

Universidade de Brasília

Instituto de Artes
Departamento de Design

FLÁVIO SCORPIONE NAZARENO

ARO 17

Reinterpretando a mídia automotiva

Brasília

2020

FLÁVIO SCORPIONE NAZARENO

ARO 17

Reinterpretando a mídia automotiva

Trabalho de conclusão do curso de
Design, habilitação de Programação
Visual da Universidade de Brasília.

Orientador: Rogério Câmara

Brasília
2020

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer ao André e ao Rogério por me orientarem durante o longo desenvolvimento deste projeto. Também a todo o departamento de Design da UnB e a meus colegas por me acompanharem por esse caminho no mundo do design.

Quero expressar também uma grande gratidão a meus amigos, meus pais e minha irmã por todo o apoio e carinho durante todos esses anos que me trouxeram até aqui.

Muito obrigado também a todos do Fixed Gear DF, pela comunidade incrível que me ensinou muito sobre mobilidade urbana e fomentou o meu amor pela bicicleta e também por todos ótimos passeios.

Um agradecimento especial para o Vizioli, Xicão, Ney e Samir pelos materiais incríveis providenciados para o projeto.

Obrigado também aos TornTurtles, o melhor Clã de CS, pela companhia durante esse difícil período de isolamento social.

Gostaria de agradecer também ao Chevette Clube Capital e seu grupo do Whatsapp por me inspirar na criação do conteúdo deste projeto.

Por fim, Gabi, muito obrigado por todo o companheirismo, pelo apoio e por me ajudar durante os incontáveis impasses durante o projeto.

“Pedalar é suave, perigoso é dirigir feito doido” (*Raul Aragão*)

RESUMO

Este projeto busca analisar a comunicação feita a respeito do carro no Brasil e propor uma apresentação distinta para o carro, levando em consideração todos os problemas que esse meio de transporte traz à mobilidade urbana brasileira. A grande quantidade de carros nos centros urbanos do país é um problema que foi gerado por anos de projetos de infraestrutura para a locomoção individual automotora, e atrelados ao vínculo que os brasileiros têm com o carro geram diversos problemas para a cidade e a população, criando uma mobilidade urbana ineficiente e excludente. O objetivo do projeto é propor uma reflexão a respeito da cultura carrocêntrica e evidenciar a problemática do automóvel como meio de transporte. O resultado do projeto é uma publicação editorial que, através do humor e da sátira, busca engajar o leitor e gerar a reflexão a respeito dos temas abordados.

Palavras-chave: Mobilidade urbana; Trânsito; Design Editorial; Motoristas; Humor; Sátira

ABSTRACT

This project aims to analyze communications regarding cars in Brazil and propose a different presentation of the car, taking into consideration all the problems this mode of transport brings to Brazilian urban transport. The great number of cars in Brazilian city centers is a problem that has been generated by years of infrastructure for individual automotive transport, also linked to the affection Brazilians have for cars, leads to several problems for the city and its population, creating inefficient transport in the city that also excludes people from accessing the centers. The objective of this project is to propose reflection about this car centered culture and to put into evidence the problems brought by cars as a means of transport. The result of the project is a publication that, through humor and satire, aims to engage the reader and promote thought on the addressed topics.

Keywords: Transport; Traffic; Cities; Editorial Design; Drivers; Humor; Satire

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa da revista Quatro Rodas	28
Figura 2 - Capa da revista Quatro Rodas	28
Figura 3 - Spread da revista Quatro Rodas	29
Figura 4 - Spread da revista Quatro Rodas	29
Figura 5 - Spread da revista Quatro Rodas	30
Figura 6 - Spread da revista Quatro Rodas	30
Figura 7 - Spread da revista Quatro Rodas	31
Figura 8 - Spread da revista Quatro Rodas	31
Figura 9 - Spread da revista Quatro Rodas	32
Figura 10 - Spread da revista Quatro Rodas	32
Figura 11 - Capa da revista Emigre edição 7	34
Figura 12 - Capa de revista Emigre edição 20	34
Figura 13 - Spread da revista Emigre	35
Figura 14 - Spread da revista Emigre	35
Figura 15 - Spread da revista Emigre	36
Figura 16 - Spread da revista Emigre	36
Figura 17 - Capa da revista Raygun	37
Figura 18 - Capa da revista Raygun	38
Figura 19 - Spread da revista Raygun	38
Figura 20 - Spread da revista Raygun	39
Figura 21 - Spread da revista Raygun	39
Figura 22 - Spread da revista Raygun	40
Figura 23 - Capa da revista Drive Tastefully Quarterly	41
Figura 24 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly	41

Figura 25 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly	42
Figura 26 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly	42
Figura 27 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly	43
Figura 28 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly	43
Figura 29 - Comparativo de formatos de página	48
Figura 30 - Sistema de grelhas	49
Figura 31 - Aplicação do sistema de grelhas	49
Figura 32 - Aplicação do sistema de grelhas	50
Figura 33 - Combinação de tipos	51
Figura 34 - Logotipo da revista	55

SUMÁRIO

Introdução	9
Contextualização	9
Problematização	10
Justificativa	10
Objetivos	12
Gerais	12
Específicos	12
Desenvolvimento	12
Análise Contextual	12
Contexto Estrutural da Mobilidade Urbana no Brasil	12
Situação Atual da Mobilidade Urbana no Brasil	13
Percepção do Carro	16
Análise da Mídia	17
Definição do tom de voz da revista	21
Referências Humorísticas	21
Referências Gráficas	23
Desenvolvimento do Projeto	25
Fase Inicial	25
Definição do Público Alvo	25
Elaboração do Conteúdo	26
Conclusão	27
Bibliografia	28

INTRODUÇÃO

A predominância de veículos automotores no trânsito brasileiro causa sérios problemas de mobilidade, de bem estar e de saúde para as populações que habitam grandes centros urbanos. No Brasil, estatísticas indicam haver cerca de 45 mil mortes causadas por acidentes de carro, além de milhares de brasileiros que sobrevivem com sequelas. Além disso, há os efeitos da poluição causada pelo uso de veículos automotores e a necessidade de infraestruturas como vias, garagens, áreas públicas de estacionamento. Hoje já se discute o impacto da presença de carros nas metrópoles brasileiras, mas pouco se avança frente à cultura apaixonada do brasileiro em relação aos veículos à motor, o que se vê replicado nas publicações especializadas e nas publicidades. Este projeto objetiva analisar as narrativas constituídas em torno do mercado de carros no Brasil e estabelecer uma crítica a elas através do humor, capturando a sua própria estrutura de linguagem.

Contextualização

Atualmente, um grande problema enfrentado por centros urbanos brasileiros é a grande quantidade de carros que exigem grande infraestrutura e projetos urbanísticos que os atendam. Enquanto muitas metrópoles já projetam a exclusão completa dos carros em suas áreas centrais, no Brasil a situação parece não se reverter devido ao vínculo que os brasileiros têm com seus carros.

Arelado ao objeto automóvel, estão diversas idealizações, como liberdade e status, tornando o carro objeto de desejo e de conquista pessoal. Essa ótica favorável ao carro instaurada na cultura brasileira ofusca os aspectos negativos e o espírito crítico em relação às consequências de seu uso.

O fortalecimento do vínculo entre as pessoas e os carros é altamente influenciado pela mídia. Há um bombardeio de novos lançamentos, publicidades, aparições em músicas, filmes e programas de televisão. O retrato pintado pela mídia é tanto reflexo da massificação do produto e da "paixão nacional", como é também formador e solidificador desses ideais, sempre glorificando o carro como a forma perfeita de se locomover. Raramente o carro é representado como um simples meio de transporte, é frequentemente apresentado como prerrogativa de uma vida ideal,

liberdade, sensualidade e poder. É por meio desse enaltecimento constante do carro, atrelado também a diversas questões (deliberadas) de infraestrutura e de modelos que refletem interesses comerciais e econômicos, que a população brasileira coloca o carro como ambição de status, não só como ferramenta para a locomoção. Extremamente raras são as representações das consequências negativas que são trazidas por esse uso desenfreado do automóvel, o trânsito, os acidentes, as mortes, as dívidas, os danos ambientais, a exclusão social, e por aí vai. Muitas vezes, quando são apontados problemas, esses são associados à infraestrutura, não ao uso dos automóveis em si.

A idealização do carro, atrelada à toda infraestrutura nacional voltada ao uso de automóveis, empoderam atitudes de motoristas que oferecem riscos à segurança dos outros e que dificultam a fluidez do trânsito. As pessoas se sentem à vontade ao ocupar as ruas com seus carros, desconsiderando o impacto de suas atitudes sobre as pessoas e até mesmo sobre os outros veículos, encarados como estorvo em seus caminhos, dominando espaços de uso comum. Esse é o tipo de pensamento e atitude que este projeto visa evidenciar e contestar.

Hoje há um grande ativismo pró locomoção ativa e melhorias na mobilidade urbana, partindo de organizações como Rodas da Paz, Bike Anjo, Ciclo Ativismo, Mobilize Brasil, entre outras. Entretanto, apesar de amplamente educativa, a comunicação costuma ser agressivamente anti-carro e anti-motoristas. A abordagem mais assertiva tem um importante papel na afirmação desses grupos e suas iniciativas, porém pode não ser a melhor forma de estabelecer um debate com os outros lados dessa questão. A firme e absoluta rejeição, como acontece muitas vezes, torna-se menos inclusiva ao alienar pessoas que podem concordar com o que está sendo proposto, mas que por diversas questões, inclusive relativas à linguagem empregada, podem se colocar no polo oposto da discussão.

Problematização

O automóvel é tão estabelecido como o suprassumo dos meios de transporte, que além da idealização desse objeto raramente se consideram outras soluções ao problema da mobilidade urbana. A mídia tradicionalmente enaltece o carro, desconsiderando muitos dos problemas que o seu uso massivo causa para a

sociedade. Como poderia ser construída uma comunicação contrastante com essa já estabelecida? Como poderia ser questionada e, possivelmente alterada, essa percepção a respeito do carro?

A narrativa dicotômica, frequentemente apresentada em materiais de ativismo de mobilidade urbana, funciona para a validação daqueles que lutam por isso, mas dificulta o diálogo e a didática com quem é mais necessário alcançar: os motoristas.

Este projeto tem como objetivo buscar uma forma de induzir a reflexão a respeito do carro, das atitudes dos motoristas quanto à mobilidade. Também busca promover uma mudança de mentalidade dos leitores e, possivelmente, ter impacto positivo na convivência no trânsito.

Justificativa

Para garantir um crescimento sustentável dos centros urbanos brasileiros e a qualidade de vida daqueles que os habitam, além de aumentar a acessibilidade e a inclusão social, é necessário mudar a nossa forma de locomoção.

Para que haja tal mudança, é necessário a modificação da percepção das pessoas, para que se desenvolva pressão popular para a transformação da infraestrutura atual de mobilidade urbana.

A má convivência no trânsito entre os distintos meios de locomoção, observado o número de acidentes e a agressividade generalizada, se dá em grande parte pelas atitudes de motoristas em relação aos outros usuários da via. Portanto, a mudança requer autocrítica e reeducação a respeito desse comportamento. Um grande dificultador da inclusão de meios de transporte alternativos é a forte imposição dos carros na rua, é necessário que haja uma mudança de perspectiva para que seja facilitada a utilização de outros meios de transporte que sejam mais sustentáveis e inclusivos nos centros urbanos do país.

A construção da percepção sobre o carro se dá por diversas formas, seja por experiências sensoriais, seja ouvindo histórias, ou então por meio da comunicação (filmes, publicidades, programas televisivos, revistas e jogos eletrônicos).

Esses meios de comunicação têm um forte papel de formação de ligações emocionais das pessoas com carros, mostrando cenários incríveis com máquinas fantásticas que jamais seriam imaginadas, nem vivenciadas de qualquer outra forma.

A mídia, de uma forma geral, apresenta os carros de maneira puramente positiva, desenvolvendo sempre ideais de liberdade, prestígio e modernidade, a partir da posse e utilização de um carro. Deixa-se o papel questionador para órgãos públicos e para ativistas, que em sua maior parte têm menor efetividade e alcance que campanhas publicitárias ou veículos de comunicação.

Essa apresentação otimista feita pela mídia convencional, criando essa imagem do carro como o meio perfeito e o mais importante, faz com que os motoristas se vejam em posição privilegiada nas vias públicas, quando na realidade todos têm o mesmo direito de ocupar as vias. Essa representação favorece o desenvolvimento de comportamentos que não consideram os direitos de mobilidade de outros usuários da rua, simplesmente por não estarem em um carro.

Entretanto, a partir de relações construídas pela comunicação com o público, é possível reverter a lógica desse discurso habitual e polarizado e gerar a reflexão a respeito dos carros e também das relações que se têm com esses objetos, por meio de uma publicação editorial.

Como uma pessoa que tem grande interesse no tema de locomoção ativa, mobilidade e acessibilidade urbana, assim como uma paixão por carros, acredito ter uma visão bilateral do tema, fugindo de um discurso dicotômico e excludente, que possibilita um bom diálogo com o público desse projeto.

Esse diálogo é estabelecido por intermédio de um conteúdo de tom crítico e humorístico, que faz uma sátira do que é a mídia automotiva tradicional, e também do motorista. A sátira foi definida como ferramenta para provocar essa reflexão a respeito do trânsito por gerar um conteúdo convidativo e ainda assim espelhar a realidade. É importante que o produto seja atrativo para o leitor, desperte interesse quanto ao conteúdo e leve a maior engajamento nos assuntos discutidos. Portanto, levando em consideração a viabilidade de alcance e maior facilidade de criação de

um material apelativo para o grupo desejado, optou-se por fazer um produto gráfico editorial de conteúdo satírico.

Objetivos

Gerais

Gerar uma reflexão a respeito da cultura carrocêntrica e da fetichização do carro, com o propósito de evidenciar a problemática existente nesse meio e os efeitos dessa relação com os automóveis.

Específicos

Criar uma publicação editorial com conteúdo original e satírico para evidenciar aspectos negativos e atitudes caricatas dos motoristas e das suas relações com os carros.

Fazer um contraponto com o retrato de automóveis na mídia atual, e contrastar o produto editorial com as publicações presentes no mercado hoje.

DESENVOLVIMENTO

Análise Contextual

Contexto Estrutural da Mobilidade Urbana no Brasil

A partir da metade do século XIX São Paulo teve um importante desenvolvimento na mobilidade urbana a partir da construção de ferrovias e, posteriormente, no começo do século seguinte, com a implementação de um sistema de bondes elétricos. Isso possibilitou à população se locomover pela cidade, induzindo o crescimento da cidade. Seguido pela propagação de meios automóveis particulares e coletivos, ocorreu outra mudança no perfil da cidade pela facilidade de locomover gente e mercadoria em longas distâncias.

Movida por políticas públicas, o caráter do transporte brasileiro migrou de transportes sobre trilhos como o trem e bondes, para veículos automotores durante os anos 50. Acordos com montadoras de carros motivaram a mudança de transportes ferroviários para o asfalto, tanto para transporte cargueiro como de pessoas. Essa mudança na infraestrutura gerou dependência exagerada do automóvel na sociedade brasileira, que sofre até hoje suas consequências. As obras de infraestrutura que priorizam o automóvel sobre outras alternativas de mobilidade, geraram uma expansão periférica das cidades, tanto pela ineficiência espacial de avenidas e rodovias, como pela possibilidade de capilarização e distanciamento das rotas. Dessa maneira, as populações passaram a viver cada vez mais longe dos centros urbanos e tiveram o acesso dificultado por conta da baixa efetividade de transporte público. Além disso, acumulam-se os danos ambientais provocados pela utilização de automóveis, os altos custos de manutenção dessa infraestrutura, a baixa qualidade de vida gerada por grandes períodos de tempo gasto em trajetos diários e o estresse.

Situação Atual da Mobilidade Urbana no Brasil

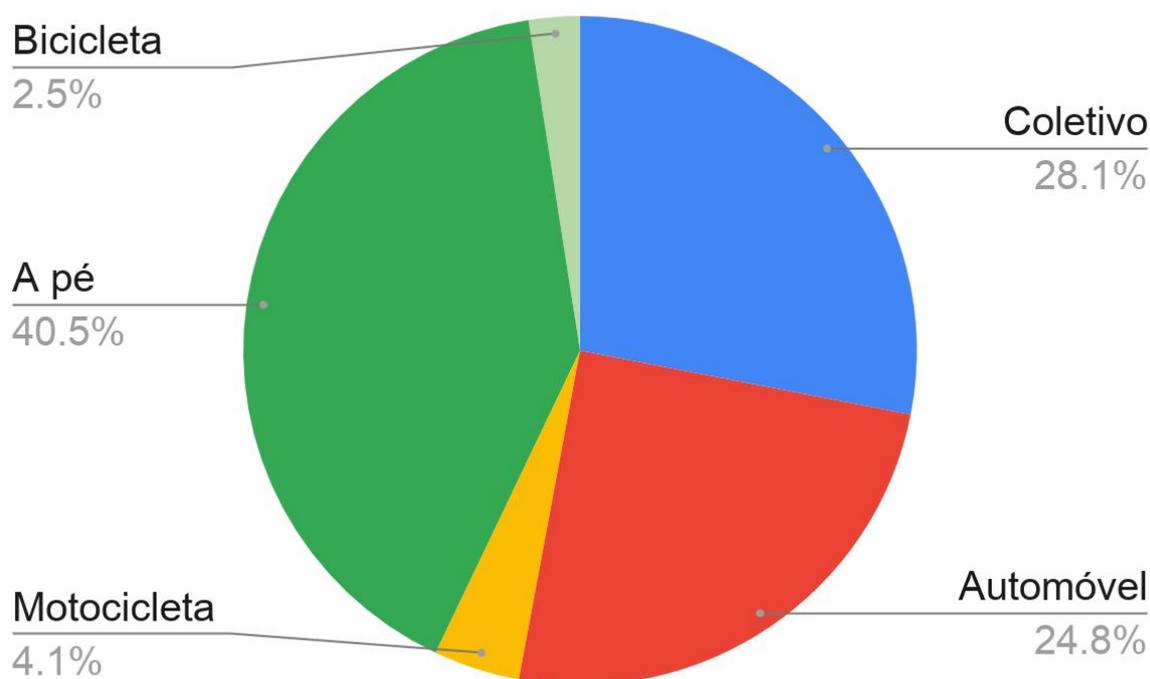
Divisão atual dos meios de transporte

A partir da intensificação do uso de automóveis no Brasil, devido ao domínio da infraestrutura voltada a esse meio de transporte, houve grande decréscimo na parcela de pessoas utilizando o transporte público.

“Sem intervenções coordenadas do poder público, a adesão ao transporte individual se intensificou. Entre 1977 e 2005, houve queda gradual no uso do transporte público (de 68% para 51% do total de viagens motorizadas) e o aumento no uso do automóvel — de 32% para 49% (leia mais na pág. 20), ainda mais nos últimos anos” (CAMARGO, 2013).

O relatório, de 2016, do Sistema de Informações da Mobilidade Urbana da Associação Nacional de Transportes Públicos (Simob/ANTP), apresenta 65,3 milhões de viagens dos habitantes das Regiões Metropolitanas de Campinas, São Paulo, Salvador, Natal e do Município de Ribeirão Preto, de acordo com o meio de transporte utilizado, conforme o gráfico apresentado a seguir.

Divisão de viagens por meio de transporte



Associação Nacional de Transportes Públicos (Simob/ANTP) 2016

É possível observar que das viagens realizadas por transportes motorizados (coletivo, automóvel e motocicleta), aproximadamente metade é realizada em transporte individual (automóvel e bicicleta), das quais a maioria são realizadas em carros. O transporte não motorizado (a pé e bicicleta), representa grande parcela das viagens totais, entretanto, apenas 2,5% das viagens totais são em bicicleta, o que indica que a maioria das viagens não motorizadas são de trajetos curtos. Infere-se dessas informações que a maior parte das viagens médias e longas são realizadas em meios de transporte motorizados, e os meios não motorizados são apenas para pequenos trajetos. O congestionamento das vias é um dos problemas resultantes desse cenário de utilização dos meios de transporte.

Uma grande questão da mobilidade urbana é a utilização de espaço, algo muito precioso em centros urbanos, e o automóvel é um meio de transporte que requer muito espaço, seja pela infraestrutura viária que requer, ou com a própria ocupação da via. Um carro, com uma ocupação habitual de 1,3 pessoas por carro, ocupa 50 m² por pessoa nas vias, em comparação com um ônibus que mesmo com baixa ocupação, de 33%, por exemplo, o espaço por pessoa é de 28 m², e em uma operação ideal, com 100% de ocupação, é de apenas 9,8 m². Nessa comparação pelo uso do espaço, a bicicleta apresenta o índice mais favorável, pois utiliza apenas 4,5 m² por pessoa. (Navarro, 1985)

Esses dados mostram a ineficiência espacial da locomoção por carros, comparada com a utilização de transporte público ou de bicicleta, com um mesmo número de viagens. Essa alta ocupação das vias públicas por automóveis, ligada também às atitudes de motoristas, acarreta grandes problemas para a mobilidade urbana e para a segurança daqueles que ocupam as cidades brasileiras.

Consequências do cenário atual da mobilidade

Essa utilização dominante de automóveis nas ruas promove um trânsito mais carregado e lento, quando comparado à utilização de meios de transporte mais eficientes. Isso aumenta o tempo gasto na locomoção, devido a congestionamentos. Essa ineficiência do trânsito também se transpõe na ineficiência individual de cada automóvel, que resulta em maior consumo de combustível e emissão de gases poluentes e tóxicos. A experiência de permanecer no trânsito por muito tempo

também acarreta sensações de frustração em motoristas. (LIMA e CAVALCANTE, 2015)

Outra consequência da infraestrutura que privilegia o transporte automotor é a sensação de direito à exclusividade da via. O motorista, ao deparar-se com o sistema viário quase que exclusivo para automóveis, tendo à sua disposição toda essa infraestrutura, tem a percepção de ser o elemento mais importante do sistema. Além do mais, a infraestrutura é construída de forma a separar os carros dos outros ocupantes da cidade. Hoje, todo o sistema viário que temos nas cidades foi construído com essa lógica de distanciamento do carro, o que faz com que as pessoas percebam o carro como uma parte isolada do resto do ecossistema da mobilidade urbana.

Esse distanciamento dos outros agentes da mobilidade, aliado ao modelo de infraestrutura voltado ao carro, empoderam os motoristas que ocupam as vias como bem entendem, desconsiderando os demais ocupantes. Isso é muito grave, tendo em vista que esse empoderamento muitas vezes é reforçado com a impunidade experienciada por motoristas em situações de danos causados a outros habitantes da cidade. Essa percepção distorcida de importância pode gerar atitudes perigosas no trânsito, colocando a vida de pessoas em risco, e além disso prejudica a mobilidade de diversas formas.

A situação da infraestrutura viária implantada no Brasil, que alterou radicalmente a configuração das cidades, torna difícil e vagarosa a modificação desse panorama. Entretanto, o cidadão tem poder de tornar essa situação melhor. Uma forma de, facilmente, revigorar a mobilidade urbana, é possibilitar o uso da bicicleta e do transporte público para a locomoção. Para isso é essencial que as pessoas se sintam confortáveis em trafegar com a bicicleta pela cidade, e a forma que os motoristas se portam com as bicicletas e pedestres é primordial. Muitas vezes, a atitude com os ciclistas é desconsiderada e até agressiva, não se respeita o espaço seguro entre os veículos, trafega-se muito próximo e com velocidade perigosa ou até avança-se contra eles.

As atitudes dos motoristas são muito influentes na qualidade e fluxo do trânsito. Um motorista egoísta, ansioso e agressivo, além de intimidar usuários de locomoção ativa e apresentar perigo para os demais, cria situações de mau fluxo de trânsito.

Motoristas frequentemente causam congestionamento através de suas condutas, por exemplo, ao manter pouca distância do carro adiante e mudar de faixa sem necessidade, promovem frenagens repentinas e, conseqüentemente, atrapalham o fluxo do tráfego e resultam em engarrafamentos.

Um motorista mais amigável para a mobilidade urbana, é aquele que entende o trânsito como um ecossistema, e não se vê só na via, com obstáculos à sua volta, mas, cooperando com seus vizinhos para que todos cheguem a seus destinos harmoniosamente e com segurança.

Percepção do Carro

O carro, sendo um objeto intrínseco da vida brasileira, é amplamente retratado na nossa cultura, tanto na mídia impressa como na televisiva. Sua representação é comumente positiva e removida de contexto e dos malefícios. O carro é tido como um bem necessário para uma vida confortável, desfavorecendo o questionamento e a análise de outras alternativas. O carro é visto como símbolo de liberdade e sucesso, que somado à essa necessidade fomentada pela mídia e a infraestrutura instalada, torna-se objeto desejado por muitos.

Extrapolam-se o papel utilitário de meio de locomoção, e se atribui ao carro caráter de item essencial e meio de afirmação de uma vida de sucesso perante à sociedade. Com esses valores vinculados, o automóvel é colocado em um pedestal e essa concepção altamente idealizada favorece que os aspectos negativos da super-utilização de carros no transporte urbano seja ignorado, bem como a lotação das vias, os danos ambientais, a exclusão da população mais pobre, os altos custos para a locomoção e os riscos para outros usuários da via.

O uso do carro está tão impregnado na nossa sociedade, que mesmo quando se tem a possibilidade, não se consideram outros meios de transporte. O automóvel é o status quo no Brasil hoje. Muitos usam carros em situações que outros meios de transporte seriam viáveis, pela comodidade e pelo costume. Essa desconsideração

de outras formas de se locomover pela cidade contribui amplamente para a lotação das vias e perpetua a hegemonia do carro na ocupação de cidades brasileiras.

Os motoristas dentro do carro, estão numa caixa de metal que os isola do mundo externo. O carro facilita tanto a locomoção que desconecta o usuário do processo de movimentação e o leva a pensar que a solução para a lentidão é o acelerador. Além disso, o carro exacerba a agressividade e descuido dos motoristas. Em uma gaiola metálica, altamente tecnológica, projetada para proteger seu ocupante, o motorista sente-se seguro e com isso vêm o descuido na direção, pondo os outros em risco. Além disso, sente-se protegido e escondido dentro da sua fortaleza, despertando comportamentos agressivos que não aconteceriam se as pessoas estivessem sem armaduras de ferro, vidro e borracha. É uma experiência muito distinta da locomoção por meios mais vulneráveis, como motos e bicicletas, onde são imperativas a cautela, atenção e consciência plena dos seus arredores, por uma questão de sobrevivência.

Tamanho é o prestígio que têm os automóveis, que o motorista se percebe em uma posição de exclusividade no uso das vias. Ao se encontrar num veículo de tanta notoriedade, se crê acima dos outros, que por lei, têm preferência nas ruas. Muitas vezes, esse prestígio e a impunidade observada por motoristas imprudentes acarreta comportamento negativo, que piora a condição atual da mobilidade urbana no Brasil, inclusive para os próprios motoristas.

Análise da Mídia

Tendo em vista o projeto, com o objetivo de satirizar uma publicação automotiva, foi feita uma análise de veículos midiáticos com esse tema para estabelecer padrões de formato, conteúdo e linguagem.

A maior publicação brasileira do assunto, coincidentemente também a mais antiga, é a **Quatro Rodas**. Sendo publicada desde o ano de 1960, é a mais popular revista automotiva do Brasil. Apresenta grande apelo para a massa da população, já que relevante parcela da população brasileira se utiliza de carros como meio de transporte diariamente.

O foco da revista é oferecer informações para o público consumidor, no que é tangível e mensurável, apresentando todas as especificações técnicas de carros e aspectos relevantes para o consumidor médio, tais como, praticidade, valor de revenda, dicas. Apresenta comparativos entre os carros mais comuns no mercado brasileiro. No geral, são informações úteis para o consumidor médio, que busca se orientar a respeito de uma possível aquisição, e apresenta até páginas dedicadas a uma tabela de preços de carros 0km.

Não é apelativa para o público entusiasta, atrás de conteúdo mais incomum, aprofundado e afetivo, pois apenas uma parte muito pequena da revista aborda temas que divergem das avaliações, comparativos e tópicos cotidianos.

A revista é dividida em nove seções:

- **Carta ao Leitor**, o editorial
- **Viva-Voz**, espaço para os leitores enviarem textos a respeito de assuntos tratados em edições anteriores ou não, e fotografias de coisas curiosas encontradas pelos leitores.
- **Via Expressa**, “Segredos, Notícias, Dicas e Curiosidades”. Seção dedicada, principalmente, às notícias da indústria automotiva, como lançamentos e flagras. Também contém curiosidades, como acontecimentos históricos ou personalidades, e além disso, retrospectivas históricas.
- **Testes**, “Levamos para a pista primeiro e depois você leva para casa”. Juntamente com a seção **Longa Duração**, são seções focadas em

informações e conselhos ao consumidor. Muito objetivo, foco em dar conselhos razoáveis e práticos, apresentar o que é o carro, como ele se comporta em uso cotidiano. Mais foco em praticidade e dados do que nas sensações evocadas pelo automóvel.

- **Longa Duração**, “Compramos os carros e testamos por 60.000 km” Seção para testes de uso extenso, apontando méritos e deméritos dos modelos e apresentando uma situação de uso real, configurando um conteúdo muito útil para consumidores. Apresenta os custos totais do veículo e quais foram as manutenções necessárias, o que foi bom e ruim no geral durante esse tempo de uso do carro.
- **Clássicos**, carros clássicos, conta suas histórias e desenvolvimento, avanços tecnológicos da época e relevância. Ainda com teor muito técnico.
- **Auto-serviço**, “Para cuidar e economizar” Dicas e recomendações para motoristas, respostas a perguntas de leitores, avaliação de produtos e acessórios, mercado (desvalorização, preços, mais vendidos, modelos saindo e entrando em linha), resumo de carros testados e ranqueados em economia, aceleração e frenagem.
- **Opinião**, Escrita mais divertida, abordando temas diversos relacionados ao carro, parte mais descontraída da revista.
- **Top Ten**, Lista de dez carros de alguma categoria, ou de alguma característica.

O conteúdo verbal da revista se caracteriza pelo teor técnico do carro, abordando minuciosamente especificações técnicas dos carros, consumo, gastos etc. É um jornalismo bem sério, que busca informar o consumidor, tem linguagem simples para que o público consumidor possa entender a revista, sem muito vocabulário técnico ou minúcia, somente o necessário para entender o produto. Tem uso esparso de linguagem coloquial, tentando deixar a publicação mais amigável e menos robótica no meio de tanta objetividade.

O conteúdo visual é, primariamente, fotográfico e de acordo com o teor objetivo da revista, mostrando diversos ângulos dos carros, mas sempre ângulos tradicionais, sem muita inovação. Veículos em seus habitats comuns, carros na cidade, utilitários na terra, esportivos na pista etc. Mostram-se muitos detalhes do carro, com o

propósito de trazer a maior quantia de informação possível para um possível comprador.

Em revistas tradicionais, o conteúdo midiático automotor brasileiro é muito homogêneo, provavelmente derivado de um mercado tão insosso e proibitivo e da alta segmentação de conteúdo para entusiastas e presença digital destes. Levando em consideração a homogeneidade do conteúdo publicado a respeito de automóveis no Brasil, foram buscadas referências internacionais adicionalmente.

Primeiramente, a estabelecida **Road And Track**. Revista estadunidense para entusiastas, com foco principalmente em modelos esportivos, diversão e o lado mais emocional do automobilismo. É dividida em cinco sessões:

- **News** (Notícias), tratando da indústria automotiva, inovações, carros novos, notícias de automobilismo e de cultura automotiva.
- **New Cars** (Carros Novos), traz avaliações de carros novos, especulações de novos modelos, comparativos, avaliações a longo prazo, listas de melhores carros para uma atividade específica.
- **Motorsports** (Automobilismo), traz notícias, listas de carros e conquistas, histórias passadas, acontecimentos e comentários a respeito de competições.
- **Car Culture** (Cultura automotiva) Carros-projetos (modificações), eventos, carros icônicos, acessórios e produtos relacionados, listas de carros de interesse a entusiastas, histórias.
- **Car Shows** (Salões do Automóvel) Notícias, anúncios e lançamentos de salões.

A **Road And Track** traz linguagem distinta da **Quatro Rodas**, ao tratar de assuntos similares, mas com objetos e sujeitos distintos, não foca no que interessa ao consumidor médio, mas sim ao entusiasta, e trata também do mercado norte americano, que difere do brasileiro principalmente em variedade e acessibilidade.

A revista está voltada ao público que aprecia o ato de dirigir, entusiastas do automóvel, discute extensivamente as sensações dos carros abordados. Tem linguagem altamente descritiva, mas não se ancora tanto em quesitos técnicos para caracterizar os objetos, apesar de usar de linguagem técnica quando interessante para o público, como em inovações tecnológicas. Esse detalhamento técnico

justifica-se, pois, afinal é para uma audiência interessada em pormenores e detalhes, não só em praticidade. Tem estilo de escrita direto ao ponto, sem se preocupar em ser lúdica para tentar agradar e suavizar o conteúdo para um público mais amplo, como faz a **Quatro Rodas**.

O conteúdo fotográfico da revista mostra o carro em ação, com diversas fotos do veículo em movimento, utilizando também da paisagem de forma a compor uma bela fotografia. Não só para ilustrar um produto para o consumidor, mas criar uma bela imagem para quem tem interesse no carro, além do seu valor prático. Mostra uma variedade maior de ângulos e composições, para tornar um conteúdo mais dinâmico e exclusivo de cada modelo do que ilustrativo no sentido mais prático. Também contém segmentos pessoais, de leitores com fotos amadoras, trazendo para si também esse aspecto de comunidade.

Atualmente, assim como em outras áreas, a maior parte do conteúdo consumido a respeito de automóveis se encontra *online*. Todas as revistas hoje também publicam na internet, e também existem diversos veículos midiáticos exclusivamente digitais tanto no Brasil, como no exterior.

O YouTube é um grande polo de conteúdo a respeito do assunto. O maior canal automotivo brasileiro é o **Acelerados**, com mais de um milhão e meio de inscritos. Conta, ainda, com Rubens Barrichello como um dos apresentadores. Seus vídeos são, primariamente, destinados a avaliações de carros e ao desempenho desses em um autódromo. Apesar de ter conteúdo voltado para entusiastas brasileiros, com carros interessantíssimos e apresentação do icônico Barrichello, ainda têm um formato convencional, muito semelhante ao jornalismo que se vê em programas tradicionais de televisão, como por exemplo, o **Autoesporte**. Sua linguagem é marcada por análises rasas dos veículos e mais foco no que é mais animado, como o carro passando pela pista ou comentários cômicos. Outro formato muito popular na comunidade do YouTube brasileiro é de oficina, com conteúdo tão instrutivo como de entretenimento. Desses, o maior expoente é o canal **Auto Super** com mais de um milhão de inscritos. Esse canal tem um formato típico de programa de oficina, apresenta os projetos que estão trabalhando, levemente instrutivo, com os onipresentes dramas de oficina, como dificuldade em pagar as contas e atritos entre os membros da equipe.

Feita essa análise, estabeleceu-se o tom a ser seguido pelo projeto, tomando com base a forma que é tratado o conteúdo profissionalmente, para reverter e satirizar essas apresentações mais formais.

Definição do tom de voz da revista

Propondo-se a provocar a reflexão a respeito do papel do carro na nossa sociedade, elegeu-se a sátira como método para provocar questionamentos a respeito da condição atual do relacionamento com o automóvel no Brasil. O humor foi escolhido como linguagem para o projeto com o intuito de, por meio dele, apresentar a realidade atual como algo problemático e insensato, para provocar a reflexão do leitor a respeito dos tópicos tratados. Buscou-se que o conteúdo fosse engraçado e permitisse a interpretação do leitor.

Foi definido que as questões principais a serem retratadas nessa sátira seriam o carro como objeto, o motorista e a sua relação com o carro. Partindo disso, foram selecionados alguns tópicos mais específicos como a idealização do carro, a universalidade da locomoção automotora, as mazelas da posse de um carro, a supremacia carrista na rua, as inseguranças atreladas à masculinidade frágil de motoristas, a imprudência dos motoristas, a frustração, o conservadorismo nesse meio, entre outros tópicos.

A linguagem utilizada teve como base os padrões presentes na mídia e usa esse formato familiar para apresentar um conteúdo que diz algo que difere do que aparenta. O conteúdo, e o tom de voz beira o absurdo e o que seria um discurso aceitável nesse meio automotivo. A escrita debochada zomba da personagem do autor, buscando se conectar com motoristas, que o projeto apresenta como problemas da mobilidade.

Referências Humorísticas

Foi realizada pesquisa de referências humorísticas ampla para permitir o desenvolvimento da linguagem do conteúdo da publicação. Foram pesquisadas referências humorísticas para a construção do projeto, além de referências gráficas para a elaboração visual do produto final.

Para a pesquisa de humor, foram observados conteúdos que se utilizam de sátira para sua construção, tanto televisivos como digitais. Foi analisada a série televisiva estadunidense **The Office** (NBC 2005-2013), apresentada no formato de pseudodocumentário retratando as vidas e trabalho dos trabalhadores de uma empresa de papel. O programa faz paródia do que seria o ambiente de trabalho mais ordinário possível, com situações banais que escalam ao absurdo.

A série conta com uma mistura de personagens comuns e relacionáveis, para que o público se identifique, e outros que são estereotipados para efeito cômico. A série faz uma sátira com o espaço de trabalho do ponto de vista do trabalhador. Exemplo disso é o chefe, personagem desqualificado e egocêntrico, que dificulta o trabalho de toda empresa. Basicamente, a série trata de pessoas levando a vida em um trabalho mediano e as suas relações interpessoais, sendo um conteúdo altamente identificável para a audiência.

Outra referência de humor observada foram dois canais do YouTube de esquetes de comédia norte americanos, **Cherdleys** e **Trevor Wallace**. Seus esquetes se baseiam na encenação exagerada de estereótipos, criando um universo que zomba de algum grupo. Apesar de altamente exagerado, mantém alguma verossimilhança e com isso provocam o riso.

Tirado também do meio audiovisual digital, o canal do YouTube **Regular Car Reviews**, é uma interseção do campo automotivo e humorístico. Seu conteúdo consiste, primariamente, em avaliações de carros comuns, frequentemente velhos e muito usados, de pessoas comuns, em contraponto com o resto do conteúdo disponível no site, que busca trazer os modelos mais novos e mais emocionantes.

A visão apresentada dos carros é altamente cômica, ressaltando pontos muitas vezes negligenciados e com um olhar franco acerca do veículo e do que ele representa. É comum a personificação daquele carro, como ele é visto pelos outros e qual é a imagem que se busca passar com tal carro.

Foi constatado com as referências que a sátira tem o poder de, por meio de uma representação da realidade, sob a ótica satírica, dar outra perspectiva ao público a respeito de questões familiares. Por conta disso, foi a forma de buscar a reflexão do leitor a respeito dos temas do projeto. Além disso, o humor tem alto poder

engajador, alcança públicos amplos, que talvez não se interessariam pelo assunto abordado.

Por meio da apresentação de um conteúdo que debocha de uma caricatura, o leitor pode não se sentir atacado, por não ser uma crítica tão direta a ele. Pela exposição mais leve de questões tão sérias, o conteúdo leva à auto reflexão mais facilmente do que por meio de uma abordagem mais direta e seca, que pode fazer com que o leitor se posicione de forma defensiva.

Referências Gráficas

Primeiramente foi analisado o que é estabelecido no mercado editorial automotivo brasileiro, para isso a revista **Quatro Rodas** é o melhor exemplar. A revista é muito tradicional, tanto no conteúdo como no seu projeto gráfico.

Tem um projeto gráfico simples e direto que busca a utilização de todo o espaço disponível com conteúdo, algo comum para revistas de grande volume de tiragem. Isso compõe páginas bem cheias, com pouco respiro, quase claustrofóbica e abafada.

Mantém uniformidade ao longo da revista, com pouca distinção na disposição do conteúdo através de diferentes seções. Conta com a utilização de um grid flexível com três, quatro, e duas colunas com ou sem uma auxiliar. Essa variação no grid permite a utilização de tamanhos diferentes para conteúdos, por questões de tamanho ou hierarquia.

A tipografia de base utilizada para a maioria do texto na **Quatro Rodas** é uma fonte serifada humanista com grande altura de x, garantindo uma boa leitura para a mancha principal de texto. Utiliza-se também uma fonte sem serifa para textos auxiliares, como boxes e legendas, assim como para títulos e subtítulos de matérias, com a diferenciação da hierarquia por meio do tamanho do corpo e dos pesos da fonte. Alguns títulos são compostos em uma fonte serifada transicional, harmônica com a utilizada no texto. Essa variedade de fontes usadas para títulos, cria uma diversidade no projeto gráfico, mas não aparenta ter um critério muito definido para a utilização de cada, ocorrendo distintas utilizações no mesmo contexto, gerando um pouco de confusão na hierarquia de informação do projeto.

Para fazer a divisão do conteúdo, a revista usa páginas de abertura apresentando o que está inserido em cada parte do conteúdo e cores para diferenciar as seções. As cores são presentes tanto na página de abertura de cada seção, como também nos foguetes presentes nas páginas de toda a revista. As cores também estão presentes nos elementos gráficos visuais, com cada seção utilizando sua cor para linhas de divisão e destaques ao longo das matérias. Na seção principal da **Quatro Rodas**, a de avaliações, algumas matérias apresentam páginas de abertura próprias para dar um destaque a esse importante conteúdo da revista.

A utilização de fotografia nas matérias é como uma ferramenta, ilustra o que está escrito. Apresenta imagens da mesma forma insípida que seriam expostas no site de uma montadora, sem qualquer extravagância, tratando o carro como um aparelho sendo comercializado.



Figura 1 - Capa da revista Quatro Rodas



Figura 2 - Capa da revista Quatro Rodas

Via expressa

Para um mundo melhor | Edição: São Paulo | 10 de maio de 2015

Deserto de Uyuni, na Bolívia, é um dos maiores depósitos de lítio no mundo

SINAL VERDE

PLANETA SUSTENTÁVEL

A galinha (de ouro) do vizinho

Os carros elétricos fazem do lítio o potencial petróleo do século 21 e atraem atenções para a Bolívia, dona de 50% das reservas mundiais

O petróleo do futuro também está depositado sob grandes desertos. Com a aposta da indústria automotiva nas baterias de íon de lítio para seus modelos híbridos e elétricos, a exploração das grandes reservas mundiais do mineral passaram a ser cobradas por montadoras e empresas multinacionais. Esse tipo de bateria já é usado em telefones celulares, computadores e aparelhos eletrônicos portáteis, mas sua adoção em automóveis – ainda que em pequena escala – pode até triplicar o tamanho desse mercado na próxima década.

Atualmente, uma em cada quatro toneladas de lítio extraídas no mundo é usada em baterias, mas essa proporção tende a crescer significativamente. A China é simples para um autônomo como o Chevrolet Volt e a automotiva de 60 quilômetros prometida pela GM, a bateria precisa de 100 vezes mais lítio que a usada em um notebook. Por isso, ter acesso e, principalmente, permissão para explorar as grandes reservas se tornou tão estratégico quanto aprimorar a tecnologia dessas baterias.

E o depósito mais cobiado está bem perto de nós. A Bolívia detém metade de todas as reservas de lítio lá planície em locais como o deserto de Uyuni, hoje usado para extração de sal e como atração turística, e já é tratada como “a Arábia Saudita do século 21”. Multinacionais como a japonesa Mitsubishi negociam a exploração dessas reservas com o governo de Evo Morales, mas o presidente boliviano não vai facilitar a

LABORATÓRIO DA GM PARA TESTAR BATERIAS DOS FUTUROS MODELOS

vida dos estrangeiros. Depois dos Estados Unidos, hoje o Chile é o principal produtor de lítio, explorado por empresas estrangeiras – um modelo que Morales promete não repetir. Tão importante quanto aprimorar a tecnologia das baterias de íon de lítio será garantir produção suficiente de matéria-prima, e dificilmente haverá um caminho alternativo que não passe pelos grandes desertos de sal da Bolívia.

PELO MUNDO

Principais reservas (em 0)	Principais produtores (em 0)
Bolívia 5.400.000	Chile 32.000
Chile 3.000.000	Austrália 6.900
China 1.100.000	China 3.500
Total no mundo 11.000.000	Total no mundo 27.400

© 2015 QUATRO RODAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. NÃO SE PODE REPRODUZIR NEM PARTE DESTA OBRA SEM A PERMISSÃO DA QUATRO RODAS.

Via expressa

Força para os elétricos

Demanda existe, e está espalhada pelos principais mercados de luxo. A consultoria internacional Bain & Co. fez uma pesquisa com 4.000 entrevistados de alto poder aquisitivo em oito países – como Estados Unidos, China e Alemanha – e constatou que eles estão dispostos a comprar um veículo elétrico como segundo carro, para uso em distâncias curtas. O estudo sugere que, ao contrário das marcas convencionais, esse segmento pode pensar menos no preço. Finais desses veículos e se dedicar a acelerar o desenvolvimento dos motores a eletricidade.

Para a Bain, o principal empecilho para o mercado de elétricos deslanchar é justamente a ausência de marcas tradicionais. Hoje, quem tem um Mercedes-Benz ou um Lexus e quer trocar a compra de combustível pela tomada elétrica tem de recorrer a modelos como o Tesla Roadster ou o futuro Fisker Karma, que já tem mais de 1.000 reservas, segundo a marca, e entrega prevista para o fim do ano. Para quem pode ter qualquer carro na garagem, comprar um elétrico está prestes a ser uma opção de verdade.

DA APPLE?

Um dos diálogos mais surpreendentes da pesquisa mostra que um em cada cinco europeus compraria um carro elétrico Tesla, já! Apesar, importante que não tem nenhum know-how no setor. Por enquanto.

O buraco é mais embaixo

Um estudo recomendado pelo Parlamento Europeu defende o uso obrigatório de monitores eletrônicos de pressão dos pneus nos carros fabricados a partir de 2012, como forma de reduzir o lançamento de dióxido de carbono na atmosfera. O aparelho, oferecido pela primeira vez no Porsche 959 em 1986, alerta quando a calibragem está 25% abaixo do ideal. Segundo a pesquisa, quatro em cada dez motoristas admitem não verificar a pressão dos pneus sequer uma vez por ano, o que resulta num desperdício de 20 milhões de litros de combustível e lançamento de 2 milhões de toneladas de CO₂. Hoje, só Audi, BMW, Mercedes, Opel e Seat oferecem o monitor em todos os modelos. O equipamento chega a custar 350 euros, quando oferecido como opcional.

Plástico amigo

Para quem gosta de carro, entrar num modelo zero-quilômetro com cheiro de novo e bancos empacados é um momento de plena satisfação. Mas também tem seu preço: o plástico usado para cobrir os assentos é de difícil decomposição e, mesmo quando reciclado, tem seu impacto ambiental. A Honda brasileira resolveu tirar esse peso da consciência de quem compra Civic e Fit fabricados em Sumaré (SP) ao passar a usar embalagens biodegradáveis nesses modelos.

Aparelho alerta quando é hora de calibrar

Fisker Karma já tem mais de 1.000 encomendas

Figura 3 - Spread da revista Quatro Rodas

Teste Kia Magentis EX 2.0

Acerto de contas

O novo Magentis descola-se de vez da imagem de carro barato, mas continua sendo comedido com o bolso

POR PAULO CAMPO GRANDE | FOTOS MARCO DE BARI



Design retocado por Peter Shreyer, ex-Audi



MAGENTIS

R\$ 69.900

Opção promocional: excluir câmbio automático, bancos de couro, airbags, ABS e motor equip de 100 cv.

Não faz muito tempo, o verbo desajar não costumava ser conjugado quando o objeto em questão era um carro coreano. Ter um deles era mais uma contingência financeira que propriamente a realização de um sonho. Mas essa imagem está sendo rompente e rapidamente varrida para o capítulo do folclore. De olho no mercado global, as montadoras fazem parcerias e aliciam fornecedores do primeiro tinte da indústria mundial e passaram a fazer produtos que entregam reais vantagens a seus compradores. O Kia Magentis, que chega agora em uma nova versão reestilizada, é mais um bom exemplo do novo status dos coreanos.

Seu estilo é bastante discreto, como costuma ser nesse segmento de sedãs, mas chama atenção com suas linhas limpas e elegantes. Esse visual é uma das primeiras criações do designer Peter Shreyer, ex-Audi. O destaque no desenho do Magentis vai para a nova grade dianteira, a mesma que aparece no carro-conceito KND4, apresentado no Salão do Automóvel de São Paulo. Mas a linha de cintura, a calana traseira em forma de triângulo e os detalhes cromados no friso do teto e nas maçanetas convidam o olhar a percorrer toda a extensão da carroceria. O interior também é atraente. O cuidado com que os designers trabalharam se revela em diversos elementos com diferentes texturas e nos materiais de boa qualidade.

Cinco estrelas A cabine acomoda cinco pessoas com conforto. Com 1,45 metro de largura e 1,11 metro de espelho para as pernas, na dianteira, o Magentis oferece mais espaço que um Toyota Corolla (que é maior que o Honda Civic), com 1,39 e 1,0 metro, respectivamente. No seu porta-malas cabem 420 litros, enquanto o do Corolla leva 470 litros e o Civic apenas 340 litros.

Mas o Magentis tem mais virtudes nem tão visíveis. Segundo a Kia, nessa reestilização a carroceria do sedã recebeu reforços para deixar sua estrutura mais segura, com a criação de zonas de absorção de impactos para proteger a integridade física dos ocupantes em caso de acidente. Essas melhorias – e a inclusão de equipamentos como duplo airbag, freios ABS e bancos dianteiros com sistema ativo de proteção contra colisões traseiras – lhe valerem a nota máxima de cinco estrelas no teste americano de colisões frontais e laterais.

O motor 2.0 é digno de nota, porém, mais em razão do seu rendimento que pelo funcionamento,

MARCO QUATRO RODAS

Figura 6 - Spread da revista Quatro Rodas

Aventura Rock and Rolls



Polígonos de tirar o fôlego, assim como o asfalto da estrada





A pesar da quilômetra de seus 5,83 m, não era páreo para os caminhões nos Andes. Mesmo nas estradas vazias não faltou companhia, de policiais ou Hanas



A ROTA DO ROLLS

areias. Dias de 22 horas durante três semanas, a escalada impiedosa de carros e motos em dunas tão altas quanto um prédio e perigos menos previsíveis, como campos minados, criaram uma aura de aventura como nenhuma outra corrida. "O Dakar na América do Sul é bem diferente", diz Sebastián. "Não há 1.000 quilômetros de areia em um dia, como na Montanha, mas a temperatura pode chegar a 45 graus. É duro, mas de um jeito diferente: menos areia solta e mais trilhas duras de deserto."

No Chile está a parte mais espetacular e exigente da rota. Corre a 4.000 metros de altitude em um deserto que recebe menos que um dedão de chuva por década não é comum. Não é de admirar que a Nasa tenha usado o Atacama em simulações de missões na Lua e em Marte. Ao contrário do Saara, que tem suavidade e certo romantismo, o Atacama tem uma aura ruda e mortal. Sua beleza está em seus extremos.

Há uma semana o Phantom estava dançando tangos pelas avenidas de Buenos Aires. Agora a carro voadora no topo da famosa grade está limada e as laterais da limusine feita a mão estão cobertas de areia. De alguma forma o aspecto do Phantom suado faz

No lugar mais seco do mundo, entre riuas, mais sobram campos-de-sal



Era parar na rua para ser alvo de olhares... e câmeras de celulares. O Rolls encarou dos perigos de suas terras e aos viajores escondidos no mapa





sentido. E não apenas ele roda com desenvoltura na terra como seu maneio nas trilhas onduladas e escorregadias melhora do que você imaginaria.

Buracos? Onde? O Rolls acaricia o terreno como um míssil de cruzeiro. Ondulações, buracos e costelas-de-vaaca desaparecem sob os gigantes pneus Goodyear de 23 polegadas. E, com o controle de tração desligado, o Phantom se equilibra perfeitamente, escorregando ligeiramente para o lado de fora em curvas de cascalho escorregadio. Tudo o que falta é um tomado gutural do motor V12. Mas isso seria como pedir a uma dama para ter mais modos.

As estradas de terra no Atacama premiam o motorista que pisa fundo. Em outras palavras, plore como se estivesse fugindo da polícia e vice-versa se divertir. Especialmente em um carro de quase meio milhão de dólares, uma visão já rara no Park Avenue ou Park Lane, muito mais na rua principal de casbes de bairro de San Pedro de Atacama. Há aplausos e uma garota até assobia quando passamos pelas ruas estreitas em busca do único posto de gasolina da vila.

Aborçados pela terceira vez no Chile, a polícia rodoviária local deixou claro que nosso avanço pelo país estava sendo acompanhado atentamente. Não ajudou o fato de que a cobertura da mídia de uma recepção na embaixada britânica de Santiago nos tivesse transformado em pequenas celebridades. "Esta não é a primeira vez que vocês foram parados", diz o policial. É difícil resistir o lariz de 110 km/h em um carro capaz de andar onduladamente a quase três vezes tal velocidade e ras estradas mais lisas e pouco congestionadas do planeta.

O alerta é reforçado por vários monumentos à beira da estrada. Santitas, na verdade, em memória daqueles para quem dirigir no Chile significou o fim de suas vidas. "Muitos dos acidentes acontecem quando as pessoas dormem no volante", diz nosso guia. Além disso, o problema é que 110 km/h é a velocidade mais soporífica na qual você pode dirigir esse carro.

Levou duas semanas para cobrir os 10.000 km. Nem o carro nem seu piloto tiveram de usar muito. O Phantom não teve nem sequer um pneu furado como lembrança de ter cruzado a América Latina – duas vezes. Mas uma razão para os ingleses mostrarem aos franceses como fazer um ral com estilo.

FICHA TÉCNICA

Motor: 6 cilindros, 1996 cm³, V12, 48V, 674 cv, 435 cv a 5500 rpm, 72 mil cv a 5500 rpm

Câmbio: automático, 6 marchas, CVT (opcional)

Preço: 195 kg

Dimensões: comprimento, 583 cm; largura, 199 cm; altura, 143 cm; entre-eixos, 357 cm

Preço: discos ventilados em 4 rodas, com ABS, 160 e 170

Rolls e pneus: 180 mm, ano 71, Goodyear Eagle 285/45 R18

Preço: 104.000 (bruto 102.000) (dólares)

MARCO QUATRO RODAS

Figura 7 - Spread da revista Quatro Rodas



Figura 8 - Spread da revista Quatro Rodas



Figura 9 - Spread da revista Quatro Rodas



Figura 10 - Spread da revista Quatro Rodas

Neste trabalho, o projeto gráfico juntamente com o conteúdo desenvolvido foi usado para satirizar a mídia automotiva. Foi usado como base a revista mais arquetípica, **Quatro Rodas**, para estabelecer o padrão da mídia automotiva brasileira e a partir disso, subverter as convenções presentes.

Para fazer a justaposição com a **Quatro Rodas**, foram estabelecidos alguns requisitos para o projeto gráfico, como apresentar um diálogo entre o gráfico e o conteúdo nas páginas. Isso foi estabelecido para trazer uma experiência de leitura variada ao longo da publicação, com páginas visualmente coerentes com o conteúdo. Como o material varia ao longo da revista, é necessária liberdade de adaptação da diagramação, mantendo coerência, e isso pode ser proporcionado por um grid modular.

A utilização do espaço na **Quatro Rodas** é altamente funcionalista, objetivando a ocupação eficiente do papel. Neste projeto, se buscou maior liberdade quanto ao

uso do espaço, tanto para favorecer uma leitura descontraída, como para permitir modular a cadência da leitura de acordo com o conteúdo apresentado.

Os atributos anteriores são possíveis pelo produto ter pequena escala e não ser comercial. Logo, aproveitou-se dessas condições pouco proibitivas para criar um produto gráfico com mais zelo pelo belo do que pelo prático.

A partir dos preceitos estabelecidos para o projeto gráfico, buscaram-se referências de projetos editoriais similares, para embasar a elaboração gráfica do projeto.

Uma revista eleita para análise gráfica foi a **Emigre** (1984-2015), uma publicação norte americana sobre design gráfico. Uma das primeiras revistas projetadas com computadores Macintosh, foi de grande importância para o design gráfico na nova condição digital.

A construção do grid da publicação é muito modulado, tendo uma grande variação entre edições e mesmo dentro de uma mesma publicação. É comum a sobreposição de caixas de texto com elementos gráficos e com fotografias ou ilustrações. Sendo uma revista que trata de design, essa variedade no grid traz um elemento interessante para a leitura por meio da liberdade no projeto e as possibilidades dentro de uma publicação editorial.

A **Emigre**, sendo uma revista feita por uma fundição tipográfica, tem como grande proposta apresentar os tipos desenvolvidos pela empresa. Por conta disso apresenta grande variedade tipográfica, contendo diversas famílias dentro da mesma edição. Essa pluralidade de fontes traz um projeto gráfico muito dinâmico e com caráter distinto para cada parte da revista. A tipografia aqui tem um papel importante na construção da narrativa da revista, e é um dos elementos focais do projeto gráfico.

A revista é primariamente monocromática, trazendo cor somente nas páginas impressas com a capa, mas faz uso das variadas manchas tipográficas e de imagens em preto e branco para criar uma publicação com muito conteúdo visualmente estimulante.

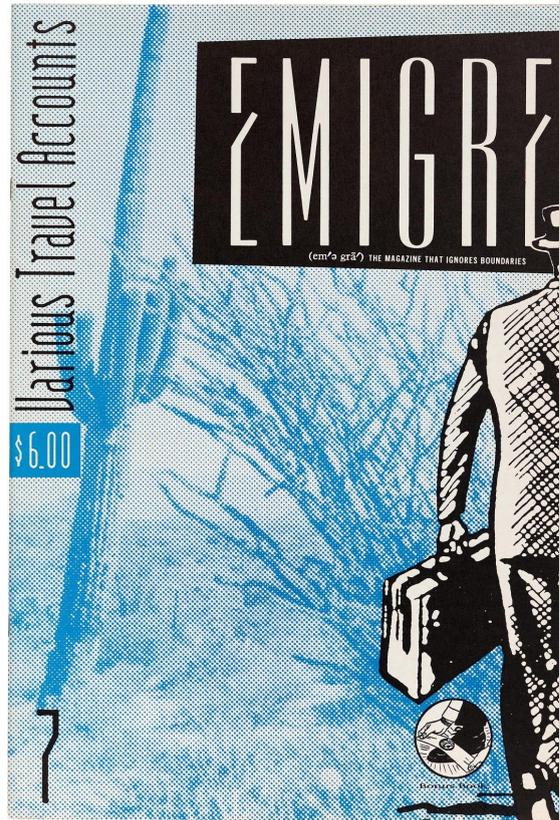


Figura 11 - Capa da revista Emigre edição 7



Figura 12 - Capa de revista Emigre edição 20

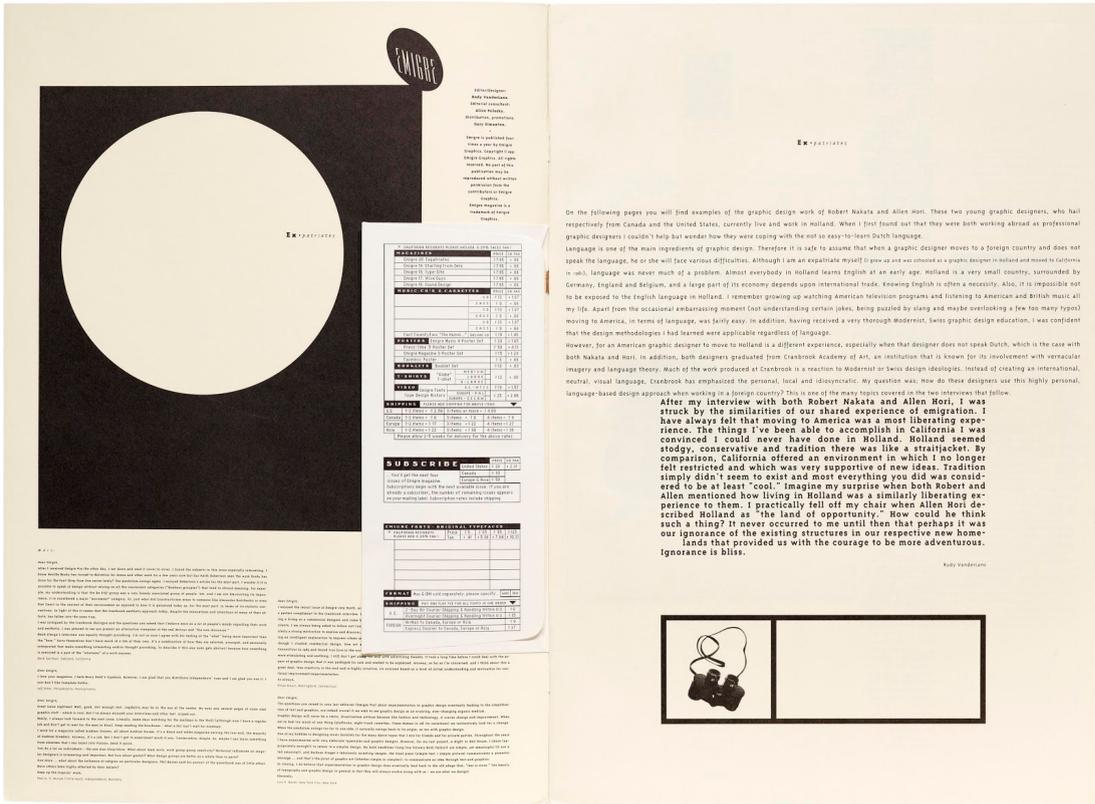


Figura 15 - Spread da revista Emigre

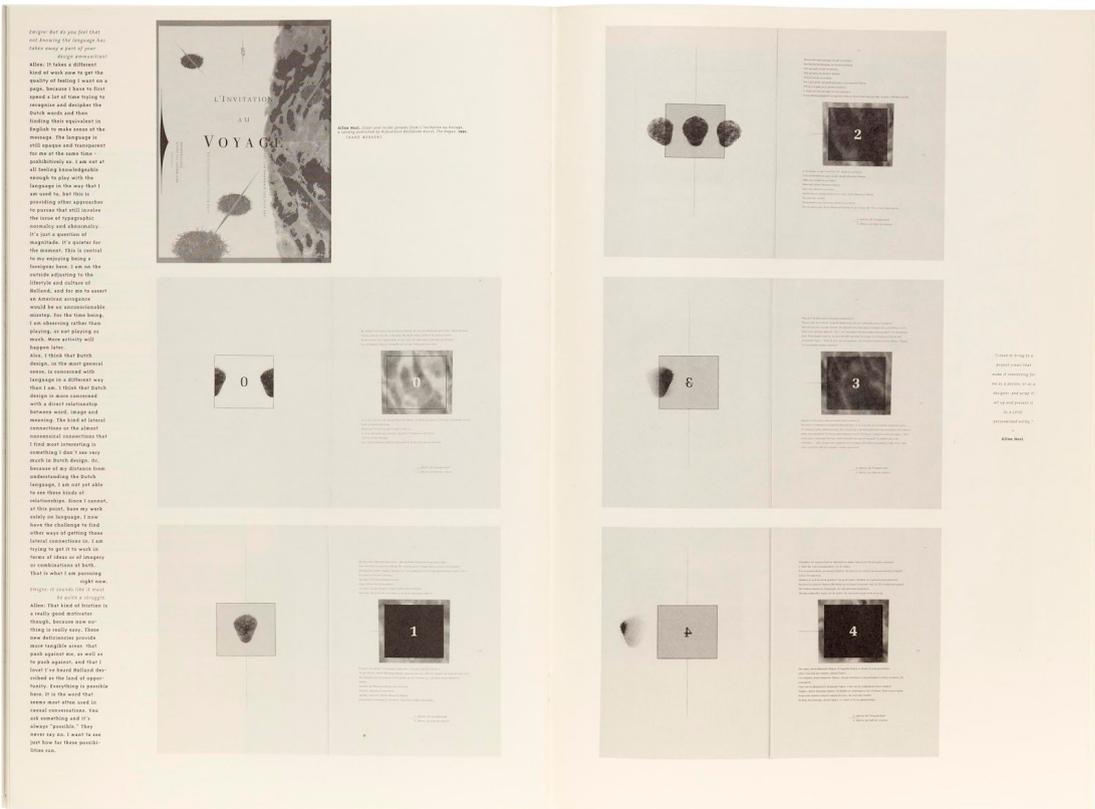


Figura 16 - Spread da revista Emigre

A análise da **Emigre** levou às conclusões que se seguem:

- A publicação utiliza toda a página para modular amplamente o conteúdo, usando diversos tamanhos de coluna e espaços brancos na página.
- Grande integração e variação da relação texto-imagem, que resulta em páginas bem distintas e uma leitura dinâmica.
- Uso muito variado da tipografia, alterna famílias, pesos e tamanhos para criar distinções diversas na hierarquia da informação.
- Primariamente impressa em preto e branco, com uso esparsos de cores, mas ainda assim com muitas imagens.

A revista **Emigre** serviu de inspiração para o projeto gráfico da revista desenvolvida, com a sua utilização da tipografia como elemento gráfico na página. A tipografia utilizada de formas distintas no projeto gráfico, com variações de tamanho de coluna, pesos e famílias tipográficas, instigou a utilização da tipografia como forma de variar o ritmo da leitura e hierarquia de informação, além do uso como elemento visual focal para as páginas da publicação.

Outra revista analisada foi a **Ray Gun**, publicada de 1992 a 1999, graficamente muito influente, tratava de música alternativa e isso era muito bem refletido em seu projeto gráfico.

A publicação não traz nenhum grid aparente para a organização das páginas, tendo um projeto gráfico muito orgânico e até caótico em momentos. Tem caixas de texto dispostas em diversas orientações e com posicionamento na página de forma totalmente livre, fazendo com que cada página tenha um caráter muito próprio. A unidade gráfica da revista vem a partir dessa falta de uniformidade e pelo próprio caos apresentado em cada página. Isso é uma grande influência das publicações independentes, *zines*, feitas artesanalmente e que tiveram papel importante nesse meio da música alternativa, tema retratado na revista.

A falta de uniformidade no grid se estende também à tipografia da **Ray Gun**, faltando um padrão nas fontes usadas. A disposição dos textos é usada como um elemento poético na revista, trazendo um caráter muito vanguardista à revista, não é dada prioridade à leitura, o aspecto principal é a forma dada às páginas. As caixas

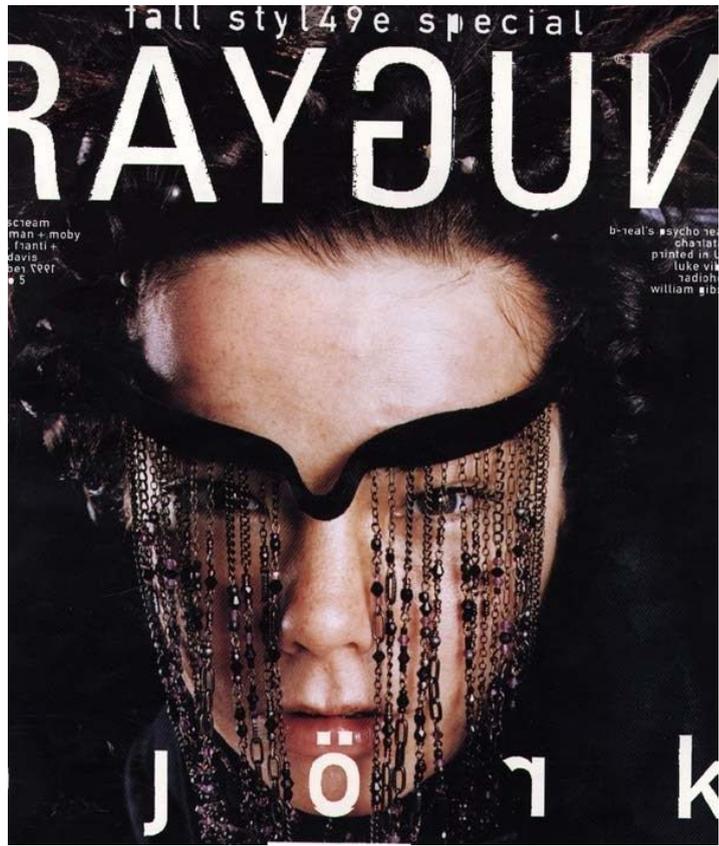


Figura 18 - Capa da revista Ray Gun



Figura 19 - Spread da revista Ray Gun

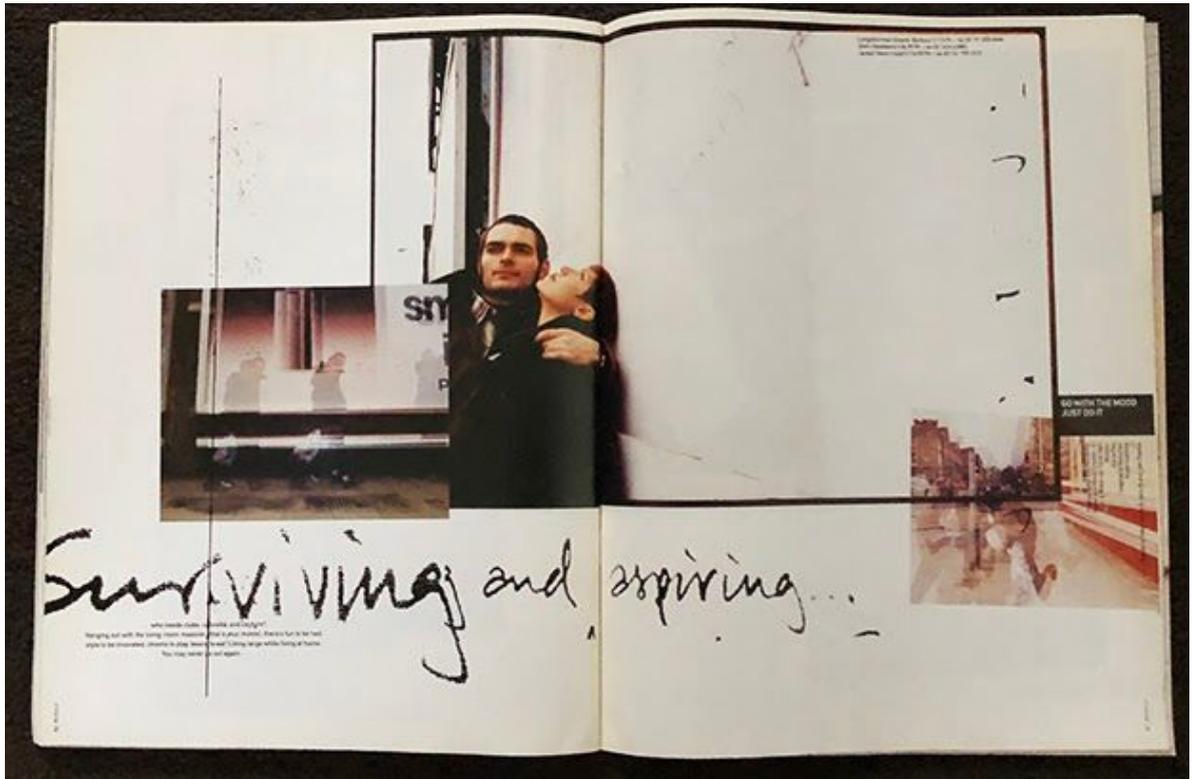


Figura 20 - Spread da revista Ray Gun



Figura 21 - Spread da revista Ray Gun



Figura 22 - Spread da revista Ray Gun

Da análise da **Ray Gun**, percebeu-se que:

- À primeira vista é muito marcante o caos aparente, com texto sobreposto com imagens e sobre si mesmo.
- Uso radical da tipografia, com textos compostos em distintas fontes, pesos e tamanhos no mesmo bloco, alternando orientações e formas de caixa de texto muito peculiares dialogando com as imagens.
- Traz influências claras de zines na sua composição, como a negligência de quaisquer convenções e também com suas fotografias pouco tradicionais. Altamente coerente com a estética do tema da revista.

A partir da análise feita da revista **Ray Gun**, foi utilizada como inspiração a liberdade com o projeto gráfico e organização de informação para o desenvolvimento da publicação. Para conformar a forma ao do conteúdo da revista, foi usado como influência a falta de padrões rígidos da **Ray Gun**, para possibilitar a criação de uma diagramação adaptada a cada tipo de conteúdo presente na revista.

Outra fonte analisada foi o Petrolicious, um site que publica artigos e vídeos com alto valor de produção, de carros especiais e exclusivos, com grande foco na beleza, emoções e histórias desses veículos. Em 2019, lançou uma revista com os mesmos enfoques de seus outros conteúdos, **Drive Tastefully Quarterly**.

Esta é uma referência com padrões muito claros, priorizando a clareza na apresentação do conteúdo e a elegância do projeto. A **Drive Tastefully** traz um grid de três colunas para organizar o seu conteúdo que consiste de textos corridos e fotografias grandes. Este arranjo funciona bem pela simplicidade do projeto gráfico, com espaço para arranjar os textos mais longos e também as fotografias que costumam ocupar todas as três colunas. A revista se utiliza desse tradicionalismo para dialogar com o conteúdo que trata de carros clássicos, muitas das vezes, e traz esse elemento de elegância por meio da simplicidade e leveza do projeto gráfico. Essa leveza é atingida pelo uso de amplos espaços brancos na página, que também acaba promovendo uma leitura mais vagarosa.

A tipografia utilizada pela **Drive Tastefully** consiste em uma fonte sem serifa pesada e larga que rememora a distorção horizontal gerada pela locomoção em alta velocidade. Essa fonte interage de forma bem contrastante com a leve serifada utilizada para a composição dos textos da revista, que traz uma forma bem elegante e que dialoga com o tradicionalismo presente na revista.

As fotografias, ocupando amplos espaços, são a única presença de cor nas páginas da revista. Isso faz com que se destaquem as belas fotos, que são um importante elemento focal da revista.

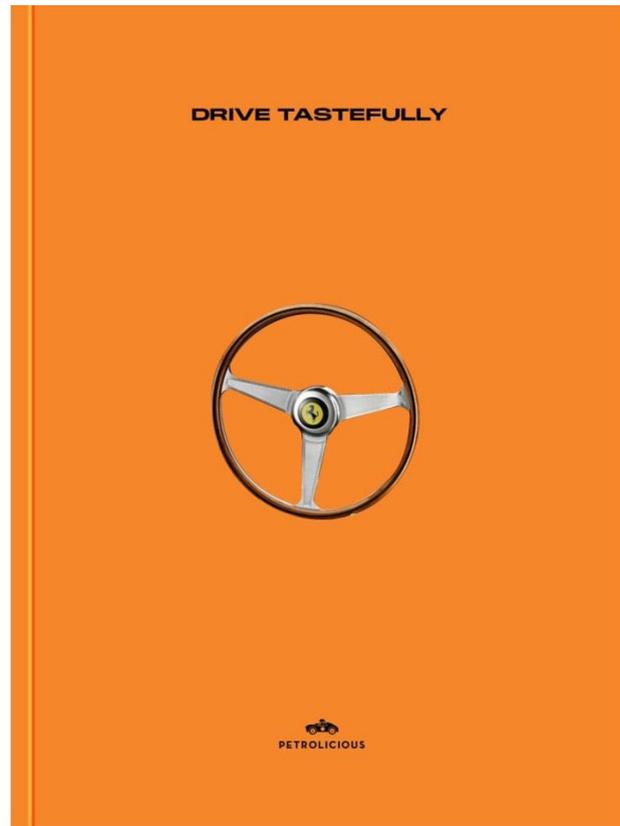


Figura 23 - Capa da revista Drive Tastefully Quarterly



Figura 24 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly



Figura 25 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly

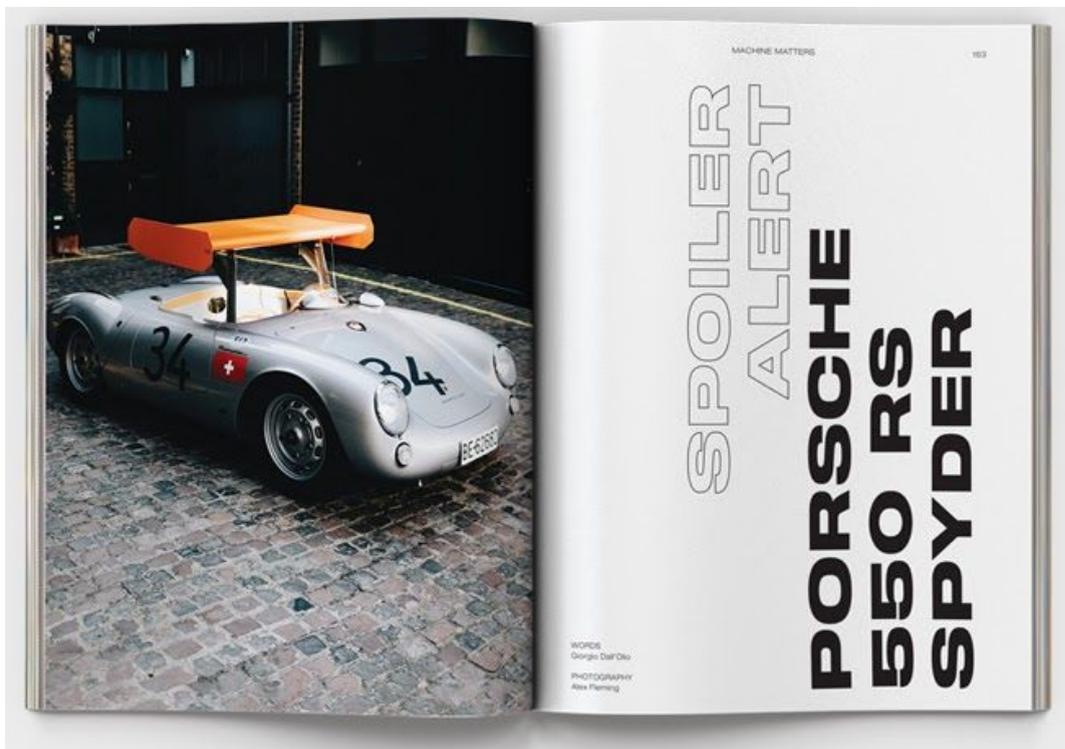


Figura 26 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly



Figura 27 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly



Figura 28 - Spread da revista Drive Tastefully Quarterly

Ao observar o projeto gráfico da **Drive Tastefully Quarterly**, Constatou-se que:

- Possui projeto gráfico mais tradicional, mas com execução muito elegante, amplos respiros nas páginas e bela tipografia.
- Traz muitas fotografias, grandes e coloridas, com ângulos incomuns que valorizam aspectos específicos daquele carro retratado. São tão importantes para o conteúdo quanto o conteúdo verbal.

Para a criação da publicação, foi usado como referência a valorização da fotografia presente na revista **Drive Tastefully**, com fotografias bem pensadas para valorizar aspectos específicos do carro e usá-las como ferramenta de construção da narrativa criada ao longo da revista em cada parte do conteúdo.

Outro aspecto levado para a produção da revista foi a busca pela elegância do projeto gráfico por meio da utilização do espaço para a criação de uma página bela com margens amplas, espaço em branco e posicionamento das caixas de texto.

Desenvolvimento do Projeto

Fase Inicial

Inicialmente, o projeto objetivava ser um material educativo para promover um trânsito melhor, ensinando motoristas como promover um trânsito mais harmônico. O produto seria uma publicação educativa apresentando a conjuntura atual do trânsito e da mobilidade urbana no Brasil, com o auxílio de estatísticas, para ilustrar a gravidade da situação, que muitos consideram natural.

O principal foco do projeto seria apresentar ferramentas para motoristas contribuírem positivamente para o trânsito. Isso seria alcançado com a apresentação ao leitor uma série de conceitos e práticas que promovem mais segurança e fluidez ao trânsito.

Posteriormente, foi analisado o impacto que esse produto poderia ter. Especulou-se que não seria algo que geraria muito interesse, tendo em vista que campanhas educativas do trânsito têm pouco engajamento e são desinteressantes para a maior

parte da população. Logo, com o fim de criar um produto não só educativo, mas interessante e engajador também, optou-se pela criação de um material humorístico.

Definição do Público Alvo

O público alvo do projeto foi definido como motoristas homens, com 30 anos ou mais. A população masculina foi escolhida por ser a maior causadora de acidentes, e por sofrer mais com o seu ego ferido no trânsito. Essa faixa etária foi eleita, pois apesar de motoristas mais novos serem altamente imprudentes, as gerações mais novas estão se afastando do carro como meio de transporte.

Apesar deste material ser útil para todos motoristas, o maior foco é naqueles que acham que o carro é o meio de locomoção ideal e acham que a rua é exclusivamente lugar de carro e que por isso não enxergam as mazelas do transporte automotor, e se portam de forma agressiva e desconsiderada no trânsito.

Elaboração do Conteúdo

Observados os padrões presentes no formato e linguagem desse nicho do mercado editorial, além da análise de conteúdos humorísticos, a primeira etapa na elaboração do projeto foi a produção do conteúdo para a publicação.

Primeiramente definiu-se quais seriam os tipos de conteúdo a se produzir, as seções da revista. Para parodiar a mídia, optou-se por usar um formato de conteúdo similar, mas dentro deste, tendo um material que subverte o que é esperado de uma revista automotiva.

As seções definidas foram: **Artigos, Guias & Dicas, Lista 10, Avaliações, Notícias, Papo de Posto**, além do **Correio** e um **Editorial**.

Os **Artigos** apresentam teor dissertativo, em um formato de ensaio. Foram estabelecidos os temas “Como ganhar rachas”, “As melhores estradas do Brasil” e “Autoniilismo”. A escrita destes artigos foi feita debochando de como pensa, muitas vezes, o motorista descrito no público alvo. Aqui o autor toma a forma de uma personagem que pega o estereótipo do motorista egoísta, agressivo e egocêntrico e o exagera, para expressar ideias absurdas mas que ainda tem algum lastro na realidade. O artigo “Autoniilismo” apresenta abordagem distinta, pois em vez de

retratar as atitudes dos motoristas, fala-se a respeito da relação com o carro, o carro como objeto e quais são seus atributos significantes.

Na seção de **Notícias** foram reinterpretados acontecimentos da indústria automotiva de forma a exacerbar a visão hermética do apaixonado por carros, que não quer enxergar além do próprio automóvel e perceber seus impactos.

Para a parte **Guias & Dicas** da revista, são apresentados alguns tutoriais que interessam a motoristas imprudentes e agressivos. Evidencia-se aqui a forma como o motorista, muitas vezes, se crê o dono da razão nas ruas, burlando leis e tentando “educar” os outros ocupantes da via.

Foram produzidas duas **Avaliações** de carros, de um moderno (Sanderó) e um antigo (Chevette). As duas são distintas entre si, a do Sanderó tendo mais semelhança com as avaliações comuns de revistas e a do antigo com menos rigor formal, sendo mais dissertativa do que descritiva.

A avaliação do carro novo teve como referência a formatação comum, apresentando o conteúdo em tópicos, sendo estes: interior; exterior; mecânica; e sensação.

Conclui-se com uma breve ficha técnica. O conteúdo aqui tentou apresentar o carro como nada além do ordinário, para fazer o contraponto com avaliações, e a própria visão romantizada das pessoas, que fazem o carro parecer mais do que ele é.

Para a avaliação do Chevette, foi utilizado uma diagramação mais livre para o conteúdo apresentado, por se tratar de um veículo de menor interesse de aquisição e maior valor sentimental. Foi retratado, o carro antigo, com menos glamourização do que é comum para revistas, ao apresentar um exemplar mal cuidado, em contraponto aos usuais modelos impecáveis que adornam as páginas de revistas. Essa falta de romance também se expressou por meio da exaltação de aspectos indesejáveis do carro.

O **Papo de Posto**, uma entrevista, tomou forma de uma conversa descontraída. O objetivo aqui foi retratar a obsessão de entusiastas com essas máquinas e trazer ao projeto, além das críticas, o apego afetivo que esses objetos podem gerar.

Outro conteúdo desenvolvido foi a **Lista 10**, que elenca dez carros para chatear ambientalistas. Essa lista teve a função de debochar da visão egoísta e a atitude

defensiva e saudosista de um estilo de vida incoerente com as cidades contemporâneas.

O **Correio** foi feito para exemplificar, de forma exagerada, o que dizem alguns entusiastas e mostrar o absurdo que são esses pontos de vista.

Por fim, foi escrito o **Editorial**, que resume e apresenta o conteúdo da revista.

Para complementar o tom da revista, foram criadas três publicidades, dispersadas ao longo da revista. Isto foi feito como mais um elemento de paródia do mercado editorial e automotivo. Duas das publicidades são comentários a respeito de como é retratado o carro para consumidor e uma delas é uma sátira a respeito da omissão dos órgãos governamentais a respeito da locomoção ativa.

A nomeação da publicação foi feita para refletir o seu caráter satírico e automotivo. Foi definido que Aro 17 seria o nome da revista, para retratar uma das mais desejadas melhorias e modificações feitas a carros, as rodas. E além de 17 polegadas ser um tamanho comum para rodas, também serve o papel de fazer um trocadilho político correspondente com os pensamentos e atitudes satirizados ao longo do conteúdo.

Projeto Gráfico

Após analisar os padrões de uma revista automotiva no Brasil, foram estabelecidos requisitos para a execução do projeto gráfico após a produção do conteúdo a ser disposto na publicação.

Utilizou-se o projeto gráfico como um elemento para parodiar a mídia automotiva, além do conteúdo. O objetivo gráfico foi apresentar um conteúdo automotivo em uma revista, que não se atém aos padrões desse nicho, propor um projeto gráfico diferenciado do que é habitual. Isso foi feito com o propósito de causar estranhamento e ajudar a formar a ideia de que aquilo não é um conteúdo usual sobre carros.

Para que esse objetivo fosse atingido, buscou-se contrastar com a apresentação gráfica da revista **Quatro Rodas**. Com isso em mente, foram estabelecidos parâmetros para a criação de um projeto gráfico destoante da norma, tais como:

maior diálogo entre o conteúdo e o projeto gráfico; maior liberdade no uso do espaço para gerar cadências de leitura variadas; criação de um produto mais belo e experimental, em contraste com o funcionalismo tradicional.

O primeiro objeto de experimentação no projeto gráfico foi o formato da página. O intuito foi buscar semelhança com o conhecido, mas com uma nuance distinta. Buscou-se uma página maior, por questões formais e táteis, apresentando a publicação como algo mais especial quando comparado a uma revista mensal. Além disso, a página maior possibilitou também valorização fotográfica e experimentação na diagramação. Optou-se por um formato de página levemente mais estreito e um pouco mais alto que o da **Quatro Rodas**, mantendo uma proporção próxima, mas buscando algo mais elegante, em conjunto com a mancha.

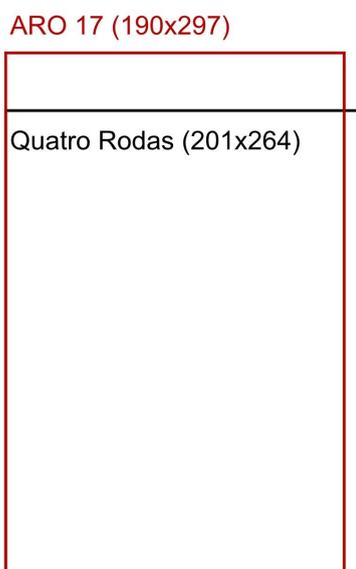


Figura 29 - Comparativo de formatos de página

Para que fosse possível uma maior adaptabilidade de diagramação para os diferentes tipos de conteúdo presentes na revista, escolheu-se um sistema de grelha modular, por possibilitar distintos tamanhos de colunas, retículas e disposição variada de conteúdo na página. Este tipo de grelha confere a liberdade necessária para a criação de páginas que dialogam com o conteúdo nelas exposto, com maior facilidade que um sistema de colunas. Esse sistema também facilita a experimentação com o espaço da página, habilitando a flexibilidade da utilização de

espaços em branco na diagramação em conjunto com o conteúdo, para proporcionar ritmos de leitura de acordo com o texto apresentado.

As margens da página foram definidas a partir da vontade de criar um projeto gráfico que fosse oposto ao esperado de revistas com alta tiragem. Com esse propósito, foram definidas margens um pouco mais generosas, para poder dar uma arejada na página, e por meio do formato de papel maior, não se perdeu muito espaço útil para a disposição de informações.

Foi escolhido o sistema de grade com seis colunas e três linhas subdivididas com a grade de linha de base. Optou-se por um número maior de colunas, para possibilitar o deslocamento das caixas de texto tanto na horizontal quanto na vertical na disposição dos textos e das imagens. Para a definição das linhas de base, foi necessário definir um tamanho de corpo para que se pudesse estipular a entrelinha, e com isso foi definida toda a grade do projeto.

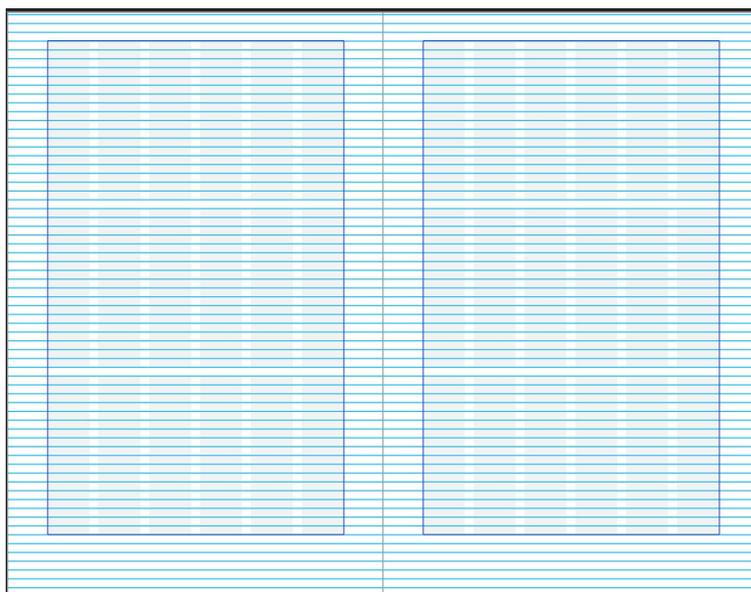


Figura 30 - Sistema de grelhas

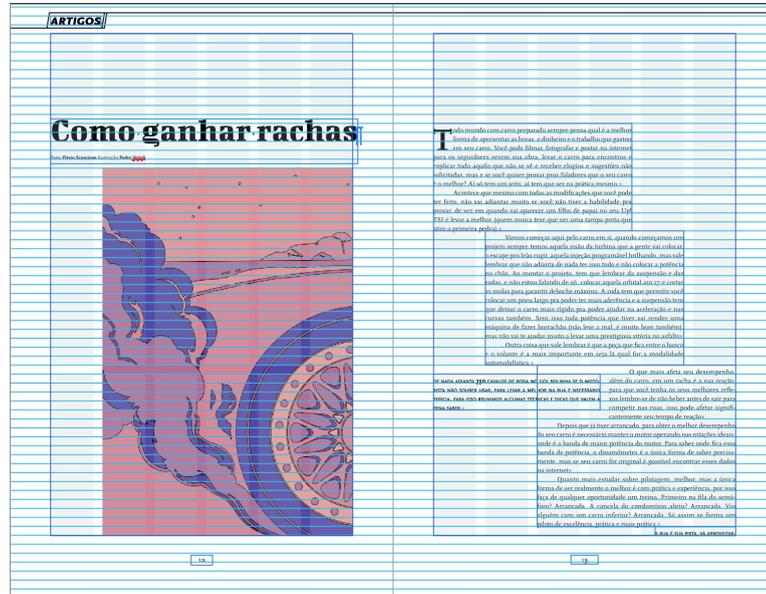


Figura 31 - Aplicação do sistema de grelhas

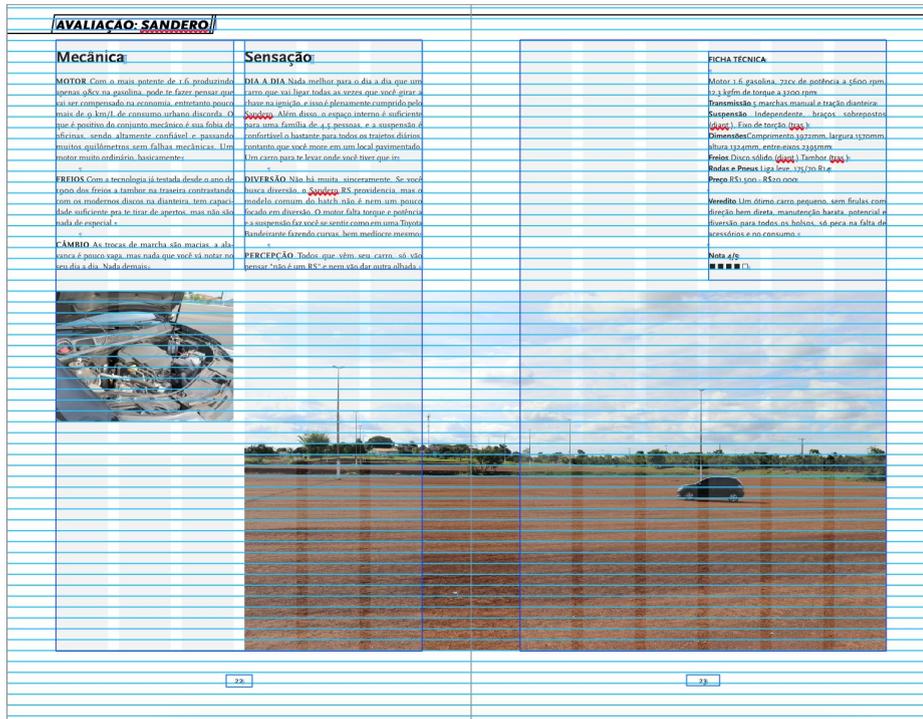


Figura 32 - Aplicação do sistema de grelhas

A escolha de tipos começou pela seleção de uma fonte para o corpo do texto. Para a definição dessa tipografia de base, levou-se em consideração o tom humorístico da

revista para buscar uma fonte de caráter mais leve, com espaços negativos amplos e que definisse um ritmo mais suave à leitura. Ademais, era necessária uma família versátil, ou seja, com variações de pesos e estilos, para compor o conteúdo com distintos níveis na hierarquia de informação, e para variações necessárias em um texto, como itálico, *bold* e versalete. Foi definido também que se utilizaria uma fonte serifada, pelo auxílio à legibilidade proporcionado, bem como para propor um projeto gráfico mais elegante. A partir desses preceitos, foram eleitas algumas candidatas, e foi-se afinando as escolhas até que se chegasse à família definida, Scala, por se adequar aos critérios e ter um desenho elegante e de boa leitura.

Outra característica de bom proveito da Scala, é que se trata de uma superfamília tipográfica, contendo mais de uma família, em especial as variantes com e sem serifa. Por já contar com uma família sem serifa, utilizou-se esta para estabelecer uma hierarquia clara da informação com uma fonte que harmoniza perfeitamente com a fonte de base. A Scala Sans foi utilizada para bigodes, olhos, foguetes, legendas e paginação.

Após a definição da fonte base, foi escolhida a fonte para ser usada nos títulos da publicação. O principal critério de escolha foi apresentar presença marcante na página, gerar contraste com a fonte de base por meio de seu desenho, mas que mantivesse uma harmonia por meio das proporções. Dentre as possíveis escolhas, a que melhor se encaixou nos critérios foi a fonte Bigshot One, uma fonte *display*, com linhas marcantes e com uma mancha escura, garantindo porte imponente na página e um belo desenho para ser exaltado com um grande tamanho de corpo.

O tamanho do corpo da fonte de base foi definido em 9,5pt, para garantir uma leitura confortável e acomodar textos em caixas com três colunas de largura, e por meio disso foi definida a altura das linhas de base, para garantir uma mancha de texto uniforme e de boa leitura.

Como Ganhar Rachas

Bigshot One preparado sempre pensa qual é a melhor forma de apresentar as horas, o dinheiro e o trabalho que gastou em seu carro. Você pode filmar, fotografar e postar na internet para os seguidores verem sua obra, levar o carro para encontros e explicar tudo aquilo que não se vê e receber elogios e sugestões não solicitadas, mas e se você quiser provar pros faladores que o seu carro é o melhor? Ai só tem um jeito, ai tem que ser na prática mesmo.

Acontece que mesmo com todas as modificações que você pode ter feito, não vai adiantar muito se você não tiver a habilidade pra provar, de vez em quando vai aparecer um filho de papai no seu Up! TSI e levar a melhor (quem nunca teve que ver uma capota preta que atire a primeira pedra).

Vamos começar aqui pelo carro em si, quando começamos um projeto sempre temos aquela visão da turbina que a gente vai colocar, o escape pro céu rugir, aquela injeção programável brilhando, mas vale lembrar que não adianta de nada ter isso tudo e não colocar a potência no chão. Ao montar o projeto, tem que lembrar da suspensão e das rodas, e não estou falando de só colocar aquela orbital aro 17 e cortar as molas para garantir deboche máximo. A roda tem que permitir você colocar um pneu largo pra poder ter mais aderência e a suspensão tem que deixar o carro mais rígido pra poder ajudar na aceleração e nas curvas também. Sem isso toda potência que tiver vai render uma máquina de fazer borrachão (não leve a mal, é muito bom também), mas não vai te ajudar muito a levar uma prestigiosa vitória no asfalto.

Figura 33 - Combinação de tipos

Quanto ao conteúdo visual, a revista usa, de acordo com o conteúdo, ilustrações e fotografias,. Nas seções Notícias, Avaliações, Papo de Posto, Lista 10 e Correio foram empregadas fotografias para acompanhar o conteúdo verbal. O conteúdo fotográfico buscou se distanciar um pouco do padrão da mídia nacional, ao valorizar mais a linguagem da fotografia, em vez de apenas usá-la como ferramenta ilustrativa para auxiliar o texto. A intenção foi criar um paralelo maior entre o que é transmitido pelo conteúdo verbal e o que as fotografias apresentam.

Nas notícias foram usadas fotografias, por se tratar de eventos reais da indústria automotiva, mas buscou-se apresentá-las de forma mais interessante, com a exibição de detalhes e ângulos interessantes, além de usar os ângulos para mostrar o carro de formas distintas.

Na avaliação do Sandero, foram feitas fotos da maneira convencional, similares ao padrão do mercado editorial. Essa linguagem foi eleita para conversar com a avaliação em si, que trata o carro como o mais mediano possível.

Já na avaliação do Chevette, as fotos têm foco em detalhes do carro, apresentando pontos de deterioramento, dialogando com o texto que expõe o carro como bem usado e com mais apelo para entusiastas da direção e não tanto de questões práticas ou visuais.

Na entrevista do Papo de Posto, as fotos têm o papel de apresentar o carro como algo especial, como de fato é para o entrevistado. Foram feitas de forma a valorizar o carro e também a relação do carro com o dono. Tratando-se de um carro especial, recebe grande espaço na revista, contando com uma página dupla exclusiva para uma foto, ressaltando essa singularidade do carro.

Na lista 10, as fotos dos veículos são apresentadas de forma mais comparativa, uns com os outros, pois o conteúdo traz esse ranqueamento. A última foto, por se tratar do número um, recebe mais espaço na página, tanto pela posição na página, mas também pela magnitude da camionete.

O correio dos leitores conta com algumas fotos, claramente amadoras, por se tratar de uma seção na qual são dispostos alguns *memes* enviados para a revista.

Para as seções Guias & Dicas e Artigos, foram utilizadas ilustrações para acompanhar o conteúdo escrito. A seção de guias conta com ilustrações que se harmonizam com o aspecto caseiro e manual atrelado com trabalhar no próprio carro, incentivado pelos tutoriais apresentados na seção.

Nos Artigos, também foram usadas ilustrações por se tratar de textos com caráter de ensaio, não necessariamente lidando com questões objetivas. Nesse caso, a ilustração pode transmitir sensações atreladas ao texto melhor do que uma fotografia. Na criação foram entregues os textos e explicada a conceituação da revista para designers, para que desenvolvessem as ilustrações baseadas no que fosse interpretado a partir do conteúdo.

Devido à grande utilização de fotografias e ilustrações na revista, foi definido que a parte tipográfica seria somente com o preto e branco, para dar maior destaque aos

elementos visuais coloridos. Desse modo, a unificação dos conteúdos se daria por meio de elementos gráficos e tipográficos.

Definido os parâmetros do projeto gráfico, executou-se a diagramação do conteúdo. Para que se mantivesse a qualidade e cada seção pudesse ter uma diagramação adequada ao conteúdo presente nela, foram identificadas as necessidades de cada uma delas.

Para as Notícias, são textos corridos curtos, sobre algum acontecimento com uma fotografia para cada notícia. Portanto, foi definido que seria feito com o texto unificado em um bloco e uma imagem espelhando esse bloco de texto.

Para a seção de Guias & Dicas, por conter informação instrutiva de formato linear, segmentada e ilustrada (com passo a passo quando cabível), foi necessário modular o conteúdo em blocos de informação e, frequentemente, dispor em lista.

Para os Artigos, o conteúdo tem o formato de texto corrido, acompanhado de uma ilustração, maior foco no texto e a ilustração tem papel de consolidar os conceitos apresentados no texto. Por conta desses parâmetros, o texto e a imagem precisam dialogar, seja no formato da caixa de texto ou na sua disposição. Por apresentar muito conteúdo verbal, é necessário que a página seja bem arejada, para que a leitura não fique pesada para o leitor. A imagem e o texto também precisam ser separados na página, para assegurar esse foco no texto, mas a unidade é garantida pela conversa entre a tipografia e as ilustrações.

Nas Avaliações, para o carro novo, é importante ter o conteúdo modular, separando os aspectos do carro, com cada conteúdo sendo ilustrado por uma foto. Também é necessário apresentar uma ficha técnica e um veredito, isolado do resto do conteúdo, para sumarizar as características do carro e finalizar a matéria. Para obter esse efeito, são utilizados blocos de texto acompanhados das imagens, dispostos livremente na página. Há a utilização de módulos de texto e imagem, mas também módulos compostos apenas por imagens. Também há o uso de espaços negativos para quebrar o fluxo do conteúdo e permitir uma leitura mais pausada.

Para a Avaliação de Clássico, as necessidades do conteúdo são similares às da seção Avaliações, mas com formato menos modulado, contendo uma história. O

resultado é um texto mais evocativo, com fotos para ilustrar os pontos levantados e ficha técnica para finalizar. A aplicação desses requisitos se dá por meio do emprego de blocos de texto mais contínuos, que abordam o carro em questão. Este conteúdo aparenta ser um misto de artigo com avaliação, pelas características do texto mais corrido e sua interação com o conteúdo imagético.

O conteúdo da seção Papo de Posto é composto por uma entrevista e belas fotos para ilustrá-la, com teor mais intimista. Para isso foi buscado trazer a entrevista de forma mais próxima a uma conversa e expor fotos para valorizar o carro e seu proprietário.

Para a Lista 10, é o conteúdo mais simples e mais segmentado. Apresentado com dez módulos de texto com foto, de forma linear. Os módulos são arranjados de maneira descontraída, para não parecer sério, mantendo o caráter linear e sequenciado.

No Correio, o conteúdo é disposto em módulos, um para cada correspondência, separados em dois grupos, textos e imagens enviadas pelos leitores. A página também conta com uma chamada no final, convocando o leitor a interagir com a revista, por meio de um endereço de email e um código QR.

As páginas adicionais criadas para compor o produto editorial foram o editorial e o sumário. O editorial, tratando-se de um conteúdo puramente textual, foi centralizado na página e disposto em uma única coluna, como elemento focal. A mesma página traz o expediente, levemente deslocado para causar o diferenciamento da hierarquia da página.

Para a criação do Sumário, foi dada ênfase aos principais conteúdos da revista: Artigos, Avaliações e Papo de Posto. Estes ocupam a maior parte da página, utilizando títulos grandes e imponentes, e fotos para despertar interesse e apoiá-los como elementos principais da página. Os outros conteúdos presentes na revista foram colocados na parte inferior da página, de maneira mais discreta, respeitando a hierarquia de informação, com uma breve descrição do que está presente em cada seção.

Por fim, foram elaboradas a capa e contra capa para concluir o produto. Foi utilizada uma foto da matéria Papo de Posto, que também traz a chamada principal da capa. Um quadrado emoldura o carro da foto, servindo como âncora visual, destacando o objeto e ainda fazendo uma analogia ao apelido do modelo, “Gol Quadrado”.

Na parte inferior da capa, apresentam-se as chamadas para outras matérias. Como um todo, buscou-se divergir do padrão de capa a qual apresenta-se, na maior parte dos casos, carregada de elementos que buscam fisgar a atenção do leitor. A intenção foi valorizar a fotografia e os elementos tipográficos, mantendo a capa simples.

Durante o projeto da capa, estabeleceu-se a tipografia para o logotipo da revista, com base no teor humorístico e busca pelo distanciamento do que é usual nesse nicho do mercado editorial. Elegeu-se a variação Shadow, da família Gill Sans, para traduzir esses preceitos de ser uma revista lúdica e destacada do seu meio.

The image shows the logo for the magazine 'ARO 17'. The word 'ARO' is written in a large, bold, black, sans-serif font with a thick white outline. The number '17' is also in a bold, black, sans-serif font with a thick white outline, positioned to the right of 'ARO'. The overall style is clean and modern, with a strong emphasis on the white outline of the black letters.

Figura 34 - Logotipo da revista

Quanto à encadernação do produto final, a escolha foi grampo canoa, por se tratar de um produto com poucas páginas (48), e por esse tipo de encadernação possibilitar a melhor abertura da revista para que as fotografias e ilustrações sejam apreciadas mais facilmente e com mais clareza.

CONCLUSÃO

O presente projeto buscou criar um material para contribuir com as discussões sobre mobilidade urbana no Brasil, por meio do incentivo à reflexão dos motoristas a respeito de seus hábitos no trânsito, os carros em si e a relação que têm com esses objetos.

O carro é amplamente presente na cultura brasileira, por isso, é comum que a situação causada pela preferência dada a esse meio de transporte seja vista como natural pela população geral, quando na verdade é danosa em diversos aspectos.

O caminho utilizado, para criar a reflexão a respeito dessas questões, foi a criação de um produto editorial com cunho humorístico, apresentando conteúdo satírico para engajar o leitor e causar a instigação a respeito do carro e dos motoristas.

O caminho do humor foi a ferramenta escolhida para fomentar a reflexão. Buscou-se uma forma atraente para abordar temas que não seriam necessariamente de interesse do leitor e seduzí-lo para pensar a respeito do que é apresentado. Esse foi o caminho selecionado, em vez de um material educativo e didático, por questões de engajamento e mais abertura do público alvo a receber esse tipo de informações.

O projeto abraçou uma abordagem que é pouco explorada por ativistas da mobilidade urbana, que é de tentar estabelecer um diálogo e propor a auto-reflexão, em vez de tentar, ativamente, educá-los a respeito dos temas tratados.

Além disso, a revista propõe uma forma distinta de apresentar conteúdo automotivo, tanto no aspecto de como o automóvel é abordado pela mídia, como também na proposta gráfica da revista, buscando distanciar-se do funcionalismo. Buscou-se criar uma revista mais interessante para leitores que não estão atrás simplesmente de conselhos como consumidores.

Como uma melhoria possível para o projeto, poderia ser apresentado, mais claramente, propostas de melhoria para a situação atual, além da reflexão incitada pela revista. Este é um possível direcionamento para que seja realizado um projeto mais completo, que ao ter o leitor em uma posição de abertura a novas ideias,

introduzi-lo a hábitos que possam ajudá-lo a ter uma conduta mais positiva na mobilidade urbana.

BIBLIOGRAFIA

Bringhurst, Robert. *Elementos do Estilo Tipográfico*. Cosac Naify, 1992.

Brown, Tim. *A Pocket Guide to Combining Typefaces*. Five Simple Steps, 2013.

Camargo, Marcelo. “Uma história da falta de planejamento.” *Em Discussão*, vol. 18, 2013,

<https://www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/mobilidade-urbana/contexto/uma-historia-da-falta-de-planejamento>. Accessed 10 11 2020.

de Lima, Ana Inez Oka Elvas, and Sylvia Cavalcante. “Tempo e Trânsito na

Experiência Subjetiva de Motoristas.” *SciELO*, Março 2015,

https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932015000100125. Accessed 19 Novembro 2020.

Lupton, Ellen. *Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes*. Cosac Naify, 2013.

Lupton, Ellen, and Jennifer Cole Phillips. *Novos elementos do design*. Cosac Naify, 2015.

McLuhan, Marshall, and Quentin Fiore. *O meio é a mensagem*. Ubu Editora, 2018.

Müller-Brockman, Josef. *Sistema de grelhas: Um manual para designers gráficos*. Editora Gustavo Gili, 2012.

“Relatório geral 2016.” *Sistema de Informações da Mobilidade Urbana da Associação Nacional de Transportes Público - Simob/ANTP*, 2018.

Samara, Timothy. *Making and Breaking the Grid*. Rockport Publishers, 2005.

Toscani, Oliviero. *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. Ediouro S.A., 2005.

APÊNDICE

Produto final

ARO 17

VOL 1 DEZEMBRO 2020



GOLGTSi

**NOVO CORVETTE
COMO GANHAR RACHAS
LANTERNA FUMÊ D.I.Y.**

**AUTONIILISMO
RENAULT SANDERO
E MAIS**

VOCÊ É BROXA



MAS E DAI?

240CV PODE NÃO PARECER MUITO, MAS É O BASTANTE PARA QUEM NÃO TEM POTÊNCIA.



Novo Alfa Romeo 4C
Muito mais que um esportivo.

Editorial

O carro e nosso estilo de vida passam por ataques e mudanças drásticas, pondo em risco a liberdade de poder curtir essas máquinas, que mais que isso, são extensões de nosso corpo e alma. O mais nefasto disso tudo é que não ocorre por necessidade, como na crise americana do petróleo nos anos 70, mas pela mais simples vontade dos governos, motivados pelo ativismo.

A Crescente frente ambientalista constantemente encorajando o uso de carros com motores alternativos. Elétricos e híbridos, silenciosos, não por conta da tecnologia, mas por não terem nada a dizer, carecem de qualquer personalidade.

Quiçá mais ofensivo ainda é o empurrão dado aos carros para fora das ruas, a fim de dar lugar à tal da "mobilidade urbana". Tirando faixas para colocar corredores de lentos e desconfortáveis ônibus, ou então para pintar faixas para crianças de vinte e poucos anos pedalarem seus brinquedos. Onde está a bendita mobilidade em meios de transporte que me dizem onde eu posso começar e terminar minha viagem? Mas de velotrol, ou bicicleta (para mim tanto faz), posso ir a qualquer lugar, dizem os ativistas. Claro. Posso ir a qualquer lugar num raio de 2 quilômetros da minha casa, antes de ficar exausto e suado. Deus me livre trabalhar ao lado de um hippie fedido desses, pedalando esse instrumento arcaico símbolo do passado.

A moral e os valores que levaram nosso país à grandeza estão completamente esquecidos. É fundamental que cada um de nós faça sua parte pela sociedade. Temos que impor nosso estilo de vida, mostrar às pessoas que essas belíssimas máquinas não tem que ser temidas, mas sim respeitadas. Curta seu carro acima de tudo à sua volta, ocupe as ruas! Porque o carro teria que se curvar perante esses meios de transporte claramente inferiores? Temos que aproveitar nossos motores ao máximo, tanto para re-educar a sociedade, mas nós também não sabemos o quanto vai durar...

EXPEDIENTE

REDATOR	Flávio Scorpione Nazareno
DESIGNER	Flávio Scorpione Nazareno
ILUSTRADORES	Pedro do Prado Vizioli Pedro Francisco Tavares
FOTÓGRAFO	Flávio Scorpione Nazareno

32 Papo de Posto



44 Correio
CARTAS E MEMES

24 Avaliação Clássico



40 Lista 10
ESPECIAL ANTI-HIPPIE

18 Avaliação Sander



8 Guias & Dicas
ECONOMIZAR, EMBELEZAR E EDUCAR

12 Artigos

12 COMO GANHAR RACHAS // **14** AS MELHORES ESTRADAS DO BRASIL // **16** AUTONILISMO

6 Notícias
SUPERCARRO DA GM E FIM DO GOLF

Incrível Corvette C8

Inquestionavelmente o carro mais incrível a ser lançado no ano, a oitava geração do Corvette passa do status de esportivo para o de supercarro com seu novo motor central, antes exclusivo de carros exóticos, por um preço tão impressionante quanto sua performance. Pelo preço de um Mustang top de linha, ou de uma Cayenne, você pode ter um super esportivo com um motor V8 de 6.2L produzindo 495 cv, carroceria de uma mistura de alumínio, magnésio, fibra de carbono e de vidro que faz de o a 100 em 2,9 segundos. Receita de um verdadeiro supercarro pelo preço de um carro médio, é realmente inacreditável o que a GM alcançou aqui.

O carro foi desenhado do zero, a única peça tirada da geração passada foi a maçaneta interna da porta. A Chevrolet já teve alguns projeto de um Corvette com motor central, mas este foi o primeiro que veio a ser produzido, e pode apostar que os engenheiros estavam animados com o projeto, em janeiro deste ano dois engenheiros da GM foram presos por tirar racha com dois Corvettes, que ainda estavam em fase de teste. Quem nessa situação não faria o mesmo?

Agora com todos os méritos desse belíssimo carro, com um desenvolvimento tão extenso e complexo, como que a GM consegue vender essa obra de engenharia por apenas 60 mil dólares? A resposta é bem simples, esses carros incríveis que montadoras comuns produzem servem uma função muito maior de marketing do que de vendas, quem vê um GT-R compra um March com aquela visão da Nissan de produzir carros incríveis. Então para balancear as contas, a GM vende Onix em países de terceiro mundo gerando um lucro incrível e com isso pode vender o C8 para pais de família com a famosa crise de meia idade. Todos ganham, a GM dólares e os tiozões amantes.

Já com alguns exemplares reservados para o Brasil, e importadoras fazendo o precinho de 600 mil reais, podemos esperar, e torcer, que em breve alguns já estejam rodando pelas grandes metrópoles do país.



Quem matou o Golf?

A foice da VW está afiadíssima, provavelmente devido ao severo e impiedoso aço alemão, e voltada diretamente aos nossos corações. Depois da retirada das versões 1.0 e 1.4 do Golf, o velório não foi totalmente desolador, apesar de muito triste, ainda restava o incrivelmente esportivo GTI.

Como já era possível prever, a caça às bruxas, nós entusiastas, teve mais uma vítima, o queridíssimo Golf GTI. O último dos moicanos, foi também, abatido. Tudo isso para livrar espaço para o híbrido desalmado Golf GTE. Feliz, Greta?

Os únicos companheiros que restam aos amantes de hot hatches hoje são o Sandero RS e o Polo GTS, dos quais nenhum tem a tecnologia, potência ou pedigree do lendário GTI. Foi-se o

tempo que era possível conseguir um hatch pequeno com um bom desempenho e esportividade, e o Golf GTI foi o primeiro a encabeçar essa onda em 1976, o primeiro carro nacional a fazer um sucesso estrondoso no segmento foi o Gol GTI em 1989. A volks está abrindo mão de um legado tão importante para nós que a amamos, nós que não tratamos os carros da mesma forma que tratam geladeiras. E é uma pena, o entusiasta hoje está encurralado pelas inúmeras hordas de ambientalistas.

Tanta tristeza só pra botar um band-aid nas emissões? Não parece um sacrifício justo. Mas no fim das contas, levanta a cabeça e vá caçar um na OLX, a gente já sabe que você, na verdade, ninguém tinha a grana pra comprar um GTI zero quilômetros.



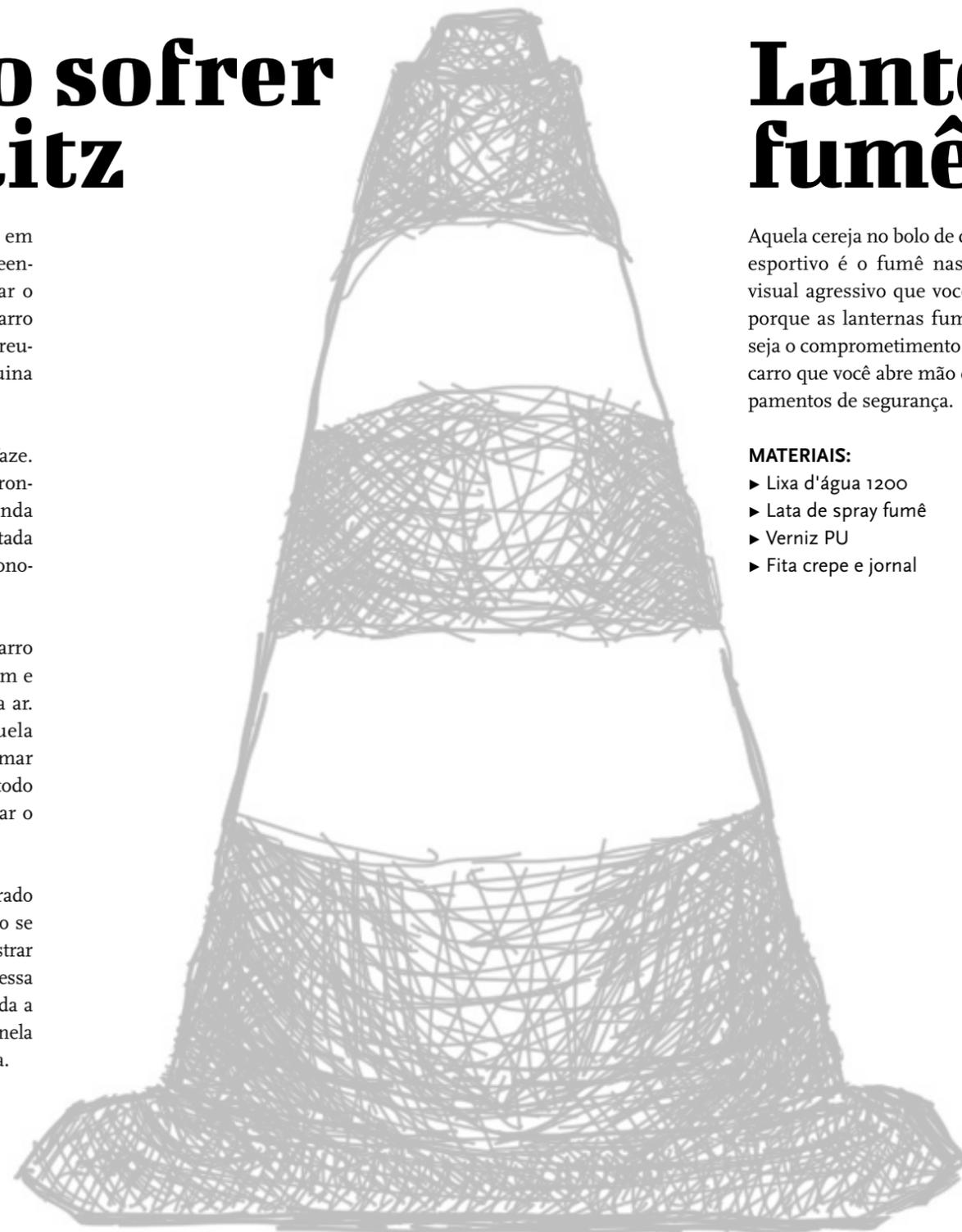
Como não sofrer com as blitz

Todo o mundo sabe que manter o documento em dia é o jeito mais fácil de não ter seu carro apreendido, mas quem tem dinheiro para regularizar o carro e comprar aquela suspensão pra deixar o carro decapitando formiga? Foi pensando nisso que reunimos estas dicas para você não ter sua máquina tomada de você.

APLICATIVO Caso você não use ainda, baixe o Waze. Nele você pode ver onde tem ~~ab~~ agentes prontos para te multar, ou até levar seu carro, e ainda onde ficam os pardais para você dar aquela testada na turbina nova que você comprou agora que economizou a grana do verdinho de 2020.

SUSPENSÃO A AR Quem não gosta de andar com o carro socado? Pena que os oficiais da lei não entendem e não aprovam, mas é aí que entra a suspensão a ar. Quando for passar numa blitz, é só dar aquela levantada no carro e passar tranquilo sem chamar atenção. Além do mais, ao chegar no encontro, todo mundo vai estar olhando quando você estacionar o carro e ele soltar um psssss.

ABAIXE AS JANELAS Um bom jeito de se não ser parado em uma blitz é demonstrar confiança de que não se está fazendo nada de errado, e uma forma de mostrar isso ao agente é ter os vidros do carro abaixados. Dessa forma você se apresenta como quem não tem nada a esconder e se o policial não consegue ver sua janela preto-piche do Insufilm G5, é só uma coincidência.



Lanternas fumê D.I.Y.

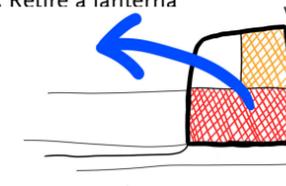
Aquela cereja no bolo de qualquer carro com aspecto esportivo é o fumê nas lanternas, dando aquele visual agressivo que você busca. Não se sabe bem porque as lanternas fumê são tão estilosas, talvez seja o comprometimento tão grande com o visual do carro que você abre mão do funcionamento de equipamentos de segurança.

MATERIAIS:

- ▶ Lixa d'água 1200
- ▶ Lata de spray fumê
- ▶ Verniz PU
- ▶ Fita crepe e jornal

ETAPAS

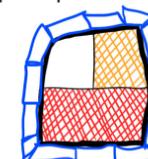
1. Retire a lanterna



2. Lixe até perder o brilho e lave



3. Tampe o que não será pintado



4. Passe demãos finas e uniformes



5. Lixe levemente com água



6. Aplique o verniz



7. Aterrorize na rua.



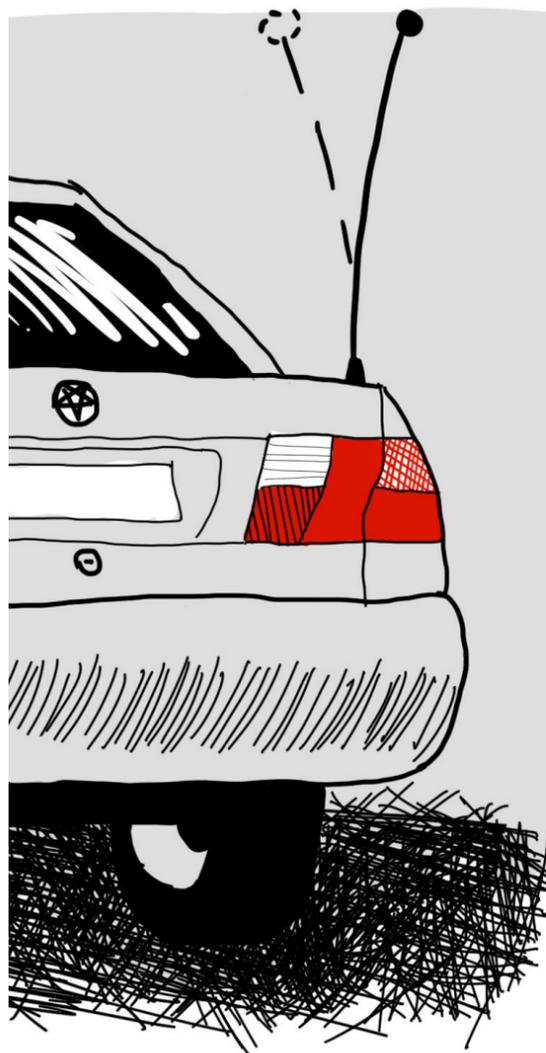
Antena Maria-Mole

Já esteve naquela situação no trânsito em que alguém te cortou, ou simplesmente te passou sem motivo algum? Pessoas assim são um perigo para o bem-estar dos outros no trânsito, é preciso ensiná-lhes uma lição. Certamente você já se pegou procurando dentro do carro o que você pode jogar em pessoas assim, é uma situação muito pouco prática e ao tirar os olhos da rua você também está tomando uma atitude perigosa. Por sorte a solução é muito simples, esta me foi ensinada por um taxista frustrado, basta uma modificação de uma antena do tipo maria-mole, antena com base flexível muito utilizada por praticantes de offroad.

Instale a antena maria-mole do lado do passageiro na parte traseira do carro, não é necessário conectá-la a nenhum dispositivo de rádio para esta utilização, agora que você tem a haste instalada, basta colocar um peso na ponta da antena, e aqui entra sua criatividade, basta que seja duro e pesado, por exemplo uma bolinha de totó ou uma caseira de durepoxi.

Para a utilização deste método educativo, aproxime-se do veículo que está fazendo algo de errado, posicione a sua maria-mole ao lado de sua janela e jogue o carro de um lado para o outro fazendo que a ponta da maria mole balance e eduque as janelas do infrator.

Parabéns! Mais uma lição bem dada no trânsito. Cabe a nós a missão de ter um trânsito melhor para todos.



A RUA É DE **TODOS**



FAÇA BOM USO DO **ESPAÇO** DA VIA

Como ganhar rachas

Texto Flávio Scorpione Ilustração Pedro Vizoli



Todo mundo com carro preparado sempre pensa qual é a melhor forma de apresentar as horas, o dinheiro e o trabalho que gastou em seu carro. Você pode filmar, fotografar e postar na internet para os seguidores verem sua obra, levar o carro para encontros e explicar tudo aquilo que não se vê e receber elogios e sugestões não solicitadas, mas e se você quiser provar pros faladores que o seu carro é o melhor? Aí só tem um jeito, aí tem que ser na prática mesmo.

Acontece que mesmo com todas as modificações que você pode ter feito, não vai adiantar muito se você não tiver a habilidade pra provar, de vez em quando vai aparecer um filho de papai no seu Up! TSI e levar a melhor (quem nunca teve que ver uma tampa preta que atire a primeira pedra).

Vamos começar aqui pelo carro em si, quando começamos um projeto sempre temos aquela visão da turbina que a gente vai colocar, o escape pro leão rugir, aquela injeção programável brilhando, mas vale lembrar que não adianta de nada ter isso tudo e não colocar a potência no chão. Ao montar o projeto, tem que lembrar da suspensão e das rodas, e não estou falando de só colocar aquela orbital aro 17 e cortar as molas para garantir deboche máximo. A roda tem que permitir você colocar um pneu largo pra poder ter mais aderência e a suspensão tem que deixar o carro mais rígido pra poder ajudar na aceleração e nas curvas também. Sem isso toda potência que tiver vai render uma máquina de fazer borrachão (não leve a mal, é muito bom também), mas não vai te ajudar muito a levar uma prestigiosa vitória no asfalto.

Outra coisa que vale lembrar é que a peça que fica entre o banco e o volante é a mais importante em seja lá qual for a modalidade automobilística.

DE NADA ADIANTA 350 CAVALOS DE RODA NO GOL BOLINHA SE O MOTORISTA NÃO SOUBER USAR, PARA LEVAR A MELHOR NA RUA É NECESSÁRIO PERÍCIA. PARA ISSO REUNIMOS ALGUMAS TÉCNICAS E DICAS QUE VALEM A PENA SABER.

O que mais afeta seu desempenho, além do carro, em um racha é a sua reação, para que você tenha os seus melhores reflexos lembre-se de não beber antes de sair para competir nas ruas, isso pode afetar significativamente seu tempo de reação.

Depois que já tiver arrancado, para obter o melhor desempenho do seu carro é necessário manter o motor operando nas rotações ideais, onde é a banda de maior potência do motor. Para saber onde fica essa banda de potência, o dinamômetro é a única forma de saber precisamente, mas se seu carro for original é possível encontrar esses dados na internet.

Quanto mais estudar sobre pilotagem, melhor, mas a única forma de ser realmente o melhor é com prática e experiência, por isso faça de qualquer oportunidade um treino. Primeiro na fila do semáforo? Arrancada. A cancela do condomínio abriu? Arrancada. Viu alguém com um carro inferior? Arrancada. Só assim se forma um piloto de excelência, prática e mais prática.

A RUA É SUA PISTA, VÁ APROVEITAR.

As melhores estradas do Brasil

Texto Flávio Scorpione Ilustração Flávio Scorpione

O que cada um enxerga como uma estrada boa é muito pessoal, uns gostam de ter boas vistas enquanto outros dão preferência ao caminho mais curto, mas pra quem gosta de curtir o carro existem outros parâmetros. Para aproveitar a experiência de pilotagem, uma estrada reta não vai oferecer muita diversão, mais vale um percurso com uma variedade de curvas, aclives e declives.

Contornar as curvas de uma serra, por exemplo, é fonte de grande satisfação de quem gosta de dirigir no limite e ainda aproveitar a paisagem. A Serra do Rio do Rastro em Santa Catarina é considerada uma das estradas mais lindas do mundo, então é ótimo para quem quer curtir a paisagem, e ainda é uma ótima oportunidade para testar a suspensão e dirigibilidade do seu carro, não há um teste melhor que as fechadas e imprevisíveis curvas desta linda serra, faça você mesmo, seu evento de hillclimb.

TEM UMA ESTRADA PERFEITA PARA CADA UM DE NÓS, BASTA PROCURAR PARA PODER CURTIR.

Há quem goste também de estradas que não são bem "estradas", para nossos amigos do off-road, há o caminho velho da Estrada Real. São 720km, dos quais apenas 11,5% são asfaltados e quase metade do caminho é composto por subidas e descidas. Você que sempre esteve esperando aquela desculpa para colocar o SUV 4x4 da família para moer, tem a desculpa do passeio turístico para toda a família, começando na histórica Ouro Preto e terminando na maravilhosa praia em Paraty.

Outra boa pedida para quem quer ir à praia por uma bela estrada é a Rio-Santos, indo do Rio de Janeiro até as praias do sul de São Paulo, com um total de pedágio de mais de 60 reais (e subindo) **VOCE**

TERÁ TODA A LIBERDADE DE ACELERAR SEU CARRO SEM MEDO DE TER QUE FREAR POR UM UNO MILLE NA SUA FRENTE.

Se você só quer um passeio de fim de semana também uma boa olhada no Google Maps em sua volta sempre pode render ótimos caminhos que você não conhecia. Com a visualização em modo satélite fica mais fácil de encontrar caminhos de terra dignos de um estágio de rally, chame os amigos, e lembre-se de usar a buzina para avisar os que vêm para sair da frente, afinal você não quer que alguém passeando atrapalhe seu tempo não é mesmo?

Autoniilismo

Texto Flávio Scorpione Ilustração Pedro Francisco Tavares

O que faz do carro um carro? Quatro rodas e um motor? Isso faria do quadriciclo um carro, e excluiria a Mercedes 6x6. Seria a função da máquina o fator definitivo de um carro, usar um motor e quatro rodas para o deslocamento? Pois se você é consumidor de conteúdo automotivo na internet, certamente já deve haver se deparado com carros modificados com uma cambagem extremamente negativa, tão extrema que sempre faz todos questionarem, **É POSSÍVEL ALGUÉM ANDAR NA RUA COM UM CARRO ASSIM?**

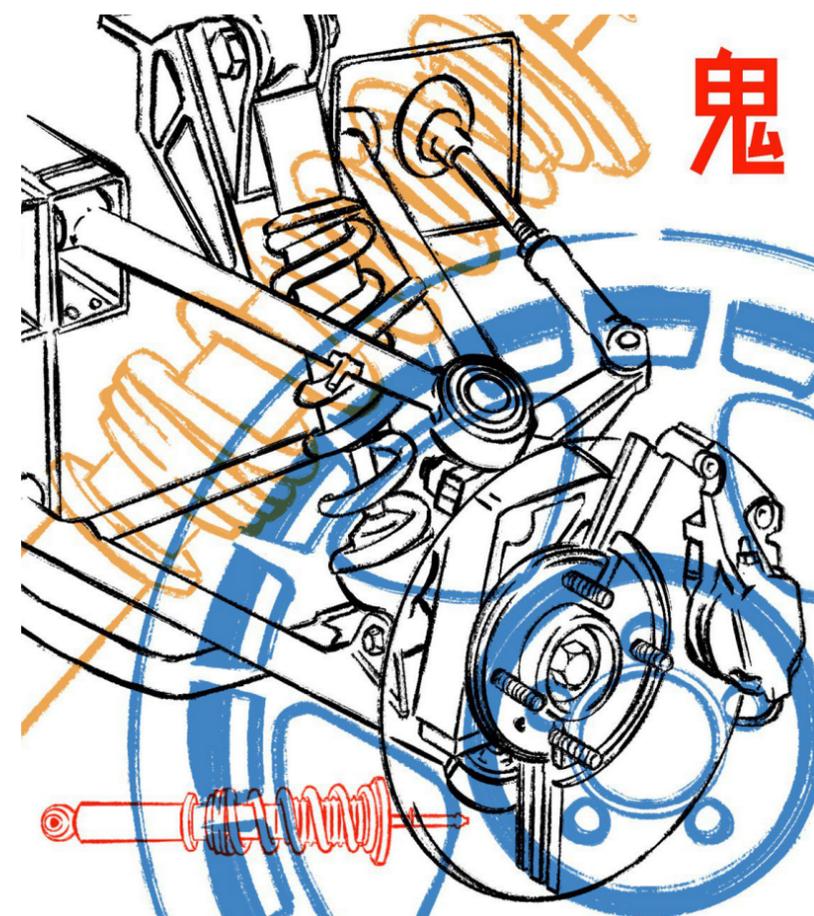
Alterações na cambagem tem seu local de nascimento no automobilismo, usado para manter a aderência dos pneus durante curvas fechadas, mas nas ruas e principalmente no Instagram teve um renascimento puramente visual. Não é como se modificações de âmbito estritamente visual fossem novidade, ou incomuns, mas a cambagem extrema é algo que tem polarizado amplamente a comunidade automotiva. O que acontece é que os ângulos obscenos que são praticados pelos pertencentes à Camber Gang têm impactos tão significativos que tornam os carros basicamente inutilizáveis, virando projetos puramente para encontros aos quais são levados em carretas.

Mas o carro é apenas um meio de transporte? Se você fizer essa pergunta a qualquer dono de carro modificado, você pode ter toda a certeza de que não, carros são extensões da personalidade de quem dedicou horas e mais horas de imaginação e trabalho à criar uma obra de expressão pessoal sobre rodas. Mas o que quer dizer um carro que abdica de qualquer funcionalidade prática para se devotar exclusivamente ao visual? Que o dono é inútil e superficial? **OU ELE É UM SUBVERSOR DE UMA INSTITUIÇÃO QUE É CONSA-**

É uma reflexão a ser feita, não há uma resposta definitiva, mas eu certamente concordo mais com a primeira opção.

SE UM CARRO NÃO É MONTADO PARA ANDAR, NA RUA OU NA PISTA, ELE AINDA É UM CARRO? SE OS CARROS DEIXAM DE SERVIR O PROPÓSITO PARA OS QUAIS FORAM FEITOS, PERDEM BOA PARTE DO QUE ELE SIGNIFICA?

GRADA HÁ MAIS DE CEM ANOS, QUE PERMEIA A VIDA DE BILHÕES DE PESSOAS MUNDO AFORA?





RENAULT SANDERO

Um carro médio para ficar no meio da linha Renault. Visual razoável com um desempenho medíocre, mas com todos os acessórios que você pode querer nesta faixa de preço, ótimo carro para quem não está nem aí.

Exterior

Apesar do modelo testado ser o nada extraordinário preto, há a belíssima opção de pintura azul metálica que acentua bem as linhas de corpo principalmente da cintura e traz um pouco de caráter ao carro, dando impressão mais divertida ressaltando do mar de carros cinzas das ruas de hoje. O conjunto óptico apesar de altamente característico do carro, não é o mais marcante.

O seu melhor ângulo certamente é o de trás, dando a impressão de estar realmente abraçando a rua, com uma boa postura e proporção, coisas que se mantêm através do carro inteiro, mas certamente mais acentuadas na traseira. É uma pena que quem ver a traseira, vai ser só enquanto a ultrapassa, brevemente, pois o conjunto mecânico não vai deixar ninguém pra trás.

Por fora dá a impressão de ser um hatch pequeno um pouco inchado, devido a sua postura um tanto alta com cintura um pouco larga. No fim das contas, o visual não agride ninguém, e é só isso.

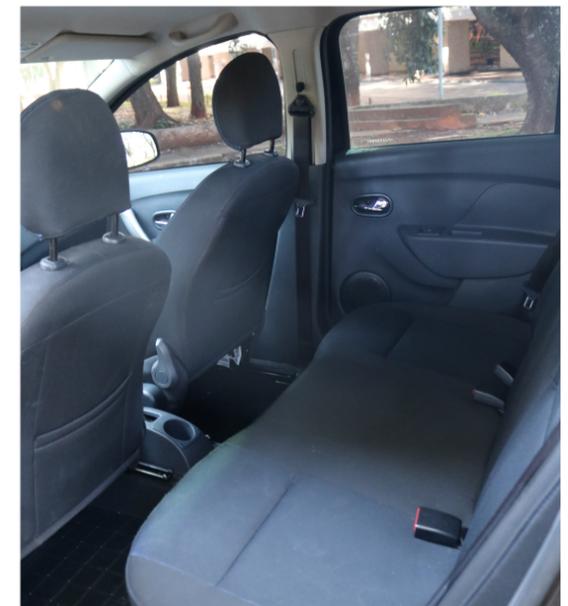
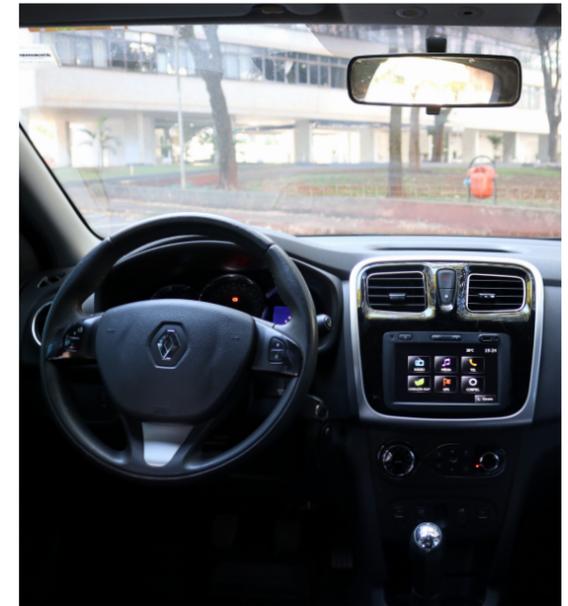


Interior

VISUAL O interior do Sandero é recheado dos mais diversos plásticos, com um pouco mais de refinamento que o seu irmão menor o Kwid. Todas as linhas te levam direto à tela da central multimídia, que não é das maiores e certamente não é das melhores. Nada demais, não cheira nem fede, carro comum, com materiais e formas comuns.

CONFORTO Apesar da grande preferência pelo revestimento em couro, os bancos em tecido são ótimos para os dias quentes e para a longevidade do interior. Os bancos são confortáveis e oferecem suporte adequado para trajetos diários, mas pessoas com pernas mais compridas podem sofrer um pouco com o assento um pouco curto. Nada além do esperado para um hatch deste tamanho.

ACESSÓRIOS O carro é razoavelmente bem equipado com ar condicionado, vidros e travas elétricas, diversos porta trecos e a central multimídia com entrada auxiliar, o que é muito bom porque você nunca será capaz de parear seu celular ao bluetooth antes de chegar ao seu destino. Basicamente, todos os acessórios esperados de um carro deste porte, e uma central multimídia ruim.



Mecânica

MOTOR Com o mais potente de 1.6 produzindo apenas 98cv na gasolina, pode te fazer pensar que vai ser compensado na economia, entretanto pouco mais de 9 km/L de consumo urbano discorda. O que é positivo do conjunto mecânico é sua fobia de oficinas, sendo altamente confiável e passando muitos quilômetros sem falhas mecânicas. Um motor muito ordinário, basicamente.

FREIOS Com a tecnologia já testada desde o ano de 1900 dos freios a tambor na traseira contrastando com os modernos discos na dianteira, tem capacidade suficiente pra te tirar de apertos, mas não são nada de especial.

CÂMBIO As trocas de marcha são macias, a alavanca é pouco vaga, mas nada que você vá notar no seu dia a dia. Nada demais.



Sensação

DIA A DIA Nada melhor para o dia a dia que um carro que vai ligar todas as vezes que você girar a chave na ignição, e isso é plenamente cumprido pelo Sandero. Além disso, o espaço interno é suficiente para uma família de 4,5 pessoas, e a suspensão é confortável o bastante para todos os trajetos diários, contanto que você more em um local pavimentado. Um carro para te levar onde você tiver que ir.

DIVERSÃO Não há muita, sinceramente. Se você busca diversão, o Sandero RS providencia, mas o modelo comum do hatch não é nem um pouco focado em diversão. O motor falta torque e potência e a suspensão faz você se sentir como em uma Toyota Bandeirante fazendo curvas, bem medíocre mesmo.

PERCEPÇÃO Todos que vêm seu carro, só vão pensar "não é um RS" e nem vão dar outra olhada.

FICHA TÉCNICA

Motor 1.6 gasolina, 72cv de potência a 5600 rpm, 12,3 kgfm de torque a 3200 rpm

Transmissão 5 marchas manual e tração dianteira

Suspensão Independente, braços sobrepostos (diant.), Eixo de torção (tras.)

Dimensões Comprimento 3972mm, largura 1570mm, altura 1324mm, entre-eixos 2395mm

Freios Disco sólido (diant.) Tambor (tras.)

Rodas e Pneus Liga leve, 175/70 R14

Preço R\$1.500 - R\$20.000

Veredito Um ótimo carro pequeno, sem firulas com direção bem direta, manutenção barata, potencial e diversão para todos os bolsos, só peca na falta de acessórios e no consumo.

Nota 4/5



Avaliação de Clássico: Chevette 1.6 1983

Carro Pequeno, grandes emoções, para todos os tamanhos de bolso. Não é à toa que o pequeno da chevrolet tem forte presença em todas as áreas da cultura e do automobilismo no país. Primeira escolha para muitos que querem entrar no mundo dos carros modificados e das pistas, veja aqui o porquê.



No ano de 1970, após o grande sucesso do Opala, a General Motors começou as pesquisas para o desenvolvimento do seu primeiro carro mundial. Com desenho feito em conjunto por designers de seis países na Inglaterra, motor projetado na Alemanha, e carroceria produzida no Brasil em 1973 foi lançado o primeiro Chevette. Com sua performance próxima à da Caloi 10 lançada um ano antes, tinha grande economia e foi o grande salvador da montadora durante a crise do petróleo que aconteceu no mesmo ano de lançamento do pequeno carro da GM. O pequeno carro, de 68cv contava com inovações tecnológicas importantes para a época, como o cabeçote cross-flow que separava na esquerda e direita do motor a admissão e o escape, garantindo que a admissão não esquentasse tanto e melhorava assim o desempenho e diminuía o consumo. Equipado com grandes confortos para um carro pequeno e popular, como cinzeiros também no banco de trás (afinal eram os anos de ouro), chave do contanto que também abria o porta malas, plástico do painel acolchoado para as eventuais batidas e limpador de para-brisa com não só uma, mas duas velocidades. Além disso, tinha algumas vantagens no âmbito da segurança, como a coluna de direção não penetrante e freios com duplo circuito para emergências. Mesmo com tais equipamentos reduzindo a emoção proporcionada pelo pequeno carro de tração traseira, por pouco mais de 21 mil cruzeiros, foi grande sucesso de vendas, sendo eleito carro do ano em 1974.

Houveram poucas alterações não cosméticas no carro durante seus vinte anos de produção, além de incluir freios a disco na dianteira de fábrica e a substituição do câmbio de quatro marchas pelo de cinco. Foram três gerações, a primeira (1973-1977) apelidada de tubarão, a segunda (1978-1982) de bicudo e a última (1983-1993) de monzinha. O modelo que temos aqui hoje é um monzinha hatch de 1983, um dos Chevettes mais raros devido à mudança do gosto do público brasileiro que desfavoreceu as vendas dos hatch durante esse período.

Este Chevette é um exemplar muito clássico do impacto que teve esse carro na cultura automotiva brasileira, sendo ele um carro forte e confiável, e com os benefícios de encontrar peças em qualquer padaria, com 37 anos de muito abuso ainda roda. Passou de mão por pelo menos 6 pessoas, e agora com o preço de R\$4000 e apenas "alguns detalhes" foi parar na mão de um jovem começando sua jornada pelo mundo automobilístico. Uma bela jornada, com diversas histórias para contar, típica de um dos carros mais icônicos da cultura brasileira. De fato, emocionante.

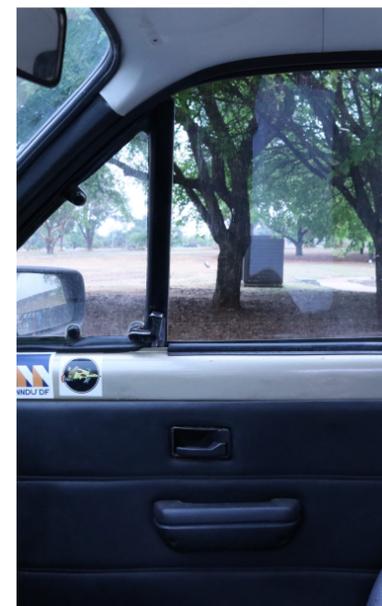




Este é um 1.6/S, que garante menos de 20 minutos para poder sair da garagem (diferentemente do modelo a álcool), e alguns itens de luxo, como o desembaçador do vidro traseiro (não funciona atualmente) e relógio no painel (funciona), o LED azul no painel de instrumentos apesar de prático e estiloso, não é equipamento de fábrica. Mas o grande diferencial deste carro nos dias de hoje, não é apenas a capacidade de modificação (note o espaço para um segundo motor embaixo do capô), mas também a tração traseira. A famosa "tração correta" tão desejada por entusiastas, garante a diversão no volante. Por ser das pouquíssimas opções de carros baratos com tração traseira, o Chevette é altamente procurado por amantes do drift e por jovens querendo uma alternativa à experiência blasé que qualquer competidor com tração dianteira proporciona. Afinal, melhor forma de demonstrar perícia que fazer um balão de ladinho, não há. E se, ou melhor, quando algo der errado, peças de reposição são baratas e muito abundantes. Fundiu o motor? R\$500. Arrebentou o eixo traseiro? R\$200.

Para o dia a dia, a falta de direção hidráulica fará alguns reclamarem em toda e qualquer vaga, mas isso logo é remediado pelo espetacular raio de giro que o carro tem. Apesar de todos os itens de conforto listados previamente, comparado com carros populares de hoje, o interior pode ser descrito como espartano e apesar de ser inconveniente para passageiros, para o motorista não faz falta pois a pilotagem é muito engajada. A visibilidade é um ponto alto do carro, com boa posição do motorista e os pilares finos como lápis não só reduzem pontos cegos, mas também forçam o motorista a refletir nas consequências da sua direção, tornando o carro ainda mais seguro. A suspensão é mais voltada para o conforto do que para esportividade, proporcionando uma viagem bem tranquila para quem está no carro, apesar de não ser certeza se ela é assim pelo projeto e qualidade ou se foi a ação do tempo nas molas e amortecedores, envelhecendo-a como um bom vinho. Agora o consumo. Era bom para os padrões e preços de 1983, mas com gasolina próxima a cinco reais, os 9 km/L são mais dignos de um carro para fins de semana do que para um carro de uso diário.

Entretanto, este não é um carro que se compra para ir ao trabalho, quem compra carro antigo sabe bem que o que importa são as sensações. E este carro cumpre todos os critérios para ser um projeto emocionante: pequeno, bastante rugido de motor, sem airbag, direção engajada, tração traseira, peças de reposição baratas, amplo suporte *aftermarket* e sem quaisquer firulas.



FICHA TÉCNICA

Motor 1.6 gasolina, 72cv de potência a 5600 rpm, 12,3 kgfm de torque a 3200 rpm

Transmissão 5 marchas manual e tração traseira

Suspensão Independente, braços sobrepostos (diant.), Eixo de torção (tras.)

Dimensões Comprimento 3972mm, largura 1570mm, altura 1324mm, entre-eixos 2395mm

Preço R\$1.500 - R\$20.000

Freios Disco sólido (diant.) Tambor (tras.)

Rodas e Pneus Liga leve, 175/70 R14

Veredito Um ótimo carro pequeno, sem firulas com direção bem direta, manutenção barata, potencial e diversão para todos os bolsos, só peca na falta de acessórios e no consumo.

Nota 4/5

■ ■ ■ ■ □



Projeto Gol G1 GTSi

Neste papo de posto, conversamos com Ney sobre o seu Gol GTS e como que tudo começou.
Edição Flávio Scorpione Fotografia Flávio Scorpione





Se apresente para nossos leitores.

Ney Gabriel, 22, estudante universitário de Design Gráfico, infelizmente. Sou tatuador também.

Como/ O que te fez começar a gostar de carro?

Não tenho uma memória mto bem definida. Vejo uns relatos de família, meu pai curte e tal. Mas comigo eu não lembro muito de ter um momento definido assim, sempre gostei mais por baixo, sempre achei carro maneiro. Não teve nada específico. Mas o tempo foi passando e comecei a entender mais da parada, mais de adulto. Mas eu sei que tenho interesse por Mercedes, porque meu pai sempre teve umas mercedes mais antigas e criei esse gosto por elas.

Apresenta a Goleta. Qual é o projeto, o que ele tem, porque? Para onde vai o projeto? Quais são os próximos passos?

Eu sou dono de um Gol GTS 1992 convertido pra injeção eletrônica. de modificação ele não tem nada direito, foi um achado pelo custo benefício e pelo estado. De modificação ele tinha só as molas cortadas, que já entregaram pra mim assim, graças a deus. Tem a injeção, o dono antigo mudou também as rodas, as do Voyage novo. Algumas coisas no interior pra qualidade de vida, o para sol, direção hidráulica. O projeto não é muito definido, mas eu fico gravitando pra fazer algo como o Evo do Lancer ou o RS do Sandero.



Próximos passos para o projeto?

O primeiro passo é dar aquele carinho, aquela manutenção, pra ter uma base sólida. Eu acho que o carro tá bom, tem uma boa potência, dá pra se divertir. Mas tem muitos detalhes pra fazer, de elétrica e direção, só pra deixar ele bem certinho. Tou satisfeito com os pneus que eu tenho, talvez só mudar o offset mesmo e a suspensão pra ficar mais plantado. Depois é ver o que cabe de potência pra ele, não quero um monstro, não quero andar com 30 quilo de pressão na turbina. De estética eu to bem satisfeito, só quero mudar o que tá meio podre, o volante os bancos. Mas de resto to bem satisfeito com o carro. Mas tá tudo muito turvo ainda, tem que ir fazendo de passo em passo e ver pra onde vai.

Por que você gosta do Gol? Como ele te faz sentir?

É um carro que eu sempre gostei, sempre curti esses carros quadradões. Sempre fui chegado em carro pequeno, hot hatch. A gente tava precisando se livrar de um carro aqui em casa, que era uma bomba, aí vendendo ele, nem tinha muito valor, aí valeu a pena comprar o Gol. sempre curti o bicho, tava ligado que era um carro mais esportivinho, confiável e sem ter que se matar pra poder achar e comprar. Gostava desde moleque do Audi Quattro, e o gol é quase um quattrinho.

Um ícone do automobilismo, e porque?

Vou nem mentir, não tenho, não acompanho. Nunca tive a tradição, nunca despertei o interesse. Sempre achei F1 muito chato, mas respeito muito os caras, é a ocupação mais absurda ser um piloto profissional. Talvez o Stig seja meu herói do automobilismo hahahahah.

**Se você só pudesse ter um carro, para o resto da vida, qual seria e porque?**

Nossa, muito difícil essa. Ferrari Gt4 Lusso V12. É um carro GT, de família, um V12 da Ferrari, motor central, mil paradas foda. Não seria tão pratico, não daria pra fazer offroad, nem acampar. Mas une tudo que eu curto, é um carro lindo que dá pra usar pra mil coisas. E é uma Ferrari Hatch, foda-se.

Uma estrada ou pista para dirigir e com que carro?

Eu queria dirigir um NSX numa autoestrada no Japão, bem midnight club. Ou então um Delta Integrale nos Alpes.

Pior perrengue que já passou como carro?

Teve um que foi o problema mais chato, que eu descobri quando tinha um gato na mangueira de combustível, e começou a vazar um monte de gasolina de baixo do carro. Tava sozinho, não sabia pra onde ir, o que fazer, a gasolina acabando, até onde eu ia chegar. Aí parei o carro e deixei lá até o dia seguinte pra guinchar pro mecânico. Mas o pior perrengue oficial, que me dá dor de cabeça até hoje, foi quando eu tava voltando pra casa tarde da noite, na chuva e o cabo do acelerador arrebentou. Mó terror o pedal mole. Aí tive que parar o carro ali mesmo e pedir pra alguém me buscar, tirei um monte de coisa do carro baixo muita chuva, quando fui trancar o carro a chave prendeu na porta e fiquei lá me molhando. No dia seguinte também fui deixar o carro na oficina e os caras fizeram outro gato que até hoje o cabo prende de vez em quando e fica com o acelerador aberto eternamente, até eu parar o carro e ir lá desenroscar ele com a mão. Até hoje. Esse é o pior perrengue, com certeza, mas um de muitos.



Alguma coisa pra acrescentar?
Meu gol 1992 dá trabalho pra todos esses 1.0 turbo de boy aí que custa mais de 70 mil.



10 carros pra deixar aquele hippie fedido ambientalista cheio de raiva e rancor

Confira aqui os melhores carros para incomodar aquele seu vizinho petista que vai de bicicleta pra cima e pra baixo, ocupando o seu lugar na rua:

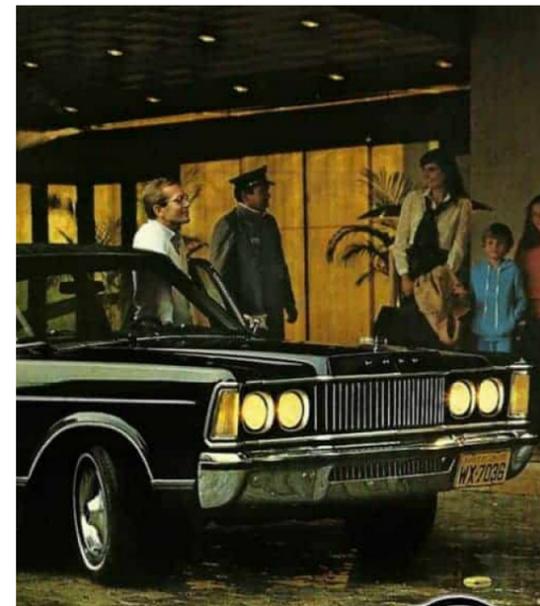
10 **YAMAHA RD-350** Apelidada de de viuva negra, pode não ser um carro, mas garante incomodar qualquer ambientalista chato. Com seu motor de dois tempos, hoje reservados somente para motos de trilha, além do barulho caracteristicamente alto e agudo, expele gases tóxicos devido a queima de óleo com o combustível. Esta esportiva clássica dos anos 70 vai deixar qualquer um dirigindo um híbrido se contorcendo quando te ver soltando fumaça preta até parado no semáforo.



9 **HILUX** A famosa camionete indestrutível, a cada modelo mais confortável e moderna, agora com compartimento refrigerado para levar a sua cerveja. Ótima para levar os filhos para a escola em segurança, observando de cima todos os hatches econômicos no caminho. Além disso tudo, a tração nas quatro rodas e marcha reduzida te permitem aproveitar a natureza em seus melhores ângulos: embaixo de seus aros 18.



8 **GALAXY LANDAU** Com seu motor V8 5.0 você pode ir para o trabalho em grande estilo e fazendo 4 Km/L, nesta icônica barca de luxo. Abra uma cerveja, acenda seu cigarro e fantasie com os tempos que não existia controle de emissões, nem se preocupar em incomodar aquele pessoal daquele tal de “aquecimento global”.



7 **MAZDA RX-7** Um dos mais icônicos esportivos japoneses dos anos 90, causa torcicolos por onde passa com suas curvas, mas não é por isso que ele está nessa lista. O que realmente importa é seu motor rotativo, queimando óleo de fábrica como os motores dois tempos e fazendo 6 Km/L (motivos que fizeram a cultura do politicamente correto acabar com esse tipo de motor). Passe causando a 8000 rpm enquanto cospe fogo pelo escape, deixando todos nos seus Smart com aquela raiva que você sabe que no fundo é inveja.



6 **DODGE RAM 2500** Agora sim, moço. Se você acha a Hilux é muito coisa de menino de cidade, este cabrito é perfeito pra você. Nada mais imponente no retrovisor do que só enxergar grade cromada. Um enorme motor diesel de 6.7L com torque para arrancar árvores e uma caçamba grande o bastante para levar o prius de quem reclamar, isso sim é coisa de cabra macho.





5 **CHEVROLET VERANEIO** Nada mais deixa um esquerdista de sandálias e miçangas tão bravo quanto um dos maiores símbolos da ditadura, a Veraneio da PM. Com 2 toneladas, você pode optar por expelir gases tóxicos com a diesel, ou queimar gasolina fazendo 6 Km/L, enquanto você trás ótimas lembranças para os patriotas e pesadelos para os frouxos.

4 **HUMMER H1** Já que você ainda não pode ter um tanque para passar por cima do trânsito no seu caminho, vamos para o próximo na lista: O Hummer H1. Direto do exército dos grandes EUA, nunca se esqueça, e nem deixe esquecer, os majestosos valores americanos de liberdade, consumo e sobre tudo, masculinidade.



3 **CHEVROLET A-10** Nada tão prático como uma grande camionete movida a álcool, certo? Mas tudo vale a pena quando você (e seu vizinho) acordam uma hora mais cedo pra deixar o motor esquentar e lembrar a todos desde o café da manhã quem é que manda, com 6 cilindros e 4.1 litros direto dos anos 80.



2 **DODGE DEMON V8** de 6.2L com um super-charger de 2.8L fazendo mais de 800 cavalos. Banco do passageiro? Opcional. Vem com uma caixa para transformar o carro em uma máquina que faz o quarto de milha em menos de 10 segundos. Ah, e ele empina. Preciso dizer algo mais?



1 **F-MAXX** Para fechar a lista, nada mais nada menos que a maior picape do Brasil. Feita pela paranaense Tropical Cabines, usa como base o chassi de um caminhão (o motor também) e a cabine da F-250 modificada. Cabine dupla? Muito pouco, essa aqui é tripla. Pode levar até 9 pessoas confortavelmente em seus 7 metros e meio, para dar uma volta no latifúndio. Tudo isso por apenas R\$500,000, o preço de um Porsche 911 semi novo. F-Maxx, pra você que não tem nada a compensar.



Correio dos leitores

O que os leitores andam dizendo por aí? O que acharam das edições passadas, o que rolou de bom? Veja aqui o que o pessoal nos contou e os melhores memes tirados direto do nosso famoso grupo do Zap desse mês.

"A edição de Abril me fez finalmente puxar o gatilho em um passat '78 que eu vinha namorando à meses. Vocês estavam certos, homem que é homem gosta mesmo é de carro, e quem gosta de carro mesmo não se importa se o carro só funciona semana sim, semana não! Bom demais, recomendo a todos!"

Edilson Morais,
Santo Anastácio - SP

"Nesse último feriadão fui levar a família para passar o fim de semana em Angra. Depois que eu li **Como ganhar tempo em viagens**, a gente foi pra lá em menos de uma hora e meia. É só Podium no tanque, sorriso no rosto e terror nas estradas"

Augusto Quintana,
Rio de Janeiro - RJ

"Depois de ler a revista em um barbeiro, eu me tornei assinante no mesmo dia. Finalmente um pessoal cansado do politicamente correto, que fala o que a nós entusiastas queremos ouvir!"

Everaldo Santos,
Anápolis - GO



Aerofólio apto a segurar o Corolla.
João dos Santos



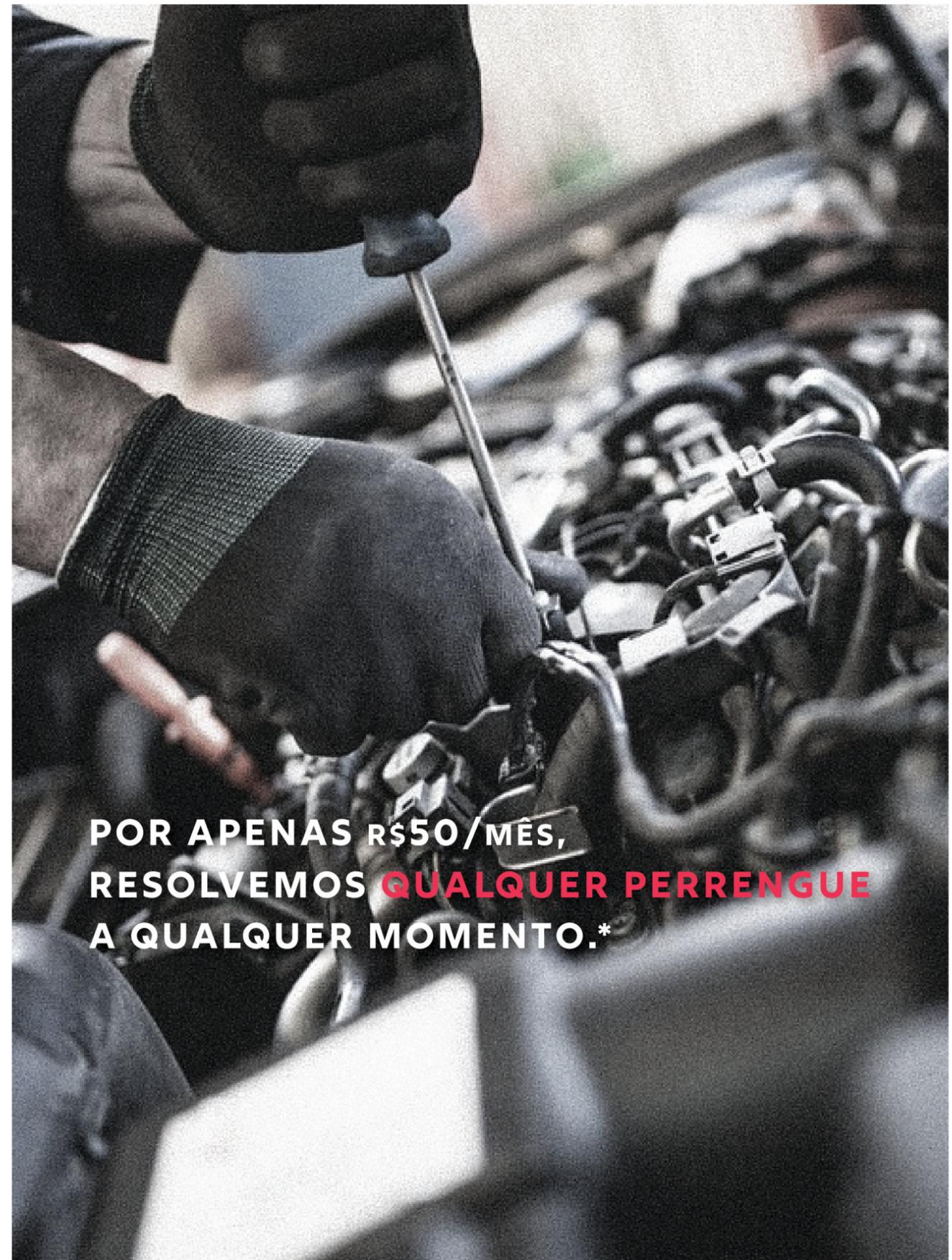
Nem o martelo de Thor consegue parar o Uno com escada no teto.
Adélio de Oliveira



Esse Lada aqui pegou os restos da chaminé de Chernobyl e usou de ponteira.
Fernando dos Anjos

Tá afim de mandar alguma coisa pra gente? Escreve um email para correio@revista.com.br

Ou se quiser entrar no **Grupo do Zap**, escaneia o QR code ao lado!



**POR APENAS R\$50/MÊS,
RESOLVEMOS QUALQUER PERRENGUE
A QUALQUER MOMENTO.***

*preço de 50 reais válido apenas para contrato de 10 anos, vinculado ao carro registrado, caso carro nunca tenha apresentado problema; em caso de atraso na fatura, seu carro será retido até que o pagamento seja efetuado; não existe possibilidade de cancelamento; serviço disponível de segunda a sexta, das 14h às 18h; caso necessário mais de um dia para o conserto, será cobrada taxa de tempo extra; consertos serão cobrados separadamente; quantidade de atendimentos diários é limitada, visitas devem ser agendadas com pelo menos 3 semanas de antecedência; todo cancelamento de manutenção será taxado de forma aleatória; valor mensal será triplicado caso o carro não esteja quitado; atendimentos distantes do centro da cidade terão taxa extra de transporte; carros com revisão atrasada não serão atendidos; carros comprados há mais de 2 anos serão avaliados para aumento de preço da mensalidade; mais taxas além das listadas serão cobradas; qualquer outra dúvida, ligar para (11) 3873-6669, chamadas serão cobradas R\$2,50 por minuto.

FIAT
MANUTENÇÕES



UMA AUTÓ REFLEXÃO