"Porsche Unseen": futuro perfecto

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

18/11/2020 Cuando el Director de Diseño de Porsche, Michael Mauer, crea el lenguaje de estilo del mañana, primero concibe el de pasado mañana y, desde ahí, vuelve hacia atrás. Aquí, él mismo describe el proceso.

Hoy

¿En qué piensa el diseñador por la mañana? Piensa en el mañana. Solo es un juego de palabras, pero no por ello es menos cierto. La tarea del diseñador es mantener la vista en el futuro, más allá del ahora. Por principio y siempre. Su esencia depende de ello. Y si analizamos minuciosamente el pensamiento de un diseñador, vemos incluso que no vive realmente en el hoy, sino que va un paso por delante. A ese lapso de tiempo lo podríamos denominar «instante estético». Ante un proyecto, el diseñador debe conocer las formas del pasado y haber analizado cómo funcionan. Pero hay un momento para la anticipación en este proceso. Esto se aplica en general para el diseño, pero muy especialmente para los estilistas de la industria del automóvil.

Ese instante estético, entendido como un metrónomo del presente, no basta para trazar cómo será el Porsche 911 que salga de fábrica dentro de cuatro o cinco años. Entonces, ¿cómo identifica el diseñador lo que serán las formas contemporáneas del mañana?

Es menos mito que mecánica, no el beso de una musa que crea fascinación formal en el futuro, sino un salto en el tiempo. El psicoanalista estadounidense Stephen Grosz dijo muy acertadamente que «el futuro no es un lugar al que nos dirigimos, sino una idea en nuestra mente ahora. Es algo que estamos creando, que a su vez nos crea». Así que, para poder representar el mañana, el diseñador debe viajar primero al pasado mañana.

Pasado mañana

Pasado mañana, un momento que llegará al menos dentro de treinta años, es accesible para la mente del diseñador examinando las posibles evoluciones y reflexionando acerca de cómo estas –llevadas a un concepto extremo– podrían llegar a caracterizar el futuro del futuro. Por ejemplo, perfectos hologramas en 3D que permitieran salvar cualquier distancia en un parpadeo. O megamotores diminutos provistos de una energía ilimitada y gratuita, y una eficiencia de más del 99%.

Para lograr este enorme salto en el tiempo, se utiliza la técnica de la «radicalización de la fantasía». No

se puede ser "un poco" visionario, hay que serlo de manera desenfrenada, absoluta y radical. Doug Chiang, Jefe de Diseño de *Star Wars* , aplica este mecanismo a la perfección. Es la única forma en que puede pensar el mundo galáctico de Luke Skywalker.

Una vez que hemos alcanzado el pasado mañana, habrá un versátil espacio de posibilidades. Un espacio que puede mostrar a los diseñadores visiones radicales de un futuro real. Emergen imágenes, se hacen visibles los cambios de las prioridades y los ideales se pueden reevaluar. Lo que hoy nos parece una realidad inapelable, pasado mañana puede haber desaparecido. Y visitar el pasado mañana también deja huella en el que se embarca en este viaje. Como dice Grosz: viajar en el tiempo transforma al viajero. Este cambio es precisamente el objetivo. Crea nuevas perspectivas al usar las cosas, tanto si se trata de coches, como de teléfonos móviles o de dinero. Enriquecido con este conocimiento adquirido en el pasado mañana, el diseñador emprende el viaje de vuelta: al mañana.

Mañana

Consciente de dónde estará la marca Porsche en un futuro lejano, los diseñadores vuelven su mirada hacia el futuro próximo: mañana.

En ese momento, deben estar muy familiarizados con el futuro. El mañana se debería sentir como un lugar conocido comparado con el paisaje lejano del día siguiente.

Para hacer su trabajo y pasar de lo visionario a lo concreto, es decir, para definir la forma precisa que encajará perfectamente en la imagen de la marca y el espíritu evolutivo de la época dentro de cuatro o seis años, el diseñador de Porsche se convierte en un pensador lateral y longitudinal. Es decir, primero idea una continuación lógica de lo existente, perfecciona lo bello para convertirlo en lo ideal. Pero justo cuando ha creado el más alto grado de perfección visual desde el punto de vista presente, lo rompe y añade una disonancia que encaja en la composición. Yo lo llamo la "paradoja de Claudia Schiffer".

La belleza casi perfecta estuvo personificada durante años por la modelo de Chanel, Claudia Schiffer. Casi se podría decir que era extenuantemente hermosa. Por eso los diseñadores añadimos la contradicción al ideal de perfección. En el caso de Schiffer habría sido quizás una pequeña separación entre los dientes. Porque el carisma surge del contraste, de la suma de perfección y contradicción.

Un buen diseñador puede hacerlo de manera intuitiva porque a menudo se proyectan hacia el futuro, pero no en línea recta: su pensamiento debe ser turbulento.

El visionario Michael Mauer

Nacido en verano, los descapotables le fascinan hasta hoy. Con el Porsche 918 Spyder supo imprimir una identidad visual moderna a la marca. Sus actividades deportivas preferidas lo llevan hacia las montañas, sobre unos esquís o una bicicleta, pero sus pensamientos están siempre en el futuro.

Información

Artículo publicado en el número 396 de Christophorus, la revista para clientes de Porsche.

Texto y dibujos de Michael Mauer.

Image Sublines

Path: "Porsche Unseen": futuro perfecto/fotos/img_1.jpg
Title: Proceso de diseño en Porsche, 2020, Porsche AG
Subline: The interior of the 718 Cayman GTS 4.0

Path: "Porsche Unseen": futuro perfecto/fotos/img_2.jpg
Title: Michael Mauer con el Porsche Vision "Renndienst", 2020, Porsche AG
Subline: Michael Mauer con el Porsche Vision "Renndienst" (2018).

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/producto/2020/es-porsche-unseen-concept-cars-michael-mauer-futuro-perfecto-22912.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/aa5dfc84-25b4-478c-b133-8e6a1553b366.zip

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