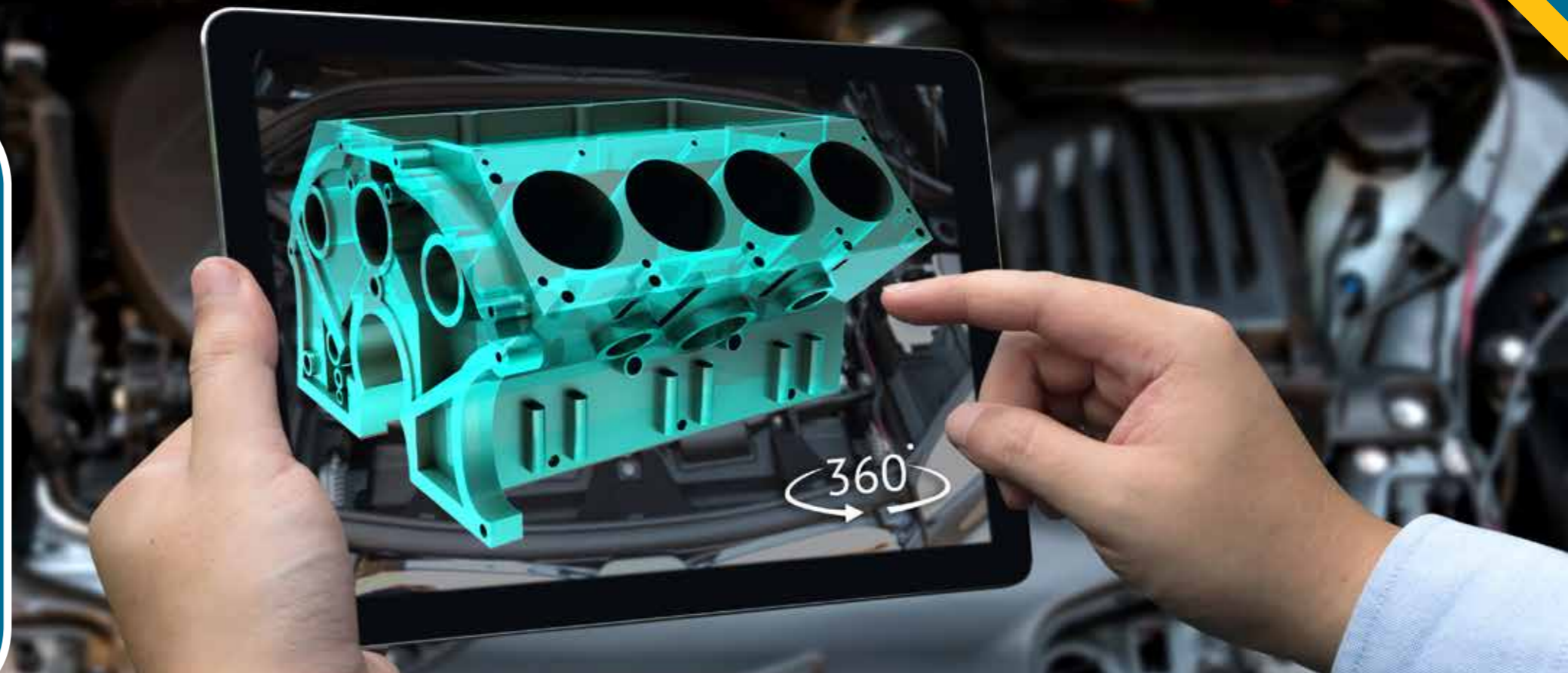


REALIDADE AUMENTADA

A INDÚSTRIA JÁ OFERECE RECURSOS DE ÚLTIMA GERAÇÃO PARA QUE PROPRIETÁRIOS DE VEÍCULOS E PROFISSIONAIS DE OFICINAS ENXERGUEM PROCESSOS DE MANUTENÇÃO COMO SE ESTIVESSEM EM UM FILME DE FICÇÃO CIENTÍFICA

 Gerson Burin



Nas tecnologias de realidade virtual, uma pessoa pode mergulhar em um ambiente totalmente digital e interagir nesse meio, muitas vezes utilizando sistemas que projetam imagens em óculos 3D, capazes de interpretar os movimentos desse indivíduo e representá-los num cenário virtual. Quem gosta de games pode ter uma série de oportunidades de vivenciar essas experiências. Quem assiste a animações no cinema também. Mas e a realidade aumentada? É a mesma coisa? A resposta é não. Enquanto a realidade virtual é representada plenamente num ambiente digital, a aumentada faz uma interação entre imagens reais, de verdade, e elementos digitais. Com o uso de óculos especiais ou dispositivos dotados de microcâmeras, o usuário acaba vendo imagens digitais sobre as imagens reais.

E hoje já se encontra realidade aumentada em diversos setores, com destaque para medicina, aviação, mercado imobiliário, entre outros. A intenção geralmente é auxiliar o usuário com informações

relevantes, projetadas sobre as imagens reais – pode servir tanto para a execução de uma atividade (pilotar um avião, por exemplo) quanto para treinamento profissional. Ou como acessório de vendas: no meio da decoração de interiores, um recurso de realidade aumentada poderia fazer com que você visse, na tela do seu celular, imagens de como ficariam determinadas peças de mobília no espaço da sua casa – sendo essas peças projetadas digitalmente sobre o cenário que a sua câmera está apontando.

Mas o assunto desta revista é automóvel. Então vamos mostrar como a realidade aumentada já está sendo usada no nosso universo.

MANUAIS DO FUTURO

Algumas montadoras já utilizam o recurso da realidade aumentada para oferecer um manual mais sofisticado para seus clientes. Por meio de um tablet – ou mesmo do próprio smartphone –, é possível projetar informações e instruções sobre a manutenção do veículo, apontando seu sistema para a área do carro da qual você

precisa ter algum tipo de conhecimento específico. Uma das marcas que oferecem esse recurso é a Hyundai. As informações sobre a manutenção básica de seus veículos, que antes ficavam apenas em um manual físico, agora têm representações digitais surpreendentes. Já é possível, por exemplo, ver animações de como fazer a verificação do óleo do motor – entre outras possibilidades de demonstração. Já a BMW possui tecnologia de realidade aumentada para a linha de manutenção dentro da oficina. A visualização dos processos é possível com o uso de óculos especiais. Com eles, o reparador consegue identificar o componente a ser desmontado, item que aparece com cores diferenciadas numa animação. Além da identificação da peça, a tecnologia ainda apresenta, sobre a imagem do conjunto, os pontos de fixação e as ferramentas necessárias para a remoção ou montagem do componente.

Quem também está fazendo isso é a Bosch. A empresa tem usado realidade aumentada para apontar a localização de componentes e para dar instruções

para a manutenção e os diagnósticos de itens da marca. E a Volvo também: sua ferramenta virtual permite a interação de sua base de dados com o veículo na tela de um tablet ou celular. Dá para ver, por exemplo, instruções indicando o passo a passo para a adição de óleo lubrificante no motor – olhando diretamente para as partes do carro nas quais esse serviço precisa ser feito. 🛠️

NÃO É SÓ UM RECURSO BONITINHO...

Essa identificação virtual dos componentes que vão passar por um processo qualquer na oficina, permitida pela realidade aumentada, reduz de forma significativa o tempo investido no trabalho. E isso é uma informação importante: a tecnologia de realidade aumentada não surgiu apenas para deslumbrar proprietários de veículos e profissionais de oficinas com recursos futuristas. Ela traz eficiência e produtividade.