

Confira como será o Jeepster, que a Chrysler vai produzir no Brasil



PROJEÇÃO: RENATO ASPROMONTE

Como reduzir o desgaste gerado pelo anda e para do trânsito



EDIFÍCIO PESSOAL/ESTADÃO

Jornal do Carro

SÃO PAULO QUARTA-FEIRA, 29 DE JANEIRO DE 2014 | O ESTADO DE S. PAULO ANO 32 EDIÇÃO Nº 1589 jornaldocarro.com.br



TIAGO QUIROZ/ESTADÃO



AMOR incondicional

Fanáticos por carros, como Helder Sobrêda, levam sua paixão às últimas consequências

COM AS TABELAS QUE SÃO REFERÊNCIA NO MERCADO

Amor eterno, amor verdadeiro

Em nome da paixão pelo carro preferido, fãs viram estudiosos, organizam-se em clubes e até pressionam as montadoras

Thiago Lasco thiago.lasco@estadao.com

Elas defendem seu objeto de amor com unhas e dentes, sabem detalhes da história, unem-se a outras pessoas com a mesma paixão e ficam inconsoláveis em caso de rebaixamento. Torcedores de um time de futebol? Não: fãs de carros que cultuam um modelo específico. E podem ser tão fanáticos quanto o torcedor mais "roxo" de uma equipe esportiva.

Carros que marcaram época, como Fusca, Kombi e Opala, têm uma legião enorme de fãs, acumulados ao longo de décadas de produção. Mas não são os únicos que se tornam objeto de culto. Modelos recentes, como o Hyundai HB20, já angariam um número considerável de admiradores.

São pessoas que gastam boa parte de seu tempo livre cuidando do carro, lendo sobre ele e trocando informações com outros aficionados, em fóruns de discussão na internet. Em pouco tempo, esses contatos transcendem o virtual e se transformam em amizades, fortalecidas por meio de clubes que promovem encontros e viagens (veja na página 10).

Intressados e dedicados, muitos fãs esmiúçam seu objeto de paixão e tornam-se especialistas no assunto, a ponto de servirem de fonte de informação até para as montadoras.

O diretor de comunicação da Chevrolet, Pedro Luiz Dias, conta que os fãs chegam a dar palestras para os funcionários

da marca. "Eles entendem o carro tão bem quanto o engenheiro que o desenvolveu, às vezes até mais."

Não raro, têm na garagem mais de um exemplar do modelo que adoram. E os tratam com todo o cuidado do mundo.

O presidente do Monza Clube, William Bertochi, diz que há sócios que chegam a faltar aos eventos se há previsão de chuva, para não molharem suas preciosidades. Outros simplesmente não rodam com o veículo, para mantê-lo como novo. "Eles contratam guinchos para transportar o carro até os eventos", conta.

COBRANÇAS

Eai de quem falar mal do carro que tanto amam: é briga na certa. Por defenderem o modelo com tanta paixão, os aficionados sentem à vontade inclusive para pedir à marca que salve sua paixão da guilhotina.

"Quando começa o burburinho sobre o fim de um modelo, eles nos procuram e tentam nos convencer a mudar de ideia", diz o gerente de marketing de produto da Volkswagen, Henrique Sampaio.

E se o modelo amado já disse adeus, não faltam clamores dos saudosistas pedindo uma nova encarnação. "Recebemos até hoje mensagens perguntando quando o Opala e o Monza voltarão a ser feitos", afirma Dias. "Os fãs são educados, mas bastante incisivos."

Confira as histórias de alguns desses apaixonados por carros e marcas de veículos.



ROBSON FERNANDES/ESTADÃO

O CUIDADOSO

O analista de sistemas Maurício Simão é apaixonado pelo Monza e guarda com cuidado um sedã que o pai adquiriu em 1986. Até o tapete de papel com o qual o carro foi entregue pela concessionária foi mantido. O carro fica coberto por duas capas, suspenso em um cavalete - para preservar as molas, segundo o dono - e não roda mais que

cinco vezes ao ano (e nem em asfalto quente). Uma coleção de recortes e revistas com reportagens sobre o Chevrolet ajuda a preservar a história do modelo. "Muitos mantêm o carro em bom estado, mas não com os pneus originais. É algo que poucos conseguem e eu quero ter", afirma. "Um veículo bem cuidado vale mais do que um refeito."



ARQUIVO PESSOAL

A DEFENSORA

A analista de vendas Patrícia Paiva (à terceira na foto, à direita) não se interessava por carros até ganhar um Vectra do pai. Depois de rodar 330 mil km com o Chevrolet, ela se encantou com o sedã, juntou amigos e fundou o Clube do Vectra. Ao acompanhar discussões de mecânica em um fórum, pegou gosto pelo assunto e hoje discute

de igual para igual na hora de deixar o carro na oficina. "Quem gosta mesmo de um modelo mexe nele e conhece bem seus sintomas e particularidades", diz. Defensora ferrenha do sedã, ela não deixa barato nenhuma provocação. "Quando me dizem que ele é defasado, respondo: o meu carro tem suspensão tra-seira independente, e o seu?"



O fã acha uma honra mostrar seu carro. É muito emocionante. No desfile tinha gente chorando."

PATRICIA PAIVA, sobre a experiência de desfile com seu Vectra em um evento para fãs do sedã no Sambódromo do Anhembi

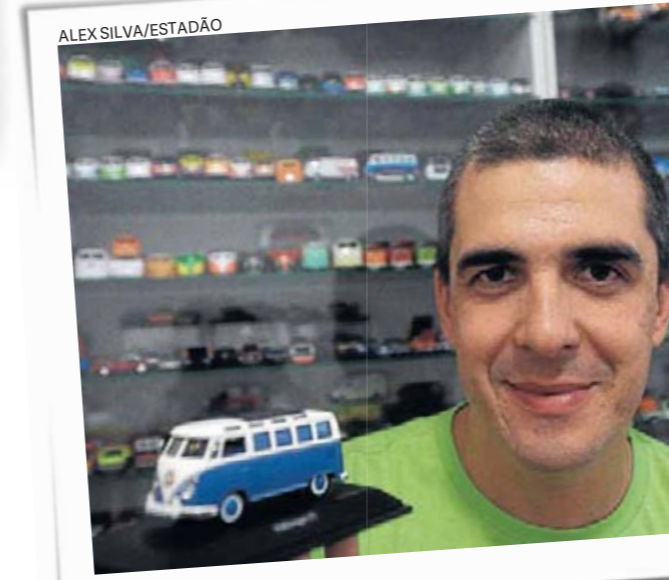


EVELSON DE FREITAS/ESTADÃO

O GARIMPEIRO

A missão do ator e restaurador de carros Andrew Bergamo é ajudar a corrigir o que ele considera uma injustiça com o "finado" Ford Versailles. "Ele tinha acabamento superior ao do Santana e, mesmo assim, foi esquecido: só o Volkswagen ficou famoso", lamenta. Ele criou um clube para o modelo. "Como o Versailles teve apenas 80 mil uni-

dades produzidas, era difícil encontrar informações sobre ele". Bergamo tem dois sedãs na garagem e está recuperando uma perua Royale que pertencia à sua família e estava indo para o ferro-velho. Ele garimpa material de época, como revistas, folhetos e pôsteres, e conversa com ex-funcionários da Ford. "Todas as informações são preciosas."



ALEX SILVA/ESTADÃO

O COLECIONADOR

Para os inúmeros órfãos do Fusca e da Kombi, o barulho do motor refrigerado a ar desses modelos é como música. O publicitário Helder Sobrêda é um desses fãs. O gosto pela linha Volkswagen veio de família - ele tem um Fusca e uma Brasília 1976 e uma Kombi 1972, esta em fase de restauração. Sua coleção de revistas, iniciada na infância, foi crescendo com os exemplares que ele garimpou em sebos. Mas o destaque do acervo VW são as mais de mil miniaturas - só de Kombi, são 200, de tamanhos variados. O Sampa Kombi Clube, que ele ajudou a fundar, tem perfil bem democrático. "Aceitamos modelos de todos os tipos, do mais original ao mais modificado."



OTTO 7 EDITORA/DIVULGAÇÃO

O EMPREENDEDOR

A paixão do empresário Alexandre Badolato são os Dodge que a Chrysler fabricou no Brasil nos anos 70 e acabaram desaparecendo. "Com a segunda crise do petróleo e o fechamento da fábrica, eles passaram a valer quase nada. Muitos foram destruídos ou cortados para virar carro alegórico. Sobreviveram apenas 3% da produção", ele conta. Cruzando informações da Anfavea, de revistas e ex-funcionários da empresa, Badolato conseguiu localizar e cadastrar boa parte dos carros remanescentes. Vários passaram a fazer parte de sua coleção, que ocupa um galpão perto de Campinas (SP). Batizado de Museu Dodge, tem 65 unidades, separadas por modelo (Charger e Dart) e ano de fabricação.



HB20 CLUBE/DIVULGAÇÃO

Fãs do HB20 Clube visitam a sede da Hyundai na Coreia



MONZA CLUBE/DIVULGAÇÃO

MONZA CLUBE fez encontro no clube de campo dos funcionários da GM, no interior

Clubes unem o útil ao agradável

Nas agremiações, fãs do carro trocam informações e fazem amigos com interesses em comum

A história se repete: o dono de um carro tem dúvidas de mecânica ou não encontra peças, e abre uma página na internet para trocar informações com outros proprietários. Esse foi o pontapé inicial da maioria dos clubes dedicados a um modelo específico que existem no País. Eles são boas ferramentas para os aficionados dividirem experiências e fazerem amigos com interesses em comum.

Alguns clubes pararam nesse primeiro estágio e são, basicamente, fóruns de discussão virtual. Outros cresceram tanto que viraram empresas, com CNPJ, estatuto, assembleias e cargos como presidente, tesoureiro e diretor social.

A maioria não cobra taxas dos membros. "O espírito é de colaboração. Cada um leva o que pode e contribui à sua maneira", diz Andrew Bergamo, do Versailles Clube. A venda de camisetas, adesivos, chaveiros e outros artigos personalizados ajuda a gerar renda.

receita: a taxa de expedição do certificado de originalidade, necessário para os veículos receberem a placa preta.

Além de participar de eventos fechados, os membros têm outra vantagem: a chance de adquirir um carro de outro fã. "O clube é o melhor lugar para comprar, pois os membros gostam do modelo e cuidam bem dele", diz a presidente do Clube do Vectra, Patrícia Paiva.

VIDA SOCIAL Para sair do ambiente virtual, os clubes promovem encontros periódicos, que vão de simples reuniões em praças até churrascos e viagens. Nesses ca-

sos, a presença das esposas, maridos e filhos dos membros dá um clima familiar aos eventos. "Tenho amigos ali cujos filhos eu vi crescer. Fazemos eventos em hotéis, já pensando no conforto da família. As esposas ficam amigas e depois saem juntas", conta Fábio Pagnotta, do Chrysler Clube.

Os clubes mais fortes fazem encontros nacionais, para juntar os membros de diferentes partes do País. E marcam presença em eventos de antigos como os de Araxá (MG) e Lindoia (SP), além do Auto Show Collection, em que desfilam com seus carros no Sambódromo do Anhembi. Thiago Lasco

Montadoras mantêm relação próxima

Fãs que fazem propaganda espontânea e defendem seus carros são tudo o que uma montadora pode querer. As empresas conhecem o valor desses preciosos porta-vozes e constroem uma relação próxima com os clubes. "Eles levam a bandeira da marca e perpetuam a história do modelo", diz o gerente de marketing da VW, Henrique Sampaio. "Além disso, reafirmam a qualidade do produto. Se aquele carro tem um fã-clube, ele deve ser bom."

As marcas não dão ajuda financeira aos clubes, mas apoiam os eventos, levando carros e cedendo locações, e os convidam para lançamentos e visitas à fábrica. Já a Hyundai levou três membros do HB20 Clube para visitar sua matriz, na Coreia do Sul.

Mostramos a reestilização, em primeira mão, e eles mantiveram o sigilo. Agiram como parceiros da marca", diz Sampaio.

Essa lealdade tem motivado a VW a incluir fãs em clínicas de produto. "Eles conhecem bem o carro, se aprofundam na análise e fazem críticas ferozes, pois querem ajudar a aprimorá-lo." A Renault realiza um evento anual, a Noite Renault, para receber os clubes. Executivos da marca aproveitam o clima informal para ouvir os fãs. "Graças a uma sugestão deles, o Sandero GT-Line, que era uma série limitada, virou versão fixa", diz o diretor de marketing, Bruno Hohmann.