

Pronto para a estrada?

Ericson Straub e Mariana Di Addario Guimarães



Até a revolução industrial o cavalo era um dos principais elementos no transporte terrestre. Seja levando os passageiros em seu lombo, ou guiando uma carroça, por muito o cavalo foi a forma mais rápida de ir de um lugar ao outro. As carruagens e carroças eram os carros pré-revolução industrial, e mesmo nessa época se distinguiam pela sua forma e luxo.

Com o surgimento da máquina a vapor no século XVIII, fato que revolucionou a indústria e a sociedade, o cavalo foi lentamente perdendo seu papel no transporte humano. A invenção do automóvel, que acontece apenas no final do século XIX, mudou muito radicalmente esse cenário. Os trens, os navios, os aviões, e é claro, os carros, foram evoluindo junto com a criação de novos materiais e inovações da engenharia. O design de produto começava a aparecer, procurando dar mais conforto e praticidade aos passageiros.

Cada meio de transporte foi se desenvolvendo com as suas particularidades, e o também foi se tornando mais complexo. O número de passageiros aumentou continuamente, e a variedade se tornou uma alternativa interessante para os consumidores.

De todos os veículos coletivos, o ônibus, ainda é um dos mais utilizados. Eles fazem parte da base do transporte, tanto em países em desenvolvimento como na Europa e América do Norte. Isso porque se trata de um meio mais barato - se comparado aos trens -, e é uma alternativa prática ao avião. Esta importância fez com que nas últimas décadas, a indústria ligada à produção de ônibus investisse em inovações tecnológicas, sistemas computadorizados, pesquisa, conhecimento do público e suas aspirações, e é claro em design.

O design acabou assumindo o papel de "ponte" entre as expectativas do usuário e os quesitos estético-funcionais que envolvem a engenharia ligada à produção. No Brasil onde o ônibus é a segunda opção para viagens longas, a produção de carrocerias é um negócio que rende milhões de dólares anuais.

Os produtos são exportados para a América Latina, Europa e Estados Unidos. Por consequência, também temos uma rica produção no design de interiores e exteriores de ônibus.



Aspectos de design

A escola de Ulm, da década de 50, foi pioneira em relacionar os usuários de ônibus e a aplicação dos conceitos estético-funcionais em interiores e exteriores. Sua visão era baseada plenamente em quesitos funcionais e ergonômicos, conceitos que até então não eram utilizados no desenvolvimento destes produtos.

Nos anos 50, 60 e 70 no Brasil, as indústrias de carroceria adotavam os mesmos conceitos aplicados nos outros países. Nos veículos urbanos e rodoviários havia pouca luminosidade, e muitos materiais de tonalidade escura, como a fórmica e outros laminados. Nem mesmo o motorista tinha o conforto compatível com o que atividade merecia.

Mesmo com a popularização dos aviões, esta opção terrestre nunca perdeu sua clientela. Ainda há muitas pessoas que não têm condições de pagar uma passagem de avião, ou até mesmo têm medo de voar. Inclusive fatores "caóticos", como a crise aérea, estão influenciando o aumento de passageiros. Por isso, fabricantes e frotistas estão investindo mais na sofisticação e diferenciação dos veículos. Se antes, o motivo de compra era exterior do ônibus, hoje, sabe-se que o que é seu interior que poderá fidelizar o cliente. Afinal, é interessante pagar um pouco mais caro por uma poltrona mais reclinável ou um banheiro mais agradável.

O bem-estar é uma preocupação inerente ao bom design, e por isso, o desejo e a percepção do cliente são referências na hora de projetar. Em um projeto de design de interiores, são analisados aspectos como conceito e ambiente, conforto e ergonomia, estética e materiais.



Conceito

Conhecendo as expectativas dos consumidores, o designer é capaz de sintetizar e definir um conceito que norteará as formas que serão percebidas pelos passageiros. O interior de um ônibus é trabalhado como qualquer projeto de design, em cima de um tema-central, que pode ser resumido em uma palavra-chave e deve traduzir a percepção correta para um determinado interior.

Estes temas variam de acordo com o trajeto, o tipo de viagem, a idade e perfil dos usuários, etc. É fruto das expectativas de um dado mercado que, através da percepção dos gestores de produto, vai servir para tal aplicação. Por exemplo, trajetos regulares e de longa distância, no estilo São Paulo - Belo Horizonte, tendem a expressar tranquilidade e introspecção. No entanto, ônibus de turismo podem ser percebidos como luxuoso, ou como sendo quentes ou atrevidos.

Hoje existem algumas tendências que são mais comuns no design de interiores e podem ser exploradas pelas fabricantes de ônibus, especialmente nos veículos de viagem. O minimalismo, por exemplo, traz simplicidade, purismo, conforto visual e ares tecnológicos, com detalhes futuristas e acabamentos diferenciados. O conforto, por sua vez, adapta o ambiente a um sentido prático, aconchegante e de bem-estar.

O novo luxo trabalha em cima de séries limitadas e personalizadas, atraindo o consumidor pela emoção e pela individualidade. Para os mais modernos, existe a linha fusão, que traz contraste de cores e materiais, ousadia e estilos fora do comum. Por fim, em virtude da onda de violência nas cidades e estradas, a robustez traz formas, materiais, cores e texturas que remetem à segurança.



Tecnologia a favor do conforto

As demandas do mundo moderno por praticidade, conforto e segurança estão em todos os ambientes. Equipamentos como sistemas computadorizados, monitores de plasma, som digital fazem parte do entretenimento e conforto em uma viagem, enquanto os GPS e sensores ajudam na segurança dos passageiros.

É evidente que estes projetos de design - e os recursos envolvidos - possuem um custo, e dependendo das facilidades empregadas, este custo é alto. Por isso, a gestão econômica do projeto também faz parte da preocupação do profissional. As empresas normalmente trabalham com eficiência máxima de um projeto, e isso leva em conta custos mínimos, tanto para o investidor como para o consumidor. Em alguns mercados chega-se a impor metas como número mínimo de assentos, o que pode dificultar o trabalho com as poltronas e o espaço para inclinação. Esta também é uma questão recorrente em aviões, que amontoam passageiros nas classes econômicas.



Os desafios de um ofício

Certamente, o trabalho do designer envolvido com esta área do desenho industrial é complexo e criativo ao mesmo tempo. O profissional vai lidar com condições de conforto, ergonomia, estética, e por fim, a manufatura, que deverão ser combinadas da forma mais inteligente e sintética possível.

Se para o passageiro, o efeito é o conjunto de todos estes aspectos, para o designer vai ser cada detalhe impresso no ambiente que ele desenvolveu e executou. Cada desenho, cada modelação no computador ou cada mock-up estudado são etapas que devem ser passadas para chegar ao resultado final. O designer não precisa ser expert de todas estas fases, mas deve ter familiaridade com cada uma dessas ferramentas para contribuir com a equipe.

As ferramentas, por sua vez, são apenas os instrumentos para concretizar ideias, por isso o profissional deve ter conhecimento em aspectos ainda mais específicos de ambientes. Iluminação, superfícies, design têxtil são alguns destes fatores.

O bom design está sempre buscando atualizar sua formação para dar ao seu cliente o melhor resultado. Seu papel é essencial na qualidade de vida das pessoas, e uma viagem feita em um ônibus confortável, com certeza faz toda a diferença. Os passageiros agradecem

Straub, Ericson, Guimarães, Mariana Di Addario. Pronto para a estrada? **ABC Design**. São Paulo, set. 2009. Disponível em: <<http://abcdesign.com.br>>. Acesso em 11 set. 2009.