

CONCEPT CARS: Espectaculares, extravagantes, futuristas y completos laboratorios de ensayo



► El Peugeot "4002" (arriba) y el Toyota "PM".



NUNCA LOS VEREMOS POR LA CALLE...

¿O **SÍ?**

Suelen ser las piezas más llamativas de los salones. Habitualmente tienen formas imposibles, colores estridentes y están custodiados por bellas azafatas. Son los 'concept car', coches de concepto, modelos de demostración con una vida muy corta, pero muy intensa. Esta es su historia.

Tras la presentación del 'concept' "Xanae" en el 94, Citroën lanzó en 1997 su "Xsara" y, un año después, el "Picasso" con ocasión del Salón de París. Este es uno de los modelos cuyas formas se han mantenido prácticamente idénticas al pasar de 'concept' a modelo de serie.

Andrés MÁS

La historia de los 'concept cars' corre paralela a la del automóvil y, como la de este, ha experimentado una evolución brutal a lo largo de los años. Al principio eran maquetas a escala, después modelos de resina a tamaño natural pero con el interior sin desarrollar. Los prototipos, como se les

llamaba entonces, pasaron por una etapa en la que se presentaban completamente terminados tanto interior como exteriormente, pero carecían de elementos mecánicos (motor, suspensiones, cambio...). En la actualidad, un 'concept car' casi siempre funciona a nivel básico (arranca,





MITSUBISHI "SERO"

Tiene pocas posibilidades de materializarse. Cuenta con motor central, propulsión trasera, motor de tres cilindros, turbo y cambio automático. Es un miniautobús fabricado en aluminio.



SUZUKI "MOBILE TERRACE"

Desarrolla al máximo la versatilidad interior, pero tiene pocos visos de convertirse en realidad. Mide cuatro metros, se mueve mediante pila de combustible y ofrece seis plazas. Puede ser un monovolumen, un autobús o sustituir al salón de casa.



ELIICA

Desarrollado por la Universidad de Keio, en Tokio, y 38 empresas asociadas, el "Eliica" cuenta con ocho ruedas y un motor eléctrico adosado a cada una de ellas. Tiene una autonomía de 320 kilómetros. Nunca lo veremos con esta fisonomía.

TOYOTA "PM"

Podría ser el vehículo urbano en 2010. Ofrece espacio para un solo pasajero y cuenta con un motor eléctrico en la parte trasera. El "PM" se conduce sin volante y su carrocería se transforma adoptando tres posiciones.



RENAULT "FIFTIE"

En febrero de 1996, Renault dio a entender que daría de nuevo vida al popular "4/4". Todo quedó en agua de borrajas, aunque el proyecto todavía sigue vivo.

MERCEDES "F 300"

A veces las marcas dan rienda suelta a su imaginación y diseñan 'concepts' divertidos. El "F300" funciona, y por su aspecto todo parece indicar que resulta muy divertido. Sirvió para desarrollar nuevas soluciones a nivel suspensiones.



TOKIO, EL SALÓN DE LOS IMPOSIBLES

Si hay algún salón que se caracterice por mostrar la mayor cantidad de 'concept cars' imposibles de ver más tarde por la carreteras, ese es el de Tokio. La imaginación desbordada de los diseñadores japoneses deja un rastro inconfundible de sueños irrealizables. Funciona y, sin duda, exploran soluciones para un futuro no muy lejano, pero son poco realistas y nada prácticos y tan sólo el 30% de lo expuesto termina pisando el asfalto. En cualquier caso, anima con su originalidad y multicolor muestrario.

rueda, frena, gira y admite una conducción operativa), aunque no ha sido posible materializar en el coche en el momento de su construcción muchas de las soluciones que anuncia la marca sobre el papel. Lógicamente, la fabricación y exhibición de uno de estos exóticos objetos rodantes está respaldada por un meditado plan que tiene mucho que ver con una de estas cuatro palabras: imagen, futuro, investigación o desarrollo.

Antes de lanzar un modelo al mercado, las marcas ensayan con prototipos y modelos a escala multitud de soluciones que más tarde adoptará el vehículo defi-

nitivo que llegue a los compradores. Un equipo de diseñadores puede llegar a realizar numerosas maquetas de un modelo a escala real hasta dar con el diseño que reciba el visto bueno de la cúpula directiva. Pero, una vez pasado este trámite, en muchas ocasiones el modelo aceptado tiene que pasar la prueba de fuego en un Salón del Automóvil, donde tanto la Prensa como el público dan su opinión. En caso de que la experiencia sea positiva, todavía queda algún proceso importante -como el adaptar las características del coche a una fabricación en serie, ajustar los costes, superar con

éxito las características del pliego de condiciones inicial y un gran etcétera- que no siempre termina felizmente con ese modelo en la cadena de montaje.

VARIEDAD. En cualquier caso, hay diferentes tipos de 'concept car'. Algunos sólo buscan impresionar al público y no tienen ningún futuro ni como coches de serie, ni siquiera a la hora de aportar soluciones innovadoras. Son modelos estrafalarios o tan futuristas que sería imposible fabricarlos y su misión radica en demostrar lo que determinada marca es capaz de hacer. Son pura imagen y, nor-

ESTOS SÍ LLEGARON AL MERCADO



PEUGEOT "4002"

A veces, marcas como Peugeot convocan concursos de diseño entre el público. Este es el proyecto ganador de su última convocatoria y será difícil verlo en los próximos 25 años.



RENAULT "REINASTELLA"

Se presentó en el II Salón de Madrid en 1998 y hasta entonces jamás había salido de la atracción de Renault en Eurodisney. Es el no va más en cuanto a 'concepts' futuristas. Porque ha pasado el año 2000... y los coches siguen sin volar.



CITRÖEN "XANAÉ"

Citroën presentó en el Salón de París de 1994 el "Xanae", un 'concept car' con un objetivo muy claro: adelantar las líneas del que sería más adelante el "Picasso" y acostumar al público al nombre de "Xsara".



PEUGEOT "PROMETHEE"

En el salón de París de 2000 la marca francesa Peugeot adelantó las líneas maestras del frontal del que más tarde fue el "307". También sus formas acostumbraron al público a la versión Break.



NISSAN "FUSION"

En el año 2000, Nissan presentó este 'concept' que poco más tarde se convertiría en la berlina de la marca japonesa. Se siguió denominando "Primera".

VOLVO "SCC"

Obsesionados por la seguridad, los responsables de Volvo encargaron al centro de diseño desarrollar un compendio de soluciones de seguridad. Se presentó en Detroit de 2001. Algunas de sus propuestas ya están incorporadas en los últimos modelos de la marca.



PIEZAS DE MUSEO



Un 'concept car' suele estar hecho de forma artesanal, con materiales muy costosos que requieren la construcción de moldes específicos. El precio de cada uno de estos coches de demostración suele ser incalculable, pero en ningún caso baja del millón de euros. Además, la marca suelen trasladarlos muy a menudo durante su primer y casi único año de vida por todos los salones del mundo y este transporte requiere un cuidado especial a base de camiones refrigerados o aviones especiales.

malmente, estos 'bichos raros' terminan en el 'cuarto de los horrores' de la marca, tapados por una lona. Este tipo de rarezas era más habitual en Europa en los años 80 y principios de los 90 y de siempre en los países asiáticos.

En segundo lugar, muchas marcas trabajan con conceptos irrealizables pero en los que se aprovecha para dibujar los rasgos comunes a un modelo futuro de gran serie con el fin de que el público se familiarice tanto con la línea como con el nombre. Uno de los que mejor trabaja en este sentido es Renault: la peculiar trasera del Mégane había sido enseñada

mucho antes del lanzamiento en forma de 'concept' de lujo. Otros fabricantes construyen un prototipo en el que vuelcan toda su sabiduría y adelantan al público la tecnología que con el tiempo montarán todos sus modelos. Este vehículo experimental tampoco verá nunca la luz, pero sí, casi toda su tecnología.

Por último, encontramos aquellos fabricantes que presentan un 'concept' que al poco tiempo adquiere tintes reales sin apenas cambios. Estos son los llamados prototipos o estudios de diseño. En muchas ocasiones el presentar un coche bajo esas condiciones sirve a la marca

para 'calentar' el ambiente, adelantarse a sus rivales y poder realizar alguna modificación antes de que ese modelo vea la luz definitivamente. El caso más reciente de esta modalidad lo encontramos en el Grupo Volkswagen, de la mano del "Golf Gti" o del Seat "Altea", presentados por la marca en el último Salón de Francfort como 'concepts' aunque pronto los veremos por la calle sin apenas modificaciones. Los 'concepts' son la salsa de los salones del automóvil, pero, sobre todo, son piezas imprescindibles en la política de lanzamientos de una marca. ♦