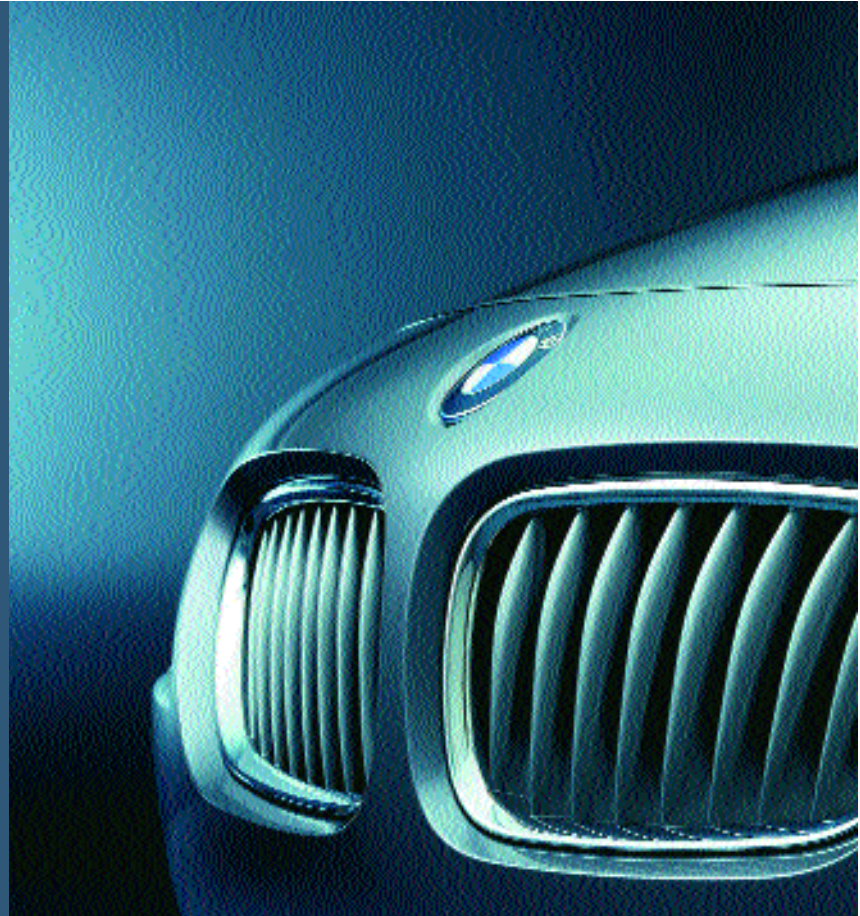


Marcas registradas

¿Qué hay detrás del emblema de las automotrices? Desde la estrella de tres puntas de Mercedes, pasando por los anillos de Audi, o el "moño" de Chevrolet, cada uno encierra una historia particular que merece ser repasada.

Texto: Sergio Cutuli



Todo auto lo luce orgulloso. Es la marca que lo distingue, el apellido del fundador de la firma. El rótulo que señala una historia y una tradición. Repasemos el origen de los emblemas más curiosos.

• Alfa Romeo

Originalmente se llamaba Alfa, acrónimo de *Anonima Lombarda Fabbrica Automobili*. Desde su fundación, en 1910, luce en su logo los símbolos de la ciudad de Milán: una cruz roja sobre un fondo blanco y una serpiente devorando una figura humana. Cuando en 1915 la compañía fue adquirida por el napolitano Nicola Romeo, éste incluyó su apellido.

• Audi

Los cuatro anillos simbolizan la fusión de los fabricantes de automóviles Audi, DKW, Horch y Wanderer en 1932. Junto con la recordada NSU, que se incorporó en 1969, constituyen lo que hoy es Audi AG. Como curiosidad vale mencionar que August Horch, quien había fundado la empresa en 1899, tuvo un desacuerdo con el directorio diez años después y renunció para formar una nueva empresa; como no le pudo poner (nuevamente) su apellido, buscó una alternativa: traducirlo al latín y así nació el nombre Audi.

• BMW

La *Bayerische Motoren Werke* o Fábrica de Motores de Baviera fue fundada en 1913 para construir motores de aviación. Su emblema simboliza una hélice en movimiento con el azul del cielo de fondo. A su vez, los colores representan el azul y blanco de la bandera bávara.

• Citroën

Como André Citroën comenzó fabricando engranajes, eligió uno del tipo helicoidal para dibujar el doble chevron que distingue a sus autos.

• Ferrari

La marca italiana se ganó su fama gracias a la Fórmula 1, pero quizá pocos sepan cómo surgió el *cavallino rampante* que la identifica. Cuenta la historia que el conde Francesco Baracca, un as de la aviación de la Primera Guerra Mundial, llevaba pintado en su avión un caballo negro parado sobre sus patas traseras. En 1923, su madre le sugirió al por entonces corredor Enzo Ferrari que llevara dicho emblema en su Alfa Romeo, porque a su hijo le había dado suerte. Años después, Ferrari lo pintó y le fue muy bien; con el tiempo fundó su propia escudería, le agregó las siglas "SF" que significan *Scuderia Ferrari*, y decidió ponerle un fondo amarillo, color representativo de Modena, su ciudad natal.

• FIAT

Lejos de tener un origen familiar, la *Fabbrica Italiana di Automobili Torino* surgió en 1899 de la unión de un grupo de financistas. Quizás por eso su primer emblema fue un frío pergamino en el que sólo constaba el nombre de la firma. En 1901 se optó por una placa con una tipografía similar a la actual, y a pesar de que luego sufriría más de una decena de modificaciones, hoy se utiliza la versión de los años 20.

• Lamborghini

Ferruccio Lamborghini amasó su fortuna, después de la Segunda Guerra Mundial, comprándole vehículos al ejército para transformarlos en tractores. Tenía varias Ferraris, pero estaba harto de sus problemas mecánicos, por lo que decidió montar su propia empresa de autos. Así nació *Automobili Lamborghini*, a la cual identificó con un toro, relacionado con su signo zodiacal y con su atracción por este animal.

• Maserati

La firma fundada por Alfieri Maserati lleva como símbolo un tridente, arma del dios Neptuno, a quien se le erigió una estatua en la plaza mayor de Bologna. El logo fue una creación del pintor Mario Maserati, el único de seis hermanos que no se dedicó a los autos.



• Mercedes-Benz

En el origen de su emblema hay un toque de romanticismo que dista mucho de la frialdad característica de los germanos. En 1909, Paul y Adolf Daimler recordaron que una vez su padre, fundador de la empresa, le había enviado una postal a su esposa, donde había dibujado una estrella de tres puntas sobre su casa. Esa estrella -le dijo- un día se elevaría sobre su fábrica, símbolo de su ambición por crear un motor que impulsara por tierra, mar y aire. Fue así como eligieron el símbolo y un año más tarde la estrella fue colocada por primera vez en un auto de la marca.

Por otro lado, Emil Jellinek, cónsul general de Austria en Niza, hacía pintar en su Daimler de carreras el nombre de su hija, Mercedes. Dado su éxito en las pistas y la repercusión en la prensa, Daimler registró el nombre "Mercedes". En 1926, la Daimler se fusionó con la empresa Benz y así nació Mercedes-Benz, uniéndose los emblemas de ambas: la estrella y una corona de laureles. En 1989 apareció la estrella corpórea que hoy tanto se luce.

• Peugeot

Fundada en 1810 como productora de acero, desde 1850 la empresa utiliza el león como símbolo (diseño original que le fue encargado al orfebre Justin Blazer), que es el escudo de la región de Franche-Comté de donde procedían los Peugeot. El león simbolizaba también las tres principales cualidades de las sierras fabricadas por ellos: la resistencia de los dientes -como los del felino-, la flexibilidad de la lámina -similar al espinazo del león-, y la rapidez del corte -como la del animal en carrera-.

• Porsche

El emblema de la marca creada por Ferdinand Porsche en 1948 ha permanecido intacto desde su creación. No es otra cosa que dos escudos superpuestos: el de la ciudad de Stuttgart, un caballo negro parado sobre sus patas traseras, y el de la región de Baden Württemberg, formado por franjas rojas y negras y astas de ciervo.

• Renault

La marca fue creada en 1898 y en 1923 comenzó a adoptar figuras geométricas como emblemas; pero fue recién en 1925 que se llegó al rombo, y en 1972 cuando aparecieron las clásicas tramas. En este caso aparece por primera vez la mano de una consultora, ya que el logo fue encargado a la firma inglesa Wolf Olins y, según se dice, su forma se debe a que era la más barata en costos de producción.

• Volkswagen

La historia del pedido de Adolf Hitler de construir un "auto del pueblo" (*volks wagen*, en alemán) es más o menos conocida. Fue así como el nombre del proyecto se convirtió en marca y el escarabajo en un ícono. Pero de la VW que se usó como logo se supo poco y nada, hasta que en 2005 un ex diseñador gráfico decidió demandar a Volkswagen. A sus 85 años, el austríaco Nikolai Borg copió los medios diciendo que era él quien había diseñado el logo en 1939, pero que en esa oportunidad su boceto no había sido aprobado. Aseguraba que su trabajo, a diferencia del logo actual, tenía un engranaje rodeando las letras, y que no quería compensación económica sino que se lo reconociera como su autor. Lo cierto es que a poco de presentarse a declarar en la Corte de Viena debió ser hospitalizado. El misterio aún continúa...

• Ford y Chevrolet, un caso aparte

Dos marcas enfrentadas desde siempre, también en la concepción de sus insignias. Mientras por el lado del óvalo hay poco para decir, ya que la firma de Don Henry se ha mantenido inalterable a lo largo de su historia, en el caso del moño las cosas son poco claras. Nadie se atreve a asegurar si salió de la cabeza de William Durant, socio de Louis Chevrolet, o si en realidad copió el diseño del empapelado de un hotel de París donde se alojó, en 1908.

A todo esto, su hija, Margery Durant, dio una versión distinta: "*Como en el caso de Buick, mi padre dibujó los emblemas en un papel, mientras cenábamos*". Pero es la esposa de Durant quien alimentó aún más el misterio, al asegurar que se encontraban de vacaciones en Virginia cuando su marido vio una publicidad en un diario local y le dijo: "*Creo que éste sería un muy buen emblema para Chevrolet.*" Ante la duda, en el libro del 75° aniversario de la marca se incluyeron tanto la versión del empapelado como la de la esposa de Durant. ■