



*by Klivisson Campelo
TGC Design 2013.2*

***RELEITURA EXTERNA FORMAL
DO CLÁSSICO FORD
MAVERICK COUPÉ***

Campina Grande - PB - Abril/2014



Centro de Ciências e Tecnologia
Unidade Acadêmica
Desenho Industrial



RELEITURA EXTERNA FORMAL DO CLÁSSICO FORD MAVERICK COUPÉ

Relatório Técnico Científico apresentado ao Curso de Design, Centro de Ciências e Tecnologia da Universidade Federal de Campina Grande, como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design

Autor: Klivisson Dennison Campelo dos Santos

Orientadora: Cleone Ferreira de Souza

Área Temática: Design Automotivo

Campina Grande, Abril de 2014



Centro de Ciências e Tecnologia

Unidade Acadêmica
Desenho Industrial



RELEITURA EXTERNA FORMAL DO CLÁSSICO FORD MAVERICK COUPÉ

Autor: Klivisson Dennison Campelo dos Santos

Relatório Técnico Científico apresentado e aprovado ao Curso de Design, Centro de Ciências e Tecnologia da
Universidade Federal de Campina Grande, em 15 de abril de 2014 e aprovado pela Banca Examinadora
constituída pelos professores:

Orientador(a) - Presidente

Professor(a)

Professor(a)

DEDICATÓRIA

Dedico o referente projeto a Deus e a meus pais **Gilvan Campelo** e **Conceição Campelo**. Os motivos não caberiam nesse tópico.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a meus pais Gilvan Campelo e Conceição Campelo, pelo carinho, dedicação e por me apoiarem nos passos dos caminhos que escolhi percorrer. Saibam que sem vocês eu não chegaria onde estou hoje, como pessoa e profissional.

A minha companheira Vanessa Gomes, a quem eu amo muito, agradeço por estar sempre ao meu lado, me incentivando e confortando.

Ao meu irmão Kennedy Campelo e minha família, por todo apoio e incentivo.

A minha Vó Elza, a quem eu amo muito, que hoje não está entre nós, mas sei que ela está sempre ao meu lado me protegendo.

Aos dois professores de maior influencia em minha graduação, professora Cleone Ferreira de Souza, minha mãe de graduação, agradeço pela amizade, companheirismo e por todos os puxões de orelhas que contribuíram para meu crescimento profissional; e ao professor Itamar Ferreira de Souza, que o considero não só como um mestre, mas como irmão. Sempre ao meu lado, incentivando e apoiando, o que me fez crescer profissionalmente, me ensinando a ser persistente e nunca desistir de um sonho.

Ao professor Glielson Montenegro, por me ensinar, incentivar e ajudar a descobrir o gosto pelo DESIGN, em uma determinada época que pensei em desistir do curso; ao professor Eduardo Carvalho de Araújo (Belô) por todos os conselhos, puxões de orelhas, e pelo incentivo no direcionamento na área automotiva; e aos professores Felipe Almeida e João Batista Guedes, pela amizade, ensinamentos e por todo apoio.

Ao Grupo Icon Design e aos designers, Paulo Alexandre, Rafael Corazza, Felipe Muller, Leandro Fabris, Ari Rocha, por todo apoio e ensinamentos que influenciaram para o meu crescimento profissional e amadurecimento na área automotiva, fazendo deste projeto um espelho de tudo que foi apreendido.

Aos amigos e companheiros, D'emilton Alcantara de Medeiros Jr. e Emanuel Naroni, por toda amizade, apoio e companheirismo; e aos colegas verdadeiros que obtive durante toda graduação, Diego David e Flavio DuBú.

EPÍGRAFE

“E se disserem pra você que você não vai conseguir. Deixa falar, deixa falar, deixa sorrir.”

Chorão/Charlie Brown Jr.

III

RESUMO

O referente projeto trata de uma releitura externa formal do clássico automóvel Ford Maverick Coupé, um dos maiores ícones da indústria automobilística brasileira na década de 70.

A metodologia adotada como ferramenta para o desenvolvimento da proposta a foi análise morfológica, de modo a inseri-lo no mercado atual, visando ser uma estratégia mercadológica que seria efetivada com o lançamento de uma edição especial destinada ao ano de 2018, ano em que o mesmo completará 45 anos. Portanto, busca-se a reconstrução do vínculo afetivo e da familiaridade com o consumidor. Trazendo para a atualidade não apenas o seu nome, mas também seu estilo e seus aspectos formais.

Palavras-chave: design, forma, releitura

ABSTRACT

This project discusses a formal external reassessment of the classical car Ford Maverick Coupè, one of the greatest icons of brazilian automobile industry in the 70's.

The methodology adopted as a tool for the developemnt of this work was the morphological analysis with the objective of inserting it in the present day market. This was carried out as a marketing strategy to be executed with the launching of a special edition in 2018, when said car will complete 45 years. Thus, the reconstruction of the bond of familiarity with the consumer is sought for, bringing back into the current age not just the name of the car but also its style and formal aspects.

KeyWords: design, form, rereading

SUMÁRIO

1 PRÉ - PROJETO	
1.1 Introdução	02
1.2 Oportunidade	03
1.3 Objetivos	05
1.3.1 Objetivo geral	05
1.3.2 Objetivo específico	05
1.4 Justificativa	06
1.5 Demarcação técnica	08
2 LEVANTAMENTO DE DADOS	
2.1 Referencial Teórico	11
2.1.1 Releitura	12
2.1.2 Historia do Design do Automóvel	13
2.1.3 Década de 70	15
2.1.4 Ford Maverick	16
2.1.5 Ford Maverick Nacional	18
2.1.5.1 Modelos	19
2.1.5.2 Ford Maverick Coupé/Sedã	23
2.1.5.3 Crise	25
2.1.5.4 Porque é considerado um Ícone Br	26
2.1.6 Mercado Nacional Automotivo	27
2.1.7 Ford Motor Company/Automóveis	28
2.1.8 Ford Mustang	29
2.1.8.1 Parentesco Mustang/Maverick	30

SUMÁRIO

2 LEVANTAMENTO DE DADOS	
2.1.10 Ford Design Kinect	31
2.1.10.1 Padronização	33
2.1.11 Automóvel e seu poder de comunicação	34
3 ANÁLISES DE DADOS	
3.1 Análise Sincrónica	38
3.2 Análise de Mercado	41
3.2.1 Análise Comparativa - Década de 70	42
3.2.2 Análise Comparativa - Hoje	45
3.2.3 Público - Alvo	50
3.3 Contato direto com o clássico Maverick	54
3.4 Análise quanto aos agentes comunicadores	55
3.5 Análise quanto ao que o produto representa ao sujeito observador	59
3.6 Análise Semântica - “Forma segue o seu significado”	62
3.7 Análise Morfológica	63
3.7.1 Tradução e interpretação formal	65
3.7.1.1 Elementos Gráficos	68
3.7.2 Análise quanto a hierarquia dos elementos do design automotivo	73
3.7.2.1 Proporção	74
3.7.2.2 Secções/Superfícies	81
3.7.2.3 Gráficos	84
3.8 Análise Cromática	92

SUMÁRIO

4 ANTE - PROJETO	
4.1 Requisitos e Parâmetros	96
4.1.1 Métodos	97
4.1.2 Estudo de aplicação de autoexpressão	38
4.2 Geração de Ideias	41
4.2.1 Visão Macro	42
4.2.2 Visão Micro	45
	50
	54
3.2.3 Público - Alvo	55
3.3 Contato direto com o clássico Maverick	59
3.4 Análise quanto aos agentes comunicadores	62
3.5 Análise quanto ao que o produto representa ao sujeito observador	63
3.6 Análise Semântica - “Forma segue o seu significado”	65
3.7 Análise Morfológica	68
3.7.1 Tradução e interpretação formal	73
3.7.1.1 Elementos Gráficos	74
3.7.2 Análise quanto a hierarquia dos elementos do design automotivo	81
3.7.2.1 Proporção	84
3.7.2.2 Secções/Superfícies	92
3.7.2.3 Gráficos	
3.8 Análise Cromática	

LISTA DE FIGURAS

1 LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Especificação dos concorrentes diretos de 2013 (Muscle Cars)	96
Figura 2 - Dodge Challenger 2012 e Dodge Challenger R/T 1970	97
Figura 3 - Releitura do Novo Fusca 2013 - clássico/moderno	
Figura 4 - Cadillac El Dorado -Ícone da década de 50	
Figura 5 - Logo do Ford Maverick	
Figura 6 - Propaganda de lançamento do Ford Maverick Coupé GT 1973	
Figura 7 - Ford Maverick Coupé e Ford Maverick Sedã	
Figura 8 - Ford Maverick Coupé GT 1974 - AUTOENTUSIASTAS	
Figura 9 - Ford Mustang Shelby GT 320 1967	
Figura 10 - Ford Mustang Shelby GT 500 Super Snake 2012	
Figura 11 - Parentesco Mustang/Maverick	
Figura 12 - Padrão Ford Design Kinect - Ford Fiesta (dianteira)	
Figura 13 - Fpadrão atual Ford Design Kinect	
Figura 14 - Faces, seriado “Lie to Me”	
Figura 15 - Filme “Cars” da Disney	
Figura 16 - Releituras (Ford Mustang, Chevrolet Camaro e Dodge Challenger)	
Figura 16 - Sketch by Barros (2011)	

DIAGRAMAS/TABELAS/ QUADROS

2 DIAGRAMAS

Diagrama 1 - Evolução e Retorno de nomes	96
Diagrama 2 - Linha do tempo: Historia do Design dos Automóveis	97
Diagrama 3 - Linha do Tempo: Modelos Ford Maverick EUA	
Diagrama 4 - Linha do tempo: Principais datos do Ford Maverick Nacional	
Diagrama 5 -	
Diagrama 6 -	
Diagrama 7 -	
Diagrama 8 -	
Diagrama 9 -	
Diagrama 10 -	

X



PRÉ - PROJETO

- 1.1 INTRODUÇÃO
- 1.2 OPORTUNIDADE
- 1.3 OBJETIVOS
 - 1.3.1 OBJETIVO GERAL
 - 1.3.2 OBJETIVO ESPECIFICO
- 1.4 JUSTIFICATIVA
- 1.5 DELIMITAÇÃO TÉCNICA

1.1 INTRODUÇÃO

No mercado automobilístico mundial o retorno de veículos clássicos consagrados pela história, tornou-se uma estratégia de marketing para as empresas. Com o intuito de ganhar mercado, essa tendência é utilizada como ferramenta mercadológica, se apoiando na memória afetiva dos consumidores, com o objetivo de atraí-lo pela relação estabelecida no passado com o veículo.

Atualmente no mercado nacional percebeu-se uma ausência de um esportivo coupé brasileiro, pertencente a categoria muscle cars para competir com as releituras já inseridas no Brasil, como o Chevrolet Camaro, Ford Mustang e o Dodge Challenger, surgindo a oportunidade de rebuscar em forma de releitura o ícone brasileiro Ford Maverick Coupé com design moderno, ao nível de competitividade com os mesmos. Relembrado por muitos brasileiros até os dias atuais, o Ford Maverick tornou-se ícone da indústria automobilística nacional, devido ao seu estilo marcante e o alto desempenho, que lembrava os Muscle Cars Americanos da época.

O conceito de releitura é destinado ao ano de 2018 como edição especial do aniversário de 45 anos do Ford Maverick. O desenvolvimento deste conceito tem como objetivo despertar a afetividade e familiaridade com público consumidor, rebuscando em forma de releitura suas características formais e semântica, mesclando com o padrão Ford Design Kinect, utilizando como método, a análise morfológica e análise semântica.

02

Este trabalho está estruturado da seguinte forma:

- a primeira etapa o motivo pela sua realização e sua delimitação técnica;
- a segunda etapa consiste no levantamento de dados, contendo a fundamentação teórica responsável pelo embasamento do projeto;
- a terceira etapa consiste das análises de dados que auxiliam na definição das diretrizes do projeto;
- a quarta etapa constitui da geração de ideias, avaliação e seleção, seu amadurecimento e sua comparação com o Ford Maverick Clássico, semanticamente e formalmente;
- a quinta e última etapa, consiste na conclusão, através da aceitação do conceito ao público consumidor através da avaliação por meio de um questionário, e das recomendações quanto ao produto proposto.

1.2 OPORTUNIDADE

No Brasil a venda de veículos esportivos continuam crescendo cada vez mais, de modo que segundo a Fenabre (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), o segmento emplacou em abril de 2013 cerca de 398 unidades vendidas, registrando um crescimento de quase 162% comparado com 2012, onde no mesmo período (Abril) obteve cerca de 172 unidades. Dentre os três concorrentes diretos da mesma categoria, os denominados “*Muscle Cars*”, Chevrolet Camaro, Ford Mustang e Dodge Challenger, o Camaro aparece em primeiro lugar isolado, com 113 unidades vendidas, enquanto seus grandes rivais, o Ford Mustang, aparece logo em seguida na sétima posição, com 12 unidades vendidas, e o Dodge Challenger na décima terceira posição com 7 unidades vendidas, como podemos observar na tabela abaixo.

Ranking de vendas do segmento de carros esportivos em abril de 2013 no Brasil:

POS.	MODELO	CATEGORIA	A	%	B	%	A / B	C	A / C
			MÊS ATUAL	MERCADO ATUAL	MÊS ANTERIOR	MERCADO ANTERIOR	% VARIACÃO	MÊS ANO ANTERIOR	% VARIACÃO 2013/2012
1º	CHEVROLET CAMARO	ESPORTIVO	113	28,39%	109	28,39%	3,67%	31	264,52%
2º	AUDI A5/ RS5	ESPORTIVO	52	13,07%	40	10,42%	30,00%	2	2500,00%
3º	MERCEDES - BENZ SL	ESPORTIVO	49	12,31%	35	9,11%	40,00%	36	36,11%
4º	BMW Z4	ESPORTIVO	39	9,80%	42	10,94%	-7,14%	2	1850,00%
5º	PORSCHE BOXSTER	ESPORTIVO	33	8,29%	40	10,42%	-17,50%	1	3200,00%
6º	BMW 1M COUPÉ	ESPORTIVO	26	6,53%	69	17,97%	-62,32%	3	766,67%
7º	FORD MUSTANG	ESPORTIVO	12	3,02%	7	1,82%	71,43%	20	-40,00%
8º	PORSCHE 911	ESPORTIVO	11	2,76%	5	1,30%	120,00%	4	175,00%
9º	PEUGEOT RCZ	ESPORTIVO	10	2,51%	6	1,56%	66,67%	18	-44,44%
10º	BMW M5	ESPORTIVO	9	2,26%	10	2,60%	-10,00%	0	#DIV/0!
11º	PORSCHE CAYMAN	ESPORTIVO	8	2,01%	0	0,00%	#DIV/0!	2	300,00%
12º	AUDI TT	ESPORTIVO	7	1,76%	6	1,56%	16,67%	7	0,00%
13º	DODGE CHALLENGER	ESPORTIVO	7	1,76%	2	0,52%	250,00%	3	133,33%
14º	CHEVROLET CORVETTE	ESPORTIVO	5	1,26%	4	1,04%	25,00%	3	66,67%
15º	BMW 650i	ESPORTIVO	3	0,75%	1	0,26%	200,00%	2	50,00%
16º	FERRARI 458	ESPORTIVO	3	0,75%	0	0,00%	#DIV/0!	1	200,00%
17º	AUDI R8	ESPORTIVO	2	0,50%	3	0,78%	-33,33%	1	100,00%
18º	MERCEDES - BENZ SL	ESPORTIVO	2	0,50%	1	0,26%	100,00%	0	#DIV/0!
19º	NISSAN 370Z	ESPORTIVO	2	0,50%	1	0,26%	100,00%	2	0,00%
20º	JAGUAR XK	ESPORTIVO	2	0,50%	0	0,00%	#DIV/0!	1	100,00%
21º	MERCEDES - BENZ SLS	ESPORTIVO	1	0,25%	2	0,52%	-50,00%	4	-75,00%
22º	BMW M3	ESPORTIVO	1	0,25%	0	0,00%	#DIV/0!	2	-50,00%
23º	FERRARI CALIFORNIA	ESPORTIVO	1	0,25%	0	0,00%	#DIV/0!	0	#DIV/0!
24º	LAMBORGHINI GALLARDO	ESPORTIVO	0	0,00%	1	0,26%	-100,00%	0	#DIV/0!
25º	AUDI S3	ESPORTIVO	0	0,00%	0	0,00%	#DIV/0!	1	-100,00%
26º	NISSAN GTR	ESPORTIVO	0	0,00%	0	0,00%	#DIV/0!	1	-100,00%
27º	MITSUBISHI LANCER EVO	ESPORTIVO	0	0,00%	0	0,00%	#DIV/0!	5	-100,00%
			398	100,00%	384	100,00%	3,65%	152	161,84%

Fonte: Fenabre 2013



Ford Mustang Shelby GT 500

Motor: V8 5.2 (548 CV)
Aceleração: (0 a 100 km/h) 4.3 seg.
Comprimento: 477 cm
Largura: 187 cm
Entre Eixos : 272 cm
Peso: 1.732 kg
Preço: A partir de R\$ 280 mil
(Importado)



Chevrolet Camaro SS

Motor: V8 6.2 (406 CV)
Aceleração: (0 a 100 km/h) 4.8 seg.
Comprimento: 483 cm
Largura: 191 cm
Entre Eixos : 285 cm
Peso: 1.790 kg
Preço: Entre R\$ 180 mil
(Vendido Oficialmente no Brasil)



DODGE



Dodge Challenger SRT8

Motor: V8 6.4 (470 CV)
Aceleração: (0 a 100 km/h) 4.8 seg.
Comprimento: 522 cm
Largura: 191 cm
Entre Eixos : 294 cm
Peso: 1.877 kg
Preço: 210 mil
(Importado)

Através de pesquisa realizada pela Fenabre, podemos concluir que o Chevrolet Camaro é o esportivo mais vendido no Brasil, obtendo um crescimento de quase 265% sobre o ano de 2012, no qual alcançou a marca de apenas 31 modelos vendidos, não tendo dificuldades para manter-se na liderança, tendo em média quase 30% de participação no segmento. Comparando os resultados de vendas no mercado nacional dos três concorrentes, podemos perceber que um dos fatores no acréscimo das vendas está relacionado ao preço do produto, já que o Mustang Shelby GT500 custa R\$ 280 000 reais, o Challenger SRT8 custa R\$ 210 000 reais e o Camaro SS custa R\$180 000 reais (Figura 02). Outro fato ligado ao resultado no ranking de vendas do segmento de carros esportivos em abril de 2013 , foi a participação especial no Filme Transformers, que através da modernização do desenho e no marketing conseguiu chamar a atenção de todos os públicos, tanto mercado nacional quanto mundial.

Desse modo, a oportunidade se baseia na releitura fiel do lendário e ícone brasileiro da década de 70, o Ford Maverick Coupé, com intuito de inserir no mercado nacional, um esportivo (Muscle Car) brasileiro, com design moderno, que estivesse ao nível de competitividade com o Chevrolet Camaro e entre outros, pertencentes ao mesmo nicho, trazendo consigo um efeito afetivo e de familiaridade para com o consumidor.

04

Figura 01: Especificação dos concorrentes diretos de 2013 (Muscle Cars)

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GERAL

Utilizar o conceito de releitura para desenvolver uma proposta conceitual formal do exterior do veículo Ford Maverick Coupé, destinado ao ano de 2018 como edição especial do aniversário de 45 anos do mesmo.

1.3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Gerar um apelo emocional no público alvo buscando despertar a afetividade e a familiaridade com o modelo Ford Maverick Coupé, trazendo o clássico para o moderno;
- Utilizar o método de análise morfológica como base para interpretação e tradução dos elementos principais do clássico, com intuito de rebusca-los para o moderno;
- Utilizar o método de análise semântica como interpretação para atribuição de características, seja em relação a estilo, atitudes interpessoais, emoções e traços de personalidade;
- Utilizar como referência para o *package* do projeto o entre eixo e bitola da plataforma do Ford Mustang GT 500 2014;
- Utilizar o conceito de “energia e movimento” do padrão Ford Design Kinetic, como auxílio no desenvolvimento da releitura;

05

1.4 JUSTIFICATIVA

O retorno formal de modelos de automóveis consagrados na história do automobilismo não é uma novidade, é uma tendência observada no século XXI, onde revivê-los tornou-se uma estratégia de marketing para as empresas. Hoje, essa tendência de buscar nomes consagrados de veículos que saíram de linha, para futuros modelos, tem como principal objetivo de trazer uma sensação de confiança, apoia-se na memória afetiva dos consumidores, buscando em uma relação que este construiu com o produto em um tempo passado, para aproximá-lo e atraí-lo, para o presente de forma mais sedutora (Diagrama I).

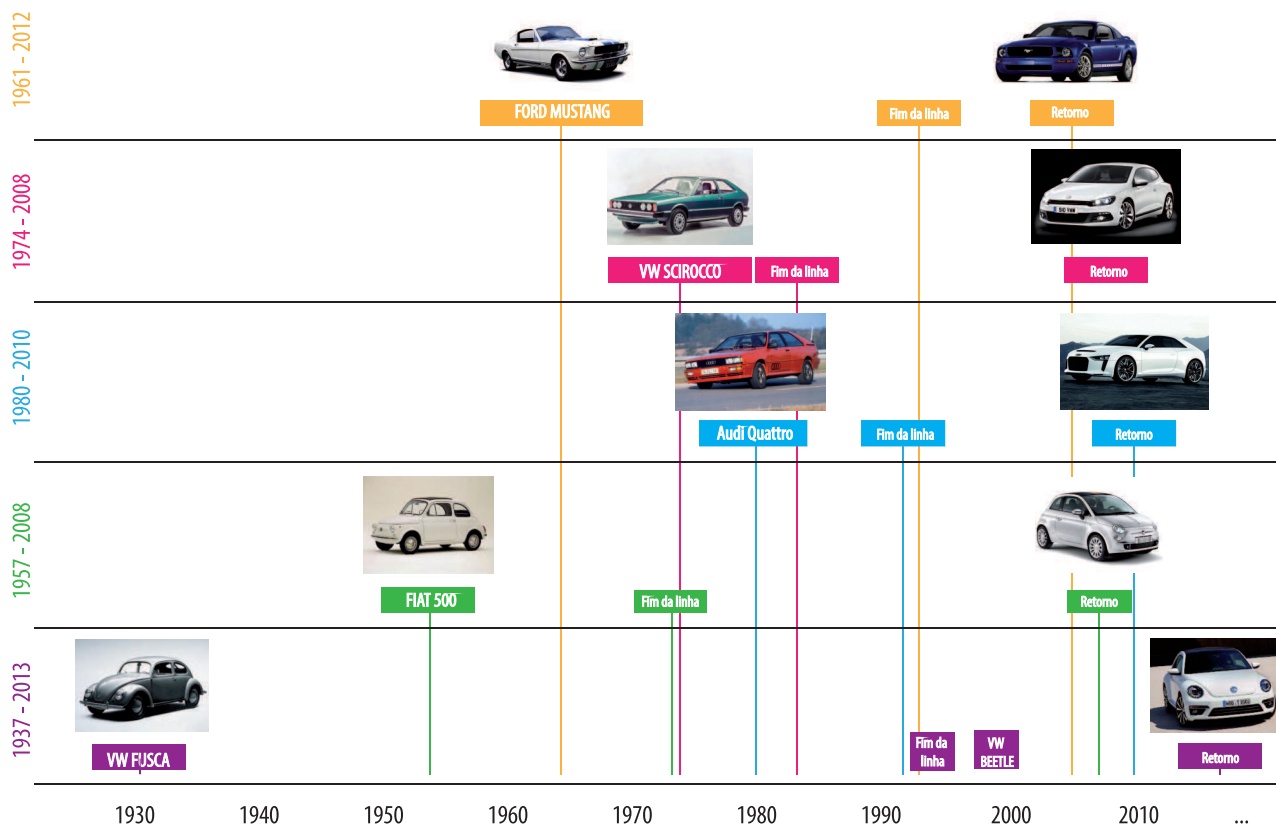


Diagrama I: Evolução e Retorno de nomes clássicos

Segundo Bouk, professor de Engenharia Mecânica automobilística da Faculdade de Engenharia Industrial, “É como a primeira namorada. Você lembra da música que tocou quando saíram a primeira vez, lembra do perfume, do doce preferido”, claro que isso tudo só funciona se ‘a primeira namorada’ não tiver partido o coração do rapaz, ou no caso, se o carro não o tiver decepcionado.”.

Apesar de sempre existirem riscos em relançar um produto, o qual pode atrair/repelir o público-alvo no que diz respeito a reformulação do clássico/moderno, ou seja, já que faz referência ao modelo que o antecede, o consumidor geralmente espera que a releitura do mesmo apresente características e elementos que se conectem com seu antecessor, estando associado ao sentimento despertado anteriormente. Caso isso não ocorra, surge um sentimento de frustração, expectativa não atendida, segundo Henrique Sampaio, Gerente de Marketing de Produto da Volkswagen.



Desse modo, o referente projeto irá desenvolver uma releitura do Ford Maverick Coupé (clássico/moderno), como ferramenta mercadológica, com base no vínculo afetivo que o público mantém com este produto.

07

Figura 02: Dodge Challenger 2012 e Dodge Challenger R/T 1970

1.5 DELIMITAÇÃO TÉCNICA

Este tópico tem o objetivo de delimitar o escopo deste trabalho, o que será desenvolvido e qual a limitação, de maneira que não gere dúvidas nem tão pouco expectativas as quais não sejam foco deste trabalho.

Este trabalho se propõe a realizar uma releitura conceitual da forma externa do Ford Maverick Coupé, transmitida pelos elementos configurativos e de comunicação entre produto/usuário. O mesmo não inclui partes funcionais, estruturais, materiais, ergonômicas, e normas técnicas de trânsito, por se tratar de um conceito formal.

Abaixo estão dispostos alguns itens que não serão levados em consideram neste trabalho.

- Acionamentos que influenciam para o funcionamento do veículo.
- Entrada para Abastecimento.
- Abertura do capô, porta-malas e portas.
- Encaixes de partes e acessórios no geral.
- Dimensionamento detalhado. O projeto será apresentado através das medidas principais (comprimento, altura, largura, entre-eixo e bitola).

Vale salientar que da parte funcional será apresentada superficialmente através da iluminação, nas seguintes partes, farol dianteiro, farol traseiro e farol neblina.

Na tabela abaixo está discriminadas os itens e suas respectivas especificidades básicas que influenciaram no desenvolvimento do projeto.

TABELA I: Itens que influenciam para o desenvolvimento do projeto

ITEM	ESPECIFICAÇÕES
Roda	Roda aro 20" - roda em alumínio, juntamente com cladding, capas de plástico inseridas sobre o alumínio, permite uma variação de desenho e acabamento na peça.
PNEU	Pirelli P - ZERO - 225/45 R20, dianteira, 285/40 R20, traseira. Obs.: Especificação baseada no Ford Mustang Shelby GT 500 2014

ITEM	ESPECIFICAÇÕES
Plataforma	S550 - Ford Mustang 2015 - (2,72 m de entre-eixos e 1,56 m de bitola)
Motor	Dianteiro, longitudinal (4.951 cm ³) em duas versões: V8 5.8 - 670 cv (Versão GT) V6 3.7 - 315 cv (Versão Basica)
Tração	Traseira



LEVANTAMENTO DE DADOS

2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1.1 RELEITURA

2.1.2 HISTÓRIA DO DESIGN DO AUTOMÓVEL

2.1.3 DÉCADA DE 70

2.1.4 FORD MAVERICK

2.1.5 FORD MAVERICK NACIONAL

2.1.6 MERCADO NACIONAL AUTOMOTIVO

2.1.7 FORD MOTOR COMPANY/AUTOMÓVEIS

2.1.8 FORD MUSTANG

2.1.9 FORD DESIGN KINECT

2.1.10 AUTOMÓVEL E SEU PODER COMUNICATIVO

2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nessa etapa serão apresentadas as pesquisas que embasaram e serviram de apoio para este trabalho. Possibilitando ao leitor se familiarizar com o conteúdo.

2.1.1 RELEITURA

O significado da palavra releitura vem daquilo que se refere a "reler", ler novamente, segundo Dic. Aurélio (2010). Ter uma nova visão a respeito de uma obra original. O mais importante é criar algo novo, de modo a manter um elo com a fonte que serviu de inspiração. Neste caso, a releitura se caracteriza como uma ferramenta mercadológica, utilizada atualmente em vários seguimentos produtivos, dentre eles, o automobilístico.

Podemos citar como um exemplo de sucesso recente de releitura, o Novo Fusca, que não retomou apenas o nome, mas também o estilo e o carisma do Volkswagen clássico. Logo abaixo podemos observar algumas características e elementos pertencentes ao modelo clássico e que foram preservados na releitura.

Figura 03: Releitura do Novo Fusca 2013 - clássico/moderno



2.1.2 HISTÓRIA DO DESIGN DO AUTOMÓVEL

Na história do automóvel o design nos oferece duas maneiras de vermos as coisas: a da razão e a da emoção. De modo que o automóvel é um grande exemplo de produto com carga emocional fortes e positivas, segundo Norman (2008:27). Além de sua função básica como meio de transporte, ele ainda desempenha um notável papel como símbolo de status e de sedução. Nesse contexto, nada mais adequado que a valorização de belas formas esculpidas em uma carroceria, carregada de fortes valores simbólicos.

Através da linha do tempo da história do design do produto de maior impacto no mundo do século XX, o automóvel, podemos observar as grandes mudanças estéticas e semânticas, que o mesmo teve durante toda sua trajetória até os dias atuais, e a sua tendência para o futuro, mostrando uma visão geral de como chegamos, da tração animal ao que temos hoje.

Como se observa no Diagrama I (pag.13), a evolução do automóvel é caracterizada por sete eras distintas. Eckemann (2001) em seu livro “World History of the Automobile”, dentre elas a era da Invenção, Inovação, Manufatura, Cápsula, Clássica, Integração e a Moderna, sendo cada época caracterizada pelo seu estilo e mudanças estéticas, influenciadas pela tecnologia, moda, arte, arquitetura, cultura e entre outros.

13

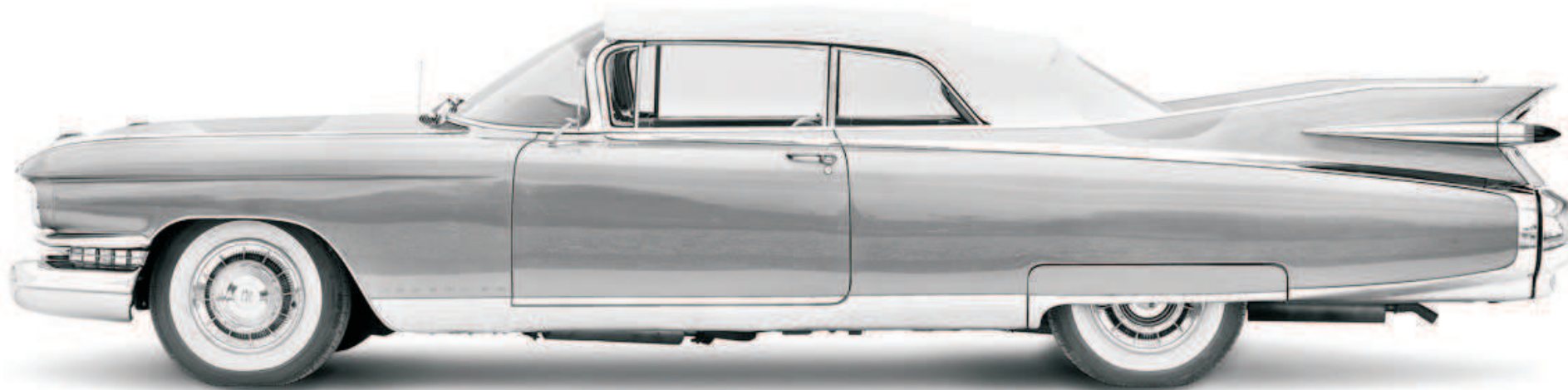
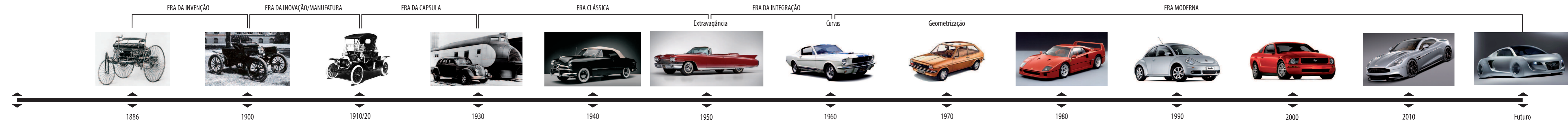


Figura 04: Cadillac El Dorado - Ícone da década de 50



A domesticação de animais possibilitou o transporte de pessoas e cargas. Com a invenção da roda, os transportes passaram a ser por tração animal.

O triciclo a motor, movido a combustível derivado do petróleo, a gasolina, é apresentado ao público por Karl Benz. Considerado o 1º automóvel do mundo, o mesmo era idêntico a uma simples carruagem.

Até meados da década de 1900 o design dos automóveis se assemelhava em muito com os das carruagens, sendo que os primeiros automóveis concebidos no final do Séc. XIX eram de fato, carruagens motorizadas.

Com relação ao design do automóvel, pouca coisa mudou no mesmo durante as décadas de 10 e 20.

Inspirado na aerodinâmica, surge o conceito de Streamline, que reflete os padrões de comportamento de um corpo a perfurar o ar. Isto é tão intenso que leva os designers de automóveis a inspirarem-se nas asas dos pássaros, gotas de água e peixes para projetarem os automóveis de uma forma quase aerodinâmica. Durante esta época, também o movimento Art Deco desenvolve uma estética paralela com a designação de Streamline, resultante de áreas de investigação tais como aviação, balística e outros campos em que a velocidade é preponderante. Um dos modelos que mais se destacou nessa década, foi o Chrysler Airflow. Com o lançamento deste modelo da Chrysler, o público pode apreciar o novo estilo que começava a surgir.

A década de 40, marcada pela 2ª Guerra Mundial, foi um período que pouco se construiu ou inovou. De 1942 a 1946 não foram produzidos automóveis. Apenas no final da década, em 1947, os fabricantes americanos começaram a apresentar os seus "novos" automóveis da Linha 1949, pois até então eles ainda eram fabricados baseados em modelos 1942 com apenas alguns pequenos retoques cosméticos, como por exemplo o modelo Ford Custom e o Chevrolet Bel-Air. O final da década de 40 foi marcado pelo início de uma das décadas mais criativas para indústria automobilística mundial.

Os anos 50 deu início aos automóveis com perfis aerodinâmicos de aviões, com a incorporação de linhas de barbatana, capô longo, entradas de ar, capotas de grande dimensão e a grande variação cromática, sendo as linhas de barbatana o principal marco da década. Denominada como "rabo de peixe" alguns modelos fizeram história como o Cadillac Eldorado, que reinou absolutamente como carro de luxo durante toda a década de 50. Outro marco da época foi a "The Chromium Age" ou a Idade do Cromo, a Era do Cromo, onde os automóveis resplandeciam em adereços cromados, tendo início também ao estilo "hard top", cupês de duas portas sem coluna, que pareciam conversíveis, mas não eram.

Foram marcados mais uma vez pela mudança estética que ocorreu aos automóveis no início da década, onde os mesmos passam a ter linhas mais contínuas e direcionais, em sua carroceria. Na mesma década surgiram também os grandes esportivos, que traziam consigo o conceito de alto desempenho, performance e potência, denominados "Muscle Cars" e "Poney Cars", juntamente com o estilo "fastback", capô comprido e traseira curta. Um dos principais modelos da década foi o Ford Mustang, cobiçado pelo público jovem da época.

Nos anos 70 registra-se grande mudanças no estilo dos automóveis, deixando para traz as linhas sinuosas dos anos 60. Os automóveis passaram a obter linhas simples e geométricas.

No início dos anos 80, e após um período de austeridade industrial, causado pela crise do petróleo, o design tornou-se fundamental, fazendo com que a indústria do automóvel revertesse para automóveis funcionais, com excelentes coeficientes aerodinâmicos que reduziam a resistência ao ar com a conseqüente redução de combustível. Diante disso os automóveis passaram a obter formas direcionais e linhas menos tensionadas.

Durante os anos 90, houve o ressurgimento do estilo retrô, representados por linhas mais fluidas e formas cada vez mais arredondadas.

A partir dos anos 2000, as montadoras se inspiravam em modelos ou estilos que marcaram seu passado. Devido ao avanço tecnológico, os automóveis começaram a apresentar um design cada vez mais ousados, compostos por linhas fluidas e impactantes, com detalhes que realçam sua categoria e o seu valor.

A partir do ano de 2010, os designers continuam a ousar nas formas e em detalhes, na busca cada vez mais intensa pela eficiência aerodinâmica e a economia de combustível juntamente com o fator ecológico.

Através do avanço tecnológico, está cada vez mais intenso soluções para que os automóveis sejam ecologicamente corretos, seja em seu funcionamento (motor), materiais exóticos e tecnologia embargada, ligadas a interação, segurança e confortabilidade. Quanto ao design, baseado nos conceitos futuristas de 10,20, 30 anos a frente, a tendência é obter formas cada vez mais ousadas, linhas suaves, limpas e firmes; insessão de detalhes que ressaltam o estilo e a expressividade do veículo.

Através da linha do tempo, podemos observar e analisar que o automóvel teve uma evolução sempre refletida pela mudança de cultura e estilo de vida de cada época. No decorrer do tempo, as melhorias na fabricação, avanço tecnológico e métodos cada vez mais eficazes, permitiram um design com menos limitações e mais ousadia, sempre em busca da perfeição e da eficiência, com intuito de atrair os desejos e gostos do consumidor para o lado afetivo emocional positivo.

Diagrama II: Linha do tempo: Historia do Design dos Automóveis

2.1.3 DÉCADA DE 70

A herança da década de 60 deu o tom nos primeiros anos, no visual e no comportamento *hippie* e nas artes psicodélicas. No final da década, partes significativas da juventude tinham aderido ao modo de ser sombrio e agressivo do *punk* ou ao estilo colorido, descompromissado e hedonista na onda da discoteca e da música pop.

Foi uma década em que o mundo vivenciou o surgimento do movimento *punk*, a crise do petróleo e a ascensão de um pensamento econômico ultraliberal. No Brasil, passava-se dos anos mais repressivos da ditadura militar para o início do processo de abertura política. Por conta da censura e do regime autoritário, muitas das transformações culturais e comportamentais daqueles anos não foram completamente vivenciadas no Brasil. Mas tanto aqui como lá fora, as roupas, as artes e o comportamento jovem mudaram radicalmente ao longo dos anos 70.

- AUTOMÓVEIS

A década de 70 , marca a entrada no mercado dos esportivos nacionais. O automóvel era caracterizado pelo estilo *fastback* (traseira de queda rápida), capô longo e traseira curta, modismo que dominava o fim dos anos 1960. A predominância da ousadia de cores (variações), uso de partes e acessórios cromados, realçava o luxo e a elegância, juntamente com características que levavam a serem denominados *Muscle Cars*, que retratava robustez, potência, performance e confiabilidade, e *Pony cars* relacionados a sonoridade do motor, tendo como herança dos anos 1950 e 1960.

15

2.1.4 FORD MAVERICK

O desenvolvimento da ideia desse novo carro, em 1966, foi rápido: dos primeiros desenhos até o protótipo em tamanho real (em metal) passaram-se apenas quatro meses, o que demonstra a certeza que a Ford tinha a respeito do projeto. A escolha do nome e do logotipo ocorreu no ano de 1968. O nome teria sido uma homenagem ao texano Samuel Augustus Maverick, herói da Guerra da Independência. Por ter o Texas uma forte vocação agropecuária, atividade que representa de maneira bem típica a força, simplicidade e a robustez do espírito *cowboy*, entende-se o motivo da utilização dos chifres de boi estilizados no logotipo. Há também a versão de que Maverick seria uma raça de gado, enquanto uma terceira defende a teoria de que a palavra significa “rês desgarrada”, em alusão a algo jovem e que segue seu próprio caminho, de forma independente. Superada a etapa de projeto, seguiram-se a produção e as demais fases de lançamento do novo modelo, com campanhas publicitárias e outras ações inerentes ao importante acontecimento.

No dia 17 de abril de 1969 o Maverick foi lançado por US\$ 1.995, com 15 cores disponíveis e motores de 2,8 e 3,3 litros, ambos de seis cilindros, com plataforma e com boa parte mecânica dos irmãos mais velhos, Falcon, Fairlane e Mustang. O sucesso foi imediato e logo no primeiro ano foram vendidas 579.000 unidades, uma marca melhor do que a do próprio Mustang. Apenas dois anos mais tarde, em 1971, foi lançado o famoso propulsor V8 de 302 Polegadas Cúbicas para o Maverick. Este motor já equipava algumas versões do Mustang, e a Ford, a princípio, relutou em equipar no Maverick, temendo de que isto prejudicasse a sua imagem de carro mais compacto, barato e econômico.

A Ford o anunciou como o veículo ideal para jovens casais, sendo uma opção barata aos compactos importados, com o diferencial de oferecer o característico design em *fastback* da carroceria, tão em moda na época. Logo vieram outras versões, com apelo esportivo ou de luxo e motorizações diferentes, como o Grabber, Mercury Comet/GT, Sprint, LDO e Stallion, ficando ativo até o ano de 1977.



Figura 05: Logo do Ford Maverick

FORD MAVERICK EUA - MODELOS

Abaixo observa-se mais detalhadamente os modelos dos EUA, a partir da linha do tempo, em que demonstra o diferencial estético no decorrer dos anos.

EUA



Diagrama III: Linha do tempo: Modelos Ford Maverick EUA

2.1.5 FORD MAVERICK NACIONAL

Depois do sucesso alcançado nos Estados Unidos, era natural que a Ford desejasse fixar ainda mais resultado em outros mercados, sendo um deles o brasileiro. Após o lançamento do Opala que fazia um grande sucesso na época, a Ford tomou a decisão de produzir um carro que competisse diretamente com o mesmo, sendo ele o Ford Maverick. Logo abaixo pode-se observar de forma resumida, a partir da linha do tempo, os principais acontecimentos históricos ocorridos durante a trajetória do Ford Maverick nacional, em que demonstra desde da origem ao seu encerramento, com intuito de conhecer-lo através de uma linguagem simples e intuitiva.

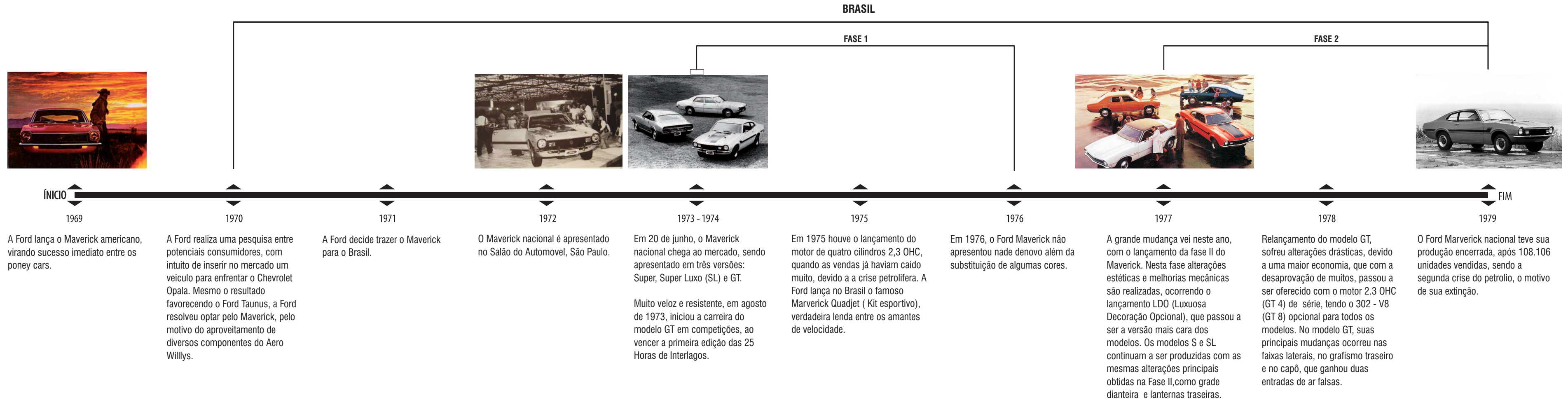


Diagrama IV: Linha do tempo: Principais fatos do Ford Maverick Nacional

2.1.5.1 MODELOS

O Ford Maverick não conseguiu disfarçar sua origem norte-americana, ressaltada pelo estilo *fastback*. O modelo despertou a atenção do público brasileiro devido às suas linhas agradáveis e leves, e visual esportivo, que ressaltava um grande desempenho e potência.

O Ford Maverick, durante a sua trajetória brasileira, passou por duas fases:

Fase 1 - 1973 - 1976 : Super (Modelo Standart), Super Luxo e GT

Fase 2 - 1977 a 1979 - : Versão S,SL,LDO (luxuosa decoração opcional) e GT 4 (2.3L - OHC)/GT 8(302 cc/V8)













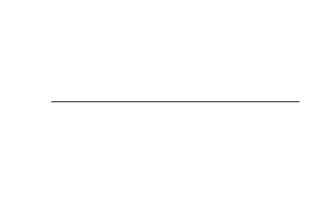


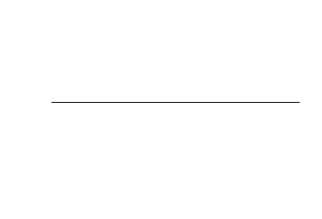
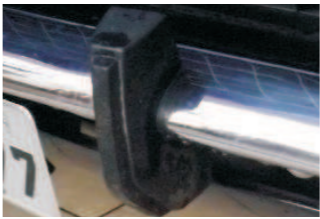
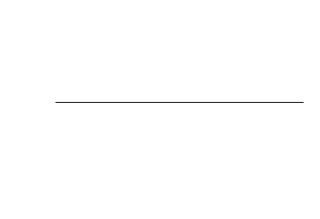
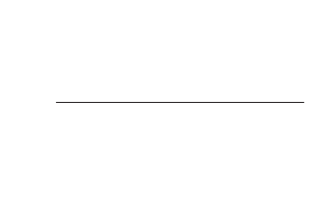






Figura 06: Propaganda de lançamento do Ford Maverick Coupé GT
1973

**FORD MAVERICK NACIONAIS -
MODELOS**

A apresentamos para observação mais detalhada dos modelos nacionais a partir da linha do tempo, em que demonstra o diferencial dos mesmos no decorrer dos anos.

		FASE I						FASE II					
ITEM	SUBITEM	MODELO: Super (S) ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	MODELO: Super Luxo (SL) ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	MODELO: GT ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	MODELO: Super Luxo(SL) ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	MODELO: LDO ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	MODELO: GT ESPECIFICAÇÃO	DETALHE
DIANTEIRA	GRADE	A grade dianteira é angulada, acompanhando o desenho do capô, com retângulos horizontais cromados.		A grade dianteira é angulada, acompanhando o desenho do capô, com retângulos horizontais cromados.		A grade dianteira é angulada, acompanhando o desenho do capô, com retângulos horizontais na cor preta.		A grade dianteira ganha um novo desenho, composto por largos retângulos dispostos verticalmente, com contorno de cor prata, pintura essa que acompanhava todo o entorno da peça, e que se repete no LDO.		A grade dianteira ganha um novo desenho, composto por largos retângulos dispostos verticalmente, com contorno de cor prata, pintura essa que acompanhava todo o entorno da peça.		A grade dianteira ganha um novo desenho, composto por largos retângulos dispostos verticalmente, na cor preta, pintura essa que acompanhava todo o entorno da peça.	
	EMBLEMA	Contém ao centro da grade o logotipo circular com a palavra "Ford", em fundo preto.		O emblema central da grade, é uma peça circular com fundo dourados com feixes irradiantes, tendo ao centro a palavra "Ford".		O emblema central da grade, contém uma sigla "GT" sobre fundo vermelho.		Emblema super detalhado com uma espécie de coroa ao centro no fundo vermelho, com escrita "FORD" abaixo.		O emblema, possui formato retangular, contendo uma porção inferior dividida em três partes, cada uma de uma cor, vermelha, azul e branca, já na porção superior, os três leões sobre um fundo preto simbolizavam as gerações do Clã Ford (Henry Ford, Edsel Ford e Henry Ford II).		O unico emblema do modelo, localiza-se na extremidade do lado direito na aba do capô, com as letras "FORD".	
	CAPÔ	Capô contém uma saliência central, que realça a potência do motor. Na borda frontal o capô possui um friso que contorna a parte dianteira (farol e grade), padrão para todos os modelos.		Capô contém uma saliência central, que realça a potência do motor. Na borda frontal o capô possui um friso que contorna a parte dianteira (farol e grade), padrão para todos os modelos.		Além da saliência central, que realça a potência do motor, o capô do motor possuía uma pintura central em preto fosco e nas extremidades travas de segurança adicionais para evitar a abertura acidental do capô, que passavam a ter efeito meramente estético.		Além da saliência central, que realça a potência do motor, o capô do motor possuía uma pintura central em preto fosco e nas extremidades travas de segurança adicionais para evitar a abertura acidental do capô, que passavam a ter efeito meramente estético.		Capô contém uma saliência central, que realça a potência do motor. Na extremidade do lado direito na aba do capô, localiza-se o emblema com as letras "FORD".		Além da saliência central, que realça a potência do motor, o capô possui uma pintura central em preto fosco e entradas de ar falsas. Na extremidade do lado direito na aba do capô, localiza-se o emblema com as letras "FORD".	
	SOBREAROS	Nas extremidades, os sobrearos do farol, também pintados na cor prata, deixavam apenas os cromados nos filetes das bordas, acompanhando o friso do capô, padrão nos modelos S e SL.		Nas extremidades, os sobrearos do farol, também pintados na cor prata, deixavam apenas os cromados nos filetes das bordas, acompanhando o friso do capô, padrão nos modelos S e SL.		Nas extremidades, os sobrearos do farol, também pintados de preto fosco, deixavam apenas os cromados nos filetes das bordas, acompanhando o friso do capô.		Nas extremidades, os sobrearos do farol, também pintados na cor prata, deixavam apenas os cromados nos filetes das bordas, acompanhando o friso do capô, padrão nos modelos S e SL.		Nas extremidades, os sobrearos do farol, também pintados na cor prata, deixavam apenas os cromados nos filetes das bordas, acompanhando o friso do capô, padrão nos modelos S e SL.		Nas extremidades, os sobrearos do farol, na cor preta, pintados na cor prata, deixavam apenas os cromados nos filetes das bordas, acompanhando o friso do capô, padrão nos modelos anteriores.	

		FASE I						FASE II					
		MODELO: Super (S)		MODELO: Super Luxo (SL)		MODELO: GT		MODELO: Super Luxo(SL)		MODELO: LDO		MODELO: GT	
ITEM	SUBITEM	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE
LATERAL	FRISOS/ GRAFISMO	Não contém.		A lateral externa exibe um conjunto completo de frisos, no contorno das rodas e nos para-lamas dianteiro e traseiro, unidos por outro friso instalado na chamada "caixa de ar" que acompanhava todo o contorno da carroceria, havendo frisos também na calha do teto e no contorno das portas.		Nas laterais o grafismo era de adesivo preto fosco, colocado na parte inferior da linha média do carro.		A versão SL, passa a receber um par de finos filetes laterais e paralelos pintados na altura da linha do para-lama dianteiro, acompanhando as curvas da linha da carroceria ate a ponteira do porta - malas.		Na lateral frisos cromados são realçados por um filete de borracha que percorre toda a lateral do veículo, acompanhando o contorno das aberturas das rodas.		O grafismo contido na lateral anteriormente posicionado, são agora posicionadas acima do vinco da carroceria, através de uma elevação próximo ao para-lama, culminando com a inscrição "302 -V8" em alusão ao seu propulsor, além do grafismo "MAVERICK GT" em letras vazadas com a pintura da carroceria aparente.	
	EMBLEMAS	Contém o logotipo "Maverick", existente na lateral do para-lama dianteiro.		A identificação do Modelo Super, é representada por um retângulo cromado inscrito "Super Luxo".		Na porção mais proxima da porta havia um emblema retangular com uma bandeira quadriculada e a sigla "GT" sobre um fundo vermelho.		A identificação do modelo Super Luxo Fase II, é disposta da mesma forma que o modelo Fase I.		A identificação do Modelo LDO, é representada por um retângulo cromado inscrito "LDO".		Descrição referente a especificação do modelo GT 4 "2,3L -OHC"ou GT 8 "302 -V8".	
	RODAS	As rodas de aço escovado do modelo super, possui um feixe na mesma cor do veículo, contendo em seu centro uma repetição da palavra "Ford" de forma circular em baixo relevo.		A calota do modelo SL, possui um acabamento em aço escovado com detalhes vazados, que circundam o centro, onde se encontra uma pequena calota cromada com borda preta.		As rodas do modelo GT, era idêntica ao do modelo super, com alteração apenas no feixe, que passou a ser na cor preta, contendo em seu centro a mesma repetição da palavra "Ford" de forma circular em baixo relevo.		Idêntica ao modelo SL da fase I.		As calotas eram de aço escovado e traziam no centro o desenho de uma coroa dentro de um pequeno círculo sobre um fundo na cor preta.		As rodas receberam nova pintura, invertida em relação á versão do GT na fase I (o que antes era prata se tornou preto e vice-versa).	
TRASEIRA	FAROL	Retangular com bordas cromadas abauladas na extremidade, que envolve dois elementos internos, um quadrangular (luz de ré) e outro retangular (luz de freio).		Retangular com bordas cromadas abauladas na extremidade, que envolve dois elementos internos, um quadrangular (luz de ré) e outro retangular (luz de freio).		Retangular com bordas cromadas abauladas na extremidade, que envolve dois elementos internos, um quadrangular (luz de rá) e outro retangular (luz de freio).		As lanternas traseiras passaram a ser maiores e divididas em três gomos .		As lanternas traseiras passaram a ser maiores e divididas em três gomos .		As lanternas traseiras passaram a ser maiores e divididas em três gomos .	

		FASE I						FASE II					
		MODELO: Super (S)		MODELO: Super Luxo (SL)		MODELO: GT		MODELO: Super Luxo(SL)		MODELO: LDO		MODELO: GT	
ITEM	SUBITEM	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE	ESPECIFICAÇÃO	DETALHE
TRASEIRA	PAINEL TRASEIRO	O painel traseiro é disposto na cor do veículo, contendo um friso que acompanha o contorno interno da tampa do porta - malas.		O painel traseiro é disposto na cor do veículo, onde além do friso que acompanha o contorno interno da tampa do porta - malas. No centro da traseira, horizontalmente há duas peças estampadas cromadas com filetes na cor preta entre as lanternas e o bocal do tanque de gasolina, uma delas com a palavra "Ford" em baixo - relevo.		O painel traseiro era pintado na parte central de preto fosco, com o emblema cromado com a palavra "Ford" próximo a lanterna esquerda.		O painel traseiro é disposto na cor do veículo, em que há um friso que contorna externamente os dois faróis, e um emblema cromado com a palavra "Ford" próximo a lanterna esquerda.		O painel traseiro é disposto na cor do veículo, em que há um friso que acompanha o contorno interno da tampa do porta - malas e um friso em alumínio que contorna de uma lanterna a outra, onde entre o mesmo é pintado na cor cinza, sendo composto pelo emblema cromado com a palavra "Ford" próximo a lanterna esquerda.		O painel traseiro era pintado na parte central de preto fosco, com o emblema "Ford" na parte central, unido a continuidade da faixa preta que contorna o painel traseiro.	
		RETROVISOR	O retrovisores dos modelos S e SL, eram retangulares e cromados.		O retrovisores do modelo SL, eram retangulares e cromados, semelhantes ao SL.		O retrovisor do modelo GT, fase I e II, continha a mesma forma cônica, sendo disposto na cor do modelo ou na cor preta.		O retrovisores do modelo SL na fase II, continuaram da mesma forma que na fase I.		O retrovisores do modelo LDO, continuaram da mesma forma que nos modelos S e SL na fase I.		O retrovisor do modelo GT, fase I e II, continha a mesma forma cônica, sendo disposto na cor do modelo ou na cor preta.
OUTROS	GARRAS DE PROTEÇÃO	Garra de proteção cromada com um filete central emborrachado.		Garra de proteção cromada com um filete central emborrachado.		Garra de proteção cromada com um filete central emborrachado.		Garra de proteção passa a ser toda emborrachada.		Garra de proteção passa a ser toda emborrachada.		Garra de proteção passa a ser toda emborrachada.	
	TETO DE VINIL	Não contém.		O teto em vinil no modelo SL, cobre toda a capota até a parte traseira, nas cores preto ou areia, de acordo, com a pintura da carroceria e o tom do acabamento interno.		Não contém.		Não contém.		O teto em vinil (disponível apenas no LDO coupé), cobre toda a capota até o início da coluna "C", nas cores preto ou areia, de acordo, com a pintura da carroceria e o tom do acabamento interno.		Não contém.	

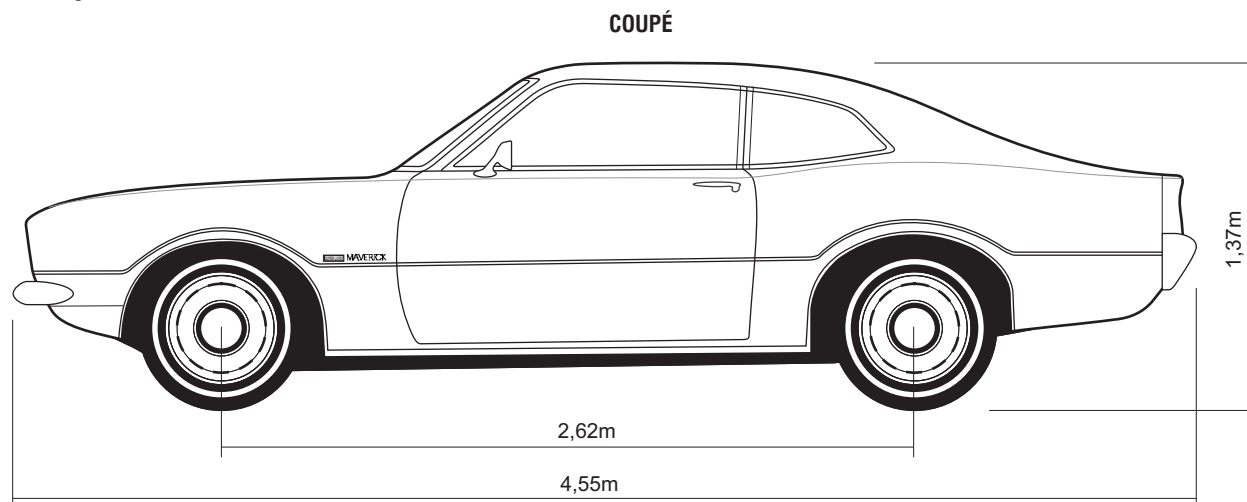
Através da apresentação dos detalhes dos modelos do Ford Maverick demonstrada acima, podemos observar a diferenciação entre os mesmos, no qual servirá como base para análise que será realizada posteriormente.

2.1.5.2 FORD MAVERICK COUPÉ/SEDÃ

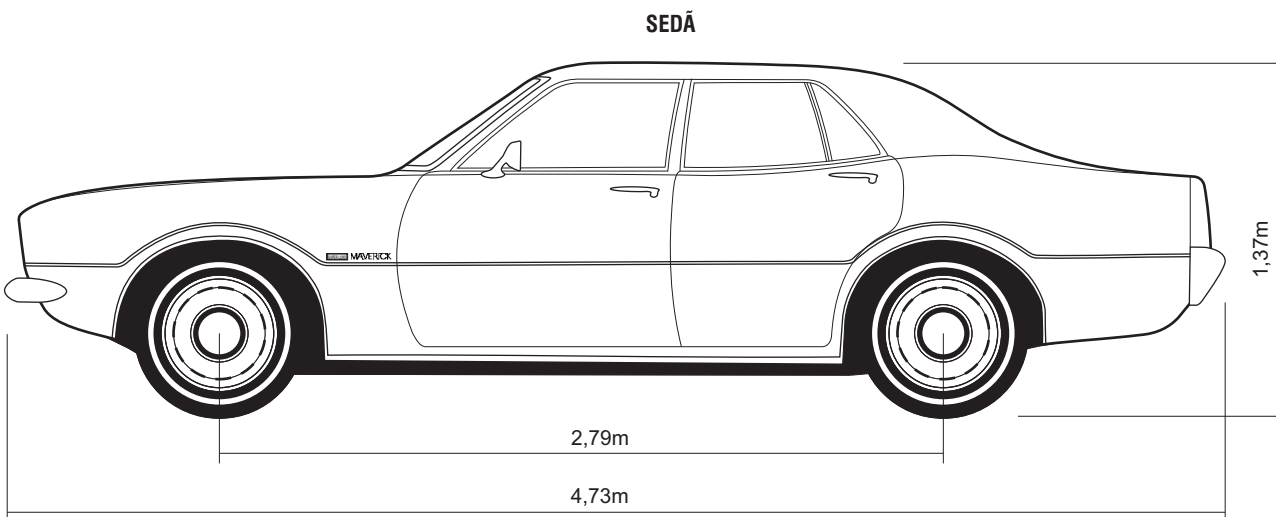
Em relação ao público consumidor, o Ford Maverick, apresentava em dois modelos, coupé e o sedã, modelos estes destinados a públicos distintos, que segundo Greyson (2007:) o modelo coupé era destinados a jovens casais e o sedã para famílias e executivos. A diferença entre os dois modelos, coupé e o sedã, é demonstrada na logo abaixo, de forma que facilite a compreensão.

O Maverick Coupé (duas portas), era teoricamente, um veículo para cinco pessoas, mas na prática comportava apenas quatro passageiros adultos. Na parte dianteira do habitáculo, oferecia amplo espaço e comodidade, enquanto na parte traseira a situação era um pouco diferente, em virtude da carroceria ter uma queda acentuada, a partir do meio da capota, ocorria a perda de espaço interno quanto altura. Isso se dá pelo estilo *fastback*, estilo caracterizado pelo longo capô, traseira curta e linhas aerodinâmicas, que fazia uma inclinação contínua até a traseira. Estilo este consagrado no Mustang, que fez com que a versão coupé fosse apelidado de Mustang Brasileiro.

O Maverick Coupé foi o modelo mais produzido de toda a linha, responsável por 96.227 veículos, o equivalente a 89 % da produção total, que somou 108.106 veículos, segundo Greyson (2007:181). Ressaltando que os Mavericks Coupé com acabamento GT (pag. 19,20 e 21) foram apenas 10,573 (9,78%), e os Super e Super Luxo, 85.654 (79,23%). Esses números explicam porque nos dias atuais encontram mais os modelos Coupé em circulação.



O Maverick Sedã era um veículo de quatro portas para cinco pessoas adultas, que oferecia um grande conforto e espaço interno para os passageiros do banco traseiro, devido ao teto mais longo e alto., graças ao entre-eixo mais longo que o Maverick Coupé, com 17 cm. O sedã foi fabricado somente nas versões Super, Super Luxo e LDO. O modelo teve pouca aceitação no mercado em geral, que na época preferia os coupés aos sedãs, mas conquistou um mercado específico, focado em executivos e famílias, pois era um carro com aspecto imponente e excelente espaço interno.



2.1.5.3 CRISE

Em abril de 1979, o último Ford Maverick produzido no Brasil saía de fábrica e dava fim ao primeiro período da vida desse automóvel, após 108.106 unidade produzidas.

TABELA II: VENDAS DO FORD MAVERICK NACIONAL

ANO	COUPÉ	SEDÃ	GT	TOTAL
1973	16.287	602	2.081	18.970
1974	23.859	6.734	4.177	34.770
1975	17.864	2.297	998	21.159
1976	18.040	1.443	499	19.982
1977	5.278	513	1.643	7.434
1978	3.526	233	998	4.757
1979	800	57	177	1.034
TOTAL	85.654	11.879	10.573	108.106

Fonte: Livro “Maverick: um ícone dos anos 70”

25

Através da tabela, pode-se observar que a totalidade da produção foi concentrada nos modelos coupé de 2 portas, restando apenas uma pequena parte para o modelo sedã de 4 portas. Os números confirmam as dificuldades enfrentadas nas vendas após o ano 1974, conseguindo manter somente o volume de vendas praticamente estável até o ano de 1976. Nem mesmo a remodelação estética realizada em 1977 conseguiu reverter o quadro de queda nas vendas, causando o encerramento das vendas em 1979, após 108.106 unidades produzidas.

O motivo das quedas das vendas e do encerramento do Ford Maverick em 1979, foi decorrente da inflação e a alta constante dos preços de combustível que assolava a economia do País, devido a segunda crise do petróleo, onde o governo restringia o alto consumo de gasolina nos veículos. O Ford Maverick foi afetado por ser considerado um carro ultrapassado, obsoleto e “beberrão”, tendo como destino final em sua maioria subúrbios das grandes cidades e ferros – velhos.

2.1.5.4 PORQUE É CONSIDERADO UM ÍCONE BRASILEIRO

No início do século XXI, época em que os carros clássicos como, Ford Maverick, Chevrolet Opala, VW Fusca, e entre outros, começam a ser restaurados e valorizados de tal forma, que surge um novo nicho para o mercado automobilístico, sendo um dos principais o Lendário Ford Maverick.

Fabricado no Brasil, entre 1973 e 1979, o Ford Maverick era e é considerado um ícone por ser mais que um simples automóvel, considerado um dos maiores expoentes da indústria automobilística nacional, sobrevivendo a passagem do tempo graças ao seu estilo marcante e alto desempenho que o consagraram, tanto nas ruas quanto nas pistas, sendo até hoje considerado o único carro nacional com motor V8 (oito cilindros em V) 302 polegadas cúbicas, como indicava o adesivo no para-lama dianteiro, e um dos poucos verdadeiros *Muscle Car* e *Poney Car* brasileiro, sendo hoje disputado a peso de ouro no mercado de carros antigos e cultuado por pessoas de várias idades e classes sociais.

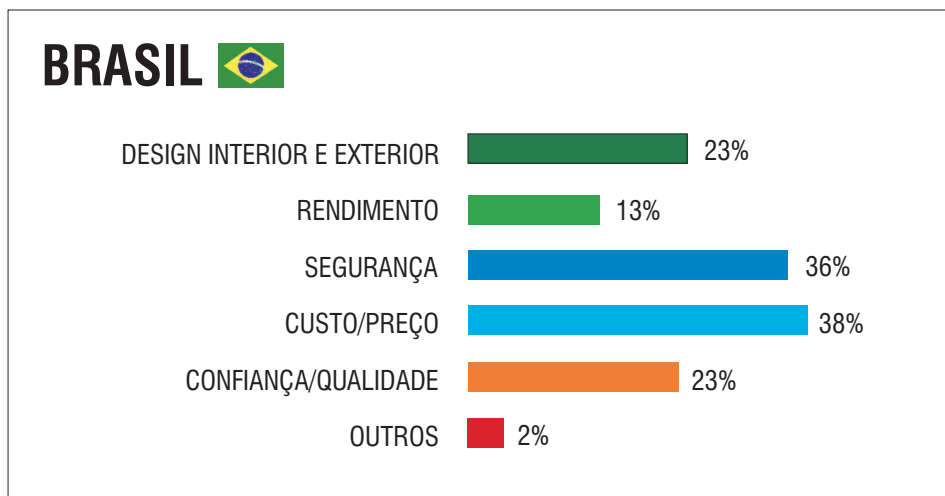
Figura 07: Ford Maverick Coupé GT 1974 - AUTOENTUSIASTAS



2.1.6 MERCADO NACIONAL AUTOMOTIVO

O aumento da produção e venda de carros fez surgir a dúvida se no Brasil há ruas suficientes para comportar tantos carros. Segundo dados da Jato Dynamics do Brasil (consultoria especializada no setor automotivo), o Brasil encerrou o primeiro semestre do ano como o quarto colocado no *ranking* mundial de venda de carros. O país teve 4,6% mais emplacamentos entre janeiro e junho passados do que no mesmo período de 2012, somando 1,7 milhão de unidades, onde em 2012 o país apareceu em quinto no *ranking* semestral. Esse aumento nas vendas de automóveis é causado pelo reflexo da facilidade na concessão de crédito.

Segundo pesquisa realizada pela KPMG Internacional, de acordo com o crescimento notório das vendas ao passar dos anos, o Brasil poderá chegar em 2016 como o terceiro colocado no ranking dos maiores mercados automobilísticos do mundo, com a expectativa que em 2017 esteja exportando mais de um milhão de veículos ao ano. De acordo com Charles Kriek, sócio-líder das áreas da Industrial Markets e Audit da KPMG no Brasil, "O resultado da pesquisa demonstra claramente a imagem que o mercado automobilístico de todo o mundo projeta para Brasil: a de um país com a economia sólida e ótimas perspectivas para os negócios. Ao final, o mercado automobilístico encontrou um lugar propício no Brasil".



Fonte: Ipsos 2013

CONSUMIDOR BRASILEIRO

O perfil do consumidor de automóveis no Brasil, segunda a Ipsos, referência mundial em pesquisa e análise de mercado, demonstra que o preço e consumo de combustível são os fatores mais importantes para proprietários de automóveis. Sendo o design (interior/exterior), considerado o terceiro fator juntamente com a confiança/qualidade, como demonstra a figura ao lado).

2.1.7 FORD MOTOR COMPANY/AUTOMÓVEIS

A Ford Motor Company é uma das maiores produtoras de automóveis do mundo, fundada em 1903 por Henry Ford, sendo a mesma sinônimo de automóvel e inovação há mais de 100 anos. Sempre teve como foco produzir automóveis eficientes, com alta qualidade, resistentes e de baixo custo, conquistando a confiabilidade do consumidor.

Hoje, dentre os modelos existentes da Ford, desde a década de 60, a Ford só obteve um único modelo esportivo coupé (Muscle Car), o Ford Mustang, que se destacou entre os demais como um dos maiores lançamentos da marca. Diferente de outros modelos, a Ford mantém o Mustang até hoje, tendo como último lançamento o modelo 2015. Desde seu primeiro modelo, o Mustang está na sexta geração, sendo a quinta considerada a melhor versão pelos consumidores, devido a sua releitura fiel ao clássico.

A tabela logo abaixo, demonstra todos os modelos da Ford de 2010 à 2015, com intuito de mostrar que o Ford Mustang é o único modelo esportivo coupé da marca no mercado automobilístico atualmente.

TABELA III: Modelos da Ford lançados de 2010 à 2015

CATEGORIA	MODELOS DA FORD REFERENTE AOS ANOS DE 2010 À 2015
Luxury Sedan Car	FORD FUSION, TAURUS, MONDEO
Mid/Full size - Sedan Car	NEW FIESTA, ESCORT, FOCUS
Sports Coupé	FORD MUSTANG
Compact Car	NEW FIESTA, KA, FOCUS, IOSIS - MAX
Mid/Full size - SUV	EDGE, ECOSPORT, KUNGA, EXPLORE, ESCAPE
Mid/Full size - Pick Up	RANGER, F-150, ATLAS, SUPER DUTY
Mult Píppose Car	S-MAX, B-MAX, C-MAX
Mini Van	TRANSIT, TOURNEO

2.1.8 FORD MUSTANG

O Ford Mustang é um ícone mundial dentre os esportivos coupé, denominado por “Muscle Cars”, termo dado pelo seu alto desempenho, potência e robustez. O Mustang foi lançado em 1964 e cativou o público norte-americano com um novo conceito de visual e potência a preço acessível, sendo um dos responsáveis pela popularização dos motores V6 e principalmente o V8. O sucesso da primeira geração foi tão grande que inspirou a Ford a criar outras versões e outros modelos baseados no mesmo, dentre eles o Ford Maverick.

Com o passar do tempo e uma série de modificações visuais, o Mustang foi abrindo espaço para as varias gerações, seguindo da segunda até a sexta. Através da onda nostálgica que cercou a indústria automobilística no início do século XXI, a Ford resolveu desenvolver a quinta geração (lançada em 2005), através da releitura fiel ao modelo da década de 60, unido o conceito “pony-car” com um bellissimo design “retrô-futurista”, tido como o mais bonito da série até hoje. O resultado foi tão bom que obrigou a Chevrolet e a Dodge a ressuscitarem seus modelos do tipo, o Camaro e o Challenger, que estavam fora de linha. Essa semelhança com o modelo clássico ficou ainda mais acentuada na versão 2012, em homenagem aos 50 anos de história, através do MUSTANG mais potente da história, o GT 500 Shelby Super Snake.

Figura 08:
Ford Mustang Shelby
GT 320 1967



Figura 09:
Ford Mustang Shelby
GT 500 Super Snake 2012



Os pontos de identificação de similaridade entre ambos são: os faróis, grade, o longo capô, a traseira curta, a linha de teto fast-back, o vigia traseiro, o suavidade do vinco lateral inferior, as linhas de contorno dos cantos da carroceria, assim como as lanternas de três seções, na traseira, detalhes que estiveram presentes nas diferentes variações do modelo. Sendo assim, a cada geração o Mustang passa a ficar cada vez mais despojado e fiel a seu conceito original, agradando boa parcela de consumidores saudosistas que dirigiram o carro nos anos 60 ou ,tiveram algumas das legendárias versões, como a GT 320, de 1967.

2.1.8.1 PARENTESCO MUSTANG/MAVERICK

Na década de 60, o Mustang foi o veículo que se destacou e se destaca entre os esportivos coupé, sendo a mais antiga linha de automóvel da Ford. Considerado um ícone mundial, o Mustang na década de 60 serviu como base para o desenvolvimento de outros modelos, dentre eles o Ford Maverick.

Surgindo em 1969, o Ford Maverick levou características inspiradoras baseadas no Mustang (Figura 12), contando com o longo capô, traseira curta, estilo fastback, robustez e linhas esportivas que expressavam agressividade, seguida pela plataforma curta popularizada pelo mesmo, tendo 2.600 mm de distância de entre eixos, e boa parte das peças mecânicas, principalmente o famoso motor V6 de 2,8 e 3,3 litros. Logo após o V8 de 302 Polegadas Cúbicas, passando a ser considerado um “Poney Car”, pela sonoridade equestre. Podemos observar que os modelos possuem um parentesco, uma semelhança histórica, em que um serviu como base para o surgimento do outro. É com base nessas informações, que o projeto a ser desenvolvido, irá utilizar a plataforma do Ford Mustang geração 6, (entre-eixo e bitola), como base para desenvolver o shape exterior, com intuito de rebuscar o clássico para o moderno.

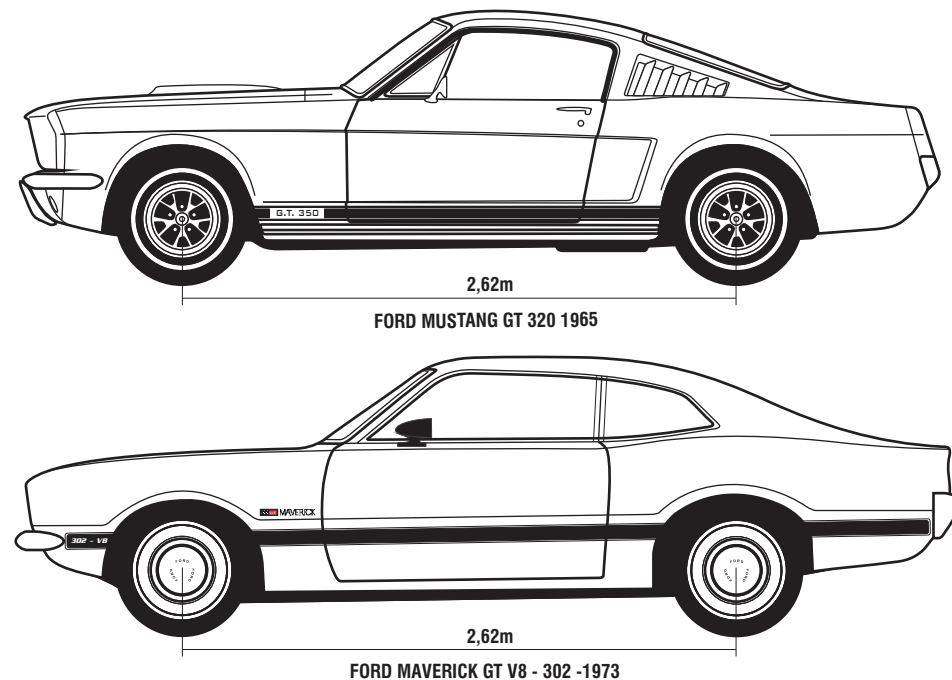
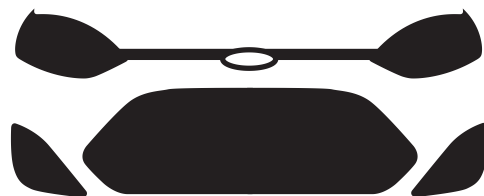


Figura 10: Parentesco Mustang/Maverick

2.1.9 FORD DESIGN KINECT



FORD FIESTA 2011



FORD FIESTA 2012



FORD FIESTA 2012

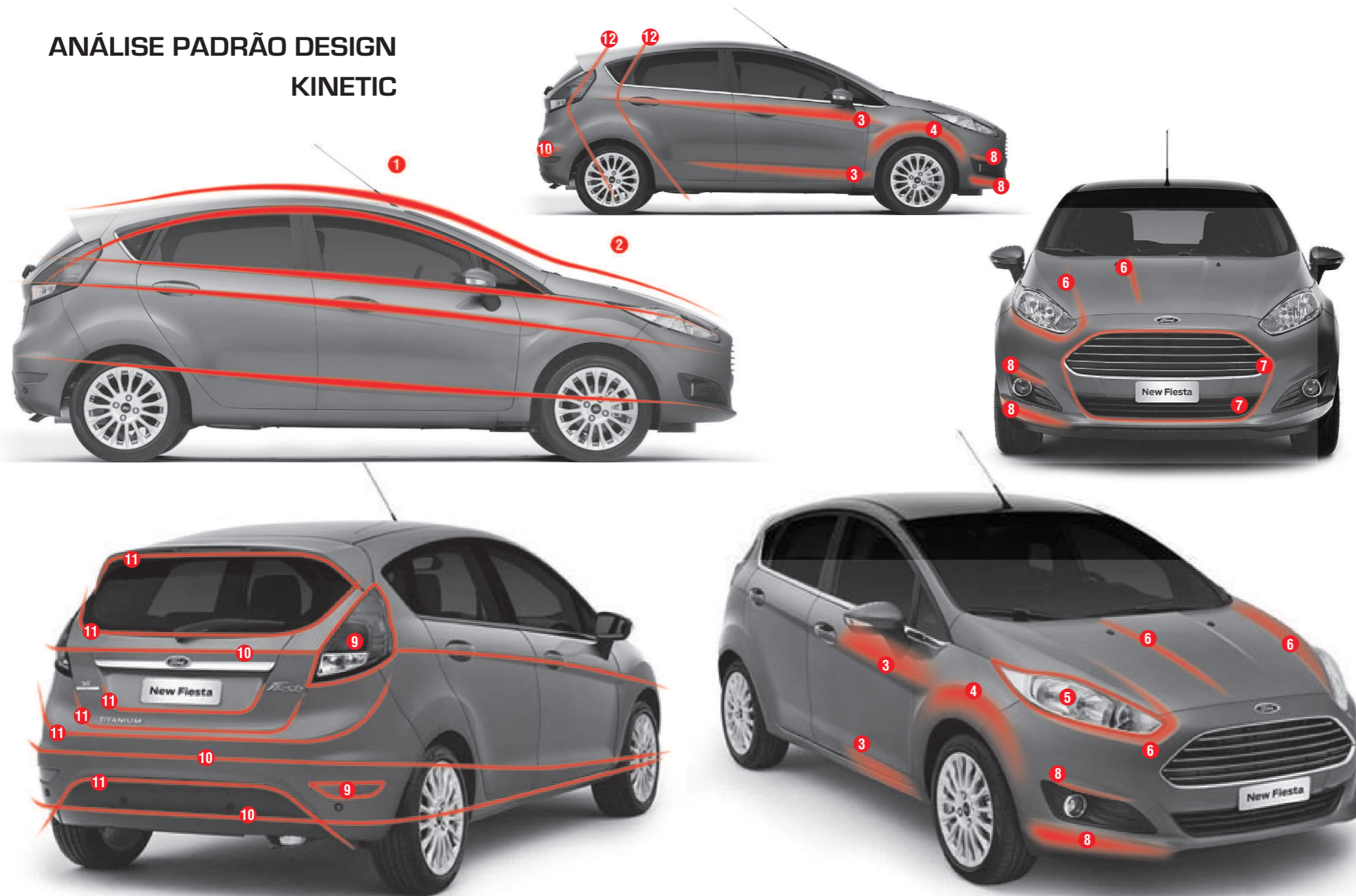
A Ford hoje vem renovando sua linha de veículos frequentemente com suas “linguagens visuais”, apresentando mais uma tendência estética. O atual padrão de design da marca americana é o Kinetic, criado em 2004 por Martin Smith, Diretor Executivo de Design da Ford Europa, definindo o estilo Kinetic Design, como “a linguagem da forma é comunicada através de grandes superfícies com linhas marcadas, dinâmicas. Quando se observa o kinetic Design, pode-se visualizar a energia em movimento. Esse conceito de energia em movimento é capaz de expressar a linguagem de design, dando a sensação que os veículos pareçam em movimento, mesmo quando estão parados.”.

O padrão atual Ford Kinetic Design, vem se tornando cada vez mais ousado, expressando agressividade, robustez, luxo e elegância, através da refrigeração do motor, que nos modelos atuais e conceituais, a mesma passa a se localizar na parte superior da dianteira; os faróis com direcionamento em linhas anguladas; transições controladas e highlights tencionados, que ressalta o equilíbrio ; e linhas suaves e firmes.

Para identificação do padrão de estilo Ford Kinect, que utiliza o princípio de “energia e movimento”, podemos citar o Ford Fiesta, que obteve a aplicação do estilo a partir do ano de 2008, sendo no Brasil aplicado só a partir de 2011. Uma das principais características deste estilo está na expressividade disposta na dianteira do veículo. Essa expressividade disposta na parte frontal do Ford Fiesta, está interligada aos faróis cada vez menos angulados e na disposição das entradas de ar para o motor, onde podemos observar que se apresenta na forma trapézoidal acentuada, comum ou invertida, denominado por muitos como “bocão”. De modo que no modelo atual esses dois elementos de entrada de ar (maior e menor) se unem de forma invertida ou complementar. Como podemos observar ao lado, de forma abstrata.

Figura 11: Padrão Ford Design Kinect - Ford Fiesta (dianteira)

ANÁLISE PADRÃO DESIGN KINETIC



Na análise ao lado podemos observar no Ford Fiesta que o padrão Design Kinect, está disposto em toda carroceria, oferecendo ao mesmo, personalidade e aparência forte e jovial, unida a robustez, sofisticação e dinamismo, onde um dos recursos que reforçam essas características, é o uso em profusão de superfícies tencionadas que se convergem, transmitindo uma sensação de movimento, além de reforçar a sensação de segurança quanto estrutura.

ITEM	INFORMAÇÕES
1	A linha 0 causa uma sensação de movimento e de aceleração.
2	A suavidade da linha 0 que uni o capô, a coluna A e teto, remete ao Fiesta a esportividade, ligada a performance quanto a aerodinâmica.
3	Na lateral identificamos por dois vincos marcantes e direcionais, em que o vinco superior está uma superfície que cria sombra, enquanto o inferior capta luz, deixando a região central em baixo relevo. Juntos, formam um recurso estético, capaz de transmitir sensação de robustez, estruturação.
4	Neste item uma linha marcante emoldura as caixas de rodas, evidenciando os para-lamas. Detalhe que complementa a sensação de musculatura, robustez.
5	A expressividade agressiva do Ford Fiesta, reflete através dos faróis com linhas direcionais fechadas, anguladas, complementado pela grade trapezoidal, denominada como "bocão".
6	No centro do capô observamos ressaltos/saliência, que se unem ao contorno do farol, que complementa a aparência musculosa das laterais, através dos vincos marcantes.
7	Os dois elementos de entrada de ar (maior e menor), ambos de forma trapezoidal, se unem de forma invertida e complementar. Sendo os mesmos o foco de toda a identidade de estilo atual da Ford.
8	Essas superfícies é composta pela captação de luz, que além de realçar a saliência, estão alinhados com os demais elementos da lateral e da dianteira, complementando a continuidade e a harmonização do todo.
9	No conjunto de lanternas traseiras juntamente com os retrorefletores, são inseridos de modo a se conectarem com todas as linhas, o que realça o equilíbrio e reforça a harmonia no todo.
10	Na traseira um conjunto de linhas que se convergem dando continuidade ao todo.
11	Na parte traseira observamos um conjunto de trapézios que se unem a partir de uma sequencialidade gradativa por escala, deforma harmônica.
12	A linha de corte da tampa e do para-choque traseiro se converge paralelamente com a linha da porta traseira.

2.1.9.1 PADRONIZAÇÃO

Atualmente, diante de alguns modelos da marca lançados no mercado no ano de 2013 com seguimento para 2014, podemos observar essa padronização na dianteira dos modelos demonstrados na figura 16 abstrativamente.

Com base na figura abaixo, podemos observar que um elemento formal se torna repetitivo em todos. De modo que, as grades trapezoidais maior e menor, ambos complementares, alteradas somente em relação a altura, comprimento e forma (geométricos ou curvos), de acordo com o estilo pertencente a cada veículo. O mesmo é complementado pelos faróis que por sua vez ressaltam a expressividade do veículo.

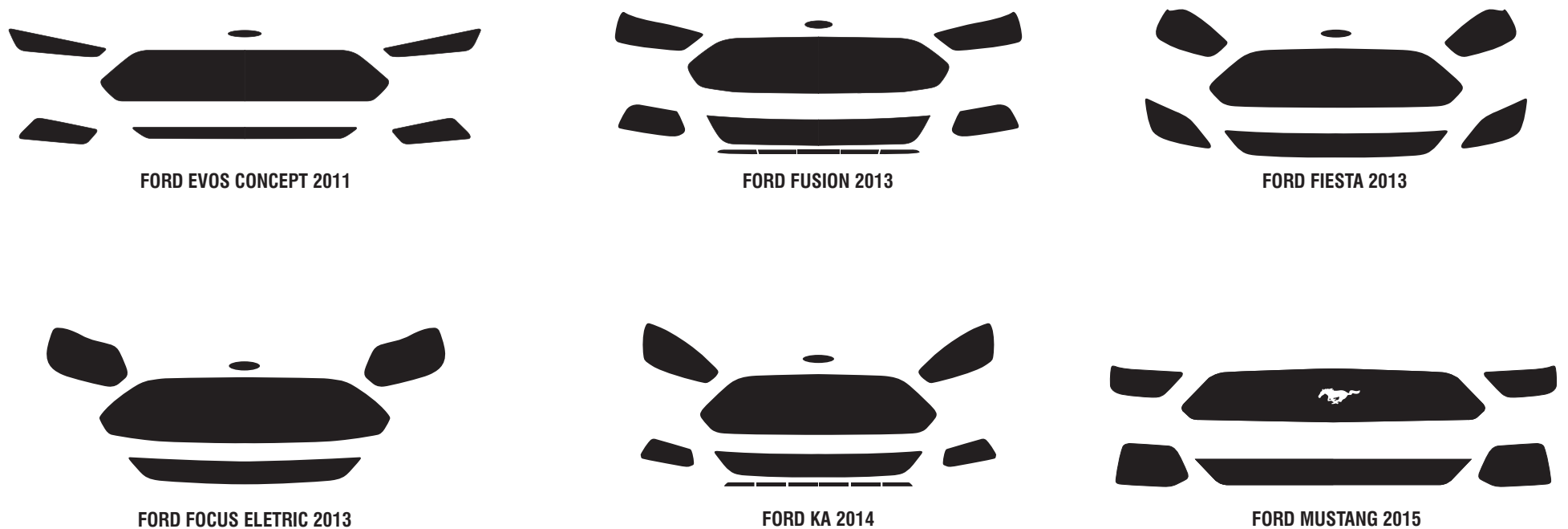


Figura 12: Padrão atual Ford Design Kinect

2.1.10 AUTOMÓVEL E SEU PODER DE COMUNICAÇÃO



Figura 13: Faces, seriado “Lie to Me”

Desde do tempo evolutivo, os seres humanos desenvolveram uma sensibilidade seletiva para características existentes no rosto humano, o qual transmitia informações, sobre sexo, idade, emoções e intenções. Sendo o nosso cérebro capaz de interpretar e reunir informações necessárias para detectar a identidade visual, personalidade, expressões faciais e tendências a ações (COSMIDES E TOOBY, 1992). Essa interpretação humana relacionada a outros seres, se dá por definição de dois fenômenos psicológicos, denominado antropomorfismo, uma estratégia que os seres humanos possuem, no qual obtém a capacidade de interpretar em seres não humanos (produtos) características humanas (GUTHRIE, 1993).

Considerada uma das formas mais rápidas de comunicação, onde segundo Willis e Todorov (2006) o tempo mínimo suficiente para pessoa identificar e deduzir uma expressão facial é de um décimo de segundo, as expressões faciais são personalidades distintas que se inter-relacionam, sendo essas expressões transmitidas através de três componentes principais, as sobrancelhas, pálpebras e boca, no qual através de seus movimentos, é possível formar um padrão global de expressões, felicidade, tristeza, repugnância, surpresa, raiva e medo (EKMAN, 2003), como é demonstrado no seriado da Fox, “Lie to Me”, onde o estudo de comunicação não-verbal é realizada através de um “identificador de mentira, utilizando micro expressões faciais”, chamado Dr. Carl Lightman.

34

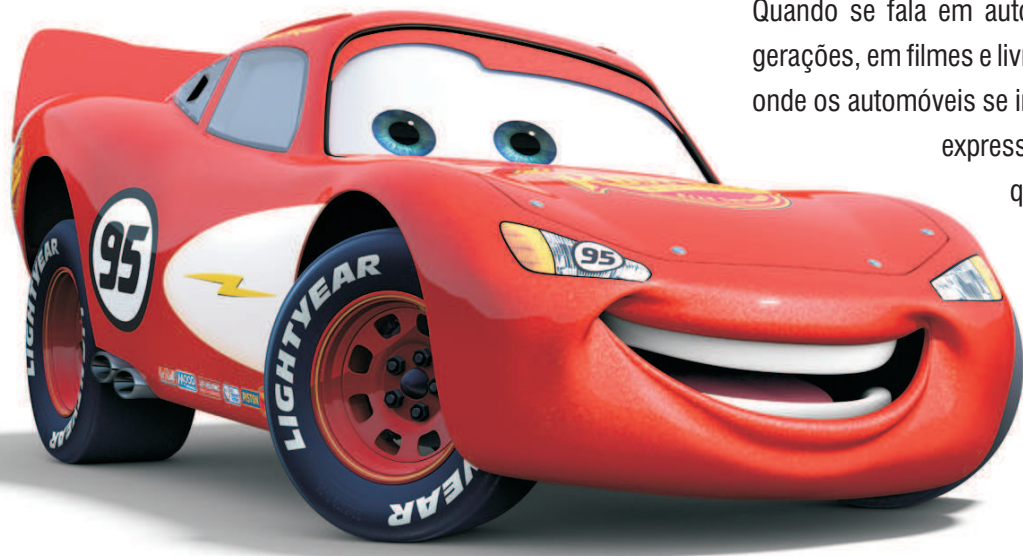


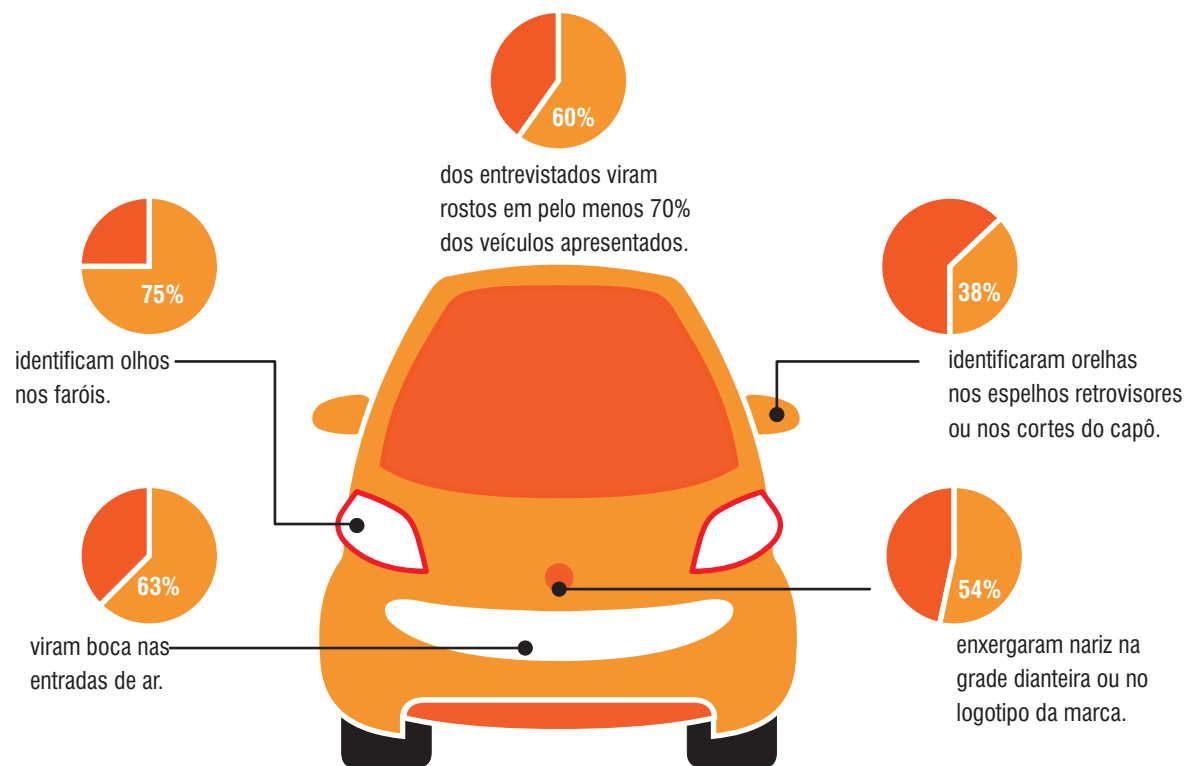
Figura 14: Filme “Cars” da Disney

Quando se fala em automóvel, se notarmos, essas expressões faciais básicas são vistas nos mesmos desde gerações, em filmes e livros infantis, como por exemplo o filme “Herbie Fully Loaded” e o atual filme “Cars” da Disney, onde os automóveis se interagem entre si, como humanos, em que cada um possui, nome, personalidade, ações, e expressões de felicidade, tristeza, raiva, surpresa e medo, auxiliando na percepção tanto de crianças quanto adultos em visualizar faces e inserir nomes em seus automóveis. Um fator de compra (VITORINO E OLIVEIRA, 2012).

Para comprovar essa percepção quanto ao consumidor, o Departamento de Antropologia da Universidade de Viena, de título: Face to Face – The Perception of Automotive Designs realizou um estudo, comprovando e demonstrando que de forma inconsciente atribuímos características humanas aos automóveis, e criamos personalidades para os mesmos de acordo com o seu design. De modo a se tornar as vezes

um fator de influência no processo decisório da compra, já que no dia a dia (trânsito), o automóvel se torna o nosso representante físico.

Esta pesquisa foi realizada analisando cerca de vinte mulheres e vinte homens, de 19 à 30 anos de idade, com 38 veículos distintos (marcas, modelos e categorias). O resultado do confirma que realmente os seres humanos identificam como elementos de interpretação de uma face humana, como podemos ver na figura logo abaixo, retirada da reportagem “Meu carro, meu espelho” da revista Istoé.



Fonte: Face to Face - The Perception of Automotive Designs

Através da figura acima, é possível notar e confirmar as semelhanças que a dianteira de um automóvel possui com um rosto humano, em que dentre os elementos citados, só dois elementos configuracionais principais

possuem uma maior porcentagem, farol/olhos e grade/boca, de modo que através destes é possível criar uma identificação de uma determinada expressão seja de raiva, tristeza ou alegria, expressões que permite a comunicação do seu design/estilo/categoria.

Através dos resultados obtidos, os antropólogos puderam concluir que a personalidade dos automóveis se dividem em duas grandes categorias gerais :



PODEROSOS/IMPONENTES

Transmite: Maturidade; Masculinidade; Coragem; Arrogância;
Características Físicas: Baixo, largo, faróis estreito em ângulo, entrada de ar baixa, e linhas laterais expostas que são aspecto musculoso na lataria;



SIMPÁTICOS/ALEGRES

Transmite: Infantilidade; Feminilidade; Submissão; Modéstia;
Características Físicas: Alto, estreito, faróis arredondados e paralelos ao chão, entrada de ar alta e linhas laterais suaves.

Com base nestes resultados fica evidenciado a preferência pela maioria dos consumidores por carros poderosos e imponentes, que remetem um alto “poder”, alta qualidade, potência e segurança, mesmo que eles sejam menos práticos e mais poluentes. Deste modo, através da informações citadas anteriormente, este trabalho utilizará como base para analisar o Ford Maverick quanto ao seu fator de comunicação, seus elementos comunicativos e o que eles transmitem ao público-alvo, visando conhecê-los e evidenciá-los.



ANALISE DE DADOS

3 ANÁLISE DE DADOS

3.1 ANÁLISE QUANTO AOS ELEMENTOS SEMELHANTES

3.2 ANÁLISE DE MERCADO

3.4 CONTATO DIRETO COM O FORD MAVERICK

3.5 ANÁLISE QUANTO AOS AGENTES COMUNICADORES

3.6 ANÁLISE QUANTO AO QUE O PRODUTO REPRESENTA AO SUJEITO OBSERVADOR

3.7 ANÁLISE SEMÂNTICA - “FORMA SEGUE O SEU SIGNIFICADO”

3.8 ANÁLISE MORFOLÓGICA

3.9 ANÁLISE CROMÁTICA

3.1 ANÁLISE QUANTO AOS ELEMENTOS SEMELHANTES

Esta análise possibilitou conhecer o universo do Ford Maverick, através das mudanças e semelhanças entre os modelos durante sua trajetória, objetivando reconhecer os elementos básicos, permitindo assim uma melhor avaliação em termos estéticos e formais para uma melhor interpretação nas etapas posteriores. Abaixo estão dispostas as tabelas 1 e 2, que divide os modelos do Ford Maverick Coupé em suas fases distintas, I e II, em que contém informações relacionadas a aspectos principais, lateral, frontal e traseira, contendo em cada sub aspecto, itens semelhantes (●) e não semelhantes (○), baseada na tabela de “Modelos”, disposta na páginas 19,20 e 21.

TABELA IV : MODELOS FASE I

	FASE I			
	MODELOS	S (Super)	SL(Super Luxo)	GT
DIANTEIRA	Grade	●	●	●
	Farol	●	●	●
	Sobreatos	●	●	●
	Capô	●	●	●
	Garras	●	●	●
	Para-choque	●	●	●
	Emblema	○	○	○
	Frisos Para-Brisa	●	●	●
LATERAL	Grafismo/frisos	○	○	○
	Retrovisor	●	●	○
	Linha marcante	●	●	●
	Rodas	●	○	●
	Emblema	○	○	○
	Frisos Habitáculo	●	●	●
TRASEIRA	Farol	●	●	●
	Painel Traseiro	○	○	○
	Frisos	●	●	○
	Garras	●	●	●
	Para-choque	●	●	●

TRASEIRA	Emblema	●	●	●
	Friso Para-Brisa	●	●	●

TABELA V : MODELOS FASE I

PARTES	SUB PARTES	FASE II		
		SL(Super Luxo)	LDO	GT
DIANTEIRA	Grade	●	●	●
	Farol	●	●	●
	Sobreatos	●	●	●
	Capô	●	●	○
	Garras	●	●	●
	Para-choque	●	●	●
	Emblema	○	○	○
	Frisos Para-Brisa	●	●	●
LATERAL	Grafismo/frisos	○	○	○
	Retrovisor	●	●	○
	Linha marcante	●	●	●
	Rodas	○	○	○
	Emblema	○	○	○
	Frisos Habitáculo	●	●	●
TRASEIRA	Farol	●	●	●
	Painel Traseiro	○	○	○
	Frisos	●	●	○
	Garras	●	●	●
	Para-choque	●	●	●
	Emblema	●	●	●
	Friso Para-Brisa	●	●	●

Pode-se observar que tanto a fase I quanto a fase II são compostas por elementos que se repetem e outros que se diferenciam, como forma de identificação de cada modelo. Fato que pode ser observado com mais clareza na

tabela 3 em que informa quais elementos se repetem nos modelos apresentados, com intuito de captar quais os elementos básicos e gerais que compõe o Ford Maverick Coupé, representado através do símbolo (✓).

TABELA VI : MODELOS FASE I/II

PARTES	SUB PARTES	MODELOS						
		SL(Super Luxo)	LDO	GT	SL(Super Luxo)	LDO	GT	
DIANTEIRA	Grade	●	●	●	○	○	○	≠
	Farol	●	●	●	●	●	●	✓
	Sobrearos	●	●	●	●	●	●	✓
	Capô	●	●	●	●	●	○	✓
	Garras	●	●	●	○	○	○	≠
	Para-choque	●	●	●	●	●	●	✓
	Frisos Para-Brisa	●	●	●	●	●	●	✓
LATERAL	Retrovisor	●	●	○	●	●	○	≠
	Linha marcante	●	●	●	●	●	●	✓
	Rodas	●	●	○	○	○	●	≠
	Frisos Habitáculo	●	●	●	●	●	●	✓
TRASEIRA	Farol	●	●	●	○	○	○	≠
	Frisos	●	●	○	●	●	○	≠
	Garras	●	●	●	○	○	○	≠
	Para-choque	●	●	●	●	●	●	✓
	Emblema	●	●	●	○	○	○	≠
	Friso Para-Brisa	●	●	●	●	●	●	✓

Com base nas informações obtidas, pode-se concluir que o Ford Maverick Coupé é composto por nove elementos básicos que se assemelham em todos os modelos. Portanto esses itens são tidos como principais e, sendo assim, devem ser considerados no processo de releitura.

3.2 ANÁLISE DE MERCADO

Esta análise permite conhecer e colher informações sobre os concorrentes na década de 70, visando a busca pelo diferencial do modelo entre os mesmos, os possíveis concorrentes do produto no mercado atual, e o público-alvo, ao qual o produto a ser desenvolvido se destina.

3.2.1 ANÁLISE COMPARATIVA- DÉCADA DE 70

Na década 70, denominada como a década da Geometrização, segundo Eckermann, no livro “World History of the Automobile”, o mercado nacional foi constituído por automóveis que marcaram a época e os brasileiros de tal forma, que até hoje são lembrados. Logo abaixo, através da apresentação dos principais modelos que marcaram a década de 70, consegue-se observar o estilo da época marcado pela geometrização dos automóveis, sendo os mesmos compostos por linhas marcantes e retilíneas, no qual contém uma grande influência da década de 50 e 60 (estilo Fastback e uso de acessórios cromados).

AUTOMÓVEIS QUE MARCARAM OS ANOS 70 - DÉCADA DA GEOMETRIZAÇÃO

CONCORRENTES DIRETOS - MUSCLE CARS



FORD GALAXIE LANDAU - 1971



CORCEL - 1971



DODGE DART SE - 1971



CHEVROLET OPALA SS - 1971



DODGE CHARGER R/T - 1972



VW SP2 - 1972



DODGE POLARA, "DODGINHO" - 1973



FORD MAVERICK GT - 1973



CHEVROLET - 1973



VW PASSAT - 1973



VW BRASÍLIA - 1974



FIAT 147 - 1976

O Galaxie atendia os pedidos do público por um veículo confortável e moderno e também poderia receber a mecânica dos utilitários que já circulavam por aqui, aliando assim economia em escala industrial e satisfação do cliente. O Landau foi por muito tempo o preferido de autoridades governamentais e executivos. O veículo era considerado luxuoso pelo seu tamanho, e muitos incidência de elementos cromados, hereditário dos anos 50 e 60.

O Corcel estabeleceu um novo padrão para carros pequenos e médios nacionais: era silencioso, econômico e com nível de conforto surpreendente, sendo campeão de vendas nos anos 70, algo não conseguido com os projetos originários da própria Ford, como Galaxie e Maverick.

Em 1971 surgiu uma opção mais simples e voltada ao público jovem que buscava desempenho sem se importar com detalhes de acabamento. Era o Dart Special Edition, ou SE. O mesmo contrariava a prática da época de versões simplificadas aparentarem pobreza se comparadas às superiores. Grade, capô e a parte da traseira entre as lanternas eram pintados de preto fosco, que contrastava com as cores vivas disponíveis. Só os para-choques eram cromados. Rodas prateadas sem calota e faixa adesiva nas laterais salientavam sua esportividade. Em vez de um “pé de boi”, o dono levava um cupê ao estilo dos muscle cars americanos.

No ano de 1971 surge o Opala coupé, não possuía colunas laterais, através do estilo fastback, o teto puxado para trás e perfil alongado, representava uma imagem mais esportiva, de carros compactos, sendo assim um dos Muscle Cars brasileiros. A sua vinda ocorreu através da disputa pelo mercado de carros esportivos, como Dodge Charger, e vinha com acabamento esportivo: volante de 3 raios, bancos individuais, câmbio de 4 marchas no assoalho, rodas esportivas, e pintura especial com faixas esportivas; em alguns anos também com capô e painel traseiro na cor preta.

O Dodge Charger R/T, foi fabricado até 1980 utilizando a carroceria do Dodge Dart como base (modelo igual ao Dodge Dart americano de 1968-1969), e adereços especiais como, Grade frontal diferenciada (diversas versões ao longo dos anos), extensões na coluna traseira (alongamento extra dando aparência de maior agressividade/esportividade), dando um destaque único ao Dodge Charger brasileiro, em resumo não era de fato um Dodge Charger, o brasileiro era de fato um Dodge Dart modelo Charger. Usaram o nome Charger para promover maiores vendas com muito sucesso, sendo uma proposta básica do Charger R/T.

Apresentado ao público em 1972, o SP chamou atenção pelo interior refinado, bom nível de acabamento e melhorias em relação aos demais modelos da linha, inclusive ao outro “esportivo” da marca, o Karmann Ghia TC. Além disso, o SP tinha design bastante ousado e agressivo para seu tempo. Tamanho foi a repercussão interna, e até no exterior, que a revista alemã Hobby o elegeu como o “Volkswagen mais bonito do mundo”. Enquanto isso, a norte-americana Car & Driver avaliou o SP2 e fez um pedido para que a Volkswagen o produzisse em escala mundial.

No ano de 1971 a Chrysler consolidou a sua linha de produção com o Dodge Dart e planejava entrar no mercado de carros pequenos-médios. O modelo batizado de Dodge 1800 e apresentado no VIII Salão do Automóvel, em novembro de 1972. Afinal, nenhum outro carro da categoria reunia tantas qualidades: motor de sobra, tamanho “maior por dentro que por fora”, soluções inéditas de segurança, porta-malas generoso e um desenho de concepção atual, além de ser considerado um veículo simples e simpático.

Fabricado no Brasil, entre 1973 e 1979, o lendário Ford Maverick era e é considerado um ícone por ser mais que um simples automóvel, sendo um dos maiores expoentes da indústria automobilística nacional, sobrevivendo a passagem do tempo graças ao seu estilo marcante (fastback) e alto desempenho que o consagraram, tanto nas ruas quanto nas pistas. Após o lançamento do Chevrolet Opala e o Dodge Charger que fazia um grande sucesso na época, a Ford tomou a decisão de produzir um carro que competisse diretamente com o Opala e o Dodge, sendo ele o Ford Maverick, um dos poucos verdadeiros Muscle Car brasileiros.




Apresentado à imprensa em 24 de abril de 1973, considerado o menor carro da General Motors do Brasil durante décadas fez muito sucesso. Um anúncio na época do lançamento dizia “A GM não faria apenas mais um carrinho”, visando realçar seu caráter avançado. No mesmo ano eram lançados a VW Brasília e o Dodge Polara, o famoso “Dodginho”, concorrentes diretos do Chevette, além do Corcel que sofria sua primeira reestilização.

O Passat sempre foi um dos modelos mais importantes da Volkswagen, situando-se no mercado de sedans médios, obtinha o desenho retilíneo e robusto. Seu ciclo de vida se inicia em 73, lançado como modelo 74, sendo sua introdução decisiva pelo motivo de que as vendas do VW Fusca estavam caindo juntamente com outros modelos.

O Brasília foi um dos primeiros Volkswagen a serem projetados e construídos fora da matriz alemã. Inspirado pelo Sp2, o modelo oferecia mais espaço, utilizava mesma mecânica do Fusca, porém mais contemporâneo. A Brasília era dois centímetros menor do que o Fusca, porém com o mesmo entre-eixos, maior espaço interno, ampla área frontal envidraçada, satisfatório porta-malas dianteiro e uma prática tampa hatchback para o porta-malas traseiro. O design retilíneo da carroceria, com linhas suaves e equilibradas, foi inovador na época. Esta característica privilegiava um amplo espaço interno para os passageiros, algo difícil de se encontrar na época em carros do segmento do Brasília.

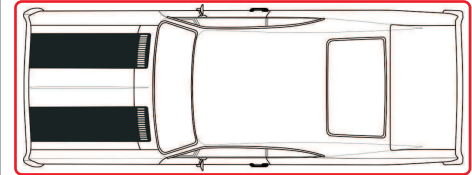
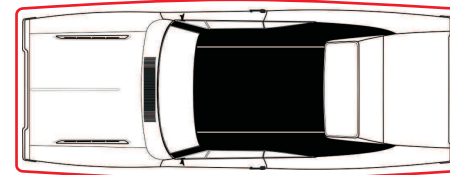
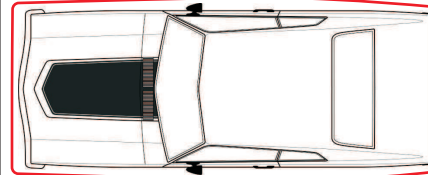
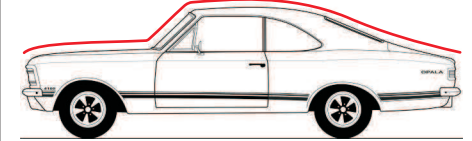
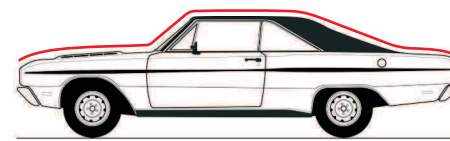
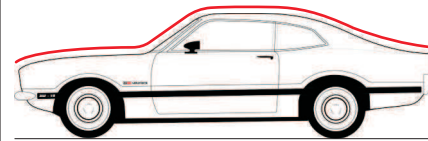
Primeiro carro produzido pela Fiat do Brasil que abria sua fábrica em Betim (MG), o 147 trazia consigo o formato semelhante ao da Brasília (retilíneo), novo conceito em tecnologia, aproveitamento de espaço e em tempos de crise do petróleo atendia um mercado que exigia um carro econômico, e para provar esse aspecto num de seus comerciais de lançamento. O 147 marcou seu pioneirismo em várias formas, como: Primeiro carro da Fiat produzido no Brasil, marcando o início das operações da fábrica de Betim, Minas Gerais; Primeiro carro a álcool fabricado em série em todo o mundo (a partir de 1976).

Entre os modelos citados anteriormente, podemos destacar três concorrentes diretos, Ford Maverick, Chevrolet Opala e Dodge Charger, os quais pertencem a mesma categoria, *Muscle Cars* (robustez/performance/ potência), mesmo estilo, *fastback* (capô longo e traseira comprida), e com as mesmo apelo esportivo. Logo abaixo pode-se observar as características de cada um através de fatores relacionados a performance, medidas e o design, com intuito de colher informações sobre o diferencial do modelo Ford Maverick para com os seus concorrentes.

		MODELOS		
				
ITEM	SUBITEM	FORD MAVERICK GT - 1973	DODGE CHARGER R/T - 1972	CHEVROLET OPALA SS - 1971
PERFORMANCE	TIPO	V8	V8	V6
	DIÂMETRO X CURSO	101,6mm x 76,2 mm	107,95mm x 95,25 mm	98,4 x 89,8 mm
	CILINDRADA	4.950 cc	6.980 cc	4.093 cc
	PROPORÇÃO DE COMPRESSÃO	7,8:1	10,25:1	7:1
	POTÊNCIA MÁXIMA	195 cv a 4.600 rpm	215 cv a 4.400 rpm	140 cv a 4.000 rpm
	TORQUE MÁXIMO	39,5 mkgf a 2.400 rpm	67,74 mkgf a 4.000 rpm	36 mkgf a 2.400 rpm
	VELOCIDADE MÁXIMA	193,7 km/h	195,9 km/h	173,9 km/h
	ACELERAÇÃO	0-100 km/h em 11,24s	0-100 km/h em 10,53s	0-100 km/h em 11,71s
MEDIDAS	DIMENSÃO	C:459 x L:179 x A:135 cm	C:457 x L:176 x A:138 cm	C:457 x L:176 x A:138 cm
	ENTRE EIXOS/BITOLA	2,62/ 151 (dianteira) e 149 (traseira) cm	2,97/ 151 (dianteira) e 149 (traseira) cm	267/141 (dianteira) e 141 (traseira) cm
	DISTÂNCIA MÍNIMA DO SOLO	17,3 cm	15,9 cm	18,5 cm
	PESO	1.390 Kg	1.594 Kg	1.172 kg

Fonte: Almanaque Clássicos do Brasil-Editora:Discovery

MODELOS






ITEM	SUBITEM	FORD MAVERICK GT - 1973	DODGE CHARGER R/T - 1972	CHEVROLET OPALA SS - 1971
DESIGN	CORES PREDOMINANTES			
	FORMA/VISTA LATERAL	Dinâmica/Fluída	Anguladas/Retilínea	Dinâmica/Fluída
	FORMA/VISTA SUPERIOR	Firmes/Suaves	Firmes/Retilíneas	Firmes/Suaves
	LINHAS	Quadrângular/Curva suaves nas laterais	Quadrângular/Curva suaves nas laterais	Quadrângular
	ESTILO	Fastback	Fastback	Fastback
	CARACTER	Agressividade/Imponência/Esportividade	Elegância/ Imponência	Elegância/Imponência/Formalidade
	OUTROS	Predominância de acessórios cromados	Predominância de acessórios cromados	Predominância de acessórios cromados

Atráves das informações contidas no diagrama anterior, pode-se concluir que entre os três modelos apresentados, o Ford Maverick GT e o Opala SS possuem características que se assemelham, o que reforça a rivalidade histórica entre os mesmos. Após o lançamento do Chevrolet Opala no ano de 1971 que repercutiu num grande sucesso, a Ford decidiu-se por produzir um carro que competisse diretamente com o Opala, sendo ele o Ford Maverick.

Mesmo o Opala sendo seu principal rival, o Ford Maverick conseguiu se destacar nacionalmente pela sua identidade americana, idealizada pelos grandes Muscle Cars da década de 60 (Mustang, Dodge Challenger, Dodge Charger), de forma que suas linhas firmes, marcantes e suaves, que se equilibram de forma contínua, traduz a esportividade e reforça a sua robustez/performance, evidenciando o seu carácter agressivo e imponente.

3.2.2 ANÁLISE COMPARATIVA- MODELOS ATUAIS

Atualmente, no mercado nacional, encontramos três concorrentes diretos para o produto a ser desenvolvido, Mustang, Camaro e Dodge Challenger, ambos releituras de seus clássicos. Caracterizados como *Muscle Cars*, devido a robustez/potência/performance. Nesta análise, os modelos anteriormente citados e referentes ao ano de 2013 serão analisados a partir da ficha técnica e o design, com intuito de colher informações sobre o diferencial entre os mesmos e tornar a releitura do Ford Maverick Coupé, um diferencial no mercado nacional dentre os *Muscle Cars*, como observa-se logo abaixo.

		MODELOS		
				
ITEM	SUBITEM	FORD MUSTANG SHELBY GT 500	CHEVROLET CAMARO SS	DODGE CHALLENGER SRT8
PERFORMANCE	TIPO	V8	V8	V6
	POTÊNCIA MÁXIMA	5.2 (548 CV)	6.2 (406 CV)	6.4 (470 CV)
	VELOCIDADE MÁXIMA	320 km/h	250 km/h	292 km/h
	ACELERAÇÃO	0 - 100 km/h em 4.3s.	0 - 100 km/h em 4.8s.	0 - 100 km/h em 4.8s.
MEDIDAS	DIMENSÃO	C:477 x L:187 x A:141 cm	C:483 x L:191 x A:137 cm	C:522 x L:191 x A:145 cm
	ENTRE EIXOS/BITOLA	2,72/ 156 (dianteira) e 157 (traseira) cm	2,85/ 161 (dianteira) e 162 (traseira) cm	294/159 (dianteira) e 160 (traseira) cm
	PESO	1.732 Kg	1.790 Kg	1.877 kg
PREÇO (R\$)		330 mil	225mil	220 mil
VENDA NACIONAL		Importado	Vendido Oficialmente no Brasil	Importado

MODELOS



ITEM	SUBITEM	FORD MUSTANG SHELBY GT 500 - 2013	CHEVROLET CAMARO SS -2013	DODGE CHALLENGER SRT8 - 2013
DESIGN	CORES			
	FORMA	Dinâmica/Fluída	Dinâmica/Angulada	Dinâmica/Angulada
	LINHAS	Firmes/Marcantes/Suaves	Firmes/Marcantes/Suaves	Firmes/Marcantes/Retilneas
	ESTILO	Muscle Cars (Robustez)/Fastback	Muscle Cars (Robustez)/Fastback	Muscle Cars (Robustez)/Fastback
	CARACTER	Agressividade/Imponência/Esportividade	Agressividade/Imponência/Esportividade	Agressividade/Imponência/Esportividade

Através das informações apresentadas, concluímos que os três automóveis possuem características semelhantes espelhadas em seus modelos clássicos como é possível observar na próxima página (fig.15), desde cor, forma, linhas, estilo e caracter, e que os fatores de compra a serem considerados pelos consumidores são, o preço, a relação afetiva, refletida pela forma como o clássico transmitia no passado, realçada fortemente na releitura, e por status, por ser um automóvel de nincho.

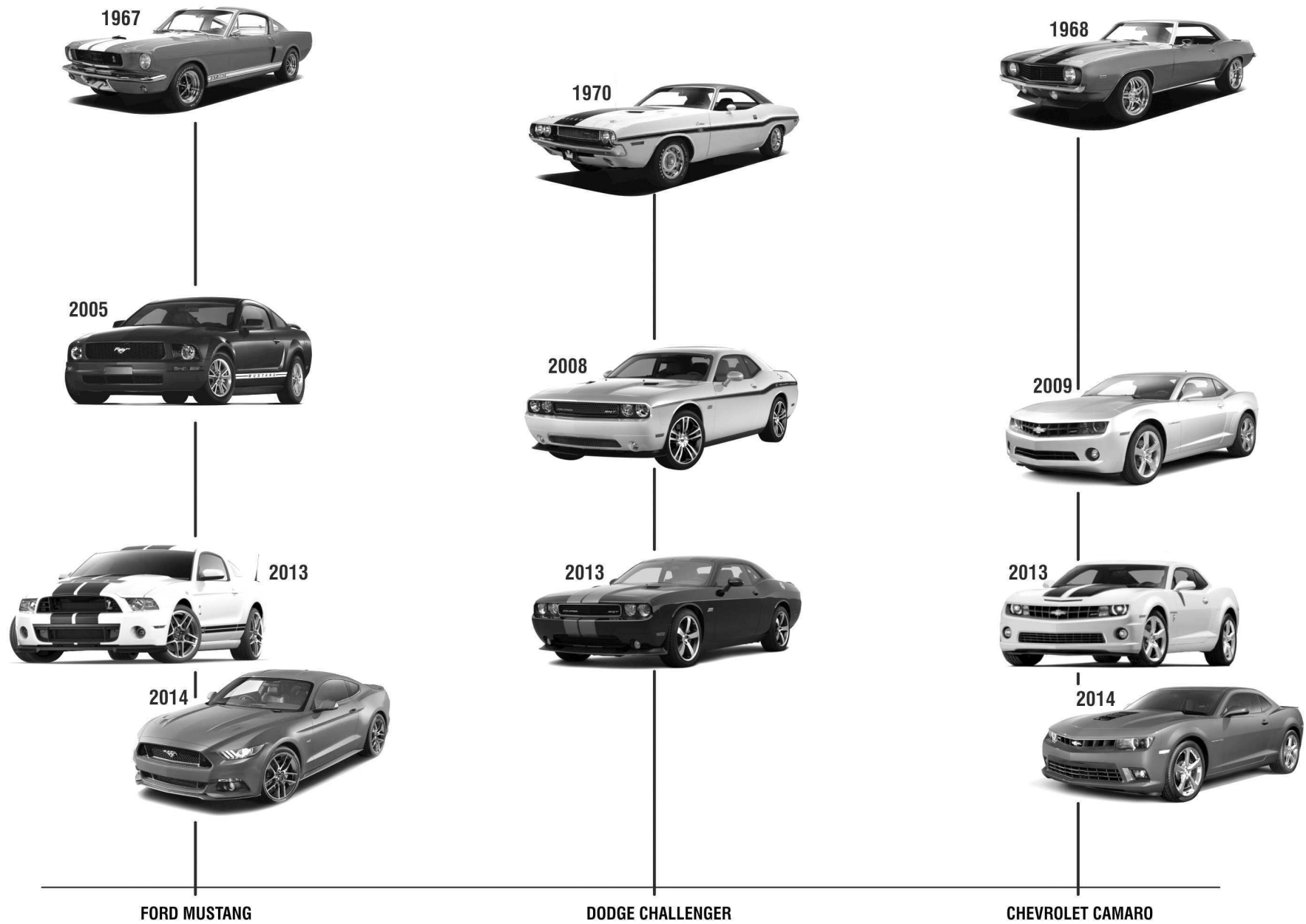








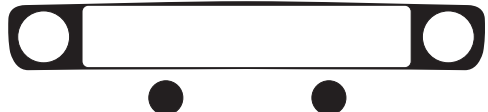





Figura 15: Releituras (Ford Mustang, Chevrolet Camaro e Dodge Challenger)

Para reforçar a conclusão apresentada na figura 15 (pág. 47) quanto a questão de releitura, na tabela abaixo é possível observar, através da abstração da forma, as versões clássicas e modernas, representados pela dianteira e traseira, com intuito de perceber as semelhanças entre ambos.

RELEITURA	CLÁSSICO		MODERNO	
	DIANTEIRA	TRASEIRA	DIANTEIRA	TRASEIRA
FORD MUSTANG Clássico: 1967 Moderno: 2013				
DODGE CHALLENGER Clássico: 1968 Moderno 2013				
CHEVROLET CAMARO Clássico: 1970 Moderno: 2013				

3.2.3 PÚBLICO-ALVO

No mercado mundial, observa-se produtos cada vez mais segmentados aos seus públicos (RODRIGUES, 2010), direcionados por faixa etária, poder aquisitivo, estilos, tribos, entre outros. Através de pesquisa em blogs e redes sociais relacionada ao tema, sendo um dos principais o “Ford Maverick Brasil”, foi possível concluir que o produto a ser desenvolvido possui dois públicos distintos: público 1, fãs do modelo clássico; e público 2, que se realcionam por uma questão de status. Sendo os mesmos apresentados logo abaixo, com intuito de conhecermos um pouco de suas características, como estudo para apoio na inserção do referente projeto no mercado nacional.



ITEM	PUBLICO 1	PUBLICO 2
NOME	Hênio Douglas P. Carvalho	Arthur Azevedo
FAIXA ETÁRIA	37	28
NÍVEL DE ESCOLARIDADE	Superior Completo Incompleto	Superior Completo
OCUPAÇÃO	Corretor de Imóveis	Engenheiro na empresa S/A Usina Coruripe Açúcar e Álcool
ESTADO CIVIL	Casado	Solteiro
PODER AQUISITIVO	Classe B	Classe A
HABITAT	Urbano	Urbano
ESTILO	Social/Esporte	Social/Esporte
HÁBITOS/LAZER	Reuni-se com familiares e amigos, viajar, participar exposição de carros antigos e entre outros.	Reuni-se com familiares e amigos, festas, bares, viajar, participar de competições off road, fazer trilha, atividades físicas e entre outros.

FONTE DE INFORMAÇÃO	Jornal, Revista e Internet	Internet
PRODUTOS AFINS	Utiliza produtos ligados a área automotiva, produtos que ressaltam o seu estilo e personalidade.	Utiliza produtos que ressaltam o seu estilo e personalidade, remetendo a sofisticação e tecnologia.
AUTOMÓVEL	Maverick/ VW Golf	Chevrolet Camaro/ Peugeot 307

Quadro 01: Definição do público consumidor

A partir das informações apresentadas acima, foi possível identificar o perfil dos públicos de forma mais detalhada, de modo que ambos se diferenciam em vários aspectos, como: faixa etária, poder aquisitivo, estilo, hábitos, entre outros, de modo que possibilitaram definir e diferenciar cada um de forma precisa.

Posteriormente, por meio de fácil linguagem, será apresentado um painel representativo contendo informações abrangentes baseadas em pesquisas realizadas com vinte pessoas de cada público, de modo que:

- Para o público consumidor 1, através do acesso ao grupo do “Ford Maverick Brasil”, em rede social, foi possível contactar vinte proprietários de Mavericks, tornando enriquecedor os requisitos analisados, como: sexo, faixa etária, ocupação, poder aquisitivo, habitat, lazer, estilo, produtos afins e automóveis, complementada pela análise realizada anteriormente, com Hênio D. P. Carvalho (Quadro 1);

- Para o público consumidor 2, a pesquisa foi realizada utilizando o mesmo critério utilizado para público 1, sendo vinte proprietários de carros de nicho, por contato direto e redes sociais, sendo a análise complementada pela pesquisa demonstrada anteriormente com Arthur Azevedo (Quadro 1).

Através da análise de ambos os públicos, pode-se concluir que o referente estudo serviu como auxílio para conhecê-los, com intuito de posteriormente retornar a contactá-los para validação do resultado final do projeto.



PÚBLICO CONSUMIDOR 1 - FÃS DO MODELO CLÁSSICO

QUE PÚBLICO É ESTE ?

Público: Adultos conectados a afetividade e a familiaridade com o modelo (possuem paixão pelo clássico, por influência de algo ou alguém).

Sexo: Masculino

Faixa Etária: Entre 30 a 50 anos em média.

Nível de Escolaridade: Superior Completo

Ocupação: Empresários

Poder Aquisitivo: Classe B (média e alta)

Habitat: Urbano

QUAL SEU ESTILO DE VIDA ?

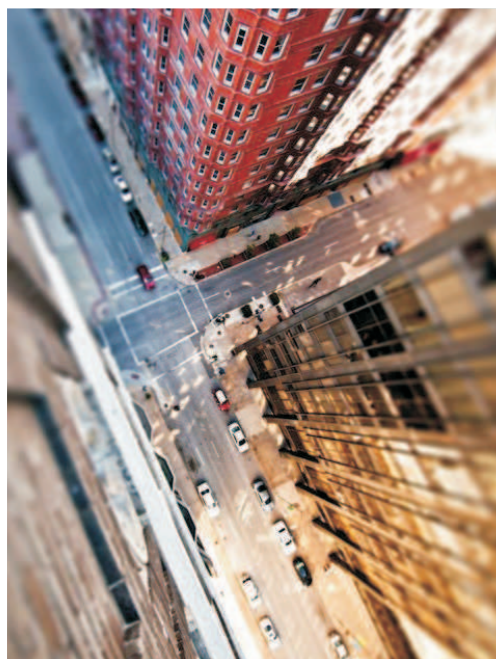
Lazer: Reunir com familiares e amigos, participar de grupos/eventos de carros antigos e viajar.

Estilo: Convencional/Tradicional

Produtos Afins: Utiliza produtos que ressaltam o seu estilo -Produtos práticos e funcionais, em sua maioria ligados a área automotiva.

Automóveis: Possuem de dois ou mais veículos (clássico e um moderno).





PÚBLICO CONSUMIDOR 2 - STATUS

QUE PÚBLICO É ESTE ?

Público: Adultos (Geralmente não se importam com o NOME (contexto histórico), mas sim para o que ele representa diante da sociedade)

Sexo: Masculino

Faixa Etária: Entre 28 a 45 anos em média.

Nível de Escolaridade: Superior Completo

Ocupação Predominante: Empresários

Poder Aquisitivo: Classe B (alta)/Classe A

Habitat: Urbano

QUAL SEU ESTILO DE VIDA ?

Lazer: Festas, bares, viagens, atividades físicas;

Estilo: Esporte fino e casual/Contemporâneo

Produtos Afins: Utiliza produtos que ressaltam o seu estilo e personalidade, remetendo à sofisticação e tecnologia.

Automóveis: Carros de nicho - padrão de status, baseado na sensação de estarem andando em algo diferenciado com a certeza de que não passarão despercebidos.



3.4 CONTATO DIRETO COM O CLÁSSICO FORD MAVERICK

O contato direto com o clássico Ford Maverick foi muito satisfatório quanto ao projeto, sendo a base para todas as análises posteriores.



Proprietário: Hênio Douglas Pereira de Carvalho
Foto: Emanuel Naroli

3.5 ANÁLISE QUANTO AOS AGENTES COMUNICADORES

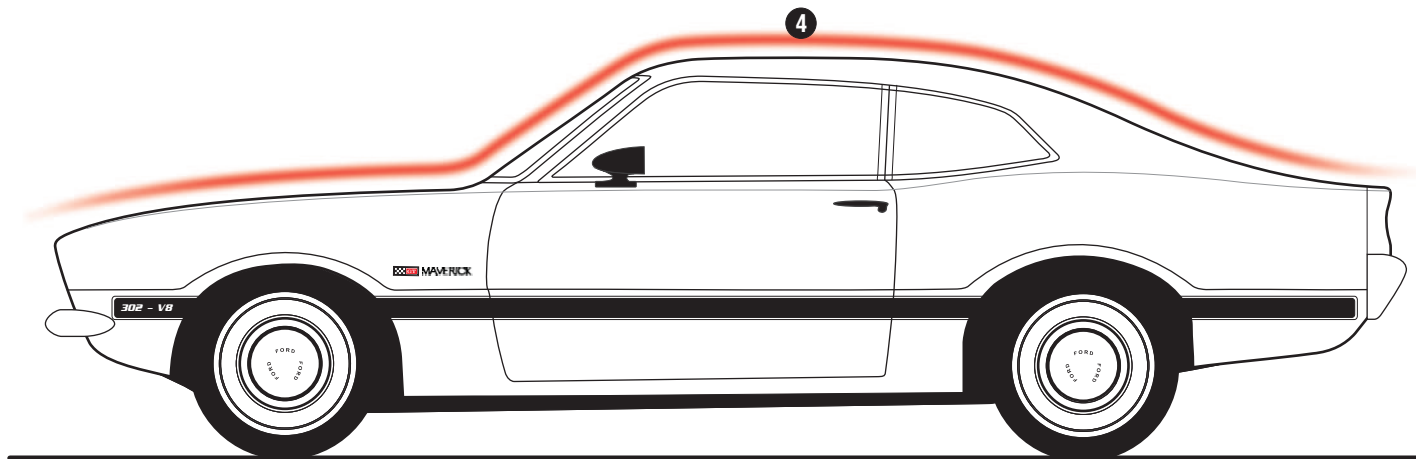
Atualmente em num projeto de design de um automóvel, o seu design torna-se a cada dia um dos fatores mais importantes, sendo a melhor ferramenta autoexpressão e emoção, pois o conjunto de seus elementos, podem ser utilizados como recurso para gerar comunicação, permitindo uma relação emocional dos usuários com o objeto projetado, que ao perceber essas informações, conecta-se com o produto a um nível emocional, fazendo com que desperte ações e reações no sujeito observador, seja positiva: aproximação, alegria e desejo; ou negativa : tristeza, perigo e repulsão.

Desse modo, essa relação comunicativa ao nível emocional com o público, está interligada aos fatores determinantes, como o design e o estilo que o automóvel proporciona, através de seus elementos configuracionais principais (pag. 40) que compõe o seu tema e a sua identidade. Fatores estes que no passado, eram associados erroneamente, correlacionados a autoexpressão, ou seja, um veículo com característica ligadas a agressivo, veloz, dinâmico, e entre outros, continham uma expressão amigável e não agressiva.

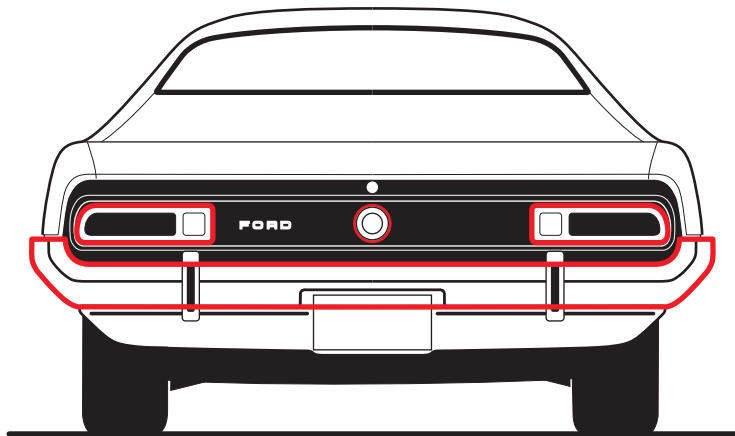
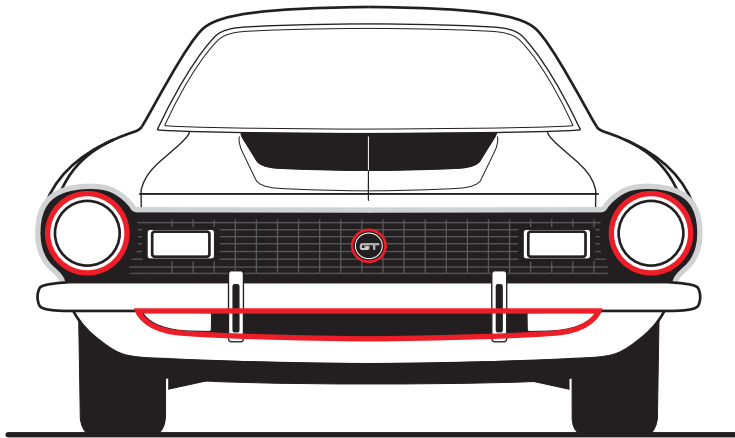
Com base no que foi exposto acima, esta análise teve como objetivo conhecer quais elementos configuracionais transpassam as características que o pertence, seja pelo estilo ou pela sua autoexpressão, como pode-se observar posteriormente tendo como modelo de estudo o Maverick GT (Fase 1).



Figura 01: Sketch by Barros (2011)



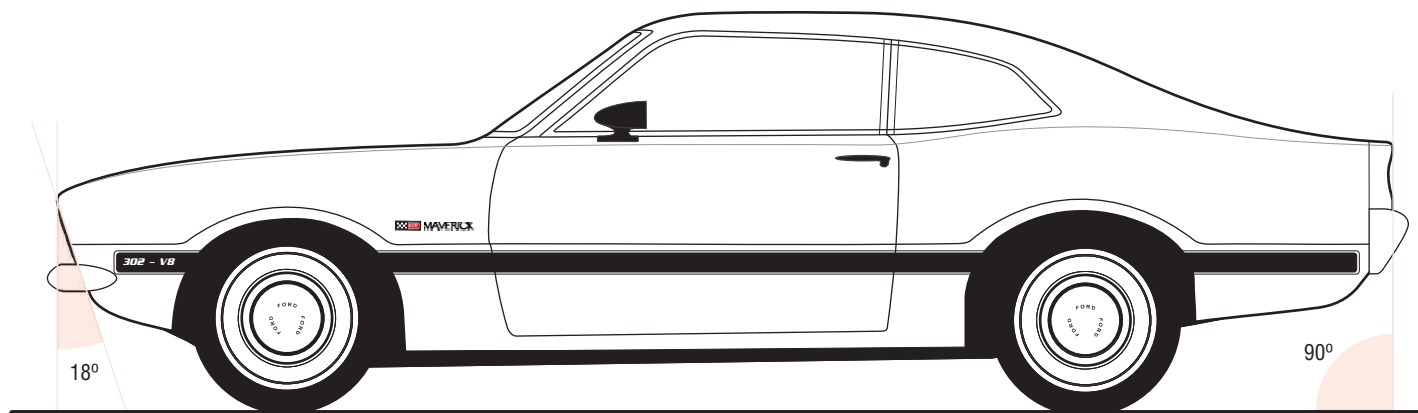
Ao analisar o Ford Maverick Coupé quanto aos agentes comunicativos relacionados a autoexpressão e quais elementos configuracionais definem o seu design/estilo, em que através dos mesmos, elementos estes que compõem o tema e a sua identidade do mesmo, como o longo capô (1) e o ressalto/saliência (2) existente no mesmo, superfícies com grande quantidade de massa (3), linha de silhueta (4), linhas tensionadas e marcantes (5), foi possível observar que o Ford Maverick consegue comunicar aos receptores, mensagens que o caracterizam como um veículo esportivo, dinâmico, emocional, potente e robusto.



Em relação a sua autoexpressão, observa-se de forma abstrata, que tanto na dianteira quanto na traseira, se a composição dos mesmos, consegue expressar alegria e sarcastismo, de modo que:

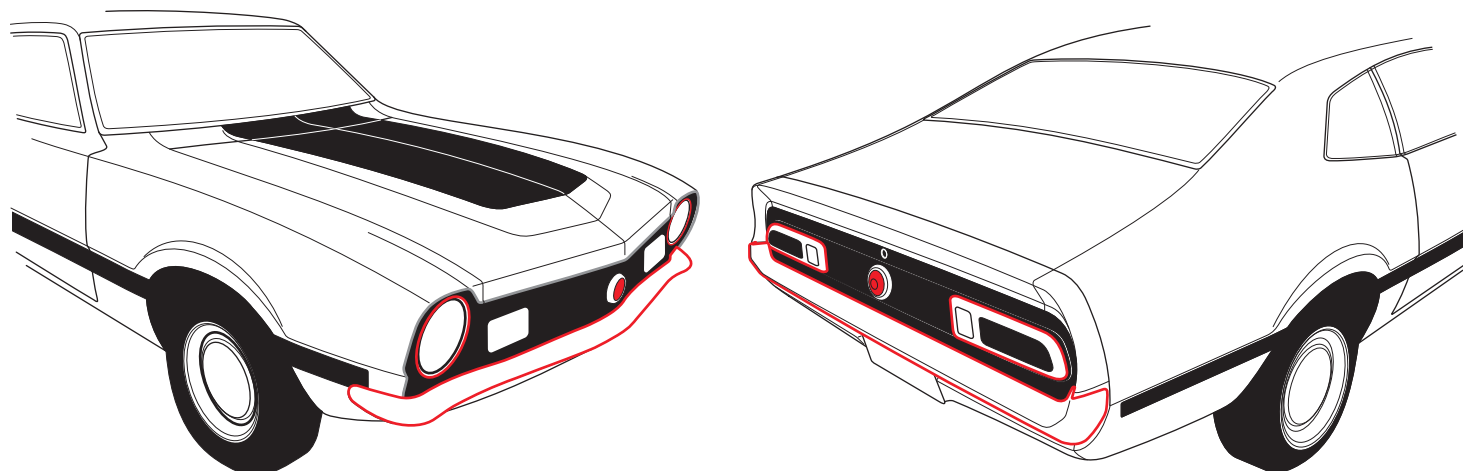
- Na dianteira a composição, farol, logomarca e grade inferior, se assemelha a uma criança, por conter elementos formais mais arredondadas.

- Na traseira a composição, farol, logomarca e pára-choque, se assemelha a um robô, por conter elementos formais mais retílineos.



Tridimensionalmente, dependendo da posição e localização do observador, é possível visualizar o modelo de outra forma. Desse modo, através da vista 3/4 dianteira superior, observa-se que o elemento que representa um sorriso, não aparece devido a inclinação formada por um ângulo de 18°, em que além do mesmo e das formas direcionais que compõem o capô, tornou-se possível a obtenção da auto-expressão semelhante às características que o compõem, como a agressividade. Já na 3/4 traseira superior não foi possível, pois a traseira é composta por um ângulo reto, em que independente da posição a mesma comunica-se da mesma forma que bidimensionalmente.

58



Através desta análise, foi possível estudar e concluir quais elementos configuracionais correlacionados à capacidade de comunicação ao nível emocional, o Ford Maverick consegue transparecer as suas características, seja relacionada ao seu estilo ou a sua autoexpressão, servindo como base para relação de mesclagem com as pertencentes ao padrão atual da Ford, o Design Kinect (pag.31).

3.6 ANÁLISE QUANTO AO QUE O PRODUTO REPRESENTA AO SUJEITO OBSERVADOR

Todo produto é capaz de comunicar e transmitir informações, sendo o automóvel um dos principais exemplos, onde segundo o antropólogo Karl Grammer, da Universidade de Viena, na reportagem “Meu carro, meu espelho” da revista Istoé, “ O automóvel é um objeto de comunicação, em que alguns elementos de design são determinantes na criação de uma identidade reconhecível.”. Para dar suporte a esta afirmação, dois autores, Berhard Lobach (Lobach, 2000:55) e Donald Norman (Norman, 2004:22), apontam três funções/níveis que se relacionam com o que o produto é capaz de transmitir para o consumidor, sendo elas, a função estética, simbólica e prática (Lobach) e nível visceral, reflexivo e comportamental (Donald Norman).

A função estética e simbólica (Lobach) e o nível visceral e reflexivo (Donald Norman) estão caracterizadas em primeiro plano segundo os dois autores, pois a atratividade de um produto e sua simbologia, são aspectos que mais se destacam como fator de compra. De modo que a estética/ visceral, representam o primeiro contato do usuário com o produto, em que os usuários sentem-se atraídos pelos objetos em primeira instância; em seguida a simbologia / reflexiva, no qual os usuários encontrarão significados particulares que os motivem a compra, como por exemplo, o status; e por último a prática/comportamental, que está relacionada a interação usual usuário (função, desempenho, efetividade), que no referente projeto, se torna algo não muito importante no que diz respeito a atratividade.

Para conseguir informações baseadas no contexto acima, foi preciso realizar uma pesquisa, por meio de um questionário, através da visualização do modelo e do conhecimento prévio, com cerca de dez indivíduos de ambos os públicos 1 (pág. 52) e 2 (pág.53), com intuito de colher informações necessárias sobre os fatores atrativos e significativos do mesmo, utilizando como referência principal as respostas designadas ao estético/visceral.

Posteriormente, é possível observar o questionário que foi utilizado para a pesquisa, juntamente com suas devidas respostas.

Questionário: Análise quanto ao fator de comunicação ao receptor

1 Este produto lhe atrai positivamente? Sim ou Não ?

92% Sim 8% Não

2 O que mais lhe atrai positivamente neste produto?

“Seu estilo clássico americanizado”; “Tudo”; “Sonorização do motor”;

3 O que menos lhe atrai neste produto?

“Alto Consumo”; “Ausência de Peças”;

4 Que palavras ou expressões você associaria a este produto ? Pode dizer qualquer coisa que lhe venha á mente.

Esportivo, velocidade, força, robustez, potência, cobiçado, envenenado, elegante, bonito, harmonioso, performance, incrível, tentador, ícone, agressivo, imponente, deslumbrante, intimida, charmoso, sarcástico, autêntico;

5 Quais significados particulares levariam você a compra-lo?

Estilo, retrô, chama atenção, lembranças, familiaridade, infância ;

6 Quais significados particulares levaram você a não compra-lo?

Velho, ultrapassado;

A partir das respostas obtidas, partimos para organizá-las de modo a separá-las em três grupos, estético/visceral, simbólico/reflexivo e prático/comportamental, baseados nos autores Berhard Lobach e Donald Norman, como vemos logo abaixo.

ESTETICO/VISCERAL	SIMBÓLICO/REFLEXIVO	PRÁTICO/COMPORTAMENTAL
Esportivo, velocidade, força, robustez, potência, cobiçado, envenenado, elegante, bonito, harmonioso, performance, incrível, tentador, ícone, agressivo, imponente, deslumbrante, intimida, charmoso, sarcástico, autêntico;	Estilo, retrô, chama atenção, lembranças, familiaridade, infância, velho, ultrapassado;	“Alto Consumo”; “Ausência de Peças”; “Sonorização do motor”;

61

As informações obtidas foram satisfatórias, especificamente com relação ao item estético/visceral, de modo que as definições coletadas serão requisitos a serem inseridos por meio de interpretação formal e estético, com intuito de torná-lo atraente e comunicativo, independente do público (1 ou 2). Sendo também, essas informações, utilizadas como estratégia mercadológica para que haja uma forte ligação com o modelo clássico.

3.7 ANÁLISE SEMÂNTICA- “FORMA SEGUE O SEU SIGNIFICADO”

Esta análise tem como objetivo interpretar os significados gerados na análise anterior em formas, tendo o estético/visceral como base, através do conceito de que “ a forma segue o significado”. Fazendo com que o referente trabalho seja desenvolvido a partir do que ele deve comunicar enquanto forma intuitiva ao público - alvo, onde rebuscar os significados do clássico, trazendo-o para a releitura, se torna uma ferramenta mercadológica para obter uma maior familiarização, como pode-se observar logo abaixo.

ESTÉTICO/ VISCERAL

Esportivo, **velocidade**, **força**, **robustez**, potência, cobiçado, envenenado, elegante, **bonito**, **harmonioso**, **performance**, incrível, tentador, ícone, **agressivo**, **imponente**, deslumbrante, **intimida**, charmoso, sarcástico, autêntico;

PROPRIEDADE	SIGNIFICADO	FORMA
LOCOMOÇÃO	VELOCIDADE/PERFORMANCE	AERODINÂMICA/FLUIDA
RESISTÊNCIA	FORÇA/ROBUSTEZ	GEOMETRICA/RETÍLINEA
QUALIDADES	HARMONIOSO/BONITO	SIMETRICA
PERSONALIDADE	AGRESSIVO/IMPONENTE/INTIMIDA	ANGULADAS/TANGENCIAIS.

Através das informações acima, concluímos que as formas geradas a partir dos significados condizem com o que o modelo realmente representa e como ele deve ser representado em sua releitura. Deste modo, a transmissão de informação através de uma linguagem de fácil compreensão formal, faz com que ocorra a comunicação intuitiva dos significados obtidos pelo modelo clássico, ao sujeito observador.

3.8 ANÁLISE MORFOLÓGICA

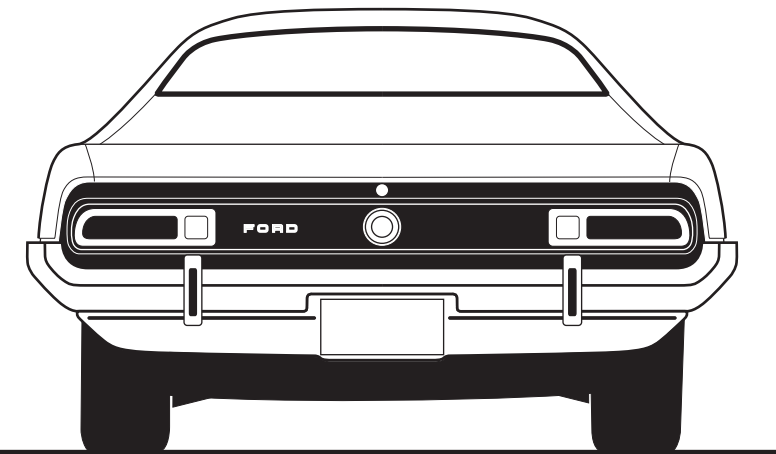
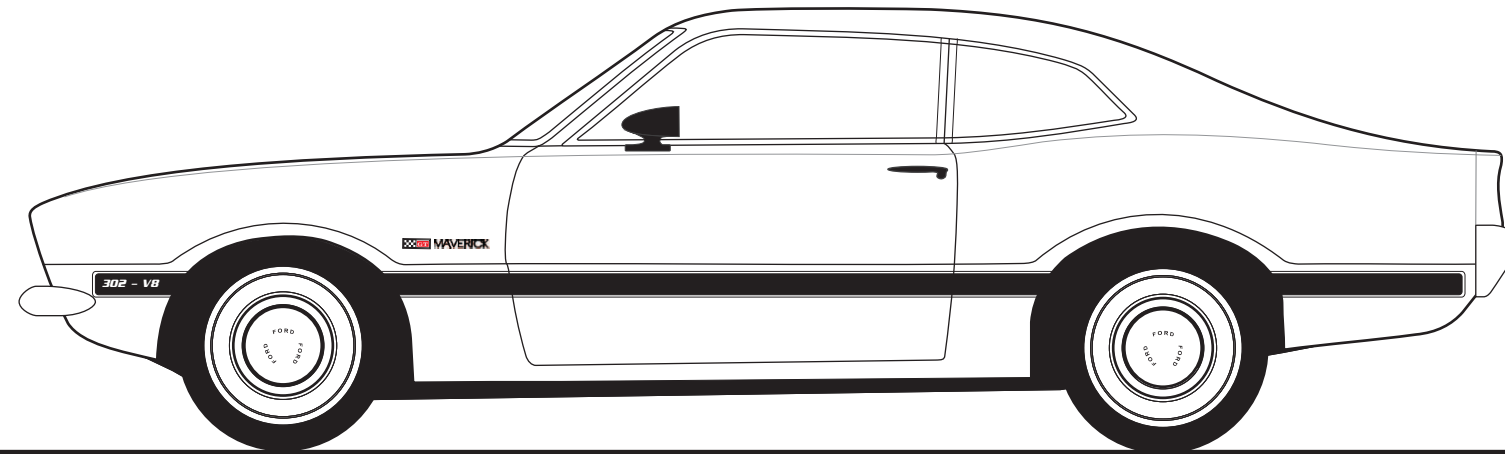
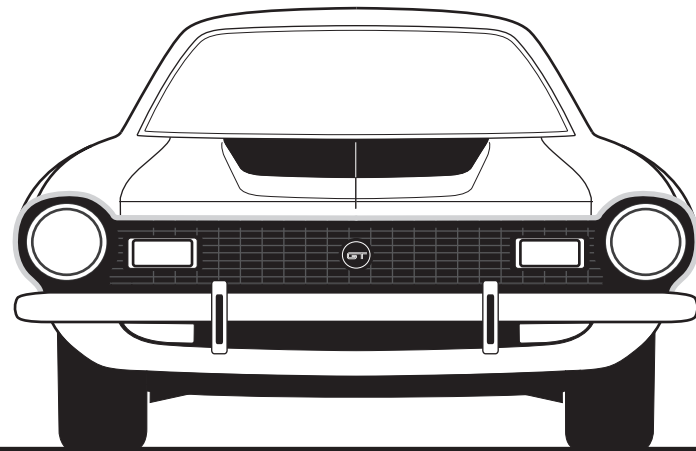
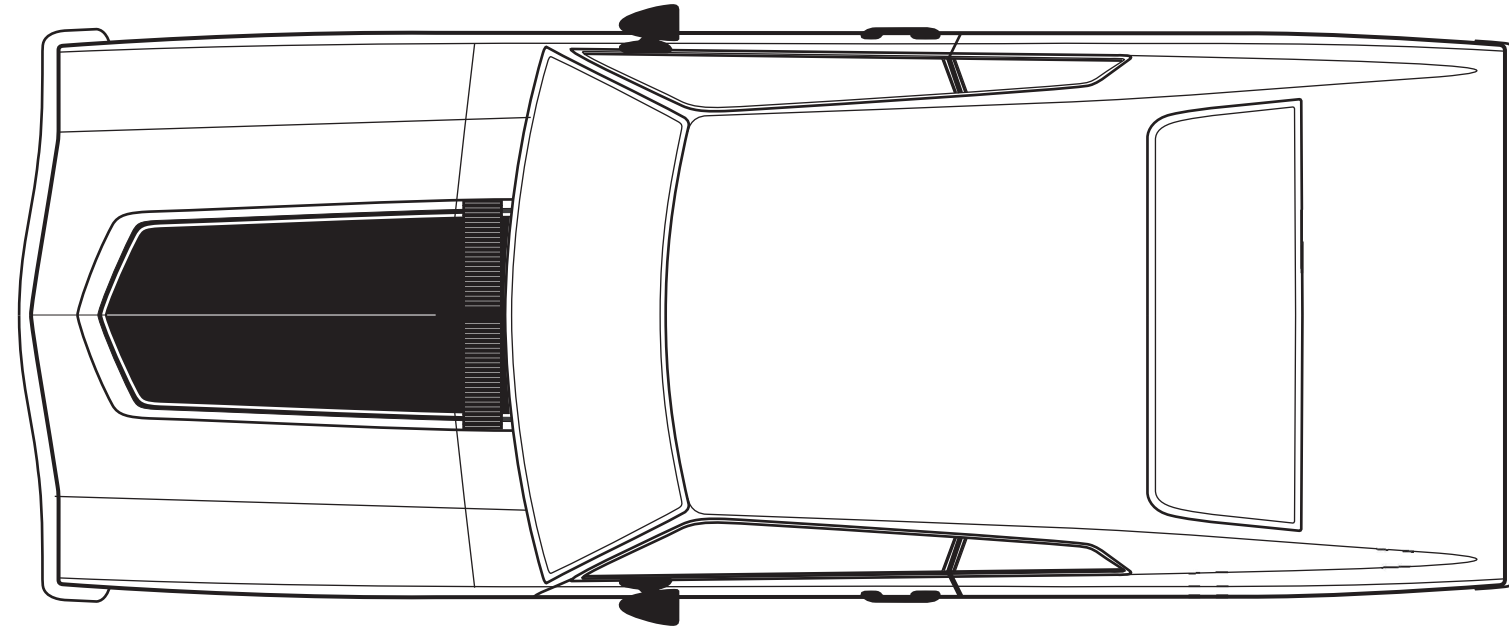
De acordo com Guedes & Silva (2007), é possível compreender através da forma, como os elementos visuais se formam e como são percebidos, dando espaço para a análise morfológica da forma, que visa compreender a configuração do mesmo como um todo e sua representação ao sujeito observador. Sendo possível a compreensão de características que evidenciem e proporcionem a identidade, estilo e traços de personalidade do veículo.

Este método de compreensão está relacionado ao modo visual, que por sua vez é utilizado para compor e compreender mensagens de diversos níveis, os quais para esta compreensão, são percebidos através dos principais fatores segundo Guedes & Silva (2007), localização e posicionamento do observador, luz e luminosidade e o observador referência.

- Observador: O observador é aquele que percebe a composição, captando as principais características do produto, emitindo algum juízo ou reação, segundo Arnheim (1980:36).
- Localização e posicionamento do observador: Permite que o observador não apenas movimento e o seu olhar para o produto, mas que tenha diferentes visualizações dependendo da sua posição em relação ao mesmo, fazendo com que obtenha várias interpretações.
- Luz/ luminosidade: A luz, tanto para composições bidimensionais como para composições tridimensionais, desempenha o importante papel de revelar volumes, largura, profundidade, evidenciar contornos, revelar acabamentos superficiais, entre outros.

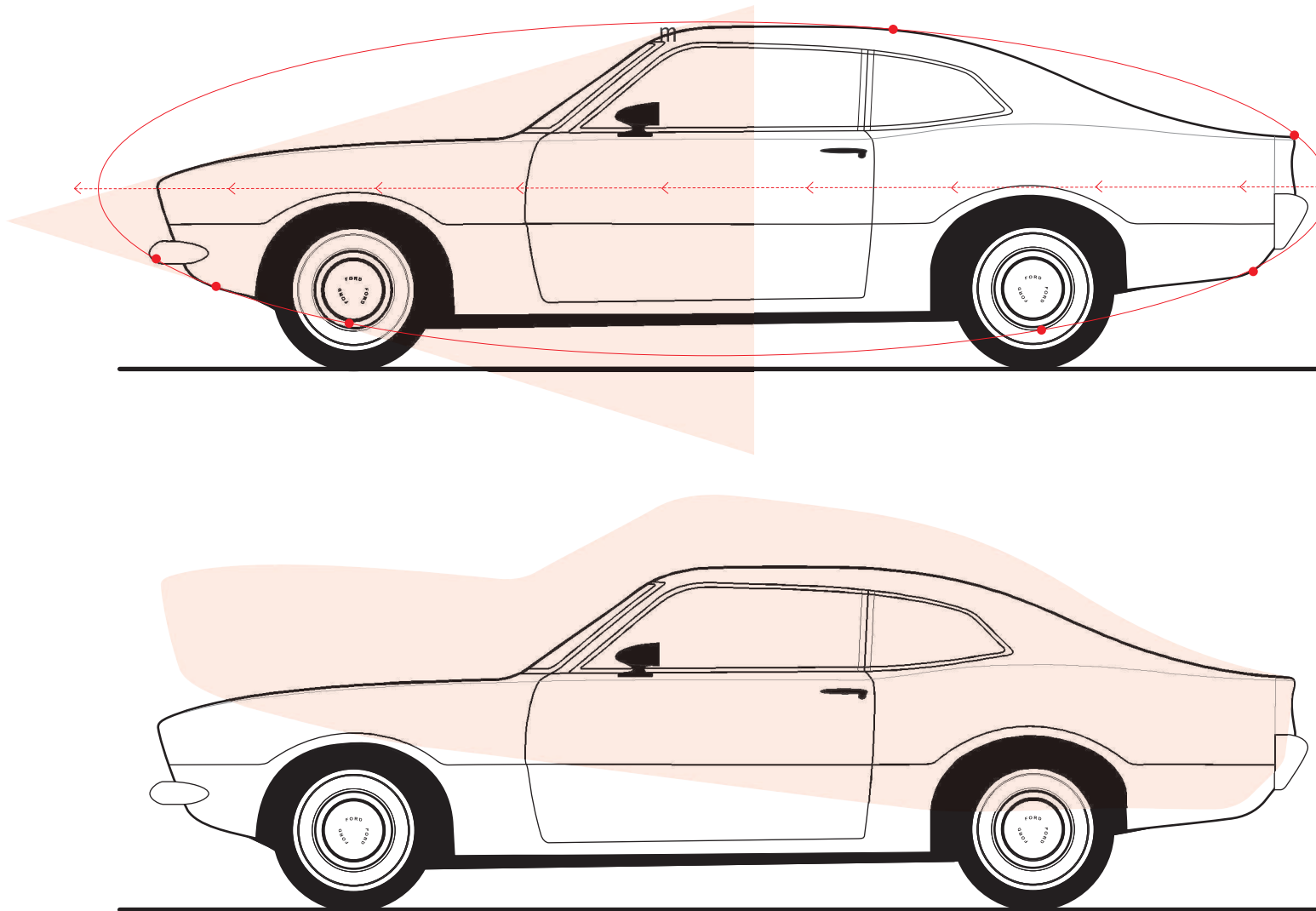
Com base no que foi mencionado, esta análise, tem como objetivo realizar estudos de interpretação e tradução formal, e estudos com base na hierarquia dos elementos do design automotivo, visando obter informações sobre proporção, secções, superfícies e gráficos, e o que os mesmos remetem, ambos favorecendo a uma fiel releitura do clássico Ford Maverick Coupé, utilizando para o referente estudo o modelo GT fase 1, tanto com como sem os elementos gráficos.

VISTAS TÉCNICAS DO FORD
MAVERICK COUPÉ GT 1



3.8.1 TRADUÇÃO E INTERPRETAÇÃO FORMAL

Essa análise tem como objetivo estudar o Ford Maverick Coupé, com o intuito de traduzir e interpretar o que a sua forma é capaz de transmitir e quais elementos interceptam para que isso ocorra, conforme se observa abaixo:

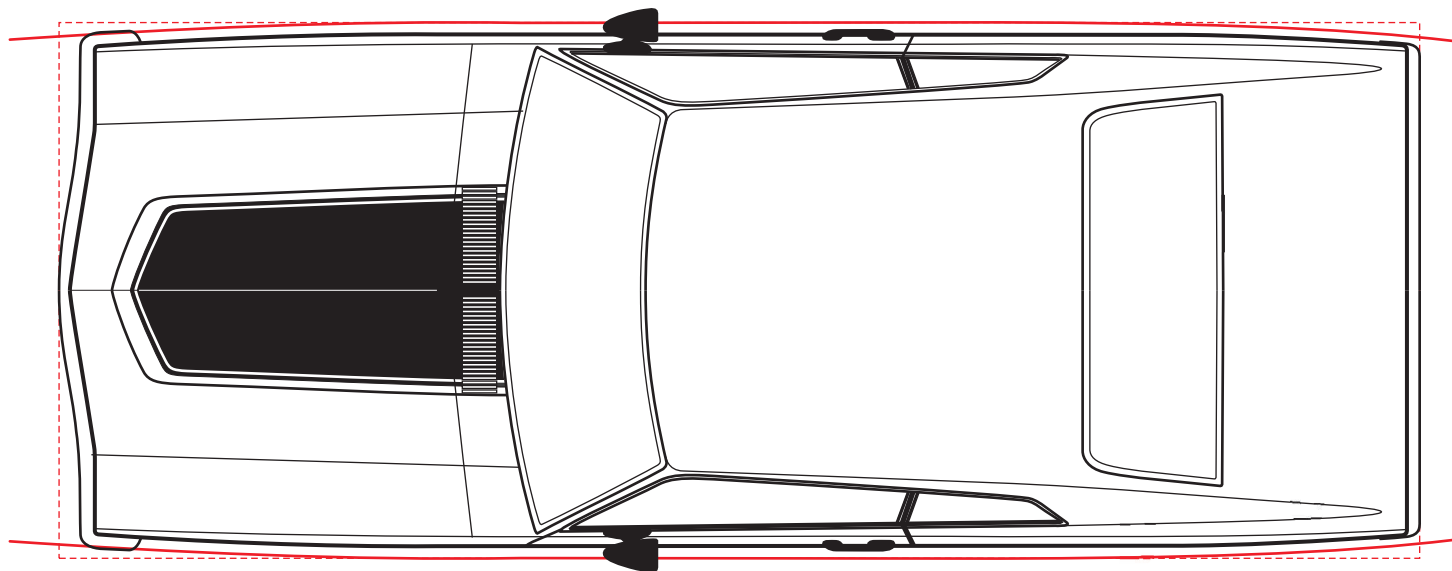


Um ponto de indicação de sentido é formado a partir de duas linhas tangenciais que se convergem para o mesmo ponto, transmitindo a sensação de algo que corta o vento (flecha), indicando o direcionamento e a atitude do modelo.

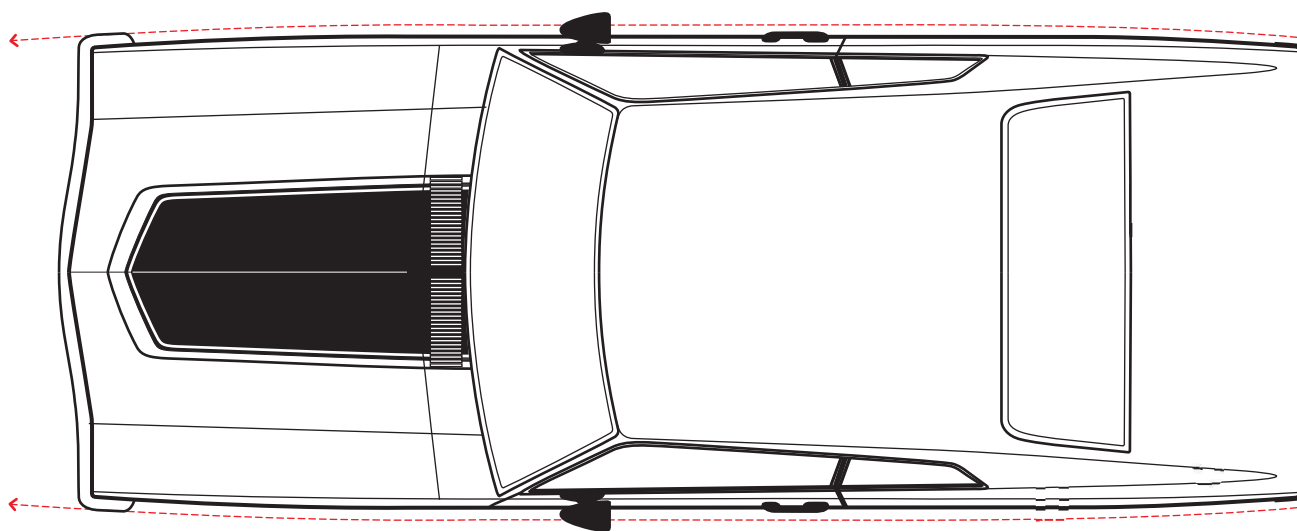
De modo geral o modelo se forma a partir de uma elipse, que é composta por alguns pontos de referências para sua formação, representado pelo ícone (●), de forma que a mesma reforça ainda mais o seu caráter dinâmico.

Através do estilo fastback, notório pelo capô longo e a traseira curta e truncada, o Ford Maverick consegue transmitir uma sensação de deslocamento, causando um efeito de decolagem.

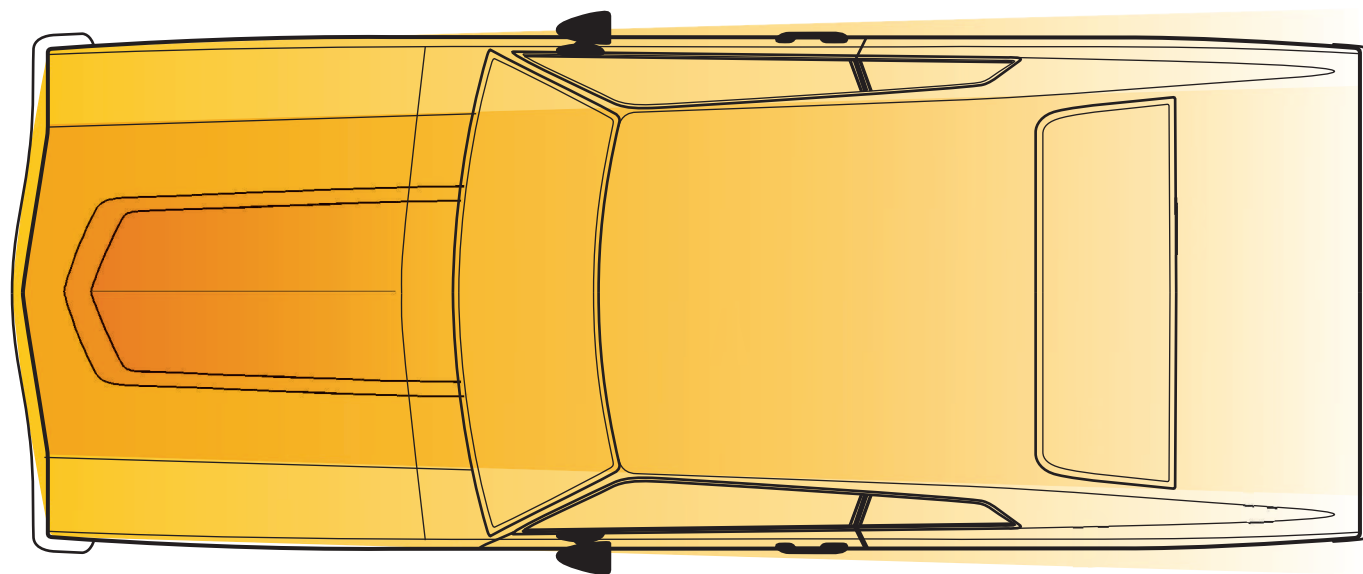
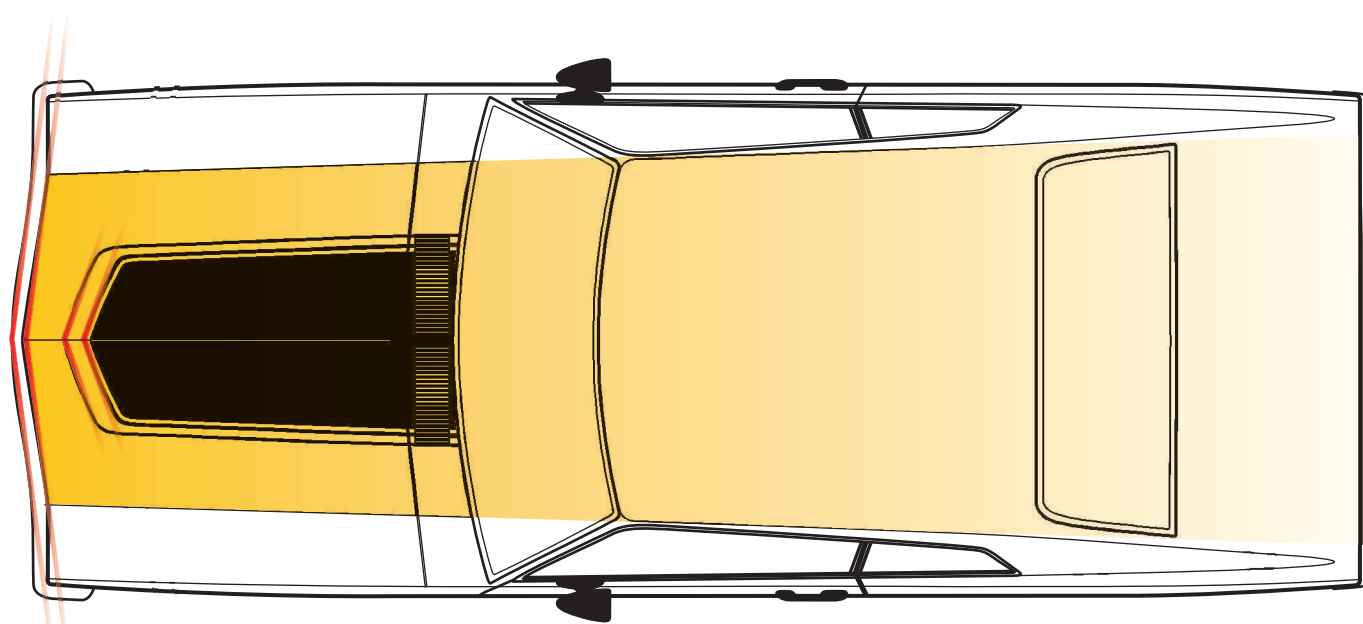
Obs.: O Ford Maverick por possuir tração traseira e um potente motor, em seu deslocamento inicial ele consegue erguer a dianteira, sendo uma das características dos Muscle Cars.



Na vista superior pode-se observar que as linhas da carroceria do Ford Maverick tem uma leve angulação que faz com que as linhas se convergem em um determinado ponto.



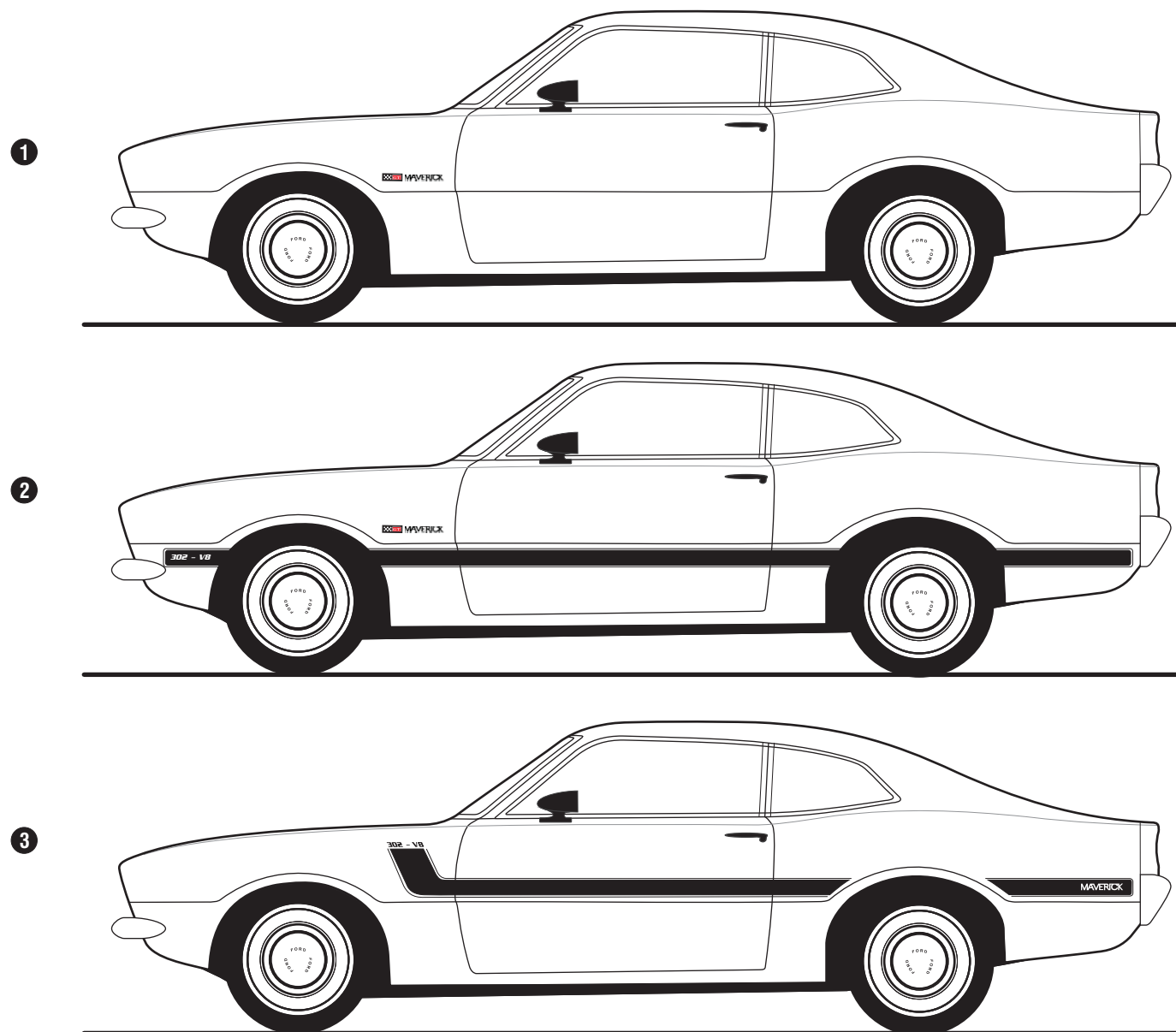
convergência



Ao lado, observa-se que o Ford Maverick é composto pela gradação de um elemento em toda a sua carroceria. Em forma de uma seta com angulação de aproximadamente 157° , o mesmo se repete quatro vezes em variações de escala.



3.8.1.1 ELEMENTOS GRÁFICOS

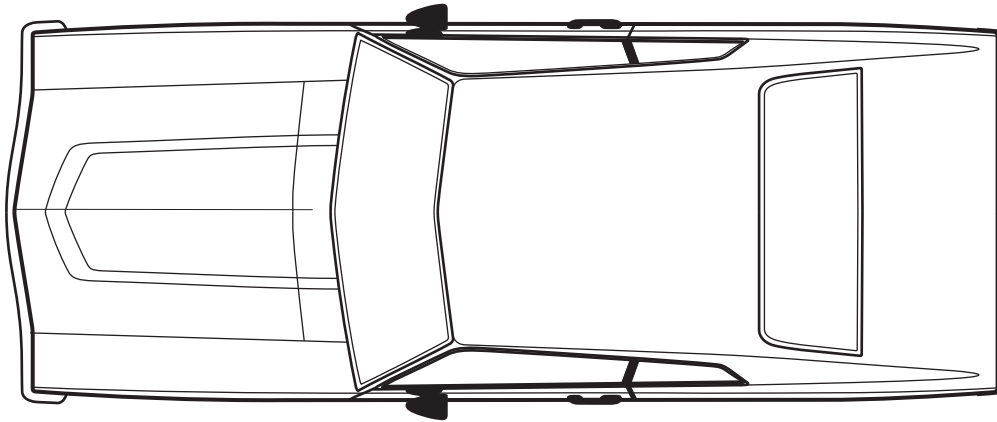


O uso de elementos gráficos (adesivos) ou elementos que diferem da cor do veículo é muito utilizado desde décadas passadas como recurso para diferenciar um modelo, como por exemplo, Maverick S (simples- elemento gráfico) e o Maverick GT (esportivo - elemento gráfico), e como recurso de alteração visual da forma, ou seja, ilusão de ótica, deixando o veículo, maior, menor, largo, alto, e entre outros.

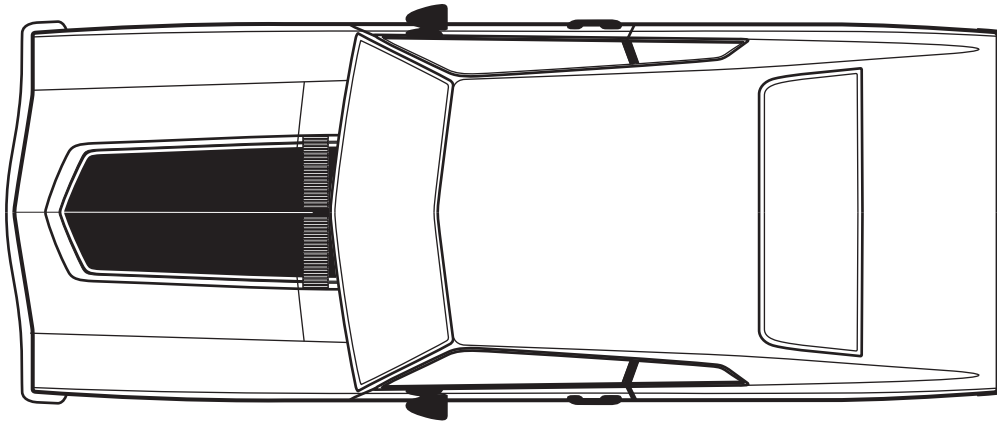
A aplicação desses recursos amplia ou reforça ainda mais o estilo do veículo, deixando - o mais estático e dinâmico.

Ao lado, observamos o ford Maverick gt, sem elemento gráfico (1), Com elemento gráfico - fase 1 (2), e Com elemento gráfico - fase 2 e 3, onde O elemento gráfico 2, além de ser um Elemento para diferenciar o modelo gt Dos outros modelos do ford maverick, S e sl, é um recurso visual para ressaltar a continuidade e o direcionamento, dando a impressão que O veículo é maior. Essa transição do elemento gráfico na carroceria faz com que o modelo pareça mais alto, dando a impressão de um complemento.

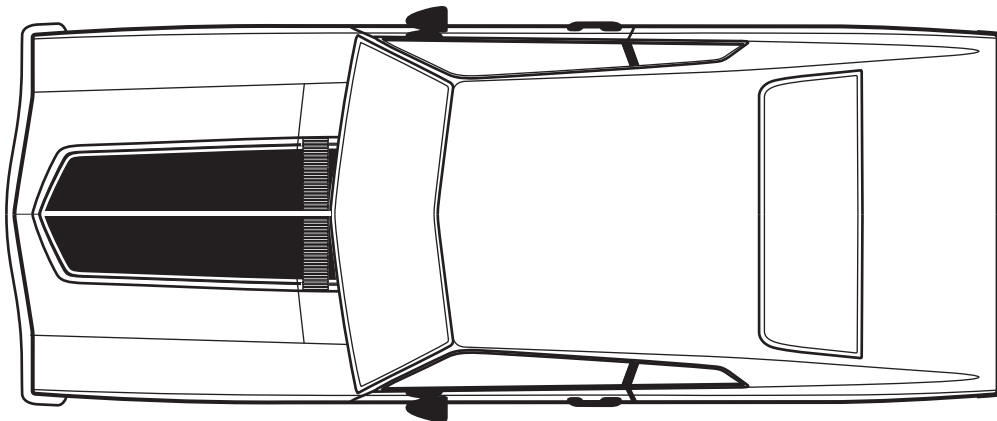
1



2



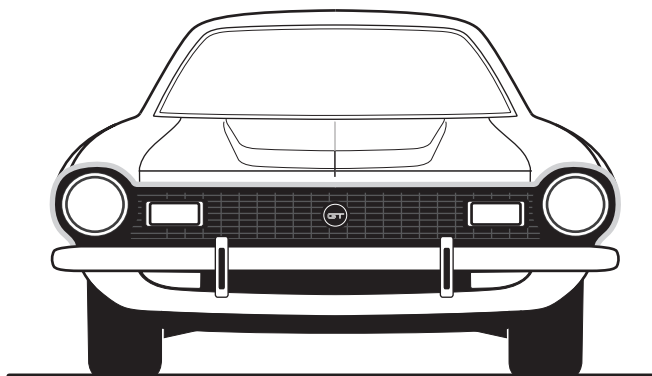
3



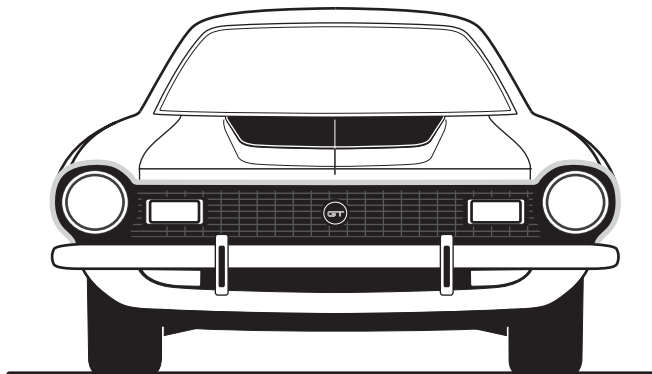
Na vista superior, o elemento gráfico existente no capô, nos modelos (2) e (3). Além de destacar a esportividade, torna-o mais longo, principalmente no (3), pelo elemento gráfico ser ainda maior, o que reforça a ideia de um veículo potente.

Ao lado, através da vista 3/4 dianteira é possível perceber com mais clareza essa ilusão de ótica analisada anteriormente.

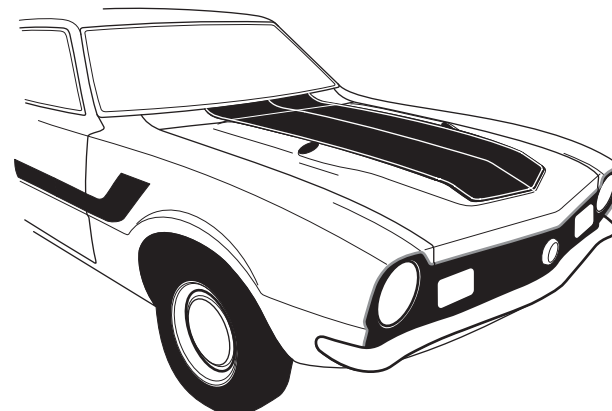
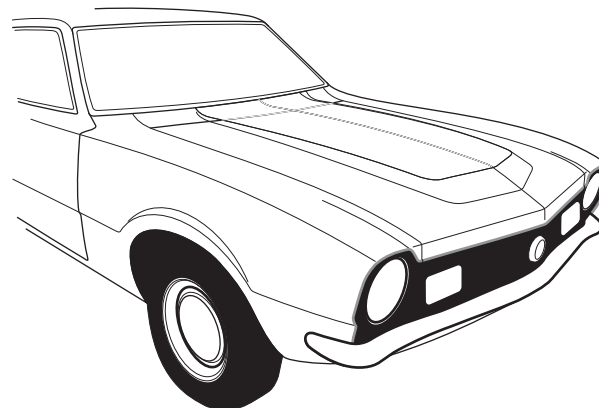
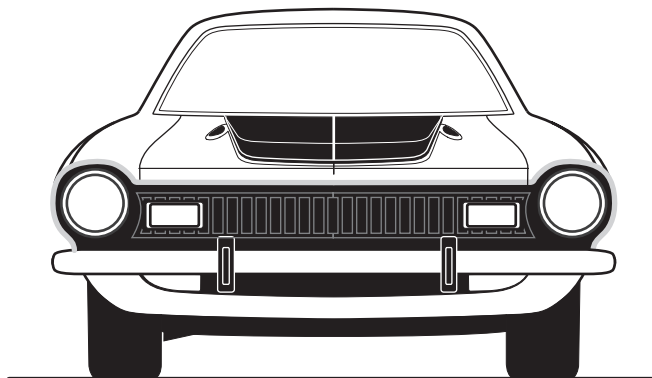
1



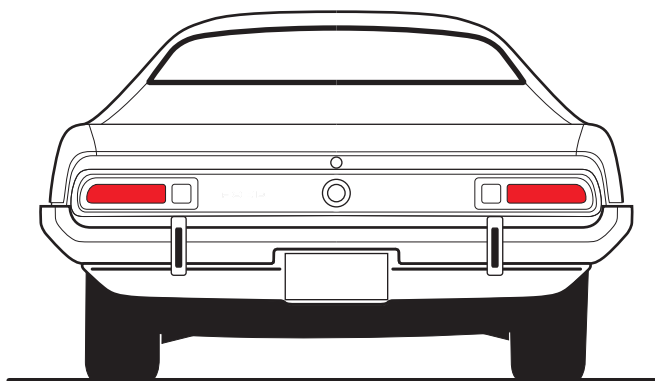
2



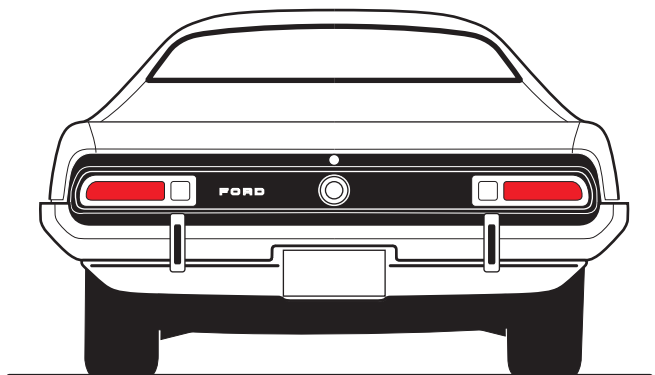
3



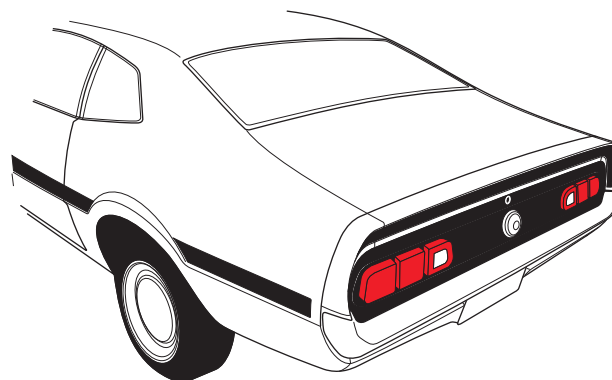
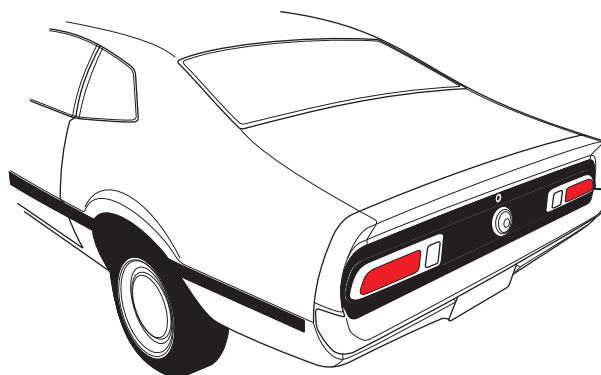
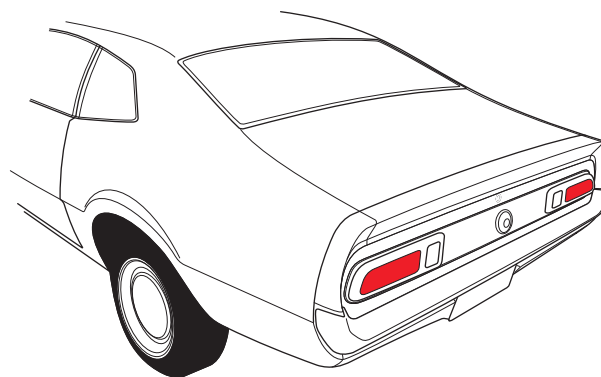
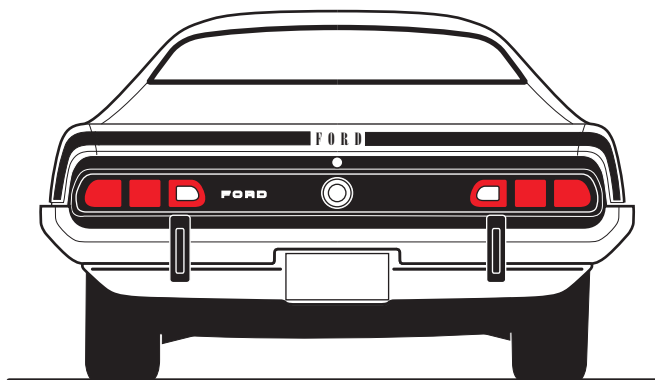
1



2



3



No painel traseiro, na vista 3/4 traseira, a aplicação do elemento gráfico destaca a esportividade do modelo, além de sobressaltar todos os elementos (farol, frisos, etc) compostos pelo mesmo. Outra observação é que a partir da aplicação desse recurso, a traseira passa ter uma aparência mais alta e robusta, principalmente no modelo (3), por agregar mais um elemento na parte superior, ampliando esse efeito visual.

Através da análise de tradução e interpretação formal, observamos o quanto a forma e a aplicação de elementos gráficos são capazes de comunicar. Concluindo que a própria forma do Ford Maverick transmite atitude e direcionamento, e que através da aplicação de elementos gráficos no capô, lateral e painel traseiro é possível obter um efeito de ilusão de ótica, deixando-o com o capô mais longo, um perfil mais alto e comprido, e uma traseira mais alta.

Deste modo, as informações obtidas serão aplicadas na proposta de releitura de modo agregar mais valor e fidelidade ao conceito.

3.8.2 ANÁLISE QUANTO A HIERARQUIA DOS ELEMENTOS DO DESIGN AUTOMOTIVO

No design automotivo, segundo Nelson Lopes, diretor da Ícon Design e Fernando Morita, em Segredos do Design Automotivo, existe uma hierarquia de elementos que são considerados primordiais como critério de observação e avaliação de um veículo, sendo eles:

- Proporção: ligado ao *package* do veículo, ou seja, todo volume, em que através da visão macro (longe), é possível distinguir a categoria que um determinado veículo pertence, seja esportivo, super esportivo, hatchback, sedã, e entre outros.

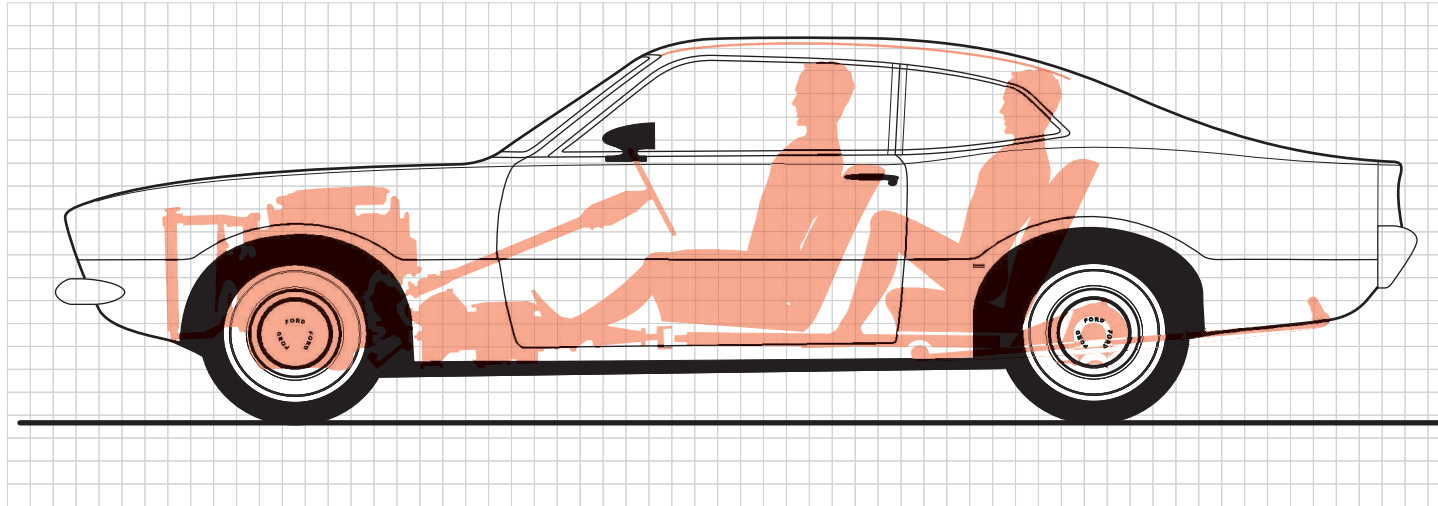
- Secção ou linha: ligada ao tema e a linguagem que o design do veículo quer transmitir (clássico, moderno, futurista), a secção é identificada pela intersecção de duas superfícies.

- Superfícies: quando se fala em superfície, o ponto principal é a luz refletida ou highlight, e a sombra, de modo que quanto mais incidência de luz a superfície recebe, mais moderno e obeso o veículo aparenta ser, e quanto mais sombra, mais leve e esportivo o mesmo aparenta.

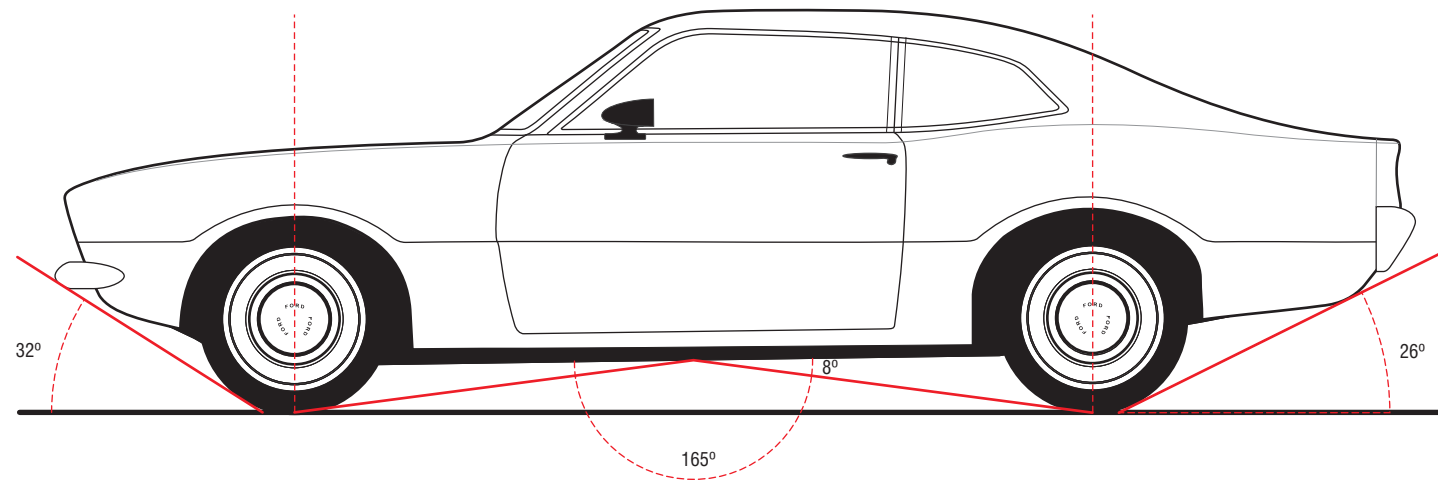
- Gráficos: demarca e delimita as partes.

Logo após, esses itens serão aplicados hierarquicamente estudados no Ford Maverick, com intuito de buscar informações que auxiliem ainda mais na releitura fiel do clássico.

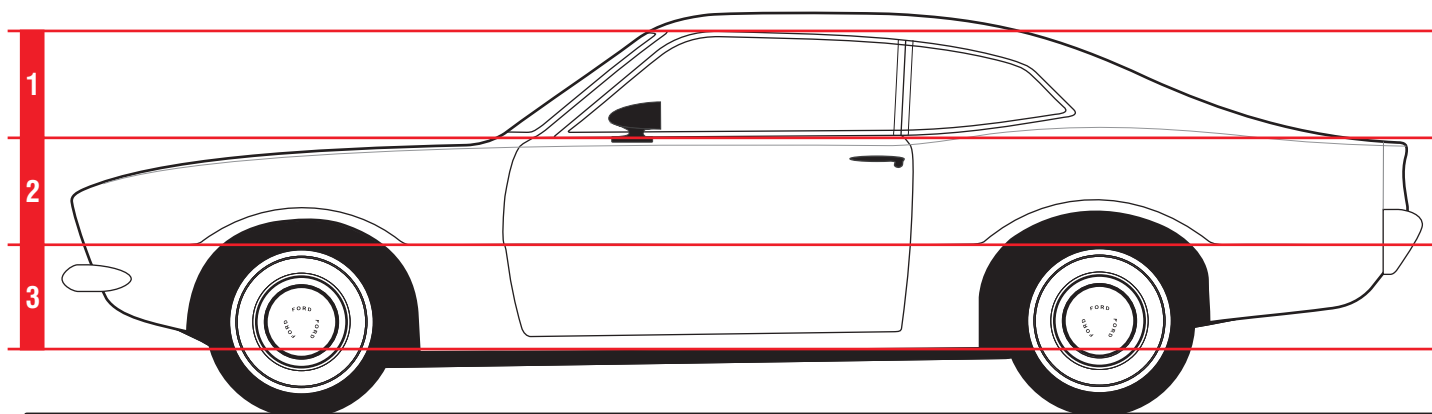
3.8.2.1 PROPORÇÃO



A imagem ao lado demonstra o *package* do Ford Maverick, sendo um item muito importante para estudo de proporção, pois serve como base para estudar fatores que interferem no exterior do modelo como: a visão dos ocupantes, altura limite da cabeça ao teto, localização de todo o sistema mecânico como: motor, transmissão, suspensão, e entre outros. Além desses fatores, a grade quadrangular existente demonstrada no *package*, serve como base para definição de medidas e para modelagem do protótipo final.

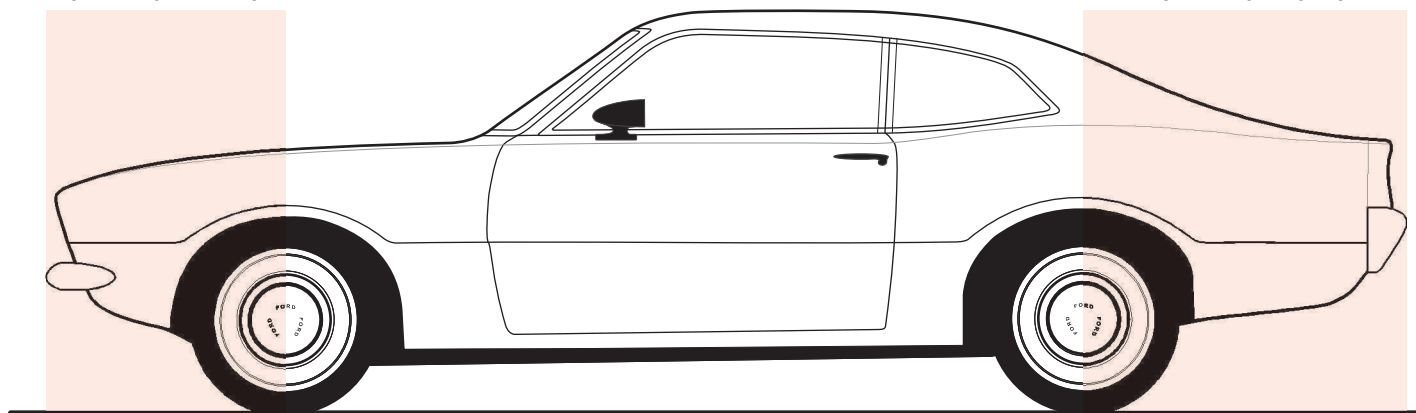


Na segunda imagem, denominado *groud clearance*, esse estudo mostra o *ramp over angle* ou ângulo de rampa do Ford Maverick que contém 8°, o *approach angle* ou ângulo de entrada, com 32° e o *departure angle* ou ângulo de saída, com 26°, sendo estes itens referentes a fatores que influenciam no dia a dia de um automóvel como, físicos (lombadas, depressões) e naturais (chuva).



OVERHANG DIANTEIRO

OVERHANG TRASEIRO



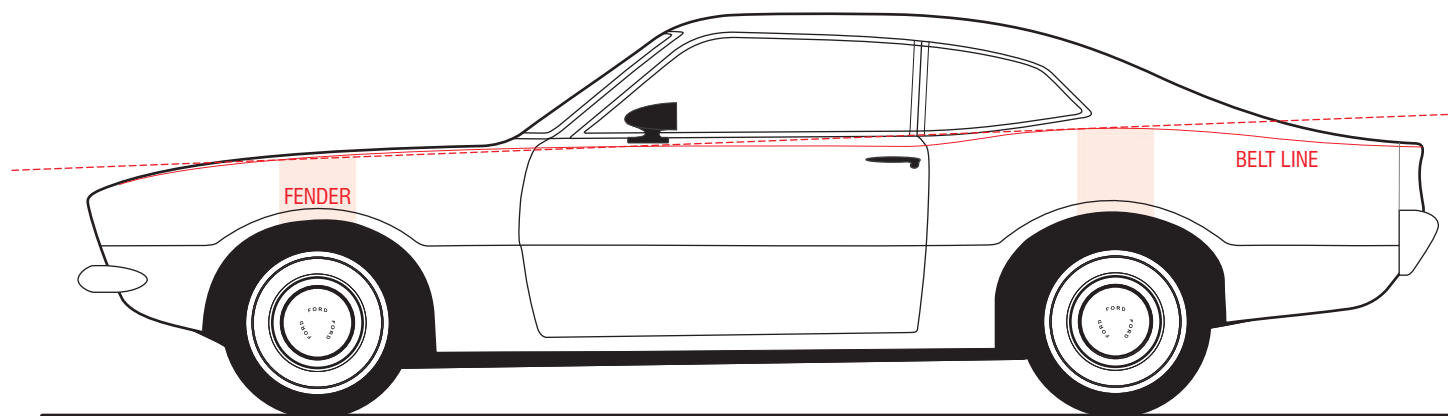
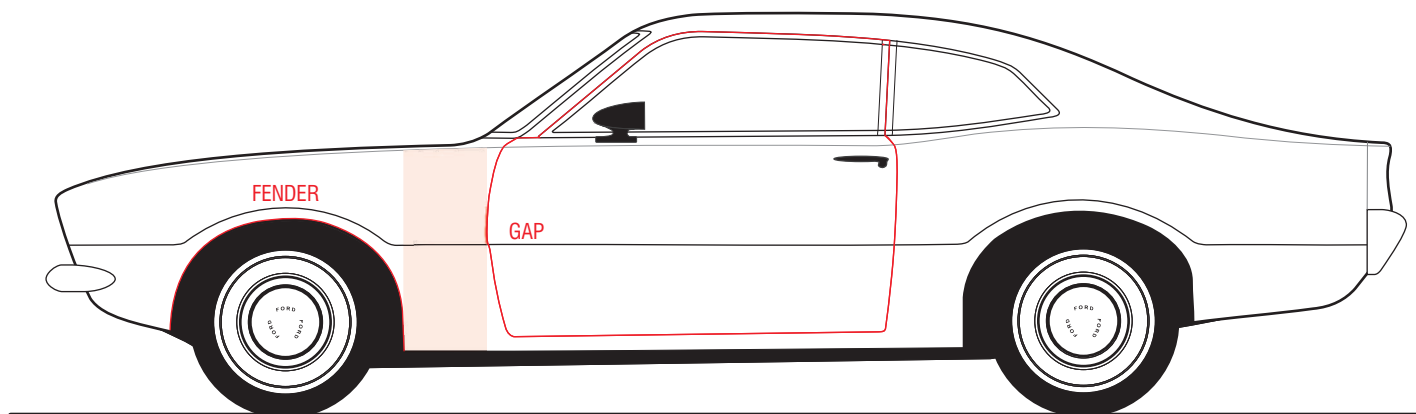
O modelo é composto por três subdivisões semelhantes, sendo:

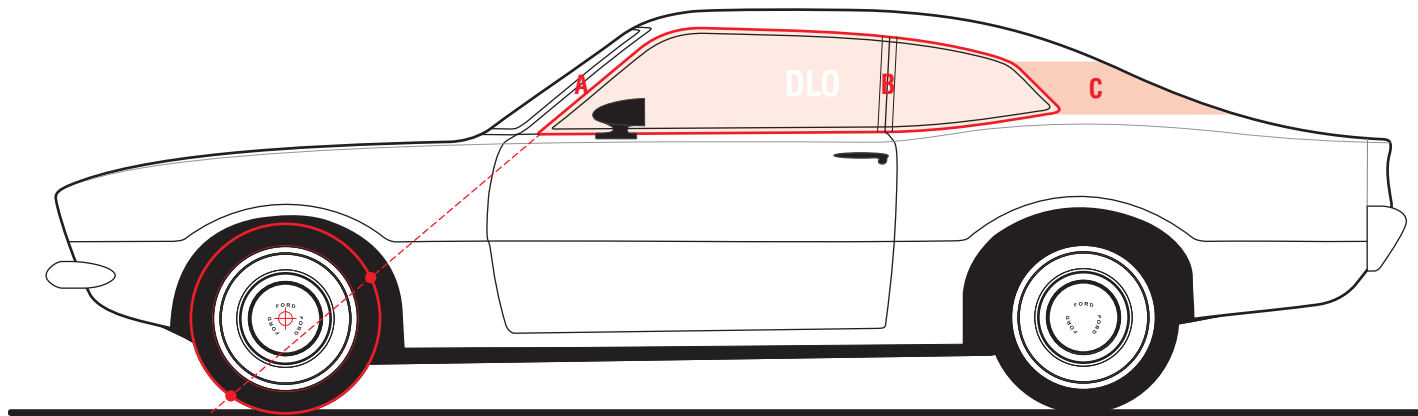
- 1º - da parte superior do DLO a parte inferior do mesmo;
- 2º - da parte inferior do DLO até a character line do modelo;
- 3º - da character line a parte inferior a turn under;

Na imagem abaixo, pode-se observar um elemento importante do quesito proporção, denominado *overhang* (balanço). Sendo o mesmo indicado pelo espaçamento entre o eixo da roda à linha 0 do veículo, ao mesmo tempo que transmite a informação se o veículo é tração dianteira ou traseira, motor transversal ou longitudinal. Através da imagem ao lado, observa-se que o Ford Maverick possui tração traseira e motor longitudinal, devido o *overhang* dianteiro ser menor e o traseiro maior, além dessa informação, outro fator que reforça pelo espaçamento do *fender* ao *gap* da porta, demonstrado posteriormente.

O espaço contido entre a *fender* e o *gap* da porta, informa que o veículo possui tração traseira e motor posicionado longitudinalmente. Por este motivo o *cockpit* é mais afastado.

Outro item a ser considerado é a altura do *fender* até a *belt line*, onde na segunda imagem podemos observar que esse espaço entre os mesmos aumenta diagonalmente para traseira.

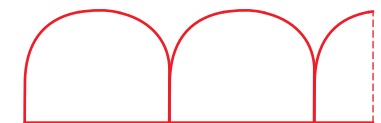
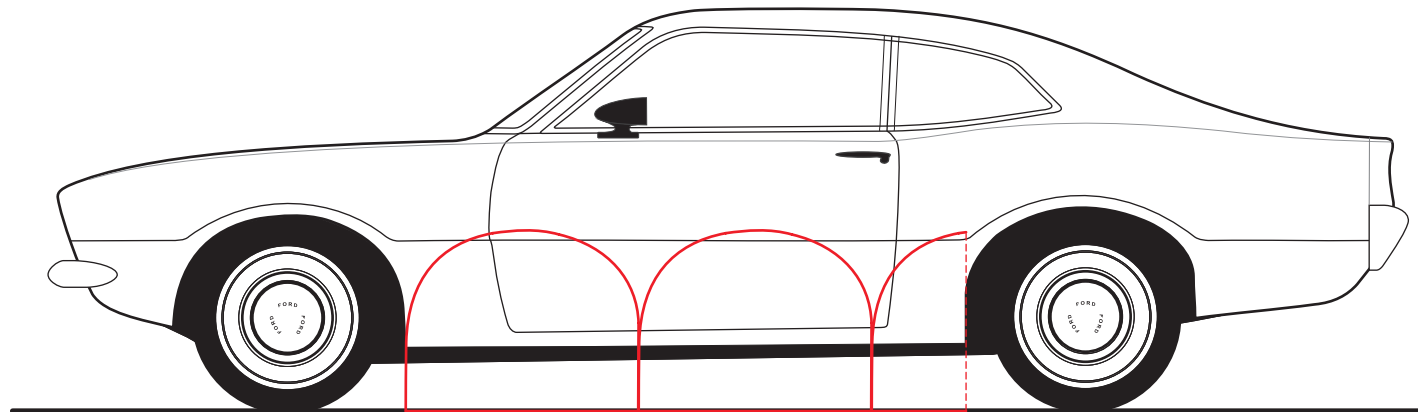




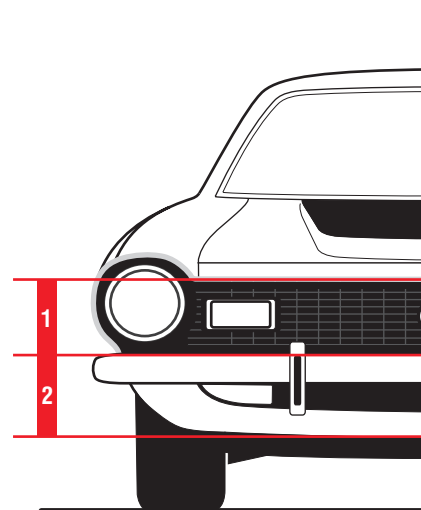
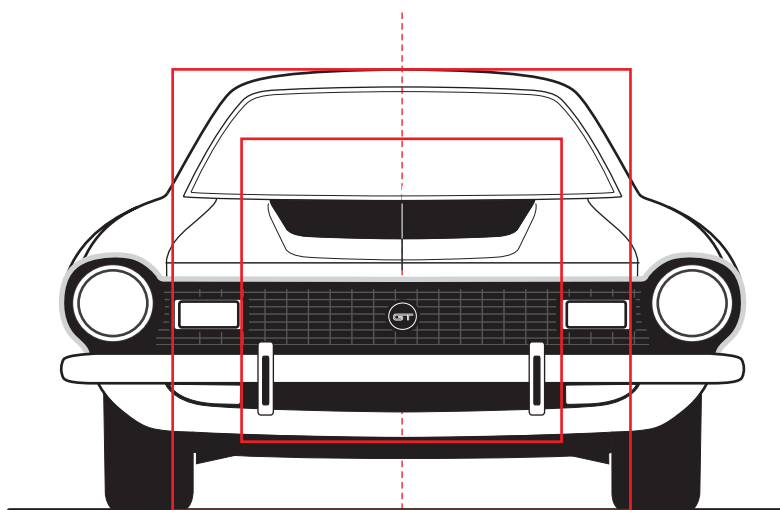
Outro fator ainda com relação ao item proporção, é a dimensão da *C- Pillar*, que transmite a sensação de robustez, pela contenção de massa localizada e a projeção da *A-Pillar*, que para formação do gráfico do DLO, a mesma passa diagonalmente próximo ao centro da roda tocando dois pontos externos do conjunto (roda+pneu).

Na segunda imagem, um dos métodos para chegar na proporção quanto ao entre-eixo é a contagem tendo o fender como referência, sendo o Ford Maverick composto por dois e $\frac{1}{2}$.

77



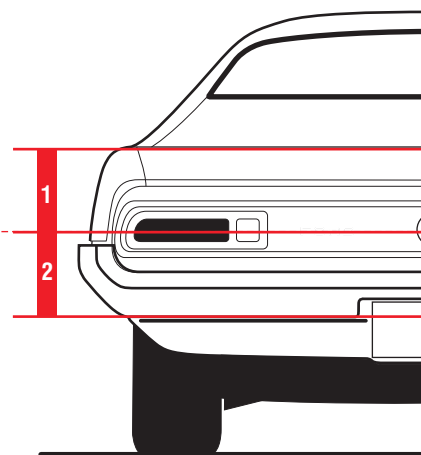
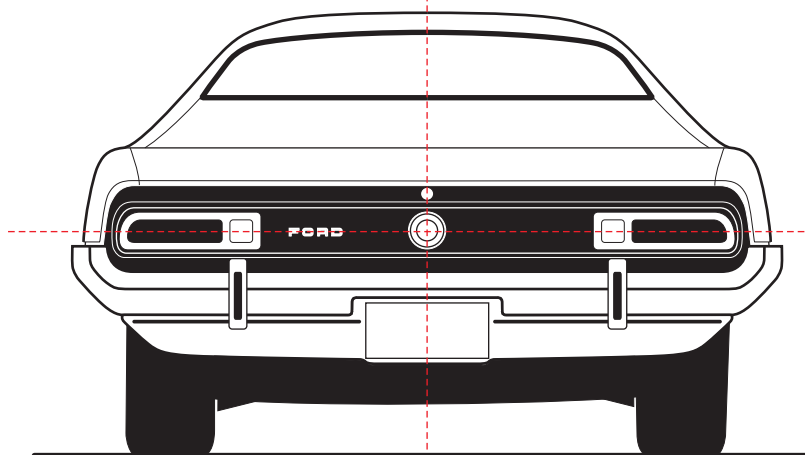
SIMETRIA



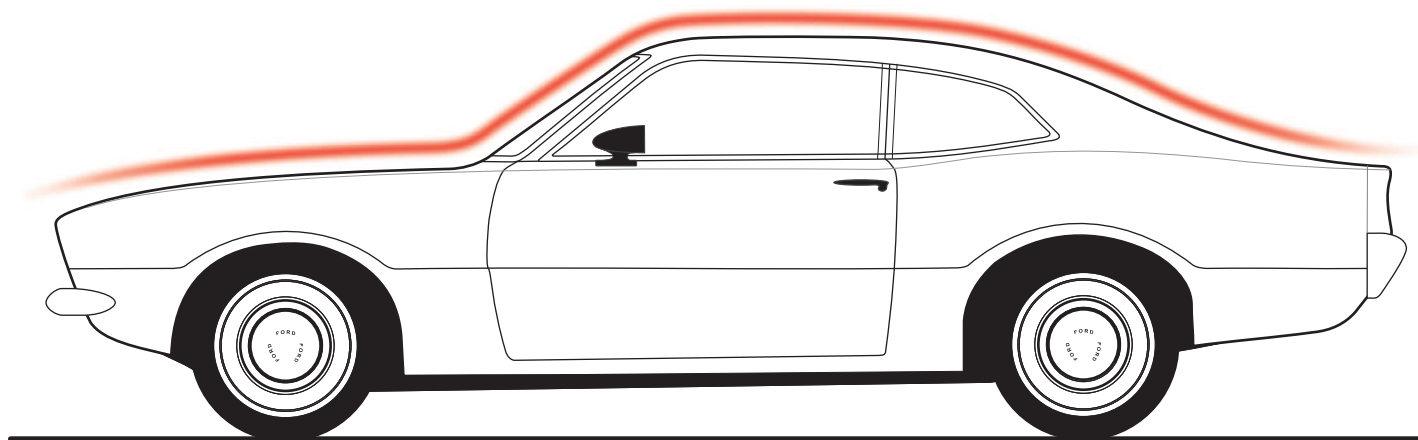
Frontalmente observa-se além da simetria, dois quadrados perfeitos concêntricos que determinam a altura do solo ao teto, englobando os seguintes elementos: farol de milha e o farol de neblina.

Observa-se também duas subdivisões semelhantes:

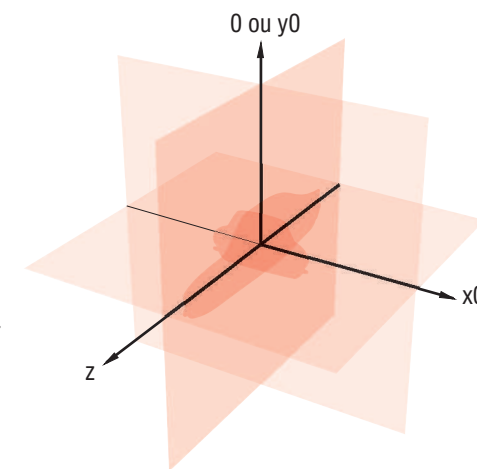
- a linha superior da grade a parte superior do para-choque;
- a parte superior do para-choque a linha inferior da carroceria;



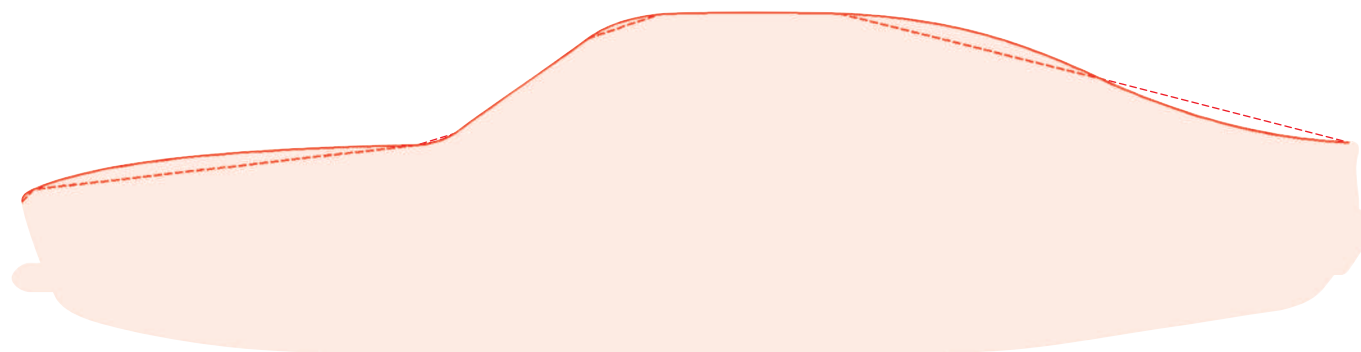
Na traseira observa-se que além da simetria, o painel traseiro possui duas subdivisões idênticas, onde a linha intermediária e subdivisória, tem como referência a metade do farol traseiro.



A linha 0 ou “Y0” é constituída por uma linha suave/dinâmica, que realça o grande fator aerodinâmico do modelo, transmitindo para o mesmo, características como velocidade e performance.

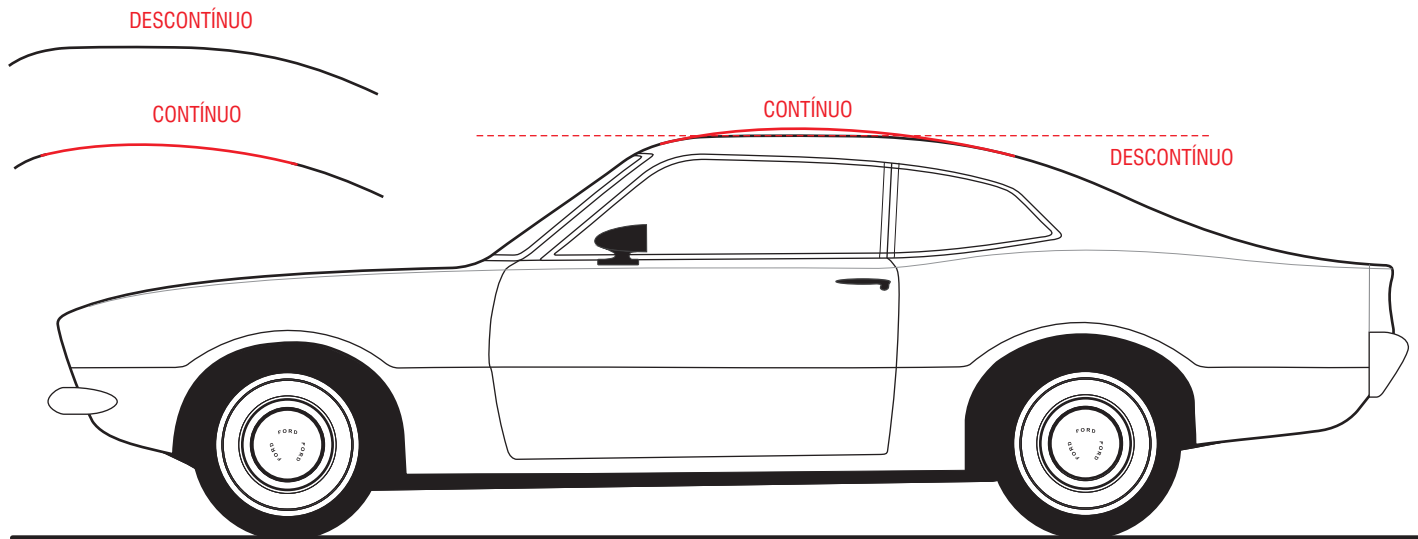


79



Na imagem, é possível interpretar onde a mesma possui maior (---) e menor tensão (—).

Através desta análise, foi possível observar que as menores tensões que compõe a linha 0 do Ford Maverick, justifica-se o porquê da mesma ser suave e dinâmica, reforçada na análise posterior quanto ao teor de aceleração contido na mesma.



Quanto melhor a transição entre planos, mais contínua a superfície será, ocorrendo ao mesmo tempo a sensação de aceleração e dinâmica.

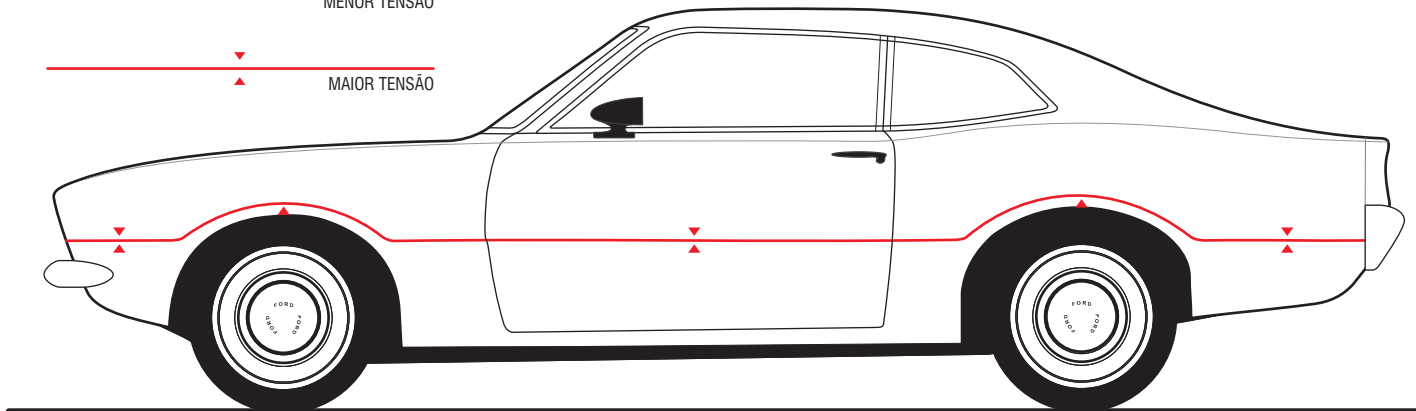
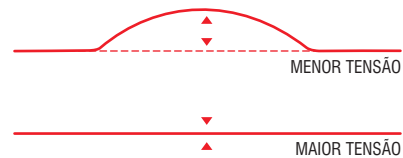
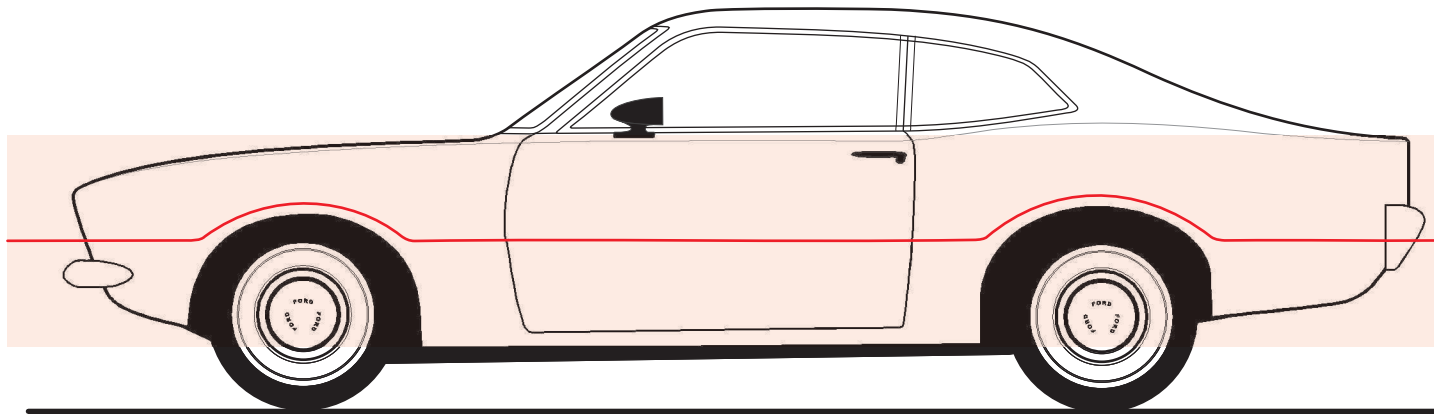
Mesmo com a descontinuidade contida no teto do Ford Maverick, demonstrada na imagem ao lado, observou-se no mesmo quanto ao senso de aceleração, onde logo abaixo observa-se as acelerações iniciais e finais na linha 0, em que o teor de aceleração é representado pelas cores quentes as cores frias.



Através do teor de aceleração contida na linha 0, foi possível confirmar e caracterizá-la como uma linha suave e dinâmica.

3.8.2.2 SECÇÕES/SUPERFÍCIES

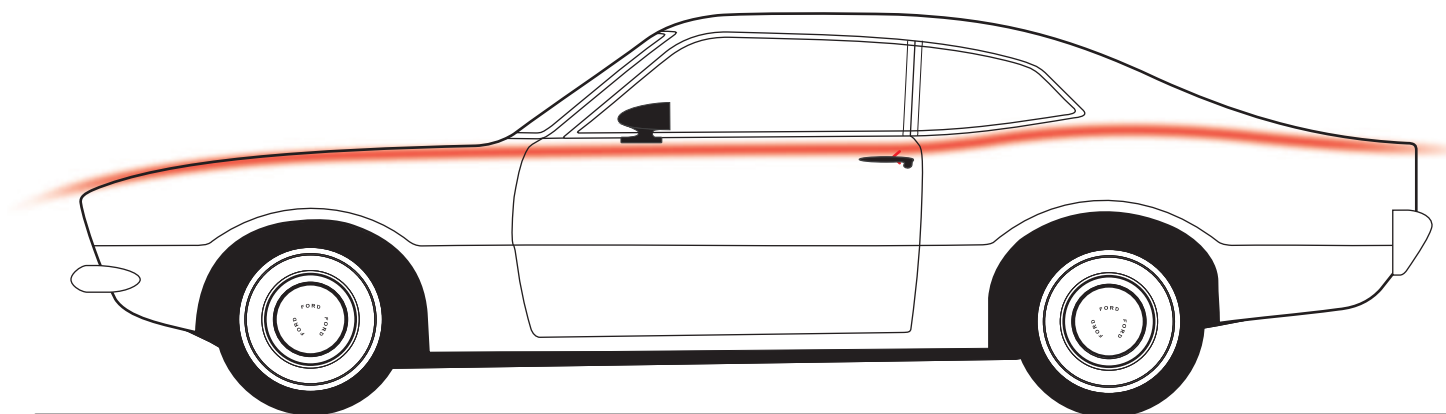
As secções e superfícies são dois elementos, em que um é o complemento para a formação do outro, onde nesse tópico será possível observar as principais secções e superfícies que compõe o Ford Maverick. Como vemos logo abaixo.



A *character line* do Maverick, é considerada o tema principal, ou seja o que mais diferencia dos outros modelos pertencentes a mesma década. A mesma além de intermedia a carroceria do modelo nas duas aéreas de maior massa, ela contém variações de tensões, em que se inicia tencionada e no fender a mesma é interrompida com uma menor tensão que o contorna.



Tridimensionalmente a mesma é representada por uma linha marcante constituída por uma projeção acima do fender, que cria uma superfície que capta luz, reforçando o contorno e outra sombreada logo abaixo.



A belt line ou linha de cintura, localizada abaixo da parte inferior do DLO, contém uma leve variação de tensão que reforça a interpretação do ar passando por uma superfície, gerando ao mesmo tempo a sensação de aceleração, no qual enfatiza a sensualidade e a emoção contida no modelo, ao mesmo tempo que há uma concordância com a linha 0, o que reforça ainda mais essas características.

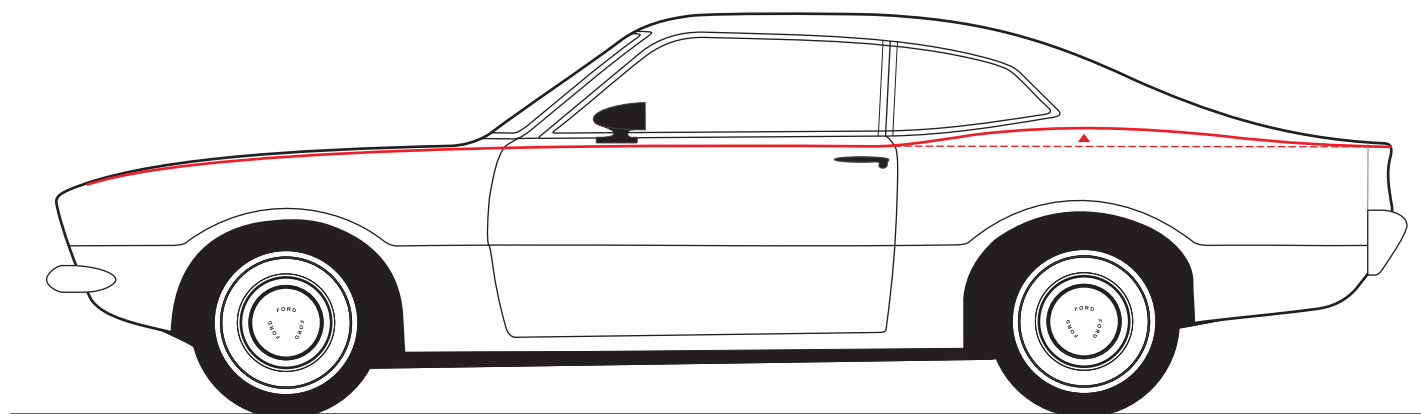


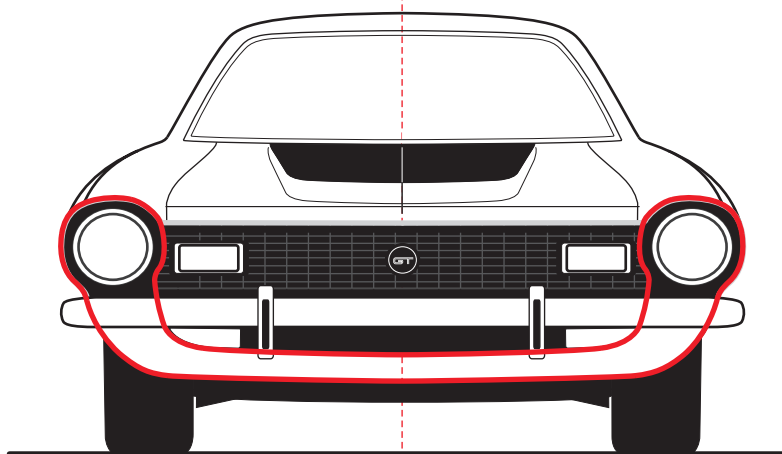
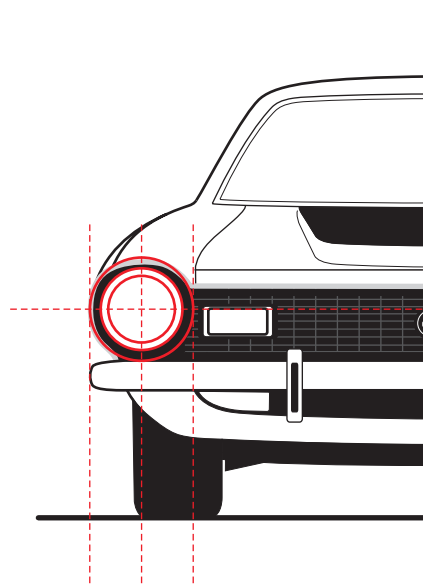
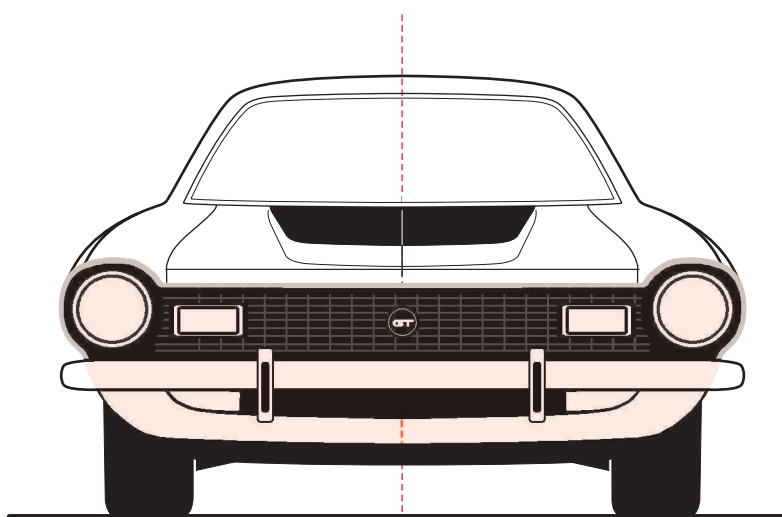


Figura 16: Ford Maverick GT 2
Foto: Emanuel Naroll

Visualizando Tridimensionalmente, a belt line se inicia como uma linha tensionada suavizando após a coluna B do DLO. A mesma é responsável pela intersecção de duas superfícies 1 e 2, em que a superfície 1, recebe uma incidência de maior de luz, revelando a sutilidade e sensualidade da mesma, que parte do radical ao emocional. Na superfície 2, por ela ser lisa e chapada com pequena angulação, a incidência de luz faz com que ocorra *nuances* da cor principal da carroceria, ou seja, um degradê.

Outro elemento a ser observado é o conjunto de secções e superfícies existente no capô, dá ao Ford Maverick uma complemento a mais de esportividade, onde o mesmo é composto por linhas e highlights tensionados, e superfícies que captam luz e sombream, dependendo do posicionamento da mesma, de modo a sempre revelar o seu volume.

3.8.2.3 GRÁFICOS



Na dianteira observa-se uma composição em que engloba todos os elementos da mesma.

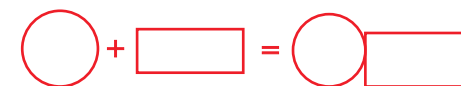


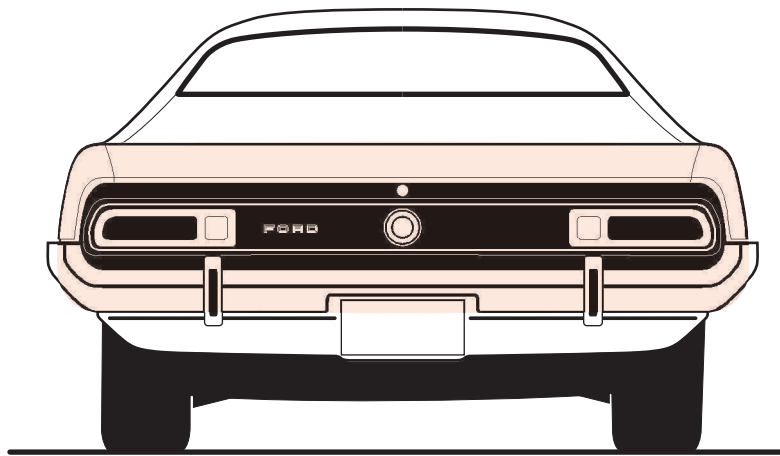
Em que dentro da mesma se encontra uma continuidade formal entre os elementos (farol, moldura, entrada de ar inferior) que visualmente ocasionam o fechamento e conexão, gerando a seguinte interpretação abaixo.



84

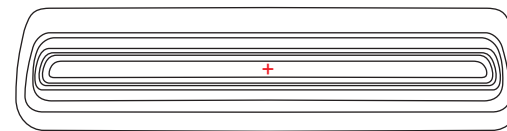
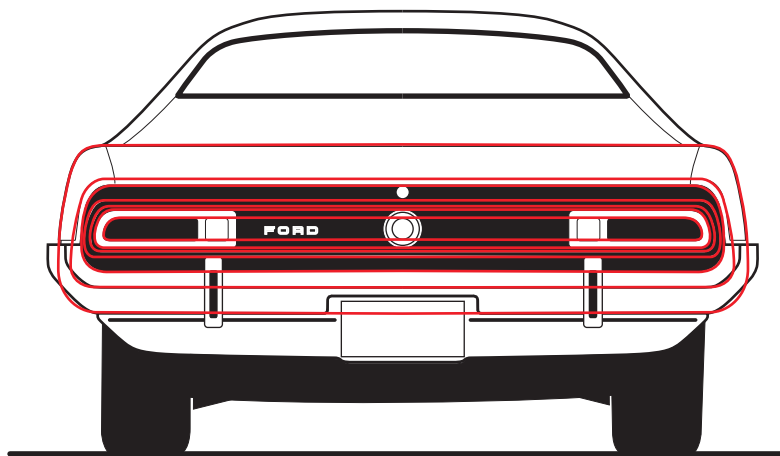
Ainda na dianteira, um dos componentes clássicos do modelo é o farol redondo, que geometricamente o mesmo é composto por círculos concêntricos que se conecta com o formado retangular da grade.



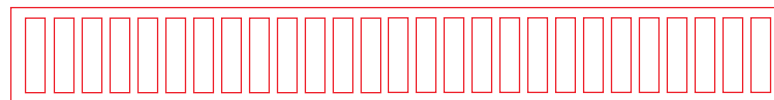
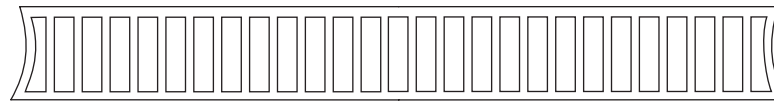
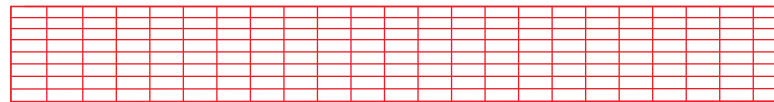
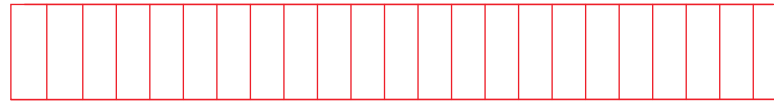
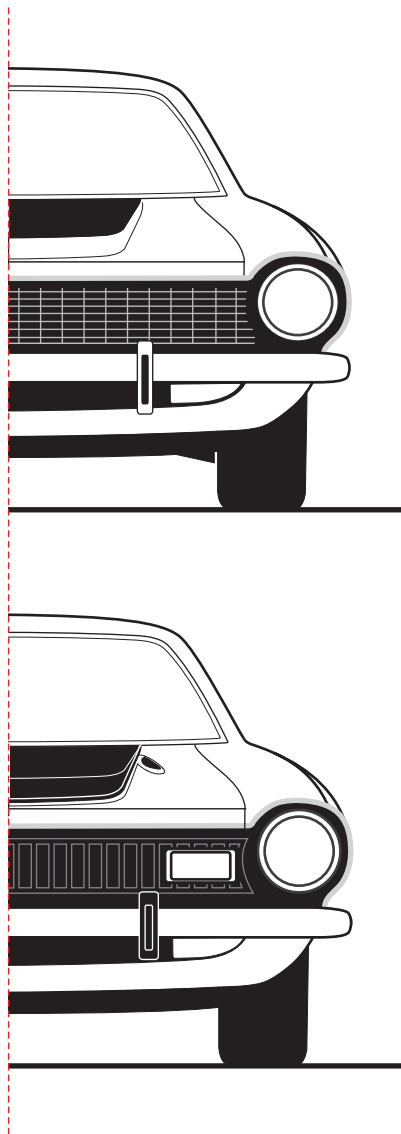


Na traseira é possível observar um elemento formal principal, de forma retangular com extremidades abauladas, que varia concentricamente, envolvendo todos os outros elementos (Faróis, marca, acesso ao tanque de combustível, para-choque e garra de proteção).

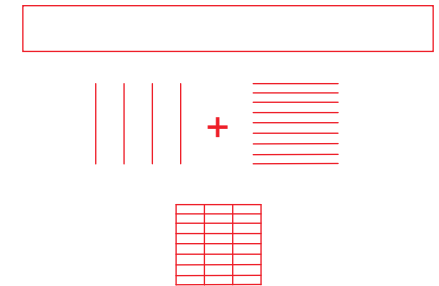
85



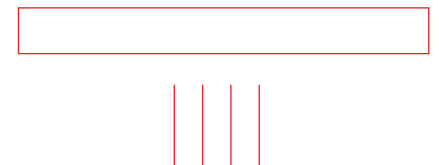
FORMAS CONCÊNTRICAS

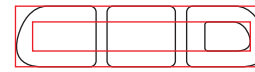
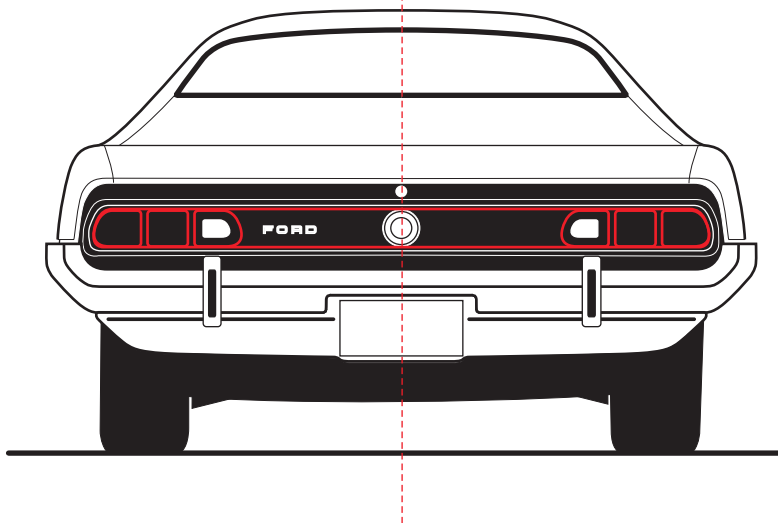
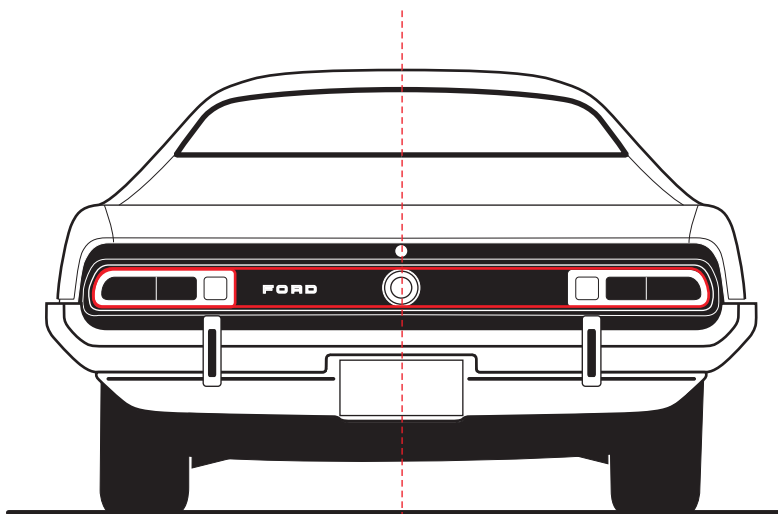


Na grade do modelo GT fase 1, observa-se um retângulo como forma primária, através da composição de pequenos retângulos de mesma dimensão, onde a esta é formada pela união de retângulos verticais/horizontais similares.



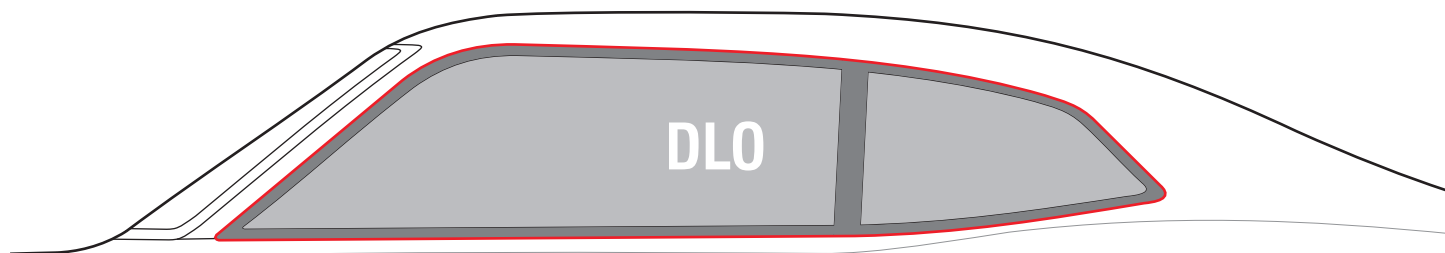
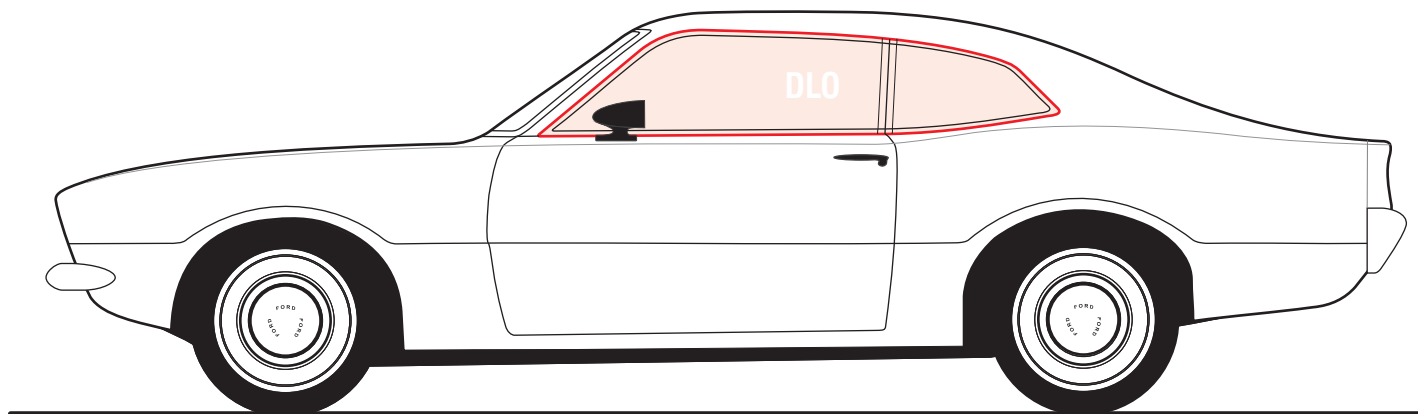
Na grade dianteira do modelo GT fase 2, observa-se o mesmo retângulo como forma primária composto por retângulos de mesma dimensão na posição vertical, como vemos ao lado.

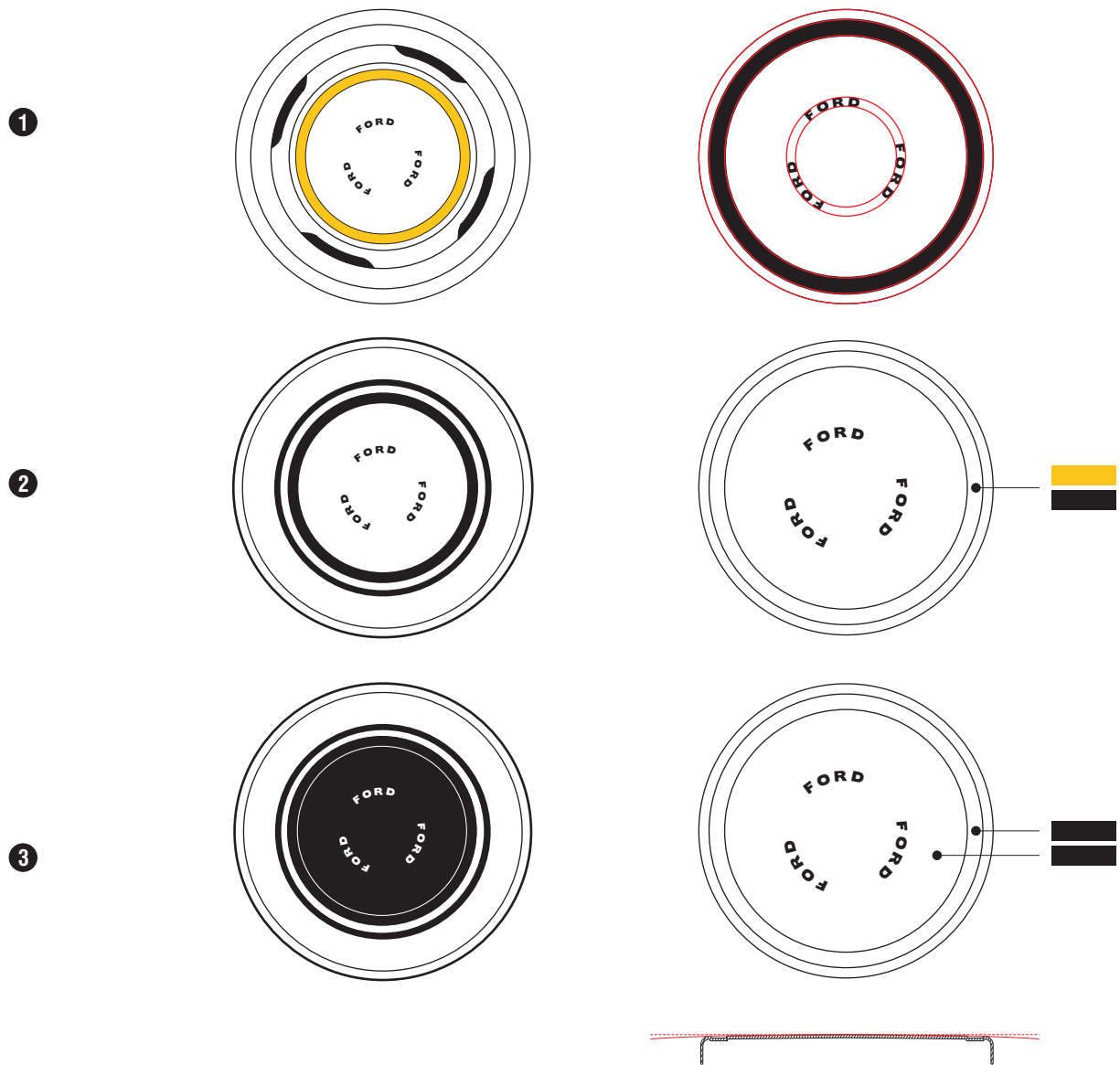




Ao analisar o farol traseiro da fase 1 e fase 2, pode-se observar a semelhança entre os mesmos, notório pela forma primária retangular, dividida em três partes.

O DLO ou Day light opening do Ford Maverick, além de servir para emoldurar o principal item do veículo, motorista, o mesmo é um dos itens mais marcantes de um veículo, onde ele serve para deixa o conjunto mais harmônico, com o apoio de secções e superfícies.





De acordo com a tabela de modelos (pag.21) e a análise sincrônica (pag. 40) o Ford Maverick Coupé, possui semelhanças contida nas rodas de três modelos, fase 1, Super (1) e GT (2), e fase 2, GT (3), onde as semelhanças entre ambos se encontram na composição dos elementos dispostos em círculos concêntricos.

A diferenciação entre os mesmos, se encontra na disposição das cores, em que na fase 1, o modelo 1 e 2, a diferença se encontra no mesmo elemento, sendo a do modelo 1, disposta na cor do veículo, e a do modelo 2, disposta na cor preta. No modelo 3, observa-se que o elemento na cor preta do modelo 2, se repete no mesmo, sendo complementado pela parte central na mesma cor, contrastando o nome na cor do material base.

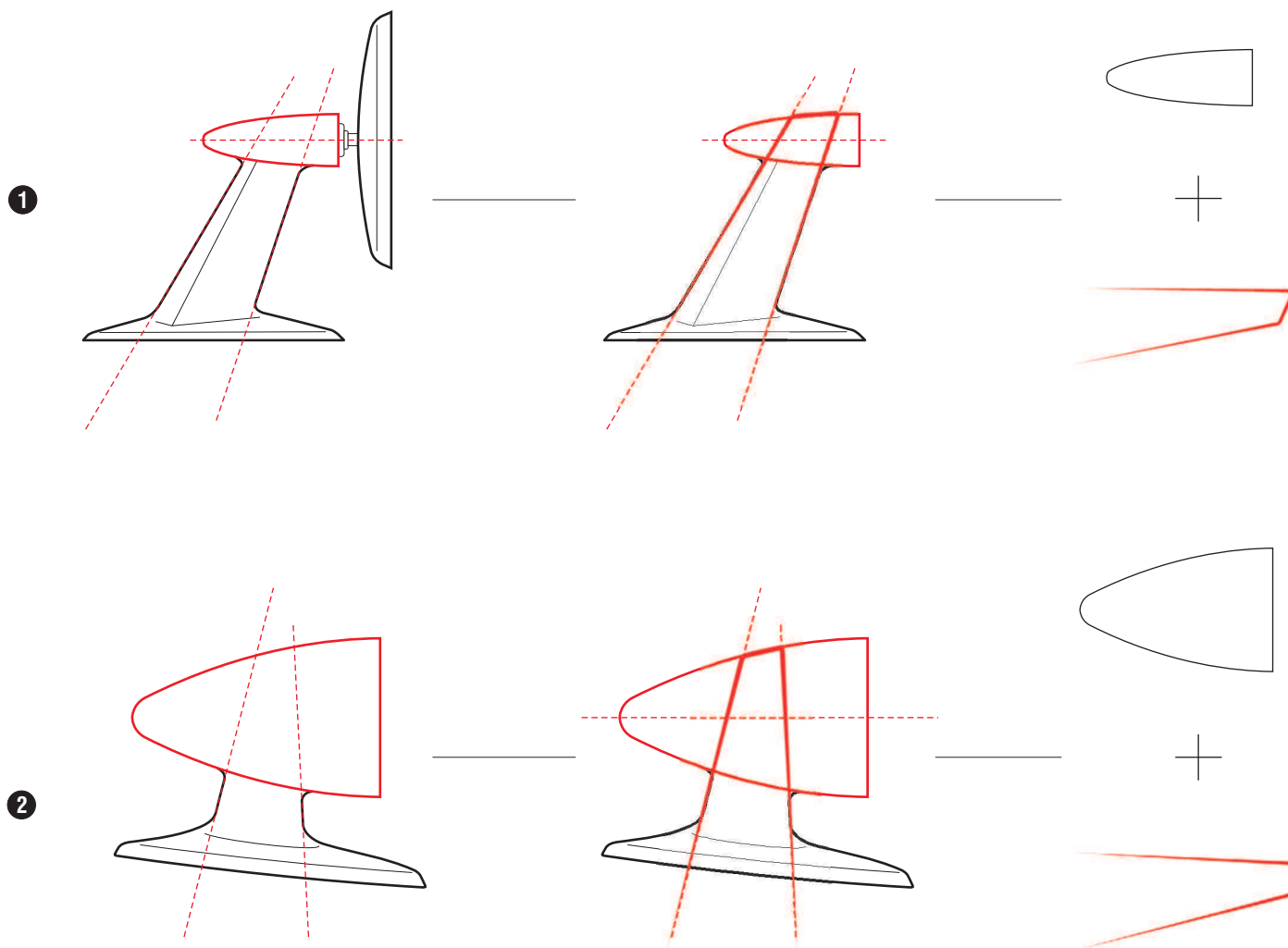
Na vista de perfil em corte, é possível observar além de uma suave angulação, um rebaixo no local em que consta o elemento de diferenciação pela cor.

Quanto ao retrovisor, o Ford Maverick é composto por dois tipos (pag.):

Tipo 1: Modelos S, SL, LDO

Tipo 2: Modelos GTs

Ambos possui semelhanças como, a haste, que se assemelha a uma asa trapezoidal; e a cúpula que se assemelha a um projétil ou a uma turbina de avião; ambas relacionadas a performance.



Através da avaliação desses elementos, tornou-se possível observar de forma concreta os principais itens que devem ser considerados na releitura do Ford Maverick e concluir de forma resumida o que cada elemento representa no modelo, como:

Proporção

Coupé *FastBack*, com a cabine puxada para trás, devido a tração ser traseira; a *C-Pillar* é larga e inclinada, com grande quantidade de massa, enfatizando resistência; o seu tema é neutro; e a sua linha 0, enfatiza a sua atitude, potência e seu carácter dinâmico.

Secção ou linha

Horizontais, contendo sutileza, simplicidade e racionalidade.

Superfícies

Contém poucos *highlights*, sendo estes em sua maioria tencionados e equilibrados, tendo mais área sombreada o que aparenta ser mais leve e esportivo.

Gráficos

Simples e geométricos, com conexões e variações de formas semelhantes ou diferenciadas.

























Em que através dessas informações obtidas e observar quais os principais elementos devem ser considerados no projeto, os mesmos serão utilizadas como forma de parâmetros para a releitura, com intuito de tornar -la fiel sem o distanciamento do modelo clássico.

3.9 ANÁLISE CROMÁTICA

Esta análise tem como objetivo a definição da paleta de cor a se adotada na futura proposta do referente projeto, tomando como base a tabela cromática do Ford Maverick. De acordo com Paul William Gregon, em “Maverick: um ícone dos anos 70”, a mesma era disposta entre cores lisas e metálicas, como pode-se observar na tabela abaixo, informando a escala cromática de cada ano, representada pelo ícone (●)

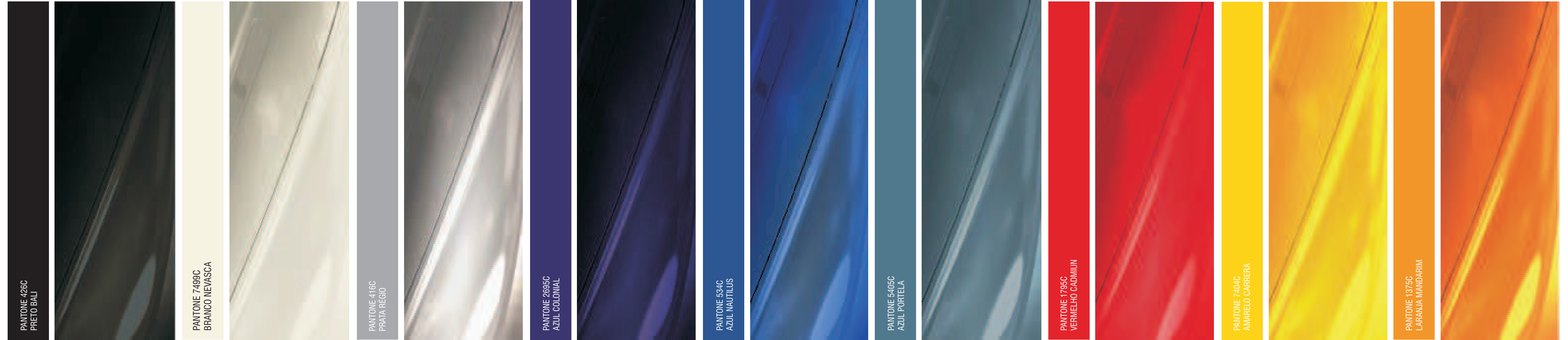
TABELA VII: CÓDIGOS CROMÁTICOS

CORES LISAS	NOMENCLATURA	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
	PRETO BALI	●	●	●	●	●	●	●
	AREIA CASABLANCA					●		
	BRANCO NEVASCA	●	●	●	●	●	●	●
	VERMELHO CADMIUM	●	●	●	●	●		
	VERMELHO MUSTANG					●		
	VERMELHO FIESTA						●	●
	VERMELHO JAMBO		●	●				
	AMARELO CARRERA	●	●	●				
	AMARELO INTERLAGOS					●		
	AMARELO AUGUSTA				●	●		
	AMARELO IGARATÁ							●
	AMARELO TARUMÃ	●		●				
	LARANJA CALIFORNIA						●	●
	LARANJA MANDARIM		●	●	●			
	BEGE ATENAS						●	
	BEGE OUTONO							●
	BEGE CHAMPAGNE						●	
	OCRE DAMASCO					●		
	MARROM CONHAQUE							
	MARROM TERRACOTA	●						
	MARROM MADEIRA				●	●		
	CORDOVAN			●				
	VERDE ATIBAIA						●	
	VERDE ANGRA	●						
	VERDE SELVA			●				

CORES LISAS	NOMENCLATURA	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
	VERDE CAPRI				●	●		
	TURQUESA TAHITI	●						
	TURQUESA LAGUNA				●	●		
	AZUL ELITE					●		
	AZUL ULTRAMARINO						●	
	AZUL COLONIAL	●	●	●	●			
	AZUL PARIS							●
	AZUL OLÍMPICO						●	
	AZUL REGATA		●					
CORES METÁLICAS	NOMENCLATURA	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
	OURO ANTIGO			●				
	OURO LIBRA		●	●				
	PRATA RÉGIO					●	●	●
	BRONZE LANCER				●	●		
	VERMELHO ITAMARATY					●		
	MARROM FLORENTINO					●		
	MARROM FINGER		●	●				
	AZUL NAUTILUS		●	●	●			
	AZUL REAL			●				
	AZUL PORTELA		●		●	●		
	AZUL SURF					●		
	VERDE OASIS				●	●		
	VERDE PLAZA						●	
	VERDE MANGUEIRA		●	●				
	VERDE JADE		●	●				

A partir da tabela cromática, pode-se observar as variações cromáticas obtidas durante toda a trajetória do Ford Maverick. Atráves do método de avaliação seletiva, as cores foram selecionadas de acordo com a quantidade de ícones (●) dispostos, obtendo-se como cores resultantes, preto bali, branco nevasca, vermelho cadmium, amarelo carrera, laranja mandarim, azul colonial, azul nautilus e azul portela.

A partir do resultado obtido definimos a paleta de cores para aplicação no conceito final. Apresentamos abaixo a através de um painel semântico representativo cada uma separadamente.





ANTE-PROJETO

4 ANTE-PROJETO

4.1 REQUISITOS E PARÂMETROS

4.1.1 MÉTODOS

4.1.2 ESTUDO DE APLICAÇÃO DE AUTOEXPRESSÃO

5 GERAÇÃO DE IDEIAS

5.1 VISÃO MACRO

5.2 VISÃO MICRO

5.3 COMPARAÇÃO QUANTO A AUTO-EXPRESSÃO, INTERPRETAÇÃO FORMAL E A HIERARQUIA DOS ELEMENTOS DO DESIGN AUTOMOTIVO

6 CONCLUSÃO

7 REFERÊNCIAS

4.1 REQUISITOS/PARÂMETROS

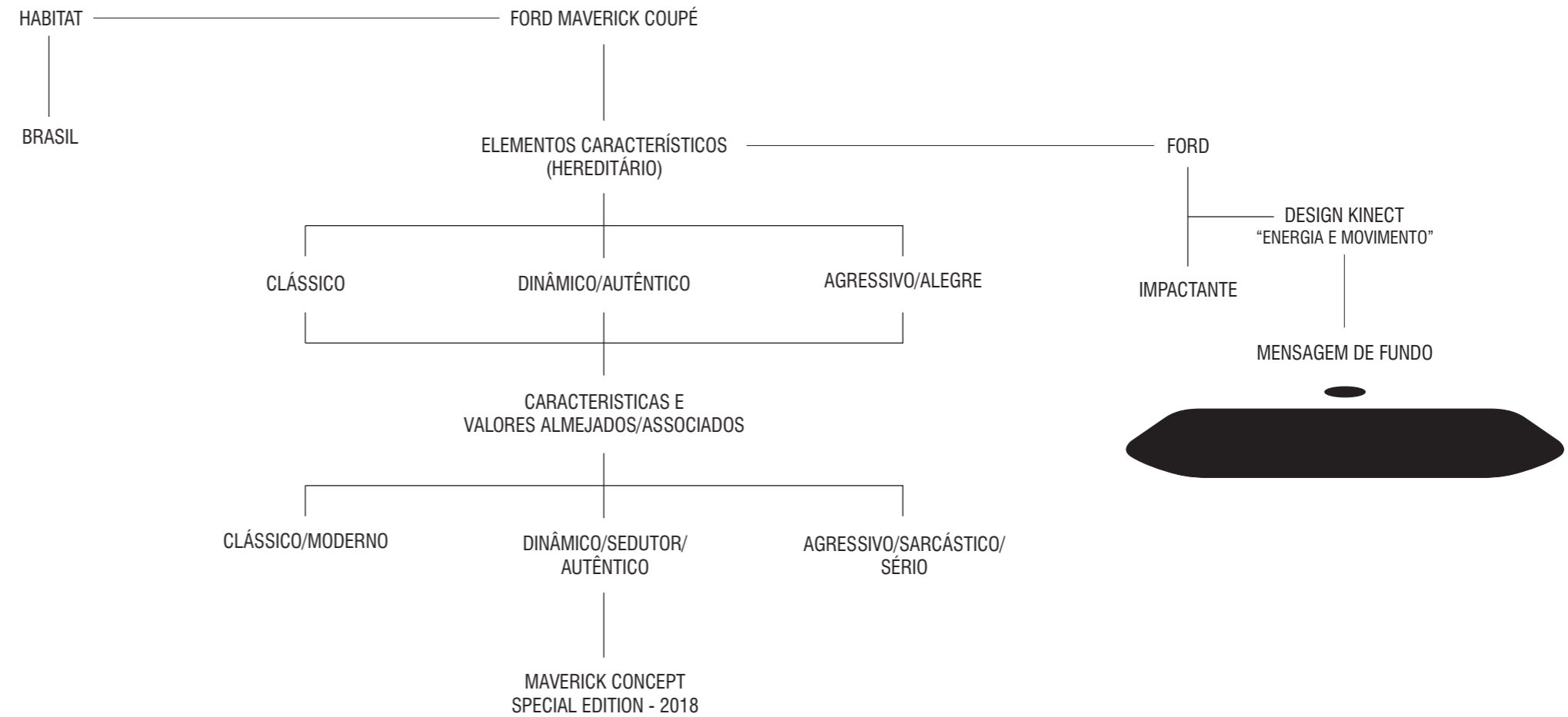
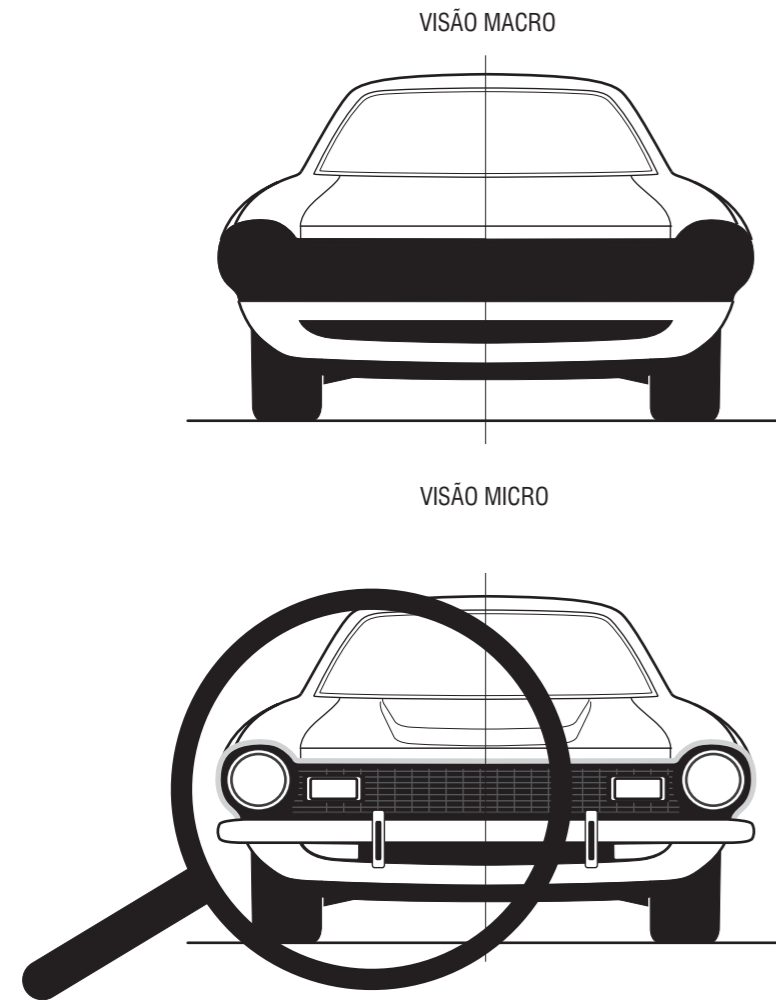
TIPO DE ANÁLISE	MOTIVO	CONCLUSÃO	REQUISITOS	PARÂMETROS
DIACRÔNICA	Conhecer a trajetória do modelo dentro do mercado nacional, observado o seu comportamento dentre as fases, o motivo do seu declínio e a sua saída do mercado.	O declínio ocorreu devido ao fator consumo, agravado pela crise do petróleo		
SINCRÔNICA	Conhecer o universo do Ford Maverick, através das mudanças e semelhanças dos modelos durante sua trajetória, objetivando reconhecer os elementos básicos.	O Ford Maverick Coupé é composto por nove elementos básicos que se assemelham em todos os modelos.	Utilizar os quatro itens dos nove elementos básicos como base para a releitura.	Farol, Capô, <i>Character line</i> , frisos e o DLO.
COMPARATIVA - ANOS 70	Conhecer e colher informações sobre os concorrentes da mesma década (70), visando a busca o diferencial do modelo.	O Ford Maverick se destaca nacionalmente pela sua identidade americana, idealizada pelos grandes Muscle Cars da década de 60, levando consigo características que traduz e reforça a sua robustez e performance.	Preservar o seu diferencial entre ambos.	Radical e Dinâmico, evidenciando o seu carácter agressivo e imponente, características estas herdada pelos <i>Muscle Cars</i> da década de 60.
COMPARATIVA - ATUAL	Conhecer dentro do mercado nacional, os concorrentes diretos do produto a ser desenvolvido, dentre eles Mustang, Camaro e Dodge Challenger, ambos releituras de seus clássicos, tentando identificar quais elementos foram rebuscados nos mesmos.	Ambos possuem características semelhantes espelhadas em seus modelos clássicos, em que seu fator de venda, está ligado ao afeto do consumidor, refletida pela forma como os mesmos transmitiam no passado, realçada fortemente na releitura.		
PÚBLICO CONSUMIDOR	Conhecê-los, como estudo para apoio na inserção do referente projeto no mercado nacional.	Que o referente estudo serviu como auxílio para conhecê-los, com intuito de posteriormente tornar o produto a ser desenvolvido agradável para ambos.	Opinar sobre o conceito final.	Através da apresentação do conceito, buscando assim resultados positivos ou negativos.

TIPO DE ANÁLISE	MOTIVO	CONCLUSÃO	REQUISITOS	PARÂMETROS
QUANTO AOS AGENTES COMUNICADORES	Conhecer quais elementos configuracionais transpassam as características que o pertence, seja pelo estilo ou pela sua autoexpressão.	o Ford Maverick consegue transparecer as suas características, seja relacionada ao seu estilo ou a sua autoexpressão	Preservar os elementos que compõe o tema e a identidade do modelo, juntamente com a sua autoexpressão, elementos estes que consegue transmitir mensagens que o caracterizam como um veículo esportivo, agressivo, dinâmico, emocional, potente e robusto.	Elementos: Longo capô, ressaltos/saliência, superfícies com grande quantidade de massa, linha 0, linhas tensionadas e marcantes. Autoexpressão: sarcástico/agressivo
QUANTO AO QUE O PRODUTO REPRESENTA AO SUJEITO OBSERVADOR	Colher informações necessárias sobre os fatores atrativos e significativos do mesmo, utilizando como referência principal as respostas designadas ao estético/visceral.	O resultado foi satisfatório em principal ao estético/visceral, de modo que as mesmas serão inseridas no referente projeto, por meio de interpretação formal e estético, com intuito de torná-lo atraente e comunicativo, independente do público (1 ou 2).	Inserir no conceito as palavras interpretadas pelo público consumidor ao nível estético/visceral.	Esportivo, velocidade, robustez, potência, elegante, performance, agressivo, imponente, charmoso, sarcástico, autêntico;
ANÁLISE SEMÂNTICO - "FORMA SEGUE O SEU SIGNIFICADO"	Interpretação dos significados gerados na análise anterior em formas, tendo o estético/ visceral como base, através do conceito de que " a forma segue o significado".	Que as formas geradas a partir dos significados condizem com o que o modelo realmente representa e como ele deve ser representado em sua releitura.	Inserir no conceito a forma como base para gerar seus significados.	Aerodinâmica/fluida; geométrica/retilínea; simetria/organização; anguladas/tangenciais;
TRADUÇÃO E INTERPRETAÇÃO FORMAL	Estudar o Ford Maverick Coupé visando a tradução e interpretação do que a sua forma é capaz de transmitir e quais elementos interceptam para que isso ocorra.	A própria forma do modelo informa o que o mesmo realmente remete, atitude e direcionamento, e que através da aplicação de elementos gráficos, é possível obter um efeito de ilusão de ótica, deixando mais longo, mais alto e comprido.	Aplicar os conceitos de interpretação e tradução formal estudados.	- Direcionamento e atitude do modelo; - Angulação na carroceria, que faz com que as linhas se convirjam em um determinado ponto; - Angulo de ataque em forma de seta; - Elementos gráficos para diferenciar o modelo esportivo;
CROMÁTICA	Definição da paleta de cor	A partir do resultado obtido pelo método de avaliação seletiva, tendo como base as variações cromáticas do Ford Maverick durante a sua trajetória, conseguiu-se definir a paleta de cor do referente projeto.	Aplicar as nove cores da paleta de cor, utilizando uma como principal.	Preto bali, Branco nevasca, Vermelho cadmum, Amarelo carrera, Laranja mandarim, Azul colonial, Azul nautilus e Azul portela.

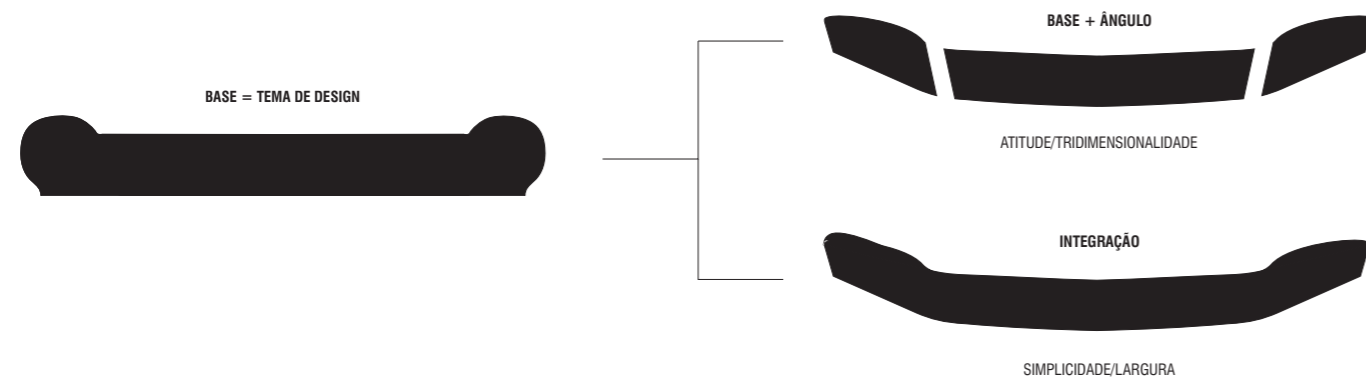
TIPO DE ANÁLISE	MOTIVO	CONCLUSÃO	REQUISITOS	PARÂMETROS
QUANTO A HIERARQUIA DOS ELEMENTOS DO DESIGN AUTOMOTIVO	Estudar o Ford Maverick Coupé utilizando a hierarquia dos elementos como critério de avaliação.	A avaliação foi satisfatória, em que tornou-se possível observar de forma concreta os principais itens que devem ser considerados.	Aplicar em todo o desenvolvimento conceitual os principais itens quanto a hierarquia dos elementos.	<p>PROPORÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Package baseado na plataforma S550 do Ford Mustang, com entre-eixo de 272cm e bitola dianteira de 156cm e traseira de 157cm; - <i>Overhang</i> Dianteiro- menor/<i>Overhang</i> Traseiro - maior; - Espaçamento entre a <i>beltline</i> e o fender em diagonal, sendo a traseira maior que a dianteira; - Preservar a <i>C-Pillar</i> e o direcionamento da <i>A-Pillar</i>; - Preservar linha 0; <p>SECÇÕES/SUPERFÍCIES</p> <p>Preservar <i>Character Line</i> e a <i>Belt Line</i>;</p> <p>GRÁFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preservar na dianteira a sua composição geral e a continuidade formal entre os elementos farol e farol de neblina. - Preservar a composição formal do farol, circular. - Preservar na traseira a sua composição geral, que engloba a forma primária e a variação concêntrica da mesma. - Grade colmeia, malha vertical e horizontal. - Preservar forma primária retangular e composta por três divisões. - Preservar a forma geral do DLO. - Preservar a composição da roda disposta em círculos concêntricos.
			Utilizar o padrão Ford Design Kinect	Conceito “energia e movimento”, caracter formal.

4.1.1 MÉTODOS

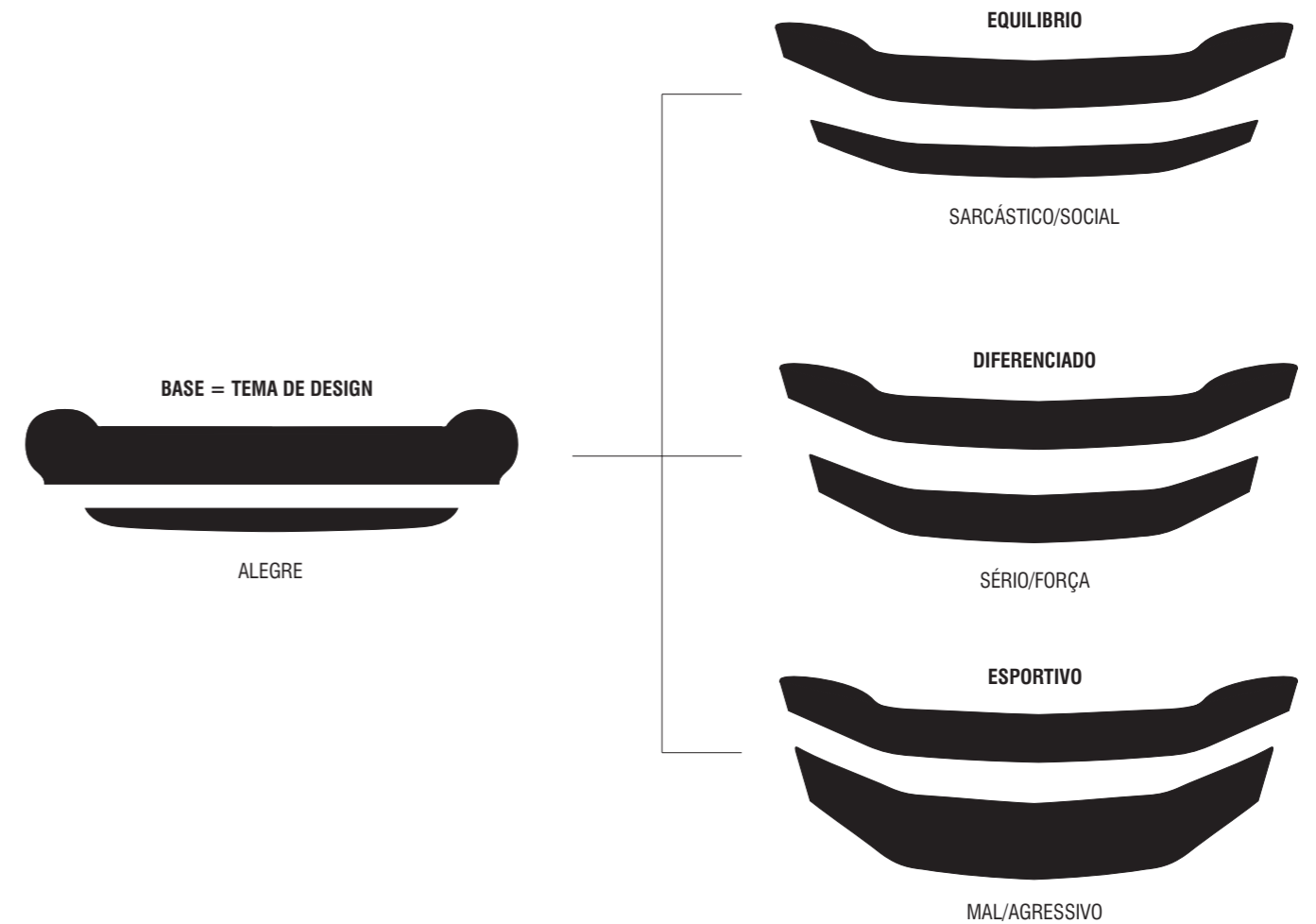
Abaixo podemos observar um método que auxilia o processo de geração de ideias baseado na hierarquia dos elementos do design automotivo (pág. 73), que é a visão macro, olhar básico, e a visão micro, olhar detalhado, em que através do mesmo é possível chegar em um resultado mais claro e conciso. Outro método apresentado abaixo é o mapa mental de direcionamento de informações, no qual contém o que deve ser levado em conta na etapa de geração de ideias, sendo utilizado como um reforço para os parâmetros estabelecidos.



4.1.2 ESTUDO DE APLICAÇÃO DE AUTOEXPRESSÃO

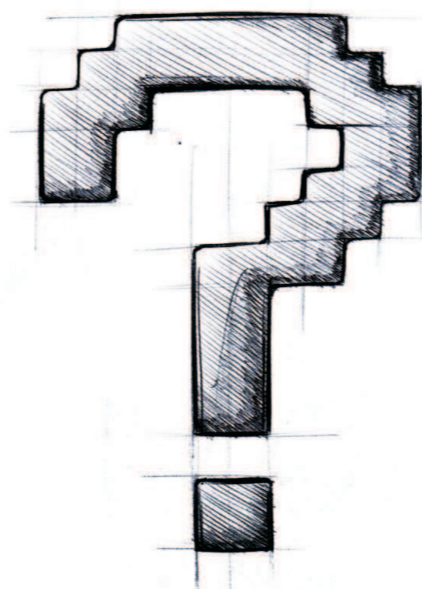
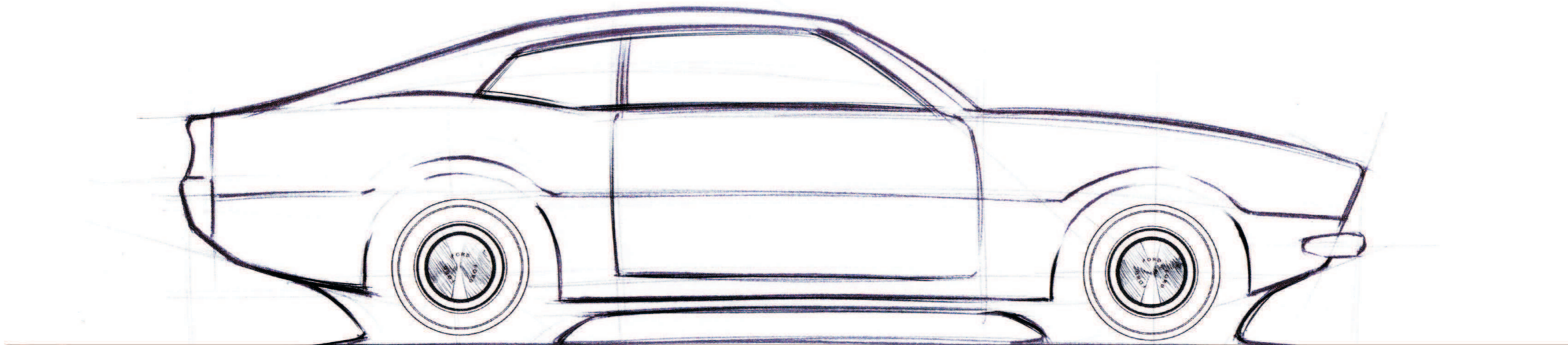


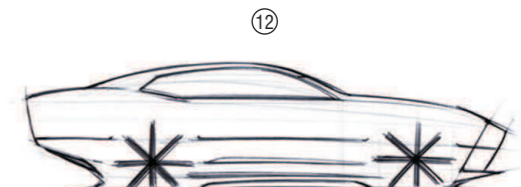
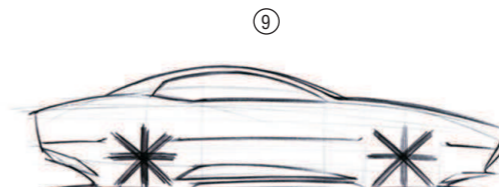
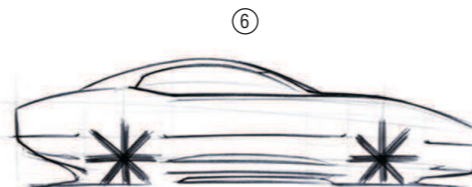
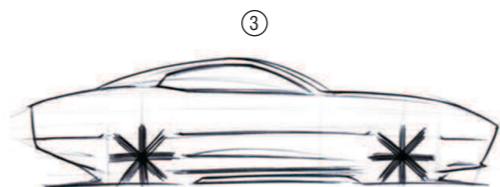
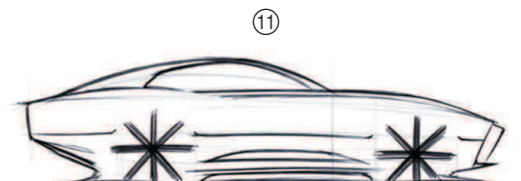
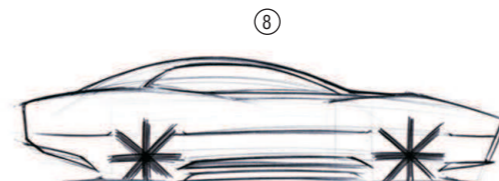
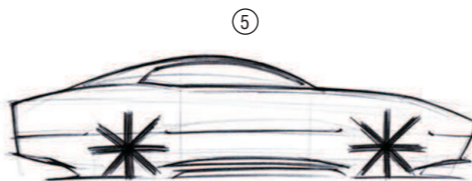
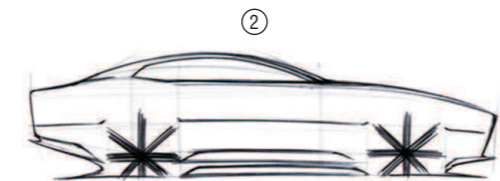
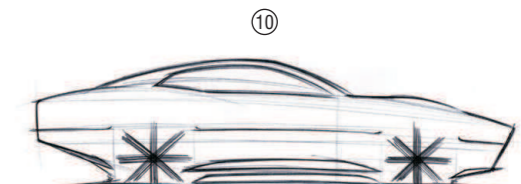
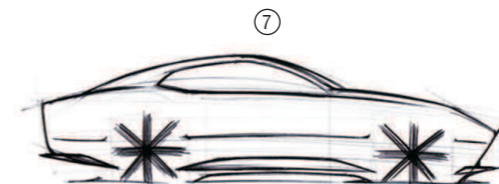
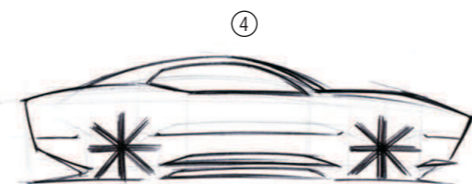
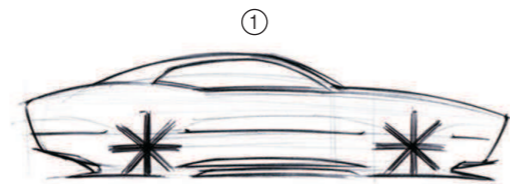
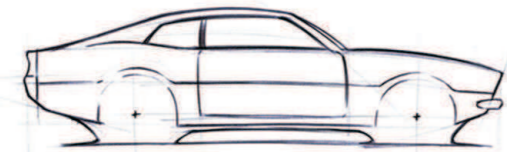
Estudo demonstrado logo abaixo foi realizado com intuito de direcionar os parâmetros estabelecidos quanto as ao fator de comunicação, facilitando na etapa de geração de ideias, resultando em uma composição composta por atitude e tridimensionalidade, refletida pela angulação realizada na mesma, e integração e simplicidade, refletida pela junção da composição, deixando o conceito aparentando ser mais largo por meio de ilusão de ótica. Outro

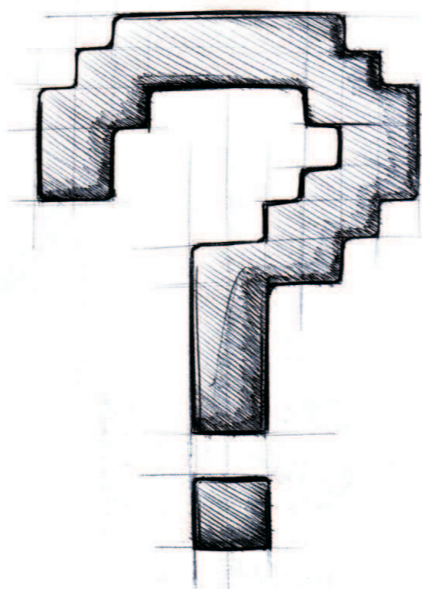
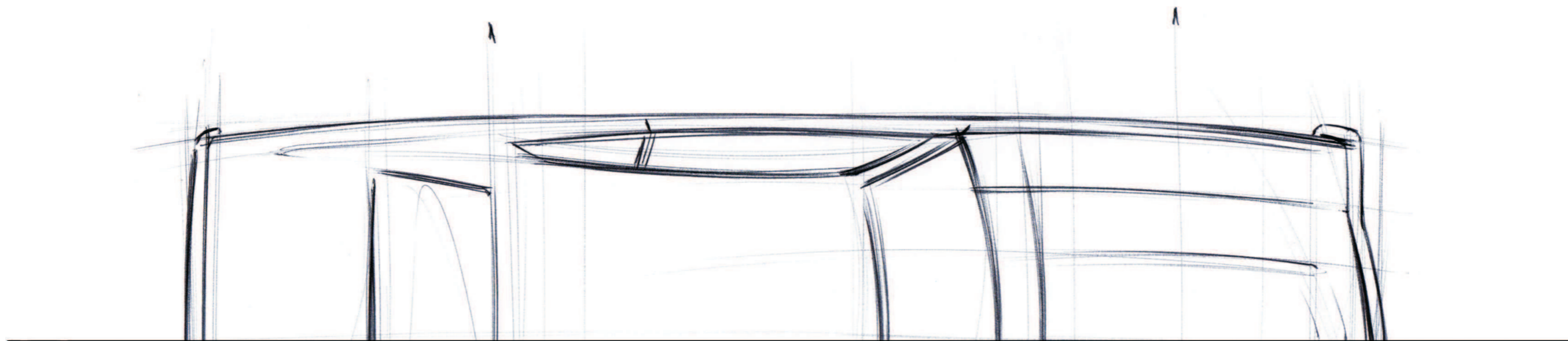


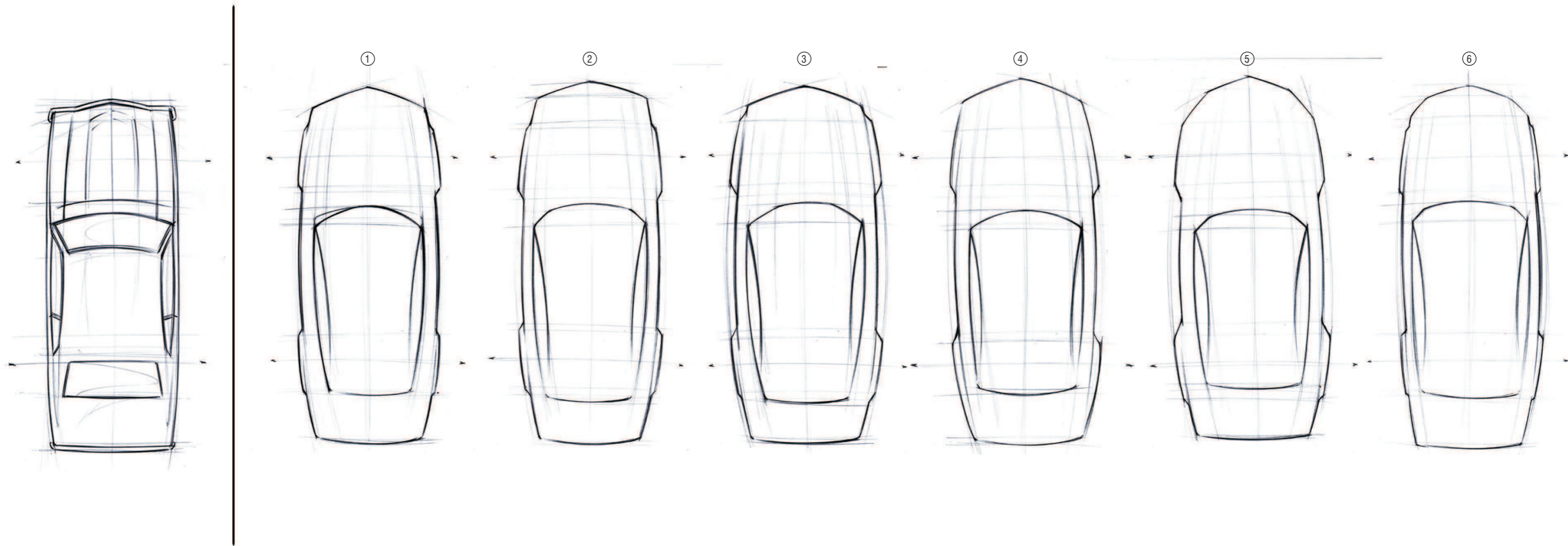
5.1 VISÃO MACRO

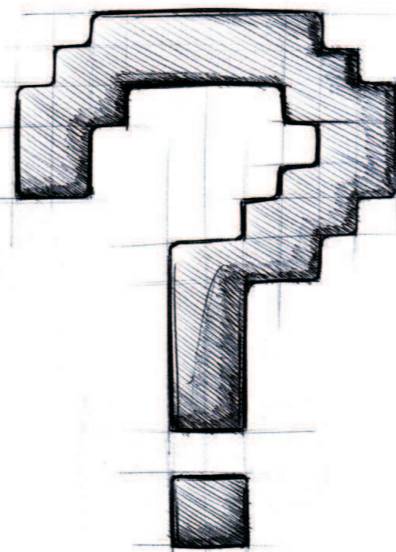
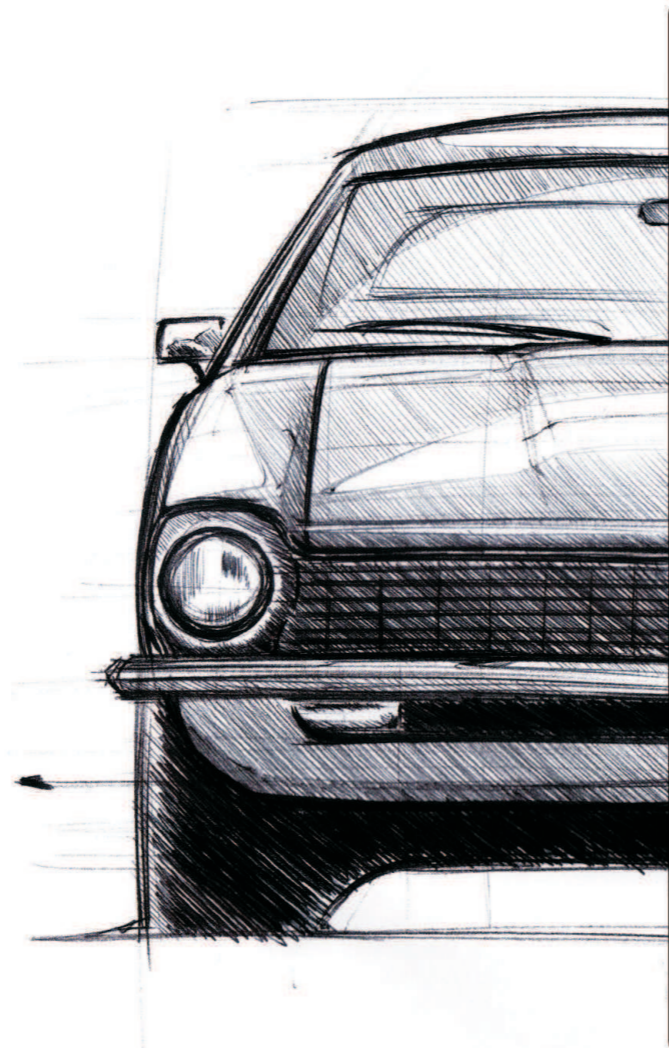
Nessa etapa de conceituação, foi utilizado um método de geração conceitual das *views* do modelo a ser desenvolvido, sendo, doze *sideview*, seis *topview*, e trinta e cinco *frontview* e *rearview*, todos na visão macro. Sendo o intuito deste método observar e aplicar os principais elementos estudados na análise morfológica (pág.73) de acordo com a hierarquia dos elementos.

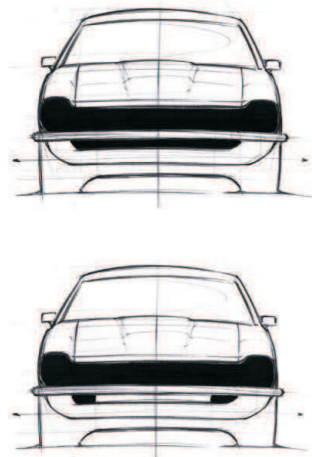


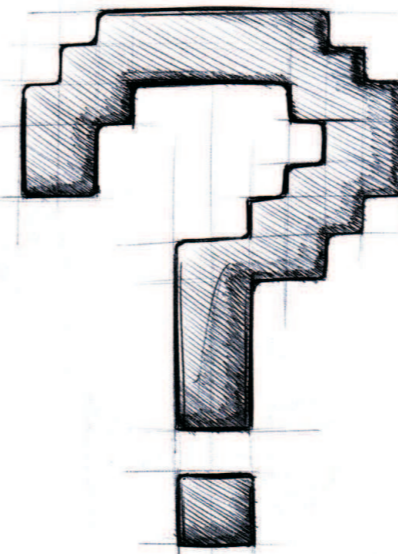
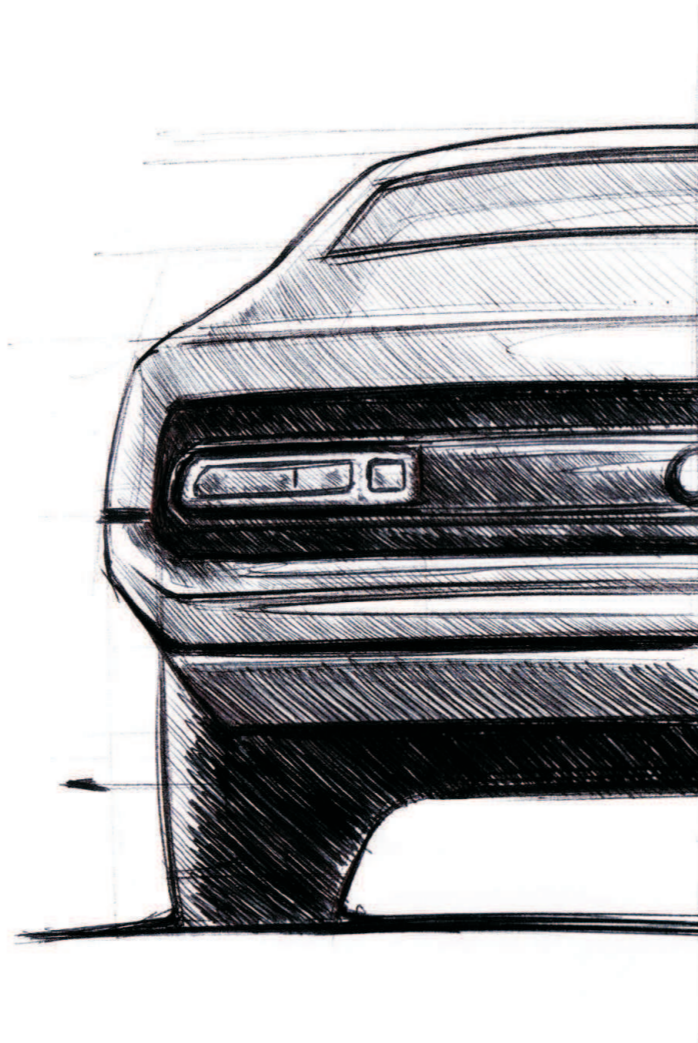


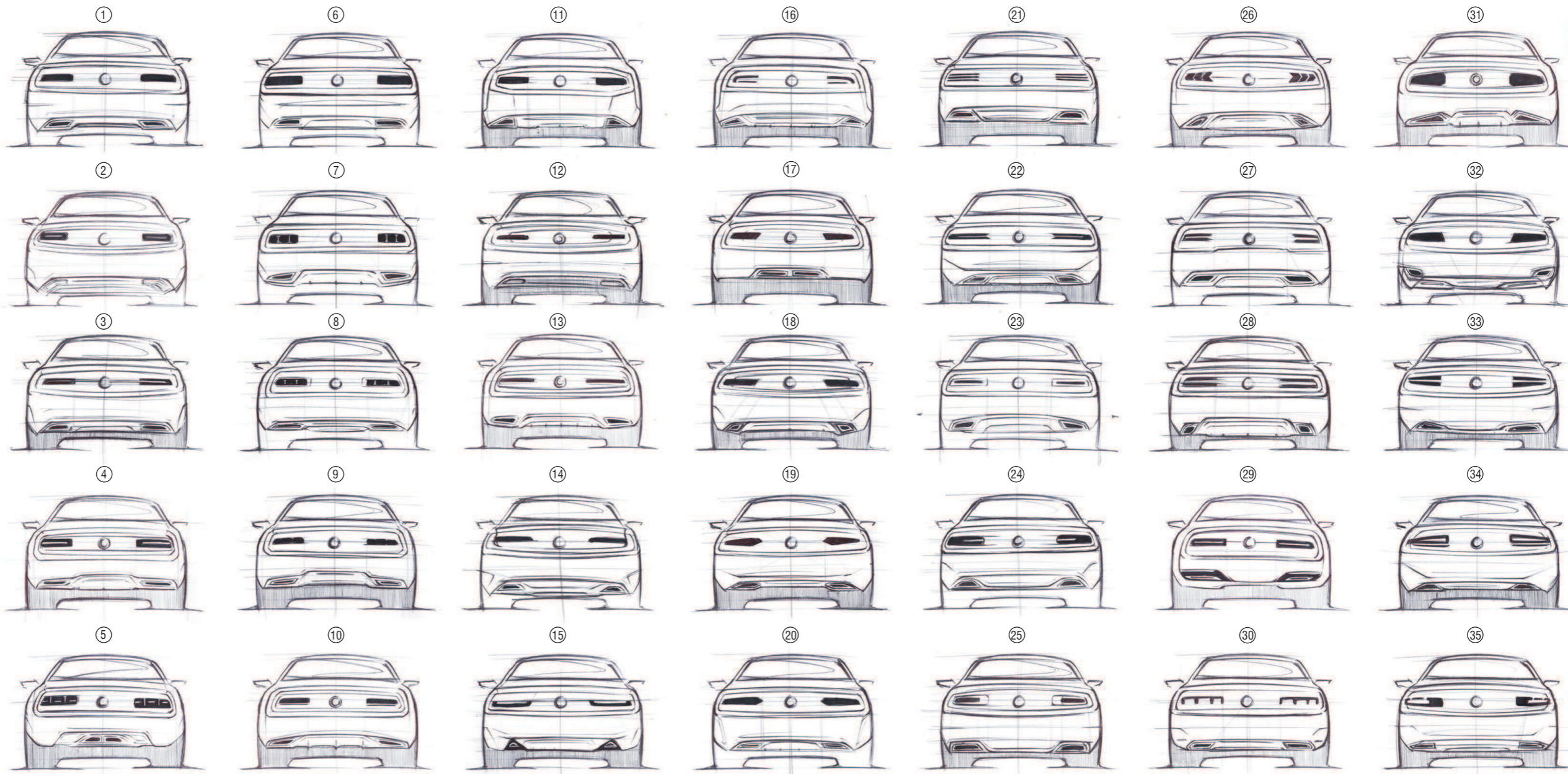
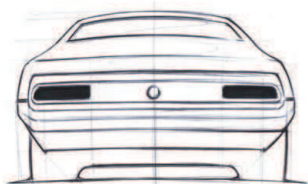












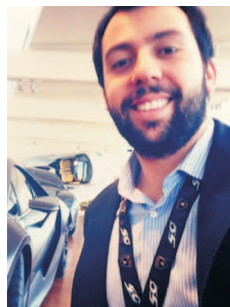
5.1.1 AVALIAÇÃO CONCEITUAL



Paulo Alexandre
Shape Designer/ Estágio na empresa Ford Motor Company



Gustavo Scatena
Designer na Empresa Icon Design



Rafael Corazza
Designer/Mestrado na Scuola Politecnica di Design



Nelson Lopes
Diretor/Designer na Empresa Ícon Design



Felipe Muller
Designer na Empresa Fiat Automóveis Brasil



Leandro Fabris
Designer na Empresa Fiat Automóveis Brasil

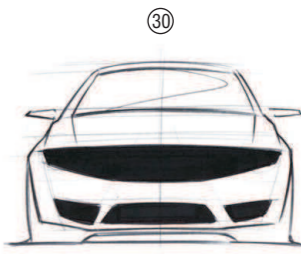
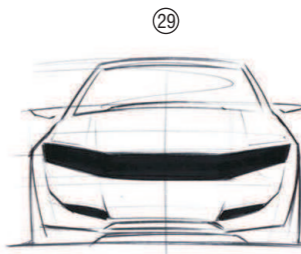
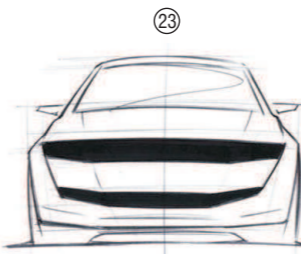
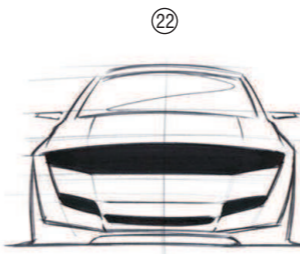
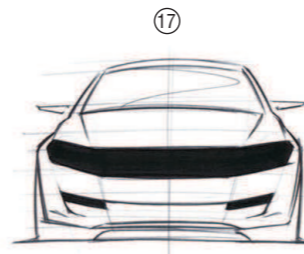
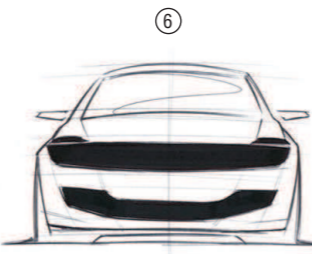
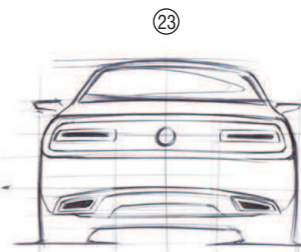
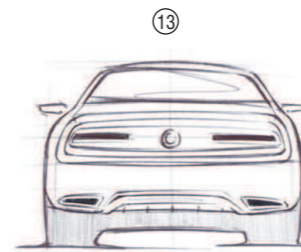
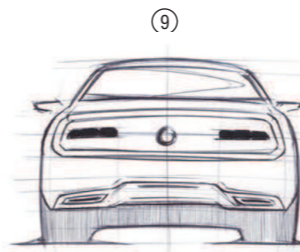
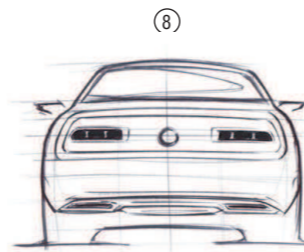
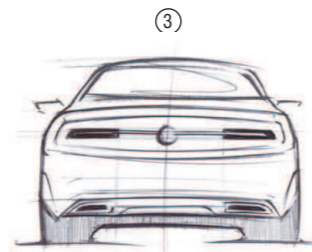
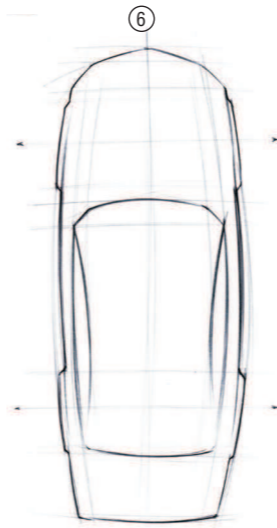
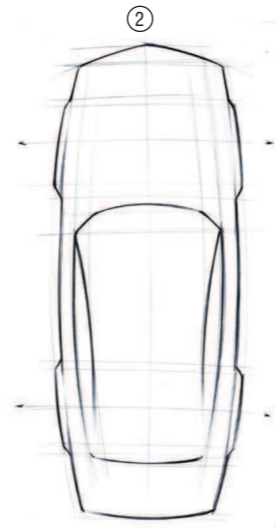
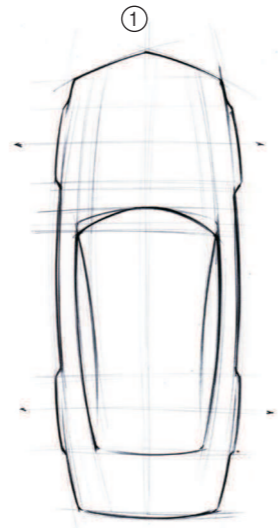
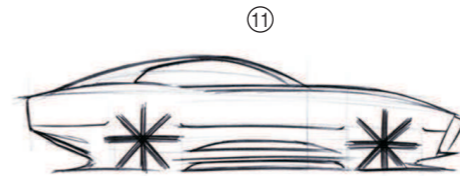
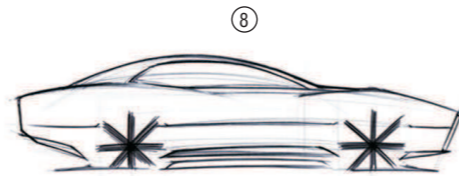
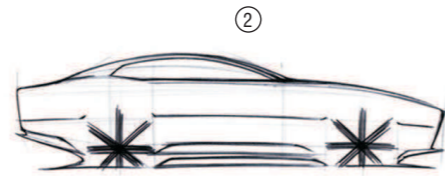
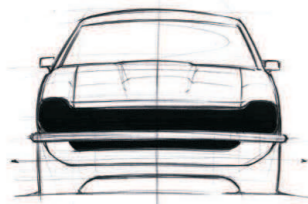
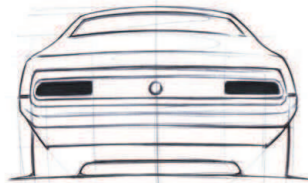
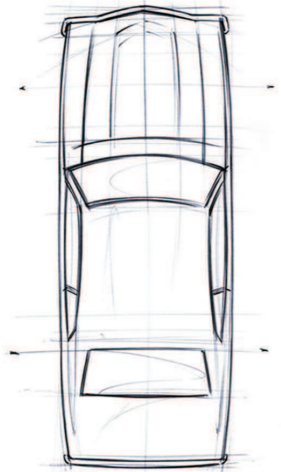
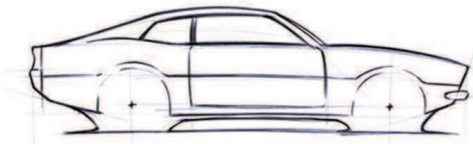
A geração de ideias iniciais na visão macro foram avaliadas por profissionais da área automotiva, como justificativa, em que através do contato por meio eletrônico o material foi enviado para os mesmos e avaliados através do critério de seleção.

Através desse método foi possível obter as *views* que serviram como base para a próxima etapa de amadurecimento das ideias, como observa-se na tabela abaixo.

TABELA VIII - AVALIAÇÃO CONCEITUAL

DESIGNERS	SIDEVIEW	TOPVIEW	FRONTVIEW	REARVIEW
PAULO ALEXANDRE	⑧ ⑪	②	⑰ ⑳ ㉓	⑨ ⑬
RAFAEL CORAZZA	⑪	① ⑥	⑥ ㉒ ㉔	③ ⑬
FELIPE MULLER	② ⑪	② ⑥	⑥ ⑮ ⑰ ㉒ ㉓	⑧ ⑬
GUSTAVO SCATENA	② ⑧	①	⑥ ㉒ ㉔ ㉕	⑧ ㉒
NELSON LOPES	②	①	⑥ ⑰ ㉒ ㉓	③ ㉒
LEANDRO FABRIS	⑪	②	⑫ ⑰ ㉔ ㉓	⑧ ⑨ ⑬

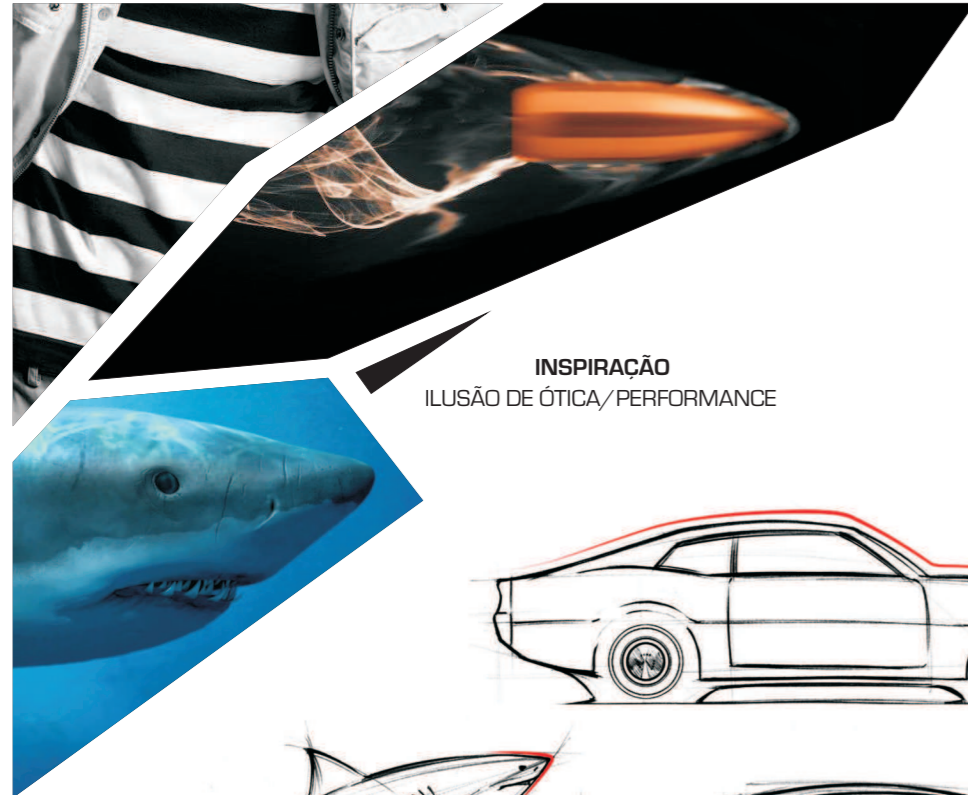
Na tabela acima, através da numeração é possível termos uma ideia de quais e quantas ideias foram selecionadas: na sideview tivemos três selecionadas dentre as doze ideias; topview, três de seis; frontview, seis de trinta e cinco; e na rearview, cinco de trinta e cinco; sendo as mesmas apresentadas na próxima página.



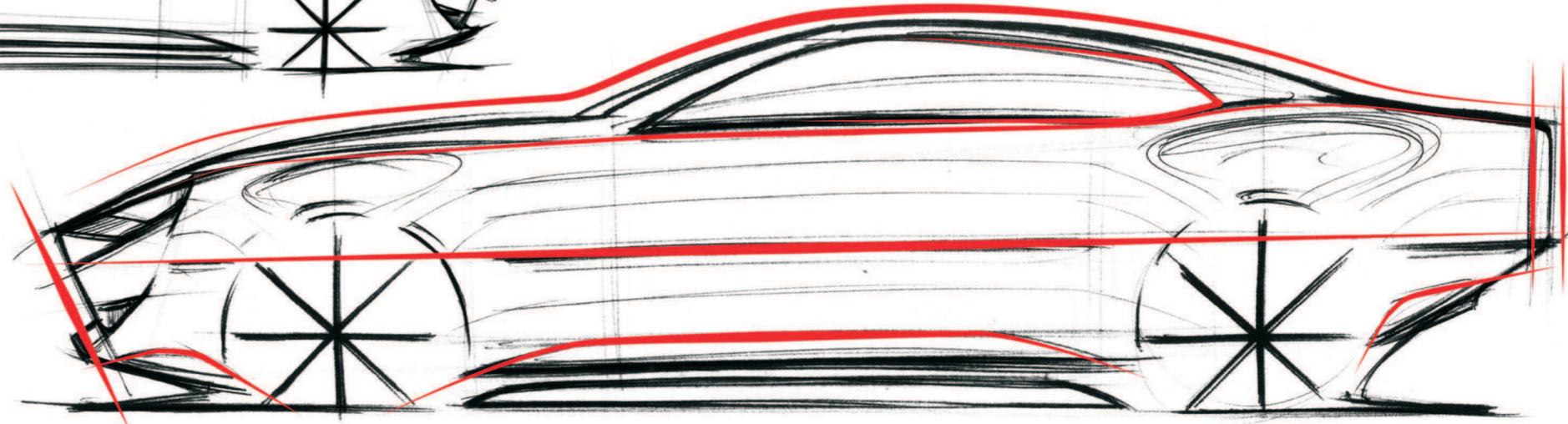
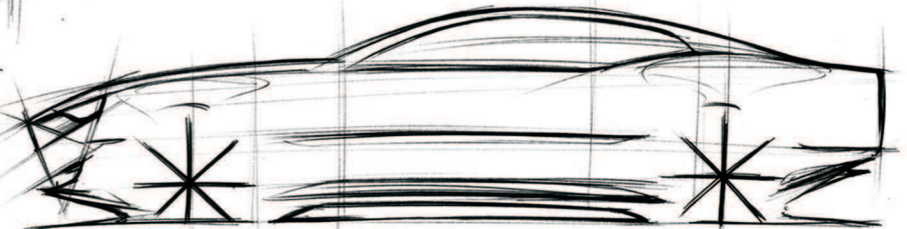
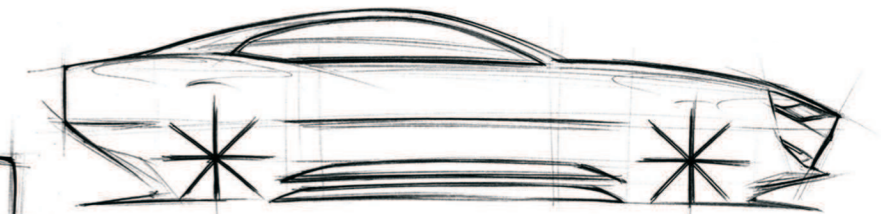
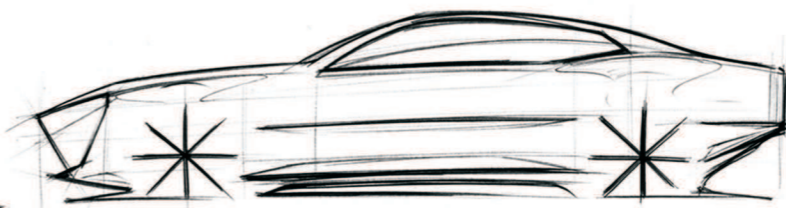
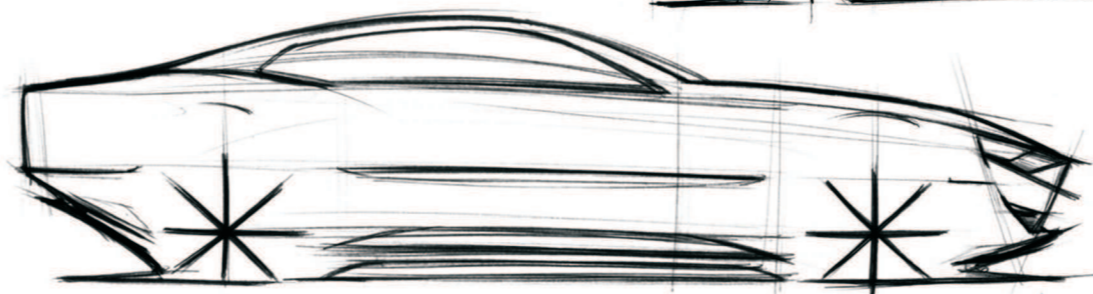
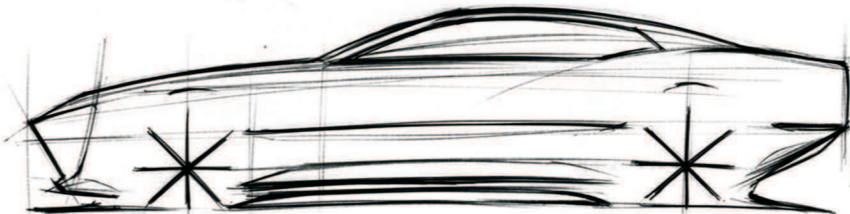
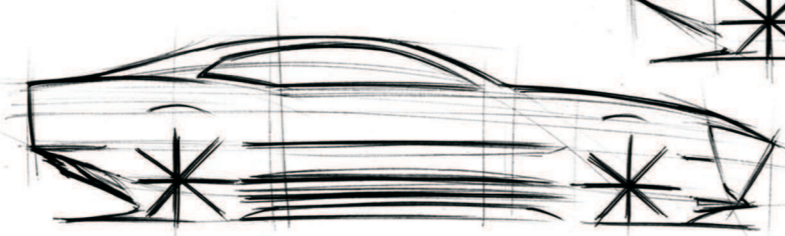
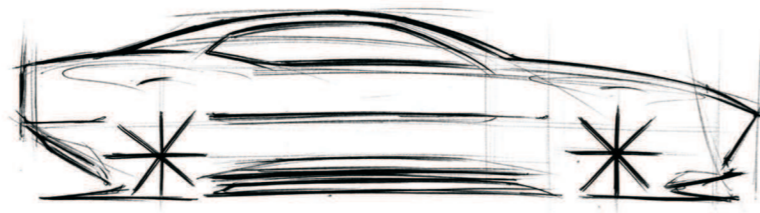
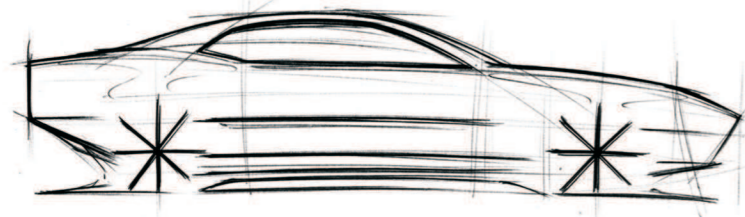
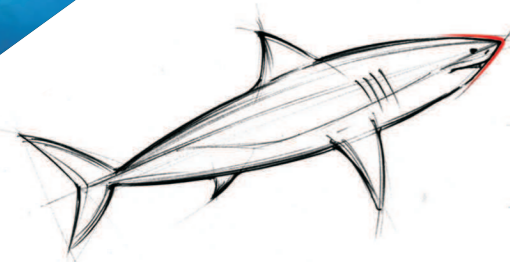
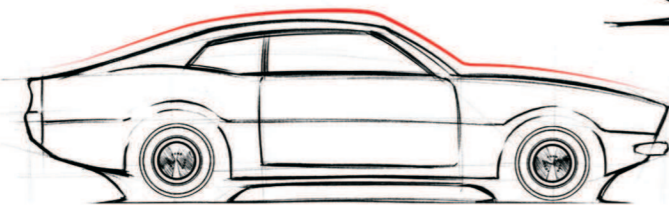
5.2 VISÃO MICRO

Posteriormente, com base no resultado obtido pela avaliação dos designers, as views selecionadas serão amadurecidas através da visão micro, iniciando um trabalho de superfícies, secções e gráficos baseados nos elementos estudados na análise morfológica e nos parâmetros estabelecidos, trabalhando em perspectiva. Além das views selecionadas, serão trabalhadas como forma de releitura a roda e o retrovisor.

Obs.: As pranchas disposta nesse tópico, serão apresentadas como forma de history board, demonstrando desde do início ao resultado final de cada parte, necessitando apenas da visualização do observação para o entendimento do mesmo.

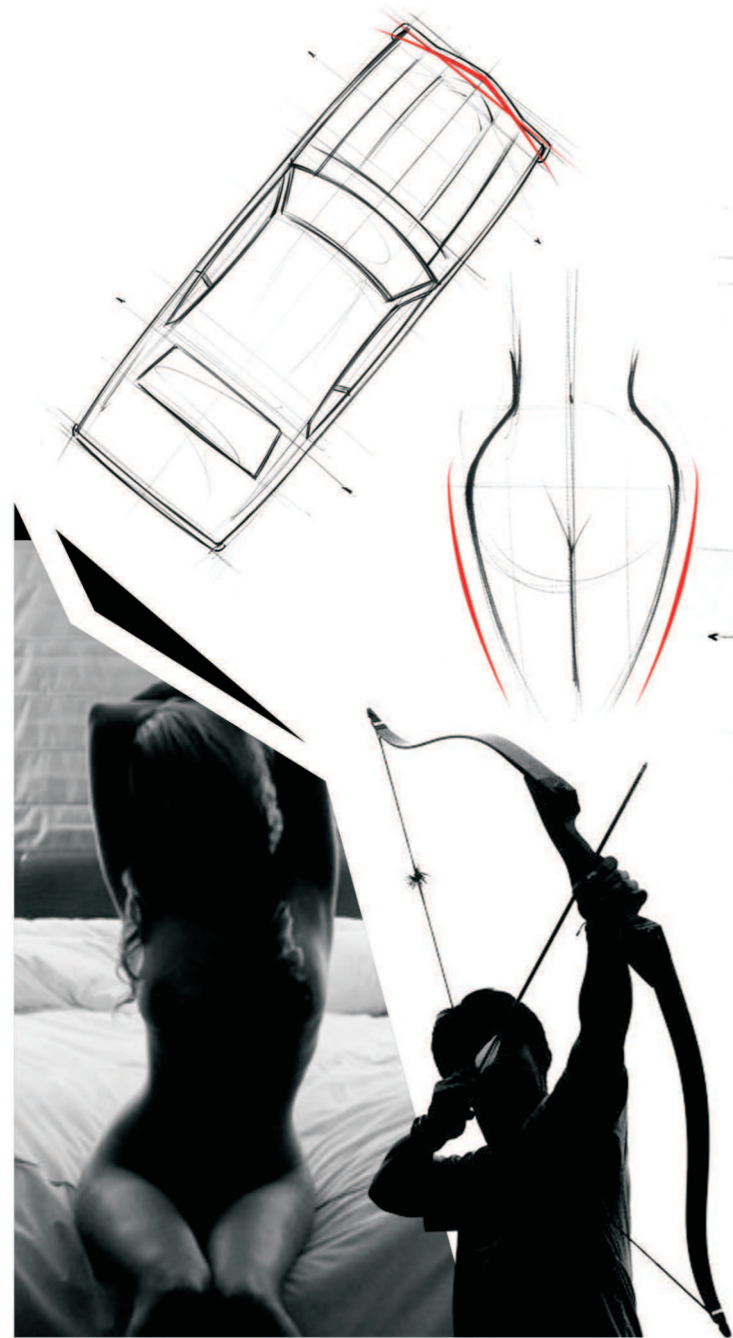


INSPIRAÇÃO
ILUSÃO DE ÓTICA/ PERFORMANCE

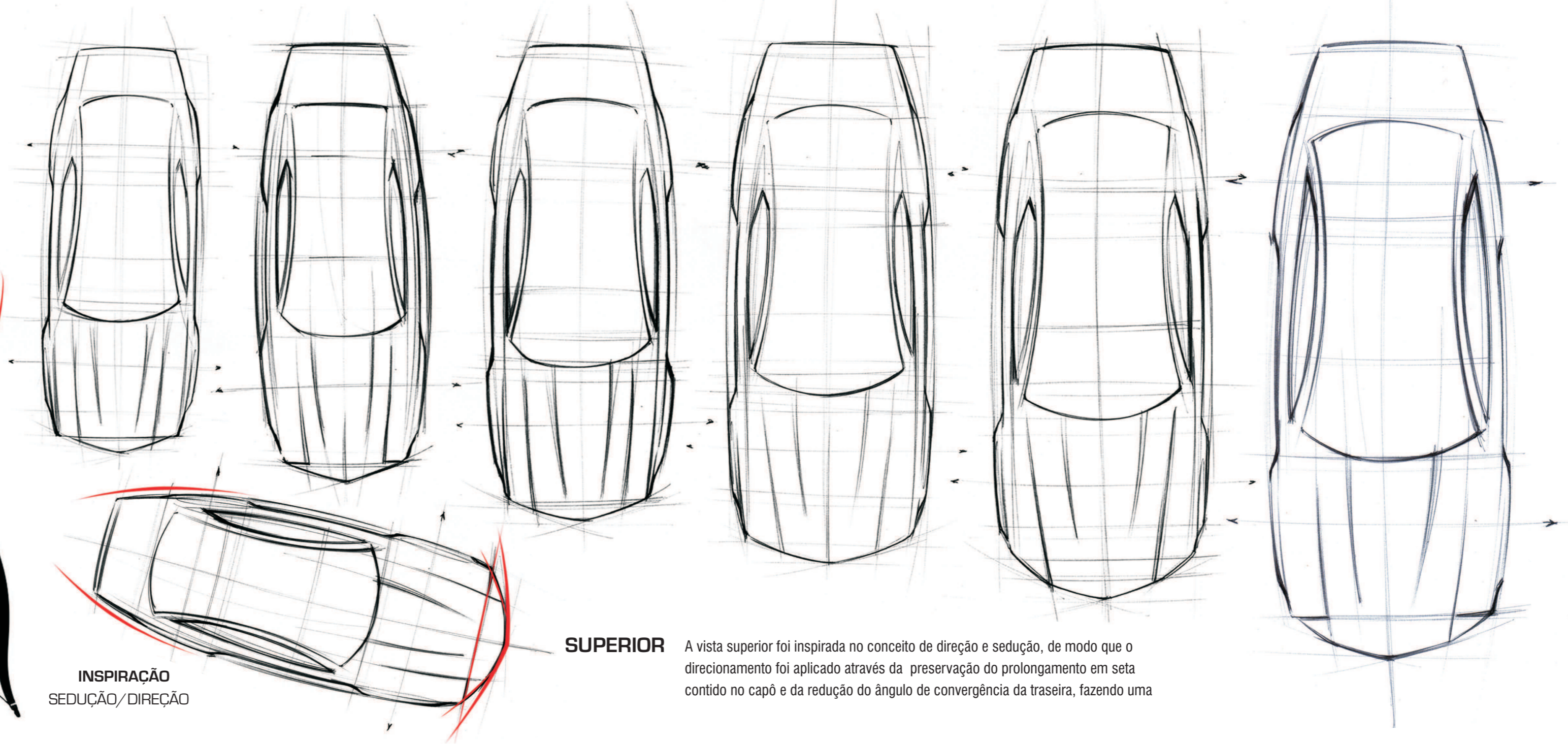


LATERAL

Na vista lateral, o conceito preservou as características do clássico, de um jeito moderno, deixando-o mais direcional e dinâmico, utilizando a ilusão de ótica para deixá-lo mais leve e menos robusto.



INSPIRAÇÃO
SEDUÇÃO/DIREÇÃO

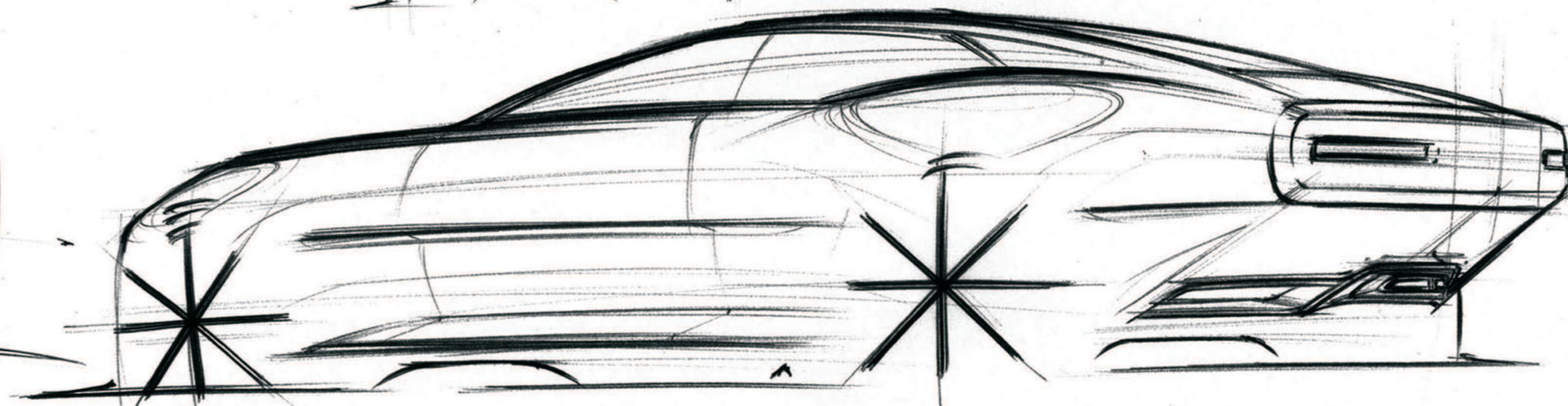
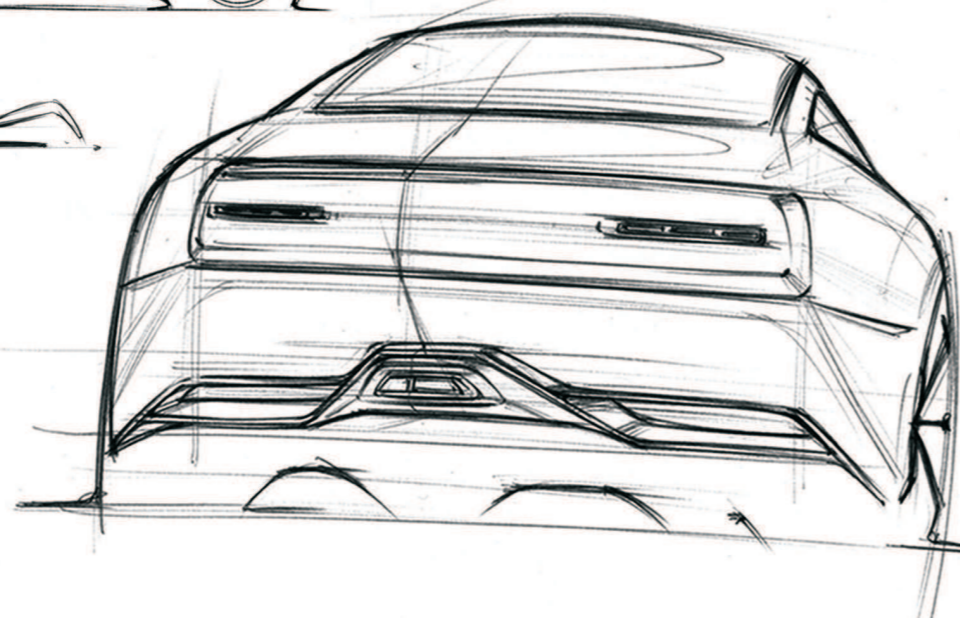
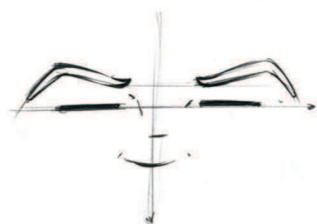
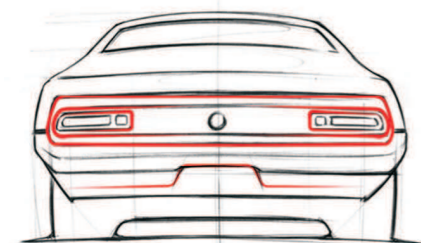
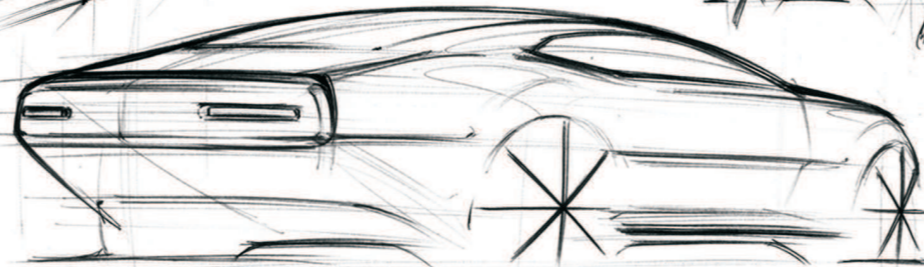
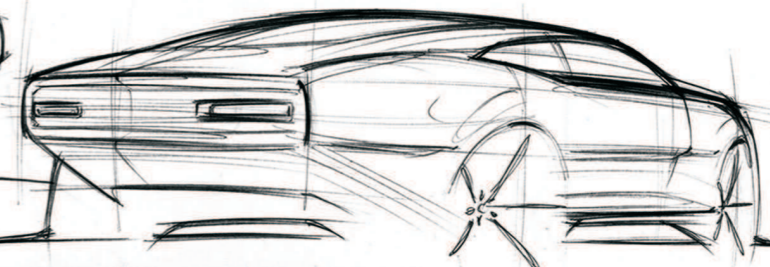
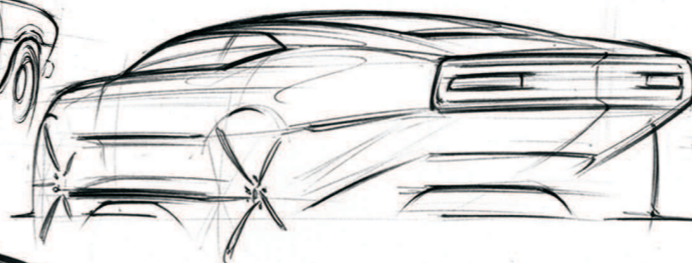
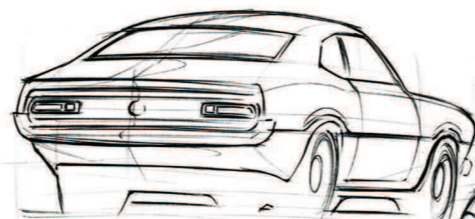
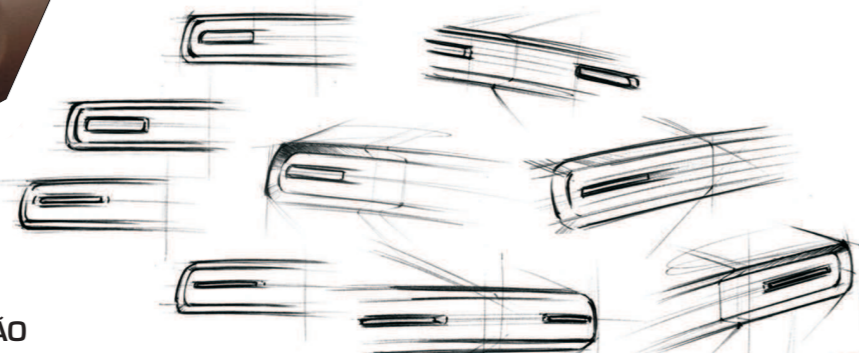
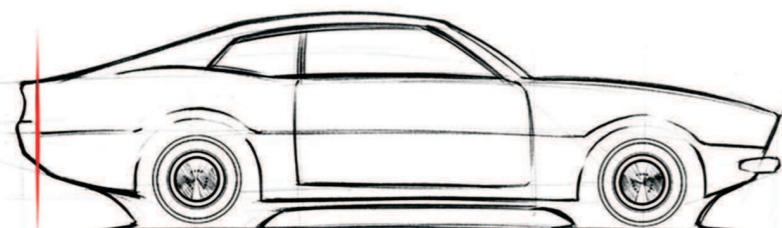


SUPERIOR

A vista superior foi inspirada no conceito de direção e sedução, de modo que o direcionamento foi aplicado através da preservação do prolongamento em seta contido no capô e da redução do ângulo de convergência da traseira, fazendo uma

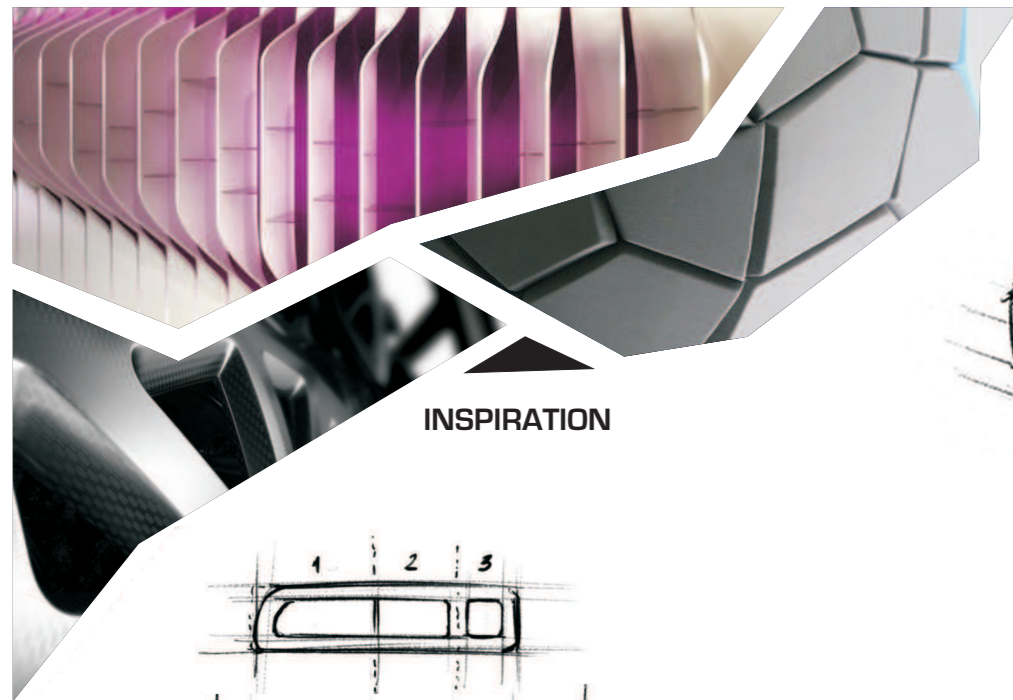


INSPIRAÇÃO
INTEGRAÇÃO/UNIFICAÇÃO

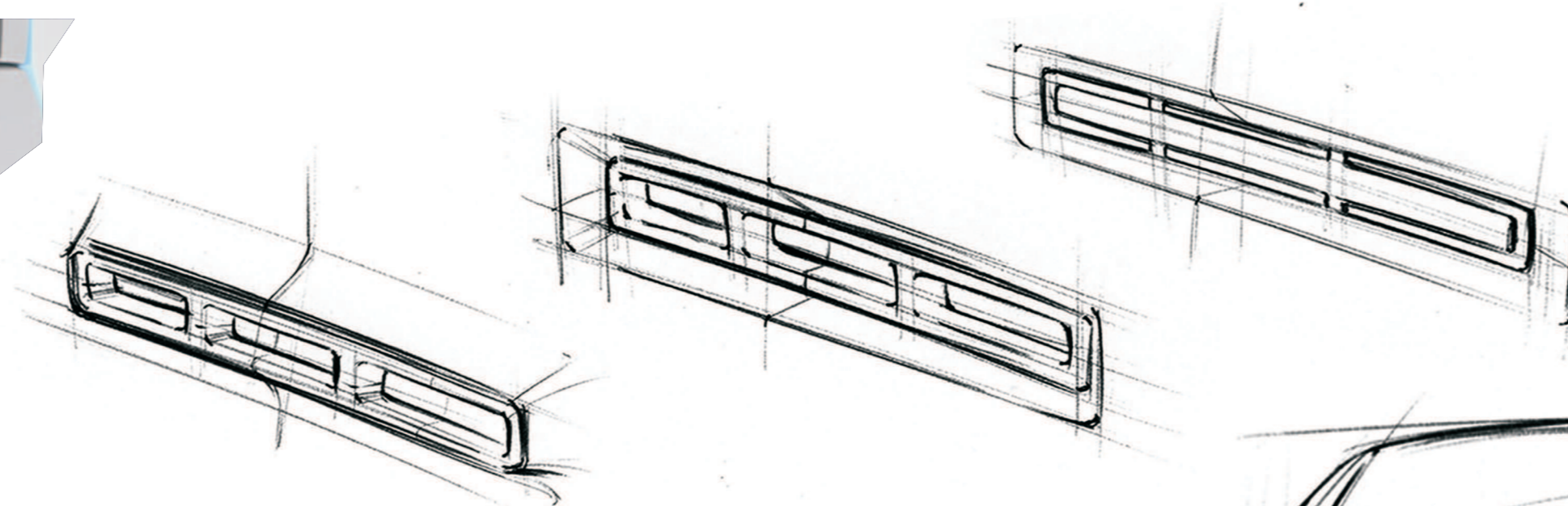
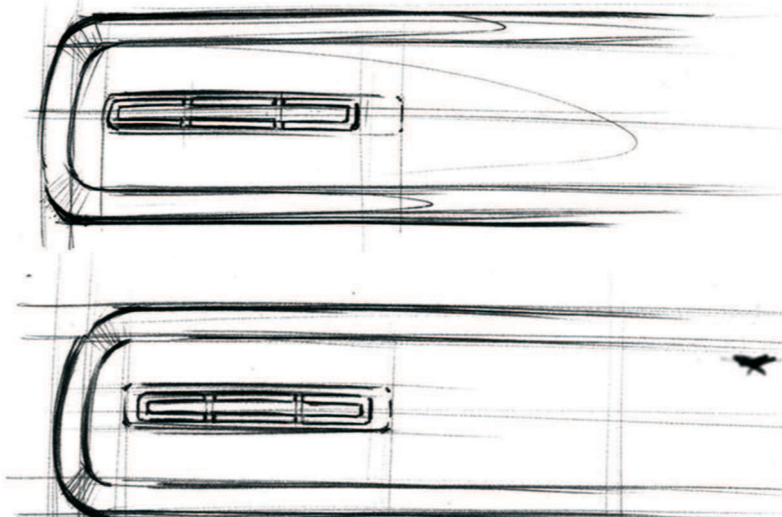
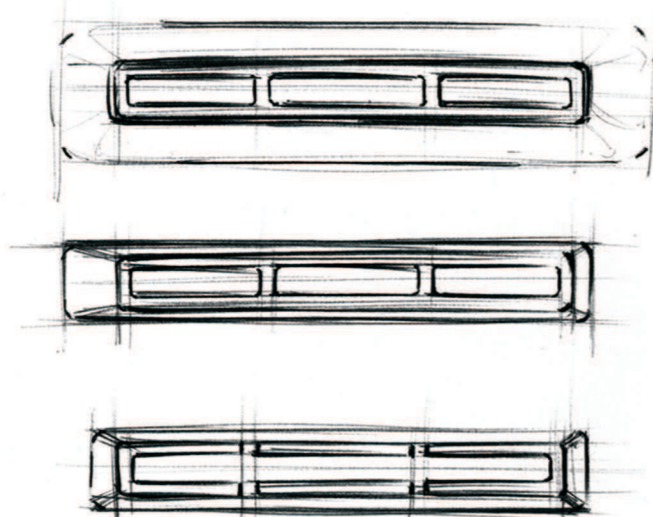
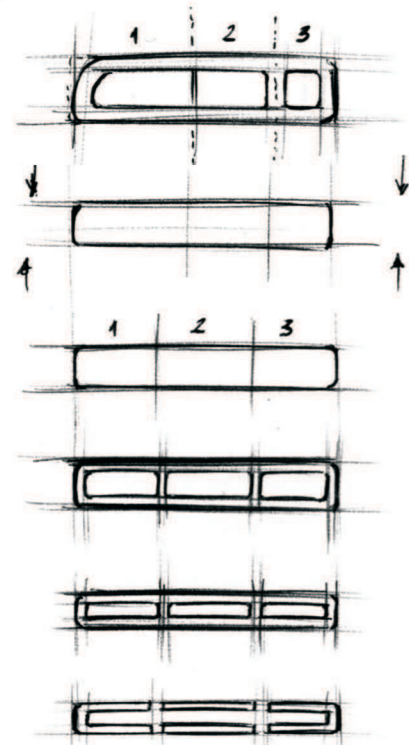


TRASEIRA

A traseira foi desenvolvida com intuito de manter a composição formal existente na traseira do clássico, sem que haja o distanciamento do mesmo.

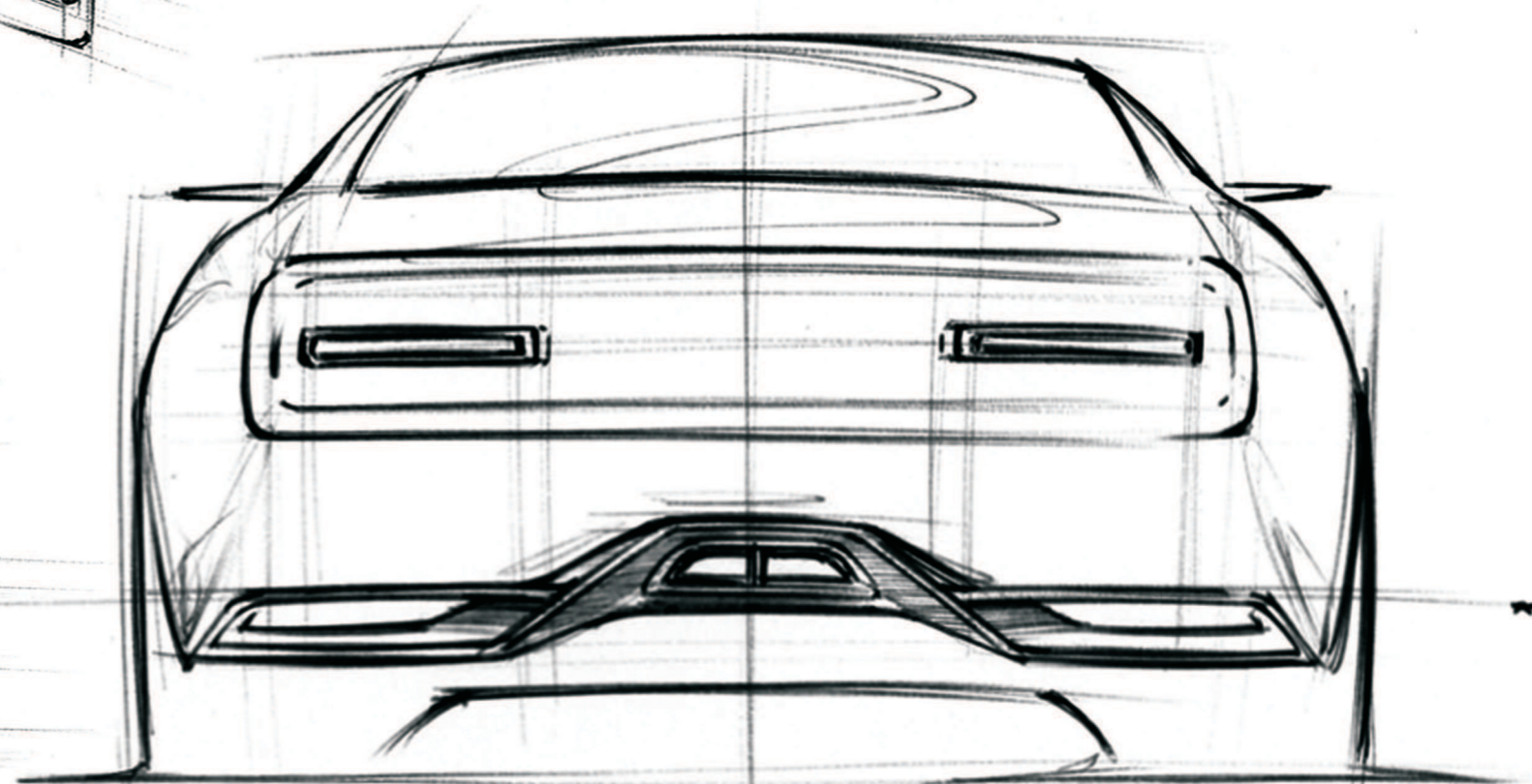


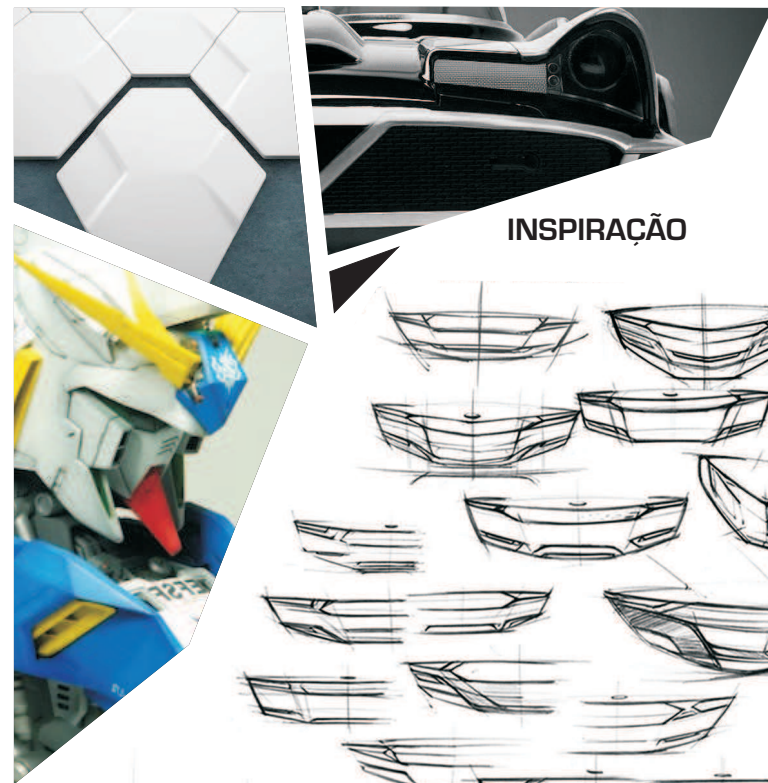
INSPIRATION



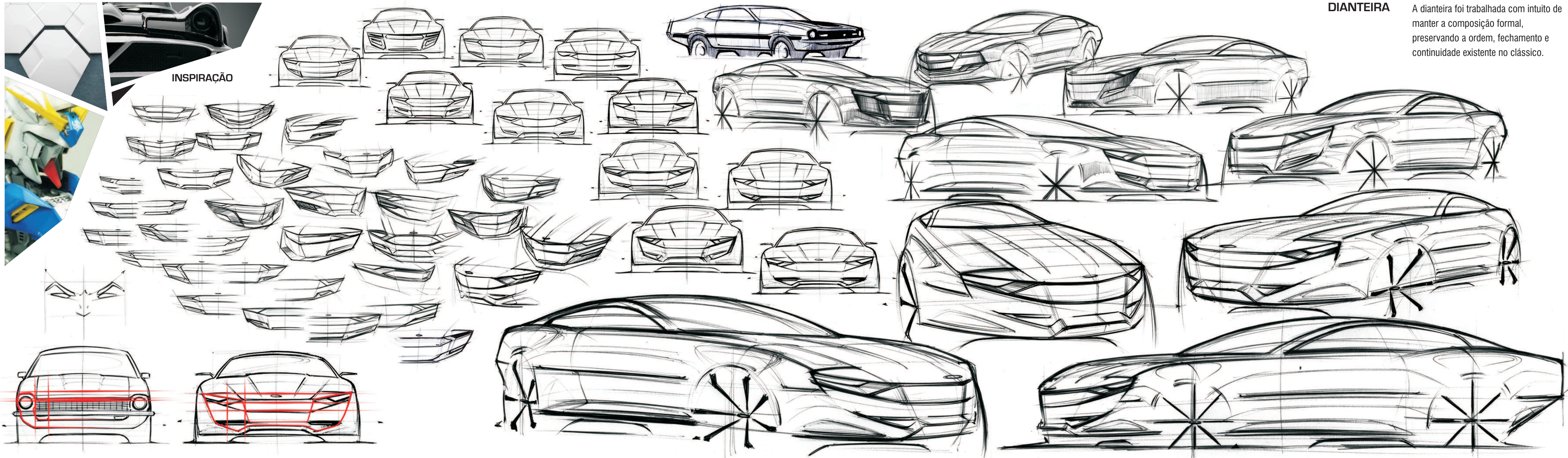
FAROL TRASEIRO

O farol traseiro do conceito, observa-se através da visão macro uma grande semelhança com o modelo clássico, desde do seu gráfico externo ao interno, mantendo a forma primária com alteração em seu dimensionamento, deixando-o mais fechado (estreito), e a composição interna, dividida em três gomos.



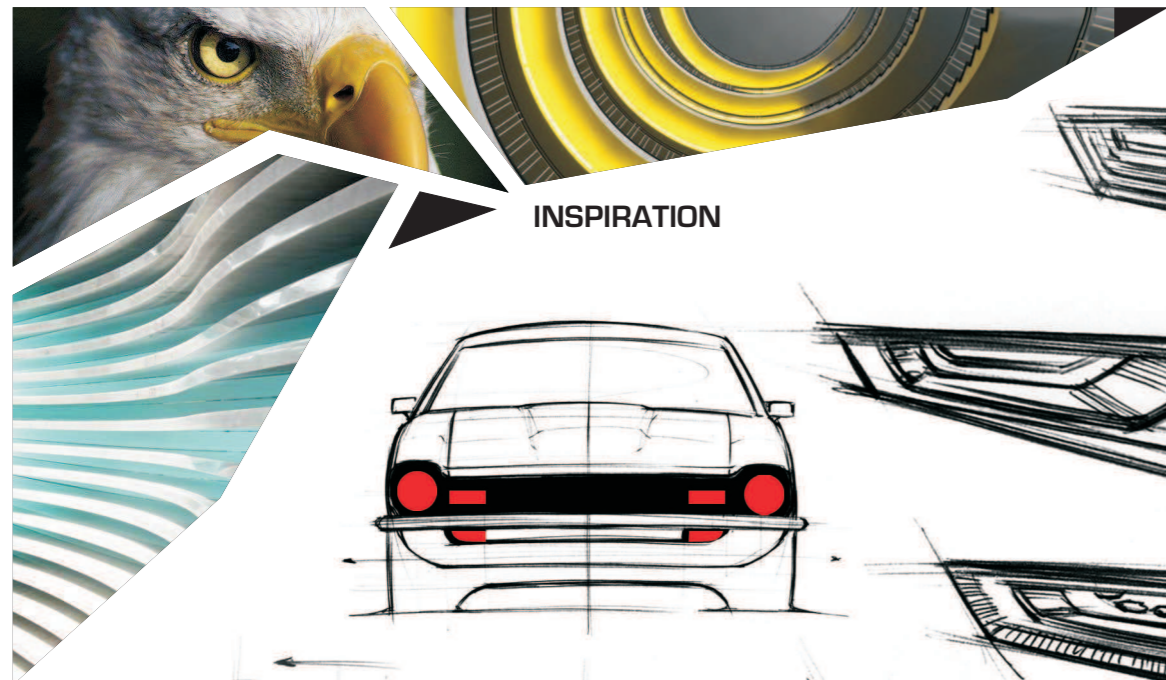


INSPIRAÇÃO

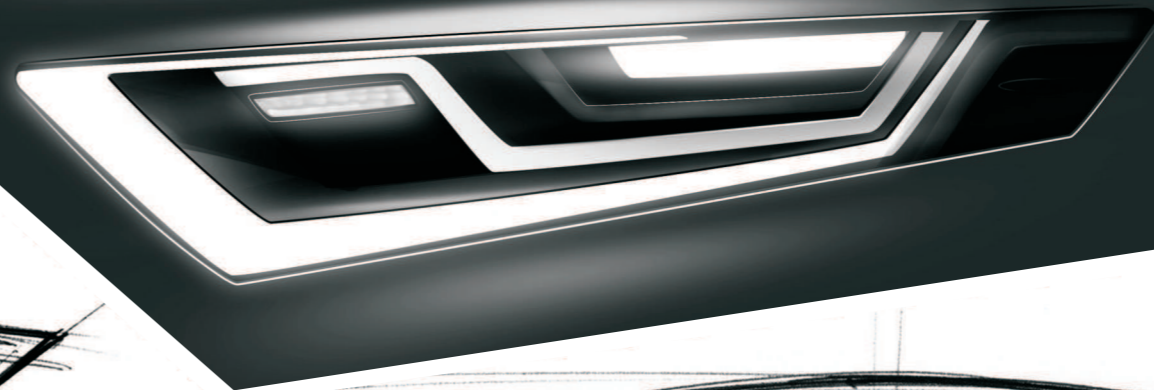
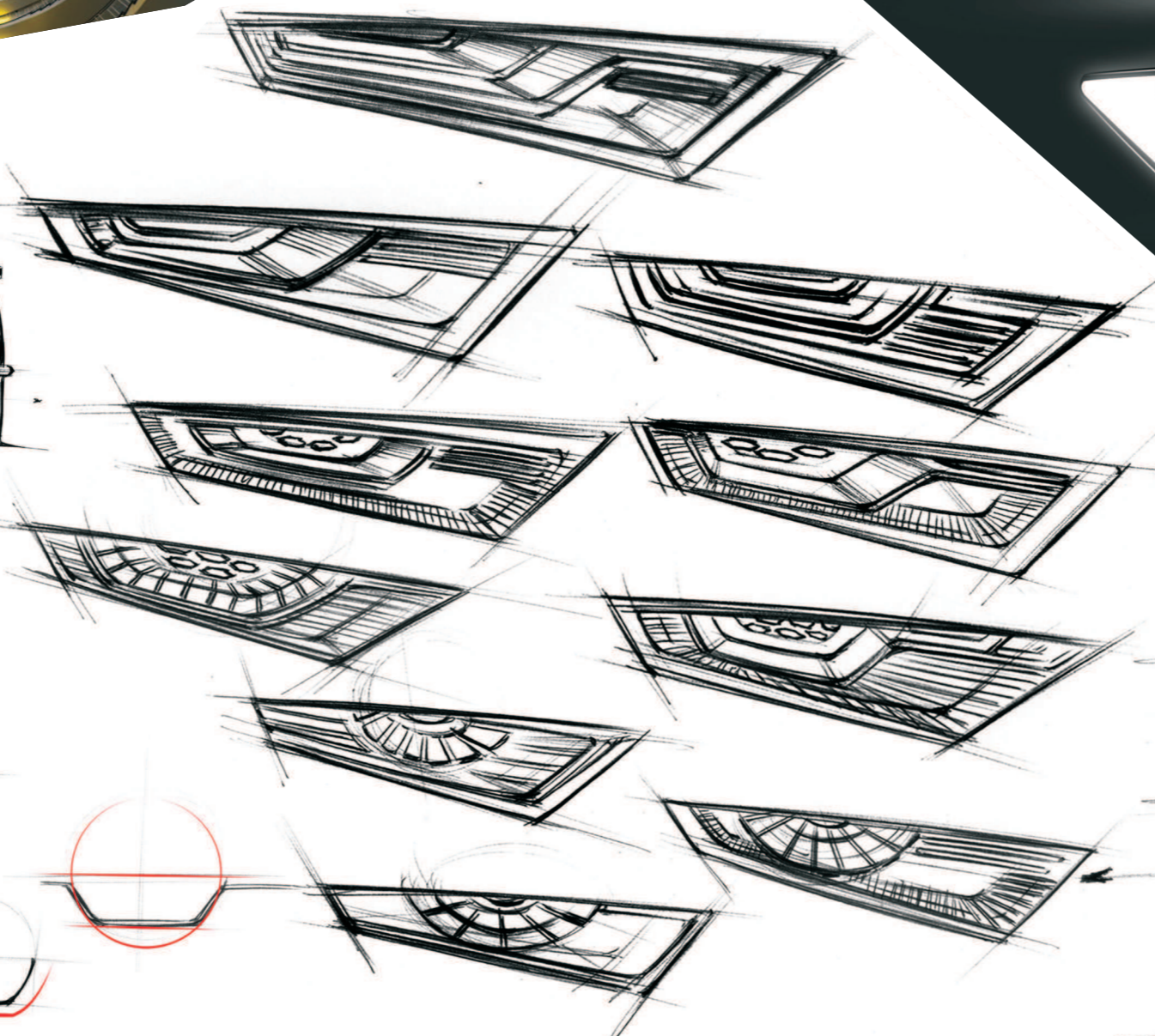
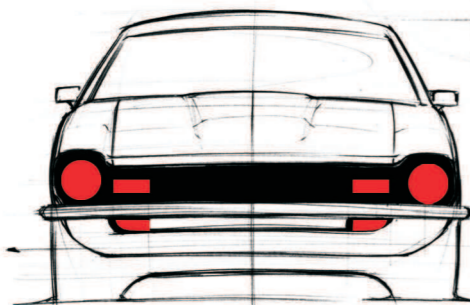


DIANTEIRA

A dianteira foi trabalhada com intuito de manter a composição formal, preservando a ordem, fechamento e continuidade existente no clássico.

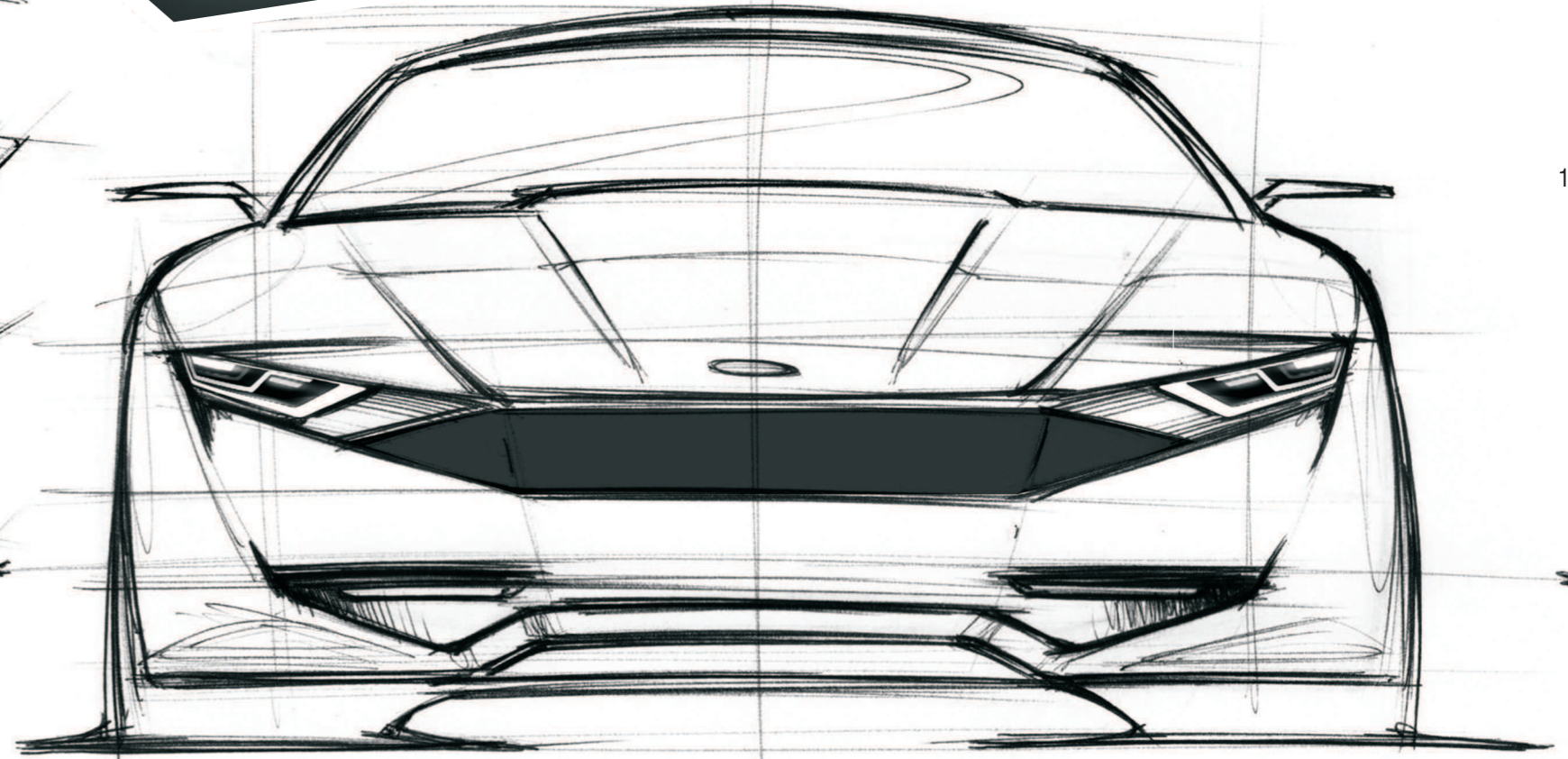
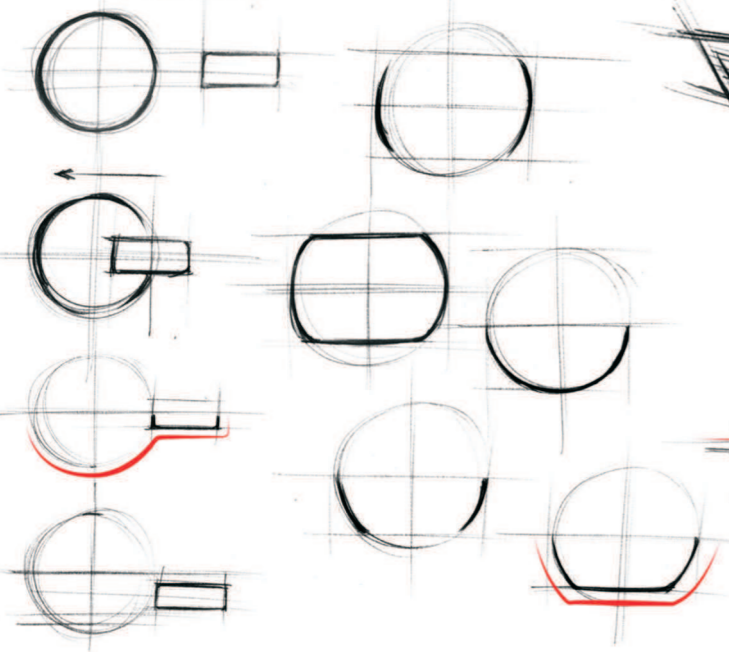


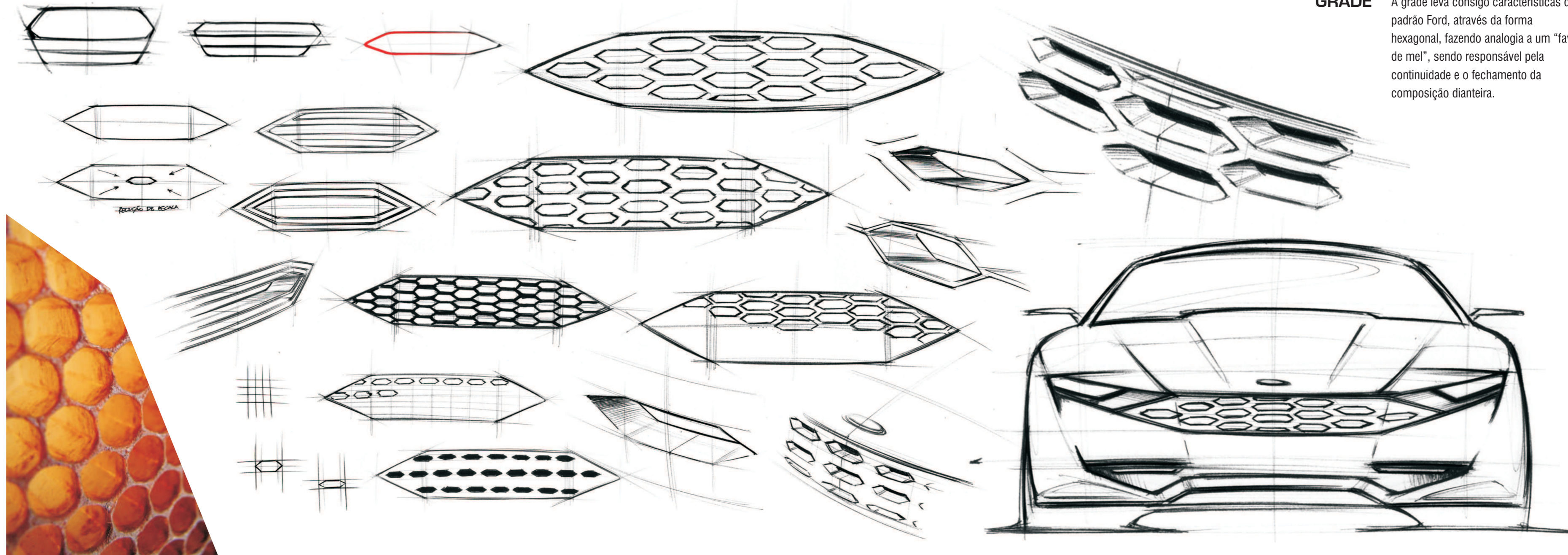
INSPIRATION



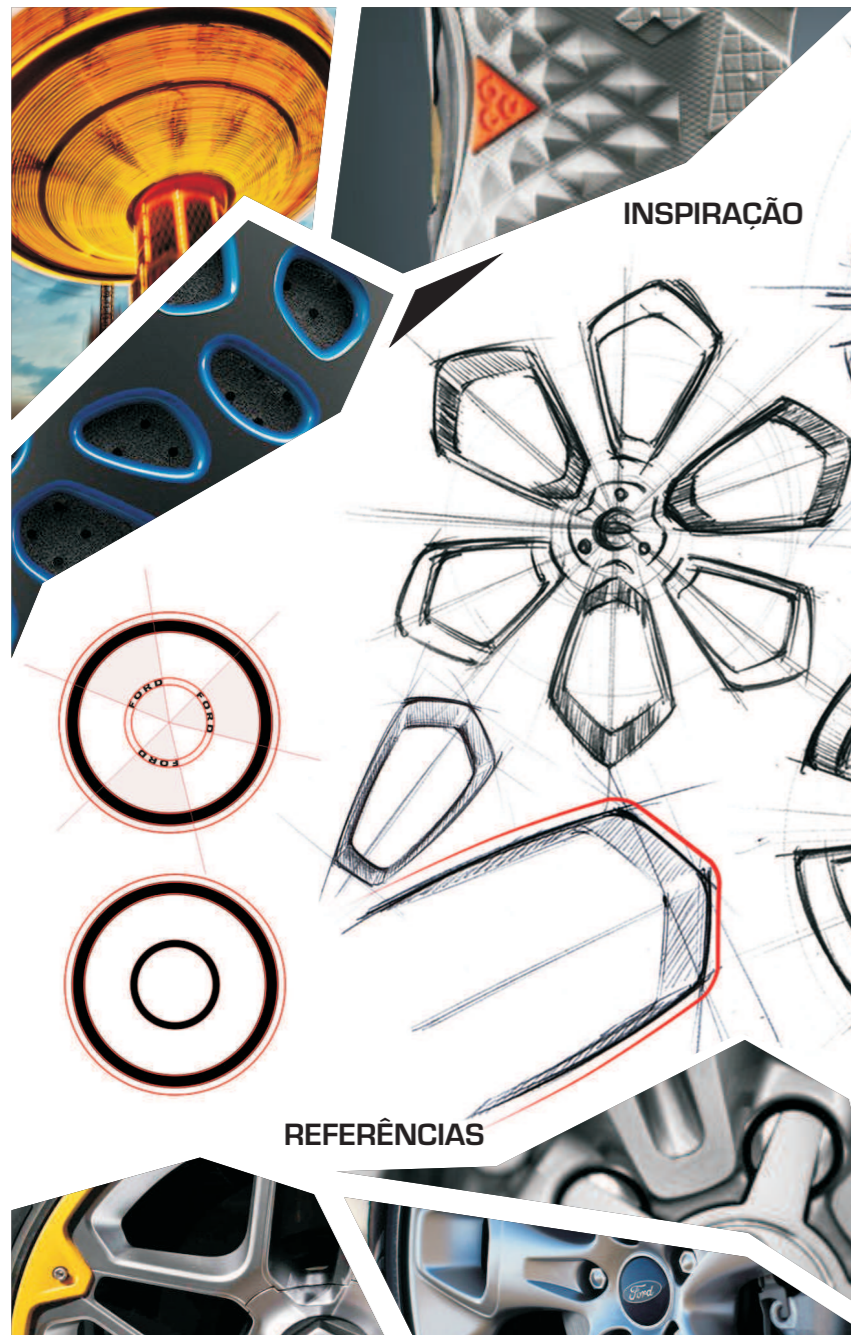
FAROL DIANTEIRO

O farol dianteiro e a sua composição gráfica, foi conceituada pensando na expressividade e na linguagem comunicativa com o receptor, tentando através do mesmo interpretar um olhar sedutor e agressivo.



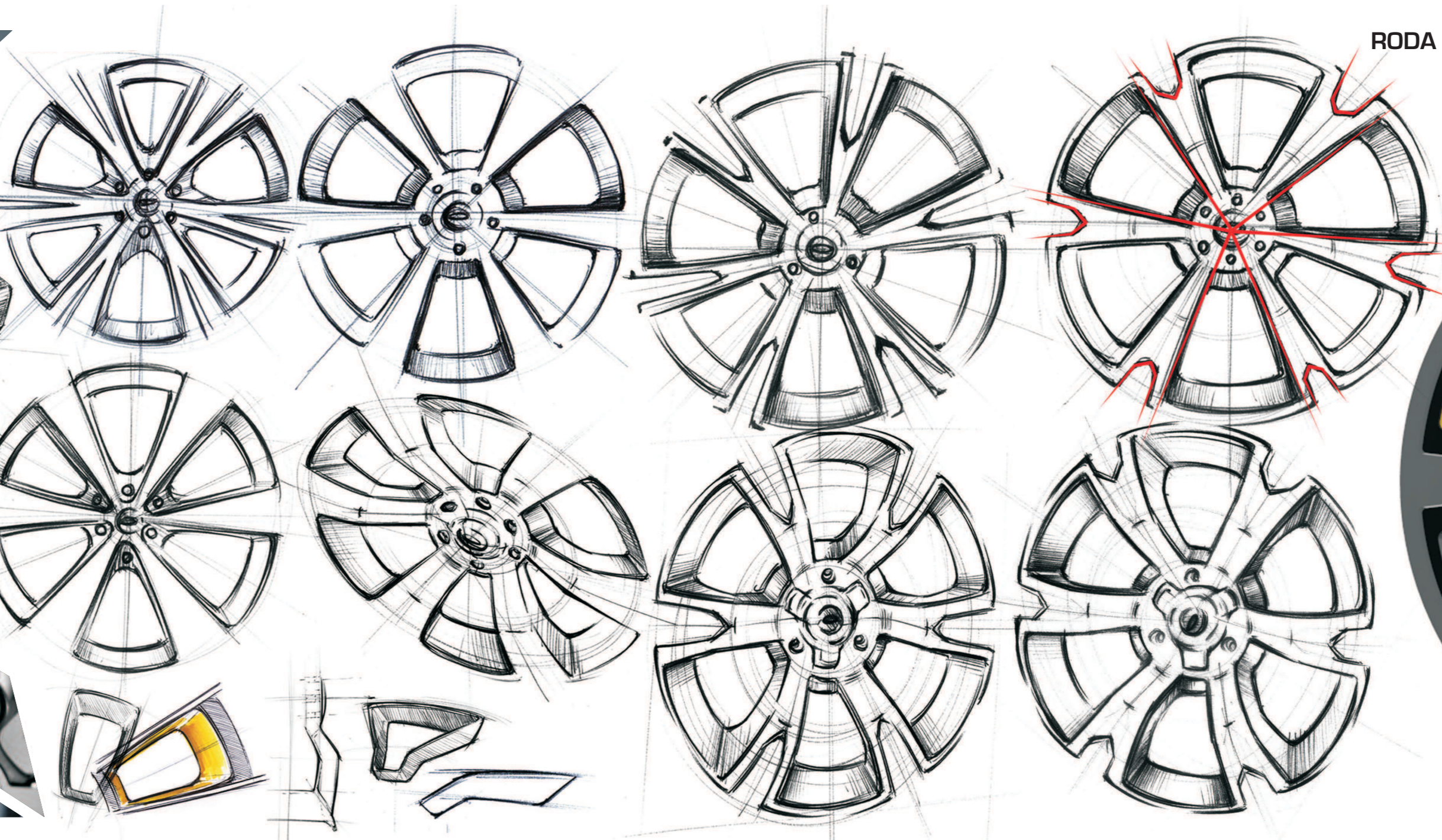


GRADE A grade leva consigo características do padrão Ford, através da forma hexagonal, fazendo analogia a um “favo de mel”, sendo responsável pela continuidade e o fechamento da composição dianteira.



INSPIRAÇÃO

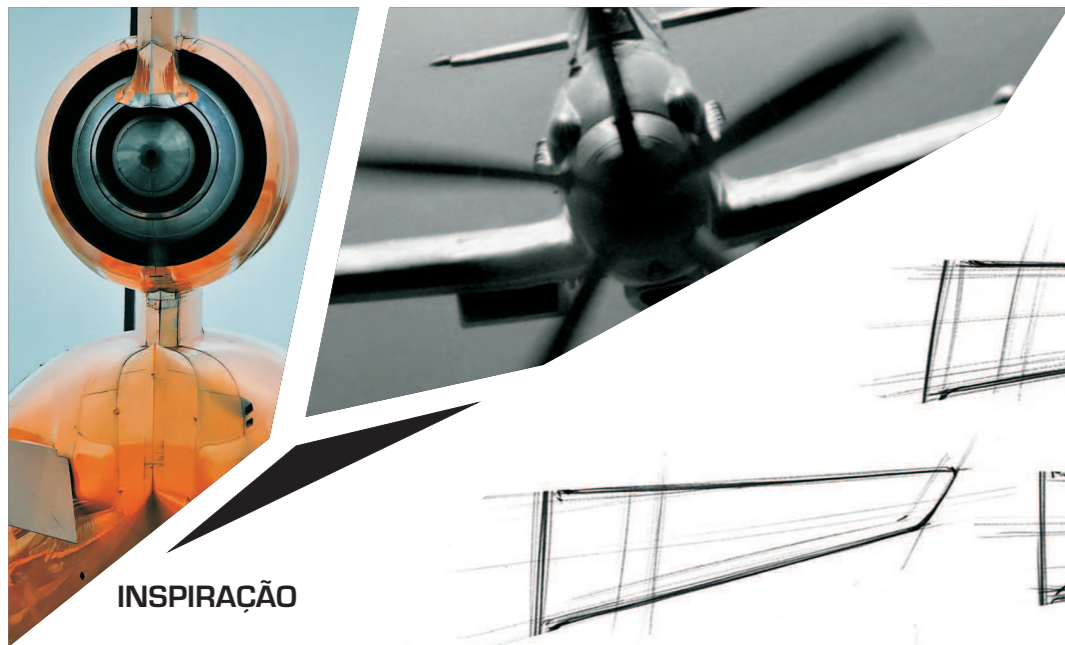
REFERÊNCIAS



RODA

A roda do conceito foi inspirada na pertencente ao modelo clássico, tendo como inspiração inicial a ilusão de ótica quanto ao conceito de rotação.

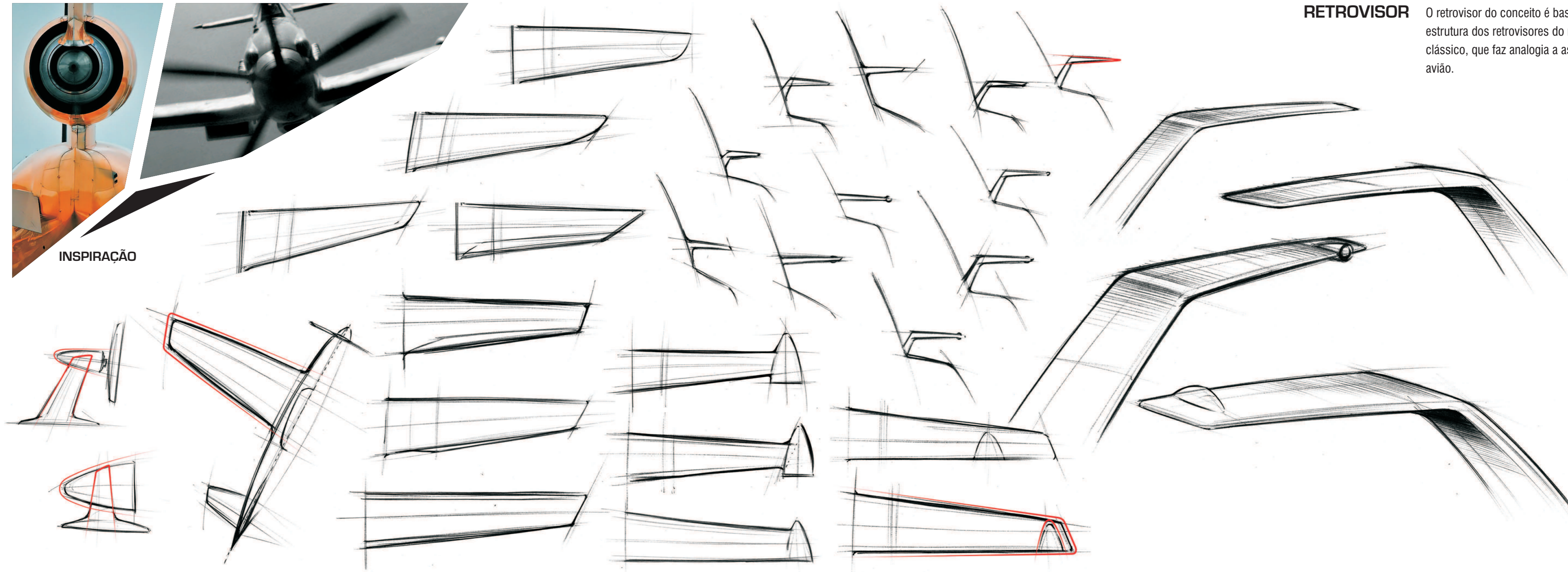




INSPIRAÇÃO

RETROVISOR

O retrovisor do conceito é baseado na estrutura dos retrovisores do modelo clássico, que faz analogia a asa de um avião.

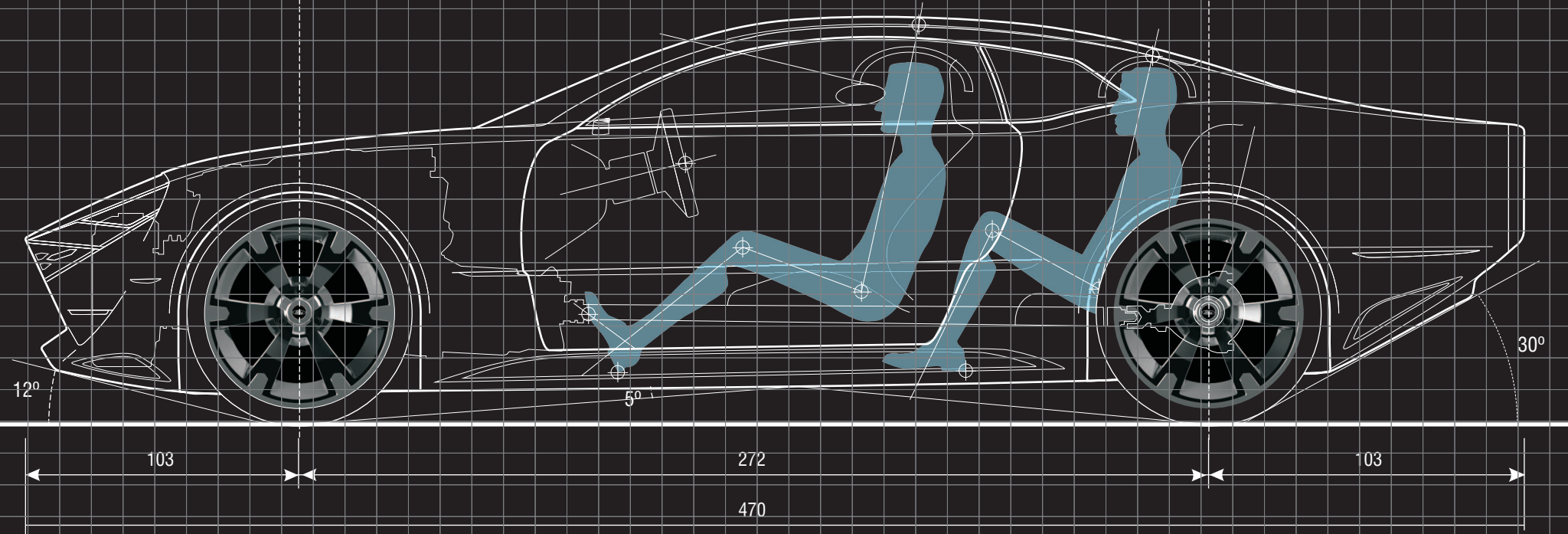
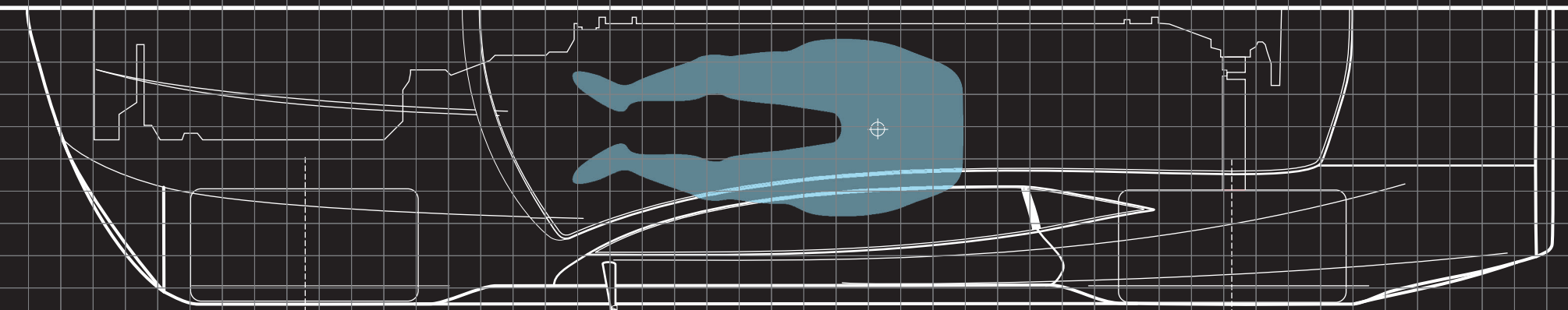
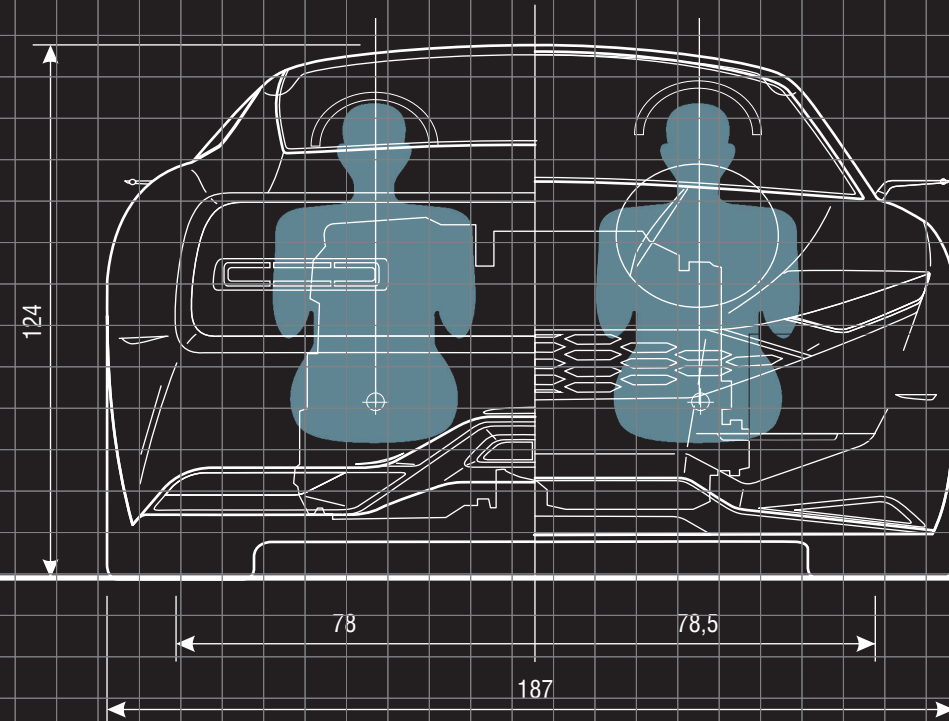


5.2.1 PACKAGE FORD MAVERICK

MEDIDAS GERAIS

DIMENSÃO: 460 x 187 x 124 (C x L x A) cm
ENTRE -EIXO: 272 cm
BITOLA: 156 Dianteira
157 Traseira

ESCALA: 1/18
UNIDADE: CM



5.2.2 MODELO VOLUMÉTRICO

O modelo volumetrico foi desenvolvido com intuito de estudar o conceito tridimensionalmente, aplicando os resultado final obtido na geração de ideias.

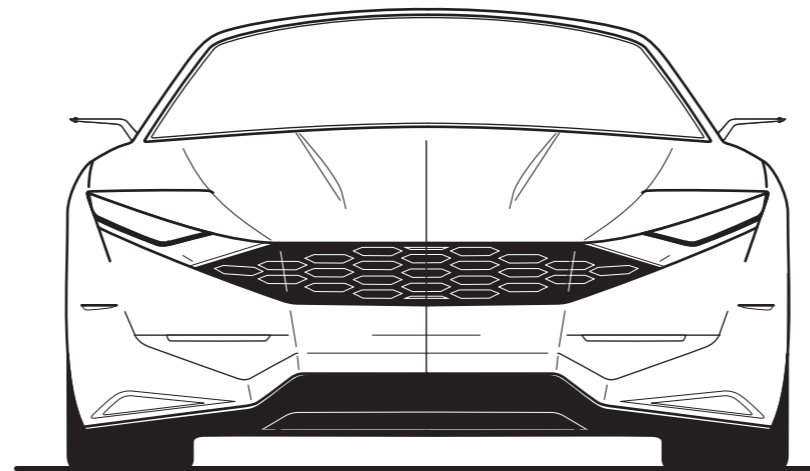
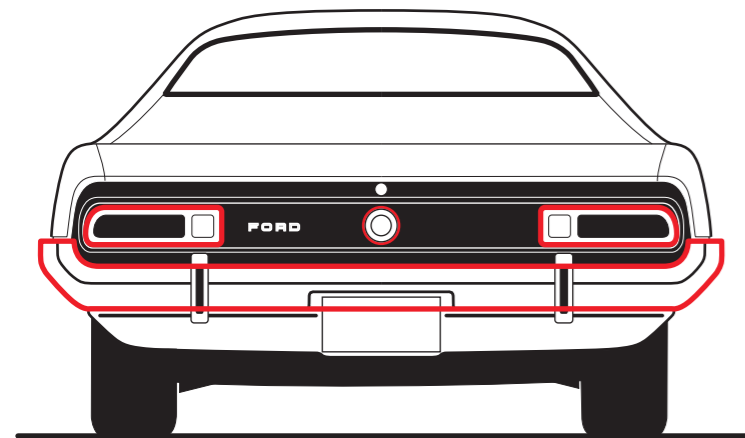
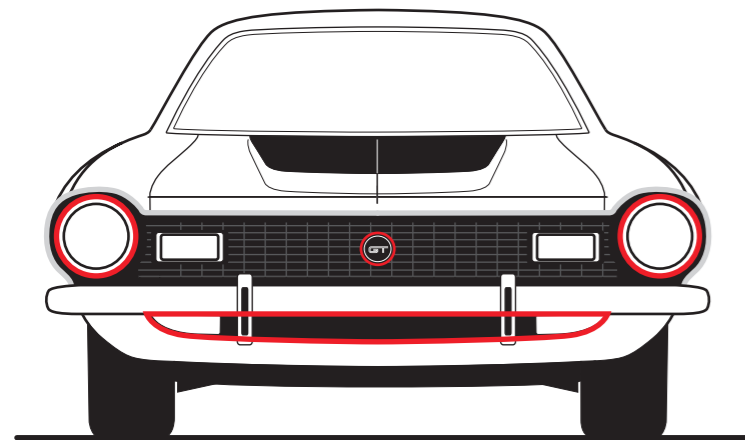


Foto: Emanuel Naroli

5.3 COMPARAÇÃO QUANTO A AUTO-EXPRESSÃO, INTERPRETAÇÃO FORMAL E A HIERARQUIA DOS ELEMENTOS DO DESIGN AUTOMOTIVO

Nesta etapa será realizado a comparação do modelo clássico com a releitura, objetivando demonstrar o estudo realizado de tradução e interpretação formal para alcançar o resultado final.

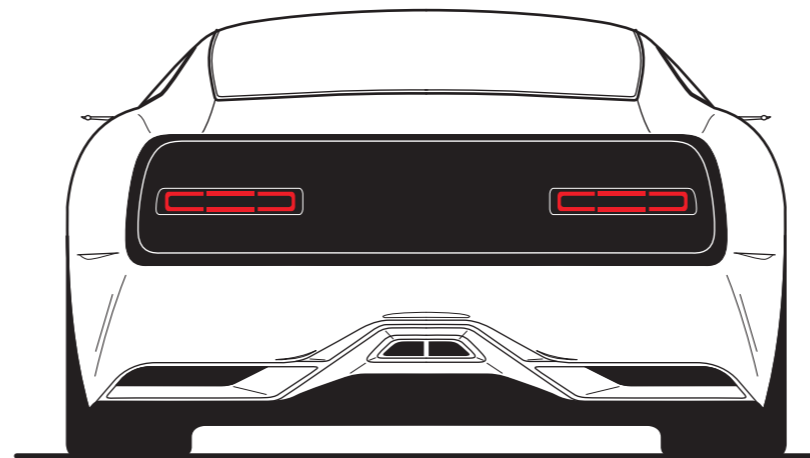
5.3.1 AUTO - EXPRESSÃO



AGRESSIVO



SARCÁSTICO



ATENCIOSIDADE



ALEGRE

Em relação a auto-expressão, comparado o clássico com o conceito desenvolvido, pode - se observar na vista frontal que:

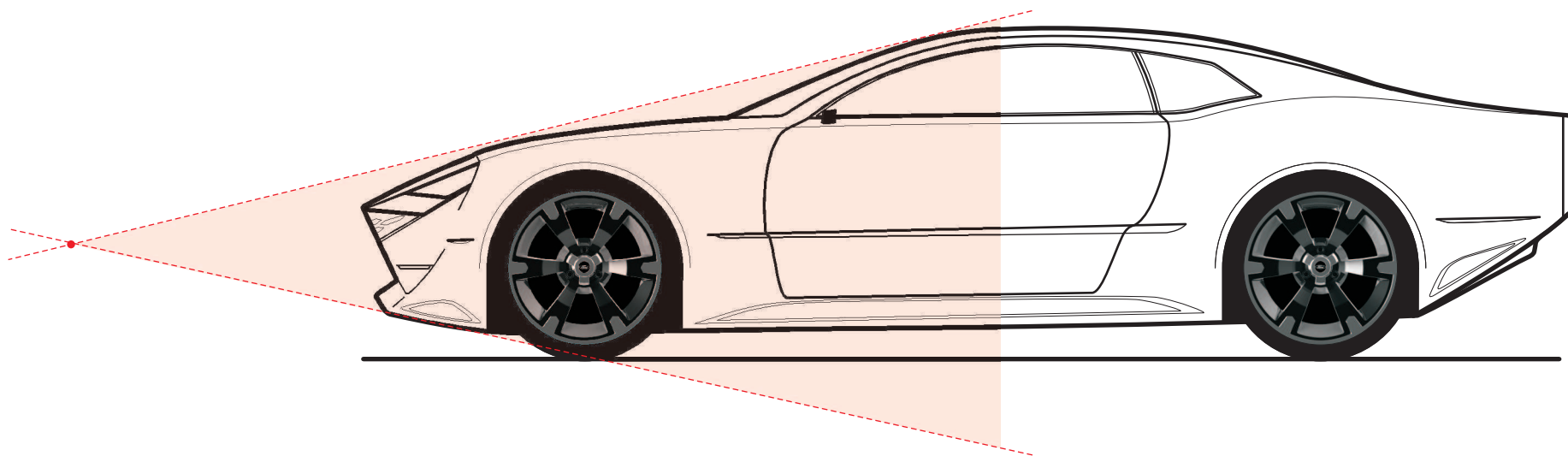
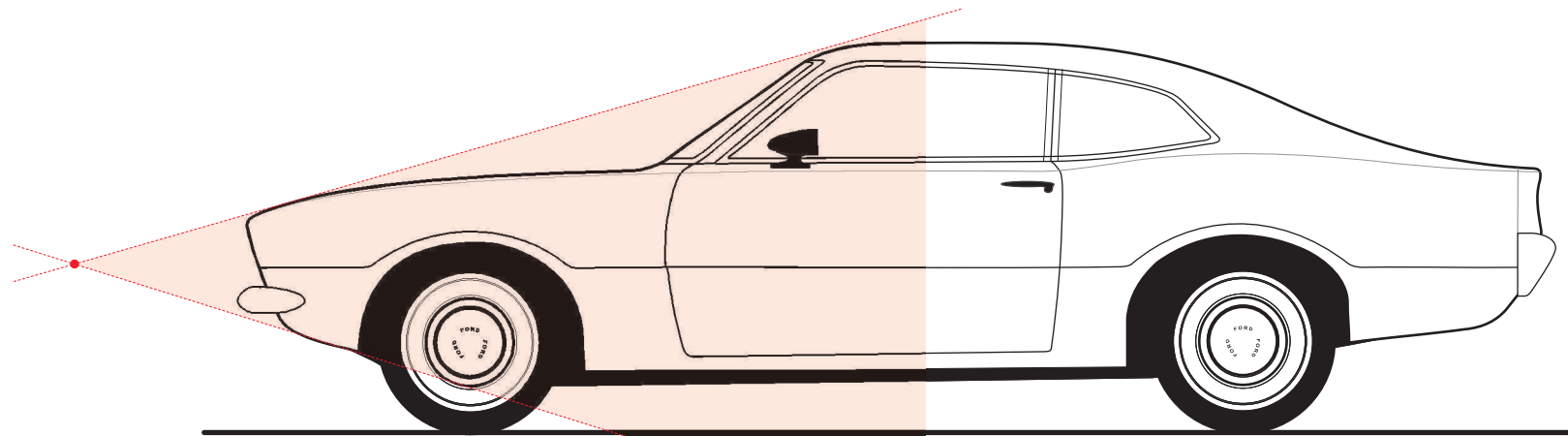
Clássico: Alegre (formas arredondadas)
 Conceito: Agressivo/Sarcástico (formas retilíneas e anguladas)

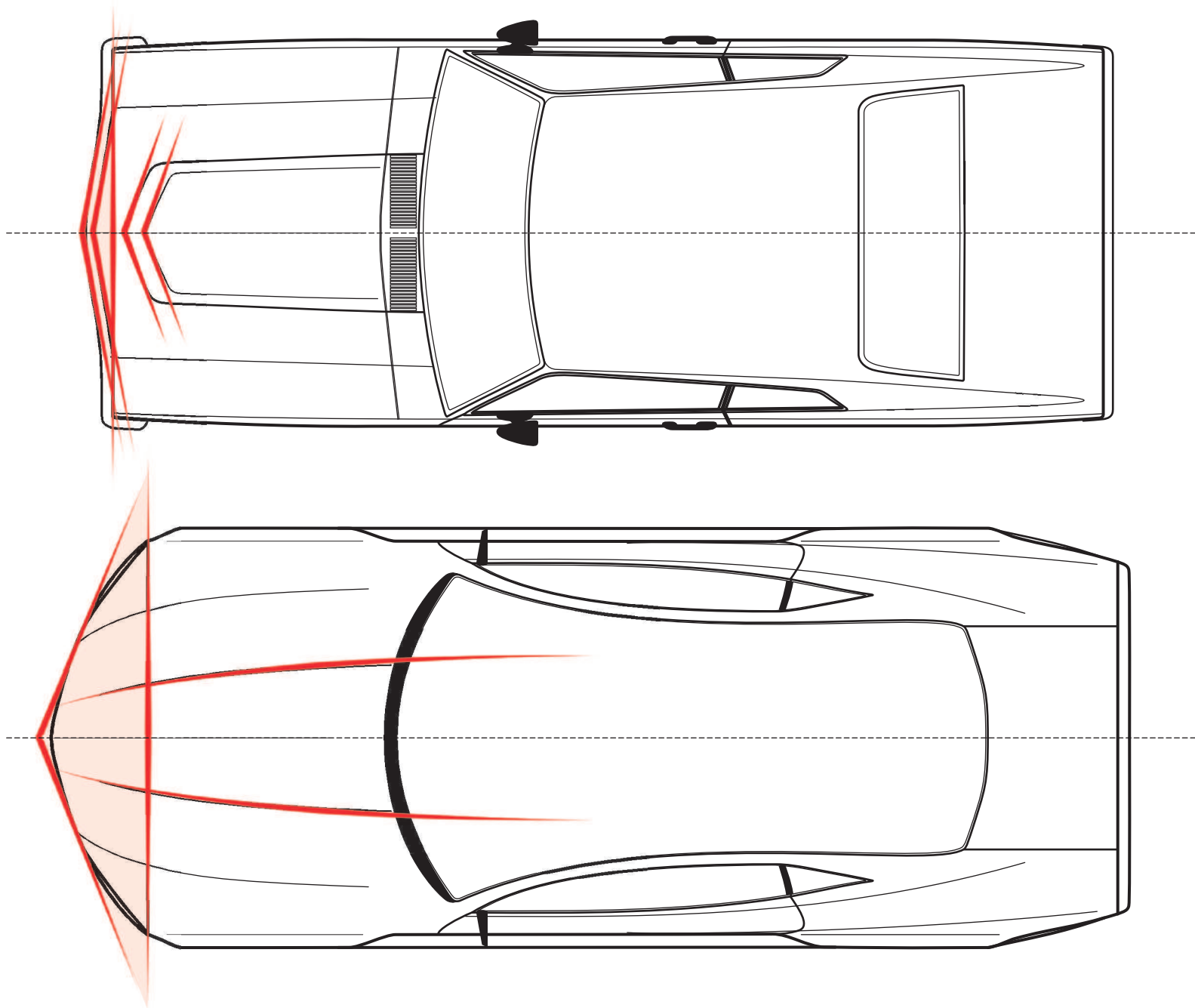
Abstraindo a configuração do conceito é notório observar que a agressividade é realçada pela angulação que da ao mesmo um aspecto de tridimensionalidade e atitude, complementada pela parte de ligação representada semanticamente pela "boca", em que pode ser interpretada de dois modos, ainda mais agressivo e sarcástico.

Na vista traseira, no modelo clássico contemos uma expressão alegre, de modo que sua interpretação conceitual teve como resultado uma expressão de atenciosidade e alegria através da bipartição do contorno.

5.3.2 INTERPRETAÇÃO FORMAL

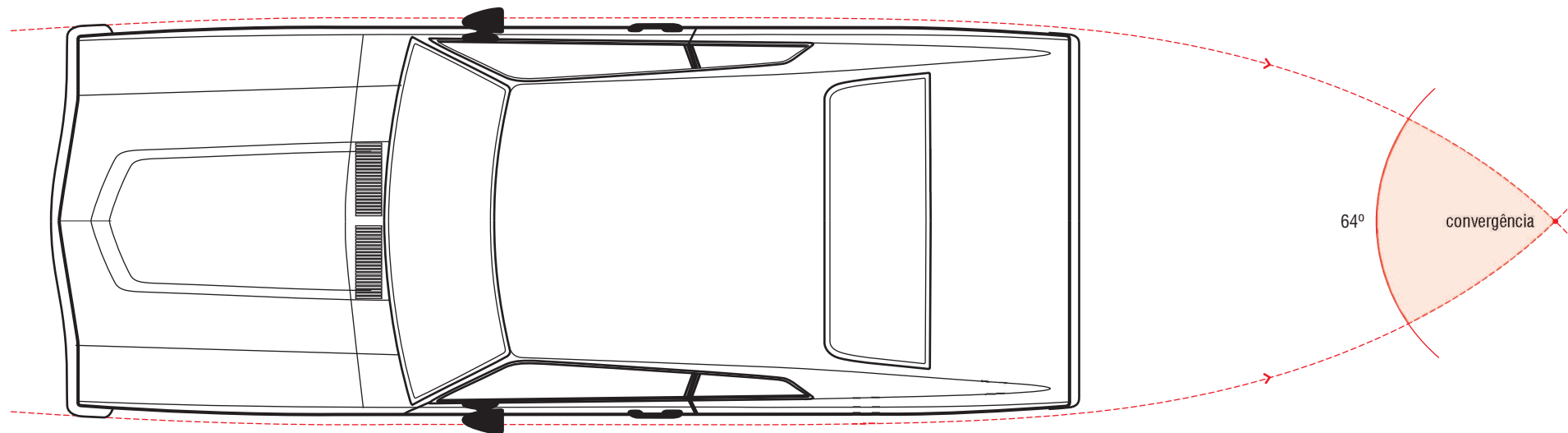
Na imagem ao lado compreende-se que o conceito leva consigo o mesmo ponto de indicação de sentido existente no clássico. Formado a partir de duas linhas tangenciais convergentes para o mesmo ponto, caracterizando seu direcionamento e atitude.



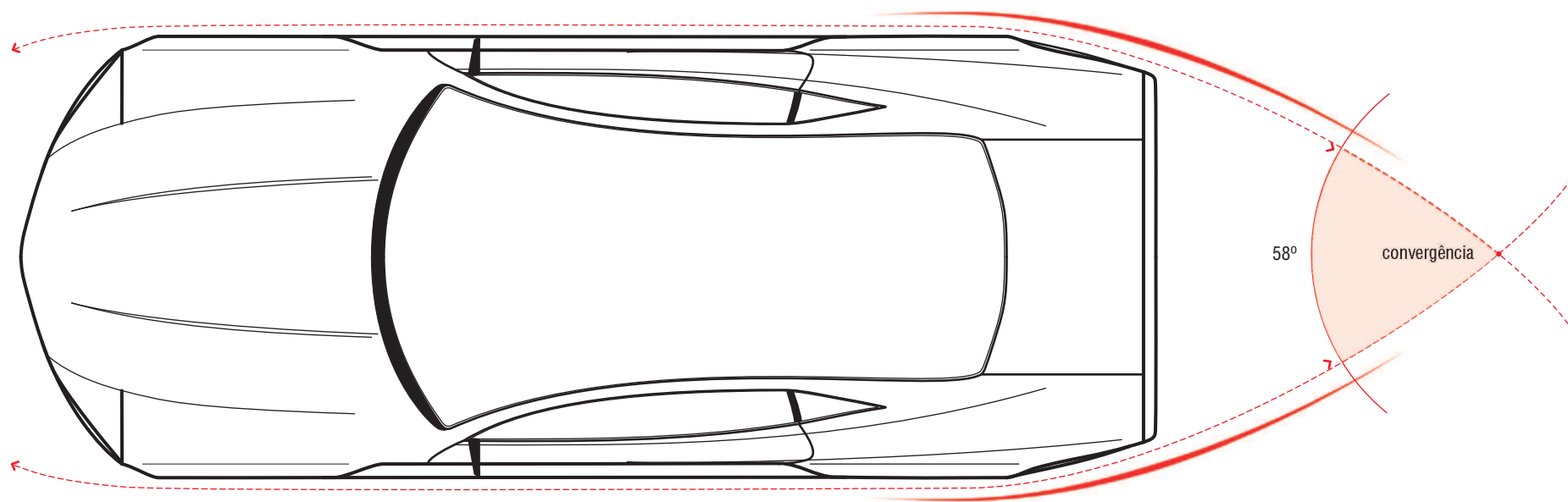


Na vista superior do conceito, o direcionamento do modelo clássico foi preservado, através do prolongamento em seta contido no capô, visualmente formado pela composição de um “V” e uma linha de transição, que no conceito essa interpretação mantida e utilizada em uma escala maior.

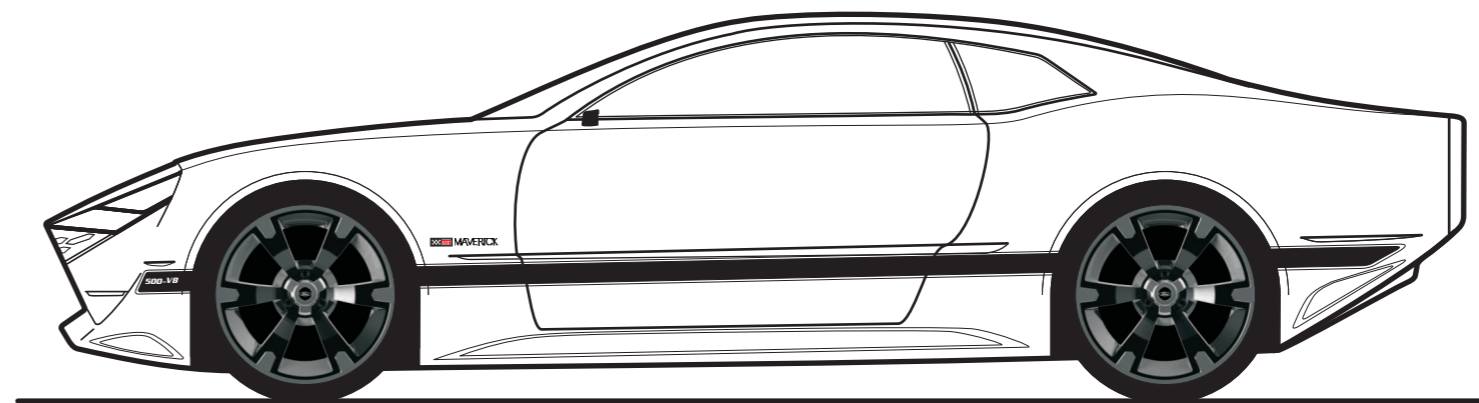
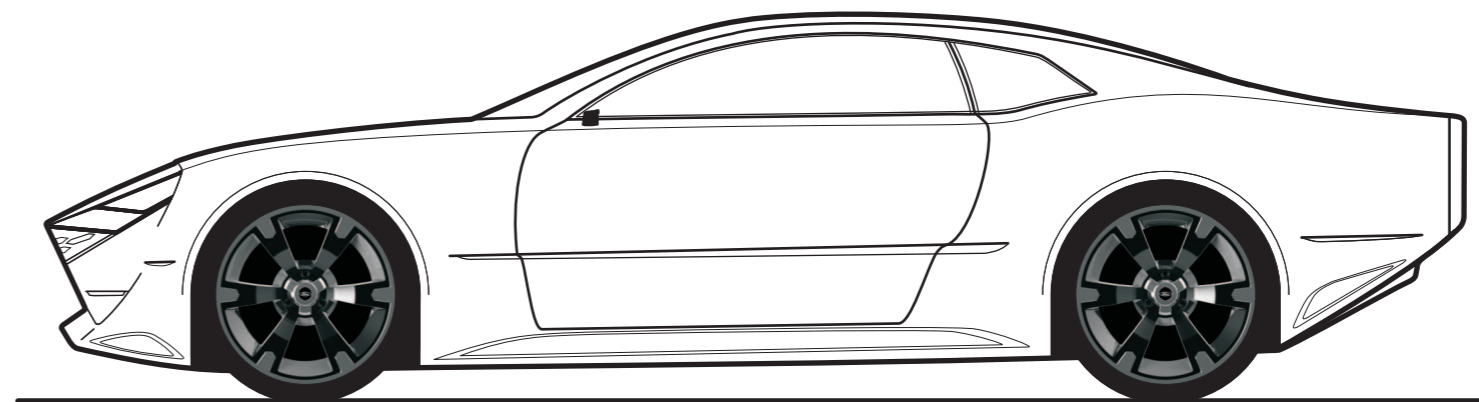
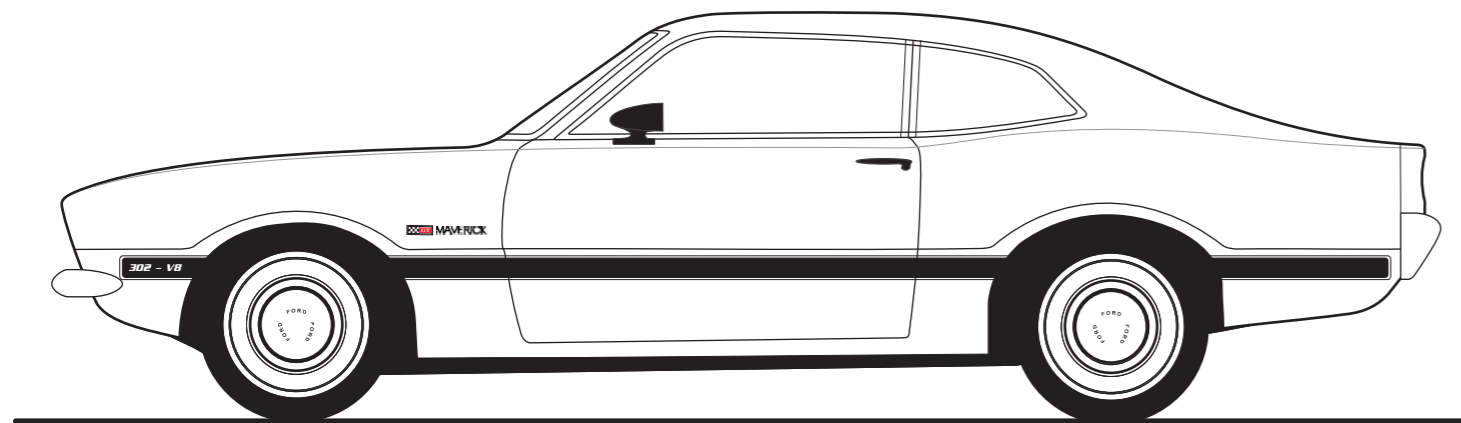
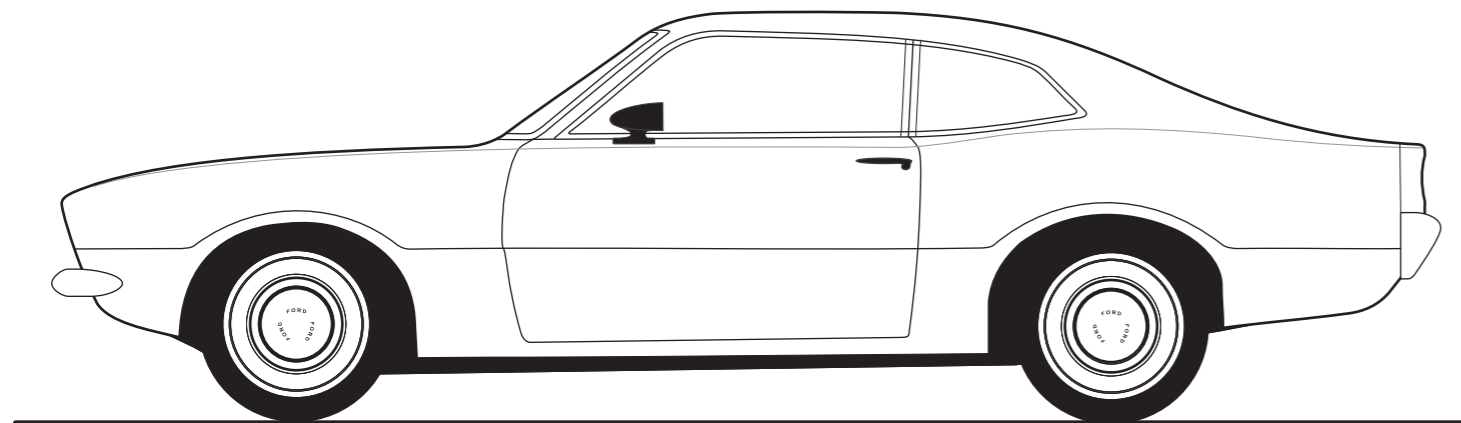
Pode-se perceber que no clássico o elemento seta, é repetido gradativamente, no entanto no conceito o mesmo é representado uma única vez para toda composição, como o elemento do capô.



Ainda na vista superior, o ângulo de convergência existente na traseira do modelo clássico, foi aprimorado no conceito tonando-o mais dinâmico e sedutor, através da redução do ângulo de 64° para 58°, buscando uma analogia às curvas do corpo feminino, referência primordial quanto sedução.

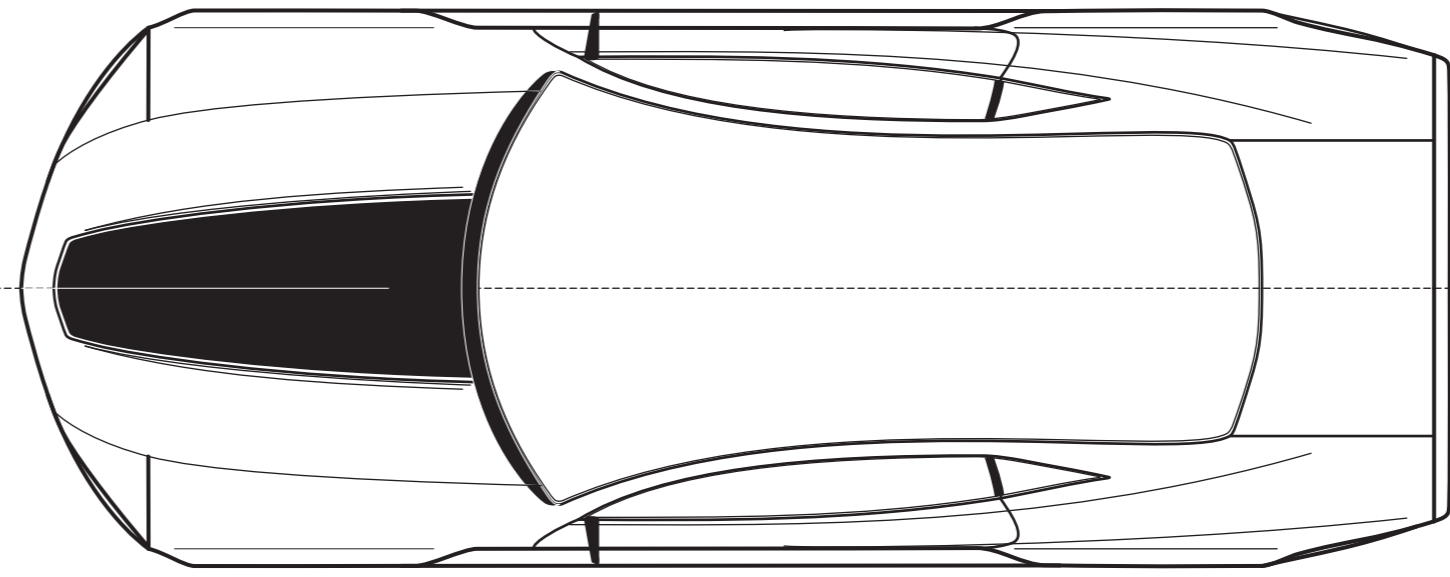
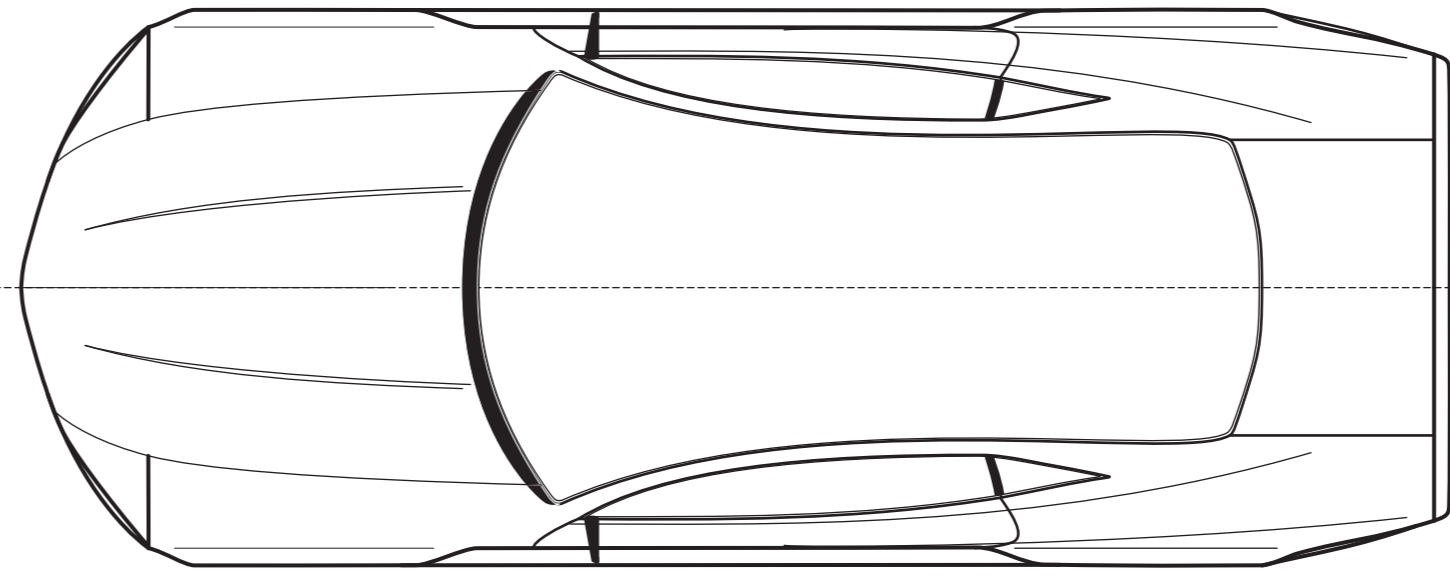
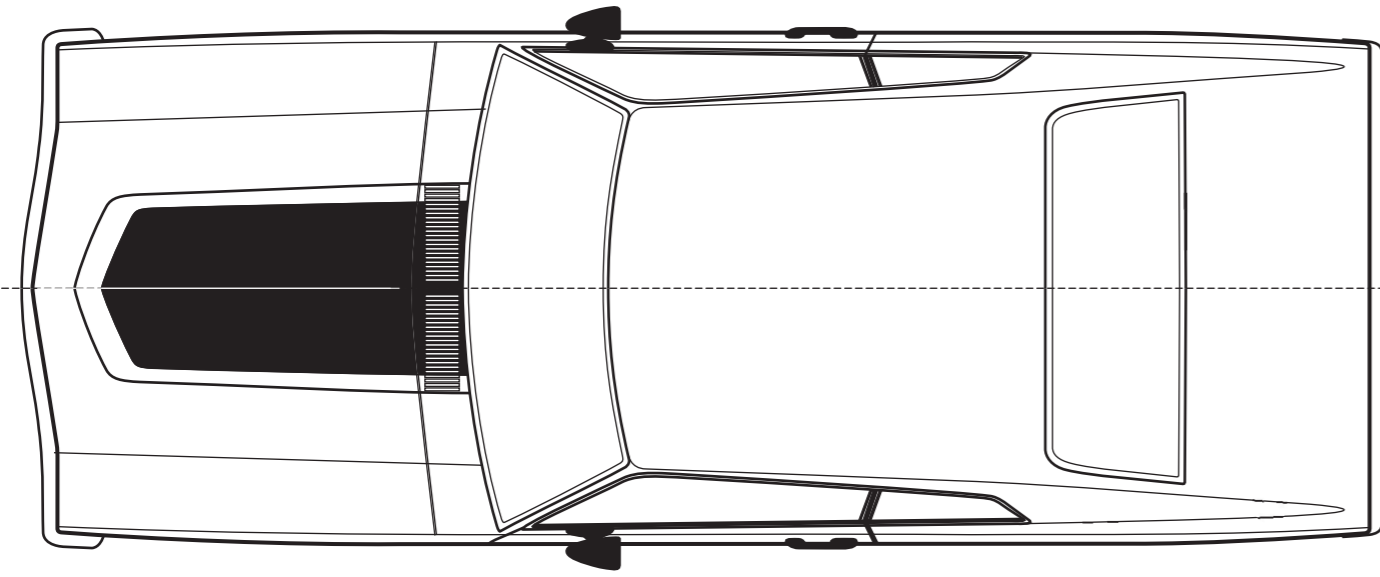
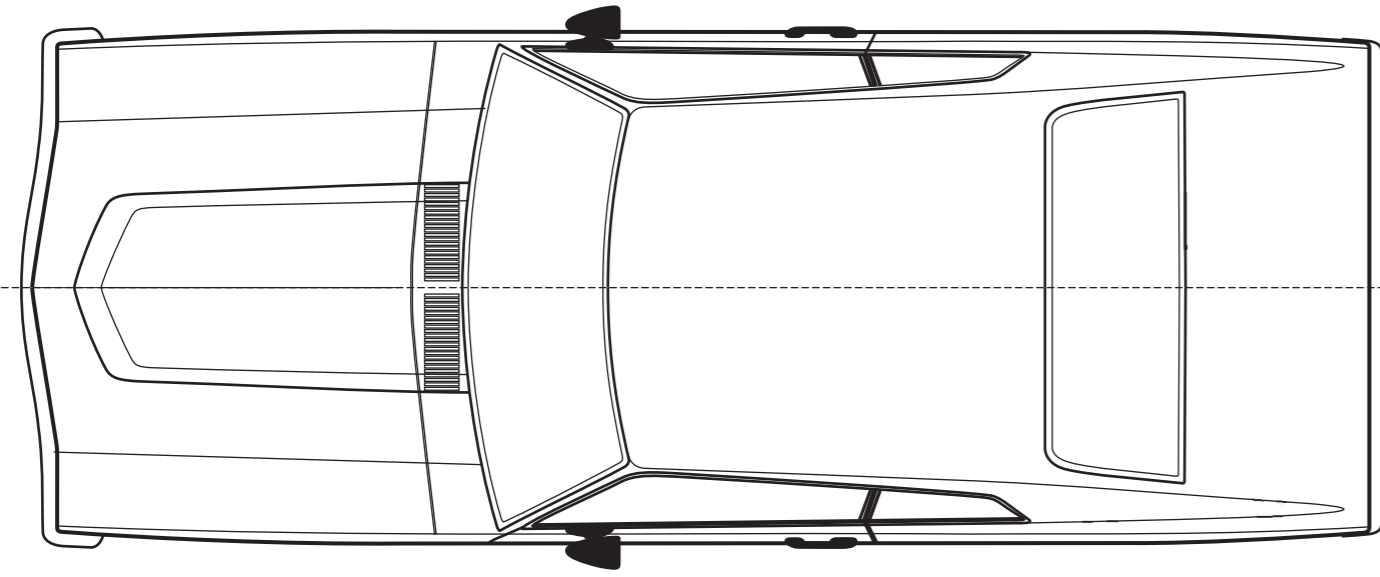


5.3.2.1 ELEMENTOS GRÁFICOS



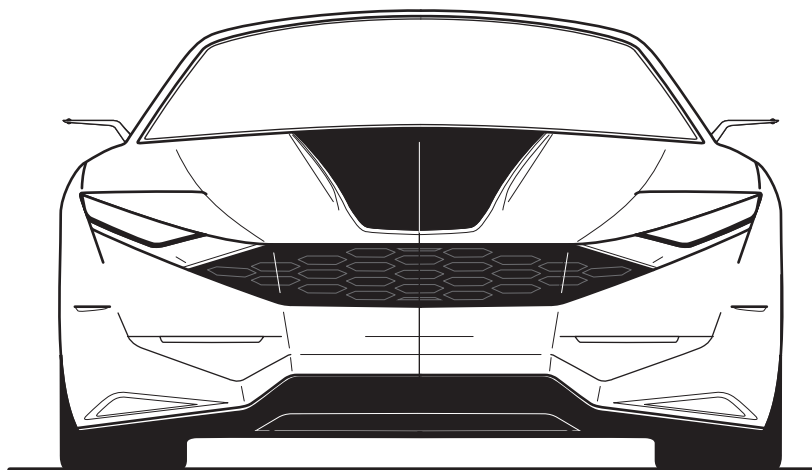
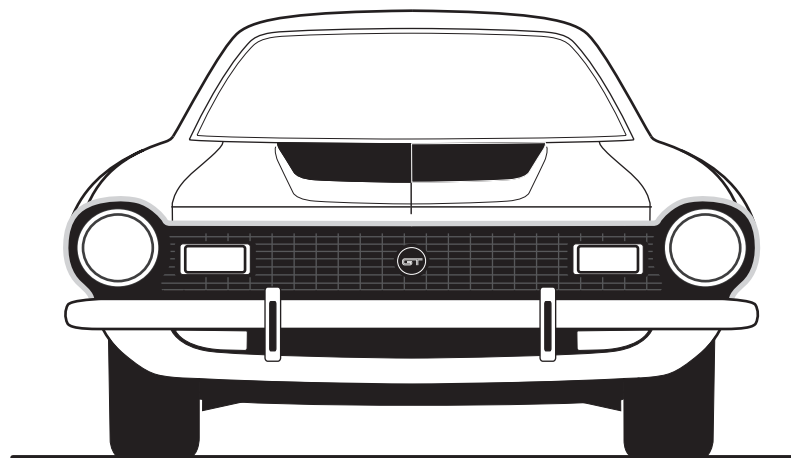
O elemento gráfico do modelo clássico, foi aplicado da mesma forma no conceitual, sendo utilizado como um elemento de destaque para a versão GT.

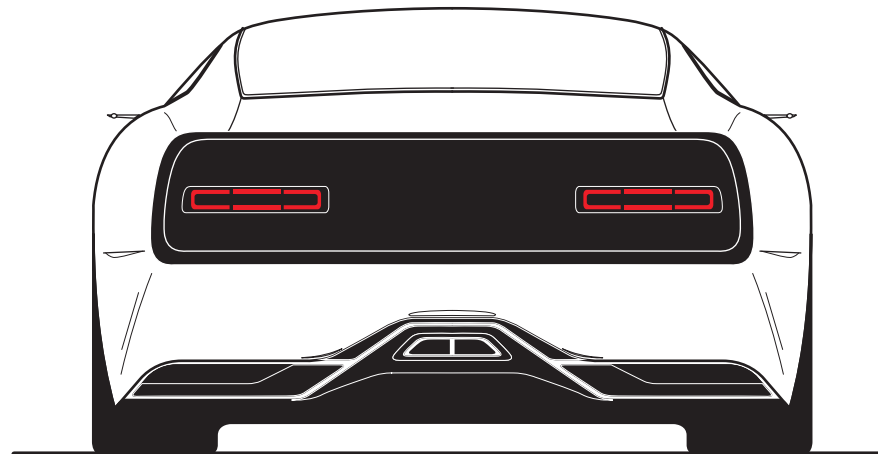
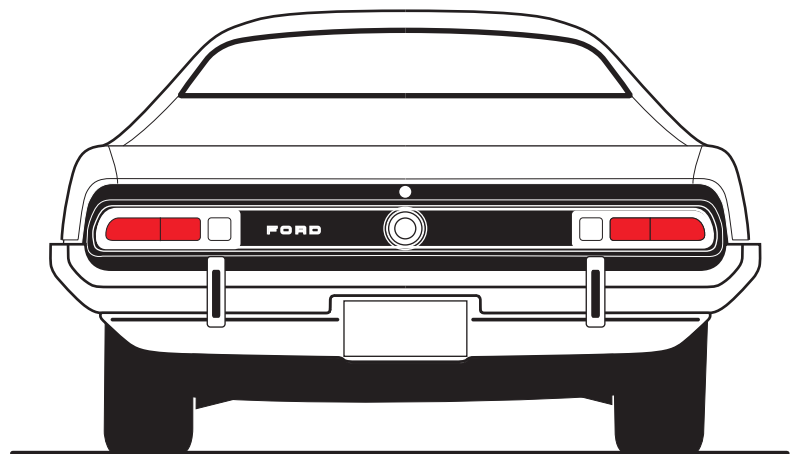
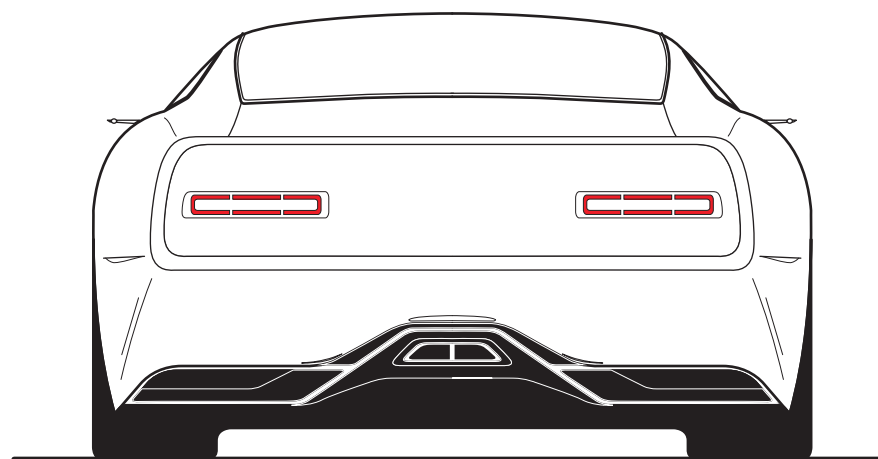
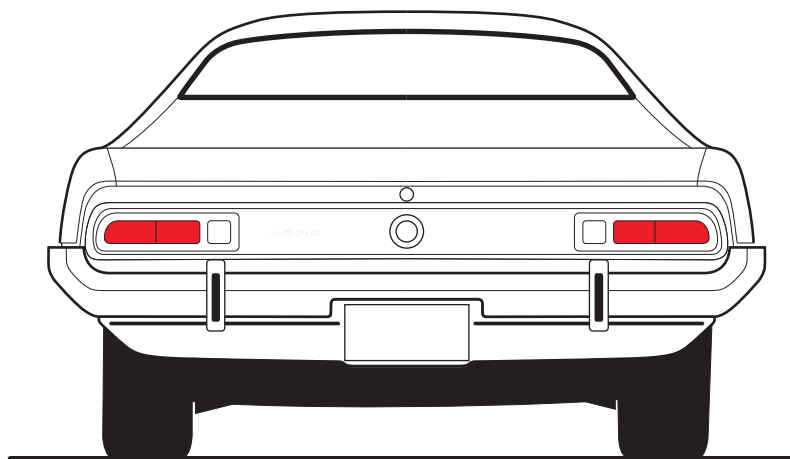
Aplicado abaixo da *character line*, o recurso visualmente ressalta a continuidade da mesma, permitindo de forma alusiva o aumento na altura e no comprimento do veículo.



Baseado no modelo clássico, na vista superior do conceito, observa-se que elemento gráfico aplicado na versão GT sobre o capô, além de destacar o elemento existente no mesmo, torna-o mais longo.

O recurso utilizado na vista frontal remete ao mesmo percebido no modelo clássico, que engloba os elementos: farol, farol de milha e marca; de uma extremidade à outra, proporcionando aumento de largura.

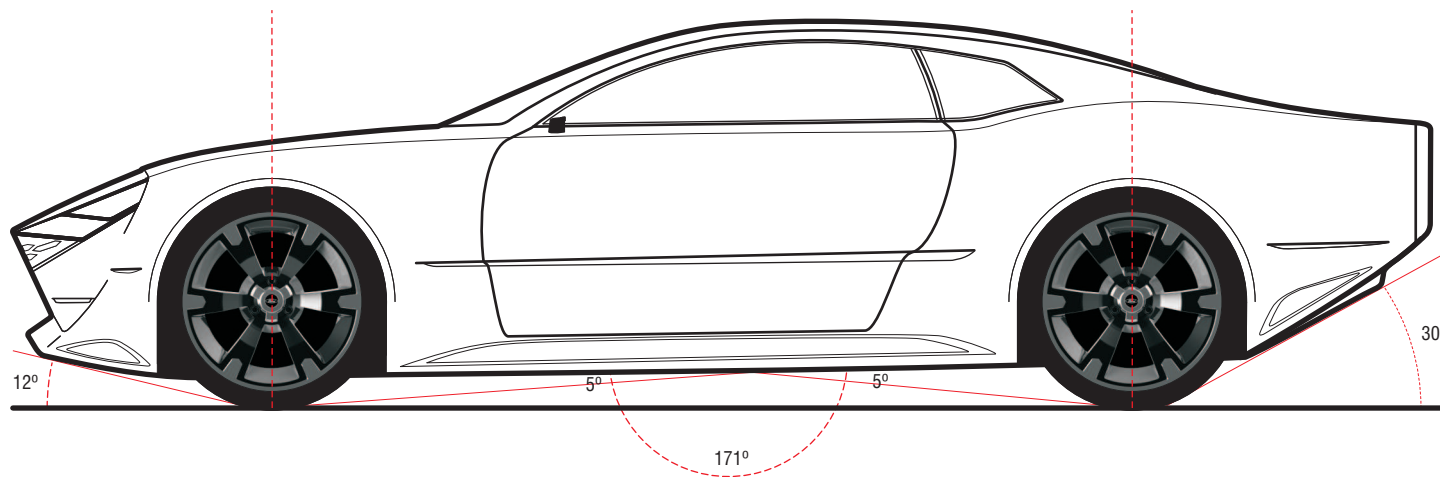
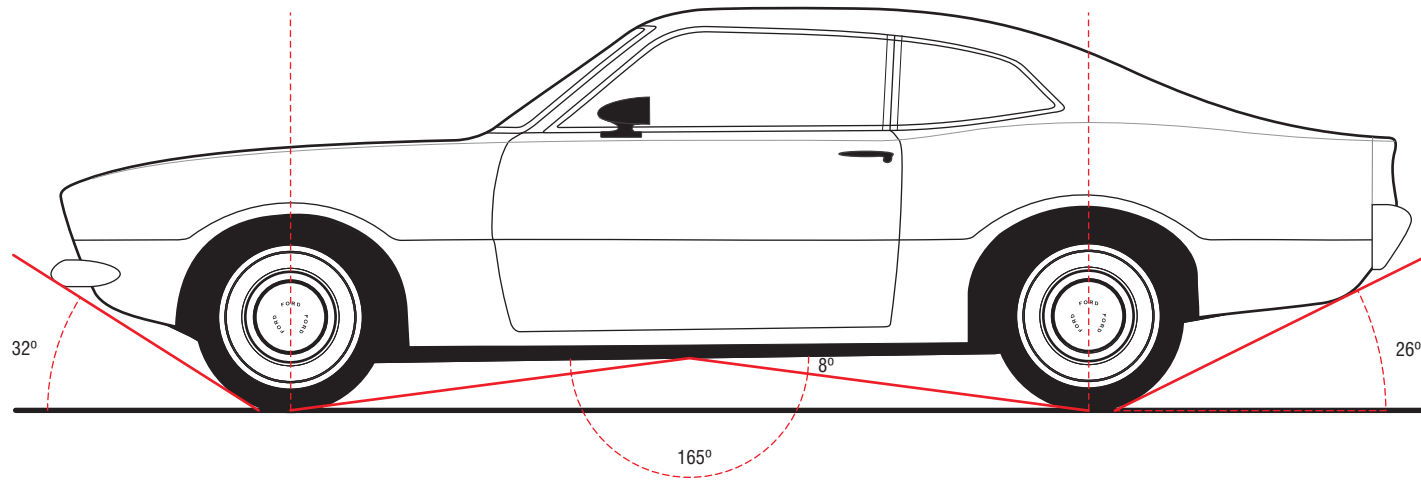




Na vista posterior o elemento gráfico é aplicado no painel traseiro com intuito de ressaltar os faróis, além de ser um recurso que ocasiona um peso visual, deixando-a mais alta e robusta.

Já o stroker, é utilizado na traseira um pouco mais alto, com propósito de reduzir esse efeito visual, tornando-a leve e menos robusta.

5.3.2.2 PROPORÇÃO



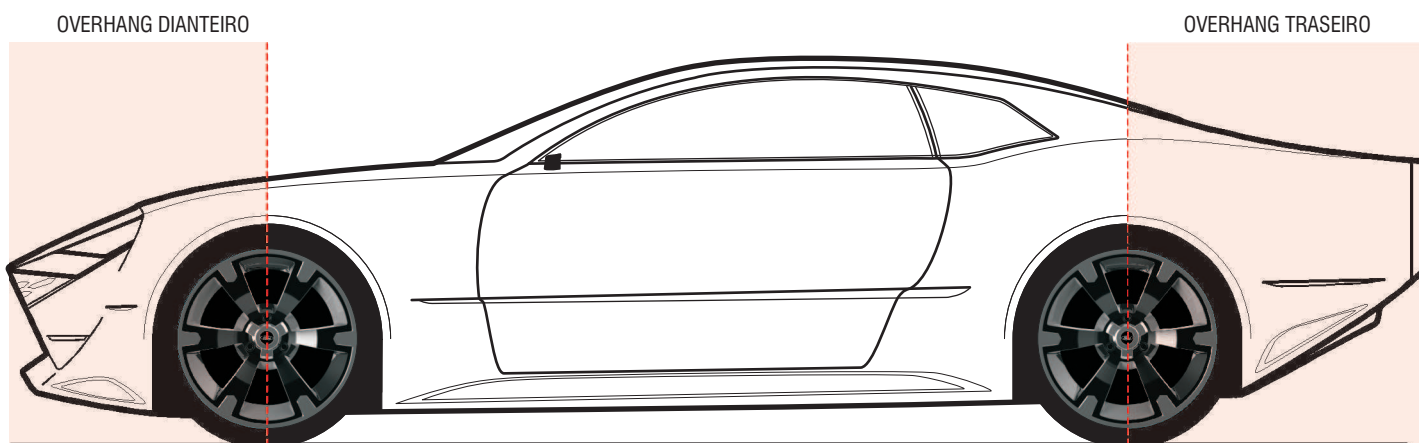
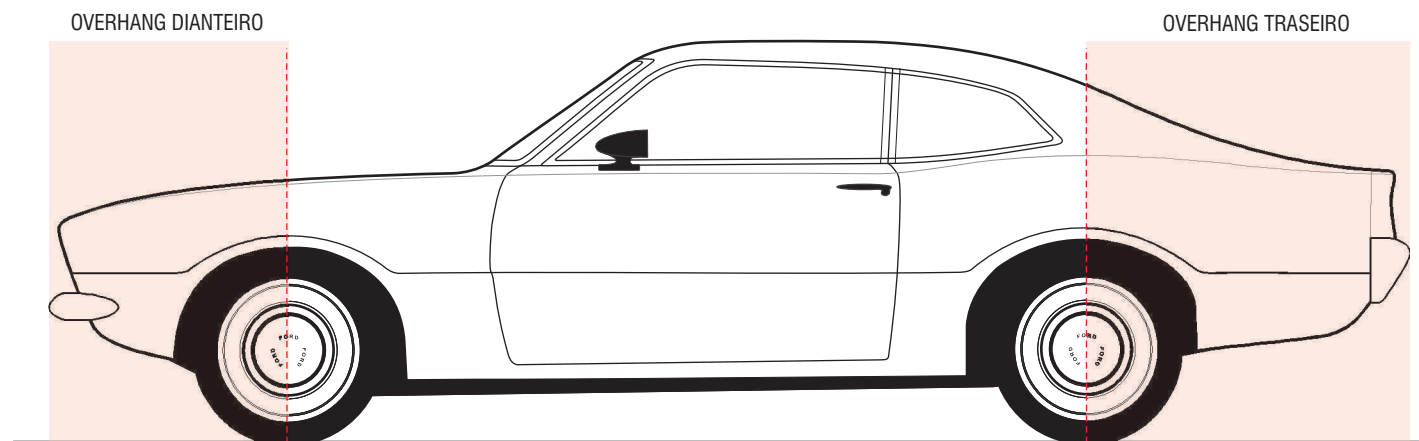
No estudo de *Ground Clearance*, observa-se a comparação do clássico com o conceito demonstrando seu ângulo de rampa, ângulo de entrada e ângulo de saída, em que:

- 1) Clássico
 - Ângulo rampa: 8°
 - Ângulo de entrada: 32°
 - Ângulo de saída: 26°
- 2) Conceitual
 - Ângulo rampa: 5°
 - Ângulo de entrada: 12°
 - Ângulo de saída: 30°

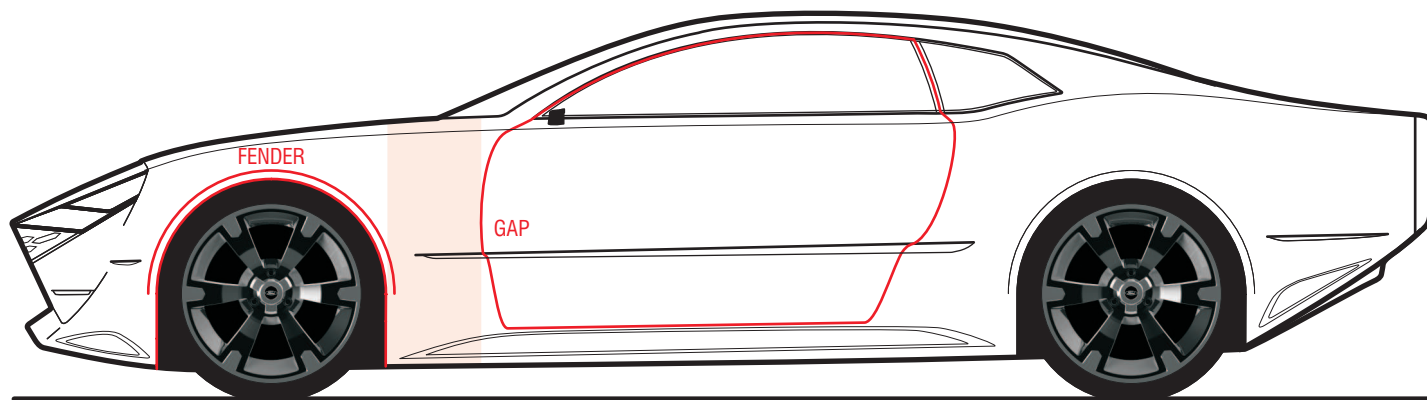
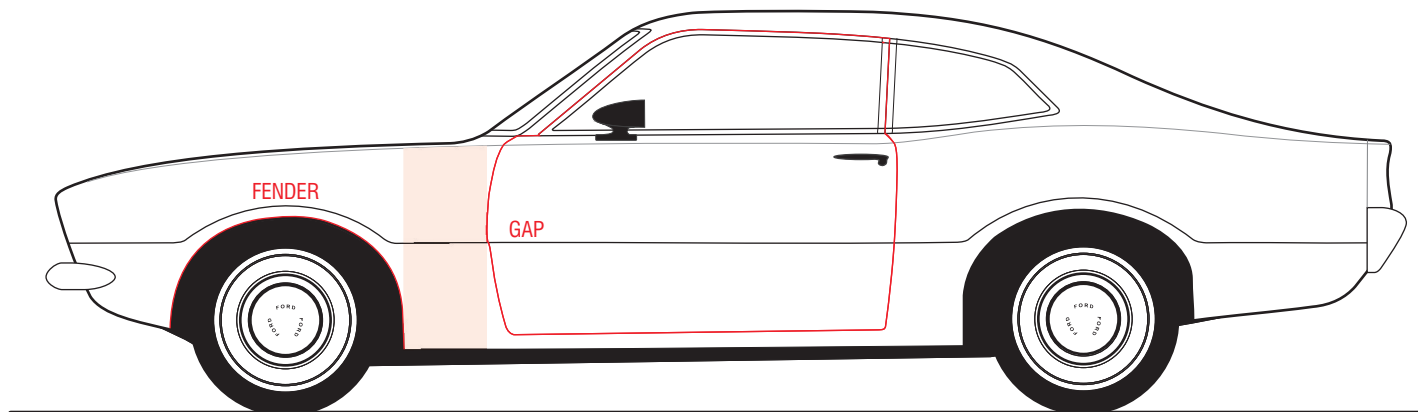
Através desses valores conseguimos demonstrar a diferença entre ambos, onde os valores apresentados do conceito possibilita ao mesmo:

- Ângulo de rampa menor, deixa-o mais estático;
- Ângulo de entrada menor deixando semelhante a angulação contida no capô refletido o direcionamento e atitude;
- Ângulo de saída maior pelo elo de ligação com a *character line*;

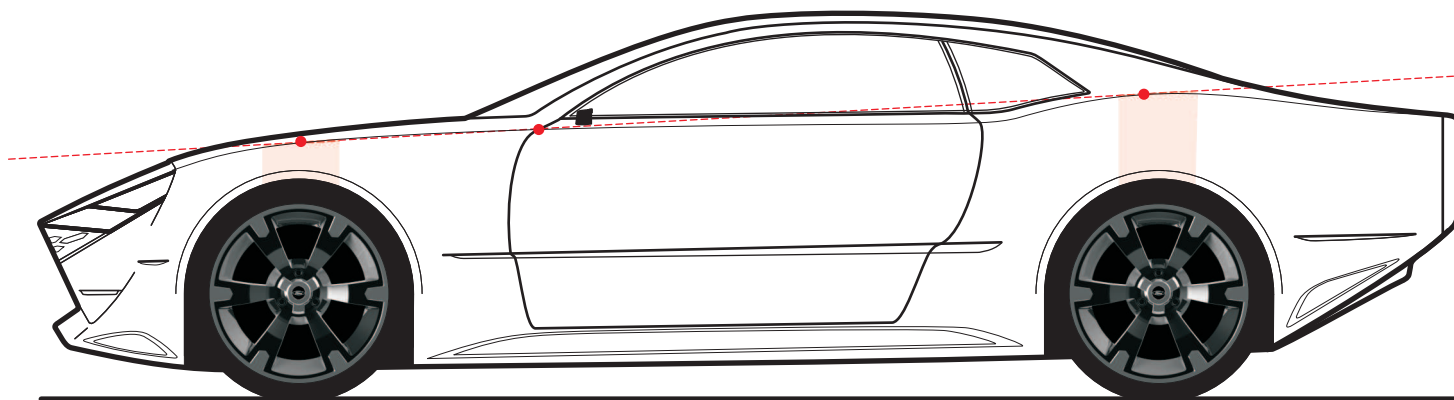
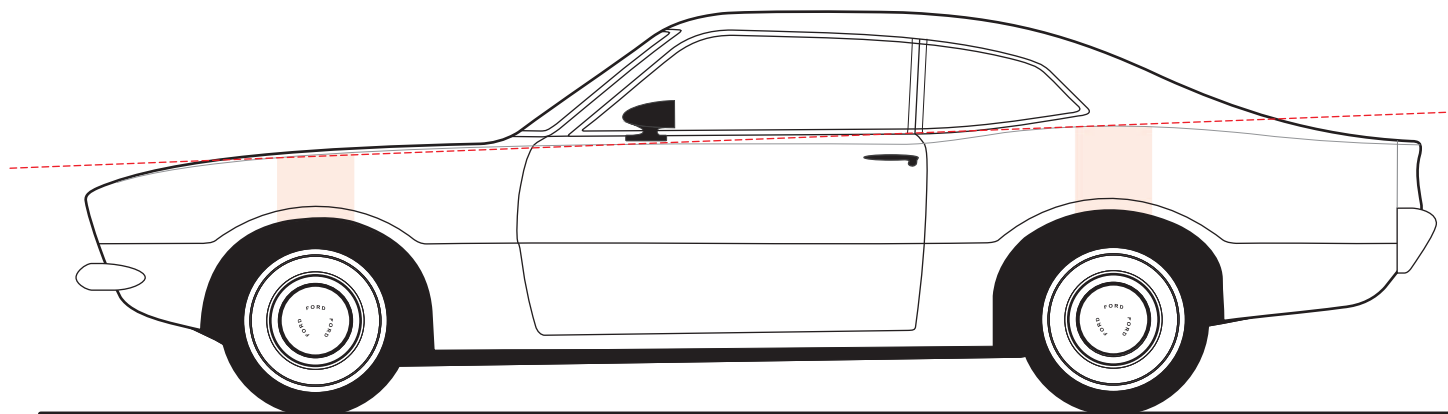
Nas imagens ao lado, observa-se no conceito a preservação do *overhang* tanto dianteiro quanto traseiro, hereditariedade do clássico.



O espaço contido entre a *fender* e o *gap* da porta, foi mantido no conceito, por também tração traseira e motor posicionado longitudinalmente, tendo o *cockpit* mais afastado, sendo uma característica dos *sports coupé*



Outro item preservado foi a altura do *fender* até a *belt line*, onde no conceito observa-se que a dianteira é menor e a traseira mais alta, deixando-o dinâmico e direcional, realçado através de uma linha imaginária que diagonalmente ela traça tocando em três pontos da *belt line*.

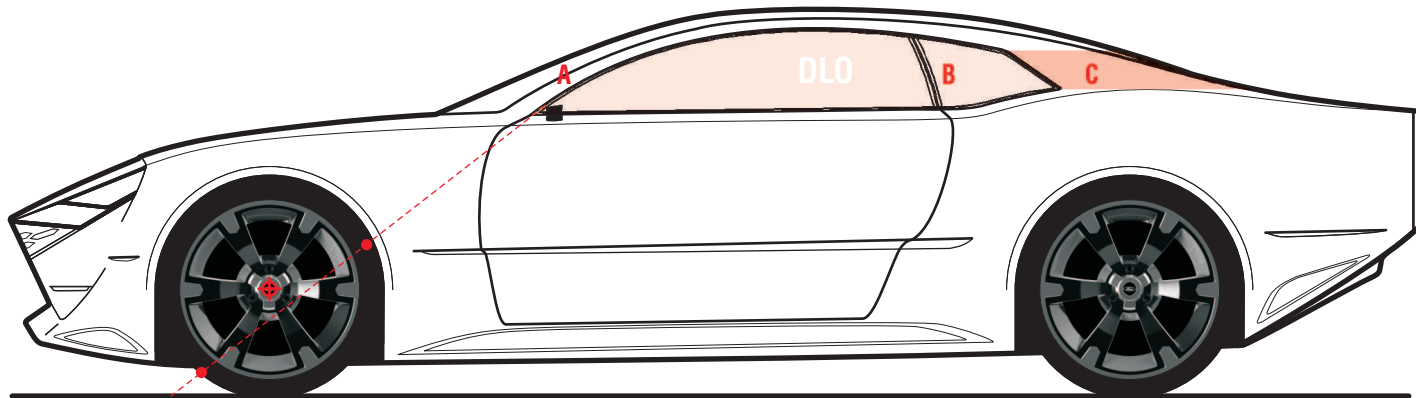
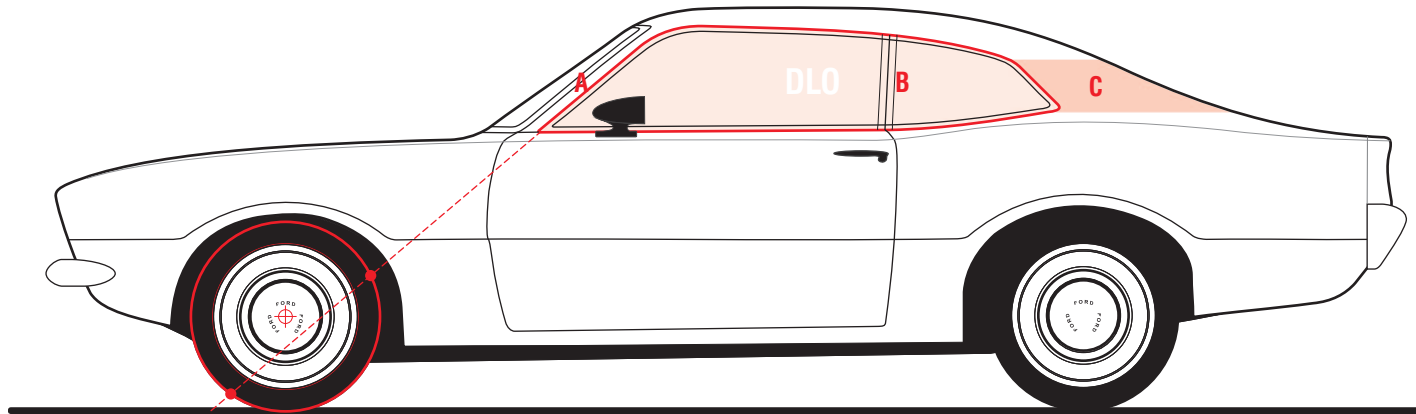


Outro fator quanto a proporção, é o direcionamento da A-Pillar e a contensão de massa existente na C-Pillar, características de cada marca, onde em relação ao clássico observa-se a conservação:

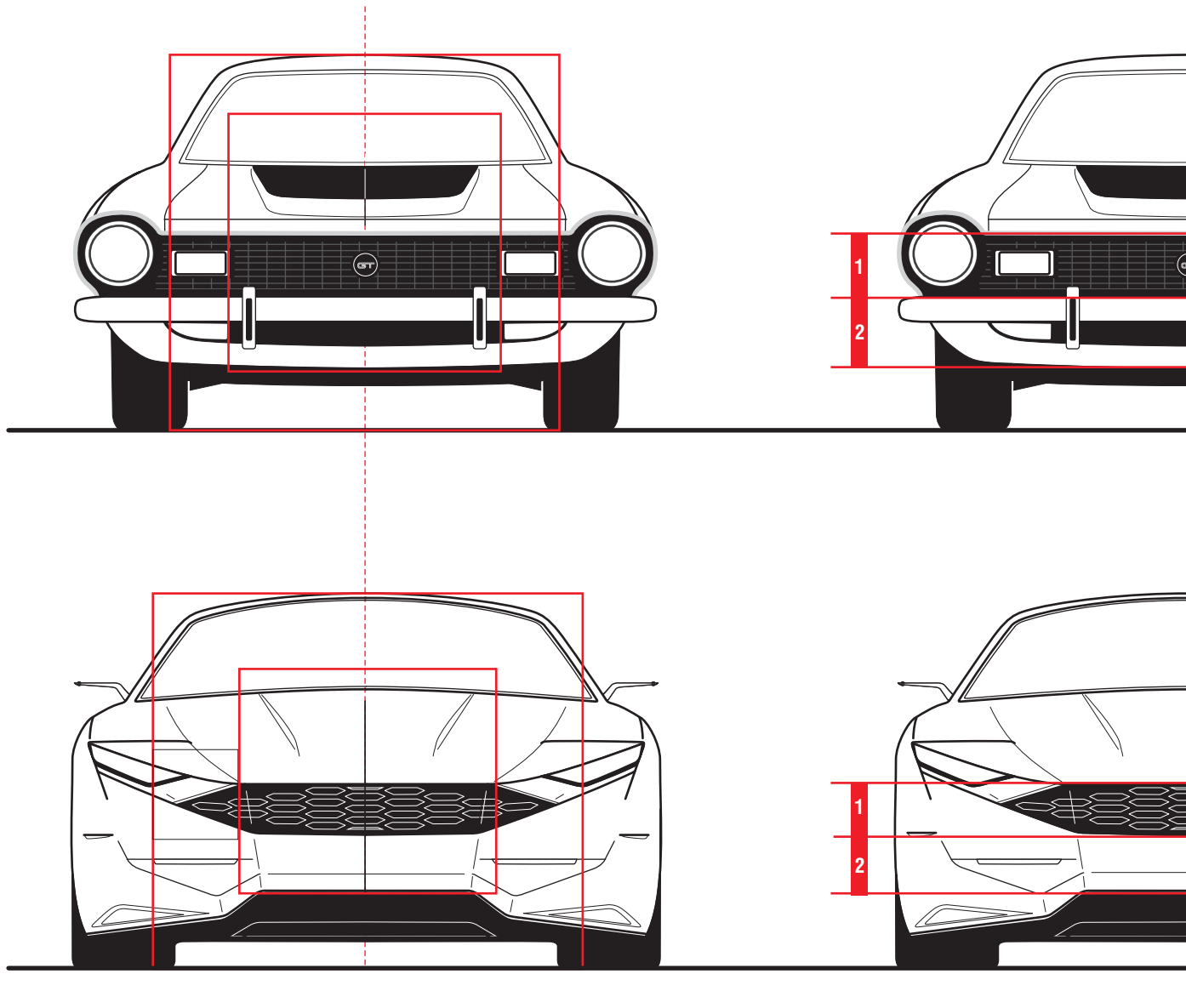
- *C-Pillar*, que transmite a sensação de robustez, pela contensão de massa localizada.

- A projeção da *A-Pillar*, que para formação do gráfico do DLO, a mesma passa diagonalmente próximo ao centro da roda tocando dois pontos externos do conjunto (roda+pneu).

136



SIMETRIA

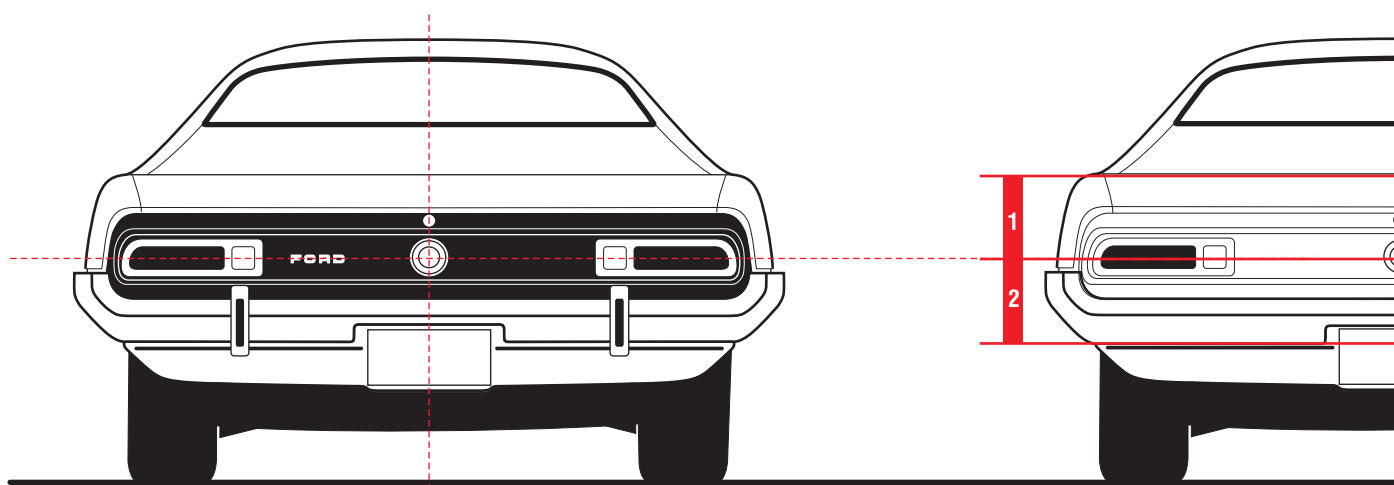


Frontalmente além da simetria o conceito preservou os dois quadrados perfeitos concêntricos que determina a altura do solo ao teto, englobando o farol de neblina. Que no modelo clássico os mesmos englobam o farol de neblina e o farol de milha, de modo que no conceito o mesmo foi integrado no gráfico interno do farol.

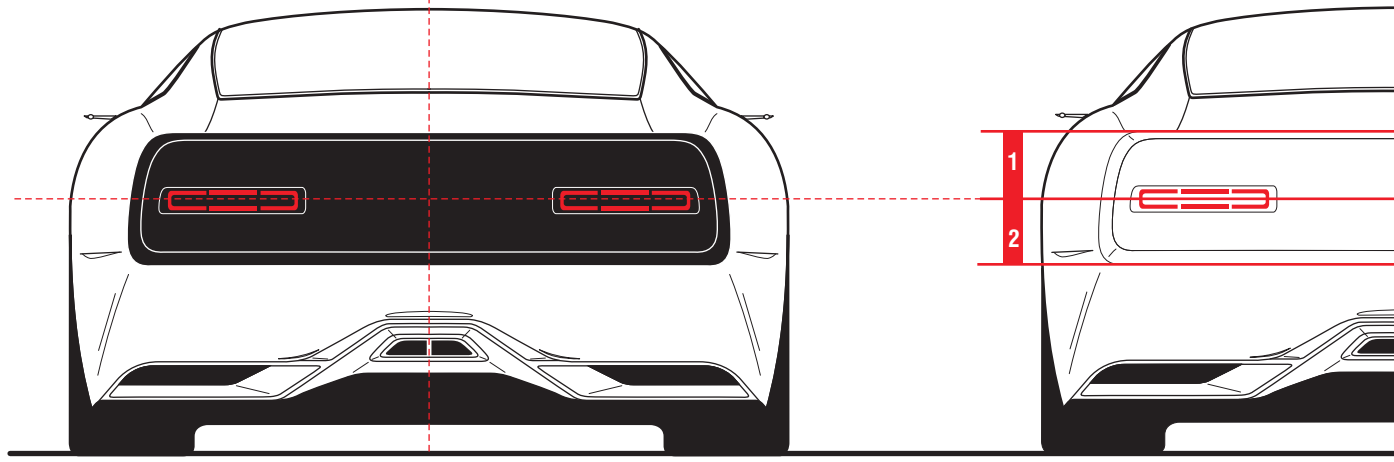
Observa-se também a conservação das duas subdivisões semelhantes:

- a linha superior da grade a parte inferior;
- a parte inferior da grade a linha superior do stroker;

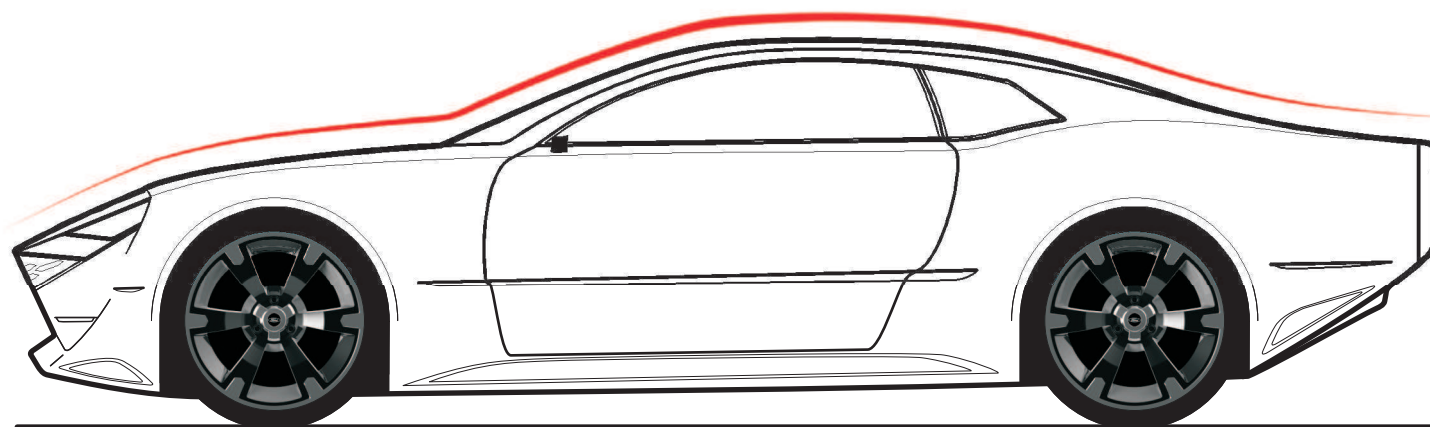
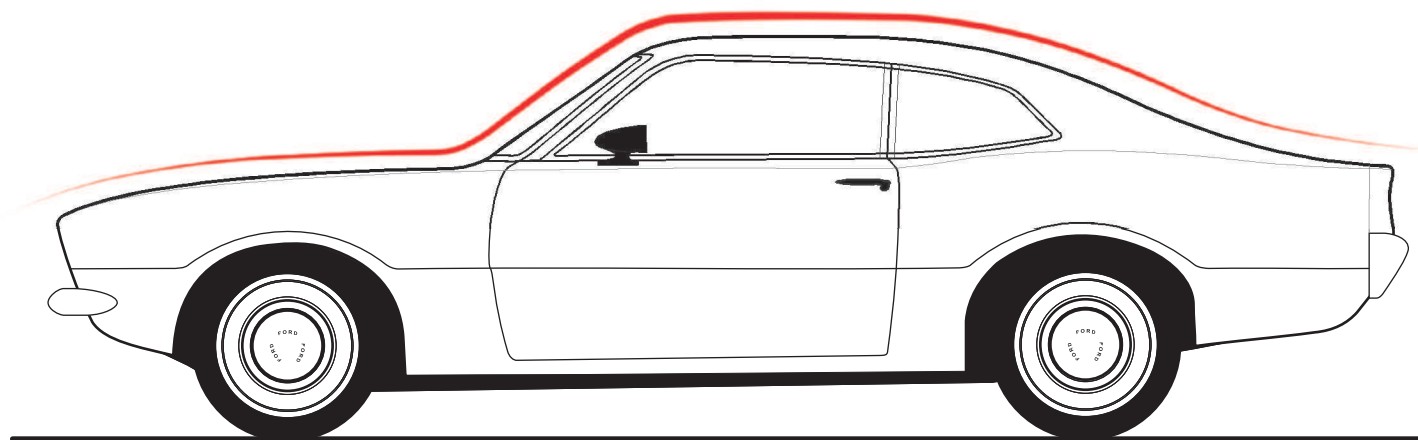
SIMETRIA

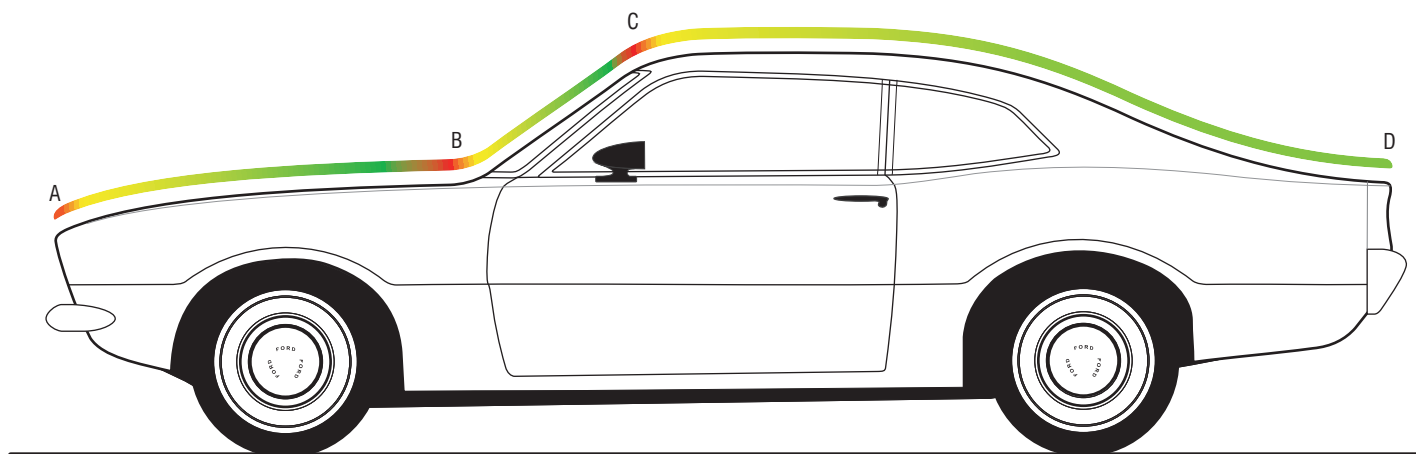


Na traseira, além da simetria o conceito manteve as duas subdivisões idênticas existente no modelo clássico, onde a linha intermediária e subdivisória, tem como referência a metade do farol traseiro.



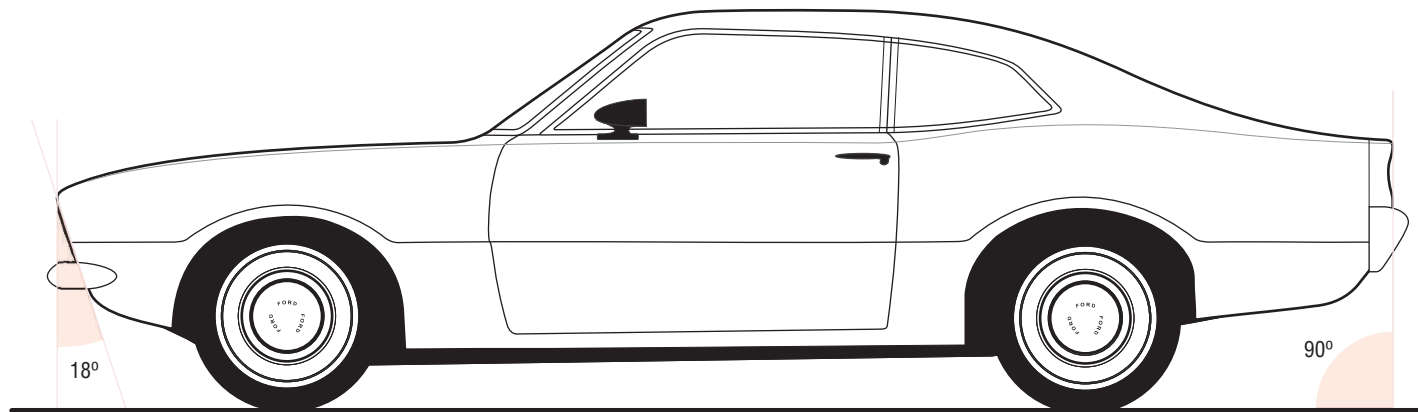
A linha O ou “YO” foi preservada no conceito de forma mais dinamica, passando a sensação de movimento e aceleração, realçando ainda mais o seu fator aerodinâmico, levando consigo as características hereditarias do modelo classico, velocidade e performance.





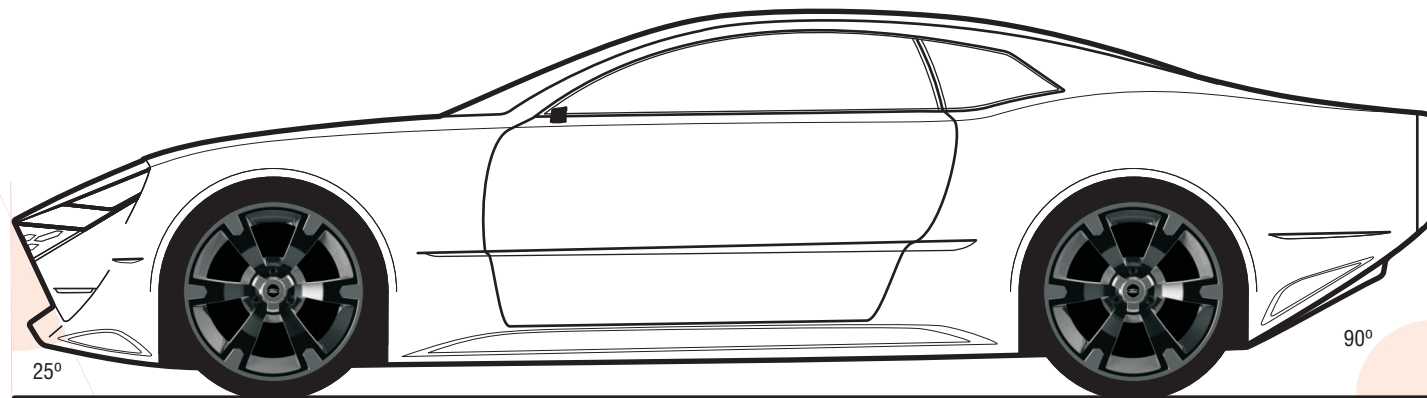
Quanto ao senso de aceleração, representado pelas gradação de cores quentes a cores frias. Comparando os dois modelos, a linha 0 do conceito ela contém mais aceleração do que desaceleração, contendo dois pontos, A inicial e B intermediário, enquanto no clássico são três pontos de desaceleração, A inicial, B e C intermediária, o que resulta a confirmação da suavidade da linha, sobressaltando a esportividade do modelo.



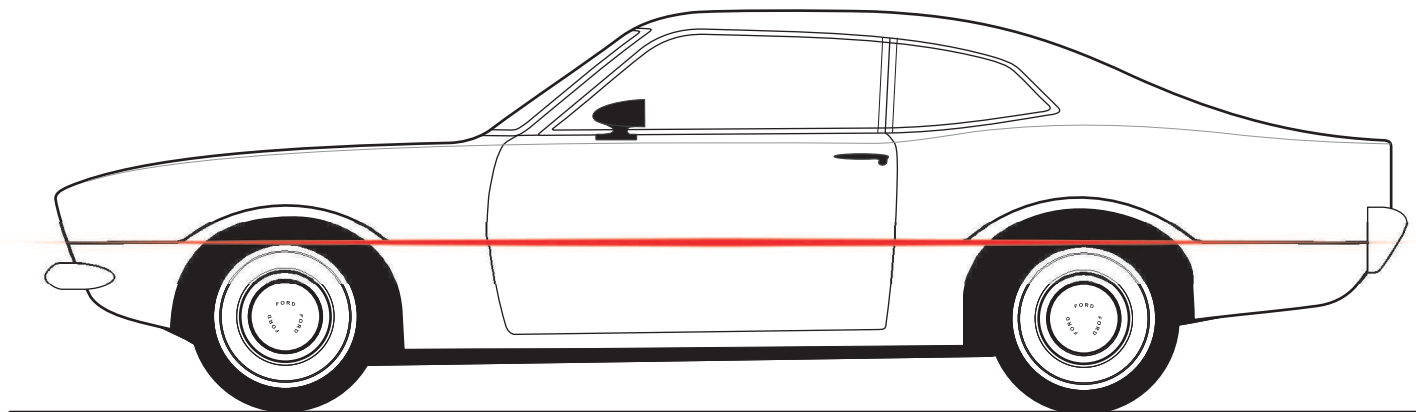


Através das imagens ao lado, observa-se a preservação do ângulo de ataque, tendo um aumento de 7° comparado ao clássico, o que deixa o conceito com mais atitude, agressividade e direcionamento. Tendo como referência a analogia ao ângulo de ataque da cabeça do tubarão (pag...).

Já o ângulo traseiro ele foi mantido com o mesmo valor de 90°.



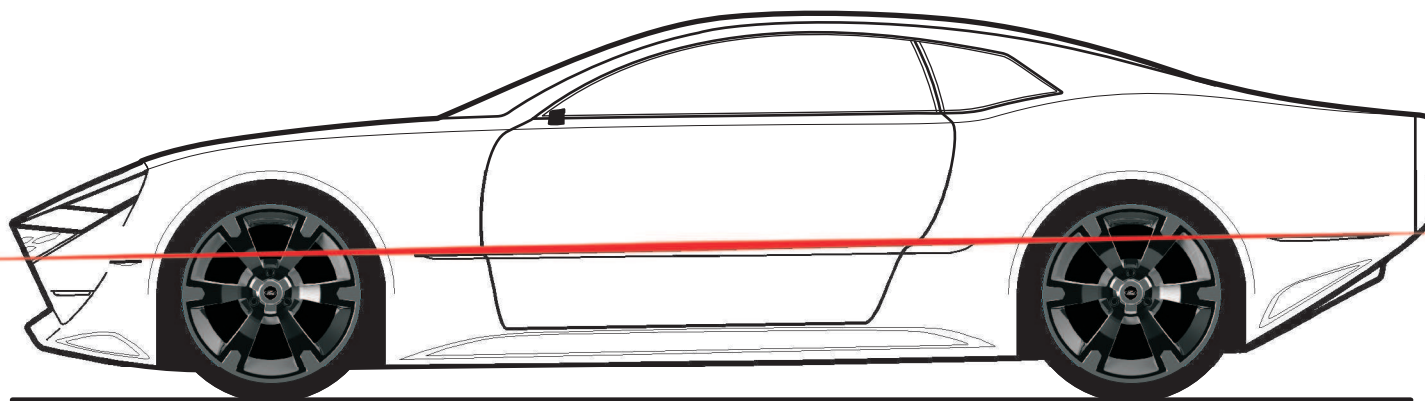
5.3.2.3 SECÇÕES/ SUPERFÍCIES



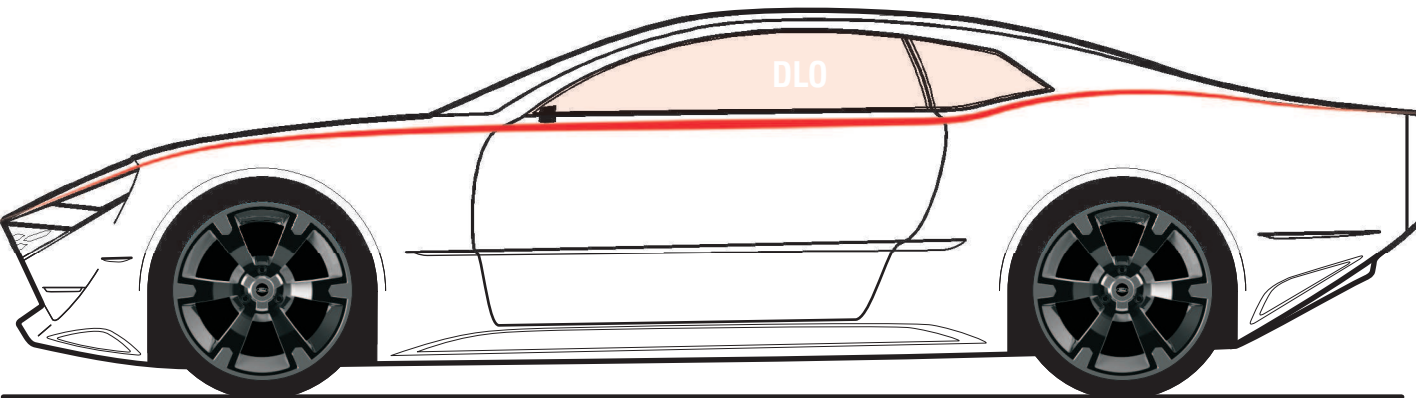
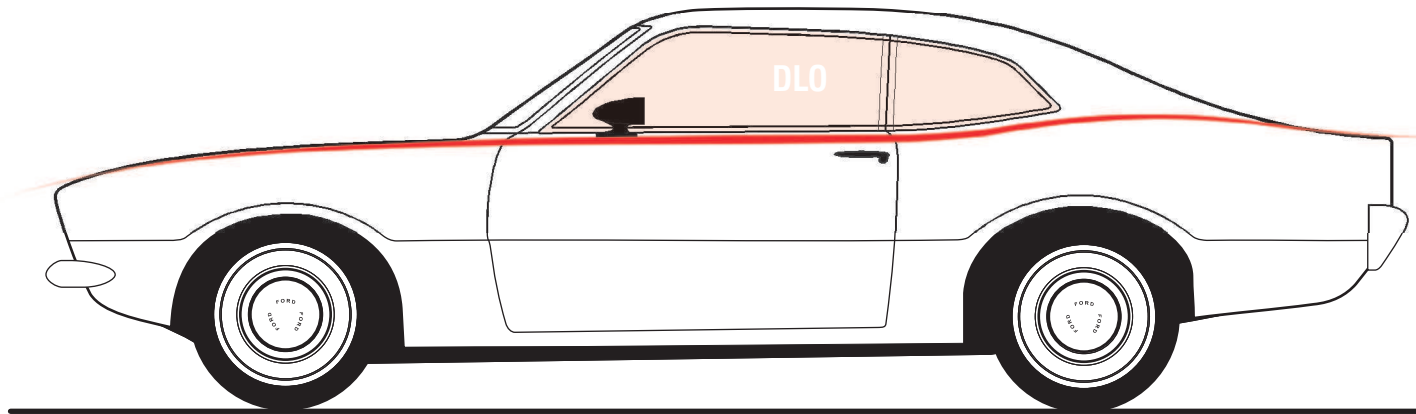
A *character line* do Maverick, considerada o tema principal, ou seja o que mais diferencia dos outros modelos por ser uma linha de contorno central que intermedia a carroceria do modelo nas duas aéreas de maior massa, sendo a mesma paralela ao turn under, contendo uma leve inclinação.

A *character line* foi preservada alinhando a parte inferior da grade a parte inferior do painel traseiro, dando continuidade ao todo, possui interrupções no fender, mas não perdendo a continuidade e ocasionando o fechamento visual, deixando-a tensionada diagonalmente. Onde essas interrupções são aplicadas no modelo clássico como menores tensões que contorna o fender sem perder a continuidade.

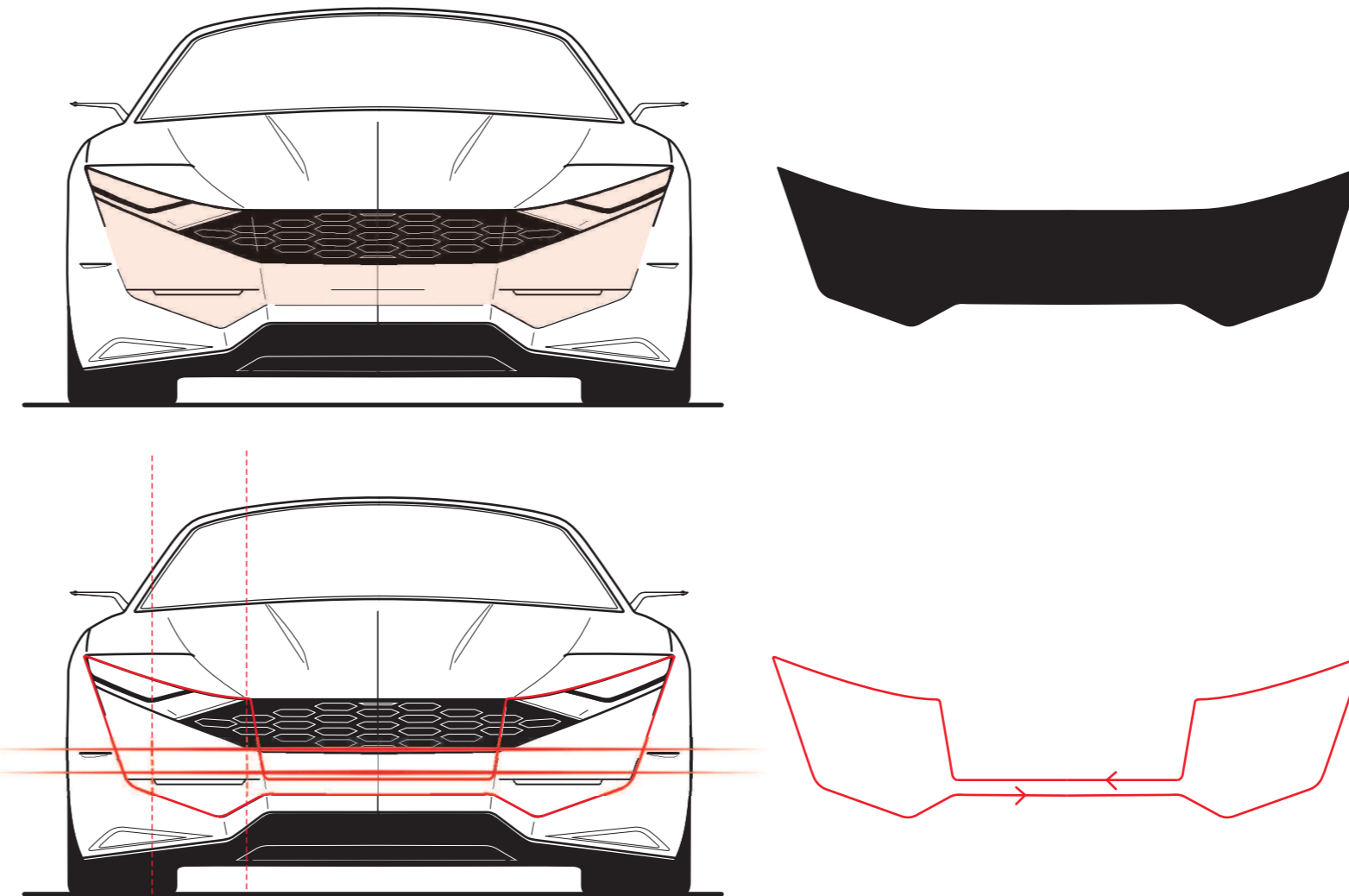
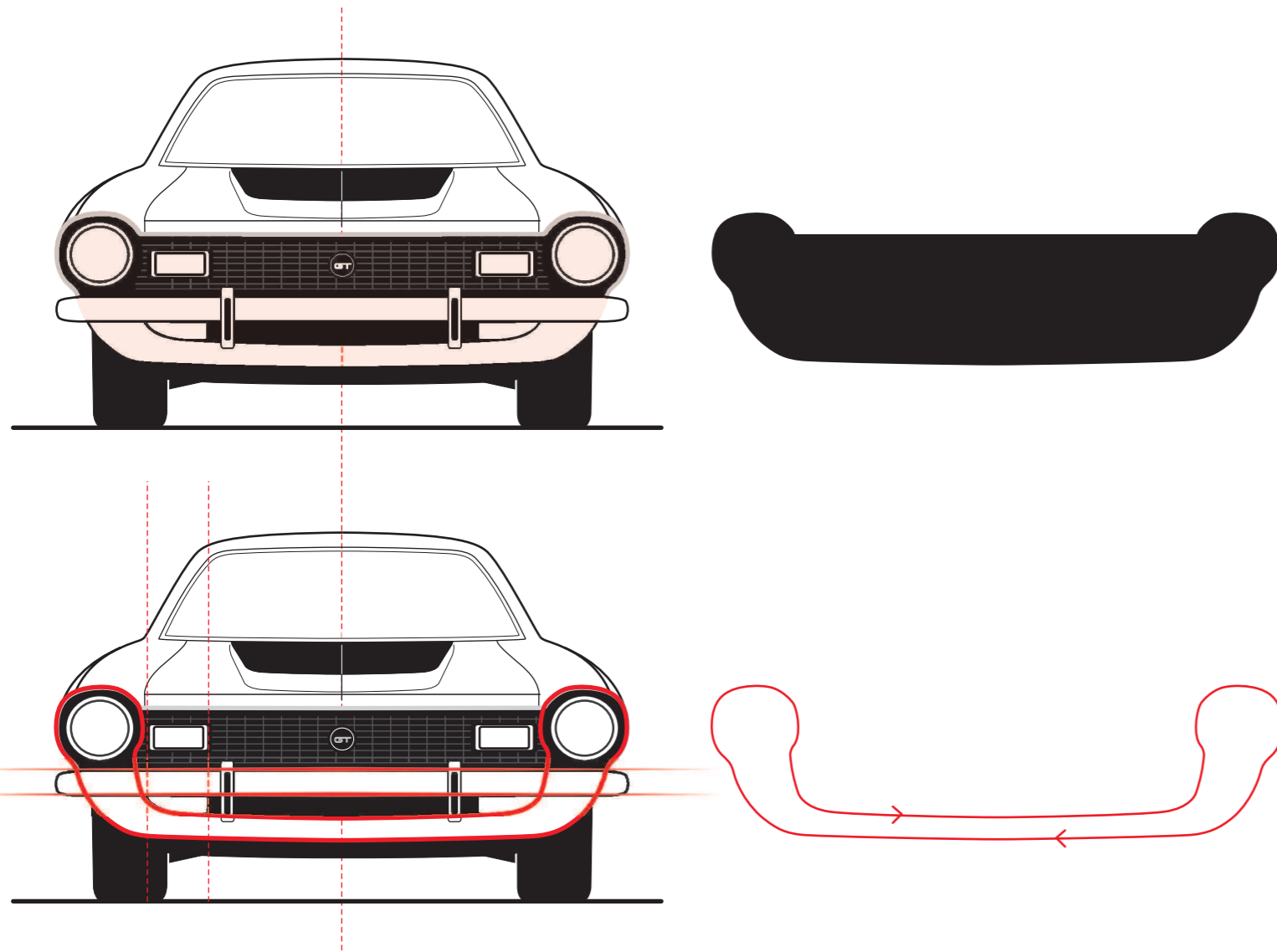
142



A belt line ou linha de cintura, localizada abaixo da parte inferior do DLO, foi preservada no conceito com um variação de tensão menor que a do modelo classico, reforçando ainda mais sensação de aceleração, enfatizando a sensualidade e a emoção contida no mesmo.

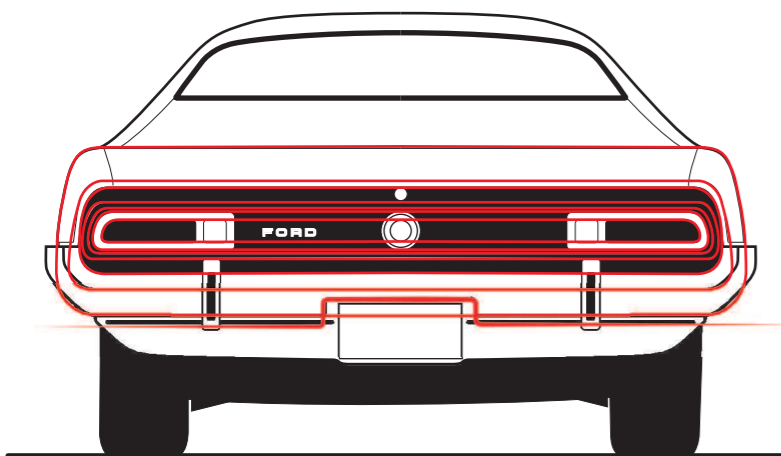
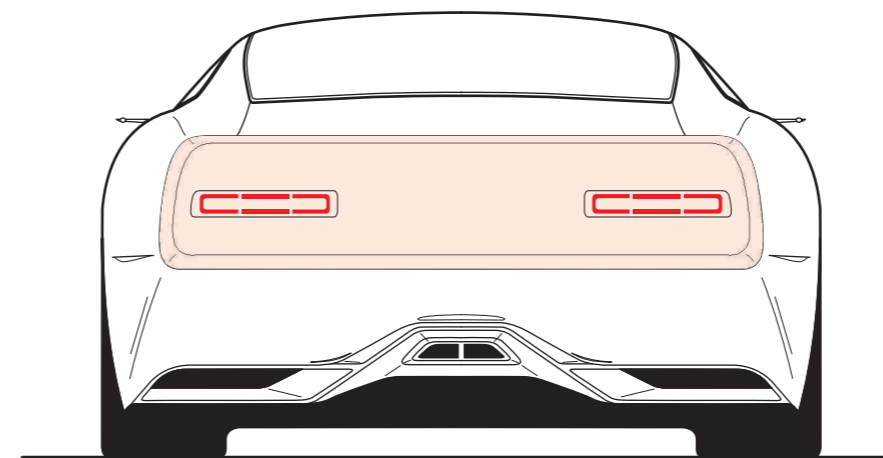
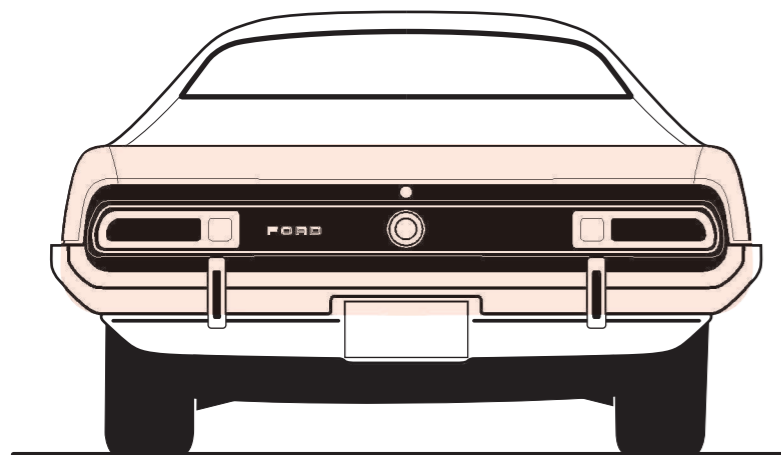


5.3.2.4 GRÁFICOS

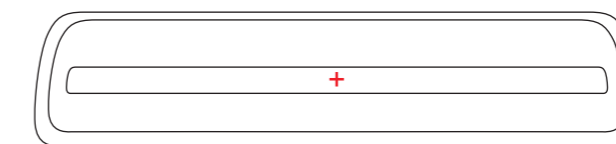
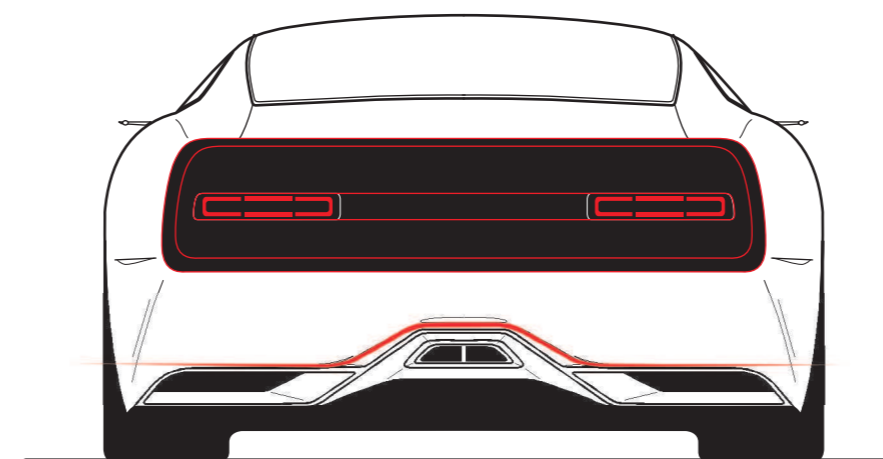


Na dianteira observa-se nos dois modelos uma composição denominada como “mascara”, que engloba todos os elementos, através do fechamento formal.

Outro fator de semelhança entre ambos é a preservação da continuidade formal entre os elementos: farol e farol de neblina, contida no modelo clássico, onde visualmente ocasiona o fechamento e conexão. Sendo esses dois elementos ligado através dos quadrados concêntricos demonstrados na página 78.



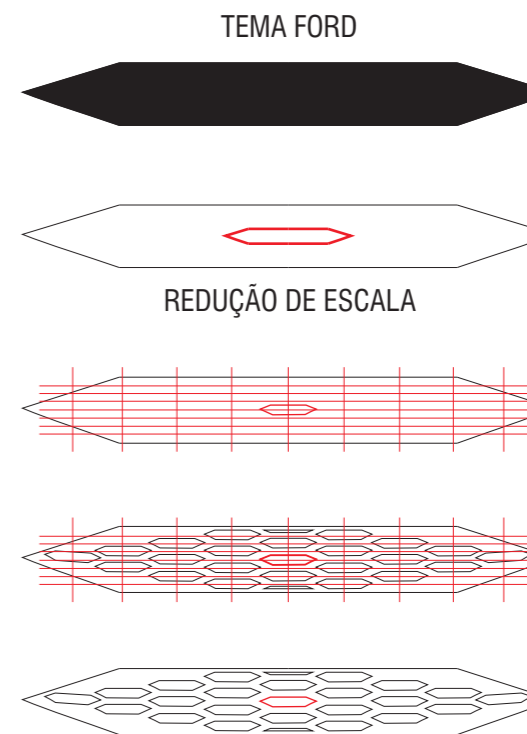
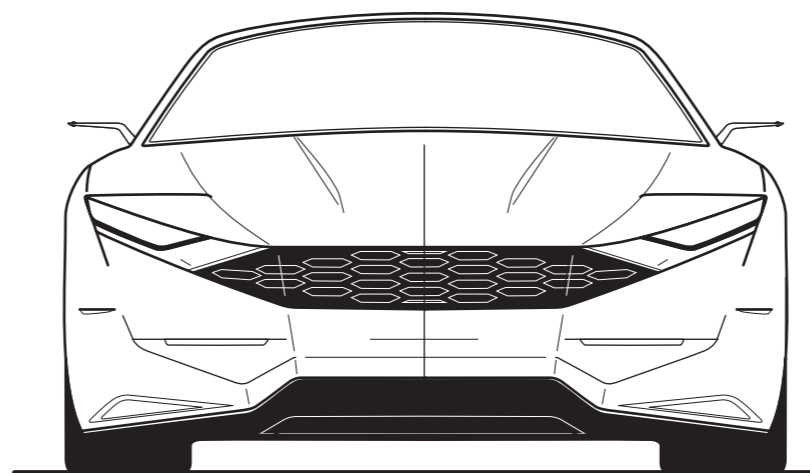
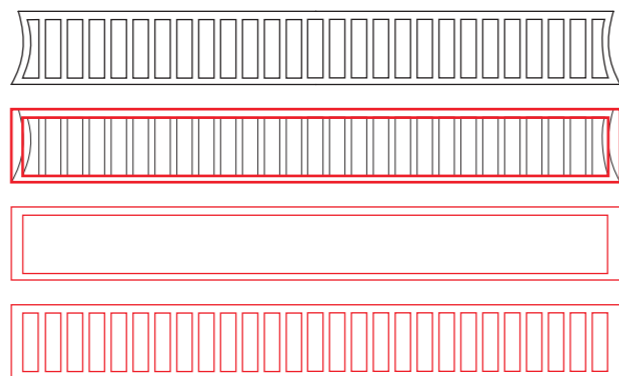
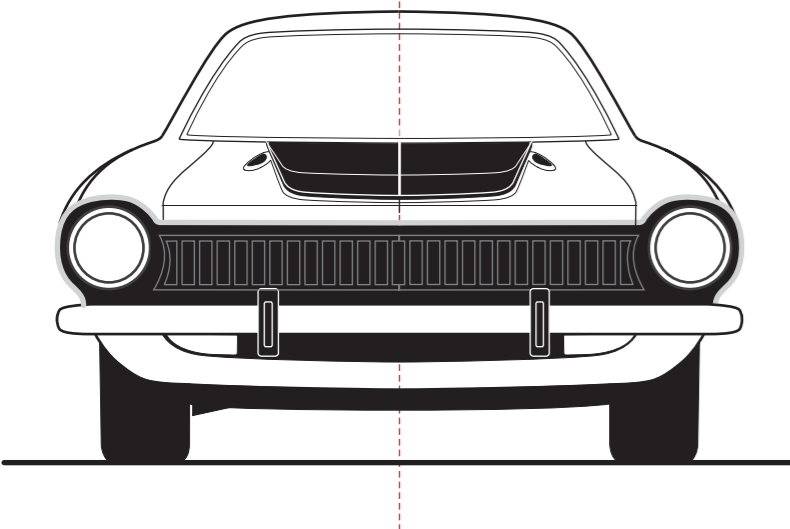
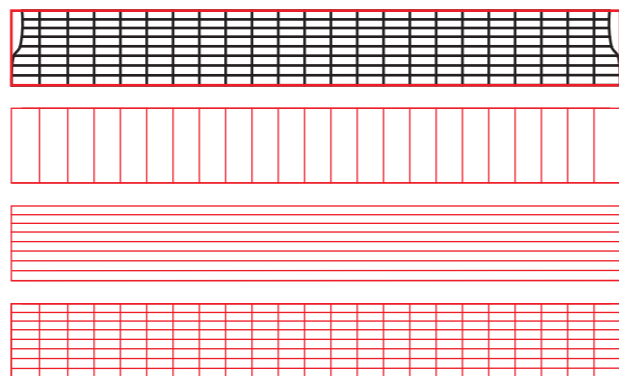
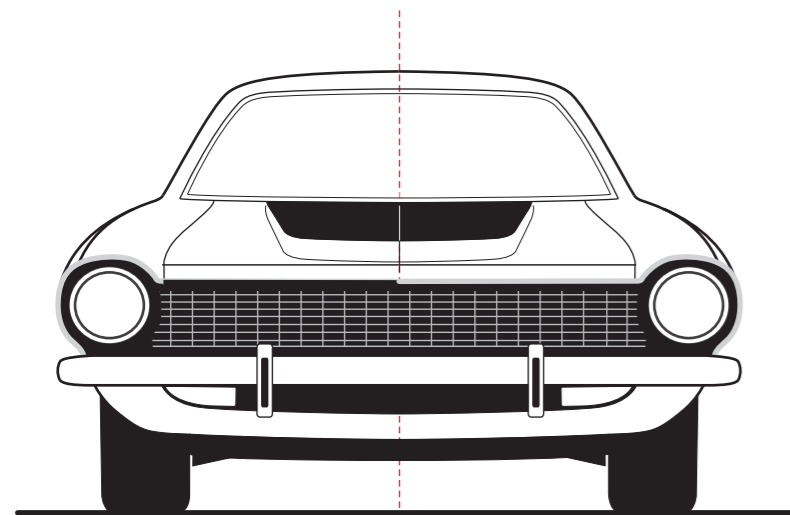
FORMAS CONCÊNTRICAS



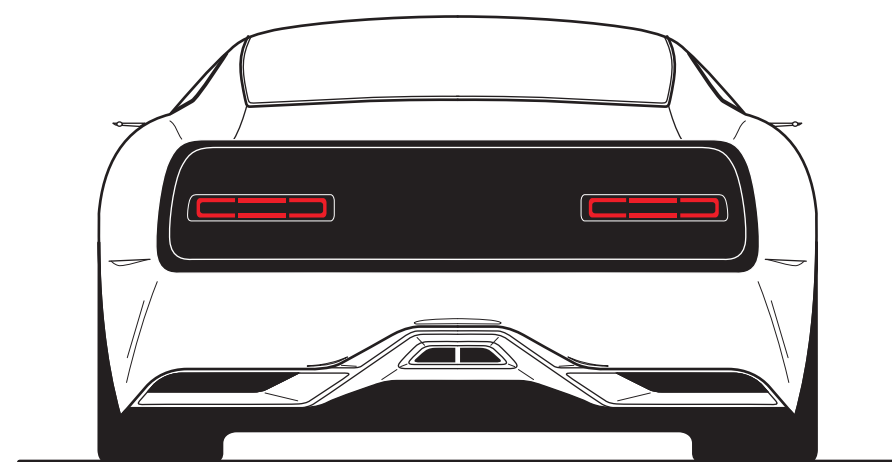
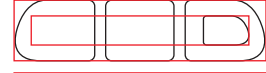
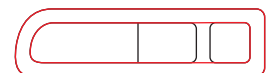
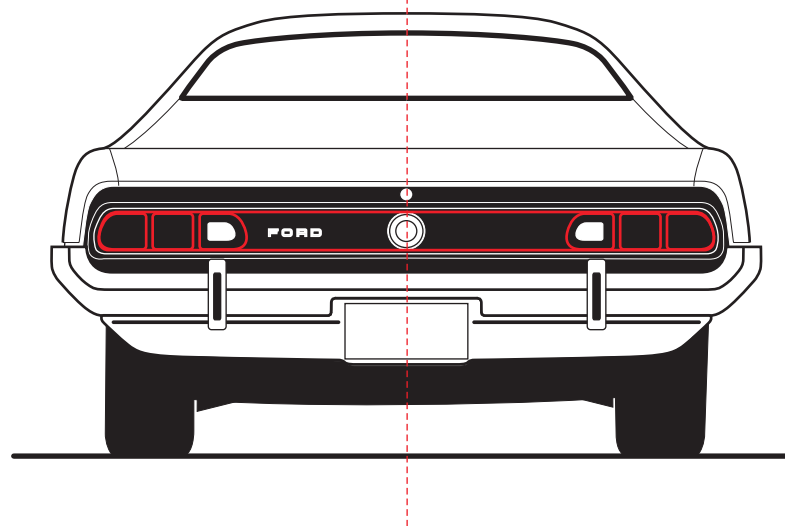
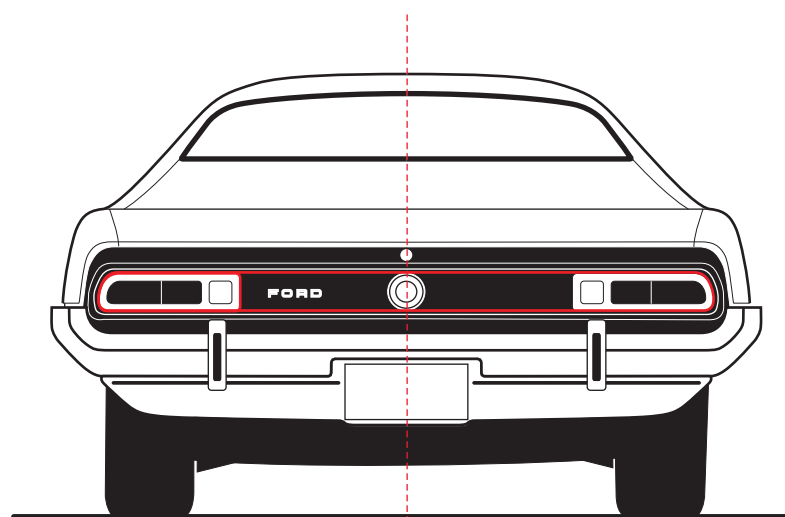
FORMAS CONCÊNTRICAS

Na traseira, o painel traseiro observa-se que o elemento formal principal de forma retangular com extremidades abauladas, que no clássico varia por sete vezes concentricamente, sendo o mesmo estudado e interpretado da mesma forma no conceito, so que variando por três vezes concentricamente.

Abaixo do painel nota-se um elemento de subtração no para-choque, em que o mesmo é interpretado no conceito realçando o *stroker* traseiro.

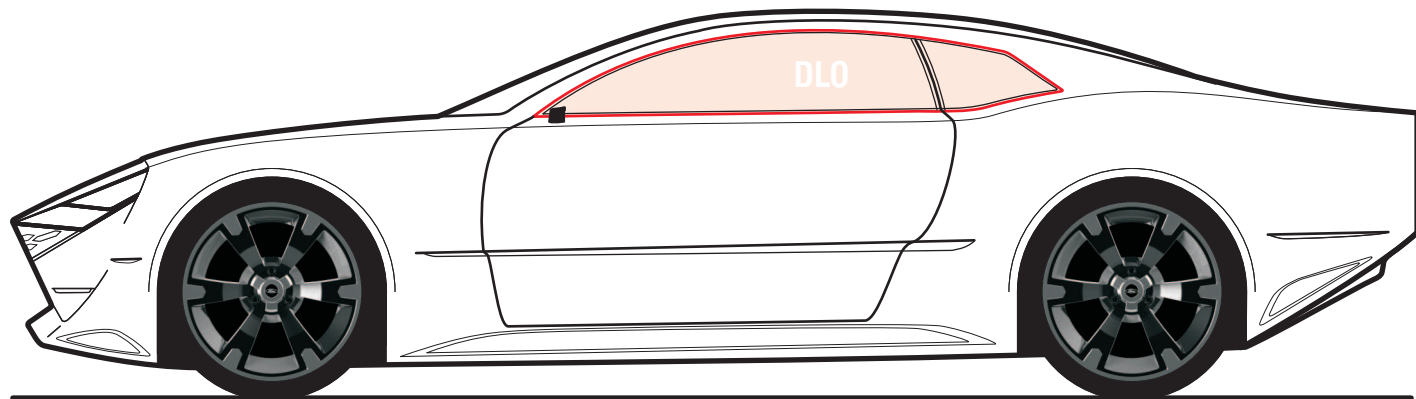
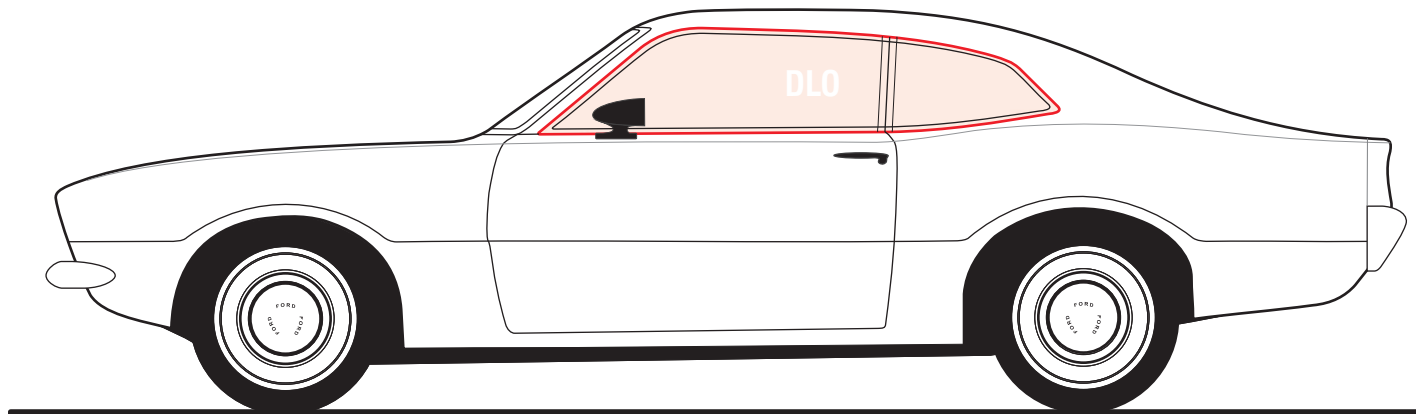


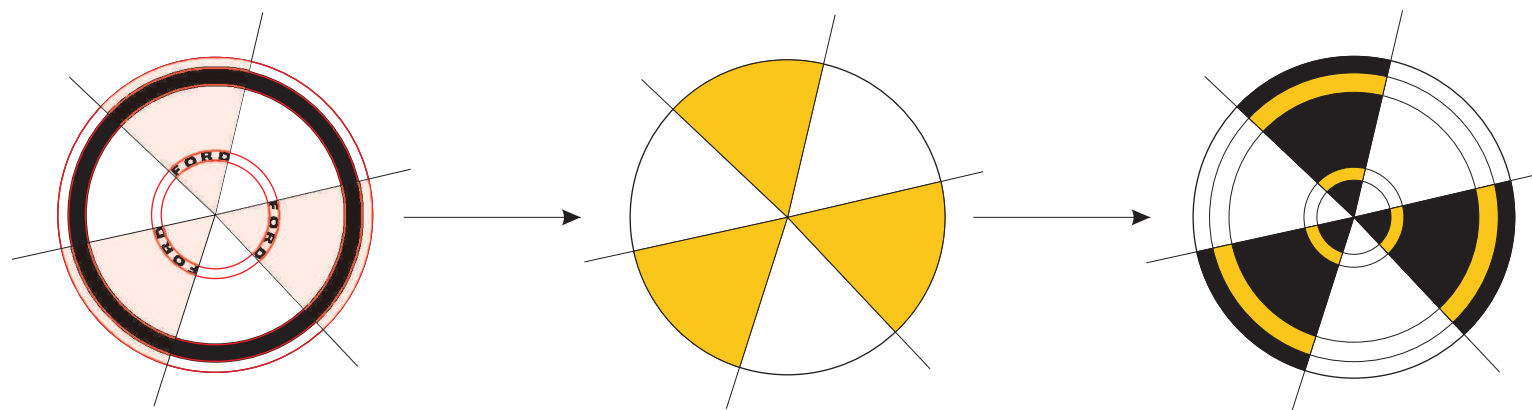
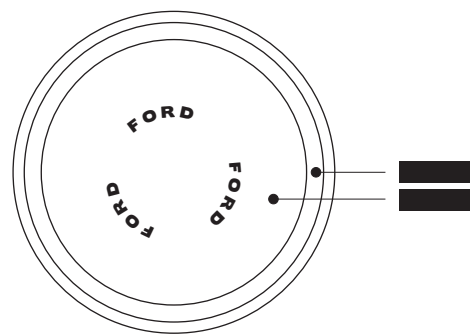
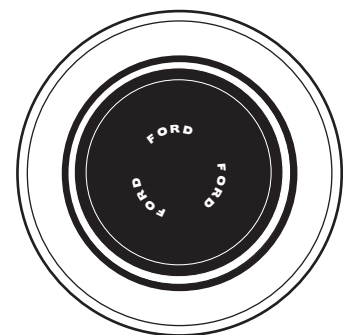
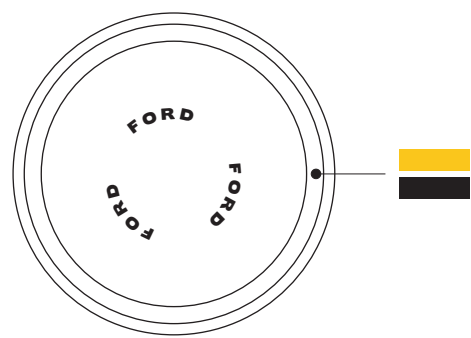
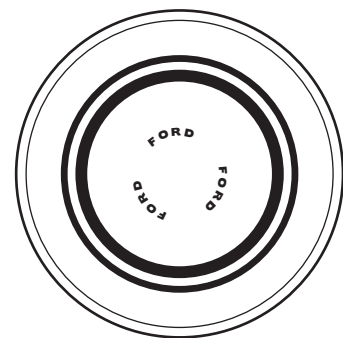
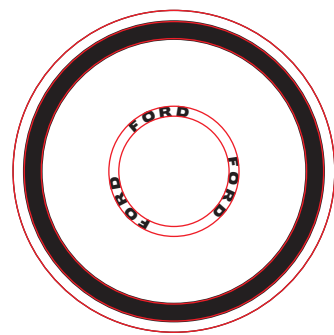
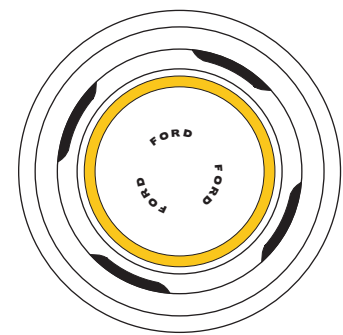
Na grade do modelo GT fase 1 e Fase 2, observa-se um retângulo como forma primária, através da composição de linhas verticais e horizontais, onde as mesmas são aplicadas no conceito como malha em cima de um hexágono. Característico do padrão Ford Design Kinect, o mesmo é reduzido em escala e multiplicado em forma de losango.



No farol traseiro do modelo clássico fase 1 e 2, percebe-se a semelhança entre os mesmos, pela forma primária retangular, dividida em três partes. Através dessa observação, o farol traseiro do modelo conceitual, foi estudado e interpretado buscando primeiramente a simetria, logo após o mesmo foi comprimido e vazado, deixando-o mais integrado ao painel traseiro, e fragmentado entre ambos, deixando-o moderno.

O DLO ou *Day light opening*, foi preservado de um forma mais dinâmica seguindo as linhas do seu entorno, sem perder a moldura pertencente ao modelo clássico.





ESTÁTICA

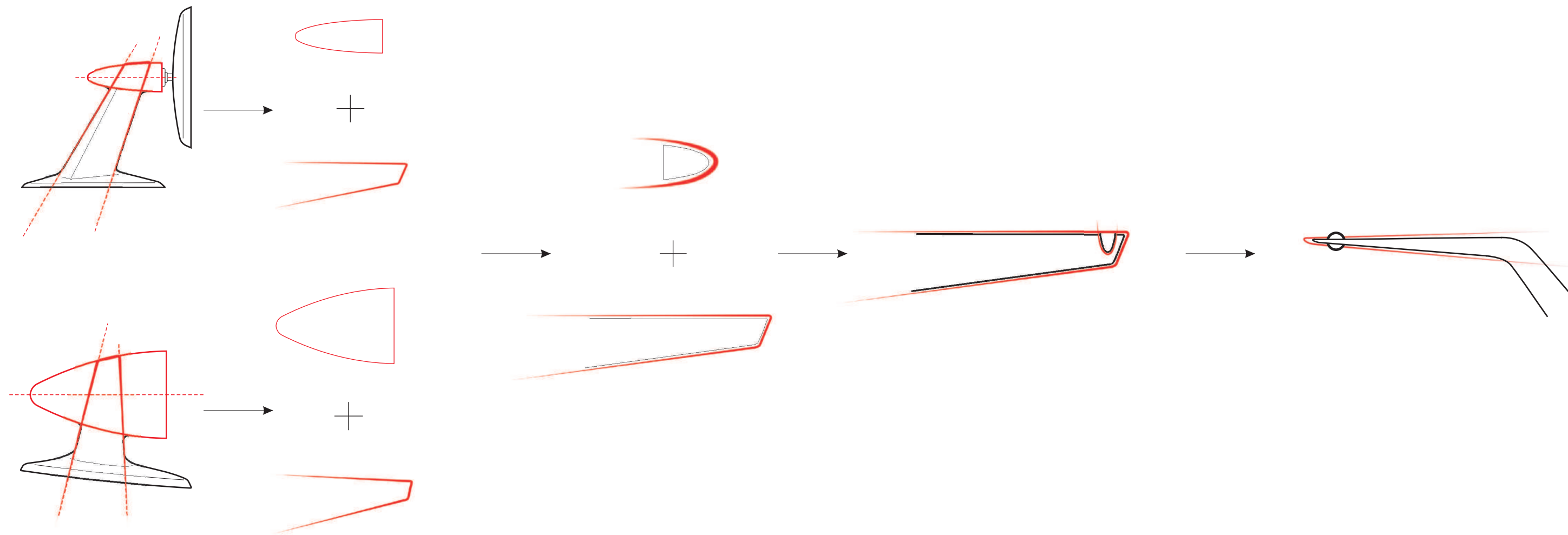


EM MOVIMENTO

A roda do conceito foi inspirada na pertencente ao modelo clássico, tendo como inspiração inicial a ilusão de ótica quanto ao conceito de rotação.

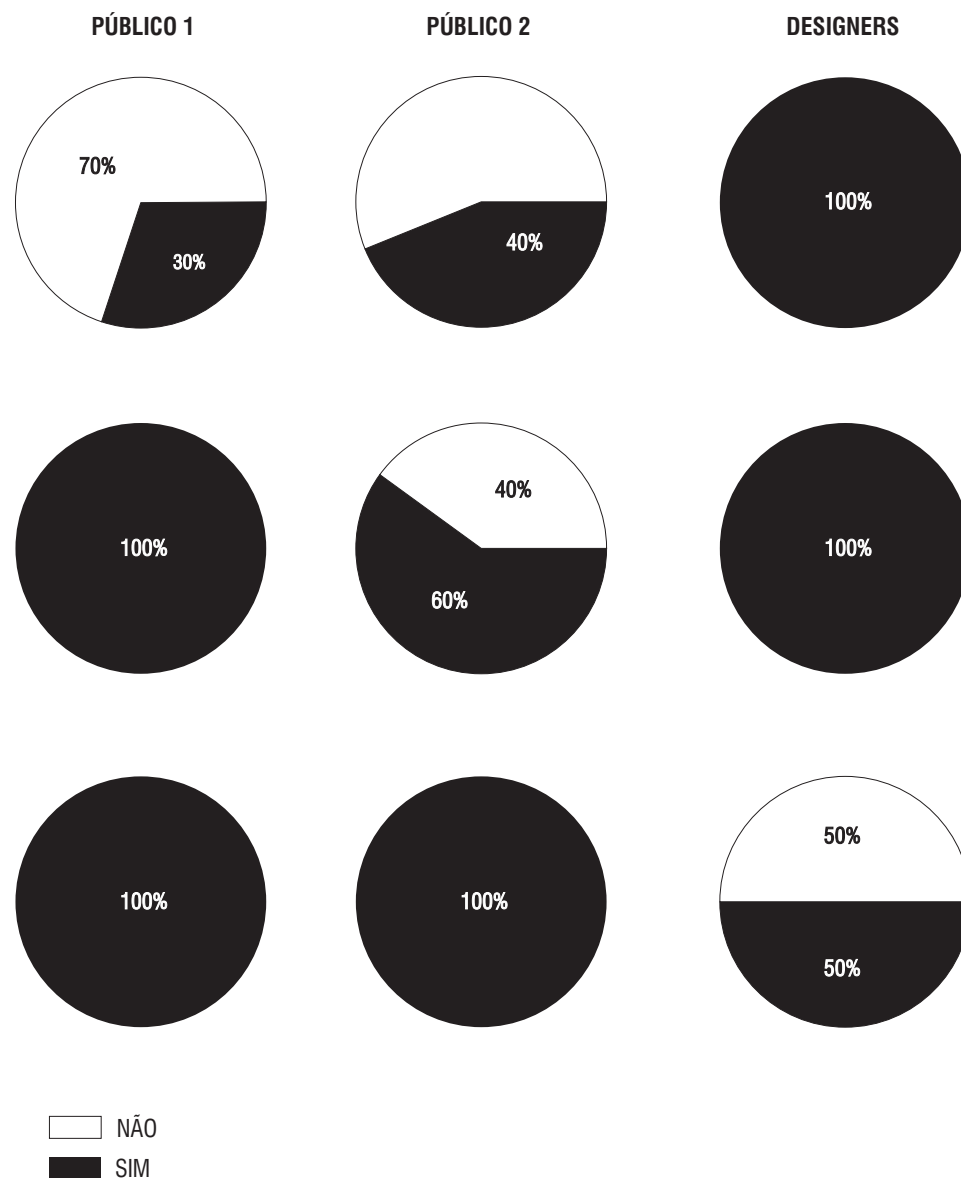
O desenvolvimento a partir de um estudo em cima da roda clássica, em que conseguiu-se observar que pelos três nomes FORD contidos em rotação, partindo do centro em direcionamento a extremidade de cada, dividia-se em três partes formando seis no total, sendo três trabalhadas sempre em contraste com o todo.

Sua composição é estática e composta por seis *spoke*, quatro furações, sendo uma central, e por *claddings* que a deixa moderna, os mesmo se integram ao todo gerando coerência formal entre os elementos, onde o elemento na cor amarela contrasta com o todo sendo responsável por gerar a composição gráfica referente a roda clássica, quando está em movimento. No sobre-aro é notório o elemento representativo contido no capô do Ford Maverick, em que se integra com todo de forma direcional ao centro da roda.



O retrovisor do conceito leva consigo a mesma identidade do modelo clássico, sendo a soma das duas formas primárias, interpretadas na análise morfológica (pag. 90) como uma asa trapezoidal, um projétil ou turbina. Sendo a mesma composição formal semelhante a uma asa de aeronave, onde na vista frontal percebe-se uma ênfase maior a esta analogia.

6.1 CONCLUSÃO



Com o objetivo de validarmos o resultado final do projeto, realizamos uma enquete com os dois públicos consumidores desta proposta e seis designers automotivo (pag.).

Encaminhamos o material em arquivo pdf e solicitamos responderem as seguintes perguntas?

1) O veículo pertence a que marca ?

3) Qual sua opinião quanto ao design, em relação a releitura ?

4) Quais palavras você associaria a este produto?

Agressivo, poderoso, autêntico, esportivo, imponente, dinâmico, elegante, sexy, performace, jovial, forte, robusto, moderno.

5) Se fosse lançado no mercado você compraria ?

O resultado obtido nas perguntas 1, 2 e 4 pode ser visualizado de forma mais clara e concisa nos gráficos ao lado.

Como é possível observar conseguimos alcançar os objetivos propostos neste projeto, apesar do atraso no cronograma devido a dificuldades encontradas no decorrer do projeto na demora do recebimento de respostas, duvidas e opiniões, de profissionais e do publico consumidor, o resultado final apresentou-se satisfatório.

Através do desenvolvimento deste projeto foi possível aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, e me aprofundar imensamente na área automotiva, pelo apoio recebido pelos designers da área, o que muito contribuiu para o meu crescimento profissional.

6.2 RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se a aplicação do questionário quanto aos aspectos comunicativos relacionados a “forma segue o seu significado”, equiparando com o resultado anterior (pag. ...). O aprimoramento do conceito, através do desenvolvimento e detalhamento funcional e estrutural das partes e componentes externos, juntamente com a releitura interna do Ford Maverick, sendo um complemento adicional para o projeto.

REFERÊNCIAS/ BIBLIOGRAFICAS/ ARTIGOS

- ARRHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual. Uma Psicologia Da Visão Criadora.** Editora: Thomson Pioneira. 1998.
- BAXTER, Mike. **Projeto de produto.** Editora Edgard Blucher Ltda, São Paulo, 1998.
- BONSIEPE, Gui. **Teoría y práctica del diseño industrial: elementos para una manualística crítica** - Colección Comunicación Visual. Barcelona: Gustavo Gilli, 1978.
- BÜRDEK, Bernhard. **Historia teoria e pratica do design de produtos,** São Paulo: Blücher, 2006.
- Cinquenta carros que mudaram o mundo/DesignMuseum** [traduzido por Paula Pimenta]. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.
- CHARLES, Darwin. **A Expressão das Emoções no Homem e nos Animais** – Introdução Konrad Lorenz. Tradução: Leon de Souza Lobo Gracia. São Paulo: Companhia de Letras, 2000. (Publicação original, 1872).
- COSMIDES, Leda; TOOBY, John. **Cognitive adaptations for social exchange.** New York: Oxford University Press, 1992.
- DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design.** São Paulo: Blucher, 2010.
- DONDIS, D.A. **Sintaxe da linguagem visual.**3.ed. São Paulo, Martins Fontes, 2002.
- EKMAN, Paul. **Basic emotions.**UK: John Wiley & Sons, 1999.
- EKMAN, Paul; Friesen, W V. **Unmasking the Face - A guide to recognizing emotions from facial clues.** Malor Books, 2003.
- ELAN, K. **Geometria do design: estudos de proporção e composição/ Design Geometry** [tradução de Claudio Marcondes]. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- FRASER, Tom; BANKS, Adam. **O essencial da cor no design** [tradução Luís Carlos Borges]. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.
- GREGSON, Paul William. **Maverick.** São Paulo: Alaúde Editorial, 2011.
- GREGSON, Paul William. **Maverick: Um ícone dos anos 1970 = Maverick: na icon of the 1970s** [tradução por Stanley Gregson]. São Paulo: Alaúde Editorial, 2007. Ed. bilíngue: português/inglês.
- GUEDES, João Batista; SILVA, Caio Márcio Almeida. **A dicotomia da linguagem visual bi e tridimensional.** 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro (RJ). 2007.
- GUTHRIE, Stewart. **Faces in the Clouds. A New Theory of Religion.** New York: Oxford University Press, 1993.

REFERÊNCIAS/ BIBLIOGRÁFICAS/ ARTIGOS

- HESS, Ursula; PASCAL, Thibault. **Darwin and Emotion Expression**. Universidade of Quebec at Montreal, 2009.
- H-POINT. **The Fundamentals of Car Design & Packaging**. Copyright 2008 by Design Studio Press.
- HSUAN-NA, Tai. **Desenho e organização bi e tridimensional da forma**. Goiânia: UCG, 1997.
- LOPES, Nelson. **Gestalt automotivo**. São Paulo: Ícon Design, 2013.
- KATAOKA, Fábio; FESTA, Nilson. **Almanaque clássicos do Brasil: Maverick, Dodge, Opala**. São Paulo: Ed. 1. Discovery Publicações, 2013.
- LARICA, Neville Jordan. **Design de automóveis : Arte em função da mobilidade**. Rio de Janeiro: 2AB/PUC-Rio, 2003.
- LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Ed. Edgard Blücher, 2001.
- LOES, João. **Meu carro, meu espelho**. Ed. 2077. Revista Istoé, 2009.
- MORITA, Fernando. **Segredos do design automotivo na visão da AmoritzGT**. São Paulo: SENAI, 2013.
- NORMAN, Donald A.. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia** [tradução de Ana Deiró]. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- O livro do carro**/[tradução José Muniz Jr.]. São Paulo: Globo, 2011.
- VIEIRA, José Luiz. **A história do automóvel: da pré-história ao final do Século XIX**, volume 1. São Paulo: Alaúde Editorial, 2010.
- VITORINO, Danilo Fernandes; OLIVEIRA, Eldon Evangelista de; BARBOSA, Ana Carolina de M. A. **As expressões faciais no design**. 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Luís (MA). 2012.
- Você já me conhece**. Ed. 577. Revista Autoesporte, jun. 2013.
- WILLIS, Janine; TODOROV, A. **First impressions: Making up your mind after a 100-ms exposure to a face**. Volume: 17, Issue: 7, Editora Blackwell Publishing, 2006. Páginas: 592-598.
- WINDHAGER, Sonja; SLICE, D E; SCHAEFER, K; OBERZAUCHER, E; THORSTENSEN, T; GRAMMER, K. **Face to face – The Perception of Automotive Designs**. Publicação online, 2008.

REFERÊNCIAS POR MEIO ELETRÔNICO

A história do Maverick. Disponível em: <<http://www.maverick73.com.br/historia-do-maverick.php>> Acesso em: 04 set. 2013

A little Maverick history. Disponível em: <<http://www.maverickgrabber.webs.com/>> Acesso em: 04 set. 2013

Análise de design da nova geração do Ford Ecosport. Disponível em: <<http://autotimeline.blogspot.com.br/2012/01/analise-de-design-da-nova-geracao-do.html>> Acesso em: 12 out. 2013

AQUINO, Vagner; OSÓRIO, Sueli. **Modelos de nicho em xeque.** Disponível em: <<http://www.dgabc.com.br/Noticia/10945/modelos-de-nicho-em-xeque>> Acesso em: 25 set. 2013

AUTOESPORTE. **Santana, escort... Por que as montadoras retomam nomes antigos?** Disponível em: <<http://revistaautoesporte.globo.com/sedans/noticia/2013/05/santana-escort-por-que-montadoras-retomam-nomes-antigos.html>> Acesso em: 12 set. 2013.

AZEVEDO, Vasco. **Evolução do design automóvel.** Disponível em: <<http://glassdrive-news.blogspot.com.br/2012/03/evolucao-do-design-automovel.html>> Acesso em: 01 set. 2013

BERNADINO, Adriana. **Cor do carro revela sua personalidade.** Disponível em: <<http://revista.webmotors.com.br/meu-carro-e-eu/cor-do-carro-revela-sua-personalidade/1334081189708>> Acesso em: 08 out. 2013

BOVE, Luciano. **Emotional car design and good talents.** Disponível em: <<http://luciano63.hubpages.com/hub/Emotional-Design-and-good-talents>> Acesso em: 11 set. 2013

Brasil fecha 1º semestre como 4º maior mercado de carros no mundo. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2013/08/brasil-fecha-1-semester-come-4-maior-mercado-de-carros-no-mundo.html>> Acesso em: 13 out. 2013

Brasil pode ser 3º mercado automobilístico em 2016. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/brasil-pode-ser-3-o-mercado-automobilistico-em-2016>> Acesso em: 13 out. 2013

Car fronts at face value. Disponível em: <<http://evolution.anthro.univie.ac.at/institutes/urbanethology/projects/face%20and%20body/cars/>> Acesso em: 11 set. 2013

REFERÊNCIAS POR MEIO ELETRÔNICO

Carro: o Camaro, da General Motors volta à moda com tudo. Disponível em:
<<http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/tema-livre/o-camaro-da-general-motors-voltou-a-moda-com-tudo/>>
Acesso em: 14 out. 2013

Carros: comparativos. Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/carros/comparativos/chevrolet-camaro-x-dodge-challenger-srt8-x-ford-mustang-gt500-611753.shtml#galeria>> Acesso em: 29 nov. 2013

Carros: impressões ao dirigir. Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/carros/impressoes/chevrolet-camaro-ford-mustang-501375.shtml#galeria>> Acesso em: 29 nov. 2013

Carros que marcaram os anos 70. Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/galerias/especiais/carros-marcaram-anos-70-685183.shtml#foto14>> Acesso em: 26 nov. 2013

Clássicos: grandes brasileiros. Disponível em:
<http://quatorrodas.abril.com.br/classicos/brasileiros/conteudo_143497.shtml> Acesso em: Acesso em: 26 nov. 2013

Comparativo. Maverick X Dodge. Disponível em: <<http://www.maverick73.com.br/maverick-x-dodge.php>>
Acesso em: 27 nov. 2013

Design - A forma das coisas. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cultura/design-forma-coisas-446116.shtml>> Acesso em: 18 nov. 2013

Detalhes dos modelos. Disponível em: <<http://www.maverick73.com.br/detalhe-dos-modelos.php>> Acesso em:
06 set. 2013

Evos concept marcará a nova identidade visual da Ford. Disponível em: <<http://www.blogauto.com.br/evos-concept-marcara-a-nova-identidade-visual-da-ford/#axzz2ezV34DHk>> Acesso em: 12 out. 2013

FENABRAVE. **Índices e números.** Disponível em:
<<http://www3.fenabrave.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-e-numeros&idtipo=1&id=175&layout=indices-e-numeros>> Acesso em: 05 set. 2013.

Ford aponta tendências da indústria automotiva no salão de Nova York 2013. Disponível em:
<<http://revista.pensecarros.com.br/especial/rs/editorial-veiculos/19,521,4094544,Ford-aponta-tendencias-da-industria-automotiva-no-Salao-de-Nova-York-2013.html>> Acesso em: 11 out. 2013

Ford kinetic design. Disponível em: <<http://www.ford.pt/VeiculosPassageiros/KineticDesign>> Acesso em: 11 out. 2013

REFERÊNCIAS POR MEIO ELETRÔNICO

Ford Maverick BRASIL. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pages/Ford-Maverick-BRASIL/169655933123260>> Acesso em: 29 ago. 2013.

Ford. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/ford-fazendo-seu-caminho-melhor.html>> Acesso em: 10 out. 2013.

FORJAZ, Mauro; SHARP, Bob. **Carros inesquecíveis: Ford Maverick.** Disponível em: <<http://revistacrescer.globo.com/Revista/Crescer/0,,ERT68747-15326,00.html>> Acesso em: 04 set. 2013.

FRANZEN, Ernesto. **O Maverick no Brasil.** Disponível em: <http://www.v8ecia.com.br/artigos/O_maverick_no_brasil.htm> Acesso em: 03 set. 2013.

GESSNER, André. **RapidinhaSS - Charger, Dart, Maverick e Opala, Eternos Rivais.** Disponível em: <<http://sagass.blogspot.com.br/2011/01/rapidinhass-charger-dart-maverick-e.html>> Acesso em: 27 nov. 2013

GORP, Trevor. **Emotional design with A.C.T. – Part 2.** Disponível em: <<http://boxesandarrows.com/emotional-design-with-a-c-t-part-2/>> Acesso em: 11 set. 2013

Grammer, Karl. **Car fronts at face value.** Disponível em: <<http://www.dieuniversitaet-online.at/beitraege/news/car-fronts-at-face-value/10/neste/117.html>> Acesso em: 11 set. 2013

HARLEY, Michael. **Report: people attracted to cars with angry faces.** Disponível em: <<http://www.autoblog.com/2008/10/08/report-people-attracted-to-cars-with-angry-faces/>> Acesso em: 12 set. 2013

História da Ford no Brasil. Disponível em: <<http://www.fordparatodos.com.br/mostraTexto.asp?nr=4&id=166>> Acesso em: 18 set. 2013

Historia del Ford Maverick 1970-1977. Disponível em: <<http://www.autoclasico.com.mx/site/?p=456>> Acesso em: 29 ago. 2013

História do automóvel. Disponível em: <<http://www.rtp.pt/play/p1223/e117114/historia-do-automovel>> Acesso em: 01 set. 2013

História. Disponível em: <<http://www.ford.com.br/sobre-a-ford/historia>> Acesso em:

JAAFARNIA, Mohsen; BASS, Adele. **Tracing the Evolution of Automobile design: Factors influencing the development of aesthetics in automobiles from 1885 to the present.** Disponível em: <http://www.improve2011.it/Full_Paper/132.pdf> Acesso em: 02 set. 2013

REFERÊNCIAS POR MEIO ELETRÔNICO

LOES, João. **Meu carro, meu espelho.** Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoe-temp/edicoes/2077/imprime150556.htm>> Acesso em: 12 set. 2013

Maverick & comet year to year timeline. Disponível em: <<http://www.maverick.to/grabber/mavchanges.html>> Acesso em: 04 set. 2013

Maverick nos EUA. Disponível em: <<http://www.guiadosantigos.com.br/materia/6/maverick-nos-eua/>> Acesso em: 04 set. 2013

Maverick. Disponível em: <<http://www.fordhp.com.br/veiculosford/maverick.htm>> Acesso em: 02 set. 2013

Mercado automotivo: marketing ajuda na diferenciação. Disponível em: <<http://gecorp.blogspot.com.br/2008/04/mercado-automotivo-marketing-ajuda-na.html>> Acesso em: 13 out. 2013

Mercado de carros de luxo dispara no Brasil. Disponível em: <<http://revista.pensecarros.com.br/especial/rs/editorial-veiculos/19,521,3330734,Mercado-de-carros-de-luxo-dispara-no-Brasil.html>> Acesso em: 13 out. 2013

MOCHON, Mauricio. **Lançamentos têm nomes de carros antigos.** Disponível em: <<http://caranddriverbrasil.uol.com.br/carros/especial/lançamentos-tem-nomes-de-carros-antigos/3190>> Acesso em: 12 set. 2013.

O que é a plataforma de um carro? Disponível em: <<http://www.noticiasautomotivas.com.br/o-que-e-plataforma-2/>> Acesso em: 02 out. 2013.

PARÍSIO, Thiago. **Esportivos: Camaro é o mais vendido, mas alemães avançam em abril. 2013.** Disponível em: <<http://carplace.virgula.uol.com.br/esportivos-camaro-amplia-vantagem-e-alemaes-se-destacam-em-abril/>> Acesso em: 05 set. 2013.

Para se aproximar do consumidor, Ford cria nova estratégia para vender carros. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Empresa/noticia/2013/08/para-se-aproximar-do-consumidor-ford-cria-nova-estrategia-para-vender-carros2.html>> Acesso em: 18 set. 2013.

Pesquisa da Ipsos apresenta perfil do consumidor do mercado automotivo. Disponível em: <<http://www.tribunadabahia.com.br/2013/07/29/pesquisa-da-ipsos-apresenta-perfil-do-consumidor-do-mercado-automotivo>> Acesso em: 14 out. 2013



GLOSSÁRIO



GLOSSÁRIO

Beberrão - Veículo que consome muita gasolina.

Bitola - Do centro de uma roda à outra, tendo como base a vista frontal do veículo.

BeltLine - Linha inferior ao DLO (Área envidraçada lateral).

Character Line - Linha característica, geralmente liga o farol dianteiro com o traseiro.

Cockpit - Cabine do veículo.

DLO - Forma geral ou contorno das área envidraçada laterais, também conhecida como abertura Daylight.

Entre-eixo - Do centro de uma roda à outra, tendo como base a vista lateral do veículo.

Fastback - Dois volumes e ½ duas portas com capô longo e traseira curta.

Fender - Área que envolve a roda, mas conhecida como caixa de roda.

Gap - Demarca partes de um veículo.

Highlights - Partes que captam luz, realçando determinada superfície.

Identidade - Elementos similares da marca.

Linha 0 ou “y0” - A metade de um automóvel.

Muscle cars - Termo utilizados para os automóveis que retratavam robustez, potência, performance e confiabilidade.

Nuances - Gradação de cor; tonalidade; matiz.

Overhang - Distância do corpo do veículo, que se estende desde a linha frontal ou posterior, até o centro da roda.

Poney cars - Sonoridade Equestre do motor.

Packcage - Estudo de proporção de um veículo.

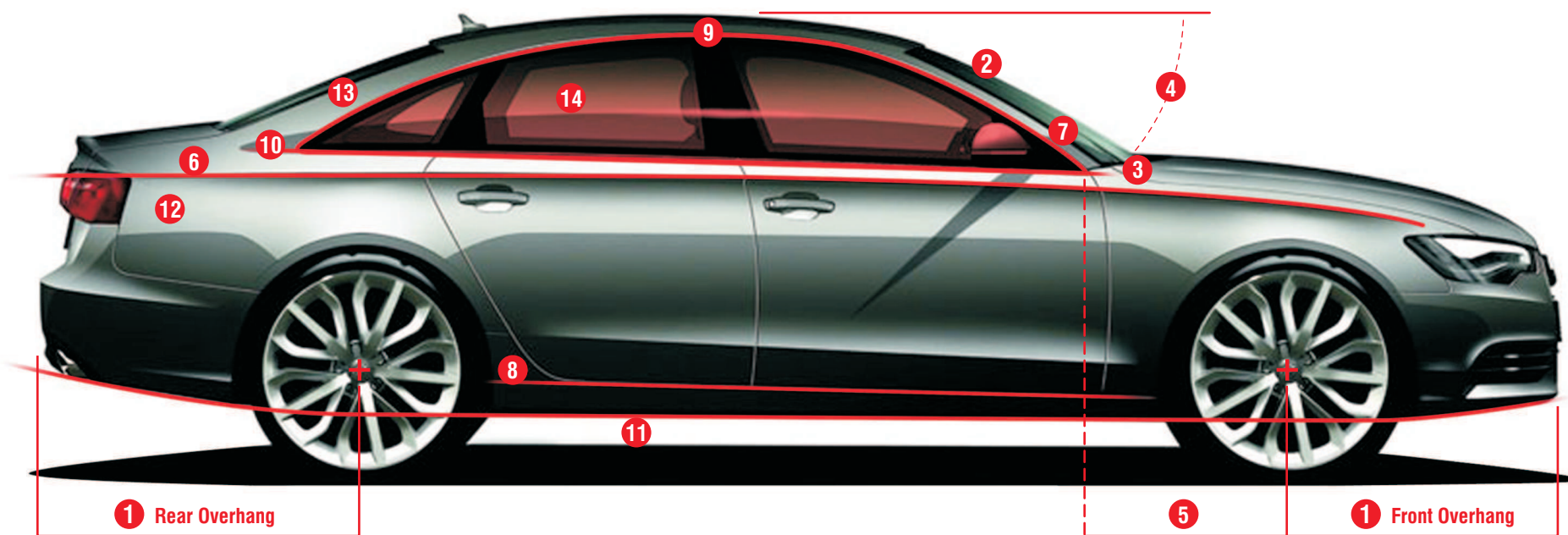
Releitura - Consiste na criação de uma nova obra, realizada a partir de outra feita anteriormente.

Spoiler - Aerofólio, auxilia na aerodinâmica.

Tema - O que diferencia de outros modelos.

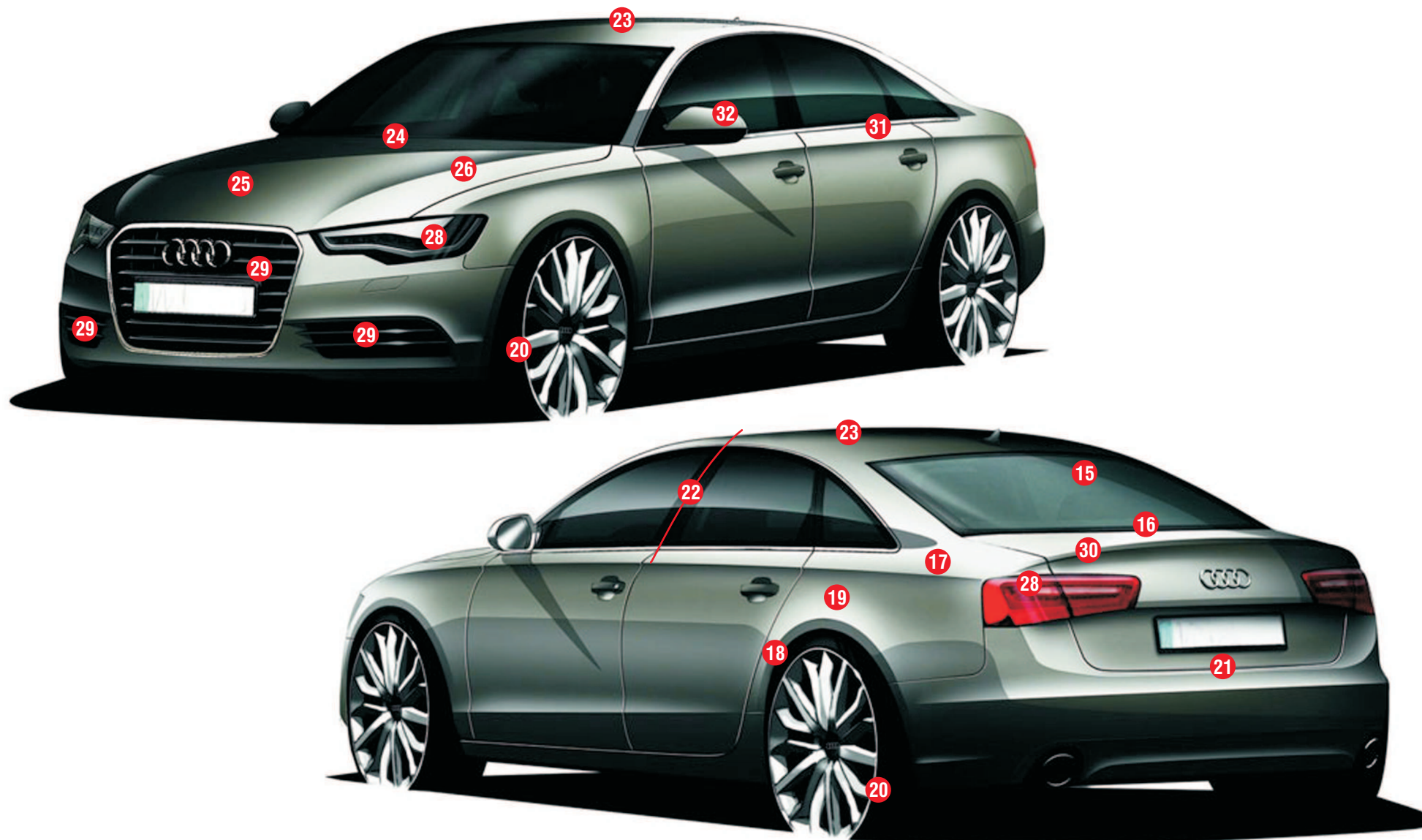
Termos do Design Automotivo

Neste tópico, apresenta-se a anatomia externa de um automóvel, quanto aos termos utilizados para comunicação dentro do design automotivo, em que cada elemento possui uma determinada nomenclatura, como vemos logo abaixo no Audi A5, desenhado por Jürgen Löffler (2010).



ITEM	NOME	DEFINIÇÃO
1	Overhang	Distância do corpo do veículo, que se estende desde a linha frontal ou posterior, até o centro da roda.
2	Windsheild	Pará-brisa.
3	Cowl	Parte que se conecta com a A-Pillar .
4	Rake	Ângulo do pára - brisa
5	Axie to Dash	Distância do centro da roda dianteira até a extremidade do pára-brisa lateral.
6	Character line	Linha característica lateral (principal), ponte de ligação do farol dianteiro com o traseiro.
7	A - Pillar	Primeira coluna da parte dianteira, que se inicia a partir do Cowl .
8	Rocker	Parte inferior da lateral do veículo, que interliga juntamente com a parte inferior das portas.
9	B - Pillar	Segunda coluna, após a A-Pillar , se localizada no sentido de abertura da porta.
10	Belt Line	Linha inferior ao DLO.
11	Turn Under	Ângulo de curvatura localizada na linha base do veículo, abaixo do Rocker .
12	Six Line	Linha que se estende a partir da C-Pillar até a parte traseira.
13	C - Pillar	Coluna que da continuidade a parte traseira, se localiza após a B-Pillar .
14	DLO	O forma geral ou contorno das área envidraçada laterais, também conhecida como abertura Daylight.

Fonte: Jalopnik



ITEM	NOME	DEFINIÇÃO
15	Backlight	Para - brisa traseiro.
16	Deck	Superfície na parte traseira, na parte inferior do Backlight , que se conecta com o porta-malas.
17	Shoulder	Superfície lateral que informa o comprimento do veículo, localizado na parte inferior da Belt Line .
18	Wheel Arch	Contorno circular que envolvem as rodas.
19	Fender	Denominada como caixa de roda, se localiza na parte superior a Wheel Arch .
20	Wheels	Rodas.
21	Shutline	Qualquer distância visível entre duas linhas adjacentes.
22	Tumblehome	Ângulo formado a partir de uma inclinação que vai do Roof à Belt Line .
23	Header	Parte estrutural que vai desde da parte superior do Windsheild até a parte superior do Backlight .
24	Plenum	Área localizada na parte inferior do Windsheild .
25	Hood (bonnet)	Capô.
26	Strake	Uma linha localizada no Hood(bonnet) , que indica movimento e velocidade.
27	Fascia	Parte frontal (o todo) do veículo.
28	Headlight/Tail	Farol dianteiro e traseiro.
29	Grille	Grade ou entrada de ar.
30	Spoiler	Aerofólio, auxilia na aerodinâmica.
31	HighLight	Partes que captam luz, realçando determinada superfície.
32	OSRVM	"Outside Rear View Mirror" - Retrovisor

Fonte: Jalopnik