



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSORA ORIENTADORA: MÔNICA PRADO
ÁREA: JORNALISMO ESPECIALIZADO

**De zero a 100km/h com a revista Car and Driver
Brasil**
**Um estudo sobre os meios de produção em revista
automotiva**

Carlos Andrés Ribero Cereijo
2046219/4

Brasília, junho de 2008

Carlos Andrés Ribero Cereijo

**De zero a 100km/h com a revista Car and Driver
Brasil**
**Um estudo sobre os meios de produção em revista
automotiva**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Prof . Mônica Prado

Brasília, junho de 2008

Carlos Andrés Ribero Cereijo

De zero a 100km/h com a revista Car and Driver Brasil

**Um estudo sobre os meios de produção em revista
automotiva**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Banca Examinadora

Prof. Mônica Prado
Orientadora

Prof. Luiz Cláudio Ferreira
Examinador

Prof. André Ramos
Examinador

Lucas Litvay
Examinador

Brasília, junho de 2008

Dedicatória

Aos meus pais pelo amor e apoio incondicionais, e aos meus padrinhos pelo apoio, amor, conselhos e porto seguro em terras paulistanas.

Agradecimentos

Agradeço à minha família: Andrea Rodriguez Cereijo, prima e amiga; Carolina, irmã caçula; Daniel Rodriguez Latou, padrinho e conselheiro; Dardo, pai e caráter inabalável; Federico, irmão e designer; Gioconda, mãe e exemplo de vitória; Guillermo, irmão e boleiro; Rosa Mary Cereijo de Rodriguez, madrinha e segunda mãe; Virgínia Rodriguez Cereijo, prima e são-paulina. À minha Polyana Coelho, para sempre. Aos meus amigos: Clístenes Cardoso, petrolhead; Deco Bancillon, pelo apoio e amizade; Everton Araújo, brincalhão; João Porto, batalhador; Priscila Mendes, amiga de todas as horas; Renato Aguiar, brincalhão “surpresinha”; Rodolfo Lauro, são-paulino. À equipe da Car and Driver Brasil: André Jalonetsky, pela paciência que teve e pelos detalhes; Eduardo Hiroshi, pela presteza; Lucas Litvay, pelos conselhos sobre o mercado de jornalismo automotivo; Luiz Guerrero, pela recepção; Marcela Pereira de Almeida, pela simpatia; Marcelo Serikaku, pela atenção; Paulo Sapata, pela minúcia nos detalhes; Rodrigo Ribeiro, pelo entusiasmo; Selma Oliveira, pela didática e paciência. E finalmente, à Mônica Prado, orientadora competente.

For a lot of people, motoring journalism seems the perfect job. Not because they think it's a quick way to get rich – it's not – but because they love motor cars: love driving them, love looking at them, love lying underneath them.

Simon Taylor

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso descreve e analisa, sob a perspectiva da teoria do Newsmaking, os meios de produção da revista *Car and Driver Brasil*. A pesquisa foi feita através de: observações feitas na redação da revista, da descrição das rotinas de trabalho, da análise dos perfis dos jornalistas, de entrevistas com os profissionais que produzem o material editorial, este projeto descreve como a revista é produzida e relaciona as forças que moldam essa produção. Ao observar de perto como atuam os jornalistas que produzem a *Car and Driver Brasil*, é possível trazer à luz os critérios de seleção da pauta, as características do texto de revista automotiva, os métodos de avaliação dos automóveis, as influências do design gráfico e da fotografia, além das técnicas de edição e definição da capa da revista. Ao desenvolver uma análise compromissada em identificar as forças atuantes na produção da revista, este trabalho demonstrou que a produção da *Car and Driver Brasil* obedece predominantemente à força pessoal dos jornalistas envolvidos. Aspectos essenciais nos meios de produção da revista são decididos com base na experiência dos jornalistas. Ficou claro que os jornalistas produzem a revista para aqueles, assim como eles, apaixonados por automóveis.

Palavras-chave: Car and Driver Brasil, jornalismo automotivo, *newsmaking*, revista automotiva, revista especializada.

Sumário

Introdução	9
Tema.....	12
Justificativa.....	12
Objetivo	13
Objetivo geral.....	13
Objetivos específicos.....	13
Metodologia.....	14
Hipótese.....	15
1 Newsmaking e os elementos de uma revista automotiva.....	16
1.1 As forças	16
1.2 Pauta em revistas	17
1.3 O texto de revista	18
1.3.1 Escrever para o público	19
1.3.2 Texto automotivo e opinião.....	20
1.4 Edição de revistas.....	21
1.5 Fotografia em revistas automotivas	22
1.6 Design gráfico em revistas.....	23
1.7 Perfil dos jornalistas de revistas automotivas.....	24
2 A experiência dentro da Car and Driver Brasil	26
2.1 Ligando o motor: a rotina	26
2.1.1 Quem faz a revista.....	26
2.2 Soltando a embreagem: a pauta	28
2.2.1 Reunião de pauta da Car and Driver Brasil	30
2.3 Primeira marcha: apuração, texto e público	31
2.4 Engatar segunda marcha: edição e revisão de texto	35
2.5 Terceira marcha: o clique do movimento	36
2.6 Quarta marcha: o design gráfico da revista.....	37
2.7 Curva perigosa: a capa da revista.....	39
3 Car and Driver Brasil sob a lupa do <i>newsmaking</i>	40
Considerações finais.....	43
Referência bibliográfica.....	45
Anexos	46

Introdução

O jornal alemão Munchen Tageblatt publicou uma das primeiras notícias sobre automóvel. O assunto da matéria era o triciclo de Benz que havia se tornado um dos destaques da Exposição de Engenharia de Munique, 1886. Também coube ao veículo, ainda no mesmo ano, a honra de motivar a primeira reportagem automobilística publicada em revista, quando foi avaliado pela publicação americana Scientific American. (CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p. 13)

A união entre mídia e automóvel começava a ser concretizada em 1887. Na Europa e Estados Unidos surgiam as primeiras revistas especializadas em veículos. A mais antiga em circulação e uma das pioneiras é a inglesa Autocar, publicada desde 1895. (ibidem, 2005, p. 13)

Pode-se considerar o nascimento da imprensa automotiva brasileira o lançamento da revista *Automobilismo*, na década de 1920. Após a crise causada pelos racionamentos de combustível durante a Segunda Guerra Mundial, os automóveis americanos apareceram nas ruas das grandes cidades. Neste período pós-guerra foi lançada revista *Automóveis e Acessórios*, editada durante 25 anos. (ibidem, 2005, p. 14)

A partir de 1956 começaram a circular os primeiros carros produzidos no Brasil. Com objetivo de aproveitar este mercado em ampla expansão, o empresário Victor Civita cria em julho de 1960 a revista *Quatro Rodas*. Após quatro anos surge a revista *Autoesporte*, mais destacada pela cobertura do automobilismo de competição. (ibidem, 2005, p. 14)

Com a crise financeira e do petróleo e as proibições de importação em 1976, as revistas automotivas passaram, nas décadas de 1970 e 1980, por seu momento mais crítico. Surgiram apenas títulos focados em nichos de mercado como a *Duas Rodas* em 1974, *Carga & Transporte* fundada em 1984 e, dois anos depois, a revista *Oficina Mecânica*. (ibidem, 2005, p.14)

Em 1990, com a reabertura das importações, houve um impulso no setor de revistas automotivas. *Veículos Importados* acabou naufragando com o súbito aumento das alíquotas de importação. Lançada em 1992, a revista durou três anos. *4x4 & Cia*, a maior revista nacional focada em *off-road*, surgiu na mesma época. Em outubro de

1992 foi lançada a revista *AutoData*, dedicada ao dia-a-dia financeiro das fábricas de automóveis. (ibidem, 2005, p. 15)

Carro – A Revista do consumidor chega em 1993 às bancas. Criada pela então BQ 1 Editora, atual Motorpress, destacava-se por dar um enfoque mais cotidiano ao automóvel. (ibidem, 2005, p. 15)

O título *Car and Driver* pertence a Hachette Filipacchi Media U.S., grupo estadunidense de comunicação que compõe a divisão de mídia da Lagardère Active. A Lagardère tem sua matriz na França e atua em 40 países nos setores de mídia e tecnologia avançada. *Car and Driver* foi fundada em 1955 nos Estados Unidos. Segundo dados da Audit Bureau of Circulations (ABC), a *Car and Driver* EUA vendeu na primavera de 2004 a média de 1,363,911 exemplares por edição. A ABC também calculou a média de leitores por exemplar como 7,2. Com isso chegou a um total de 9,726,000 leitores por edição da *Car and Driver* EUA. O instituto aponta que 90% dos exemplares eram de assinantes e o restantes 10% foram vendidos em banca. Estes números mostram que a revista é líder em seus país de origem. Porém, deve-se levar em consideração que a *Car and Driver* também é editada em outros países. São eles: Espanha, Itália, França, Grécia, China, Taiwan, Hong Kong, México e Colômbia. Em cada um deles a *Car and Driver* é líder de mercado em seu segmento. Tornando-se a revista automotiva mais vendida no mundo.¹

A chegada da revista ao Brasil foi um projeto de expansão da editora Escala, caracterizada por produzir revistas com baixo preço e dirigidas às classes C e D. O objetivo era passar a oferecer produtos para as classes A e B e atrair verba publicitária. Assim, a editora mudaria seu modelo de negócio baseado nas vendas em banca para um modelo de venda de espaços publicitários em revistas de nicho.

Esta era a idéia quando o jornalista André Jalonetsky chegou à editora Escala, cerca de um ano antes do lançamento da *Car na Driver* Brasil: trazer títulos de fora do Brasil. Assim, a editora Escala mostraria seriedade, pois as maiores editoras do mundo licenciariam seus títulos. Fato que só acontece após uma pesquisa, por parte da empresa estrangeira, a respeito da estrutura operacional, estrutura fiscal e estrutura

¹ Dados divulgados em nota pela assessoria de imprensa da editora Escala.

contábil da empresa nacional. Outro ponto importante seria o peso do título licenciado. Isso facilitaria o acesso às agências de publicidade e aos potenciais anunciantes.

Jalonetsky então fez uma análise do mercado editorial brasileiro e identificou um quase monopólio no segmento de revistas automotivas. Percebeu que haveria a possibilidade de trazer um título internacional para concorrer pelo mercado. A escolhida foi a Car and Driver.

A Car and Driver foi escolhida por ser uma revista com mais de 50 anos de história. Por ser editada em outros 10 países, é considerada a maior revista automotiva do mundo. André Jalonetsky, diretor da Car and Driver Brasil, no entanto, acreditou que poderia haver um problema. A revista é norte-americana, e a maioria dos carros que circulam no Brasil é marcas européia. Porém, como o grupo Hatchett Filipacchi possui revistas em países europeus, não haveria escassez de material internacional.

Este material internacional é, segundo Jalonetsky, o trunfo da revista. Isso porque, com o mercado de automóveis globalizado, os lançamentos de carros são para todo o mundo. Como as montadoras dão preferência a imprensa européia e a imprensa norte-americana para a avaliação dos novos modelos, a imprensa do resto do mundo fica com uma defasagem. A Car and Driver Brasil, então, passa a frente das revistas nacionais. Traduz o material produzido pelas parceiras espalhadas pelo globo, e oferece matérias exclusivas com alta qualidade editorial e gráfica, pois as fotos também são solicitadas. Tudo isso a um custo de 150 dólares por matéria. Muito mais barato do que deslocar um jornalista aqui do Brasil. Para cobrir o mercado nacional, a Car and Driver Brasil utiliza colaboradores sem vínculo com a empresa. Estes profissionais recebem pelo material produzido. Assim, a Car and Driver Brasil mantém uma redação considerada enxuta.

Uma parceria com Instituto Mauá de Tecnologia permite que a revista submeta os automóveis a testes minuciosos como quanto à aceleração, frenagem, velocidade final, relação de marchas, torque. Estas aferições são balizadas pela equipe de engenheiros do Instituto Mauá de Tecnologia, o que confere credibilidade aos números utilizados para analisar os veículos. Outra preocupação da revista é do ponto de vista ambiental. A revista faz doações mensais a organização ambientalista Max

Ambiental com objetivo de neutralizar as emissões da frota de carros em teste na revista.

Portanto, o modelo de negócio da Car and Driver Brasil se baseia em baixos custos de produção e na compra a preços ínfimos de material exclusivo internacional. Com esta redação reduzida, mas fortemente qualificada, a revista é lançada na primeira semana de cada mês com preço de capa de R\$ 8,90.

Tema

A revista *Car and Driver Brasil* chega ao mercado editorial brasileiro com um nome de peso. Este é um fenômeno da globalização e da concentração de títulos em poder de grandes grupos de comunicação. A revista foi a que mais se mostrou solidária a este trabalho. Disponibilizou o tempo de seus profissionais e permitiu o acompanhamento da rotina da redação e dos processos de produção da revista.

A pesquisa procura descrever os processos de produção da Car and Driver Brasil e analisá-los através do *newsmaking*. Também foram consultados autores que discorrem sobre as especificidades do jornalismo em revistas e jornalismo automotivo. Para assim formar uma base teórica sólida e fugir das suposições superficiais e, algumas vezes, irresponsáveis. Então, a proposta é acompanhar a rotina da redação, aplicar questionários aos profissionais envolvidos. Depois de descrever como a revista funciona, analisar quais forças atuam durante as diferentes etapas.

Justificativa

Automóveis sempre povoaram a mente deste pesquisador. O que era um impulso juvenil pela mobilidade e independência transformou-se em leitura assídua. Tanto de revistas automotivas nacionais e importadas quanto de endereços eletrônicos voltados à paixão pelo automóvel. Esta pesquisa então surge para satisfazer tanto esse desejo latente de falar de carros, como a curiosidade por uma área do jornalismo que será a de atuação deste pesquisador. Este é o primeiro passo para uma carreira na área de jornalismo automotivo. Entender como se procede na redação da versão brasileira da maior revista automotiva do mundo é, sem dúvida, uma grande lição de

jornalismo. Existe uma carência no estudo deste segmento do jornalismo no Brasil. Pouca bibliografia torna a discussão sobre o jornalismo automotivo uma grande bacia de suposições. O que é perigoso do ponto de vista da análise acadêmica.

Além disso, os números da produção automobilística em 2007 foram surpreendentes e estabeleceram um novo recorde. Impulsionados principalmente pelos financiamentos a longo prazo e juros reduzidos ao consumidor. De janeiro a setembro de 2007 foram produzidos 2,18 milhões de automóveis, 10,6 % a mais que o mesmo período de 2006². Isto fomenta uma busca por informação por parte desses consumidores, assim como faz aflorar o interesse pelos aspectos que circundam o assunto automóvel.

Objetivos

É importante estudar o jornalismo automotivo, pois o carro ocupa cada vez mais os noticiários. Seja pelos engarrafamentos causados pela péssima engenharia de tráfego ou pelos supostos efeitos sobre o aquecimento global.

O carro é sinal de status, de progresso e liberdade. No começo do século, XX livrou as metrópoles do esterco de cavalo e das doenças por consequência causadas. Encurtou distâncias, venceu guerras, criou heróis e vilões, derrubou fronteiras.

Objetivo geral

O objetivo é descrever os meios de produção da revista *Car and Driver Brasil*, e identificar as forças que atuam sobre este processo. A teoria do *newsmaking* será o fio condutor. Além das contribuições de outros autores para os temas jornalismo de revista e jornalismo automotivo.

² Carta da Anfavea número 257

Objetivos específicos

- I. Elaborar um embasamento teórico sobre jornalismo de revista e jornalismo automotivo;
- II. Contar como surgiu a imprensa automotiva e sua implementação no Brasil;
- III. Fazer um relato etnográfico com base nas experiências vividas dentro da redação da revista;
- IV. Fazer uma análise das forças envolvidas nos meios de produção da revista.

Metodologia

A proposta para descrever os processos de produção de uma revista automotiva era acompanhar os trabalhos na redação. A partir da observação das rotinas diárias de discussão da pauta, produção e edição dos textos, produção das fotografias, e diagramação da revista. Com isso, esperava-se compreender como a edição de uma revista mensal sobre automóveis era concebida, e que forças atuavam ao longo do período em que era produzida.

Para que o relato etnográfico fosse o mais rico possível, foi decidido que, além do acompanhamento diário na redação, o pesquisador deveria ter acesso a reuniões de pauta, apurações, material ainda não editado, profissionais envolvidos tanto na redação quanto parceiros, repórteres trabalhando em campo, testes e medições técnicas. A única publicação que preencheu estes requisitos e concordou em disponibilizar ao máximo tanto o quadro de profissionais, quanto o acesso às reuniões foi a *Car and Driver Brasil*, da editora Escala. Outro fator que contribuiu para a escolha da *Car and Driver Brasil* foi o seu recente lançamento no mercado editorial brasileiro. Isso criou a oportunidade de se observar não só as rotinas de produção, mas também o nascimento e consolidação de uma revista automotiva.

Durante 25 dias de janeiro e fevereiro de 2008 a rotina da redação da *Car and Driver Brasil* foi acompanhada. O pesquisador também fez entrevistas. Todos os

responsáveis pela produção do material editorial responderam a questionários específicos da área pela qual são respondem na revista (ANEXO S). Um dos testes de medição técnica feito pelo Instituto Mauá de tecnologia foi acompanhado pelo pesquisador no campo de provas da General Motors em Indaiatuba, São Paulo.

Hipótese

Espera-se encontrar uma redação apoiada na força pessoal dos jornalistas, mas, principalmente dependente das montadoras. As rotinas de produção devem ser ditadas pelos anunciantes.

1 Newsmaking e os elementos de uma revista automotiva

1.1 As forças

Para tentar compreender como funciona a *Car and Driver Brasil* é necessário olhar de vários ângulos. “Notícias são um artefato construído pela interação de várias forças, que podemos situar ao nível das pessoas, do sistema social, da ideologia, da cultura, do meio físico e tecnológico e da história” (SOUSA, 2000, p.21). São todas essas facetas juntas que dão forma à notícia. Pode-se analisá-las em separado, mas sempre atento a suas influências mútuas.

De acordo com Pena (2005, p. 46), estas são, resumidamente, as definições de cada uma das forças listadas por Jorge Pedro Sousa: a **força pessoal** mostra que as notícias resultam parcialmente das pessoas e das intenções que carregam; notícias são resultados dos constrangimentos e dinâmicas do sistema social de acordo com a **força social extra-organizacional**; a **força socioorganizacional** diz respeito ao meio organizacional no qual as notícias foram elaboradas; as notícias se originam no interesse que dá coesão aos grupos, formando assim a **força ideológica**; a **força cultural** mostra que as notícias são resultado do sistema cultural no qual foram elaboradas; as notícias dependem do meio físico em que são produzidas, chama-se **força do meio físico**; a tecnologia utilizada para produção das notícias também influencia, dá-se o nome de **força dos dispositivos tecnológicos**; as notícias são resultado da história, durante a história interagem as demais forças, chama-se **força histórica**.

Os meios de comunicação determinam quais fatos, temas e idéias devem chegar ao público. Com isso, os meios de comunicação democratizam o contato com as representações desses fatos, temas e idéias, transformam o consumo destas representações em hábito. Os meios jornalísticos ainda carregam essas representações com determinado sentido, no entanto, a última palavra depende do consumidor de tais representações e dos círculos sociais em que o mesmo está inserido (família, escola, etc.). (SOUSA, 2000, p.21)

A revista *CAR AND DRIVER BRASIL* será analisada tomando como teoria o *Newsmaking*. Esta teoria defende que o jornalismo é antes uma construção social de uma realidade. E que é na enunciação que os jornalistas elaboram os discursos que são submetidos a várias operações e pressões sociais. O resultado é o que as redações chamam notícia. (PENA, 2005, p. 49). Essas pressões sociais e operações são as forças citadas por Jorge Pedro Sousa.

Antes de prosseguir, faz-se necessário elucidar alguns aspectos a respeito da teoria do *newsmaking*. Primeiro aspecto: o *newsmaking* diminui a força de alguns enfoques de conspiração nas teorias do jornalismo, no entanto, não acredita ser inexistente a manipulação da notícia. Apenas abre espaço para a interpretação de manipulações do ponto de vista dos processos de produção, e não sob o paradigma da intenção (PENA, 2005, p. 51). Segundo aspecto: a imprevisibilidade dos fatos faz com que as empresas de comunicação coloquem ordem no tempo e espaço. Para conseguir isso normatizam práticas para elaboração das notícias. São essas práticas que são objeto da teoria do *newsmaking*. (ibidem, 2005, p. 51)

1.2 Pauta em revistas

Uma das etapas dessa normatização da produção das notícias é a elaboração da pauta. É neste estágio em que os critérios de noticiabilidade entram em campo. É uma série de critérios, operações e instrumentos para eleger entre vários fatos uma quantidade limitada de notícias. (PENA, 2005, p. 51)

Quando se fala em revistas, estes critérios devem levar em conta as características da própria publicação. “Uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento.” (SCALZO, 2003, p. 11). Portanto, a pauta de uma revista será diferente da pauta de outros veículos.

Nos jornais diários é de certa maneira fácil definir a pauta. Os acontecimentos do dia-a-dia, se forem bem abordados, definem a pauta. Por sua vez, o jornalismo de revistas possui outra lógica, em especial as publicações mensais e quinzenais. A

periodicidade mais espaçada demanda do jornalista novos enfoques para os assuntos, sempre em busca de originalidade na abordagem. (ibidem, 2003, p. 65)

É importante prestar atenção na diversificação e no equilíbrio das pautas em cada edição. A diversificação está na própria natureza do veículo e vai ditar o ritmo da revista. “É esse equilíbrio e essa coerência editorial da pauta, bem como o ordenamento das seções, colunas, entrevistas especiais etc., que vão definir a personalidade de uma revista”. (ibidem, 2003, p.65-66)

1.3 O texto de revista

“As revistas exigem de seus profissionais textos elegantes e sedutores” (VILAS BOAS, 1996, p.9). Ao começar a escrever um texto destinado à revista é preciso agrupar idéias do mesmo assunto. Daí estabelecer uma seqüência por meio de ganchos. (ibidem, 1996, p.14)

Sobre o texto da imprensa automobilística, Taylor (2000, p. 7) comenta que qualquer pessoa consegue ter amor por carros, mas, em seguida pergunta se qualquer um consegue amar o bom texto. Questiona se ao se ler um artigo em determinada revista, consegue-se distinguir porque ele aguça a imaginação. Por que o texto permite experimentar as sensações de quem o escreveu?

Como exemplo de bom texto, Taylor (2000, p.7) cita a carta de uma menina de apenas oito anos. A criança explicava seus sentimentos a respeito do irmão que acabara de nascer. Apesar de ter só 80 palavras, o texto carregava as impressões daquela garota e que, assim, ele experimentou uma complexa mistura de sensações ao lê-lo.

Caso, ao escrever um artigo, o autor deseje manifestar sua empolgação a respeito de determinada peça de um automóvel, ele deverá usar a ferramenta apropriada: a palavra. Para assim, comunicar-se de maneira tão clara que qualquer um, lendo na cama de madrugada ou deitado numa garagem recuperando-se da dor causada pelo cârter que a pouco caiu sobre a cabeça, leia e consiga abstrair a mensagem. (TAYLOR, 2000, p.8)

Noblat (2004, p.43), por sua vez, reproduz uma máxima que ouviu do jornalista maranhense Nagib Jorge Neto: “Nada está tão bem escrito que não possa ser melhorado”. O texto precisa fluir de forma serena para ser agradável. Parágrafos devem introduzir uns aos outros.

1.3.1 Escrever para o público

“O público é soberano. [...] Fazer um bom jornalismo é atender às necessidades do público com o qual você quer se comunicar, e só.” (TARQUINI in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p. 23). Portanto, é importante que se leve em consideração o leitor para traçar as características de um texto. A revista chama o leitor de você, fala diretamente com ele, algumas vezes com intimidade (SCALZO, 2003, p.37). O público de revistas automotivas é sempre mais especializado, fã fervoroso do automóvel ou sujeito detentor de muita informação técnica (PATI in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.36). O desafio para o jornalista é produzir uma revista acessível ao leitor comum, porém, o texto deve ser exato ao ponto de poder ser lido por um especialista na área sem constrangimentos. (SCALZO, 2003, p.57)

O jornalista não deve escrever para si mesmo. O leitor é alguém em especial, com demandas particulares. Nem sempre o que o jornalista gostaria de ler é o que o leitor procura. A não ser que o profissional produza uma revista para um grupo do qual faz parte. (ibidem, 2003, p. 54)

As revistas automotivas são classificadas como especializadas. E aí está uma questão delicada, pois correm o risco de se comunicarem em linguagem cifrada (ibidem, 2003, p.56).

Então se percebe que o texto deve flutuar na fronteira entre o leitor aficionado e o leitor casual. Cláudio Carsughi (in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.45) aponta outra faceta que permeia esta busca pelo bom texto na imprensa automobilística: conhecimento técnico. Diz que se tem questionado o valor do conhecimento técnico para desenvolver um trabalho nos veículos de comunicação voltados ao automóvel. Para colocar em perspectiva, dá como exemplo alguém que vai escrever sobre tênis. Se o profissional não souber as regras, as jogadas básicas, será uma tarefa penosa

escrever sobre o esporte. “Imagine, então, para falar sobre um produto industrial que se torna cada vez mais complexo, incorporando, a cada dia, uma nova gama de tecnologia, como é o caso do automóvel.” (CARSUGHI in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.45)

1.3.2 Texto automotivo e opinião

Boa parte do trabalho numa revista automobilística consiste em avaliar, comparar, classificar veículos e produtos do segmento. Além disso, cabe à revista proporcionar ao seu leitor análises do mercado e dos aspectos do mundo automobilístico. “Na maior parte do tempo, o jornalista de revista estará ocupado muito mais em prestar um serviço do que apresentar um furo de reportagem” (SCALZO, 2003, p.55). Esta tarefa, na maioria das vezes solitária, pode aparecer no texto de várias maneiras. Alguns autores discorrem sobre este aspecto da força pessoal do jornalista no texto.

Segundo Vilas Boas, deve-se entender o ponto de vista como primordial para desenvolver um texto de revista. Quando se escreve, o pensamento se encarrega de transferir noções lidas ou vividas no discurso escrito. “Toda reportagem de revista traz no texto, implícito ou não, uma espécie de ponto de vista, que aqui não deve ser confundido com qualquer tipo de opinião”. (VILAS BOAS, 1996, p.21)

O ponto de vista é um propósito, que não precisa ser explícito, de propor algo ao leitor, de se chegar a algum lugar. Isto se consegue através da interpretação dos desdobramentos do fato. (ibidem, 1996, p.21)

Não se pode confundir texto de revista com texto opinativo. Apesar de muitas revistas carregarem opinião, o bom texto de revista deve estar embasado em informações. É fácil preencher um texto com juízos de valor, no entanto, são as informações que dão consistência e qualidade ao texto jornalístico. (SCALZO, 2003, p.58)

O jornalista Caio Moraes (in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.20) comenta um dos resultados de uma pesquisa feita com leitores encomendada pela revista Auto Esporte, da Editora Globo. As informações mostravam que era importante publicar

avaliações comparativas, nas quais ficassem bem claras as opiniões da redação, nada de ficar “em cima do muro”.

Revista bem focada é aquela que tem sua missão clara e concisa, cujos jornalistas sabem exatamente para quem escrevem, e trabalham para atender às necessidades ditadas pelos leitores. Se uma revista pretende oferecer a seus leitores avaliações isentas sobre os novos lançamentos do mercado automobilístico, ela não pode simplesmente se curvar aos interesses da indústria automotora. (SCALZO, 2003, p.62).

1.4 Edição de revistas

Após definir pauta e traçar as linhas de um texto de revista e, neste caso, revista automotiva, chega o momento de editar. Alguns autores discorrem sobre o tema e suas peculiaridades.

A revista é um encontro entre um editor e um leitor. Um fio invisível que une pessoas e constrói identidade, um sentimento de pertencimento a um grupo. O grande editor estabelece uma relação próxima com o público. Muitas vezes sabe, antes mesmo que o público, o que o segmento vai querer ler. Só assim a revista poderá surpreender. (SCALZO, 2003, p.12-39)

“Porque o dia em que você fizer a revista que teu leitor quer, não vai vender nenhum número. [...] Porque uma publicação assim não surpreende, não estimula, não ganha a pessoa pelo inusitado.” (TARQUINI in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.25)

Editar revela muito da individualidade de quem a assume, mas a edição mostra também o caráter da organização, do trabalho e do meio jornalístico no qual o editor está inserido. (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.24)

Editar significa valorizar a informação, dar peso à notícia. Hierarquizar. No veículo impresso, é o que se faz ao: definir um espaço (se a informação merecerá página inteira, meia ou uma nota); determinar seu lugar (se alto da página, rodapé, lateral, em uma coluna, etc.); considerar se haverá foto (e de que tamanho) e qual o número de retrancas secundárias; privilegiar, e até premiar, o trabalho feito no tempo e no espaço estipulado. (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.22)

Ser editor de uma revista automotiva significa responsabilizar-se pelo pacote inteiro, o que significa que também é responsabilidade do editor gerenciar o pessoal.

Ser o capitão do navio, e isso requer habilidades de administração. Jornalistas trabalham duro em um cenário competitivo, por isso precisam se sentir motivados, amados e cuidados. Os melhores editores são aqueles que conseguem manter o time feliz. (TAYLOR, 2000, p.13)

You can be a motoring journalist pure and simple all your working days, and if you're very good you can become famous and quite well paid doing it. Or you can become the man who makes the product, every week or every month, and be the editor of a motoring magazine. This is one of the great jobs. Although you may enjoy less of the creative stimulus of writing your own copy (as an editor of a reasonably large magazine you will probably write less and less and manage more and more), you will have the creative stimulus of leading the team that is making the entire package every week or every month.³ (TAYLOR, 2000, p.12)

Portanto, a edição traça o perfil de uma revista e lhe confere unidade, sintonia. Os textos passam pelas mãos dos editores e revisores antes de entrar na página. “Um texto jornalístico não deve ser visto nunca como uma criação pessoal, intocável e intransferível. Quanto mais leituras, opiniões, sugestões de corte e trocas de palavras você receber, melhor ficará o seu texto final”. (SCALZO, 2003, p.77)

1.5 Fotografia em revistas automotivas

Aspecto primordial para traçar tanto a linha editorial quanto o design de uma revista, a fotografia ocupa lugar de destaque nos conteúdos noticiosos impressos.

Fotografias causam reações emocionais, levam o público a imergir no tema. Antes de recorrer ao texto, é a fotografia que prenderá a atenção do leitor. “Quando alguém olha para uma página de revista, a primeira coisa que vê são as fotografias.” (SCALZO, 2003, p.69)

Dentro do jornalismo automotivo existe espaço para o fotojornalismo. No entanto, o fotojornalismo está restrito aos flagrantes de novos modelos e de fatos

³ Você pode ser um jornalista automotivo pura e simplesmente durante todos seus dias de trabalho, e se você for muito bom poderá tornar-se famoso e ser bem pago para isso. Ou você pode virar aquele que faz o produto, toda a semana ou mês, e tornar-se editor de uma revista automotiva. Este é um dos grandes ofícios. Apesar de você talvez aproveitar menos o estímulo criativo de escrever seu próprio artigo (como editor de uma grande revista automotiva você irá escrever menos e menos e administrar mais e mais), você terá o estímulo criativo de liderar um time que está produzindo um material toda a semana ou mês. (tradução livre do autor)

ligados ao mundo do automóvel. A maior parte do material fotográfico das revistas automobilísticas consiste de “fotos produzidas”.

Há dois tipos diferentes de “fotos produzidas”: as que funcionam como ilustrações e as que são uma espécie de “reportagem visual”. As primeiras, semelhantes às fotos de publicidade, seguem um processo de produção próximo ao do cinema e da televisão. Geralmente segue-se um *lay-out* desenhado pelo diretor de arte. Já a reportagem visual nasce de uma pauta, e é exatamente o que o nome diz: uma boa história contada por meio de imagens fotográficas. (ibidem, 2003, p.71-72)

A boa fotografia automobilística funde-se com a tecnologia carro, e ainda deve respeitar todos os quesitos da qualidade técnica. (LARANGEIRA in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.66)

Ela (a fotografia) precisa mostrar muito bem o automóvel. Uma foto mal feita pode prejudicar muito um carro. Da mesma forma, pode valorizar demais e acabar induzindo as pessoas ao erro.

A boa foto tem que ambientar, tem que transmitir para quem está vendo aquela imagem o que aquele produto realmente é. Você não pode pegar um carro esportivo, como uma Ferrari, por exemplo, e fotografá-la no meio da lama. Não tem sentido. (ibidem, 2005, p.66)

Um bom repórter não precisa pensar da mesma maneira que o fotógrafo. Só é preciso passar como será o enfoque da matéria. Desta maneira o fotógrafo poderá complementar o texto do repórter com boas imagens. (ibidem, 2005, p.68)

Com advento e popularização dos programas eletrônicos de edição fotográfica, surge a discussão sobre a manipulação ou criação de imagens digitais. (SCALZO, 2003, p.70)

As revistas buscam sempre publicar as melhores imagens e, se há qualquer possibilidade de melhorá-las, a tentação de manipular é grande. [...] a discussão de quanto os editores podem ou não mexer numa foto é permanente. (ibidem, 2003, p.71)

1.6 O design gráfico em revistas

O design gráfico em revistas serve para comunicar, informar. Torna a publicação e as matérias mais atrativas, mais fáceis de ler. Assim como os jornalistas,

os diretores de arte e designers têm de se preocupar com o melhor jeito de se contar algo, sempre de maneira legível. Assim como todos os outros aspectos da revista, será o leitor que determinará a linguagem gráfica a ser usada. (SCALZO, 2003, p.67)

Scalzo (2003, p.67) ensina que, com o projeto gráfico definido, passa-se a fechar cada matéria para montar uma edição. Nesse momento, a melhor maneira de agir é buscar o consenso de toda a equipe. “O bom design – e também re-design – é o que leva em conta as características da publicação.” (ibidem, 2003, p.67)

1.7 Perfil do jornalista de revistas automotivas

Alguns autores traçam as qualidades e o perfil necessários para tornar-se um jornalista de revistas e da imprensa automobilística.

Simon Taylor (2000, p.7) descreve da seguinte maneira um bom jornalista automotivo “[...] the lesson applies right from the beginning: if you want to be a motoring writer, the motoring bit is secondary. It’s the writer that matters.”⁴

“Eu ‘limei’ a expressão ‘jornalista especializado de automobilismo’. O bom jornalista trabalha em qualquer parte, em qualquer área, seja ela especializada ou não.” (TARQUINI in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.83)

“[...] tem que ser alguém que goste de automóvel, que conheça um pouco da história do automóvel, que conheça tecnicamente a ‘máquina’ automóvel e que esteja profundamente embrenhado neste meio.” (MORAES in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.80)

Sérgio Quintanilha enumera cinco qualidades do jornalista automotivo: primeiro é preciso querer trabalhar e colocar isto à frente das demais coisas do cotidiano (lazer, namorada(o), esporte); depois é necessário possuir um bom texto; em terceiro, é fundamental acompanhar todo o processo de produção da matéria, não largar tudo nas mãos do editor; em quarto, é bom colocar-se sempre no lugar do leitor; em quinto, falar inglês muito bem. (QUINTANILHA in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.86)

⁴ ...o ensinamento aplica-se desde o começo: se você quer ser um escritor do mundo automotivo, o mundo automotivo é secundário. É a parte de escritor que importa. (tradução livre do autor)

[...] qualquer pessoa que queira trabalhar com automobilismo tem que preencher um quesito fundamental: conhecer automóvel. Isso é básico. Tem que conhecer quais são suas partes mecânicas, porque funcionam, a sua utilidade, quais as leis da Física que atuam sobre elas. Isso é o mínimo. Porque se você não souber isso, não tiver ao menos uma noção, nunca vai entender um objeto “automóvel”, ou seja, um corpo que se desloca no espaço. (PATI in CAVALLARI; BIANCHINI, 2005, p.89)

2 A experiência dentro da *Car and Driver Brasil*

2.1 Ligando o motor: a rotina

A redação da *Car and Driver Brasil* está localizada na sede da editora Escala, no bairro da Casa Verde em São Paulo capital. As estações de trabalho são suficientes e ainda há algumas ociosas (ANEXO U). A redação, portanto, pode receber mais postos se necessário. Na parede, um cartaz apresenta todos os carros que estão em teste. Cada carro recebe uma data de entrada e a previsão de saída.

A sala do diretor de redação é reservada. Localiza-se ao lado das salas de reunião da *Car and Driver Brasil* e da revista *Raça*, também da editora Escala. Pôsteres com capas das revistas parceiras do grupo Hachette Filipacchi cobrem a parede (ANEXO T). Um antigo estúdio de televisão abriga os carros cedidos pelas montadoras para avaliações, testes e fotografias. O controle dessa frota é feito pelo estagiário. Ele é responsável por solicitar os modelos necessários para os testes, abastecê-los e devolvê-los às fábricas. Quando o modelo chega, é preciso montar o diário de bordo. Consiste numa planilha onde estão discriminados os horários e quilometragens respectivas a cada condutor que usou o veículo, isto é importante no caso de multas. Além disso, o estagiário entra em contato com os motoristas para agendar os traslados desses automóveis.

No lado oposto do segundo andar, onde está localizada a redação da *Car and Driver Brasil*, encontra-se a parte comercial da revista. Lá, os executivos de contas buscam vender os espaços publicitários e estabelecer relações com os potenciais anunciantes.

O horário de entrada da equipe é as 10 da manhã. Horários de almoço variam de acordo com o andamento das pautas. Ao se aproximar o fechamento da edição há uma tendência de mais horas dedicadas.

2.1.1 Quem faz a revista?

Antes de descrever e analisar os processos de produção da *Car and Driver Brasil*, é necessário conhecer a equipe responsável pelo material editorial. O setor de recursos humanos da editora Escala participou da seleção dos profissionais. José Ricardo Melenchion, diretor de Recursos Humanos da editora Escala, disse em entrevista que a seleção obedece aos perfis necessários para cada posto, assim como conhecimentos específicos e testes. Perguntado sobre a remuneração dos profissionais da Car na Driver Brasil, declarou que não poderia revelar estes dados por sua natureza estratégica. Limitou-se a dizer que a remuneração está de acordo com o que o mercado de revistas automotivas oferece. A seguir um breve perfil dos profissionais que produzem a *Car and Driver Brasil*.

Luiz Guerrero é o editor-chefe. Já publicou artigos nas principais revistas de carros do mundo. Foi editor-chefe do Jornal do Carro⁵, editor-técnico da revista Quatro Rodas e cobriu o circo da Fórmula 1 em Londres, onde morou por três anos.

Lucas Litvay é editor. Graduado em jornalismo no Mackenzie em 2002, foi repórter do Suplemento de Veículos da Folha de S.Paulo. Em 2005 passou a repórter o Jornal do Carro, posto que deixou em setembro de 2007, quando foi convidado a integrar a equipe da *Car and Driver Brasil*.

Eduardo Hiroshi é repórter. Em 1998 graduou-se em jornalismo pela Universidade Estadual Paulista. Já trabalhou na assessoria de imprensa da Volkswagen e foi editor do caderno de automóveis do jornal Agora São Paulo.

Paulo Sapata é diretor de arte. Formado em design pela Universidade Bandeirante de São Paulo, trabalha na editora Escala desde fevereiro de 2005. Antes trabalhou em outras empresas na área de diagramação como a J.Piaget e Etiquetas Brasil.

Marcelo Serikaku é designer. Graduado em publicidade e propaganda pela Universidade Metodista de São Paulo, entrou na editora Escala em janeiro de 2005 como assistente de arte. Cuidava do design das peças sobre as publicações da editora. Convidado por Paulo Sapata, passou para a parte editorial.

Marcela Pereira de Almeida é revisora. Em 2006 graduou-se em letras pela Universidade de São Paulo. Em dezembro de 2007 ingressou na *Car and Driver Brasil*

⁵ Suplemento sobre automóveis que circula junto com o Jornal da Tarde.

como revisora, acumulando depois a função de redatora. Antes disso trabalhou com revisão de apostilas em cursos preparatórios para vestibular e com redação publicitária.

Rodrigo Ribeiro é estagiário. Está no terceiro ano do curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero. Trabalhou durante quatro meses em um site voltado ao mundo automotivo e já fez reportagens para a revista Quatro Rodas.

2.2 Soltando a embreagem: a pauta

Durante as observações na redação da *Car and Driver Brasil* foi possível notar que as idéias são constantemente compartilhadas. As pautas surgem e são discutidas com naturalidade, pois os profissionais envolvidos demonstram um carinho pelo objeto automóvel e tudo que o cerca. Nem os intervalos e horários de almoço escapam, o assunto na maioria das vezes é a revista e os modelos avaliados.

Portanto, as pautas da *Car and Driver Brasil* surgem e são desenvolvidas no cotidiano da redação. A reunião de pauta somente dá o ponta pé inicial e define linhas gerais da próxima edição da revista. A seguir, Luiz Guerrero, Lucas Litvay e Eduardo Hiroshi definem os critérios para uma pauta da *Car and Driver Brasil*.

Segundo o repórter Eduardo Hiroshi, a pauta para a *Car and Driver Brasil* obedece aos mesmos critérios das pautas em outros segmentos do jornalismo. Destacando-se, entre esses critérios, o ineditismo e a relevância. Carros novos são mais importantes dos que já estão no mercado. Se a pauta for um comparativo, segundo Hiroshi, o modelo novo será comparado aos mais vendidos do segmento do qual faz parte. Outra estratégia é puxar um gancho que estabeleça relação entre os modelos. A diferença é que a revista dispõe de mais tempo para trabalhar as pautas de forma mais elaborada.

Perguntado sobre as influências que a indústria automobilística exerce na pauta da *Car and Driver Brasil*, Hiroshi explicou: influência não é a definição mais correta. O repórter disse que não se fala de carro que não existe, exceto modelos em fase de desenvolvimento. Portanto, a influência da indústria aparece quando é lançado um novo carro. Isto cria um fato jornalístico que interessa à pauta da *Car and Driver Brasil*.

O editor-chefe, Luiz Guerrero, lembra que todas as revistas automotivas têm a disposição os mesmos modelos, durante o mesmo período, salvo algumas exceções que depois serão elucidadas. O que se espera da pauta, portanto, é criatividade. Surpreender o leitor é a regra. Isto vale para as pautas de lançamentos ou modelos com novidades. Guerrero conta que é preciso estar atento para não tomar furo; investir em reportagens e seguir a linha que caracteriza as revistas do grupo Hachette Filipacchi. Segundo Guerrero, as parceiras internacionais do grupo se caracterizam por aflorar a paixão pelo automóvel.

Aqui entra uma peculiaridade que, segundo André Jalonetsky, é um dos trunfos da *Car and Driver Brasil*. A revista tem acesso a um banco de matérias rico em material internacional a um custo baixo. Luiz Guerrero conta que a seleção desse material é uma aposta baseada na experiência da redação. Diz que confia em escolher com base no que acredita serem os carros que alguém teria prazer em dirigir. Há apostas que dão certo e apostas que dão errado, segundo o editor-chefe.

Também questionado sobre a influência da indústria automotiva na pauta, Guerrero diz que as assessorias de imprensa das montadoras não tomam tanto a iniciativa de pautar quanto deveriam. Só uma minoria dos assessores que discutem e formulam pautas em parceria com os jornalistas da *Car and Driver Brasil*.

Guerrero contou que há casos em que as assessorias das montadoras favorecem algumas publicações em detrimento de outras. Isto acontece quando se dispõe de poucos carros para emprestar às revistas automotivas. Este fato não chega a atrapalhar o trabalho. Guerrero acredita que é natural a montadora escolher as publicações com maior circulação. Mas, como foi dito, são poucas as exceções.

Outra área apontada por Guerrero como fonte de pautas é a de acessórios. Rodas, pneus, som, aditivos, produtos de limpeza, todos fazem parte das novidades que o leitor quer encontrar na revista. A diferença da *Car and Driver Brasil* é colocar também acessórios para o motorista como luvas, óculos, calçados e testá-los.(ANEXO R)

Lucas Litvay, editor da *Car and Driver Brasil*, diz que lançamento de automóvel é invariavelmente pauta, porém, existem várias formas de noticiar este fato. Essa forma de noticiar dependerá do peso do carro dentro do mercado brasileiro. Litvay

também conta que a pauta é definida no que o consenso da redação acredita que o leitor gosta.

2.2.1 Reunião de pauta da *Car and Driver Brasil*

A reunião de pauta da *Car and Driver Brasil* número 4 (ANEXO L) aconteceu na sala do diretor de redação, André Jalonetsky. Sentados a volta da mesa redonda estavam Luiz Guerrero, editor chefe; Lucas Litvay, editor; e Rodrigo Ribeiro, estagiário; além do próprio André Jalonetsky. Ninguém da parte comercial da revista participa da reunião.

Não existe nenhum ritual ou modo estanque de proceder com a reunião. O tema levantado por qualquer participante é refletido por todos. A pauta vai costurando-se com base nas contribuições de cada um. Assim surgiu a pauta À Espera do Corolla (ANEXO M), a idéia era fazer um comparativo com todos os oito concorrentes do novo Toyota Corolla.

Na mesa estavam abertas as outras revistas do grupo Hachette Filipacchi. Algumas matérias internacionais foram separadas para tradução, mas não ficou definida quais entrariam na edição número quatro da *Car and Driver Brasil*.

Durante as discussões das pautas, o que mais se buscava era definir o foco. Partindo do princípio que as concorrentes têm acesso aos mesmos carros e novidades, como se diferenciar? Isso era constantemente refletido. Observou-se que a hierarquia não se manifestava na reunião. Os presentes expressavam suas impressões, que eram igualmente analisadas. No entanto, o mais importante da reunião ainda estava por vir. O diretor de redação, André Jalonetsky, apresentou uma mudança na tradição de fechamento e distribuição da *Car and Driver Brasil*.

Para entender melhor, deve-se saber que as revistas automotivas circulam vinculadas a um mês, porém, as mesmas são fechadas por volta do dia 18 do mês anterior ao da capa. Depois são distribuídas a partir do dia 22 também do mês anterior. Isto quer dizer que a revista de março foi fechada em 18 de fevereiro e distribuída nesse mesmo mês.

O que foi discutido na reunião foi a possibilidade da *Car and Driver Brasil* ser finalizada na última semana do mês e circular na primeira semana do mês seguinte. Isto é possível por que a *Car and Driver Brasil* não traz nenhuma referência a mês, somente o número da edição.

As vantagens seriam as seguintes: poder ver como os concorrentes abordaram os temas e assim poder oferecer algo diferente; adiantar algum assunto que somente sairá nas concorrentes depois, por que as datas de fechamento impediram. As desvantagens seriam: arriscar chegar às bancas uma semana depois das concorrentes e perder o poder do ineditismo; depois ao final do mês ficar uma semana com uma edição envelhecida com as concorrentes chegando às bancas com edições novas.

Decidiu-se então que a nova estratégia de distribuição seria adotada. Caso falhe, o modelo tradicional voltaria ser adotado. Selma Oliveira, diretora comercial da Car and Driver, foi então consultada para verificar se não haveria empecilhos para a agenda dos executivos de contas, a venda dos espaços publicitários e o recebimento das peças. Selma disse que não haveria problemas, poderia até ser melhor. As agências de publicidade já estariam com as peças prontas, pois elas teriam sido utilizadas nas publicações concorrentes com circulação prematura.

Deve-se lembrar que esta foi a primeira reunião de pauta da edição número quatro. Outras reuniões são feitas durante a produção da edição e as pautas vão transformando-se. Ao se aproximar a finalização da revista, reuniões são feitas para definir design gráfico, fotos e números de páginas. O último elemento a ser produzido é a capa.

2.3 Primeira marcha: apuração, texto e público

Como foi visto, a busca na pauta é pela criatividade. Então quais são as estratégias para que esta criatividade apareça no texto da *Car and Driver Brasil*? Quais métodos são utilizados para avaliar os veículos? O que é levado em consideração ao se produzir os textos?

O que foi percebido, tanto nas observações da rotina da *Car and Driver Brasil* quanto nas entrevistas, é que sempre há a preocupação com o leitor. O texto é

pensado levando em consideração o público. Portanto, serão descritos a seguir os métodos e critérios de avaliação dos veículos, as linhas que o texto deve seguir e o público para o qual os profissionais da revista acreditam escrever. Também é preciso esclarecer que a *Car and Driver* tem uma peculiaridade: a participação de profissionais especializados em aspectos técnicos. Anísio Campos (ANEXO G), um especialista em desenho de automóveis, é colaborador da revista. Sempre que a edição apresenta um automóvel de destaque, Anísio ganha uma página para destrinchar de maneira técnica as linhas do modelo. Outro colaborador é Marcelo Silva Oliveira, professor coordenador do curso de Design de Produto do Instituto Mauá de Tecnologia. A missão dele é avaliar a ergonomia dos automóveis e revelar aos leitores os erros e acertos da indústria (ANEXO I). O peso das opiniões desses profissionais pode mudar uma avaliação do repórter? Isso será discutido também adiante.

Além disso, a revista conta com o Instituto Mauá de Tecnologia para fazer as medições técnicas dos automóveis. Um destes testes foi acompanhado pelo pesquisador no campo de provas da General Motors em Indaiatuba. Os engenheiros do Instituto Mauá de Tecnologia instalam um computador ligado a vários sensores que captam e armazenam os dados de desempenho do carro. Essas informações são utilizadas pelos jornalistas da revista e disponibilizadas na edição da *Car and Driver Brasil* em forma de tabela (ANEXO B).

Luiz Guerrero acredita que o objetivo do texto da *Car and Driver Brasil* é despertar a paixão pelo automóvel. Por esse motivo a linguagem não pode ser técnica. É possível apresentar dicas sobre mecânica, porém não se deve utilizar um vocabulário técnico pesado. Portanto, o jornalista precisa saber muito de automóveis para poder traduzir o jargão do mundo automotivo para um texto mais palatável.

Ao definir o público, Guerrero faz ressalvas. Diz que o jornalista da *Car and Driver Brasil* deve escrever imaginando que a maioria dos leitores é leiga, mas não ignorante. Nas palavras de Guerrero, o leitor da revista entende de automóvel e não pode ser menosprezado. Caso contrário, existe o risco de se perder o público alvo da revista: o apaixonado por automóvel.

Então, para agradar a este público é preciso oferecer algo diferente. Guerrero orienta que a sensação ao dirigir o automóvel deve estar presente nos textos

da revista. Isso independentemente do carro testado. Pode ser um modelo esportivo importado ou um nacional de baixa cilindrada. O uso de adjetivos não é proibido, mas deve obedecer ao bom senso.

Segundo Guerrero, quando um carro está disponível na redação todos procuram dar algumas voltas. Caso o texto do jornalista responsável pela avaliação aponte algum aspecto polêmico, a redação é consultada. Como a maioria já conhece o automóvel, pode-se confirmar ou derrubar um argumento. Assim como os especialistas técnicos que avaliam o desenho e ergonomia, não pode haver contradições agudas por parte do jornalista. As preferências pessoais também poderiam atrapalhar um olhar imparcial, mas Guerrero diz que os jornalistas e colaboradores são experientes. Todos possuem preconceitos e predileções, porém, isto não deve aparecer nos textos.

“Namorar” o carro é a fórmula descrita por Guerrero para avaliar um automóvel. Conta que fazer o caminho de casa para o trabalho é um bom parâmetro, pois se conhece as curvas e características do trajeto. Sempre se testa o automóvel respeitando a legislação de trânsito. Caso seja necessário, o carro é levado para uma pista fechada onde se pode andar no limite com segurança. Fazer muitas anotações e contar uma história quando escrever a matéria é a técnica adotada por ele. Diz que ouve a opinião da filha de nove anos. Ao final da entrevista relata um episódio interessante. As revistas automotivas geralmente recebem os carros antes do lançamento oficial. Em alguns casos é preciso rodar com o automóvel coberto ou somente à noite. Um desses carros ficou estacionado na rua durante um teste, depois de algum tempo o editor-chefe voltou e percebeu que os vidros estavam cheios de marcas de mãos. Isso foi um sinal que vários pedestres curiosos apoiaram-se para poder ver melhor os detalhes do interior. Para Guerrero, está foi uma dica para avaliar o veículo.

Lucas Litvay, editor da revista, acredita que o texto da *Car and Driver Brasil* deve ser irreverente. E que deve ser feito levando em consideração que o leitor da revista é apaixonado por carros. Como Guerrero, Litvay diz que não se pode subestimar nem superestimar o leitor, o ideal é o equilíbrio. Adjetivos não são um problema, mas é preciso embasá-los com argumentos. Admite que existem aspectos subjetivos que podem variar, porém, se isso está claro no texto não existe empecilho. Relata que na

revista não há pressões da parte comercial para favorecer anunciantes. Segundo Litvay, sempre que se faz um comparativo faz-se um amigo e vários inimigos. Os representantes das fábricas até podem ligar para reclamar, no entanto, se a matéria estiver embasada em argumentos fortes não existem pressões. Para isso, Litvay primeiro junta os números dos testes em pista às impressões sentidas por ele ao guiar o carro. Atribui as notas e vê como ficou a classificação dos modelos. Só a partir daí começa a redigir a matéria, na maioria das vezes à noite. Pois, segundo ele, a redação está mais tranqüila e os telefones não tocam tanto. Tudo isso para esperar um momento de inspiração que pode vir ou não.

Quando perguntado se as opiniões dos especialistas em design e ergonomia influenciam o texto dos jornalistas, Litvay relata que ainda não houve uma situação de conflito ou contradição. Conta que os especialistas aparecem na redação e todos conversam, trocam informações. Disse que caso um dia haja divergências que não haverá problemas. Cada profissional tem seu espaço dentro da revista e isto fica claro para o leitor.

O repórter Eduardo Hiroshi vem de uma experiência em jornal. Começa então por fazer uma distinção entre o texto de revista e o de jornal. O primeiro é mais divertido e o segundo mais limitado. Isso porque se parte do pressuposto que o leitor de revista automotiva dispõe de mais tempo para ler. Leitor este que Hiroshi acredita ser heterogêneo, mas sem dúvida apaixonado por automóvel.

Ao avaliar um carro, Hiroshi presta atenção na sensação ao volante, leva o carro a trajetos urbanos e rodoviários e procura imaginar o automóvel em outras situações como na ida ao supermercado. Isto tudo sem anotar nada, o que ele mesmo não recomenda. Confessa que sua memória não é boa para guardar nomes de pessoas, mas ótima quando o assunto é sensações ao volante. O método para escrever a matéria é parecido ao de Lucas Litvay, ele analisa os números, atribui as notas e começa a redigir. Pelo pouco tempo de redação na *Car and Driver Brasil*, disse que ainda não passou por uma situação de divergência de opinião com um dos especialistas em design e ergonomia. Confessa que pode ser uma situação desconfortável, mas ainda não a experimentou.

Para exemplificar a forma de avaliação pela qual passam os automóveis na revista, nas próximas linhas será destrinchada uma das matérias definidas na reunião de pauta da edição 4 da *Car and Driver Brasil*.

Com o lançamento do novo Corolla próximo, ficou decidido que se deveria fazer um teste comparativo entre seus concorrentes (ANEXO M). O vencedor enfrentaria o Corolla na próxima edição da revista. Os modelos comparados foram: Citroën C4 Pallas, Chevrolet Vectra, Peugeot 307 Sedan, Renault Mégane, Nissan Sentra, Volkswagen Bora, Ford Focus Sedan e Honda Civic. Eduardo Hiroshi e Lucas Litvay ficaram a cargo da tarefa classificada como complexa por envolver diversos fatores.

Todos os carros foram revezados entre os dois jornalistas durante duas semanas. Perto do fechamento, os dois se armaram de bloquinho e caneta para avaliar todos os modelos estacionados na garagem da editora Escala. As observações foram feitas do lado de fora de cada modelo, em seguida nos bancos dianteiros. Após avaliar os bancos traseiros passaram ao porta-malas e, para finalizar, uma rápida volta ao redor de cada carro para ratificar as impressões. Já na redação, com os números dos testes em pista realizados pelo Instituto Mauá de Tecnologia em mãos, foram atribuídas notas a cada quesito. Foram três reuniões ao todo para decidir estes números. Por último foram repartidas as tarefas entre os dois, decidiu-se quem escreveria quais partes. Porém, também durante este processo, os dois jornalistas mantiveram contato.

2.4 Engatar segunda marcha: edição e revisão do texto

Como a redação da *Car and Driver Brasil* é reduzida, uma das tarefas mais importantes é editar os textos dos diferentes colaboradores (ANEXO N). Isso é necessário para manter a linguagem da revista e evitar escorregões na apuração e no português. Os textos passam por várias mãos antes de serem finalizados.

Litvay conta que o primeiro aspecto a notar no texto é se ele possui começo, meio e fim. Não existe a obrigação de se utilizar o lead. O uso do nariz de cera é incentivado. O editor acredita que o texto da revista tem de ser um pouco mais solto, leve. Admite que os textos de alguns colaboradores chegam com linguagem rebuscada

ou muito técnica. Daí é mais trabalho para corrigir e colocar no formato concebido para a revista. Quando o assunto é o título da matéria a orientação é fazer o leitor dar um pequeno sorriso. Brincar um pouco com o sentido das palavras e instigar o público. (ANEXOS H e J)

Depois de editados os textos passam pelo crivo de Marcela Pereira de Almeida, revisora e redatora da revista. Marcela conta que, faltando cerca de duas semanas para o fechamento da revista, recebe os textos e os revisa ainda forma de documento. Quando o texto é colocado na página da revista acontece mais uma revisão. Por final, a versão que vai para a gráfica é revisada e a edição da *Car and Driver Brasil* pode ser impressa. A graduada em Letras pela USP diz que não existem muitos erros de português por parte dos jornalistas, mas sim erros de digitação. Admite que tem dificuldades com os nomes dos carros, pois não conhecia tão bem o mundo automotivo antes de entrar na revista. As dúvidas são sanadas pelos colegas que, segundo ela, atendem com atenção.

2.5 Terceira marcha: o clique do movimento

Na *Car and Driver Brasil* não existe fotógrafo efetivado nem editor de fotografia. Existe uma lista de fotógrafos que são chamados e recebem por ensaio. Um dos mais assíduos é João Mantovani, que em entrevista explicou como normalmente procede a produção de material fotográfico para a revista.

Ao chegar à redação da revista, Mantovani procura conversar com o editor chefe. Depois procura o repórter para assim ficar à par do que será descrito no texto. Por último fala com o diretor de arte, Paulo Sapata, e define alguns necessários para o design da revista.

Mantovani diz que os critérios para um ensaio fotográfico com carros não são complexos. É preciso ter carros limpos e boa luz, de preferência começo da manhã ou fim de tarde. Também é importante quem dirige os automóveis. A *Car and Driver Brasil* conta com uma equipe de motoristas que, segundo Mantovani, já conhecem os procedimentos do ensaio. Em especial nas fotografias câmera-car, quando o fotógrafo

clica o automóvel em movimento de outro carro também em movimento (ANEXO D). Isto é feito para conseguir efeitos de velocidade na paisagem e nas rodas do carro.

As locações são importantes e dependem da pauta e da disponibilidade. A preferência é por ambientes controlados, como campos de provas e estradas pouco movimentadas (ANEXO H). O ideal é ambientar os automóveis em locações familiares ao segmento dos modelos. Mantovani dá como exemplo o ensaio de carros executivos ambientados no estacionamento subterrâneo do Aeroporto de Congonhas, em São Paulo. (ANEXO I)

Em relação aos programas de tratamento de imagens, o fotógrafo acredita que é uma extensão do trabalho que começa no clique da câmera. Mantovani faz ressalvas, não gosta de efeitos que emulem velocidade. Prefere fazer com os carros realmente em movimento. Também não aprecia trocas de paisagens. Diz que as fotos realmente precisam passar por tratamento para a impressão e design. O limite, segundo ele, é quando a foto não parece real.

O diretor de arte, Paulo Sapata, diz que pautar os fotógrafos varia muito. Algumas vezes tem vontade de matar e outras de parabenizar os profissionais. Pois, em alguns casos a comunicação falha e os resultados não são satisfatórios. Deu como exemplo uma matéria envolvendo três carros automáticos (ANEXO H). O fundo da foto mostrava um muro feio. A imagem foi tratada para minimizar os estragos. No entanto, Sapata diz que é surpreendido positivamente. Depois de discutir a pauta com o fotógrafo e definir o que é indispensável para o design da revista, Sapata está aberto para ver o olhar do fotógrafo. Conta que os profissionais geralmente trazem boas imagens que não estavam programadas. Em alguns casos essa imagens acabam entrando na edição. Quando perguntado sobre como seleciona as fotografias das matérias internacionais, Sapata conta que procura seguir uma linha diferente das revistas do grupo Hatchett Filipacchi. Fotos maiores e com mais apelo visual. O propósito é captar a atenção do leitor com imagens que aforem a paixão pelo automóvel.

2.6 Quarta marcha: o design gráfico da revista

As observações na redação da revista revelaram que o ritmo de diagramação das páginas da revista depende das pautas. Quando o material internacional é escolhido, Paulo Sapata já conversa com os editores da revista para definir o foco adotado e passa o trabalho para os designers (ANEXO G). Já quando a pauta é produzida no Brasil existe uma reunião com o fotógrafo, como já foi visto, e um esboço inicial baseado nas características da pauta e dos automóveis envolvidos.

Paulo Sapata diz que o projeto gráfico não foi copiado da *Car and Driver* norte-americana. Segundo ele, a proposta da revista no Brasil era um projeto gráfico que remetesse às sensações ao dirigir um automóvel. Perfil que não combina com a *Car and Driver* dos Estados Unidos, considerada conservadora do ponto de vista gráfico. As maiores referências foram tiradas de outra publicação do grupo Hatchett Filipacchi, a *Road & Track*. Segunda revista mais vendida nos Estados Unidos, o design gráfico da *Road & Track* é tido como mais ousado, no entanto, nada foi copiado e sim adaptado às realidades do leitor brasileiro. A *Car and Driver Brasil* recebeu da *Road & Track* um guia com todas as especificidades do projeto gráfico da revista. Isto ajudou a moldar melhor o projeto brasileiro. A tabela utilizada em cada final de teste foi baseada na tabela da *Road & Track*. (ANEXO G)

No princípio, o projeto gráfico foi sendo moldado pelo diretor da revista, André Jalonetsky, e pelo diretor de arte, Paulo Sapata. A chegada do editor-chefe, Luiz Guerrero foi, segundo Sapata, um ponto de equilíbrio. Sapata acredita que a revista poderia chocar os leitores e causar estranhamento. O objetivo era surpreender sem escandalizar o público. Guerrero deu este equilíbrio e assim se consolidou o projeto atual.

Sapata diz que orienta os designers de maneira a produzir um material diferente das outras revistas nacionais. Pede que consultem as concorrentes para justamente não repetir o que é feito por eles. Segundo o diretor de arte, isso é feito não porque o design das concorrentes é ruim. O objetivo da *Car and Driver* é ser diferente. Sempre preservando a legibilidade do conteúdo.

A aposta desse design de revista diferente está nas fotos grandes, ocupando grande área da página. No entanto, o projeto prevê que as imagens não podem

aparecer sem algum trabalho gráfico. A orientação é incluir ou transformar elementos da imagem para agregar valor ao design. (ANEXO K)

Apenas duas tipologias são adotadas em toda a *Car and Driver Brasil*: Stainless e Palatino. A primeira serve para títulos, legendas, olhos e textos pequenos ou notas; a segunda aparece somente no corpo de texto de matérias. A escolha pela Stainless foi feita levando em consideração a grande variedade da família. Pode ser usada em negrito, vazada, comprimida, esticada, em itálico. Apresenta uma fácil leitura e mantém um padrão por toda a *Car and Driver Brasil*. A palatino é uma fonte serifada que é ideal para as colunas de texto mais extensas.

O designer da revista, Marcelo Serikaku, avalia o projeto gráfico da revista como mais despojado e com maior movimento. Perguntado se a revista utiliza efeitos de tratamento de imagem que imitam velocidade, Serikaku disse que não. Algumas fotos são trabalhadas para entrar na página de maneira mais harmoniosa, mas nunca são colocados efeitos de movimento. O que se vê na revista, segundo ele, é resultado do trabalho dos fotógrafos durante os ensaios.

Quando questionado sobre as dificuldades em diagramar a revista, Serikaku conta que nos primeiros números algumas matérias eram colocadas na página com um texto fictício. Depois, o texto editado era colocado e muitos elementos do texto ficavam sem conexão com a diagramação e fotos. Agora isto é evitado. Os designers lêem a matéria, rascunham as idéias e só aí partem para a diagramação. (ANEXO B)

2.7 Curva perigosa: a capa da revista

A capa da *Car and Driver Brasil*, como já foi visto, é uma das últimas partes que se define no fechamento da revista. Os critérios utilizados são vários e terão mais ou menos peso dependendo das pautas e fotos disponíveis. A capa da revista número um trazia duas projeções, já a número dois trazia um comparativo de três automóveis importados com uma foto inusitada e texturas diferentes, a número três trouxe em destaque um comparativo entre os modelos mais vendidos no Brasil. Portanto, a revista se permite experimentar. A seguir, Paulo Sapata, descreve como é o fechamento da capa da revista.

Sapata conta que a decisão da capa é sempre uma briga. Ele, o diretor da revista, o editor-chefe e Hercílio de Lourenzi, presidente do Grupo Escala, argumentam e fazem experiências para ver qual capa seria melhor. Os critérios são debatidos e o material analisado. Ao final, chegando a um consenso, a revista é enviada a gráfica. (ANEXOS A, C, F e L)

3 *Car and Driver Brasil* sob a lupa do *newsmaking*

Tognolli (2007, p.16) faz uma analogia para explicar uma idéia do físico dinamarquês Niels Bohr (1885-1962). O físico defendia que tudo que estava envolvido em determinado fenômeno deveria constar na análise do mesmo, para preservar a imparcialidade. Claudio Tognolli então compara essa imparcialidade à presença do jornalista. É como o termômetro que é colocado na água quente. A temperatura do termômetro tem ser levada em consideração, pois sua superfície fria, ao entrar em contato com a água alterou a temperatura da mesma. Esta atenção também deve ser dada nesta pesquisa. Afinal, todos os dados coletados podem ter passado por este processo.

Por outro lado, esta analogia também serve para explicar um pouco o que se percebeu na redação da revista. Pois a temperatura de cada um dos profissionais envolvidos tem influência no resultado final da *Car and Driver Brasil*. Esta é a força pessoal descrita por Jorge Pedro Sousa.

Pode-se notar esta força em todos os processos de produção da revista. E ela não é velada de maneira alguma. Os testes comparativos mostram retrancas com as informações “gostamos”, “não gostamos”. Caracterizando um posicionamento claro e com base em argumentos próprios. Nem por isso as informações perdem valor ou são deturpadas. Alguns textos são escritos em primeira pessoa do singular, denotando uma forte personalização do texto. No entanto, o mesmo texto não é encarado como artigo ou coluna. São as impressões de um jornalista ao volante de um automóvel. Aspectos objetivos são colocados de maneira clara e estes não poderiam ser ignorados.

Percebe-se aqui o que Marília Scalzo (2003, p.54) ressalva. O jornalista de revistas deve escrever para o leitor, e não para si próprio. A não ser que o jornalista

faça parte do grupo de pessoas a quem se escreve. Na *Car and Driver Brasil* isto está muito claro. A revista é feita por entusiastas do mundo do automóvel para apaixonados por veículos. Existe uma empatia, uma relação entre dois cúmplices. Pura força pessoal da escolha da pauta a diagramação.

Talvez por esse motivo vários aspectos da revista sejam decididos com base nos profissionais. Não só pela experiência no ofício, mas também pela paixão pelo assunto. O que não significa uma receita de sucesso. A paixão pelos assuntos pode atrapalhar a percepção da realidade, mas isto não foi detectado durante a pesquisa.

Também presente, porém mais fraca. A força social extra-organizacional se faz notar através das pautas. Assuntos como emissão de gases do efeito estufa e congestionamento agora surjem com mais freqüência. Resultado do agendamento da mídia na tentativa de demonizar o automóvel e culpá-lo, tanto pelos gargalos urbanos quanto pelo suposto desequilíbrio no clima.

A força socioorganizacional é algo nebuloso em qualquer meio de comunicação. A pesquisa não identificou pressões evidentes tanto por parte da presidência da editora Escala, do grupo Hachette Filipacchi ou da área comercial da revista. Talvez a presença do presidente da editora na decisão da capa demonstre uma certa pressão, no entanto, nada neste sentido ficou visível. O argumento talvez esteja no público. Como os leitores são, na maioria, bem informados no que diz respeito ao mundo automotivo. Ficaria difícil manipular enfoques sem prejuízos graves à credibilidade. Além disso, é preciso encontrar jornalistas que compactuem com essas práticas de manipulação, o que não é o caso na revista *Car and Driver Brasil*.

Certamente existe uma força ideológica na revista. A ideologia que transparece é a que procura a coesão de um grupo: os aficionados por carros. Lembrando que quem faz a revista também gosta de carros, percebe-se uma afinidade. A revista é um cenário onde esta ideologia ganha lugar e comunga tanto com os leitores quanto com os jornalistas.

O mercado automobilístico brasileiro possui peculiaridades. A legislação de trânsito possui peculiaridades. Isto sem mencionar as diferentes condutas de motoristas em diferentes regiões do Brasil. Portanto, existe uma força cultural na *Car and Driver Brasil*. Primeiro, a revista chegou ao Brasil e foi adaptada, isto mostra as diferenças.

Segundo, cada pessoa apresenta um comportamento ao volante, o que pode causar diferença entre as avaliações. Por último, a maioria dos testes é feita na cidade de São Paulo, o que provoca uma avaliação com base em reações dentro daquelas condições de trânsito, o que, por sinal, caracteriza a força do meio físico.

Durante a pesquisa, foi possível acompanhar um dos testes no campo de provas da General Motors, em Indaiatuba. Os engenheiros do Instituto Mauá de Tecnologia aferiram os números de desempenho de três modelos de automóvel. Porém, a parte da pista reservada para o teste de ruído externo ainda apresentava poças d'água. Isto impossibilitava o teste. Portanto, existe a força dos dispositivos tecnológicos. Algumas informações podem ser prejudicadas, o que denota a presença desta força.

Eduardo Hiroshi, repórter da revista, disse que tem boa memória para lembrar como eram os carros que dirigiu. Os jornalistas da revista já dirigiram muitos carros em suas carreiras. Acompanharam o andar da história e a evolução dos modelos. Assim, quando produzem uma edição da *Car and Driver Brasil*, os jornalistas utilizam esta bagagem, repertório técnico e todo o contexto histórico para produzir uma revista com contexto. A edição ocupa então um espaço no tempo e reflete a visão que estes profissionais possuem. Marcante presença, portanto, da força histórica.

Considerações finais

A *Car and Driver Brasil* é uma revista com a pretensão de ser diferente. Tanto por seu modelo de negócio enxuto, mas eficiente; quanto pela qualidade editorial. O objetivo deste trabalho era descrever os meios de produção da revista. Todos os aspectos descritos mereceriam atenção em pesquisas exclusivas e mais aprofundadas. Boa parte das rotinas de produção da revista foi mostrada e a análise, com base na teoria do newsmaking e dos autores que falam do tema, mostrou como os profissionais envolvidos cultivam apreço pelo automóvel. Este carinho pelo objeto de pauta da revista aproxima leitores e jornalistas. A impressão que se tem é que não basta gostar de automóveis, é preciso exercitar o ofício de jornalista. Prestar um serviço ao leitor. Este trabalho de conclusão de curso é uma pequena contribuição para área acadêmica. No entanto, significa um grande passo na jornada deste pesquisador em alcançar a meta de ingressar neste universo.

Em nenhum momento das observações foi percebida qualquer influência de montadoras que não ficasse restrita aos fatos jornalísticos. Os jornalistas não discutiram ou ponderaram as reações das fábricas em relação às impressões sobre os automóveis testados. Pressões podem existir, mas é a reação dos profissionais envolvidos que vai determinar a eficácia delas. Deve-se entender como influência em revista qualquer interferência direta na linha editorial por meio de dinheiro e contrato expresso. Pressão é a relação de choque entre assessorias e jornalistas. As montadoras querem ver seus produtos bem avaliados e, portanto, colocam as assessorias na linha de frente para exercer essas pressões.

Consegue-se identificar uma forma dialogal de conduzir a revista. Esse aspecto talvez seja motivado pela busca de uma conduta mais plural. Um jornalismo menos vertical e mais horizontal. Porém, através das observações, percebe-se que isso se deve muito mais ao perfil da equipe. Como já foi visto, os profissionais envolvidos na produção da revista demonstram um carinho pelo objeto automóvel. Há profissionalismo, método, rotina, prazo, estresse, limitação, objetividade, como se espera de qualquer produção jornalística de qualidade. Mas, transparece na redação a busca por uma revista à altura do tema. A pesquisa notou que os carros são levados à

sério pelos jornalistas. Isto se deve não só ao profissionalismo e competência dos jornalistas. Ou ao ofício representar o sustento da maioria. O carro é respeitado por que é assim que o aficionado gosta de ver. Os jornalistas são entusiastas, assim como público para o qual escrevem.

Talvez o que mais tenha ficado claro nesta pesquisa é a forma autoral de produção da revista. Segundo Jorge Pedro Sousa (2000, p. 51), o fator tempo transcende a ação pessoal do jornalista. Ele considera que a compreensão da origem das notícias aumenta quando se leva em consideração o tempo. Na *Car and Driver Brasil* o fechamento se mostrou um pouco conturbado e apertado. É de se imaginar que uma publicação com pretensão de oferecer quase 170 páginas tenha percalços, ainda mais quando lida com uma grande equipe de colaboradores. Atrasos na revista foram percebidos. E a distribuição da empresa Chinaglia mostrou-se deficiente. *A Car and Driver Brasil* tarda de uma a duas semanas para chegar as bancas fora de São Paulo. A Chinaglia foi comprada pela Dinap, empresa do grupo Abril.

Apesar de tudo isso, os jornalistas tentam superar as armadilhas da rotina de produção.

As rotinas, enquanto padrões comportamentais estabelecidos são, entre os processos de fabrico da informação jornalística, os procedimentos que, sem grandes sobressaltos ou complicações, asseguram ao jornalista, sob a pressão do tempo, um fluxo constante e seguro de notícias e uma rápida transformação do acontecimento em notícia [...]. (SOUSA apud TRAQUINA, 2000, p. 53)

Para fugir dessas arapucas, os jornalistas recorrem a uma abordagem quase que pessoal da pauta. Os carros geralmente são avaliados com textos em primeira pessoa. Existem elementos na página que citam “gostamos”, “não gostamos”. Sinal de que a revista não tem pudor de mostrar um posicionamento. Porém, abre brecha para contestações. No entanto, por mais que os textos em primeira pessoa pareçam uma falha na objetividade, observa-se que este é mais um recurso para estabelecer cumplicidade com o leitor.

Referências

CAVALLARI, Douglas; BIANCHINI, Alexandre. **Na Rebimboca da Parafuseta: os caminhos da imprensa automobilística no Brasil**. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=324AZL003> , 2005.

PENA, Felipe. **1000 perguntas: jornalismo**. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2005.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para edição jornalística**. São Paulo: Editora Vozes, 2006.

SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

SHAVER, Mary Alice. **Como vender a mídia: o marketing como ferramenta de venda do espaço publicitário**. Tradução de Márcia da Cruz Nóboa Leme e Arlete Simille Marques. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Porto: MinervaCoimbra, 2000.

TAYLOR, Simon. **So you want to be a motoring writer?**. The Guild of Motoring Writers, 2000.

TOGNOLLI, Claudio. **Mídia, máfias e rock'n'roll**. São Paulo: Editora do Bispo, 2007

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1996.

Anexos

Anexo A – Car and Driver Brasil número 1, capa.

SANDERO x PUNTO x FOX

CAR AND DRIVER

01 TESTES COMPARATIVOS: SIENA x LOGAN x FIESTA • FRONTIER x HILUX TESTE DA BIA: ECOSPORT
IMPRESSÕES: MERIVA EASYTRONIC • RANGER SPORT ACCORD 2008 • TOYOTA FJ CRUISER MOTO: VARADERO

SEGREDO
GOL e KA
Como eles devem ficar

FUMAÇA SEM CONTROLE
POLUIMOS A CIDADE.
E NÃO FOMOS MULTADOS

NURBURGRING
DESAFIAMOS O INFERNO.
UMA AVENTURA NO CIRCUITO
MAIS PERIGOSO DO MUNDO

HÁ VAGAS
FALTAM PROFISSIONAIS NAS
FÁBRICAS DE CARROS

Ano 1 - Nº 01 - R\$ 8,90
ISSN 1980-2545
01000
07719824254002

Zero a 320 km/h Seis supercarros **2 reprovados!** **5.000 cavalos** na pista (e no super-pôster)

TESTE COMPARATIVO

SANDERO PROVOCA FOX E PUNTO

ESPAÇOSO E NÃO FAZ FEIO ENTRE OS HATCHES

SANDERO

O calouro estranhou o Fiat e o Volkswagen logo ao entrar em nosso estacionamento. Mais corpulento, exigiu maior espaço entre as vagas. O limão, no caso, logo mostrou ser

FOX 1,6 X PUNTO 1,4 X SANDERO 1,6 16V

2807

CARLOS GUIMARÃES FOTOS JOÃO MANTOVANI

Se não conta com as linhas elegantes e esportivas do Fiat Punto 1.4 ELX, tampouco com a tradição e o mais que consagra o motor do Volkswagen Fox 1.6 Fit. Mas, com seu jito parado e simples, o Renault Sandero 1.6 16V Privilege mal chegou e já garantiu lugar ao lado desses diferenciados rivais. Se não for o seu bolso, já que diferentes testes e testes muito próximos. O novato não fez no confronto e mostrou o quanto deve agitar a concorrência no segmento dos hatchbacks compactos, formada ainda por Corsa, Fiesta, Clio, Polo e Peugeot 206.

A primeira provocação do Sandero começa pelo preço, em torno de R\$ 40 mil, um pouco mais em conta que os R\$

41.890 do Fiat e R\$ 41.135 do Volkswagen – este, o único com opcionais: o ar condicionado e as 4 portas. Sim, o Fiat tem um par de portas a mais e os bem equipados do trio. Já o Renault não oferece a sofisticação do rival da marca italiana, mas conta com os itens de conforto mais procurados por um custo compatível.

SANDERO

O calouro estranhou o Fiat e o Volkswagen logo ao entrar em nosso estacionamento. Mais corpulento, exigiu maior espaço entre as vagas. O limão, no caso, logo mostrou ser

documento. Maior por fora, maior por dentro, com espaço suficiente para oferecer conforto para seus até cinco ocupantes. O porta-malas também supera o dos dois desafiantes. Apesar da tampa levemente mais baixa, é mais larga e mais profunda, e acomoda mais bagagem.

Assim como os rivais, o novo Renault já vem com o mecanismo de regulagem de altura do banco do motorista desde a versão intermediária, mas o sistema de ajuste se mostrou menos preciso que os do Fox e Punto. Por isso, fica mais difícil achar a posição de dirigir ideal, principalmente para motoristas com altura superior a 1,75 m.

Basear os vidros das portas também pode ser um problema nesse modelo da Renault, que vem com comandos elétricos de

série. Se já não é difícil abrir as janelas dianteiras, com os botões localizados no painel, mais complicado ainda é descobrir os acionadores dos vidros traseiros, instalados na parte posterior do console central. Os controles dos espelhos laterais e da trava de segurança dos vidros traseiros ficam ainda mais escondidos, quase debaixo da alavanca do freio de mão. Helloóóó, alguém do design da Renault já ouviu falar em ergonomia e intuitividade?

Na versão topo de linha do Sandero, o tecido que reveste bancos e laterais das portas é envelhecido, o aro do volante é revestido de couro e a instrumentação tem fundo branco com o linteado evidente de proporcionar um toque de elegância e esportividade. **S**

49

comparativo Brasil

comparativo Brasil

TESTE COMPARATIVO



Fica devendo, porém, a praticidade do controle do sistema de som no volante. Ao contrário dos concorrentes Fox e Punto (e mesmo de seus parentes Clio, Scénic e Mégane), o Sandero não proporciona essa facilidade nem mesmo como opcional. Mas compensa a deficiência oferecendo um CD player de série na versão mais cara. Tanto no Punto quanto no Fox, o aparelho - de som deve ser comprado à parte.

Na pista, o motor 1.6 16V do Sandero falou mais alto que os dos concorrentes. Como era de se esperar, o Punto, com seu motor 1.4, menos potente, ficou na rabeta em todas as comparações. Mas, como dissemos antes, nesse teste levamos em conta a equivalência de preço. Em relação ao Fox, porém, também equipados com motor 1.6, o calouro da Renault só perdeu nas retomadas. Foi melhor em aceleração e na velocidade máxima.

Assim como o do irmão mais velho Logan, o câmbio do Sandero tem engates fáceis e precisos, superando os do Punto, embora ainda não tenha atingido o mesmo nível do Fox, o melhor do grupo. O melhor do grupo, no entanto, é o conforto ao dirigir: a vantagem do Sandero fica por conta da suspensão, a mais bem acertada dos três, oferecendo melhor as irregularidades do piso sem comprometer a estabilidade nas curvas.

PUNTO

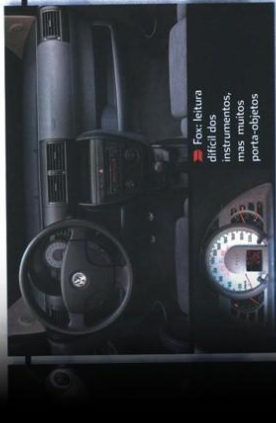
Visto de qualquer ângulo, o Fiat Punto transmite esportividade e arrojo mesclados com a elegância típica italiana. De frente, os faróis e a grade metálica, rente ao pára-choque, lembram os da Maserati Coupé. Visto de lado, as rodas de aro 15" com pneus 195/60R, transmitem uma sensação de força e robustez. Na traseira, as lanternas elevadas, embora num design não propriamente original - lembram as dos mais antigos Focus, Corsa e Fiesta - ainda assim agradam. (foto acima)

De dentro, a primeira impressão também é positiva, principalmente pela instrumentação clara, os comandos bem localizados, os bancos confortáveis e envolventes e a boa posição de dirigir. O volante de três raios tem boa empunhadura, que fica ainda melhor nos pontos em que as mãos ficam na posição "dez para as duas", comparando com os pontos de um rolloço.

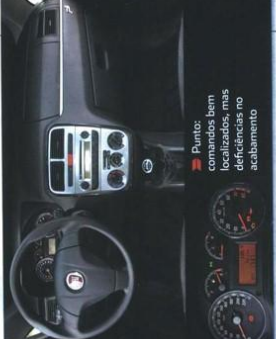
Nem tudo, porém, é perfeito. Um olhar mais atento descobre detalhes que acabam prejudicando a boa imagem inicial. Os espelhos de cortesia não têm luz, a trava do porta-luvas superior é de plástico frágil, o porta-copos é minúsculo (não sustenta nem um copo pequeno de refrigerante, que esbarra sempre na alavanca de câmbio) e o encosto do banco traseiro impenetrável e oferecido como opcional em um pacote que inclui também apoio de braço dianteiro e cinto RS 376. Além disso, o equipamento de nesse teste, considerando os tons de série. Além de ser considerado, com equívoco de bom e faróis de neblina, o carro traz pára-brisa, degradê, travamento automático das portas a 20 km/h, entre outros. Só falta mesmo um aparelho de som.



➤ Sandero: CD player de série, mas sem controles no volante



➤ Fox: leitura difícil dos instrumentos, mas muitos porta-dígitos



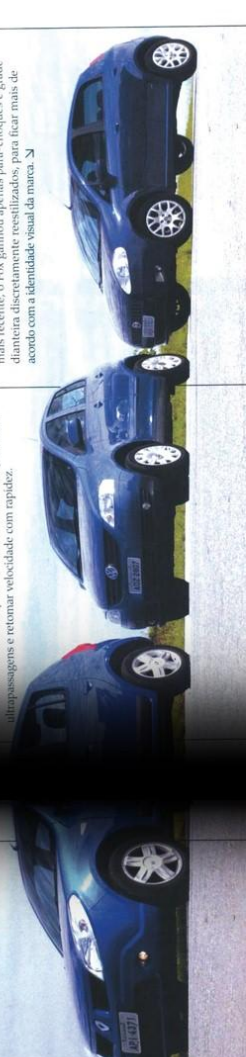
➤ Punto: comandos bem localizados, mas deficiências no acabamento

➤ Diferenciado de seu quadrado irmão Logan, o design do Sandero não faz ficar diante do italiano Fox do fabricante Punto

No uso diário no trânsito pesado, o câmbio também não ajudou, mostrando certa imprecisão. Em contrapartida, as reduções de marcha são bem escalonadas, embora a velocidade máxima seja alcançada em quarta marcha, ficando a quinta longa como subterfúgio para economizar combustível e abairar o nível de ruído. O que não é um indicador de desempenho, mas sim de qualidade, no que diz respeito ao nível de ruído, como o que vem no Sítio, é mais lento dos três na pista de testes. Falhou força para fazer ultrapassagens e retomar velocidade com rapidez.

FOX
Dos três modelos deste comparativo, o Volkswagen Fox é o mais conhecido. Foi lançado há quatro anos e vai receber retoques visuais na linha 2009, que deverá chegar às lojas no segundo semestre do ano que vem. Até lá, permanece como está, láo alto quanto o Sandero, mas com estilo mais comportado.

O carro testado não veio com rodas de liga-leve, nem lanternas com duplo refletor e lâmpadas de luz branca "cool blue", oferecidos como opcionais. Como mudança mais recente, o Fox ganhou apenas para-choques e grade dianteira discretamente reestilizados, para ficar mais de acordo com a identidade visual da marca. ➤



➤ O Sandero é o mais espaçoso, tanto na parte da frente quanto na traseira

➤ O Fox é pequeno por fora, mas não desaponta no lado de dentro

➤ No Punto, bancos confortáveis e três apoios de cabeça no banco traseiro

www.fiat.com.br

TESTE COMPARATIVO



Sanderô motor 1.6 BV ficou mais alto



Fox: seu 1.6 ganhou nas retomadas



Punto: 1.4 abrandou as expectativas

Interamente o que continua chamando negativamente a atenção é a instrumentação de difícil leitura. Mas o aproveitamento do espaço continua sendo um mérito do Fox. Selações como o banco traseiro deslizante, que sai de fábrica no 1.6 Plus, boa altura interna e vários porta-objetos somam pontos a seu favor. O problema é que não tem a menor lista de itens de série de série.

As vantagens do Fox enganam quem pensa que falta espaço. O motor 1.6 do moderno motor 1.6 que estocou por aqui no C-01 alternado em 1998 mantém boa dose de força em baixa rotação, o que dá agilidade no dia-a-dia.

O câmbio tem engates sempre fáceis e precisos, mas com relação de diferencial mais curta que o do Punto e do Sanderô, mantendo a rotação do motor um pouco acima da média. Como nem tudo é perfeito, o preço é um nível de ruído superior ao das concorrentes. Veja na tabela ao lado qual carro C/D recomenda.

Carro recomendado: **1**

VW Fox 1.6 Preço de custo líquido: **R\$ 53.840** Preço de venda líquido: **R\$ 36.525** Cofre eletrônico: 0,29 m

Altura: 1,54 m
Comprimento: 3,80 m
Entre-eixos: 2,46 m
Blindagem: 1,41 m
Blindagem traseira: 1,41 m

Coeficiente Aerodinâmico: 0,33

Fiat Punto 1.4 Preço de custo líquido: **R\$ 41.880** Preço de venda líquido: **R\$ 51.981** Cofre eletrônico: 0,34 m

Altura: 1,51 m
Comprimento: 3,36 m
Entre-eixos: 2,53 m
Blindagem: 1,41 m
Blindagem traseira: 1,36 m

Coeficiente Aerodinâmico: 0,34

Renault Sanderô 1.6 16V Preço de custo líquido: **R\$ 40.000*** Preço de venda líquido: **R\$ 45.000*** Cofre eletrônico: 0,34 m

Altura: 1,53 m
Comprimento: 4,02 m
Entre-eixos: 2,59 m
Blindagem: 1,48 m
Blindagem traseira: 1,47 m

Coeficiente Aerodinâmico: n/d

DADOS DE FÁBRICA

	FOX	PUNTO	SANDERO
DADOS GERAIS			
 Tipo de veículo:	Hatch compacto, 4 portas	Hatch compacto, 4 portas	Hatch compacto, 4 portas
Opcionais:	Air-bag duplo, ABS, vidros elétricos	Sensor de chuva, vidros elétricos, ABS, ar-condicionado	Air-bag duplo, ABS, ar-condicionado
Séries:	Dir. hidráulica, banco traseiro deslizante	Computador de bordo, dir. hidráulica	Ar-condicionado, vidros elétricos, rod. de liga-leve
Km carro testado:	6.318	6.958	3.854

TESTE C/D

	FOX	PUNTO	SANDERO
RETOMADA DE VELOCIDADE			
0-50 Km/h (s)	8,5	9,1	8,9
50-100 Km/h (s)	11,4	15,4	13,4
100-200 Km/h (s)	13,7	n/d	14,0
FRENADEM			
100-0 Km/h (m)	47,7	40,2	57,4
50-0 Km/h (m)	33,3	25,7	39,2
50-0 Km/h (m)	14,6	14,8	25,6

NOTAS C/D

	PTS	FOX	PUNTO	SANDERO
MEDIDAS OBJETIVAS				
0-100 km/h	10	10	7	9
Retomada	10	10	7	9
Frenagem	20	17	20	13
Consumo	30	28	26	30
Seu bolso	30	27	26	30
Subtotal - 1	100	92	86	91

CONSUMO (C/D)

	FOX	PUNTO	SANDERO
Urbano (km/l)	8,1	7,5	8,3
Rodoviário (km/l)	11,2	10,8	12,1
Auton-estrada (km/l)	560	518	600

ANÁLISE SUBJETIVA

Vida a bordo	10	9	8	10
Porta-malas	5	4	3	5
Motor	10	9	7	10
Câmbio	10	10	9	9
Dirigção	10	10	8	9
Suspensão	10	9	8	10
Estabilidade	10	10	8	9
Ergonomia	10	8	10	9
Estilo	10	7	10	9
Pressão ao dirigir	5	5	3	4
Subtotal - 2	100	81	74	80

ACELERAÇÃO



AS OUTRAS OPÇÕES

GM Corsa Hatch 1.4
O visual é quase o mesmo. Is 6 anos, mas o motor 1.4 é novo e gera 105 cv

Ford Fiesta Hatch 1.6
Removido no início do ano, tem o motor de 105 cv, mas o motor 1.4 é novo e gera 105 cv

SEU BOLSO

	FOX	PUNTO	SANDERO
Seguro*	R\$ 1.583	R\$ 1.937	N/D
Costa Básica**	R\$ 543	R\$ 535	R\$ 444,24
Garantia	1 ano	1 ano	3 anos
Carro no Rua***	R\$ 443,43	R\$ 675,25	N/D

*Seguro: 1.583,00 (Fox), 1.937,00 (Punto), 1.937,00 (Sanderô). **Costa Básica: 543,00 (Fox), 535,00 (Punto), 444,24 (Sanderô). ***Carro no RUA: 443,43 (Fox), 675,25 (Punto), N/D (Sanderô).

Anexo C – Car and Driver Brasil número 2, capa.

SUPER TESTE: NOVOS KA 1.0 e 1.6
ENFRENTAM SEUS RIVAIS: 206, CELTA, CLIO, CORSA, GOL, PALIO E PALIO FIRE

CAR AND DRIVER

02 TESTES: VIPER SRT 10 x CORVETTE Z06 | IMPREZA WRX 2008 | PORSCHE 911 GT3 RS **MOTO:** BMW K 1200 GT
TOPLESS NO BRASIL: FERRARI F430 SPIDER, MÉGANE CC, BMW Z4, LOBINI H1, PEUGEOT 307 CC e VOLVO C70

1.285 cv a 260 km/h

Testamos os limites dos sedãs mais excitantes do planeta!

420 cv AUDI RS4

414 cv BMW M3

51 cv MERCEDES C63 AMG

TESTE DA BIA
 Ela levou o Civic Si ao extremo

SEGREDO: Flagramos os novos Honda Fit e Palio Weekend

PROJEÇÃO: Como ficará o Fox 2009

O QUE VEM POR AÍ
 Andamos no novo Ford Focus e no Chevrolet Captiva que chegam este ano ao Brasil

Anexo D – Car and Driver Brasil número 2, páginas 30 a 41.



especialmente neste segmento", explica Antônio Balaz, gerente geral de Marketing da Ford. "Mas o desenho é um forte elemento de atração. Por isso investimos muito neste item."

Transição

Mas o que o desenho do novo Ka tanto tem de especial? Bem, se você não se convenceu pelas fotos publicadas nesta reportagem, saiba que a novidade cria novo padrão estético para os carros de entrada. Basta comparar nas páginas seguintes as imagens do Ka 110 com a de seus concorrentes diretos para perceber que a Ford aplicou muita energia, tempo e dinheiro no desenho do carro. A transição do estilo New Edge, inaugurado pelo antigo Ka há dez anos, para o Kinetic foi muito bem conduzida por profissionais brasileiros. O New Edge, ainda presente no Focus, se caracterizou pelas formas geométricas agressivas, enquanto o Kinetic sugere movimento. Preto no branco, o novo Ka tem mais harmonia que o antigo.

O comandante da equipe, um jovem de 41 anos chamado João Marcos Ramos, diz que a novidade representou o trabalho mais árduo da história do Centro de Design da Ford: "O desafio

foi difícil mas contar ao ser o novo Ford Ka foi selecionado ao primeiro olhar pelo belo desenho do carro. Eu não sei o único. Aqui na rede todas aprovaram a nova embalagem de aço do modelo. Nosso analista de design, Antônio Campos, fez um página 399, também se entusiasma com a novidade. Disse estar feliz por poder testemunhar, às vésperas de seus 75 anos de idade, esta realização de designers brasileiros. "Sempre esperei por este dia."

O Ka chega para ampliar a presença da Ford no segmento de entrada dos mais 4% para 8%. E, eis a grande aposta, levar cedo ou tarde a marca aos calçanhares da terceira colocada em vendas no País, a General Motors. O volume de vendas do carro anterior era insignificante para esse objetivo: cerca de 30 mil unidades/ano, sete vezes menos que o líder Gola. A Ford está prevendo com o novo modelo. Mas sabe-se que espera vender pelo menos o dobro, perto de 60 mil carros, até o fim deste ano.

A empresa investiu decidações R\$ 300 milhões no propósito de construir um carro de entrada, como são chamados os modelos mais baratos de um fabricante, para disputar de igual para igual com concorrentes de peso como o Chevrolet Celta, o Fiat Palio Fire e o Gola City, como o Ford partir para a adoção: pelo menos três vezes mais caro que o antigo Ka, uma base originária da

Um belo desenho ajuda, mas é o preço que define o sucesso de um carro. O Ka custa R\$ 25 mil

quinta geração do Fiesta (ou, para os brasileiros, da geração anterior a esta) para abrigar a novidade. A receita permitiu que o novo Ka chegasse a um preço atraente: custa a partir de R\$ 25.190. O valor é apenas R\$ 165 mais em conta que o Celta 1.0 duas portas básico, um desenho equivalente a um quinto do valor do IPVA do carro. Mas o que deve ser considerado, neste caso, é o efeito psicológico que isso deve causar no comprador. De qualquer maneira, o carro nacional mais barato continua sendo o Fiat Millê duas portas (R\$ 22.980), um pouco mais barato que o nacional do Uno, de R\$ 23.980. O preço do Ka 1.6 parte dos R\$ 31.800. É o preço que define a compra de um carro,

era investido, eu tinha em uma das mãos uma pesquisa feita pela linha, apontando as expectativas do comprador e, em outra, uma folha que a equipe de design usava para marcar a pesquisa feita que a equipe de design usava para marcar a maior capacidade e espaço traseiro, para ser para-mais de considerações dos compradores. As portas são a única variação estética do antigo carro, uma solução para reduzir custos. A ideia próxima à coluna traseira foi, nas palavras do designer, a que exigiu maior dose de criatividade. Não bastava apenas esticar o teto do Ka, mas dar harmonia e requinte a porção implantada. A solução foi genial: a equipe de designers reforçou o vinco que nasce no topo do para-choque dianteiro, define a linha de cintura do carro e, em trajetória ascendente, se divide em duas para terminar na lanterna traseira. "Chamamos movimento com esta solução", explica João Marcos. Acima da janela traseira, que é fixa (outra maneira de cortar custos de produção), o designer escolheu outro vinco que funciona como prolongamento do corte superior da porta e cupo propulso e o mesmo: sugerir rapidez, como prega o estilo Kinetic, por "cinético", desenvolvido pela Ford na Europa.

Por isso, mesmo se os nomes foram considerados, Mas é o preço que define o sucesso de um carro. O Ka custa R\$ 25 mil



ALMA MANTIDA
A decisão de balizar de Ka o projeto B402, código interno do novo carro, saiu três meses antes do lançamento. "Outras denominações foram usadas", afirma Antônio Balaz, mas a decisão de manter o nome Ka saiu após pesquisas mostrarem que o público não rejeita a denominação "Ka" para os antigos modelos. O alto nível de fidelidade e campanhas publicitárias a partir de um novo nome também pesou na decisão da Ford de manter o nome.

A distância entre os painéis permanece como antes. Mas a nova carroceria é 17 centímetros comprida

Parece, mas não é
 Rancos afirma que, embora seja baseado no estilo criado por Martin Smith, diretor executivo de Design da Ford Europa, o projeto do Ka sofreu pouca interferência da matriz. O sucessor do Ka na Europa, como evidenciam as fotos dos primeiros protótipos, é diferente do carro vendido no Brasil.
 Provavelmente, o novo Ka nunca terá lanternas de LED, Mas as lentes das lanternas foram estampadas com elementos que sugerem o uso de tais díodos. Parece, mas não é. A isso os estrategistas de marketing chamam "qualidade percebida".
 O novo Ka também parece ter porte maior que o real: com

o prolongamento da traseira e com o avanço do para-choque dianteiro, o carro ganhou 17 centímetros de comprimento (em comparação ao antigo Ka. A largura ganhou 1 centímetro (em 1,80 metro) e a altura passou de 1,36 metro para 1,42 metro. O suficiente, no entender da Ford, para abrigar três passageiros no banco traseiro. A marca não detalha, mas a mudança certamente não foi feita com manequins de três adultos. Mas não há como negar que o espaço para a cabeça foi ampliado com teto mais alto. O Ka antigo era um carro para quatro.
 O porta-malas também aumentou: a capacidade volumétrica passou de 11 para 13,5 litros (antes eram 11,5 e 13,5 litros), média do segmento. A boa notícia foi o aumento do vão de abertura e o rebasamento do baletete do bagageiro. O



As linhas nervosas do novo Ka dão a impressão de movimento mesmo quando parado.

assaulto do compartimento ficou quase plano: você vai agradecer ao furo de colocar as (poucas) malas. A tampa do porta-malas, em contrapartida, ficou maior e mais pesada. O escape permanece ao lado esquerdo, do lado de fora.

Uma de nós
 Como o novo Ka, nas palavras da Ford, foi construído a partir de pesquisas, natural que o interior fosse recheado com a mais recente aspiração dos compradores: os porta-objetos. A Ford diz que foram criados nove deles, além do porta-luvas com tampa. Contamos seis, alguns nada funcionais. Algum falou que o travamento automático das portas é desajustado e... bem, o dispositivo virou item de série. Último, mas o bocal do tanque exige uma chave extra...



O baletete da tampa do porta-malas é baixo para facilitar a carga e a descarga. A capacidade foi ampliada para 26,5 litros, média do segmento.

QUASE CHEGAMOS LÁ

As projeções por computador publicadas na primeira edição da C/D Brasil (veja acima), seminas antes do lançamento do novo Ka, revelaram-se bastante precisas, com as linhas básicas do modelo e erros em alguns detalhes estéticos.



Enxadas de ar condicionada, iguais às do Fiesta, eficientes e práticas

Mostradores exclusivos, feitos de latão e iluminados em tom woff

Bancos mais largos, com apoios mais envolventes e tecido de melhor qualidade

Porta-luvas com tampa. E, acima dele, um espaço para acenar as setas

Porta-copos e outros nichos para abrigar miudezas

O painel perdeu o antigo charme. Mas ganhou instrumentos mais visíveis e porta-luvas com tampa, fora alguns porta-objetos atendendo a pedidos

Nesta reforma, só não foi mantido o porta-óculos, um dos charmes do Ka anterior. "Eliminamos porque essa cortesia não era perceptível pelos clientes", justifica a fábrica. Todavia, há e há de ficar: o novo volante de alumínio para os dois e o novo volante de alumínio para os dois e o novo volante de alumínio para os dois...

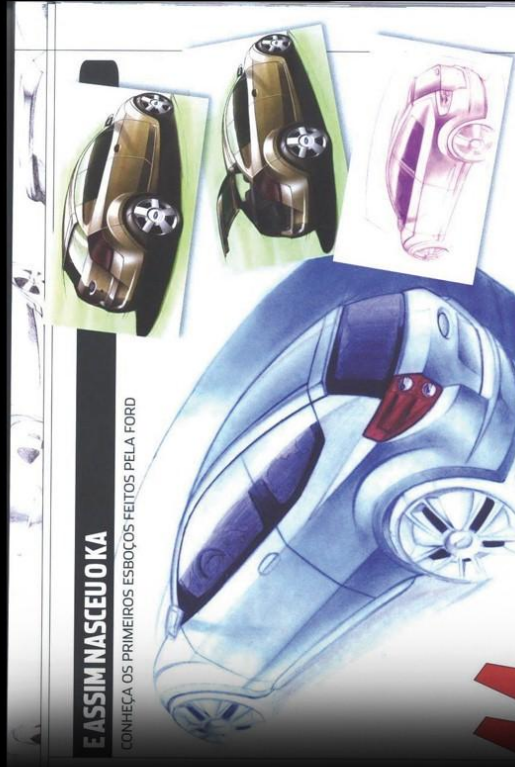
dos compradores que, na expectativa da marca, deixará de ser predominantemente feminino para ser masculino. Homens ou mulheres, de qualquer modo, irão se sentir mais confortáveis com os apoios de braço mais largos, com os bancos mais envolventes e com a correta distribuição dos comandos. A estes compradores a Ford também reservou uma atração: identificar, nos montapneus, os itens herdados do antigo Ka e do Fiesta. Repare no ato do volante e constatará que, apesar da nova almodola, ele parecerá familiar.

Mistela de bolso

Outro componente bem conhecido dos compradores da marca é o conjunto de injeções. O Ka surge em duas versões de 1.0 e o 1.6. A Ford debruça a possibilidade de uma versão 1.4, assim como nega o surgimento de uma configuração quatro portas. Mas se a marca pretende mesmo conquistar mercado com este modelo, essas são providências fundamentais (vá até a seção "Segredos" e entenda o que estamos falando). A novidade é o motor 1.6 flexível que, com



O motor também ganhou mais espaço no compartimento da motor

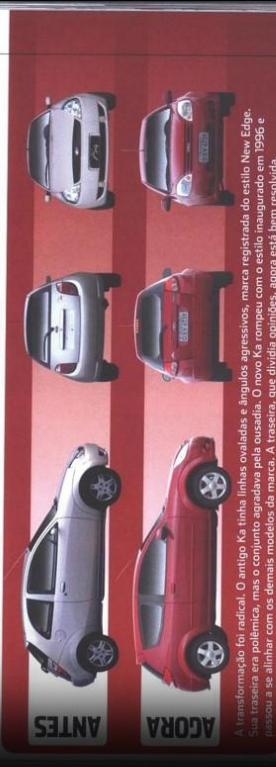


E ASSIM NASCEU O KA

CONHEÇA OS PRIMEIROS ESBOÇOS FEITOS PELA FORD

Quando recebemos as orientações do marketing, começamos a trabalhar nas propostas do novo Ka (estas são apenas algumas delas). Desenvolvemos dezenas de esboços até chegar às ideias que poderíamos ser levadas adiante. O diferencial do design marcante foi um pedido do marketing, mas era exatamente isso que nós, como designers, buscávamos. De qualquer forma, o desafio foi criar um carro de baixo custo com um desenho que fosse realmente excitante e que agregasse valor ao modelo. Ou seja: um modelo que o Ka não fosse apenas um modelo. Acertado que conseguimos um resultado muito bom, pois o carro ficou com linhas muito dinâmicas, fluidas e as superfícies trabalhadas com muita personalidade ao modelo, mantendo o DNA do Ka anterior."

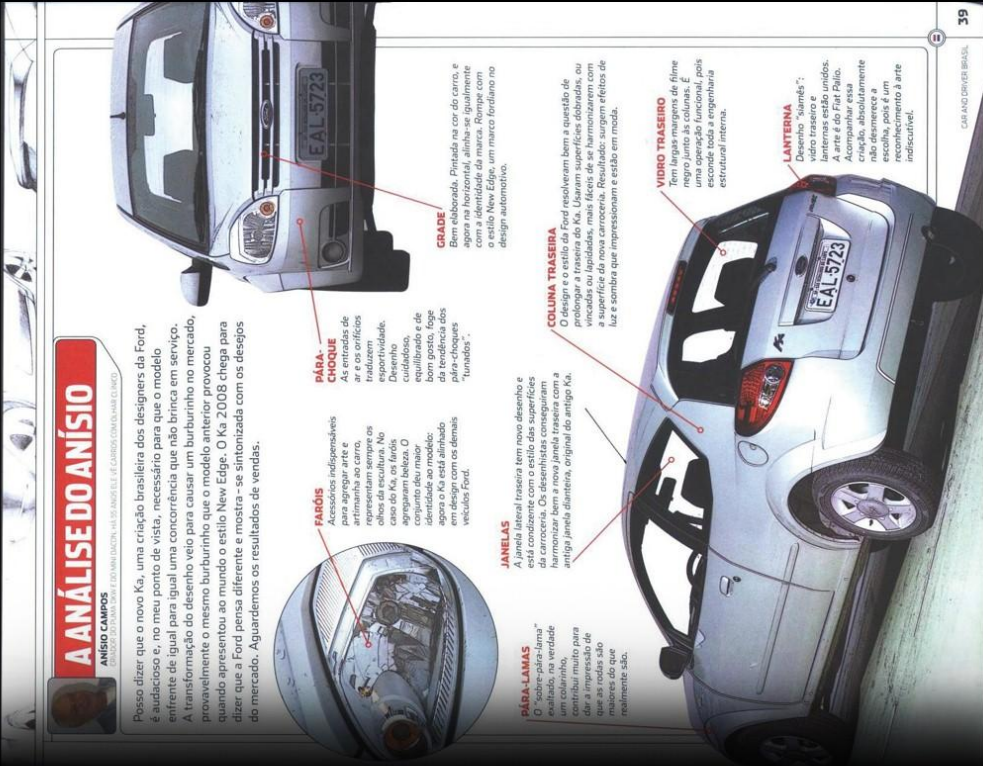
João Marcos Ramos, diretor do Centro de Design da Ford do Brasil



ANTES

ACORA

A transformação foi radical. O antigo Ka tinha linhas ovaladas e ângulos agressivos, marca registrada do estilo New Edge. Sua traseira era polêmica, mas o conjunto agradava pela ousadia. O novo Ka rompeu com o estilo inaugurado em 1995 e passou a se alinhar com os demais modelos da marca. A traseira, que dividia opiniões, agora está bem resolvida.



A ANÁLISE DO ANÍSIO

ANÍSIO CAMPOS
COORDENADOR GERAL DE INOVAÇÃO, DA FIAT E DO GRUPO GM DO BRASIL

Posso dizer que o novo Ka, uma criação brasileira dos designers da Ford, é audacioso e, no meu ponto de vista, necessário para que o modelo enfrente de igual para igual uma concorrência que não brinca em serviço. A transformação do design, veto para causar um burburinho no mercado, provavelmente o mesmo burburinho que o modelo anterior provocou quando apresentou ao mundo o estilo New Edge. O Ka 2008 chegou para dizer que a Ford pensa diferente e mostra-se sintonizada com os desejos do mercado. Aguardemos os resultados de vendas.



PARABÓIS

As novas indagações para agregar arte e as orifícios representam sempre os cuidados, o equilíbrio e de equilíbrio e de equilíbrio. Os designers da Ford são "tunados".

PIÇA CROQUIE

As entradas de ar e os orifícios representam sempre os cuidados, o equilíbrio e de equilíbrio. Os designers da Ford são "tunados".

GRADE

Bem elaborada, pintada na cor do carro, e agora na horizontal, alinha-se igualmente ao estilo New Edge, um marco brasileiro no design automotivo.

JANELAS

A janela lateral traseira tem novo desenho e está condizente com o estilo das superfícies laterais. Os designers conseguiram fazer a janela lateral traseira, original do antigo Ka, e a nova janela lateral traseira, original do antigo Ka.

PIÇA LAMAS

O "carrinho-lama" é avaliado, na verdade, um detalhe, mas para quem gosta de detalhes, os maiores são realmente são.

COLUNA TRASEIRA

O design e o estilo da Ford resolvem bem a questão de proteger a traseira do Ka. Usaram superfícies dobradas, ou seja, a superfície da nova carroceria. Resultado: surgem efeitos de luz e sombra que impressionam e estão em moda.

VIDRO TRASEIRO

Tem largas margens de firmeza e uma opção funcional, pois esconde toda a engenharia estrutural interna.

LANTERNA

Dentro "suavês"; as lanternas estão unidas. Acompanhar essa tendência não é novidade, mas não demorece a ser adotada, pois é um reconhecimento à arte industrial.



álcool, gera 110 cv. Divida o peso do carro pela potência e se terá uma relação de 8,6 kg/cv, semelhante ao de um Mercedes-Benz SLK 200K. É um projeto à espera do disparo. Terá apenas 2% de participação nas vendas e custará R\$ 51.800.

A transmissão é comum ao Fiesta, mas a relação de marchas foi alongada em 4%. Dessa forma, conseguimos diminuir o consumo de combustível e o ruído", diz Milton Lubiano, chefe de Engenharia. Mesmo assim, a 100 km/h, em quinta marcha, o novo Ka transita em giro alto (3.000 rpm). Nada melhor que os demais 110 disponíveis em outras marcas.

Por fim, a suspensão: a substituição do eixo rígido na traseira pelo eixo auto-estabilizante tirou a emoção proporcionada pelo antigo Ka. A suspensão dianteira agora é fixada em um sub-chassi e o resultado é que o Ka moderno passou a ter comportamento estável, mas previsível. Fazer o que? As pesquisas disseram aos analistas de mercado que comportamento esportivo não vende. E a Ford ouviu.

ERGONOMIA

O coordenador do curso de design do Instituto Mau de Tecnologia, Marcelo Oliveira, analisou a ergonomia do novo Ka. Encontrou mais aspectos positivos do que negativos. Começando por fora, apontou melhorias bastante interessantes de visão. Ergonomia e acesso ao porta-malas, agora mais baixo, facilitando a colocação de objetos pesados. O triângulo de segurança, que incomodava no antigo, passou a ser fixado no banco traseiro, o que foi notado por Oliveira. Porém, os problemas começaram ao abrir o capô. A vareta de apoio foi transferida para o lado direito. Além de ficar mais longe que antes, tornou-se difícil a vida dos donos do carro. E, para quem tem que sustentar o capô com a mão esquerda, a que tem menos força.

Por dentro, Marcelo Oliveira observou que o banco do motorista precisa ficar um pouco mais alto para a perna direita não ficar muito encostada no console central, de formato menos arredondado que o da geração anterior. Em compensação, o espaço para a cabeça de quem sentar no banco traseiro melhorou, mas o desconforto para as pernas aumentou, já que a distância entre os bancos aumentou. Passando os olhos pelos instrumentos, Oliveira gestou para a manutenção do marcador de velocidade, mais arredondado, mais iluminado e mais arredondado, por causa das janelas traseiras mais amplas que as anteriores, a coluna traseira alargada prejudica a visibilidade dos passageiros do banco traseiro.



instrumentos, Oliveira gestou para a manutenção do marcador de velocidade, mais arredondado, mais iluminado e mais arredondado, por causa das janelas traseiras mais amplas que as anteriores, a coluna traseira alargada prejudica a visibilidade dos passageiros do banco traseiro.

MINHA OPINIÃO

Acompanhei o nascimento do Ka (e do estilo New Edge) em 1996 em Paris e tive o privilégio de conhecer seu criador, Claude Lobo, um belga apaixonado pela cultura brasileira. Foram horas sobre o estilo "New Edge" e o novo Ka. "Segundo Lobo, os brasileiros não gostam?", Lobo queria saber. Quando dirigi o Ka pela primeira vez, liquei para ele. "Além de usá-lo, seu carro é delicioso: os brasileiros, eu não sei. Mas eu adorei". De fato, pouco apreciam as peças ripadas e o estilo New Edge. A Ford nunca teve um partido disso: só nível de carro para entusiastas, que dar a ele caráter de popular. Não podia dar certo mesmo.

Luiz Guerrero



É no renovado Ka que estão as esperanças da Ford em retomar a terceira posição entre as maiores fabricantes do País. O carro chegou com a missão de abanchar uma fatia nada desprezível de 8% de uma porção que gira em torno de 800 mil unidades por ano e que há décadas é disputada pelo a palmo pelo Volkswagen e pela Fiat. Mercado formado por os carros de entrada, os modelos mais do C- e D-segmento.

Fabricado em sua linha do antigo Ka, a novidade apresenta muitas qualidades para se sobressair neste duelo. Tem desenho cativante, um conjunto mecânico equilibrado, um pouco mais de espaço para passageiros e bagagem e, principalmente, preço

atraente. Sua grande limitação é a falta de opção da configuração quatro portas, um tipo de carroceria que representa 70% das vendas do segmento. A Ford deve lançar a versão até o final do ano, confronto com os palcos de Ka se destacam pelas qualidades dinâmicas. Conhecemos para esta brigada, Chevrolet Celta Super, o Fiat Palio Fire, o Renault Clio Expression e o Volkswagen Gol Trend. Desapensamos o Fiat Mille, pois embora seja o 1,0 mais barato à venda (a partir de R\$ 22.900), é um modelo mais procurado pelos froistas.

Cumiso para saber quem leva? Veja nas próximas páginas como se saiu cada modelo.

Brigada de pequenos gigantes

Quer guerra? Então tome! A Ford mostrou o novo Ka e a concorrência vai ter que se mexer. Ótimo para o seu bolso

LUKASUTWY | FOTOS JOAO MANTOVANI

De Ka, Palio, Celta, Clio e Gol. Brigada em busca do mercado brasileiro para as fabricas

206 1.4 X CORSA 1.4 X KA 1.6 X PALIO 1.4

TESTE COMPARATIVO



Decisão por pontos

No confronto entre os novos queridinhos dos brasileiros, os compactos com motor intermediário, o Ka 1.6 surge como um adversário de peso

As versões 1.4, um meio-termo entre os motores 1.0 e 1.8, são de volta para se transformarem em atrativa opção para o comprador. Além do motor com mais torque, do consumo reduzido e do acabamento um pouco mais caprichado, são carros que cabem no bolso tanto quanto o 1.0, com prazo de financiamento a partir de 12 meses e valor mensal das parcelas e pouca coisa mais alto.

De olho nesta leva de consumidores migramos de uma categoria para outra a Ford equipou o Ka com o maior 1.4 fabricado até o momento para uma versão 1.4 para o carro. A tecnologia flexível e o motor de maior capacidade cúbica aliados a um preço atrativo e a estratégia da marca para incentivar a venda do 1.6.

Mas a tarefa não é fácil. O mercado foge com muita rapidez. Pesados como o novo Peugeot 306, o velho Volks e a híbrida Corolla – todos 1.4 – estão de olho no novo Ka 1.4. Mas há quem não esteja: a definição de se por pontos. Por poucos pontos.

LEDESJUNYR FOTOS: ADRIAN KAPLOW

54

Anexo F – Car and Driver Brasil número 3, capa.

SEGREDOS TOYOTA, RENAULT, AUDI, NISSAN, CITROËN, FIAT, PEUGEOT. E na Europa: VECTRA, KA e ALFA 149



CAR AND DRIVER

AND

03 TESTE DA BIA: ELA ACELEROU A MERIVA EASYTRONIC | CADERNO DE MERCADO: COMPARATIVO DE PERUAS
CARRO DO DIRETOR: AVALIAMOS QUATRO SEDÃS PARA EXECUTIVOS | MOTO: A INCRÍVEL YAMAHA MT-01

PORQUE ELES VENDEM TANTO!

SUPER TESTE: 26 págs, HATCHES, SEDÃS E PICAPES



605 cv,
0 a 100 em 4.4s

TESTE: SHELBY SUPER SNAKE



450 cv,
0 a 100 em 4.2s

TESTE: ALFA 8C COMPETIZIONE



EXCLUSIVO Jetta Variant, C4 Picasso e o novo Kia Picanto

AUTOMÁTICOS
Na pista, o novo Stilo enfrenta o Golf e o Tiida



300C V6 A mesma embalagem com motor mais econômico

Ano 1 - Nº 03 - R\$ 8,90
 ISSN 1982-2545
 0 0 0 0 3
 9 771198 254002

Anexo G – Car and Driver Brasil número 3, páginas 74 a 82.

TESTE ALFA ROMEO 8C COMPETIZIONE

PARLA!

**ESTA BELÍSSIMA ESCULTURA
CHEGA NO MEIO DO ANO. MAS
NÃO RESISTIMOS ESPERAR MAIS**

MATTIAS SPANMÜLLER | FOTOS MARK URBANO

COSTAMOS
Desenho, estilo, de tudo!

NÃO COSTAMOS
Alguns detalhes do porta-objetos?

VEREDICTO
Maculoso, lacrimoso, etc. etc...

EM RESUMO
Depois de muito tempo, um
Alfa Romeo chegou ao Brasil
e inspirador. Demorei para fazer
as exposições e sair da rua.

Carroceria
Cupê, 2 portas, 2 lugares

Motor/ câmbio
V8, 4,7, 350, 550 cv, câmbio
manual de 6 velocidades

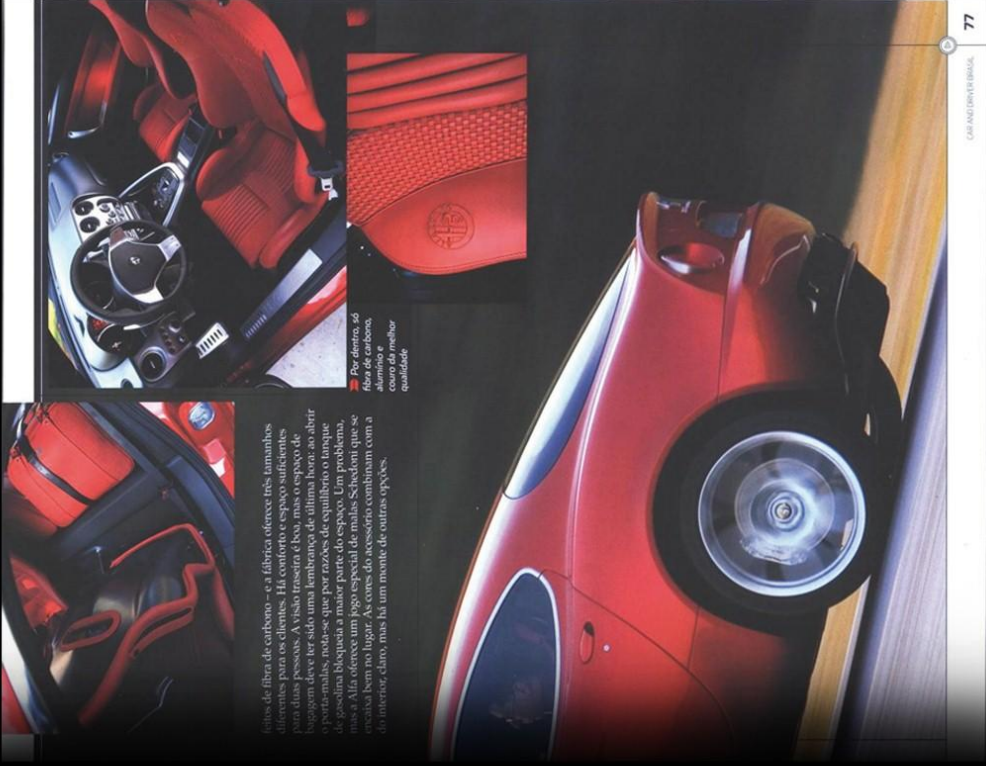
Preço
R\$ 1.950 mil (R\$ 4,2 milhões)

Consumo médio
5,5 a 7,6 km/l

ISS 230.000

74

75



passado e as primeiras unidades chegaram no meio do ano na Europa. No Brasil... Bem, estamos ficando um pouco assistido para que a Fiat, após o lançamento da Alfa Romeo, continue a produzir carros de alta qualidade. A Alfa Romeo, com seus motores, câmbios, seja entregue ao comando da fábrica em Bolim.

A demora não diminuiu a fascinação pelo SC, aqui está o primeiro Alfa realmente esportivo após muito tempo, com um layout técnico conveniente, pura potência, estilo inspirador e proporções emblemáticas. De uma olhada na aparência dinâmica dos colunas A, que sustentam o pára-brisa, ou as lanternas redondas remanescentes do glorioso TZ dos anos 60. Sem dúvida, é um puro sangue, uma mistura bem balanceada entre o técnico e o esportivo. Alfa mantém os mesmos como os antigos, a estabilidade, a LIDA. Alfa não é diferente, mas com os anos, a qualidade de construção que é excepcionalmente exemplar (algo que não se pode dizer de todos os Alfa Romeo do passado).

Instrumento de precisão

No interior praticamente não se encontra plástico, mas fibra de carbono, ligas metálicas e muito couro. O acabamento e os encaixes são perfeitos. Os bancos cor de bufo SC (frescos conhecidos da Ferrari Enzo e do Maserati MC12) também são



fios de fibra de carbono - a fábrica oferece três tamanhos diferentes para os clientes. Há conforto e espaço suficientes para duas pessoas. A visão traseira é boa, mas o espaço de bagagem deve ter sido uma lembrança de última hora: ao abrir o porta-malas, nota-se que por razões de equilíbrio o tanque de gasolina bloqueia a maior parte do espaço. Um problema, mas a Alfa oferece um fôlego especial de mais. Sedeloni que se encaixa bem no lugar. As cores do acessório combinam com a do interior, claro, mas há um monte de outras opções.

Por dentro, só fibra de carbono, couro da melhor qualidade

Assinem nosso abaixo-assinado: queremos esta maravilha no Brasil!

Propriedades diferentes e um diferencial, tudo para você!



Tudo isso parece bem alto, não é? Mas fica ainda melhor se você tirar a chave. A Alfa 8C não tem o tradicional pisa de testes em Balocco. Faltou. Uma vez no volante, a primeira coisa que o motorista percebe é que não há alavanca de câmbio ou freio de mão. Estes sistemas são controlados por botões no console central inferior ou, dirigindo no modo manual, por duas grandes alavancas fixadas à coluna de direção.

Também não há chave de ignição, pois o motor é ligado em outro botão. A reação é um rugido rouco que não apenas atrepa o motorista como também serve para acordar a vizinhança. Ah, mas que forma fica para se desligar qualquer volante passageiro. Então, não se preocupe. Não há volante. Não há volante passageiro grande demais, embora a gente se acostume logo, pois ele

O Alfa 8C é um instrumento de precisão criado para obedecer ordens

permite mudanças rápidas de direção. O 8C é um instrumento que responde a cada ordem do motorista. O 8C é um instrumento que responde a cada ordem do motorista. O 8C é um instrumento que responde a cada ordem do motorista.

precisa deste tipo de auxílio na curva, apenas use o pé direito. A

saída de traseira pode ser facilmente provocada, especialmente com os controles de estabilidade e de tração desligados. O 8C, com o pé direito mais rápido de se controlar uma curva. Então, use toda a pista, estere com sensibilidade, acelere com cuidado - e vai descobrir quão veloz o 8C realmente é.

Registre o 0-100 km/h em 4,2 e cubri 400 metros em 12,4, a exatos 185,67 km/h. Dirigindo por apenas algumas horas obtive uma ideia aproximada do fantástico equilíbrio e potencial dinâmico do 8C (ele gera 1,02 g de aceleração lateral) e está certamente entre os melhores carros de tração traseira que já testei.

Proporções imponentes e muitas referências ao passado: a traseira é uma releitura do glorioso 72



ANÁLISE TÉCNICA

PAULO FREIRE EX-ANALISTA DE VEÍCULOS DA FERRARI, ESPECIALISTA EM ESCRITÓRIO DE PROJETOS, 51 ANOS, COLABORADOR DA C.A.P. AUTOMOTIVE

ANATOMIA DO ALFA 8C

A lenda continua viva e traz à memória as maravilhas dos anos 30

O nome soa bem. Ele foi usado para aqueles carros esportivos e de corrida maravilhosos dos anos 30, desenhados por Vittorio Jano, que venceram a Milite Miglia, a Targa Florio e outras provas famosas. Ele traz um toque de elegância e o comando duplo no cabeçote, superalimentados e de oito cilindros em linha, usados antes da Segunda Guerra.

A bela carroceria do 8C nasceu no estúdio de design da própria Alfa, sob o comando de Pininfarina. Couro mais desenvolvido. Ele é, porém, notavelmente mais compacto (14 cm menos em comprimento) que o Maserati. Baseado na mesma plataforma e no mesmo motor de 3.000 cm³, o 8C é um carro mais rápido de se controlar uma curva.

combinação escolhida pela Alfa para garantir um centro de gravidade mais baixo e excelente compatibilidade com a produção limitada do carro. O fundo plano na dianteira, cuja parte posterior se eleva para formar um difusor, cria pouco arrasto ao mesmo tempo em que gera alguma força que mantém a carroceria grudada ao solo. Como é apropriado a um verdadeiro esportivo, as suspensões são de triângulos triângulares duplos braços com barra anti-rolagem. Os cubos de roda de alumínio também contribuem para reduzir o peso não suspenso e ajudam tanto no conforto quanto no controle do veículo. Os amortecedores são desprovidos de qualquer gerenciamento eletrônico. Um bom equilíbrio é essencial para conseguir isso, o motor para corrigir isso, o motor para corrigir isso, o motor para corrigir isso.

grande quanto o entre-eixo (veja ilustração). Graças a isso, mesmo com apoios de absorção de ruídos na dianteira e na traseira, as reações de torção causam apenas um pequeno movimento lateral e de conjunto matriz, até sob aceleração severa. Tudo de alumínio, o motor V8 com cilindros dispostos a 90° possui duplo comando no cabeçote em cada bancada, tudo movimentado por um mecanismo de comando duplo. Possui ainda quatro válvulas por cilindro e certamente o que se poderia esperar da Alfa Romeo em sua melhor tradição. Apesar do tamanho, o motor dá espaço para o motorista e cinco mancais do 8C é do tipo convencional de 90 graus de inclinação. Todas as passagens de óleo pressurizadas são parte do bloco do cilindro e sistemas rotativos, enquanto o óleo é distribuído pelo tanque tem capacidade para 10,5 litros - garante lubrificação eficiente mesmo sob as mais severas forças de contorno de curva.

Adicionalmente, o motor de 3.000 cm³ possui um diferencial de eixo de eixo diferencial-ativo duplo de pequeno diâmetro e baixa inércia, o fundo plano do veículo não vibraram tornou

possível instalar o motor bem baixo no chassi. Para aproveitar ao máximo as características esportivas do motor, a transmissão de seis velocidades é operada diretamente pelo volante. Com a transmissão robotizada, não há pedal de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo. Os pedais de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo. Os pedais de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo.

Com a transmissão robotizada, não há pedal de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo. Os pedais de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo.

Com a transmissão robotizada, não há pedal de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo. Os pedais de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo.



Com a transmissão robotizada, não há pedal de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo. Os pedais de embreagem e ineficiente o pedal do freio não foi estendido para a esquerda, como os aditivos da frenagem com o pé esquerdo.

Concerto celeste

Além de tudo, é também um dos que produzem os sons mais cativantes que já ouvi: acima das 4.000 rpm, o sistema de exaustão muda e transforma o rugido do motor em um concerto a céu aberto. Usar o rádio neste momento pode ser considerado um crime. Tão impressionante quanto a melodia é o poder de frenagem do 8C: do 100 a 0 km/h em apenas 32 metros.

Como o 8C cumpriu o que vinha sendo prometido há tempos, não questionamos os números oferecidos pela Alfa, exceto um: a velocidade máxima. Ela está anunciada como 291 km/h, mas a informação não deve ser levada tão literalmente. Ela mantém uma distância respeitosa da Ferrari. Nos bastidores, me informaram que o 8C chega perto dos 305 km/h.

Então, este cupê é um Alfa legítimo? Acho que sim. Claro, ele tem um motor Maserati modificado, também conhecido por equipar a Ferrari F430 – mas e daí? Alguém achou ruim a McLaren usar motor BMW no modelo F1? Também tenha em mente que a Alfa foi fundada em 1910, enquanto o tridente da Maserati surgiu apenas 16 anos depois. Isso sem falar que o convênio rampante da Ferrari deu as caras apenas em 1947. Hoje, todos os projetos de carros são mesclados, a Fiat, por exemplo, criou um verdadeiro cupê esportivo, uma



alternativa aos Aston Martin, BMW e Porsche. É um GT genuíno. E a marca continua forte. Por exemplo, nos Estados Unidos, o grande mercado mundial, há um grande potencial para um ressurgimento. Sem dúvida, o 8C vai preparar o público para outros modelos da Alfa (mais baratos) que deverão surgir. E nós gostamos dessa ideia.



Acima das 4.000 rpm, o rugido do V8 vira um concerto a céu aberto



ANÁLISE DO ANÍSIO

ADRIANO LANZONI / COLUNISTA DO JORNAL VEJA EM SÃO PAULO. NA PÁGINA 81 DO VEJA DE SÃO PAULO, EM 12 DE ABRIL DE 2008

ARTE ITALIANA

Um carro de sonho deve brilhar. E o 8C brilha

Está logo diante de uma obra de arte, o Alfa Romeo 8C. O modelo de 2008, acrescentado de materiais surpreendentes, tecnologia de enriquecer e um sem-fim de processos miraculosos.

O Alfa Romeo 8C
Competição vem sem adição de gordura, açúcar zero: é um carro de fibras, cereais light, linha integral. Não tem excesso, nada fora do lugar. E tem uma

beleza exuberante. A arte, neste caso, consistiu no tratamento da escultura, da superfície lisa e dos traços evidentes dos vincos e das justas dimensões. Este Alfa é inimitável. É um carro que brilha.



Partil
É o que se pode chamar de engenharia automotiva no caminho do perfeccionismo. As dimensões são ínfimas, a suspensão é feita com um material extremamente rígido e a estrutura chassis é feita com fibra de carbono suficiente para criar um perfil aerodinâmico, arrematado pela junção com a cauda curta.

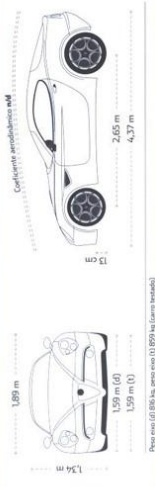
Ferrol
Fala alto! Um triângulo formado pelos faróis e pelo "cavaleiro" Alfa Romeo em um equilíbrio perfeito. A distribuição dos elementos, faróis e círculos (faróis com seus elementos, faróis e o emblema da marca). A dose é na medida certa. A distribuição dos elementos, céticos.



Carida
Cada detalhe foi pensado, desde o detalhe da suspensão, até o mínimo detalhe das rodas traseiras, indicando que o "menos é mais". O viga traseiro em pleno fast back arrematado o conjunto.



CAR-DRIVER Alfa Romeo Competizione Preço de fábrica com IPI: **US\$ 230.000** **US\$ 253.750**



EM RESUMO

0-100 km/h	6,2 s
0-400 m	12,4 s
Velocidade máxima	200 km/h
Consumo urbano	10,7 l/100 km
Consumo médio	6,5 l/100 km

DADOS DE FÁBRICA

Tipos de veículo	Cupê, 2 portas
Opcionais	Navegador GPS, malas de couro exclusivas e conexão Bluetooth
Série	Air-conditionado, direção frontal, controle de tração e estabilidade
Em teste	n/d

DIRIGIBILIDADE
 Não é possível avaliar a dirigibilidade, mas foi possível notar que a aderência e a estabilidade do BC são excelentes. O sistema de direção é preciso e oferece uma sensação de firmeza, o que é uma exceção do segmento (maneiras de direção de uma sequência de curvas sem perder a velocidade superior aos 100 km/h).

TESTE C/D

RETOMADA DE VELOCIDADE	
40-80 km/h (s)	n/d
60-100 km/h (s)	n/d
80-120 km/h (s)	n/d
FREIAGEM	
120-0 km/h (m)	59,7
100-0 km/h (m)	32

FREIAGEM
 A 100 km/h, o Alfa Romeo domina o freio de disco de 300 mm de diâmetro. O sistema de freio de edição - que faz o teste a 80 km/h. A lâmina é auxiliada pelos encostos de freio e discos de freio de 35 cm de diâmetro.

MOTOR

Consumo	
Urbano (km/l)	5,5
Rodoviário (km/l)	7,6
Misto-estrada (km)	6,96
RUIDO INTERNO	
Marcha lenta (dB)	55
Máxima em 1ª (dB)	86
80 km/h (dB)	71
112 km/h (dB)	77

ACELERAÇÃO
 Engate a primeira marcha, deslize a alavanca para a direita e aperte o freio e acerte o tempo da troca de marcha. A aceleração do Alfa Romeo Competizione é excelente, mesmo em baixas velocidades, mesmo quando a força gravitacional atua contra o veículo.

TRANSMISSÃO / DIREÇÃO

Câmbio	Sequencial, 6 marchas
Rit. de marchas (l)	2,6-2,050
3ª-1ª (s)	3,4-1,440
4ª-1ª (s)	4,4-1,100
5ª-1ª (s)	6,4-0,760
Diferencial (l)	4,180
Direção	Hidráulica, pinhão e cremalheira
Diâmetro de giro (m)	8,6

CONCORRENTE
NENHUM
 Outros fatores avaliam a aderência de aderência para o BC Competizione. O principal defeito é o fecho de segurança. O tempo de reação do sistema de freio de 35 cm de diâmetro, o resultado é que as 5,0 unidades da edição limitada freiam a 100 km/h em 59,7 m, o que é uma excelente performance. Com um preço de venda de R\$ 253.750, o Alfa Romeo Competizione em teste, concorre com o Audi R8, que tem a mesma potência, mas 100 km/h em 6,2 s e o Porsche Carrera GT, mais rápido e com 200 km/h em 6,2 s.

SUPELSON
 Independente, duplo A, amortecedores hidráulicos, molas helicoidais e barra estabilizadora (DST)

FREIOS, RODAS E PNEUS

Freios	Discos ventilados (DVT)
Rodas / Pneus	20x9,5 P245/35 R20 (D) 20x10,5 P285/35 R20 (T)
Peso (kg)	1.985
Peso (Potência) (kg/cv)	3,52
Peso (Peso) (kg/ton)	32,3
Torque (l)	63
Porte-malas (l)	n/d

ACELERAÇÃO
 Engate a primeira marcha, deslize a alavanca para a direita e aperte o freio e acerte o tempo da troca de marcha. A aceleração do Alfa Romeo Competizione é excelente, mesmo em baixas velocidades, mesmo quando a força gravitacional atua contra o veículo.



SEU BOLSO

Seguro	n/d
Cesta Básica	n/d
Garantia	n/d
Carrera Rota	n/d

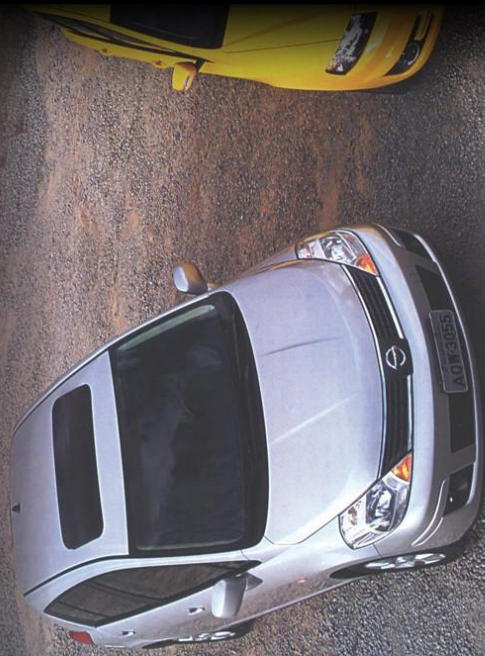
CONDICIONES DE TESTE: Alfa Romeo Competizione 2008, 2.000 km, 100 km/h em teste, concorre com o Audi R8, que tem a mesma potência, mas 100 km/h em 6,2 s e o Porsche Carrera GT, mais rápido e com 200 km/h em 6,2 s.

TESTE COMPARATIVO

1,2,3... Câmbio

Até o renovado **Stilo** se rendeu ao conforto: acaba de perder o pedal da embreagem

EDUARDO HINOCHI FOTÓ MARCELO SPATZTORIA



Antes restrita aos sedãs, a transmissão automática é um conforto hoje desejável em outras categorias, incluindo a dos carros esportivos. De acordo com estudo interno da General Motors, 13% dos carros entre 1 e 2 litros são vendidos com o opcional, percentual que sobe para 30% nos veículos acima de 2 litros. No segmento dos hatchbacks, apenas o **Fiat Stilo** não contava com o opcional – que chega agora com a transmissão automatizada Dualogic. E é com este equipamento que o modelo enfrenta dois de seus rivais, o **Nissan Tiida**, com transmissão automática de quatro velocidades, e o **Volkswagen Golf**, com a nova caixa de seis marchas. O Stilo recebe a transmissão junto com a sua primeira plástica mais significativa.

Ford Focus e **Peugeot 307** ficaram de fora porque não oferecem novidades em suas transmissões. E o **Vectra GT**, lançado no ano passado, ficou de fora porque a unidade disponível na frota de imprensa da GM sofreu acidente e não chegou a tempo de ir para a pista com os rivais. No teste, confrontamos as vantagens do custo-benefício pregadas pela Nissan, a modernidade defendida pela Fiat e a eficiência anunciada pela Volkswagen. Acompanhe o duelo nas próximas páginas.



Anexo I – Car and Driver Brasil número 3, páginas 114 e 115.



ENSAIO

Só diretoria

CLASSO SPORLEBERG FOTOS ADRIAN TONKINI

Qual o sedã mais confortável para o executivo e qual o mais ágil para o motorista? Nosso especialista em ergonomia Marcelo Oliveira e o piloto Giuliano Lossacco respondem

Estamos no verão em São Paulo. E isso só pode significar uma coisa para os executivos que fizeram o dever de casa em 2007: férias! O descanso para eles, porém, é curto: logo, a pressão retorna aos níveis normais – sempre alta. Surge então o dilema: qual carro executivo disponível no mercado nacional é o melhor parceiro para atingir as metas de 2008, satisfazendo seu proprietário no banco do motorista (i.e., estimulando as fundamentais gíndulas do prazer ao dirigir) ao mesmo tempo em que oferece o ambiente ideal para relaxar no banco de trás, enquanto se prepara aquela crucial apresentação em PowerPoint antes da reunião da diretoria?

No topo do péda, ajudado pela sensação de impositos por ser um genuíno produto, hecho em México, o Ford Fusion 2.3 SEL. De janeiro a novembro de 2007, foram 10.364 unidades vendidas no País – mais do que cinco vezes a soma dos demais concorrentes aqui perfilados. O preço-base do Fusion em questão é o que exige menor resgate dos seus investidores na Bovespa: R\$ 82.790. No outro extremo, o alemão Volkswagen Passat 3.2V6-4Motion pode causar pedidos de auditoria por parte de desafiados no board of directors, a salgueiros R\$ 174.010. Explique-se: a Volkswagen nos empustou a versão top do seu sedã e aceitamos de bom grado,

CHEVROLET MERIVA 1.8 EASYTRONIC

O TESTE DA BIA



BIA FIGUEIREDO PILOTO PROFISSIONAL



DifficultTRONIC

O câmbio Easytronic da Meriva 1.8 deveria facilitar a vida do motorista. Mas precisa ser aperfeiçoado: tem reações lentas, funciona aos trancos e de fácil só tem o nome

GOSTEI
Espaço interno

NÃO GOSTEI
Câmbio

VEREDICTO
Precisa melhorar

DA FIGUEIREDO FOTOS: XILON HANTOWANI

Da substituição nas passagens das marchas para a terceira, o Easytronic não suporta ao tranco

84 CAR AND DRIVER BRASIL

Olá memimos!

Estou com a Meriva, a minivan da Chevrolet. Lançada em 2002, ela já não é novidade para mais ninguém, a não ser pela transmissão batizada de Easytronic. No lançamento da versão, em novembro, o pessoal da fábrica disse que era uma boa alternativa para o trânsito congestionado e também sugeriu que o câmbio agradaria especialmente as mulheres. A Meriva, a propósito, é um carro com apelo feminino. É compacta, versátil e ainda pode levar boa quantidade de bagagem. Já o apelo da transmissão é o preço, mais em conta que um câmbio automático convencional. Mas será que o Easytronic é easy mesmo?

Com a nova caixa, você tem a opção do câmbio automático e também do manual sequencial. Mas é preciso certo tempo para se adaptar ao sistema. A primeira vez que sai com a Meriva levei um belo susto. Deveria no modo automático e quando a transmissão fez a passagem da primeira para a segunda marcha, o câmbio não mudou nem um pouco. Fiquei pensando: será que não estou com algum problema? Mas não, o câmbio não mudou nem um pouco. É como dirigir um carro manual, mas sem necessidade de pisar na embreagem.

Você também tem a opção do modo esportivo, que alonga um pouco as trocas quando se aperta a tchê "S" no console. Neste modo, a transmissão faz as mudanças um pouco mais rapidamente de primeira para segunda, e logo já muda para a terceira, deixando o giro do motor cair. O restante das trocas de marcha é feito no giro certo.

Para cima ou para baixo?

Uma coisa que eu estranhei muito no modo sequencial foram as passagens das marchas. Para aumentar você empurra a alavanca para frente e, para diminuir, empurra para trás. Nos carros de competição como o Formula Renault e F3 e ao contrário, para diminuir empurra-se a alavanca para frente e para aumentar para trás. Quando eu estava dirigindo a Meriva pela primeira vez, na hora de reduzir, eu aumentava e assim vai. Depois de um tempo, acabei me acostumando. Mas, independente disso, não achei o sistema

EM RESUMO
Versátil, espaçosa e com bom espaço interno, o Easytronic automatiza a troca de marchas

Carroceria
Monovolume, 4 portas, 5 lugares

Motor/câmbio
4 cilindros, 1,8 BV flex, 115cv (flex), câmbio manual

Desempenho
0-100 em 8,5 s
Máximo 170,5 km/h

Consumo médio
8,4 km/l

R\$ 59.741

85 CAR AND DRIVER BRASIL



lão fácil para um motorista leigo como o nome do sistema sugere. Quem está acostumado com as câmbios manuais, vai estranhar. E quem só dirige com transmissão automática, vai estranhar do mesmo jeito. Não é por menos que a fábrica está oferecendo um curso especial de teste-drive nas revendas para vender o novo câmbio.

Ela, particularmente, não gosta dos câmbios automáticos. Eles não reacionam na mesma velocidade que eu e sempre mudam de marcha nas horas mais inconvenientes. No meio de uma curva, por exemplo, quando uma mudança inoportuna pode desestabilizar o carro. Ou no instante de uma ultrapassagem apertada, quando se precisa de motor a pleno fôlego para concluir a manobra.

Mesmo no modo manual do Easytronic, as reações são mais lentas e menos precisas do que as de um câmbio convencional. Mas é questão de costume e o sistema é válido principalmente por evitar incômodo de uma transmissão automática.

Espaço e vantagem

De resto, gosto do conjunto mecânico da Meriva. O motor 1.8 tem potência adequada para o porte do carro e é silencioso. Os freios ABS são eficientes e param o carro em poucos metros sem travar as rodas (infelizmente o sistema não vem como item de série).

A suspensão dianteira é ancorada em um subchassi que, além de melhorar a estabilidade de direção, também absorve bem as irregularidades do terreno. Assim, a Meriva tem uma leve tendência a escapar de frente. O volante é simples, mas tem bom diâmetro e não transmite vibrações para as mãos.

A Meriva é uma minivan com boa altura para a entrada e saída dos passageiros. As portas não são pesadas e têm bom ângulo de abertura. O acabamento interno é de bom gosto. Eu sempre gosto do acabamento dos carros mais caros da GM: apesar de ser quase tudo de plástico, o visual é agradável.

O painel de instrumentos é bonito, mas não tem muita informação. O painel de velocidade é fácil de ler e fica muito legal à noite, quando os instrumentos são iluminados. O ar condicionado é bom, mas não tem aquela potência toda: num dia muito quente, ou você aguenta o barulho do ar no nível 4 ou passa calor. O som é simplório, não tem nada de especial. O painel do rádio fica



na parte mais alta do console e seu design não é lá essas coisas. Em compensação, o nível de silêncio a bordo é razoável: dá para ouvir melhor o som do carro.

A grande vantagem da Meriva, em minha opinião, é o espaço interno. A minivan comporta muito bem o motorista e mais quatro passageiros. Boa para viajar pois o porta-malas também é grande. Além disso, o porta-objetos é bem útil e a visibilidade na rua ou na estrada: dá para enxergar longe e isso dá muita segurança ao volante.

Ela indicaria a Meriva para quem viaja muito e costuma levar bastante gente no carro. O conforto é grande e o preço é razoável. O novo câmbio é algo que ainda precisa ser aperfeiçoado. Do jeito que está, dirigir no trânsito congestionado em primeira e segunda é um tormento: haja paciência para aguentar os trancos!



CAR-DRIVER Chevrolet Meriva 1.8 Easytronic **R\$ 34.314** **R\$ 58.741**

1,94 m

1,44 m (O) 1,46 m (O)

138 cm

2,63 m 4,04 m

Coeficiente aerodinâmico 0,41

DADOS DE FÁBRICA

TIPO DE VEÍCULO	DESCRIÇÃO
Monoculame, 5 passageiros, 4 portas	
Opção	Air bag duplo, freios ABS, porta-objetos no porta-malas
Serie	Ar-condicionado, direção temporizada, fechamento automático das portas a 15 km/h, vidros e espelhos elétricos
Em carro teste	3,703

TESTE C/D

RETOMADA DE VELOCIDADE	7,0
40-80 km/h (s)	9,5
60-100 km/h (s)	12,3
80-120 km/h (s)	15,5
100-120 km/h (s)	25
80-0 km/h (s)	35,5
60-0 km/h (s)	22,4

FRENOAGEM

Urbanas (km/h)	6,5
Rodovias (km/h)	8,5
Antes, estrada (km)	541

RUÍDO INTERNO

Marcha livre (dB)	45,1
60 km/h (dB)	58,1
100 km/h (dB)	64,7
120 km/h (dB)	67,8

ACELERAÇÃO

0-40 km/h (s)	19,56 (116,4 km/h)
0-100 km/h (s)	36,04 (146,3 km/h)
Velocidade máx. (km/h)	170,5



SEU BOLSO

Segura*	R\$ 1.617,79
Cesta Básica**	R\$ 1.234,26
Carro zero***	R\$ 2,00
Carro zero****	R\$ 2,00

EM RESUMO

0-100 km/h 14,8 s

0-40 km/h 19,5 s

Velocidade Máxima 170,5 km/h

Aceleração Lateral 0,2 g

Consumo Médio 8,4 km/litro

NO LIMITE

O câmbio automatizado pode ser usado em modo manual. O motorista pode controlar o motor, preferir a versão manual. As acelerações e as retomadas não são consistentes. Em velocidades estáveis mais, devido à altura, pode sofrer desvios com os ventos laterais. A direção é firme.

FRENOAGEM

Os números de frenagem da versão Easytronic são melhores em média para este tipo de carro. As frenagens são progressivas.

RETOMADAS

A transmissão, com suas passagens bruscas e lentas no modo automático (D), prejudicam as retomadas de velocidades.

CONCORRENTES

FIAT IDEA

A minivan com motor 1.8 é vendida a partir de R\$ 50.950

HONDA FIT

O modelo de 1.6 é vendido neste ano. Custa R\$ 33.179 na versão 1.5

As melhores produções de veículos são as de GM, Ford e Fiat. O melhor custo-benefício é da GM. O melhor acabamento é da Fiat. O melhor preço é da GM.

Anexo K – Car and Driver Brasil número 3, páginas 102 a 104.

IMPRESSÕES

Kia Picanto EX 1.0
Embalagem super econômica

LUIZ GARRIBO FOTOS OLIVIERA

Oito meses depois da apresentação na Itália, o renovado Kia Picanto começa a ser vendido mais de mil vezes ao ano em embalagens e com o mesmo preço (anunciado pela importadora como promocional) de R\$ 34.900 para a versão 1.0 com caixa manual. O motor de 999 cm³ de cilindrada também é ruidoso e entrega benefícios com a seleção de IP, prontos para os Prêmios Industrializados. A versão com câmbio automático de quatro velocidades só é disponível com motor 1.1 de 64 cv e caixa (também na promoção) de R\$ 40.900. O Picanto começou a ser importado em setembro de 2016 e, desde então, atulou

cercas de dois mil computadores, além da expectativa da Kia de vender mais de mil carros.

Os números podem ser consequência de uma possível redução aos custos sul-coreanos, especialmente nesta categoria de veículo como o próprio pessoal da Kia chegou a admitir.

O fato é que o Picanto tem qualidade; durante nossa experiência, durante nossa mais robusta que aparenta ser, agregado pela qualidade de construção, pela oferta de equipamentos, pelo conjunto mecânico e, especialmente, pela agilidade no trânsito. E um carro fácil de manobrar e, com seu 3,49 metros de comprimento, cabe em qualquer vaga – qualidade sempre perseguida

pelos donos de grandes sedãs e de sedãs gigantesco.

OPES E POTÊNCIA
O quatro cilindros de 12 válvulas (duas de admissão) tem suas limitações. Com declarados 61 cv a 5.200 rpm, é eficiente desde que não se rode com cinco adultos pelas ladeiras da cidade.

O que ajuda um pouco a potência, que a relação de um Celta 1.0. E o que ajuda muito é o eficiente câmbio de cinco marchas: os engates, auxiliados por um pedal de embreagem de curso bem curto, são sempre precisos. As relações, com as duas primeiras marchas, são muito boas. O consumo médio das 8,8 miléguas em plena, nessa situação, tem

rpm, quando começa a faltar vermelha, dá para entrar o motor tem de melhor. A 100 km/h, em quinta, o ponteiro se mantém nos 3.000 rpm.

A suspensão, formada pela clássica configuração de torção na traseira, talvez não seja o melhor arranjo para picos e em terrenos irregulares.

Mas esta é uma característica dos carros 1.0 nacionais. O conjunto é firme a ponto de insuportar motorista a entrar um pouco mais forte nas curvas. Isso que ocorre um inconveniente: no caso de Hanksok, Oprimio, 1600 não toleram poeira, mesmo no normal. Também reclamam em frenagens de emergência: as rodas, nessa situação, tem

tramar com facilidade. São comandados na medida 165/60 de arto 14 (a maioria dos carros de entrada com arto 14 usa os 175/65). Outro inconveniente em curvas é a tendência acentuada das escapadas de um peso mais azo. O volante tem um peso mais azo. O volante tem um peso mais azo. O volante tem um peso mais azo.

O consumo não foi aferido em bases científicas. Mas no tanque a lanque deu para sentir que o ponteiro do marcador de combustível não estava engatado a média na cidade foi de 14,2 km/l.

DESIGNHO JAPONÊS
Esta é a primeira estética que o Picanto – nome que tem origem na palavra francesa "picant", de picante – sofreu desde o lançamento, em 2003. Mostra o belicoz dianteira e traseira, além de alguns itens para de conforto. As lanternas são formadas da careca, com um volume e um hatch, foram pre-ensadas.

Os faróis, agora com elementos circulares, combinado com a grade e com a ampla abertura inferior dizem ao caminho cara de

bastaria apenas uma – a da esquerda. Não é o tipo de carro que se pode usar para viajar com a família a vocação do Picanto é urbana.

Como confortos na versão 1.0 manual, dispõe de coluna de direção ajustável em altura, ar-condicionado, vidros elétricos, trava central

bastaria apenas uma – a da esquerda. Não é o tipo de carro que se pode usar para viajar com a família a vocação do Picanto é urbana.

Como confortos na versão 1.0 manual, dispõe de coluna de direção ajustável em altura, ar-condicionado, vidros elétricos, trava central

de 95 cm de largura por 47 cm de profundidade. Não é o tipo de carro que se pode usar para viajar com a família a vocação do Picanto é urbana.

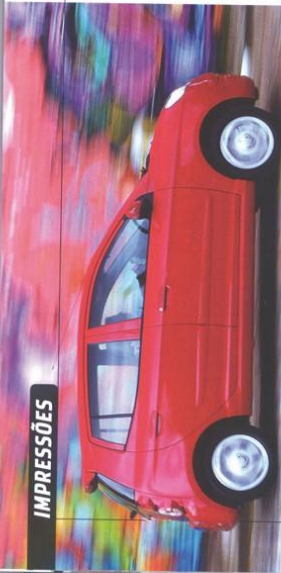
Como confortos na versão 1.0 manual, dispõe de coluna de direção ajustável em altura, ar-condicionado, vidros elétricos, trava central

personagem de desenho animado japonês. O conjunto de lanternas, do mesmo tipo do modelo. As lanternas traseiras também receberam elementos circulares e, embora pareçam desproporcionais ao porte do carro, oferecem boa visibilidade. Contam com duas luzes brancas para ré, quando

103

102

IMPRESSÕES



Picanto ganhou novo desenho na dianteira e traseira que, devota o 1.0 mais engraçadinho. Pequeno, o porta-malas leva 220 litros de bagagem



acionada pela fechadura da porta do motorista, volante e do câmbio. O equipamento de som Clavis é ótimo velocímetro, conta-giros e marcador de combustível, além de dois hodômetros parciais. Hoderia ter cor de fundo mais agradável que o vermelho polido. E os cintos deveriam vir com regulagem de altura. Os apoios de cabeça são confortáveis, mas em compensação não têm densidade. E são revestidos com

FICHA TÉCNICA

- **Preço:** R\$ 34.000
- **Motor:** 4 cilindros, 1.0, 12V
- **Potência:** 48 cv (3500 rpm)
- **Torque:** 8,8 kgf (6000 rpm)
- **Transmissão:** 5 velocidades manual
- **Suspensão:** independente, tipo McPherson, amortecedores a gás, barra estabilizadora (D); eixo de torção, amortecedores a gás (T)
- **Freios:** discos ventilados (D); a tambor (T)
- **Rodas e pneus:** 5,0x14, 155/60 R14

- **Dimensões (comprimento/altura):** 3,95x1,23m (157x45,5")
- **Peso:** 890 kg
- **Porta-malas:** 220 litros
- **Torque:** 35 freios

tecido claro, tom que aumenta a sensação de espaço. O para-brisa é amplo, todas as janelas descem até o final do curso e os retrovisores externos (o direito convexo) têm ampla superfície. Em suma, um carro bem equipado e com boas soluções. A garantia é de 3 anos, sem limite de quilometragem.



CRÉDITO: FIAT/REDA

Anexo L – Car and Driver Brasil número 4, capa.

NOVO COROLLA TESTAMOS OS SEUS 8 CONCORRENTES. SAIBA QUAL É O MELHOR

CAR AND DRIVER

04 | AVALIAÇÃO: TESLA ROADSTER | MOTO: HONDA CB 1300 SUPER FOUR | CLÁSSICOS: FERRARI TESTAROSSA
PÔSTER: LAMBORGHINI GALLARDO SE | CADERNO DE MERCADO: ESCOLHA A SUA PICAPE CABINE DUPLA

ASTON MARTIN VANTAGE (380 CV)

FERRARI F430 (483 CV)

AUDI R8 (420 CV)

CORVETTE C6 (436 CV)

V8

estes cães ladram... e mordem!

o melhor motor ■ qual compraríamos ■ qual gostaríamos de ganhar

BATMAN E MAIS 4 SUPER-HERÓIS ESTÃO A PÉ
Pegamos seus carros para acelerar

LEVE ESTE PUNTO PARA CASA

1º PRÊMIO CAR AND DRIVER DE DIREÇÃO SEGURA

APOIO: FIAT

Ato 1 - Nº 04 - R\$ 8,90

ISSN 1605-2425

9 771998 253402

Anexo M – Car and Driver Brasil número 4, páginas 58 e 59.

Os oito sedãs perfilados na foto são os atuais objetos de desejo da classe média brasileira. Durante uma semana, os modelos para foram avaliados nas situações corriqueiras de uso prático e levados para a pista de teste. Nosso objetivo: antecipar qual entre todos reúne as melhores condições de enfrentar um concorrente de peso – o Corolla renovado, aguardado para as próximas semanas. A configuração escolhida foi a que mais agrada ao comprador deste tipo de carro – na faixa dos R\$ 65 mil aos R\$ 75 mil, com transmissão automática.

Durante dois anos, entre 2003 e 2005, o Corolla foi o líder da categoria no País. Depois ficou desafiado e perdeu o trono. O mínimo que se pode esperar de um carro que ostenta o título de o mais vendido do mundo (com mais de 30 milhões de unidades desde o lançamento, em 1966) é

que ele retorne com atributos suficientes para brigar pela liderança. Mas por mais qualidades que a décima geração do sedã japonês reúna (como se verá na avaliação feita com o modelo nos Estados Unidos, nas páginas anteriores), o novo Corolla não terá vida fácil. Se antes seus mais fortes oponentes se limitavam ao eterno rival Honda Civic e ao Chevrolet Vectra, hoje ele enfrentará outros competidores de alto nível, caso dos franceses Citroën C4 Pallas, Peugeot 307 Sedan, Renault Mégane e do mexicano Nissan Sentra. O Ford Focus, um veterano de 10 anos que se manteve inalterado, e o Volkswagen Bora também devem ser levados em conta nesta disputa, pois são sedãs que demonstraram ter fôlego para encarar uma disputa deste porte. A briga, portanto, promete. E deve ser tão acirrada quanto a competição que você começa a acompanhar a partir de agora.

À ESPERA DO COROLLA

Oito sedãs começam a esquentar os motores para enfrentar o ex-campeão que está voltando renovado. Objetivo: uma corrida rumo à sua garagem

EMBARCO HINOSHI EIKASAITVA
FOTOS MARCELO SANTIANA

307 Sedan 2.0 Gntre
Mazda 2.0 Dynamique
Santana 2.0
Bora 2.0
C4 Pallas 2.0 CLX
GMK-19 LX3

COMUNICADO SOCIAL TISSAND / INSTITUTO DE ANÁLISES CLAUDE ANGLADE

Anexo N – Car and Driver Brasil número 4, páginas 80 a 85.

LAMBORGHINI

GALLARDO SE

FOTOS: MURKEL/SP/STUDIO

LAMBORGHINI

UMA VOLTA PELAS RUAS DA CIDADE COM UM PURO-SANGUE ITALIANO

Não é sempre que se recebe um convite para andar de Lamborghini. Mas, se for desafiado para dirigir um, então, é como lutar à luz de velas. Os dois seus sonhos, não dá para evitar o frio na espinha. O Lamborghini Gallardo SE é sobrenatural – um carro que não só desperta emoções, como parece sentir muitas delas. E o Gallardo Coupé SE é emocional de uma ponta a outra do para-choque. Olhe o carro de frente e os faróis deverão o olhar fixo. Veja o pólus lateral e o que se destaca são as fendas laterais que levam ar fresco para o motor e para os feixes. E o vidro do teto e o HUD revelado pela tampa transparente. E para concluir, desde exemplar verde-limão a 230ª unidade, de uma série de 250 carros produzidos com as mesmas características.

SE vem de "Special Edition" e, entre seus caprichos, um motor com 20 cv a mais, teto, retrovisores e tomadas de ar com pintura contrastante, interior em duas cores e rodas de 19 polegadas em tom gráfico. E ainda um sistema de escape redobrado para produzir um uro mais forte. As milas começam a saar...

LARGO SORRISO

Gallardo é o nome de um touro, como é tradição na empresa italiana. Por dentro, o couro cinza escuro e as aplicações do mesmo tom de verde da carroceria predominam. Há também detalhes em um tipo de camuflagem chamado "Pista Asfalto" – e isso não é mero efeito estético, mas um recurso para reduzir o coeficiente de arrasto. Mas o que mais inquieta são as escalas dos instrumentos – rebocamento até 340 km/h.

▶ O Gallardo SE não só desperta emoções, como parece sentir muitas delas.

80 CAR AND DRIVER BRASIL

81 CAR AND DRIVER BRASIL



Um cockpit de camião de competição decorado com ouro, couro e fibra de carbono.



dez cilindros – ouatos 520 cv para um peso de 1.430 quilos. Em outras palavras, a missão de cada cavalo é empurrar apenas 2,75 quilos de peso. O torque, a força produzida pela tropa, é de 52 mkg a um curso de contagem de 2500 rpm.

O Lambó é baixo. E apesar do dispositivo que eleva ou abaixa a altura da suspensão dianteira em dez centímetros, é preciso cuidado para não machucar o carro na guia rebatada. No asfalto um pouco ruído e lidoado da Avenida Europa (endereço da Platimus, importadora que está trazendo este touro), um toque na alavanca da direita da transmissão de seis marchas e ouro, com um pouco mais de força, o cavalo responde com precisão de um instrumento cirúrgico. As reações da motorista são imediatas – o corpo é arremessado contra o encosto do banco. As reações do ponteiro do conta-giros também são nervosas: em frações de segundo, a agulha atinge o limite de rotação e indica a troca para a segunda marcha. Outra pancada nas costas.

Tem muita energia armazenada nos 10 cilindros do Gallardo SE: o trabalho de cada cavalo do motor é empurrar apenas 2,75 quilos de peso

Conta-giros com corte aos 8.500 rpm e velocímetro com escala até 340 km/h dão uma ideia da época do carro. Este SE é o exemplar 230 de uma série de 250 unidades.

o conta-giros que mostra 6000 até os 8.500 rpm. As traças de marcha (ouro) parece ter virado regra em um superesportivo, são feitas pelas borboletas atrás do volante de base reta.

Ao acionar o motor, o Gallardo SE se manifesta com outra característica emocional. Não é meramente um ronco forte que sai pelas duas saídas de escape, mas um urro contido enquanto o V10 é mantido em marcha lenta. É muita energia presente nos

Os números revelados pelo fabricante italiano para traduzir esta energia são impressionantes para um automóvel de passeio – em 3,9 segundos, o velocímetro marca 100 km/h, ainda em terceira marcha. E, nos três dias, mas bastam duas para deixar o motorista em estado de êxtase. O motor rugir em tom agudo, os ovóides captam o som e mandam o esquema de áudio para o lugar do cérebro. Que devolve o sinal em forma de um largo sorriso.

FILME AO VIVO

E eis que temos de interromper a diversão: falta espaço na cidade, em qualquer cidade do mundo, para o ímpeto deste carro. Como as melhores estradas do país foram invadidas por radares, a sugestão para quem comprar o SF é a seguinte – o aliado de uma cidade que não tem radar, em São Paulo, custa R\$ 23.000 por dia. Na falta de uma pista, o SF pode ser usado para fazer testes e arrancar rapidamente nas saídas de semáforos. E com tanta tecnologia, o Lambo também aceita ser levado em baixa rotação e tem seletor para trocas automáticas das marchas.

E se você está inseguro sobre o comportamento da suspensão nas ruas da cidade, uma informação: pode investir suas economias no carro, porque o conjunto é extremamente eficiente. Filtra tudo o que o terreno que nos deixo a sensação de que poderia ser mais firme, mas não se afunda. Não se afunda, porque se afundar, não há como ser ativado a partir da teca Sport, no console central. Então? Não. A garantia, do importador é de dois anos, com compromisso de recompra.

Como todo Lamborghini da safra Audi, a visão para trás é limitada aos retrovisores externos. Mas a versão traz um recurso tão divertido quanto observar o ar de espanto dos pedestres diante do carro: uma câmera instalada no aerofólio é acionada ao se engatar a ré. As imagens são transmitidas na tela no centro do painel ao vivo e em cores. Assim, o motorista pode fazer o pedido de manobrar o carro dentro do showrom da loja. E isso é uma diversão a bordo do Gallardo. A brincadeira dura apenas um minuto, no domingo, menos tempo que um jantar à luz de velas – pouco demais.

FICHA TÉCNICA

- Preço: 500 consola
- Motor: central, longitudinal, 10 cilindros
- Potência: 320 cv a 6.000 rpm / 361 cv a 6.500 rpm
- Velocidade máxima: 250 km/h
- Torque: 52,7 mkg a 4.250 rpm
- Transmissão: F-Cox, 6 velocidades
- Suspensão: independente, duplo triângulo de alumínio, barra estabilizadora, dispositivo antemergulho
- Freios: Disco ventilados, ABS e ESP
- Rodas e pneus: 8,0 x 235/35 R18 (D3-255/30 R18(T))
- Dimensões (Comprimento/entre-eixos/largura/altura): 4,30m/2,56m/1,91m/1,6 m
- Peso: 1,450 kg
- Porta-malas: aproximadamente 25 m³
- Tanque: 80 litros

➤ O V10 de 520 cv pode ser admirado através de uma tampa transparente

➤ Faltava espaço em qualquer cidade do mundo para este touro a solta, para fugir e em uma pista

➤ Uma câmera no aerofólio ajuda nas manobras. A versão tem detalhes exclusivos, como as rodas em tons grafite

84

CAR AND DRIVER BRASIL

HONDA CB 1300 SUPER FOUR

Chegada de SAUDADE

A **Super Four** é a versão moderna das estradeiras dos anos 70. Despojada, é feita para engolir quilômetros de asfalto

GABRIEL MARAZZI | FOTOS CLAUDIO TELFER

Se você viveu os anos 70, a identificação será imediata. Se for mais jovem, o risco de se lembrar da Honda CB 1300 Super Four é menor. A moto, que conseguiu a ser importada no ano passado por R\$ 44 mil é a versão moderna das primeiras quadricilíndricas que faziam a diversão da rapaziada há quase 40 anos.

A pioneira desta dinastia foi a Honda CB 750 K0, ou como era conhecida, o "sete-galo", com o motor de 747 cm³ em cilindrada e setecimarrá CB 900. Das décadas depois, retornou como CB 1000, a "Big One", e finalmente chegou à atual configuração, com 1300 cm³ de cilindrada. Em sua última grande atualização, há dois anos, ganhou injeção eletrônica e suspensão dual.

A Super Four é uma *roadster* — uma pedala, como queriam. Despojada, não tem carenagem, adereços ou equipamentos de extrema tecnologia. O que ela oferece é a grande cilindrada e um belíssimo motor de quatro

cilindros em linha, refrigerado a água. Tão belo que fica aparente, nada o esconde. Repare nos grandes faróis redondos, nos relógios do painel, no escapamento com dois amortecedores nas duas buzinhas redondas afixadas no garfo dianteiro: são detalhes para matar saudades da "sete-galo".

BALANÇO NO LIMITE

Apesar da grande cilindrada, a CB 1300 Super Four não é uma moto compacta, leve e muito ágil em qualquer tipo de tocada. O clássico quadro tubular de aço tem de longe lembra a estrutura das primeiras motos de quatro cilindros e nem foi preciso apelar para suspensões elaboradas, como fizeram inventar os engenheiros para que a moderna CB tivesse comportamento exemplar em curvas.

Certo, ela balança um pouco a traseira em situações de limite de curva. Mas deve-se considerar que ela não

Anexo P – Car and Driver Brasil número 4, páginas 110 e 111.

TESTE COMPARATIVO



Dodge Charger

Gênesis 6:14-15. "Faze para ti uma arca de madeira de cipreste; faze compartimentos na arca e reveste-a de betume por dentro e por fora. E faze-a desta maneira: o comprimento da arca será de trezentos côvados, a sua largura de cinquenta côvados e sua altura de trinta côvados".

Até mesmo, da tina destes versículos secar no papel original escrito por Moisés, algum traço da época levava a acreditar que ele se tratava de um texto que não passava de uma simples descrição de um objeto que existia há milênios. Alguns milhares de anos depois, descendentes do tuncero bíblico mantêm o legado vivo. Para eles, o que o Bismarck faz ou deixa de fazer é irrelevante. O que conta é o carro que ele dirige. E nós vamos construir um igual! Este é o espírito.

Este tipo de sintoma é aquele que começa durante uma infância povoada por super-heróis. À medida que se cresce, os filhos destes heróis se transformam em lembranças, eles ocupam mais e mais espaço na sua mente até virar uma completa abstração na vida adulta. Este é o nosso caso. Para os fãs de "Jornada nas Estrelas", o fenômeno psicológico manifesta-se pelo uso de símbolos fantásticos e em altos papos em Klingon, o idioma alienígena da série.

Mas então fica em um problema que não raro acontece: se construímos uma réplica da nave Enterprise, ela não caberá na garagem deles. Para não a vida é mais fácil e barata, para recriar o carro da Starline e Hatch, basta colocar as mãos em um Ford Gran Torino (1974, 76) por mil dólares (nos Estados Unidos), pronto de verdade como uma fúria bíblica, ao estilo "Nite", inventado e rodado por dois possuídos dos palacetes de Bay City, está de volta ao Brasil.

Mas se não podemos de repente é das séries, você não aceita um Torino ou um fúria bíblica sobre um verniz qualquer. Você sabe muito bem que houve três versões



Ford Focus

Luz, câmera, aceleração!

Nós da C/D Br sempre preferimos que o mal triunfe sobre o bem. O lado malvado dos super-heróis se manifesta geralmente através de seus carros. Decidimos nos divertir com eles!

JOHN PEARLEY HUFFMAN | FOTOS: PAUL METZ/ARMANDO LORENZINI

De Luxon

oficiais para a fúria branca. Ideal. A da série da TV, lançada em 1976 e 1978, era um carro simples para os tempos, mas que em 1976 e 78 a que apareceu na edição de 2004. Vou a Me 01.01.69, e onde estão os carros originais usados no seriado e no cinema. E saberei, finalmente, que o que você não sabe pode ser achado no site www.starlineturbo.com.

Para os que ainda não decidiram em qual projeto vão investir o resto de suas vidas e do seu contábil bancário, C/D Br já tem uma sugestão para quem quer um carro comparativo, não muito rigoroso, mas bem divertido.

Correndo o risco de decepcionar do resultado filosófico é o seguinte: as séries brasileiras são apenas carros. Você não se transformará em Batman, Robin, Starline, Hatch, Mad Max, Bo, Luke, ou Marty, McFly.

Cada um na sua maneira vai ter que construir a arca e colar a bíblia da origem. Mas nunca conseguirá fazer chover.

Dodge Charger

Ford Focus

Ford Focus

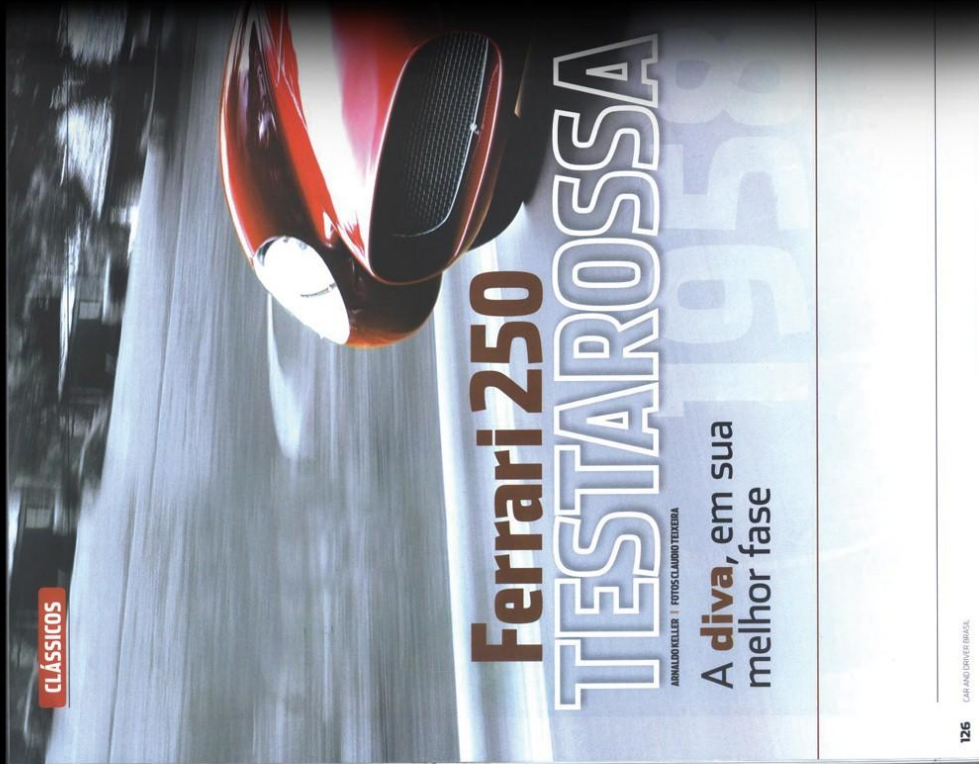
Ford Focus

110

Foto: Reprodução/Red Bull

111

Foto: Reprodução/Red Bull



CLASSICOS

Ferrari 250 TESTAROSSA

ARNALDO KELLER | FOTOS CLAUDIO TELLEZA

A diva, em sua melhor fase

126 CAR AND DRIVER BRASIL



U grande amor do automobilista Enzo era sua esposa, a compê-
nha. Ele dedicava tanto que só deixava ramos de rua (e não se
colocava a altura de seus modelos de pista) porque precisava fi-
nanciar seu piloto de corrida. O símbolo do Cavallino Rampante,
e o nome dado à equipe – *Scuderia Ferrari*, do italiano “Hans Ferrari”
– mostram o modo como o *ingegner* encarava sua atividade: ele era
um criador de prêmios-sangue de competição. Desprezava novos-ricos,
mas não se importava com os antigos. Como ele mesmo disse: “Eu
queria uma Ferrari por esnobismo, não para satisfazer uma necessidade
passiva. Se Enzo casasse com alguém, simplesmente não lhe daria aten-
ção; para ter uma Ferrari do “engenheiro”, o interessado tinha de provar
o seu amor. Nessa época, portanto, ter uma Ferrari era receber a chan-
cela de Don Enzo, atestando que o sujeito tinha um coração ardente. E
isso, meu amigo, isso sim é que é prestígio.”

Foi a postura inflexível do seu criador o que mais me aguçou em
toda a mitologia que envolve a Ferrari. A personalidade de “quiebra, mas
não se vende” tornou-se uma característica para o mundo inteiro. Foi
em 1989 a vender 90% de sua fábrica à Fiat. Com condições que lhe deu
o controle do seu hábitat de competição até sua morte. A partir do fim
dos anos 60, portanto, as Ferrari de rua perderam parte de sua aura, ao

menos pra mim: desde então, não há mais
aqueles olhos duros, atrás de lentes escuras,
observando o candidato a entrar para o cli.
Hoje, para ter uma Ferrari, basta pagar.

PRAZER QUE NÃO TEM PREÇO

Se quiser uma Ferrari já é um privilégio,
mas se quiser uma Ferrari já é um privilégio
ainda maior. Em 1989, quando Enzo morreu,
o Mundial de Mônaco de 1989, a que era um
sonho. Seria como ter passado uma noite
com a Marilyn Monroe. E já que parte do
prazer desse tipo de aventura é comê-la para
os amigos, vamos a ela.

Cá entre nós, o meu caso com esta vo-
luptuosa diva vem de longe: é a terceira vez,
contando com este passeio no interior de
uma Ferrari. Já fiz duas viagens antes. A primeira
foi em 1989, quando fizemos algumas voltas
pelas estradas de algumas vilas italianas
após uma chuva torrencial. Vou começar

127 CAR AND DRIVER BRASIL



CLÁSSICOS

meu relato, portanto, por esta tarde em que, como disse, havia chovido. O asfalto secava, soltava vapor, e a pista havia sido liberada só para mim e para mais dois carros.

Fuizinho me deu o primeiro "pau" e logo depois o segundo. Presso a barra direita sob o grande volante e, com as mãos, me apoio na carroceria atrás do banco. Escorrego para o assento. O encosto do banco é em fígula de roto. Não há regulagem, a peça é fixa. O volante fica próximo e é bom que seja assim, pois, com os braços flexionados, encontro força para manobrar. São duas voltas e um quarto para manobrar 360 graus. Há um volante de alumínio de diâmetro parecido com o atual. Seu pomo de alumínio escovado está tão próximo do volante que, ao engatar a primeira marcha, ele chega a 2 centímetros do ar de madeira. Isto permite cambiar sem perdas de tempo, o que é muito bom. A alavanca corre por uma grelha, seu curso é curto, se engata com facilidade e dá um "clac" quando se engata a primeira e segunda marchas à frente.

Ligetei a chave de ignição e escutei a bomba elétrica de gasolina enchendo, as cubas dos seis Weber 38 de duplo corpo ("tic-tic-tic"). Alundi a chave de encontro ao painel para acionar a partida, acelerei fundo para injetar gasolina, e o motor pegou de pronto. E li com muita atenção. Os dados são os seguintes: 2.000 rpm, 1.500 e 1.000.

São 3 litros de capacidade cúbica, taxa alta de 9,8:1, comando forte, potência específica de 103 cv/litro. O carro fica impaciente como um cavalo de corrida que sai da box. Isso nos atifa os nervos, dá ganas de acelerar.

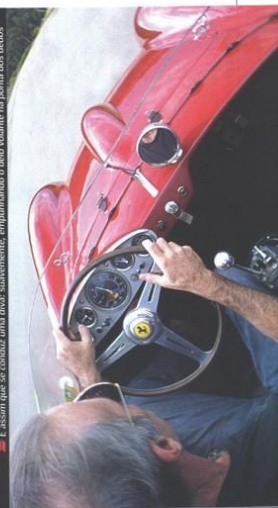
Mas, calma, é cedo ainda. Antes temos que esquentar, entre 1.500 e 2.000 rpm, o

entorno bloco V12 e os mais de 10 litros de óleo do cárter. A 250 TR tem câmbio seco e centralizado, elimina-se o reservatório sob o motor. Dá que o F12 cilindros pode ser acionado manualmente no sistema de libertação, o que nos permite fazer forte longas curvas sem correr o risco de a bomba não pescar o óleo.

DIVA CONTIDA

E como é gostoso curvar longo e forte com esta máquina! Como é prazeroso mantê-la contida, réguas curtas em segunda marcha, no começo da Curva do Sol. Ela fica imponente giro alto, longos, serenos, o banco mínimo, tenso, de aderência nas rodas traseiras, e informa que basta uma aceleração a mais para que uma força brutal adife com tudo, e aí a traseira certamente se soltara.

Rebeto de desair, acicitar pouco, puxar e engatar a terceira no primeiro terço da curva, mesmo sem ter atingido o topo da curva. Com 7.500 rpm a 7.500 rpm a vermelha, aos 8 mil, pois seria muita po-



É assim que se manuz uma diva: suavemente, empunhando o belo volante na ponta dos dedos.



Esta recópia foi montada na Holanda nos anos 80. É de tão fiel ao original, que, se não fosse a placa de identificação, ficaria um clone. A peça de alumínio, com as passagens de ar entre os patas-lamas e na roda ainda de cubo rápido.

route, muita persecução maliciada!

Será a diva espreitada, mas ela segue para a tomada da Curva do Lago. Mesmo assim, nessa região de curvatura que sobrou do nooso antigo, andômetro, devo ter atingido uns 200 por hora. Sinto um certo infortúnio, mesmo, pois, com o clique, o freitagem atual é mais fraco. O motor não dá para pagar a frente, fica leve, acima dos 260 por hora. A 200, a brincaadeira está só começando.

1.000 km de Buenos Aires, em 1958. Esses TR, obtiveram várias vitórias por aqui, mas não nos países de Celso. Lembrando que, em 1957, o primeiro foi Lino Fiorani e Leon Lancia, que venceu a Europa, onde acidentalmente participou de competições de clássicos. Outra foi totalmente destruída em 1962 em Inverlândia, entre as antigas Curvas 1 e 2, dividida ao misto por um eucalipto. Quem a pilotava era Fernando Mafra Moreira, mais conhecido como Ito Negro, um piloto sem tanta experiência, mas que venceu o primeiro prêmio de Góes e Rio Negro em 1957, em uma volta. Mas parece que se empregou e, ao invés de entrar nos boxes, seguiu com o piloto. Jogou com a vida poucas centenas de metros adiante. Sabe-se que do carro sobrou apenas suspensão traseira, De Dion, que depois foi montada na famosa carreira de 18 km de Curitiba.

Em 1957, o Campeonato Mundial de Matras passou por uma crise. Overtram acidentem com dezomas de mortes na Le Mans de 1955 e na Mille Miglia de 1957, o que causou certa revolta popular. O papa Pio XII também se revoltou. Os organizadores resolveram então, de última hora, baixar a potência dos motores, estipulando que para

A REVOLTA DO PAPO

Sei que esta Ferrari não é uma Testarossa original. Sei que é um clone perfeito, montado com peças originais do estuque de mecânica e peças originais do estuque de posição de corrida da época. Chassi e motor provém de uma Ferrari 250 GT Boano 1958, e o motor, cujo bloco é o mesmo de uma Testarossa, recebeu a mesma preparação das 250 TR. Portanto, na prática, o carro é igual aos originais, em termos mecânicos, estéticos e de desempenho. Caros, eles não são baratos, mas não são caros demais.

Os originais, são acobres na Europa e nos Estados Unidos em competições de clássicos. Das 21 originais que foram fabricadas (duas para a equipe oficial e 19 para equipes particulares) entre 1957 e 1958, tivemos duas no Brasil. Segundo Emílio Zambello, atual presidente do Automóvel Clube, uma delas foi comprada da Scuderia Ferrari logo após os

CLASSICOS

a temporada de 1958 a cilindrada máxima seria de 3 litros. Ibr sorte, Gioacchino Colombo tinha pronto um novo V12 com essa cilindrada, e Scaglietti uma linda carroceria, com inovadoras passagens de ar entre os para-lamas e o cofre do motor, para melhorar a refrigeração. Mas não havia um carro de competição da época que usava freios a disco, como os Jaguar C e D Tipo).

Por tanto, com novo motor – cujas lampas dos cabeçotes foram pintadas de vermelho, daí o *testa rosso* –, novo chassi tubular, bem rígido, nova carroceria (suspensão traseira de ponte De Dion para os dois carros da equipe de fábrica e de eixo rígido para as equipes particulares) e freios a disco que tinham um carro bem testado, a Ferrari decidiu em 1958. Seus rivais eram a já ultrapassada Maserati 300S, motor seis em linha, dois comandos, e o Aston Martin DBR1, que sofria com sua frágil caixa de câmbio.

A 250 TR já começou arrasando. Venceu as três primeiras corridas, Buenos Aires, Sebring e Indianapolis, e aí vieram os 1.000 Km de Nürburgring. A organização alemã impôs



O V12, com as lampas dos cabeçotes em vermelho. Da: o teste no

do engenheiro Enzo os troféus de Le Mans e do campeonato, em 1960 e em 1961. Em 1962, os protótipos, como as 250 TR, não mais constariam pontos no campeonato. Essa batalha ficou para a 250 GTO, que praticamente é uma TR vestida de grã-turismo.

A GTO venceu. E até 1969, as Ferrari V12 de competição foram chamadas de "mãe das grandes, e mais apaixonantes Ferrari já construídas".

Acho que se Don Enzo visse minha cara quando desci da TR depois de percorrer o traçado de Interlagos, ele certamente me chamaria a testa com um Cavallino Rampante. Meu problema, a partir daí, seria não se sustentar a dita.

Duas Testarossa vieram para o Brasil nos anos 50. Uma voltou para a Europa; outra foi cortada ao meio por um eucalipto em Interlagos



Anexo R – Car and Driver Brasil número 4, página 144.

TESTE

EMBAÇOU...

Antiembaçantes reduzem a condensação, mas não resolvem satisfatoriamente o problema

RODRIGO RIBEIRO



SEM APLICAÇÃO



COM APLICAÇÃO

FOTOS: MARCELO SPATIAFORA

Ar-condicionado não é conforto apenas em dias quentes: na chuva, o sistema é fundamental para evitar o embaçamento dos vidros. Para clarear a visão, existem três soluções na falta do ar resfriado: abrir as janelas para ventilar o interior do veículo, apelar para a “flanelinha” ou usar algum dos produtos que prometem evitar o embaçamento. Testamos um deles, o Limpa Vidros Bardahl, vendido em frascos de 100 ml e 200 ml. Além de poder ser despejado no reservatório do esguichador do pára-brisa, já que a fórmula serve para limpá-lo, pode também ser aplicado diretamente no vidro para evitar a condensação de

água, segundo a promessa do fabricante. Aplicamos o produto, (100 ml por R\$ 2,00 a preço de varejo), em três veículos diferentes, seguindo as instruções do frasco. Os vidros foram limpos previamente e o produto aplicado somente na metade de cada pára-brisa. Para forçar o embaçamento, resfriamos o vidro com gelo e, com isso, provocamos diferença entre a temperatura interna e externa ao carro. O resultado, você pode perceber na foto: o Limpa Vidros apenas reduz o embaçamento, mas ainda assim o motorista tem dificuldade para enxergar através do vidro. O que ocorre, na verdade, é que as gotículas de água condensadas no

vidro se expandem. “Os componentes presentes no produto alteram o ponto de condensação da água proveniente da atmosfera interna do veículo”, informa o coordenador técnico da Bardahl, Sérgio Ambrus. E isso, no entender do técnico, seria o suficiente para permitir a boa visibilidade. O professor do Instituto de Química da UNESP, Celso Valentim Santilli, explica que o limpa vidros altera o modo como o vidro embaça devido à sua propriedade detergente. “Dessa maneira a superfície do vidro fica limpa e torna mais difícil a condensação da água. Mas não existe nenhum componente em sua formulação que impeça o embaçamento.” Em suma, o

produto cumpre apenas em parte o que promete. Quem tem carro sem ar, portanto, deve manter a flanelinha no porta-luvas.

EM RESUMO

Nome do produto
LIMPA VIDROS BARDAHL

O que promete
DESEMBAÇAR VIDROS

Onde encontrar
EM SUPERMERCADOS

Quanto custa
R\$ 2,00 (FRASCO DE 100 ML)

Vale a pena?

NÃO

Quer que a C/D Brasil teste um produto ou equipamento? Escreva para caranddriver@escala.com.br

Anexo S – Questionários aplicados aos profissionais



Centro Universitário UniCEUB
 Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
 Comunicação Social / Jornalismo / Monografia
 Orientadora: Mônica Prado
 Orientando: Carlos Andrés Ribero Cereijo

QUESTIONÁRIO do PROFISSIONAL

I – Dados Pessoais

Nome: _____
 Idade: ____ Cidade natal: _____
 Há quanto tempo em São Paulo: _____
 Estado Civil: _____ Casado a quantos anos: _____
 Filhos: _____ Pequenos () / Adolescentes () / Adultos ()
 Esporte / Hobby: _____ Freqüência: _____

II – Formação

Graduação? () Sim () Não
 Qual? _____ Em qual instituição? _____
 Ano de conclusão: _____

Pós-graduação? () Sim () Não
 Qual? _____ Em qual
 instituição? _____

Mestrado? () Sim () Não
 Qual? _____ Em qual
 instituição? _____

Doutorado? () Sim () Não
 Qual? _____ Em qual
 instituição? _____

Outros cursos? () Sim () Não
 Quais? _____ Onde? _____

Línguas estrangeiras? () Sim () Não

Básico / Intermediário / Avançado

- Inglês () () ()
- Espanhol () () ()
- _____ () () ()
- _____ () () ()

III – Trajetória profissional

1) Função: _____

Empresa: _____

Data de entrada: ____/____

Data de saída: ____/____

Quais foram os motivos da saída?

2) Função: _____

Empresa: _____

Data de entrada: ____/____

Data de saída: ____/____

Quais foram os motivos da saída?

3) Função atual: _____

Data de entrada: ____/____

Como entrou na revista?

Quais as expectativas profissionais?



Centro Universitário UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Comunicação Social / Jornalismo
Monografia
Orientadora: Mônica Prado
Orientando: Carlos Andrés Ribero Cereijo

QUESTIONÁRIO PAUTA

Quais os critérios utilizados para avaliar uma pauta sobre veículos?

Como se encaixa as pautas? (sempre é preciso , por exemplo, um comparativo?)

A edição já sai definida na primeira reunião?

Existe flexibilidade para mudar/derrubar/acrescentar?

Como e em que momento define-se o espaço dedicado a matéria?

O material internacional é definido em que momento? Quem escolhe?

A indústria influencia a pauta de que maneira? Lançamento sempre é capa? (Novo Ka)

Existem receios em relação às montadoras? Levando em conta que são elas que cedem os modelos de teste, pagam algumas viagens e são potenciais anunciantes?

Como você descreveria a relação da CAR AND DRIVER BRASIL com as assessorias de imprensa?

Quando é preciso testar um modelo que não é lançamento, as montadoras emprestam os carros de pronto?

Como e em que momento define-se a capa?



Centro Universitário UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Comunicação Social / Jornalismo
Monografia
Orientadora: Mônica Prado
Orientando: Carlos Andrés Ribero Cereijo

QUESTIONÁRIO TEXTO

Quais as dificuldades em escrever sobre veículos?

Quais os erros mais graves de um texto sobre veículos?

Quais as características que o texto da Revista tem de apresentar?

Você acredita que estas características sempre aparecem nos textos da Revista? E em outros títulos?

Existem diferenças entre os textos traduzidos das revistas internacionais para os escritos na redação aqui no Brasil?

Quais cuidados são necessários ao usar adjetivos?

Você acha que os adjetivos negativos são encarados com mais cautela?

É mais fácil elogiar do que apontar defeitos?

Você acredita que o texto sobre automóveis é imparcial?

Você acredita que o texto sobre automóveis é opinativo?

Existe o receio de irritar algum anunciante com um texto negativo?

A colaboração de especialistas em design e ergonomia influencia o texto?

Você acha que o leitor gosta de que tipo de texto? (humor, direto, rápido...)

Qual o seu método de produção do texto?

Você percebe alguma influência da indústria automobilística no texto da revista? Existe influência? Como ela se dá?



Centro Universitário UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Comunicação Social / Jornalismo
Monografia
Orientadora: Mônica Prado
Orientando: Carlos Andrés Ribero Cereijo

QUESTIONÁRIO EDIÇÃO

Quais as peculiaridades de editar uma matéria sobre automóveis?

O que se busca na edição da CAR AND DRIVER BRASIL? (objetividade, clareza, humor, contexto).

Qual a cara da edição da CAR AND DRIVER BRASIL?

Como se lida com os textos dos especialistas em ergonomia, design, mecânica...?

O repórter já recebe orientação da abordagem que deve ser tomada?

Isso se respeita ou depende do andamento da pauta?

São necessárias muitas adaptações?

Busca-se algo parecido com as revistas estrangeiras?

O papel do editor interage com design e foto? De que maneira?

Quais as influências da indústria automobilística na edição da C/D?



Centro Universitário UniCEUB
 Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
 Comunicação Social / Jornalismo
 Monografia
 Orientadora: Mônica Prado
 Orientando: Carlos Andrés Ribero Cereijo

QUESTIONÁRIO DESIGN

Quais são peculiaridades do design de uma revista sobre automóveis?

Como foi definido o design da C/D?

Como foram definidas cores e fontes?

Quais os pontos em comum e diferenças para as C/D dos outros países?

A C/D nacional tem uma cara brasileira?

Qual o processo de diagramação de uma edição?

Você conversa com os fotógrafos? Solicita algumas fotos?

Como se administra o espaço texto/foto na C/D Brasil? É diferente de outras publicações nacionais?

Quais recursos de texto você solicita? (intertítulo, box, olho, legenda...) Qual a importância destes elementos?

O que influencia o design de uma matéria? (carro ruim)

Houve mudanças do projeto inicial no decorrer das edições? Quais?

Como se monta a capa da C/D? Existem regras?



Centro Universitário UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Comunicação Social / Jornalismo
Monografia
Orientadora: Mônica Prado
Orientando: Carlos Andrés Ribero Cereijo

QUESTIONÁRIO FOTOGRAFIA

Qual o processo quando é oferecida uma pauta ao fotógrafo?

Na redação, com quem o fotógrafo conversa sobre a pauta?

O fotógrafo escolhe as locações, os horários?

Quais os critérios para estas escolhas?

Qual opinião sobre o uso de programas eletrônicos de tratamento de imagens?

Qual o limite entre tratamento e manipulação?

Anexo T – Entrada da redação da Car and Driver Brasil.



Anexo U – *Redação da Car and Driver Brasil.*

