



## **Jornalismo Automotivo no Brasil: Novas Possibilidades de Abordagem<sup>1</sup>**

Tiago César Silveira de MENDONÇA<sup>2</sup>

Cíntia Cerqueira CUNHA<sup>3</sup>

Universidade de Uberaba, Uberaba - MG

### **RESUMO**

A cobertura jornalística deve ser pautada pela ética e veracidade das informações transmitidas. Os veículos de comunicação têm papel social de informar o público sobre os acontecimentos, e devem fazê-lo de forma objetiva a fim de relatar o que tem relevância. No jornalismo especializado em automóveis, manter esse rigor ideal do jornalismo tradicional é mais complicado, já que a citada área é abundante em subjetividades e opiniões. Será abordado, nesse artigo, como as duas principais revistas automotivas do país (Quatro Rodas e Auto Esporte) separam suas editorias, enfoques quanto aos testes comparativos, análises, notícias e mundo automotivo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Automotivo; Automobilismo; Jornalismo Especializado; Quatro Rodas; Auto Sport.

### **INTRODUÇÃO**

A prática do jornalismo especializado em automóveis, apesar de hoje não ser o sonho de muitos focas, ainda nas cadeiras da faculdade, é tradicional no Brasil e envolve paixão. Essa curiosidade em explorar os automóveis e transformar essa experiência em jornalismo não demorou muito para surgir em terras brasileiras. No ano de 1911, na então capital nacional Rio de Janeiro, quando o automóvel ainda era uma novidade no país, foi lançada a *Revista de Automóveis*, publicada em outubro daquele ano. Paulo Campo Grande (2014) destaca a presença publicitária e os moldes editoriais da publicação.

A capa do primeiro número era composta apenas pelo cabeçalho e um anúncio de uma importadora de carros. A ‘Carlos Schlosser & Cia’ oferecia ‘automóveis de passeio e de corrida’, da marca Benz; pneus Continental; e magnetos Bosch. Internamente, a revista trazia avaliações de veículos, dicas de manutenção e notícias sobre carros. (CAMPO GRANDE, 2014, p. 17)

A circulação mensal da *Revista de Automóveis*, em 1912, desencadeou o surgimento de mais diversos títulos especializados em automobilismo, todos no Rio de Janeiro. Podemos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao IJ1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Aluno do 7º período de Jornalismo da Universidade de Uberaba, Uberaba, MG, e-mail: tiago\_csr@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade de Uberaba – Uberaba, MG, cintia.cunha@uniube.br



destacar a *Auto Sport* (mensal, surgiu em 1912. Falava sobre esportes, inclusive o automobilismo), a *Automóvel* (mensal, surgiu em 1915. Trazia reportagens de mercado e de serviços) e a *Auto-Propulsão* (semanal, surgiu em 1915. Trazia automobilismo, motociclismo, aviação e motorismo náutico).

Como explica Paulo Campo Grande (2014), a chegada do veículo abriu um nicho e aguçou a curiosidade do público.

O automóvel ainda era novidade em todo o mundo, mas, por aqui, já havia pessoas interessadas em ler sobre essa invenção. Isso talvez se deva ao fato do Brasil ter sido um dos primeiros lugares do mundo a ver essas máquinas circulando. Já em 1871, um exemplar movido a vapor teria sido o primeiro ‘auto-móvel’ a rodar no país. Essa estreia aconteceu na cidade de Salvador, na Bahia. (GRANDE, 2014, p. 17)

O surgimento da imprensa automotiva, no mundo, vem junto com o próprio automóvel. Para Douglas Cavallari e Alexandre Bianchini (2005), carro e imprensa caminham em mesmo solo desde 1886, quando Gottlieb Daimler e Karl Benz apresentaram ao mundo o primeiro carro, o Benz Patent-Motorwagen 1886.

Uma das primeiras notícias a respeito do automóvel foi publicada pelo jornal alemão *Münchener Tageblatt*. O alvo da matéria era o triciclo de Benz, que havia se tornado um dos destaques da Exposição de Engenharia de Munique, em 1886. Também coube a este veículo, ainda no mesmo ano, o privilégio de motivar a primeira reportagem automobilística publicada em revista, quando foi avaliado pela publicação americana *Scientific American*. Em 1887, a parceria entre carro e mídia começava a ser concretizada. Apareceriam, na Europa e Estados Unidos, as primeiras revistas especializadas em automóveis. Entre as pioneiras, estava a inglesa *Autocar* (1895), a mais antiga do mundo ainda em circulação. (CAVALLARI e BIANCHINI, 2005, p. 13)

Após 102 anos de imprensa automotiva no Brasil, e 127 no mundo, porém, os primeiros periódicos praticamente definiram os rumos editoriais do jornalismo especializado em automóveis. Ou seja, as publicações evoluíram, mas o esqueleto das revistas automotivas pouco se alterou. Por isso, o presente trabalho tem como objetivo apontar novas possibilidades para a prática desse tipo de jornalismo no Brasil. Para isso, foi utilizada como metodologia a pesquisa bibliográfica (em livros já publicados sobre o assunto) e revistas automotivas.



Para analisarmos comparativamente o enfoque editorial da imprensa automobilística brasileira, tomaremos como exemplo duas publicações de junho de 2012: *Quatro Rodas* (Editora Abril) e *Auto Esporte* (Editora Globo) - as duas principais revistas do setor.

## DESENVOLVIMENTO

### AUTO ESPORTE

A revista *Auto Esporte* chegou às bancas em novembro de 1964, produzida, na época, pela editora Efecê. Secundária, a revista era ofuscada pela concorrente *Quatro Rodas* (Abril). O enfoque das publicações da AE eram as competições automobilísticas. A grande aposta foi a cobertura da Fórmula 1, feita pela primeira vez por um jornalista brasileiro, Mauro Forjaz. Ele foi até Watkins Glen, estado de Nova Iorque, cobrir o GP dos Estados Unidos daquela temporada.

Entretanto, cinco anos mais tarde, a revista começou a mudar suas pautas, dando enfoque também para a indústria automotiva, segredos de fábrica, dicas de manutenção e reportagens especializadas. Essa mescla editorial seguiu até 1998, quando então a editora Globo comprou a revista e passou a publicá-la sob seu comando. Segundo Caio Moraes (2005), jornalista da AE na época da transição, uma pesquisa de mercado revelou o que a revista precisava mudar.

As informações levantadas pela pesquisa indicavam que era muito importante a revista ter testes; mais importante ainda era publicarmos avaliações comparativas, nas quais deixássemos bem clara a nossa opinião, sem essa de ficar ‘em cima do muro’; também não poderíamos deixar de lado a competição, que era uma coisa que a gente vinha abandonando nos anos anteriores; deveríamos apresentar algo sobre motos, pois ficou comprovado que o leitor de revista de carros gosta de saber, ao menos, quais as últimas novidades deste setor; e, por último, era fundamental darmos um grande espaço para as matérias de serviço. (MORAES, 2005, p. 20)

Passaram-se 13 anos, considerando a edição de junho de 2012 (material de análise deste artigo), desde a pesquisa e o público que deram cara nova à AE. Estruturalmente, a revista é dividida, atualmente, em sete partes ou editorias: *Carta ao leitor* (editorial assinado pelo diretor de redação), *Você diz* (Espaço dedicado a publicar perguntas, sugestões e críticas dos leitores), *Ignição* (notícias que abrangem todo o universo automobilístico), *Aceleramos* (parte dedicada a testes de veículos), *Mundo sobre rodas* (reportagens especiais internacionais), *Mercado* (com tabelas de preços dos veículos vendidos em território nacional)

e *Online* (onde são apresentadas algumas matérias disponíveis no site da revista). Nesta edição, em específico, há uma seção a mais, a *Qual comprar - 2012* (um guia mais detalhado com todos os veículos disponíveis no Brasil, que conta com a opinião da revista, se vale a pena ou não adquirir tais automóveis etc.).



Dentro de selecionadas editorias, foram criadas subeditorias. Em *Você diz*, são apresentadas ainda: *Correio* (na qual leitores comentam a edição anterior ou assuntos relacionados), *Defenda-se* (onde a revista é a intermediadora de problemas relacionados a veículos entre consumidores e montadoras/concessionárias) e *Oficina* (que serve para tirar dúvidas sobre automóveis do público). Em *Ignição* não há uma separação explícita, porém, a editoria possui notícias de variados temas, reportagens curtas e pequenas reportagens. E por último, em *Aceleramos*, a organização é feita da seguinte maneira: *Testes* (onde uma unidade é analisada), *Primeira volta* (quando é realizado um teste inédito até então pela revista) e *Comparativo* (que nada mais é do que dois modelos sendo testados juntos).

Na edição já apontada, o grande destaque fica por conta do *Qual Comprar – 2012*. Além disso, as chamadas da revista denunciam o estilo editorial da *Auto Esporte*: ser um guia do consumidor sobre o mercado automotivo brasileiro. A evidência fica na grande ênfase ao cenário nacional: dos seis testes realizados, apenas um é sobre um veículo internacional.

Vejamos como se desenvolve o conteúdo (que se angula em todos os casos em ter o olhar de consumidor), se analisado por editorias. No editorial, o chefe de redação (Marcus



Vinícius Gasques) revela como foi a elaboração da edição. Em *Você diz*, a revista, pela lógica, dá mais destaque às mensagens positivas dos leitores. As negativas estão presentes, sem destaque, mas com respostas. Em *Ignição*, há uma mescla entre assuntos diretamente voltados aos automóveis (como notícias de lançamentos e afins) como também de assuntos secundários, voltados para quaisquer pessoas. Geralmente, são expostos de maneira mais leve, com diversas fotos e ilustrações. Em *Aceleramos*, o perfil jovial, com diversas menções a redes sociais e presença feminina, ilustrando essa tendência à democratização de um tema até então mais masculino, começa a dar as caras. Em *Mundo sobre rodas*, o saudosismo bate forte. As duas matérias batem em temas que, geralmente, agradam o público fiel. A primeira fala sobre a cultura automotiva em Los Angeles, uma cidade que adotou os mais variados tipos de carros, desde “beberrões” com motores V8 até híbridos silenciosos. A segunda matéria mostra a obra de arte de um britânico, que é uma tela do Ayrton Senna. Ambos os tipos dessas matérias sempre caem no gosto popular. Uma aposta ousada da Editora Globo para bater a concorrente *Quatro Rodas*, que será abordada no próximo tópico.

## QUATRO RODAS

A primeira edição da *Quatro Rodas*, hoje principal revista especializada em automóveis no Brasil, apareceu no ano de 1960, no mês de agosto. A edição número 1 trazia um editorial escrito por Victor Civita, fundador da Editora Abril, que enfatizou que a missão da QR era trazer o assunto ‘automóvel’ a sério, por conta do grande crescimento da indústria automobilística no país.

Quatro Rodas aparece por três motivos. Primeiro, porque a indústria automobilística brasileira brotou e expandiu-se tão rapidamente nos últimos quatro anos, que o nosso país já se tornou um dos grandes produtores de automóveis e caminhões. Êste progresso, êste mercado - êste espantoso índice de confiança - exigem a cobertura jornalística de uma publicação séria e objetiva. Segundo, porque os proprietários e os compradores de carros no Brasil necessitam de uma publicação que lhes forneça informações completas e compreensíveis sôbre manutenção, consertos, serviços e características dos automóveis novos e 'velhos'. Terceiro, porque belíssimos recantos do nosso país estão esperando para serem descobertos ou valorizados turisticamente por aqueles que possuem carro e um louvável espírito de aventura. Apenas aguardam, para reunir a família, saltar para o volante e partir, que alguém lhe diga como aqueles recantos podem ser alcançados confortavelmente. (CIVITA, 1960, p. 5)



Apesar de ser uma revista especializada em automóveis, a *Quatro Rodas* dava um destaque especial ao turismo. Segundo Jorge Tarquini (2005), a QR teve papel importante no desenvolvimento comercial do setor automotivo e de infraestrutura rodoviária.

Em sua primeira década, QR foi responsável pela grande expansão turística do nosso país, cobrando do Governo a abertura e manutenção de estradas e a melhoria da nossa infraestrutura. A competição também ganhava destaque neste cenário, porque a indústria automobilística nacional começava a investir no automobilismo de competição e os primeiros brasileiros começavam a se sobressair. (TARQUINI, 2005, p. 24)

O primeiro brasileiro campeão de Fórmula 1, Emerson Fittipaldi, venceu o mundial em 1972. Nesta mesma época, eclodiu ainda mais a indústria automotiva brasileira. Ainda de acordo com Tarquini, a resposta da revista para a produção em grande escala foi “investir no jornalismo investigativo, nos ‘Segredos das Fábricas’, além de criar os comparativos entre modelos e os testes de longa duração”.

Na mesma tendência da *Auto Esporte*, que realizou pesquisas de mercado, a QR também se aventurou em saber o que o público esperava deles durante os anos de 1990. Tarquini (2005) destaca que a linha editorial atual segue o que há de mais atual sobre o ramo automobilístico no momento.

Nós resolvemos que o melhor caminho que poderíamos seguir era ser a *Veja* do mundo do carro, em que a informação mais quente e relevante do momento determinasse a pauta de *Quatro Rodas*. Porque, por exemplo, a *Veja* não faz uma matéria sobre divórcio se naquele período da história não estiver acontecendo um aumento do número de divórcios, ou não vai fazer uma matéria sobre cárie infantil se não estiver sendo descoberto um novo remédio. (TARQUINI, 2005, p. 25)

A edição de junho de 2012 está fragmentada em três grandes editorias. *Seções* (onde são exibidos os assuntos primários da revista, como testes, notícias e etc.), *Coluna* (artigos opinativos. Na edição em análise, contém texto de Jeremy Clarkson, polêmico e renomado jornalista britânico, e Luciano Burti, brasileiro, ex-piloto de Fórmula 1 e piloto de Stock Car no Brasil) e *Auto Serviço* (que apresenta produtos e serviços voltados aos automóveis).



Dentro de *Seções*, a maior parte da revista, foram elencados os seguintes itens: *Viva Voz* (onde são apresentadas opiniões e mensagens dos leitores, geralmente com algo relacionado à edição anterior da revista), *Via expressa* (notícias da indústria automotiva), *Segredo* (parte onde são exibidos veículos que ainda não foram lançados com fotografias geralmente enviadas por leitores), *Zero KM* (teste expresso de um veículo até então nunca pilotado pela equipe da revista), *Longa duração* (mostra-se como se comporta um veículo em um determinado tempo. Ao final, desmonta-se o veículo e exhibe como ficou o estado de conservação das peças), *Grandes Carros* (seção onde veículos de outras épocas são analisados novamente, com visão contemporânea), *Grandes Brasileiros* (mesmo princípio do item anterior, mas com holofotes voltados para modelos nacionais), *Novas tecnologias* (como o próprio nome diz, elenca ferramentas e tecnologias que podem mudar os rumos da área automotiva), *Correio técnico* (onde perguntas técnicas são respondidas por um especialista), *Top Ten* (lista de dez mais, temático) e *Testes* (onde os veículos são analisados pelos jornalistas da QR).

Separado, o *Auto-serviço* apresenta ao leitor as seguintes subeditorias: *Reportagem* (aborda um tema secundário sobre veículos), *Usado do mês* (a revista aponta qual modelo está viável, a popular “pechincha”), *O Especialista* (um profissional aponta melhores opções em diversas temáticas. Ensina dicas práticas de objetos automotivos), *Cumprir o que promete* (são testados itens automotivos e ferramentas), *Autodefesa* (consumidores reclamam de serviço ou produto. A revista vira mediadora entre a fábrica e consumidor), *Mercado* (onde são



apontados valores e índices sobre o mercado automotivo) e *Tabela de preços* (que elenca todos os modelos oficialmente vendidos no Brasil, exibindo a disposição de opcionais de cada um dos veículos).

Agora, levando-se em conta o conteúdo, vamos analisar os textos. No editorial, o diretor da redação (Sérgio Berezovsky) faz uma análise da indústria automobilística, na época. Em *Testes*, a grande mágica da Quatro Rodas acontece. As matérias são exibidas com cunho técnico sem deixar que se torne demasiado difícil: o assunto, mesmo com grandes complexidades de explicação, pode ser facilmente entendido. O que ajuda é a linguagem, baseando-se apenas em um português correto, puramente objetivo. No restante de *Seções*, o conteúdo é bastante aproximado da realidade do leitor que, segundo informações da Editora Abril, é majoritariamente composto por homens, da classe B, entre 25 a 30 anos<sup>4</sup>. A revista QR se mantém como principal intuito informar para, depois, entreter, apresentando uma atitude conservadora, mas compadecendo de reformulações.

## CONCLUSÃO

Mesmo tendo surgido com objetivos diferentes, as revistas *Quatro Rodas* e *Auto Esporte* têm muito em comum. A primeira tinha o objetivo de ser um guia turístico se segurando na premissa de que quem tem carro, quer saber onde ir. Ao longo do tempo, foi percebendo que o leitor quer saber sobre o que está ao seu alcance, ou seja, primeiro, em comprar um carro. A segunda tinha o objetivo ser mais específica no esporte. Também, com o tempo, foi modificando suas pautas até o formato atual.

Se as duas revistas eram diferentes, hoje apresentam praticamente as mesmas temáticas, mudando apenas os nomes das editoriais e suas distribuições ao longo das páginas. O assunto mais esperado de uma revista automotiva, que são os testes, em ambos os periódicos são utilizados os mesmos critérios: velocidade, conforto, consumo e, principalmente, a viabilidade financeira. A história se repete em temas como serviço, mercado, tabela e etc.

Há apenas uma diferença encontrada após feita a análise editorial de QR e AE: a linguagem. Enquanto a *Quatro Rodas* segue seu modelo tradicional, com simplicidade e muita informação, a *Auto Esporte* espera que suas publicações agradem o público jovem com uma linguagem mais inovadora, mais próxima do que é a realidade dos compradores de

---

<sup>4</sup> ABRIL. Perfil dos leitores. Disponível em: < <http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/perfil-dos-leitores>>. Acesso em: 24 nov. 2014.





veículos em potencial. Isso inclui a grande parcela de mulheres (jovens ou não) a encontrar assunto cabível à sua realidade em *Auto Esporte*.

Não há um certo e errado nessa história, mas, como previamente apresentado, o objetivo era encontrar novas possibilidades de abordagem através desta análise. O que pode ser compreendido é que as mudanças na indústria e no esporte a motor foram fundamentais para que a imprensa especializada em automóveis evoluísse. Hoje, considerando o atual cenário, as novas opções de combustíveis, escassez de petróleo e, principalmente, o boicote ao automóvel em alguns lugares do planeta colocam em evidência que a nova abordagem do jornalismo no Brasil depende de muitos outros fatores da política externa. Não podemos apontar com certeza, mas a grande probabilidade é que a nova abordagem do jornalismo automotivo brasileiro fique em mostrar retratos da realidade de quem consome, constrói e dirige automóveis. O interessante é que, com a evolução da imprensa automotiva no Brasil, as novas abordagens desse tipo de jornalismo poderiam voltar ao princípio, como analisa Moraes (2005).

Com este sucesso da nova fase de Auto Esporte, diversos profissionais do meio me questionam se acho que esta linha editorial, mais ‘tradicional’, poderá voltar a ser padrão no futuro das revistas especializadas brasileiras. Sinceramente, não sei. Acho que, para as publicações concorrentes seguirem por caminhos diversos, elas tiveram seus motivos. E, principalmente no caso da Quatro Rodas, certamente levaram em conta dados apurados em pesquisas entre os seus leitores. (MORAES, 2005, p. 20)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIANCHINI, Alexandre e CAVALLARI, Douglas (orgs.). **Na rebimboca da parafuseta:** os caminhos da imprensa automobilística no Brasil. São Paulo: Observatório da Imprensa, 2005.

CAMPO GRANDE, Paulo. **Jornalismo automotivo:** histórias e dicas – 1. ed. São Paulo: B4 Ed., 2014.

CIVITA, Victor. **Carta do editor.** Quatro Rodas, Rio de Janeiro, ed. 1, num. 1, pg. 5, 1960.

MORAES, Caio. A Tradição. In: BIANCHINI, Alexandre e CAVALLARI, Douglas (orgs.). **Na rebimboca da parafuseta:** os caminhos da imprensa automobilística no Brasil. São Paulo: Observatório da Imprensa, 2005. Pg. 19 – 21.



TARQUINI, Jorge. O Público. In: BIANCHINI, Alexandre e CAVALLARI, Douglas (orgs.). **Na rebimoca da parafuseta: os caminhos da imprensa automobilística no Brasil**. São Paulo: Observatório da Imprensa, 2005. Pg. 23 – 29.

**AUTO ESPORTE**. Rio de Janeiro: Globo, nº 565, jun. 2012.

**QUATRO RODAS**. São Paulo: Abril, ano 51, ed. 631, jun. 2012.

**QUATRO RODAS**. São Paulo: Abril, ano 1, ed. 1, ago. 1960.

**ABRIL. Perfil dos leitores**. Disponível em: < <http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/perfil-dos-leitores>>. Acesso em: 24 nov. 2014.