

Del 1400 al SEAT León 'Una tablet sobre ruedas'

Motor | 23-02-2021 | 12:17



Seat

Las pantallas han pasado en tan solo una década a ser el centro de muchas de nuestras actividades y los coches no son ajenos a esta tendencia. El nuevo León, el modelo tecnológicamente más avanzado de la historia de SEAT, incorpora una pantalla central que, para Dani Molina, responsable de diseño UI (Interfaz de Usuario) de SEAT, es su 'cerebro y corazón'.

De la nada al todo. Lo que en el modelo 1400 era un extra, ese pequeño espacio en el tablero reservado para la radio, ahora condiciona gran parte del diseño interior del coche. Es en la pantalla central, y en la cuarta generación del SEAT León donde se agrupan todas las funcionalidades de info-entretenimiento. Para Dani Molina, el cambio ha sido claro: 'la principal evolución en el tablero ha sido que primero solo tenía la radio, después se añadieron nuevas funcionalidades en diferentes botones y palancas y ahora todas estas funcionalidades y más se han concentrado en la pantalla central'. Un espacio para controlarlo todo.

Tablet sobre ruedas. Tras cuatro años de trabajo en el diseño, una tarea compartida por los departamentos de interior y digital, se podría hablar del nuevo León como una tablet sobre ruedas. El salpicadero ya no incorpora botones más allá del de alerta (warning) y el de encendido y apagado, puesto que todas las funcionalidades se controlan desde la pantalla de manera táctil. Un ejemplo claro de esta revolución es que del León tercera generación a este se han eliminado hasta 20 botones.

Un lugar privilegiado. A diferencia de las tendencias anteriores, en el nuevo León la pantalla está en una posición elevada, paralela al volante. Así, ¿el usuario tiene todo lo que necesita al alcance de la vista o de su dedo?, explica el diseñador UI. ¿El sistema, desarrollado a partir de la premisa de la horizontalidad, está configurado en un máximo de dos clics para llegar aquellas funcionalidades clave en la conducción, uno para ver el estado y otro para encenderlas o apagarlas?, añade.

El usuario en el centro. Justamente este sistema de dos clics es clave en la disciplina de diseño de interfaz de usuario, que tiene un objetivo básico: la optimización de la interacción entre el usuario y la máquina. ¿Es fácil: si puedes hacer algo en dos clics, ¿por qué hacerlo en tres?¿, explica. Por ello, detrás de la pantalla del nuevo León hay miles de tests con usuarios para determinar cuál es la mejor manera de orientar el display y favorecer la eficiencia en la interacción. ¿Si diseñamos unos iconos bonitos pero que el usuario no entiende, entonces no hemos hecho bien nuestro trabajo?, añade.

La personalización como prioridad. La pantalla del nuevo León, de 10 pulgadas, incluye hasta 2.000 iconos específicamente diseñados para cada función con una identidad propia y estética SEAT. En el display de inicio aparecen tres widgets principales completamente personalizables, una barra de aplicaciones y acceso directo a la climatización, integrada, así como a otras 12 funcionalidades, entre las cuales destacan los servicios multimedia, navegación y la conexión con el móvil. Según Dani Molina, este sistema digital es clave para la relación del usuario con el coche: ¿dependiendo de las necesidades del usuario, uno podrá decidir si quiere tener navegación y teléfono en su pantalla principal, porque es lo que más usa, y otro que no necesite navegación quizás preferirá ver en primer lugar el configurador de modos de conducción y la radio?.

Una puerta abierta al futuro. Llegados a este nivel tecnológico, la pregunta es qué vendrá después. Para Dani Molina el siguiente paso es la humanización. Las respuestas del coche dejarán de ser pop-ups y se personalizarán en una especie de diálogo: ¿es muy importante que el coche deje claro que está escuchando las peticiones del usuario, que no está hablando solo, y conteste de una manera más humana, asistencial y rápida?. Y ya más allá de la pantalla, ¿algún día incluso se podrían proyectar imágenes sobre el parabrisas como respuestas?, concluye.

El 1400 y el León, en cifras. Con su lanzamiento en 1953, el SEAT 1400 puso la primera piedra en

la consolidación de la compañía. La berlina, de formas redondeadas y cuatro puertas, salió de la planta de la Zona Franca para convertirse en un éxito en ventas: pese a tener un volumen de producción muy menor al actual (cinco coches al día), al final de su comercialización se habían vendido 98.978 unidades. En cuanto a elementos de info-entretenimiento, solo incorporaba una pequeña radio regulable con botones y ruedecitas, un claro precedente de lo que ahora engloba la consola del nuevo León, junto con muchas otras funcionalidades. Por su parte, el SEAT León, con 21 años de recorrido y cuatro generaciones, es actualmente el modelo más vendido de la marca, con 2.200.000 unidades en toda su historia. Los avances tecnológicos tanto en la fabricación como en el desarrollo exterior e interior del coche lo convierten en el vehículo más tecnológico de SEAT, con cinco opciones de motorización y una pantalla central que facilita una conducción eficiente también potenciando el info-entretenimiento.

Autor: Redacción