porsche. Luego está el segundo nivel, la identidad del producto, ¿qué Porsche es? La identidad de la marca se muestra por diferentes características, empezando por las proporciones. Queda clara por la especial topografía del capó y de las aletas delanteras, las tomas de aire en lugar de un parrilla del radiador dominante, nuestra "flyline", la línea del techo descendente y una fuerte línea de hombros en la parte trasera. Estos son los elementos que caracterizan a todo Porsche. La diferenciación tiene lugar entonces a nivel de la identidad del producto.

Nos contó usted que el Taycan es su primer intento de definir la apariencia de un modelo con sistema alternativo de propulsión.

Sí, en efecto. En cuanto a la identidad del producto, damos a cada gama de modelos sus características individuales. Uno de los elementos cruciales que hemos definido en este contexto es la forma de los faros. Hemos invertido mucho tiempo de desarrollo en este elemento y hemos desarrollado un concepto que ahora mostramos en detalle por primera vez, unos tres meses antes del estreno mundial. Va más allá de los modelos anteriores y caracteriza a la identidad de producto de nuestros vehículos puramente eléctricos. Las luces diurnas de cuatro puntos, que hoy en día no son tan frecuentes, no solo destacan por el patrón de luz, también por su forma. Este elemento escultórico es importante, ya que es la pieza clave en la parte frontal. La moderna tecnología de iluminación nos ofrece fantásticas opciones en este contexto.

¿Beneficia al diseño que no esté forzado a instalar un gran motor de combustión debajo del capó?

El efecto, ofrece una gran libertad a la hora de crear en comparación a, por ejemplo, con un Panamera o un Cayenne, que plantean retos diferentes. Podemos basar más el diseño en el 911, y eso ayuda

significativamente en términos de identidad de marca. Sin embargo, vamos un paso más allá en el contexto de la identidad del producto: la aerodinámica y la calidad del flujo de aire son especialmente importantes para los modelos totalmente eléctricos. Por esta razón, eliminamos los faros tradicionales y utilizamos en su lugar una fuente de luz situada en la toma de aire. El aire entra lateralmente desde delante y sale por detrás de los pasos de rueda. El flujo de aire en las ruedas es, por lo tanto, menos turbulento, lo que aporta importantes beneficios aerodinámicos.

¿Pudieron adoptar características del Panamera? Después de todo, también es un vehículo deportivo de cuatro puertas.

Huelga decir que nos hemos beneficiado de la experiencia adquirida con las diferentes generaciones de Panamera. De perfil, creo que la inclinación descendente de la línea de techo, nuestra 'flyline' y la forma de las ventanillas, por ejemplo, son elementos de diseño particularmente logrados. Sin embargo, como siempre existe el objetivo de dar al modelo una identidad de producto individual, estaba claro que el Taycan no debe parecerse a un pequeño Panamera. Y no es así. Las diferencias son tan grandes que no hay riesgo de confundirlos.

Esto hace referencia de nuevo al reto de conciliar los objetivos de identidad y diferenciación. Necesita ser familiar y, al mismo tiempo, parecer nuevo.

Sí, queda claro al mirar la parte trasera del Taycan. Por un lado, se reconoce la identidad de la marca con una fuerte línea de hombros y lo que llamamos “el invernadero empotrado”, con unas proporciones bonitas y unas superficies lo más limpias posible. Obviamente, el Taycan no tiene salidas de escape, por lo que enfatizamos la aerodinámica y nos centramos intensamente en el difusor trasero, que a su vez representa la identidad de producto de los vehículos puramente eléctricos. La línea luminosa que recorre la parte trasera refleja nuestra filosofía fundamental de introducir nuevos elementos para crear la identidad del producto, que después pueden subir un nivel y pasar a formar parte de la identidad de la marca. Originalmente, sólo los modelos 911 con tracción a las cuatro ruedas tenían esa línea luminosa y, ahora, la tienen todos los modelos Porsche. Debemos intentar crear características diferenciadoras para modelos individuales.

¿Consideraron rediseñar también el emblema de la marca con la introducción del Taycan?

Es bien sabido que hemos adaptado repetidamente el emblema a lo largo de los años. Soy de la opinión de que las señas de identidad de la marca también deberían evolucionar, al igual que el logotipo del modelo de la nueva generación 911, que actualizamos en su lanzamiento. La tipografía resulta un poco áspera ahora, diría yo. Lo tuvimos en cuenta para el Taycan. De hecho, ya hemos experimentado con emblemas blanco y negro como grabado de alta calidad en aluminio en los capós de prototipos de salón. Da una impresión más contemporánea, pero rompe con la tradición. Al final optamos por mantener el emblema actual.

Hablando de tradición, ¿cómo está cambiando el trabajo de diseño como resultado de la digitalización? ¿Todavía necesita herramientas tradicionales?

Permítanme decirlo de esta manera: la creatividad sigue siendo primordial y procede de las mentes de los diseñadores, no de los bolígrafos digitales o de las fresadoras inteligentes. Sin embargo, nos hemos vuelto mucho más rápidos porque podemos trabajar simultáneamente en los mundos físico y digital. Hoy en día, podemos crear modelos de datos a partir de bocetos simples y reproducirlos inmediatamente como gráficos en 3D en ordenadores o grandes pantallas de vídeo. Esto es muy atractivo y acelera los procesos, pero sigo creyendo firmemente que no es un sustituto de la creación de un modelo físico. Hay cosas que no se ven en un ordenador, solo destacan en la realidad. A veces es necesario diseñar una superficie sobre la base de parámetros matemáticamente "incorrectos" para asegurarse de que después tiene el efecto correcto. En algunos casos, ni siquiera podrás explicar por qué, sólo tienes un presentimiento. Por esta razón, seguimos confiando en los probados modelos de arcilla hasta una escala de 1:1, en la que cada superficie y cada línea se crea a mano.

Es tranquilizador saber que no se puede expresar todo con fórmulas.

Ni que decir tiene que también es un factor de coste, pero creo que se puede saber si se ha tenido un cuidado especial en el diseño de un vehículo. Para mí, uno de los mayores desafíos es recordarme que no estoy diseñando el vehículo para mí mismo, sino para los clientes. Ellos esperan, con razón, un producto exclusivo que también demuestre una artesanía de calidad. Las superficies están cargadas con una cautivadora tensión, con lo convexo y lo cóncavo, para que todo el conjunto fluya. Estos son también signos de calidad. Nuestros clientes lo valoran mucho, y estoy seguro de que seguirán haciéndolo en el futuro.

Y este futuro será también totalmente eléctrico en Porsche, al menos hasta cierto punto. Seguramente estos también son tiempos emocionantes para usted personalmente.

¡Absolutamente! Comencé en Porsche cuando el desarrollo del Panamera inició una ampliación a gran escala de la gama de productos. Nos encontramos una vez más en un momento crucial para la empresa. Es algo muy especial asumir la responsabilidad en estos tiempos. Mi idea es que el Taycan se convierta en el icono de esta nueva era, casi como sinónimo de un coche deportivo puramente eléctrico. Al igual que lo que el 911 ha logrado en su segmento en las últimas décadas.

Image Sublines

Path: media/fotos/img_1.jpg
Title: Michael Mauer, Responsable del departamento de Diseño de Porsche, 2017, Porsche AG
Subline: Michael Mauer, Responsable del departamento de Diseño de Porsche, 2017, Porsche AG

Path: media/fotos/img_2.jpg
Title: Taycan, exterior, boceto, 2019, Porsche AG
Subline: Taycan, exterior, boceto, 2019, Porsche AG

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa/2019/es-porsche-taycan-exterior-entrevista-michael-mauer-18015.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/34c7183b-fdbc-4ddf-b75d-69a0d6d68f47.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart