600 opciones fueron analizadas para dar nombre al primer auto eléctrico de Stuttgart

Porsche devela el origen y el significa del nombre Taycan

**Stuttgart. El Reto:** Inventar un nombre para un vehículo sin precedentes: “Es difícil imaginar un desafío más excitante”, afirma Kjell Gruner, Director de Marketing de Porsche. “Un trabajo de precisión, unas letras y un significado que pasarán a formar parte de la historia de Porsche y de la automoción en general”. Gruner habla del primer auto totalmente eléctrico de Porsche. “Este vehículo combinará todas las características propias de los deportivos salidos de Zuffenhausen y deberá satisfacer a los más exigentes; exclusivo, pero no extravagante. Sus virtudes: potencia, rapidez, superioridad y, por supuesto, elegancia”.

**El nombre debe reflejar el carácter del vehículo**

En Porsche, los nombres hacen referencia a las características de cada gama de modelos. Por ejemplo: Boxster es una combinación de motor bóxer y roadster; Cayenne es sinónimo de dureza; Cayman suena a mordacidad y agilidad; Macan aúna agilidad, fuerza, fascinación y dinamismo; y el Panamera, adecuado para largos recorridos, podría haber ganado la célebre y temida Carrera Panamericana. ¿Y el nuevo? El nombre del recién llegado cuatro puertas no puede tener ninguna cifra, como el 911, 718 ó 918. Debe sonar a todo aquello que lo hace deseable. Además, también debe resaltar su valor exclusivo dentro de la familia Porsche. Debe ser un nombre fresco, dinámico, pegadizo. Nada de neologismos tecnócratas, sino una denominación que transmita un relato emocional y rotundo. Y finalmente un nombre que conjugue tradición, futuro y modernidad. En resumen, que refleje el carácter del vehículo y se asocie inconfundiblemente a la marca Porsche.

**El Camino:** Cuando el equipo del proyecto se reunió por primera vez, el aspecto definitivo del Taycan todavía no está decidido. En su círculo se congregan diseñadores, ingenieros de la nueva gama de modelos, especialistas de mercadotecnia y ventas, abogados internos y externos y expertos en marcas y legislación sobre marcas. “Hemos contemplado todos los aspectos que concurren en la búsqueda de un nombre: automovilísticos, creativos, fácticos, jurídicos y lingüísticos”, explica Michael Reichert, director del proyecto bautismal del Taycan. “Al final, poner un nombre a un automóvil es una decisión emocional, pero debe basarse en hechos y argumentos. Ello requiere un procedimiento sistemático y un análisis exhaustivo de todos los detalles”, dice Gruner. Es esencial preguntarse qué define al recién llegado y qué impresión causa al observador, al cliente. Como el bloque motor tradicional ya no es necesario en este modelo, un rasgo distintivo de su diseño es su frontal hundido. El aire atraviesa la carrocería, lo que confiere vivacidad y dinamismo a la impresión general del deportivo eléctrico. Entonces ¿los conceptos de la hidrodinámica y la aerodinámica podrían arrojar pistas para un nombre adecuado? El equipo va tanteando el camino, discute, experimenta, acepta propuestas, las rechaza, reconsidera. Primero, en un círculo pequeño, después en un proceso continuado de reuniones más amplias. En total, los expertos trabajan sobre 600 opciones que, poco a poco, van reduciendo a unas pocas favoritas. Dos hablantes nativos de 23 lenguas distintas examinan el sonido y el significado de los posibles nombres del modelo para descartar sentidos desagradables o inadecuados. Los juristas comprueban minuciosamente los eventuales riesgos de infracción del derecho de marcas, examinan millones de denominaciones registradas en todo el mundo, revisan nombres y localizan a propietarios de derechos de autor. Un trabajo de Sísifo en el que los involucrados invirtieron un año y medio.

**El nombre:** En la última fase, los expertos de mercadotecnia eligen sus nombres favoritos y los presentan a la Junta Directiva en el tercer trimestre de 2017. Entonces toman la decisión: Taycan. Este nombre satisface todos los requisitos fonéticos, legales, creativos, estratégicos y específicos de esta gama de modelos. Aúna dos palabras que proceden del ámbito lingüístico oriental y viene a significar “alma de un caballo joven y vivaz”. Y así será el primer Porsche totalmente eléctrico: dinámico, impetuoso, vital, capaz de cubrir fácilmente largas distancias sin cansarse, libre. El nombre refleja simultáneamente el origen y el futuro de la marca: el animal plasmado en el escudo de Porsche, expresión de su alma, rumbo a una nueva era del automóvil deportivo. Y, en consonancia con él, el eslogan de la campaña publicitaria: ‘[Soul, electrified](https://youtu.be/x4xJ-4piQxI)’. Por otro lado, ‘Taycan’ conecta con muchos idiomas universales. En japonés, por ejemplo, ‘Taikan’ significa algo así como “experiencia orgánica”. La conducción en su forma más electrizante.

Nota: Artículo escrito por Peter Gaide para la revista Christophorus. Material fotográfico disponible en la en la Base de Datos de Prensa de Porsche (<https://press.pla.porsche.com>).