

GARAGEM DE MOTOR



**JAECOO 7 ELITE ESTREIA
COM PREÇO AGRESSIVO
E TECNOLOGIA HÍBRIDA**

**CHEVROLET SONIC
ESTREIA NO BRASIL COM
ESTRATÉGIA OUSADA**

**CITROEN LEVA BASALT
DARK EDITION PARA
SHOW DE THIAGUINHO**

**NOELLE GUERINO: CARREIRA
SÓLIDA BASEADA NAS
RELAÇÕES DE CONFIANÇA
COM CLIENTES E PARCEIROS**



4 Chevrolet Sonic estreia no Brasil com proposta ousada e coloca a marca em novo patamar de SUVs



11 Jaecoo 7 Elite estreia no Brasil com preço agressivo e aposta em tecnologia híbrida para desafiar rivais



15 Linha 400 da Triumph combina tradição britânica, tecnologia e nova proposta para o mercado



19 Noelle Guerino: carreira sólida baseada nas relações de confiança com clientes e parceiros



23 Volkswagen ID. Polo inaugura nova era elétrica para o hatch compacto



29 Citroën leva experiência imersiva ao Bem Black e Basalt Dark



33 As marcas independentes da Itália

REVISTA GARAGEM DE MOTOR

Edição 38 / MAIO / ano 4

EDITORES

Renata Barros
Rodrigo Dantas

COLABORADORES

Fabio de Sanctis
Geraldo Lelis
Guilherme Galvão

DIREÇÃO DE ARTE / DESIGN

Thais Tinée
Estúdio Criativo Crevior

O SUV | CUPÊ QUE NÃO VAI SAIR DA SUA CABEÇA.

SONIC

NOVO
PREMIER
2027



VALOR DE LANÇAMENTO

R\$ **129.990** + **TAXA ZERO**

☎ **81 3366-2505**

www.autonuneschevrolet.com.br

NOVO CHEVROLET SONIC PREMIER 2027 1.0 TURBO (CONFIG 5P58DV), PACOTE R8C ANO/MODELO 2026/2027 PINTURA NA COR AZUL BOREAL, COM PREÇO PÚBLICO À VISTA DE R\$ 134.990,00 E VALOR PROMOCIONAL R\$129.990,00 (ENTRADA 93.093,00 + 12 X 3.324,75) SUJEITO À PRÉVIA APROVAÇÃO DE CRÉDITO.*CONSULTE CONDIÇÕES OFERTAS VÁLIDAS ATÉ 30/06/2026

CHEVROLET

CHEVROLET SONIC ESTREIA NO BRASIL COM PROPOSTA OUSADA E COLOCA A MARCA EM NOVO PATAMAR NO SEGMENTO DE SUVs

Por Redação



A Chevrolet escolheu o Brasil para apresentar mundialmente o novo Sonic, SUV cupê que inaugura uma nova fase da marca na América do Sul e amplia a ofensiva da fabricante no segmento mais disputado da indústria automotiva. Produzido nacionalmente, o modelo chega posicionado entre o Onix Activ

e o Tracker e aposta em um conjunto que combina visual sofisticado, tecnologias inéditas, eficiência mecânica e forte proposta de personalização. O lançamento marca um movimento estratégico da montadora em um mercado cada vez mais dominado pelos utilitários esportivos.

Com linhas inspiradas em modelos globais da marca, acabamento refinado e foco em conectividade, o Sonic nasce com a missão de atrair um consumidor mais jovem e urbano, sem abrir mão da praticidade e racionalidade esperadas de um SUV compacto.

EVENTO DE LANÇAMENTO REUNIU MILHARES DE CONVIDADOS EM SÃO PAULO

O lançamento oficial do Chevrolet Sonic aconteceu nos dias 06 e 07 de maio, no Distrito Anhembi, em São Paulo, em um evento de grandes proporções promovido pela General Motors. Mais de dois mil convidados de toda a América Latina participaram da apresentação, entre jornalistas, criadores de conteúdo, representantes de concessio-

nárias e profissionais da mídia especializada.

Entre os veículos de imprensa presentes esteve o Garagem de Motor, que acompanhou de perto a estreia do novo SUV cupê e pôde conferir as primeiras impressões do modelo logo após a apresentação conduzida pelo time da Chevrolet, incluindo Thomas Owsianski, presidente da GM América do Sul.

Após a revelação oficial, os convidados tiveram acesso ao veículo em uma área de exposição preparada para destacar os principais diferenciais do Sonic. O design

foi um dos pontos que mais chamou atenção logo no primeiro contato, especialmente pela combinação entre proporções robustas de SUV e a silhueta esportiva típica dos modelos cupê.

A percepção inicial também reforçou o posicionamento mais sofisticado do modelo. O acabamento interno, a presença do painel totalmente digital e o cuidado com materiais e detalhes aproximaram o Sonic de categorias superiores, evidenciando a intenção da Chevrolet de elevar o nível de percepção do produto dentro do segmento.



DESIGN INSPIRADO EM SUVS PREMIUM

Visualmente, o Sonic adota uma identidade moderna e marcante. O modelo é o primeiro automóvel da Chevrolet no mundo a utilizar a nova interpretação da tradicional gravata da marca, agora mais horizontalizada e integrada ao conjunto frontal em acabamento escurecido.

A dianteira aposta em assinatura luminosa em LED dividida em dois níveis, a superior conectada às luzes diurnas e a inferior onde se concentra o maior volume visual, enquanto a traseira traz lanternas tridi-

mensionais e efeito seccionado, conectadas visualmente por uma barra iluminada que reforça a sensação de largura do veículo. O teto com caída mais acentuada cria o efeito cupê sem comprometer a proposta prática do utilitário.

Com 4,23 metros de comprimento, 1,77 m de largura, 1,53 m de altura e altura livre do solo de 20 centímetros, o Sonic foi desenvolvido pensando nas condições urbanas da América Latina, conciliando presença visual robusta e facilidade de uso no dia a dia.

O Sonic chega em duas versões topo de linha: a Premier e a RS, que apresentam perso-

nalidades distintas. Enquanto a Premier aposta em sofisticação e acabamento mais elegante, com interior cinza com preto e acabamento externo com detalhes cromados, já a RS investe em visual esportivo com detalhes escurecidos, teto preto, rodas exclusivas e acabamento interno preto com costuras vermelhas e detalhes externos em tom escuro.

Ambas as configurações estão disponíveis nas cores: Azul Boreal, Branco Summit, Prata Shark, Preto Ouro Negro, Vermelho Scarlet e a inédita Cinza Urbano.



INTERIOR TECNOLÓGICO E ACABAMENTO ACIMA DA MÉDIA

A cabine do Sonic foi projetada para transmitir sensação de categoria superior. O painel horizontal integra o cha-

mado Virtual Cockpit System, composto por quadro de instrumentos digital de 8 polegadas e central multimídia de 11 polegadas voltada levemente para o motorista.

O SUV também oferece conectividade avançada, incluindo Android Auto e Apple CarPlay sem fio, Wi-Fi nativo, carre-

gamento por indução, atualizações remotas de software e integração com o aplicativo myChevrolet através da nova geração do sistema OnStar.

Outro destaque está no pacote de conveniência, que inclui chave presencial, partida por botão, ar-condicionado digital automático, câmera de alta

resolução, sensores de estacionamento e assistente de estacionamento Easy Park na versão RS.

O espaço interno também foi priorizado. Os bancos com acabamento premium tipo pillow top prometem maior

conforto em viagens longas, enquanto o porta-malas de 392 litros busca equilibrar versatilidade e proposta urbana.

SEGURANÇA GANHA PROTAGONISMO COM NOVA GERAÇÃO DO CHEVROLET INTELLIGENT DRIVING

O Sonic estreia uma nova arquitetura de assistentes eletrônicos da Chevrolet, reunidos sob o pacote Chevrolet Intelligent Driving. O sistema utiliza câmera frontal de alta definição com maior área de cobertura (cerca de 40% a mais) para monitorar o ambiente ao redor do veículo em tempo real.

Entre os recursos disponíveis estão frenagem automática de emergência, assistente de permanência em faixa com correção ativa, alerta de ponto cego, controle eletrônico de estabilidade e tração e seis airbags de série.

Nas versões mais completas, o SUV adiciona ainda farol alto automático e siste-

mas capazes de reconhecer diferenças entre o pavimento e áreas laterais da pista, auxiliando na condução em situações de risco.

Ambas as configurações estão disponíveis nas cores: Azul Boreal, Branco Summit, Prata Shark, Preto Ouro Negro, Vermelho Scarlet e a inédita Cinza Urbano.



Clique no botão ao lado e confira a nossa cobertura >





MOTOR TURBO ALIA DESEMPENHO E EFICIÊNCIA

Debaixo do capô, o Sonic utiliza motor 1.0 turbo flex de injeção direta com 115 cv e até 18,9 kgfm de torque, sempre associado a um câmbio automático de seis marchas.

Segundo a Chevrolet, o conjunto foi calibrado especificamente para o modelo, priorizando respostas rápidas em

baixas rotações e eficiência energética. O SUV acelera de 0 a 100 km/h em cerca de 10 segundos e pode atingir consumo rodoviário de até 14,8 km/l com gasolina, números que o colocam entre os modelos mais eficientes da categoria.

A marca também destaca o trabalho realizado na sus-

pensão, direção elétrica progressiva e aerodinâmica do veículo. Com coeficiente aerodinâmico de 0,35, inferior à média dos SUVs tradicionais, o Sonic aposta em menor resistência ao ar para melhorar estabilidade, desempenho e consumo.

PLATAFORMA DE PERSONALIZAÇÃO AMPLIA PROPOSTA DO MODELO

A Chevrolet também pretende explorar o forte apelo visual do Sonic através de uma ampla linha de acessórios originais. São mais de 70 itens disponíveis, incluindo detalhes estéticos, iluminação ambiente, organizadores internos, suportes de carga e kits de personalização.

A estratégia busca transformar o SUV em uma plataforma de expressão pessoal, acompanhando uma tendência crescente entre consumidores de utilitários esportivos com perfil mais urbano e aspiracional.

CHEVROLET APOSTA ALTO NO SONIC PARA AMPLIAR PRESENÇA NO SEGMENTO

Com investimento próximo de R\$ 1 bilhão em desenvolvimento, engenharia e modernização industrial, o Sonic representa um dos projetos mais importantes da Chevrolet para a região nos últimos anos.

Além de reforçar a presença da marca no segmento de SUVs

compactos, o modelo simboliza uma mudança clara de posicionamento, apostando em design emocional, tecnologia embarcada e experiência de uso mais sofisticada.

As primeiras impressões apresentadas durante o evento em São Paulo indicam que a Chevrolet pretende transformar o

Sonic em um dos lançamentos mais relevantes do mercado brasileiro em 2026, mirando consumidores que desejam um SUV moderno, tecnológico e com forte identidade visual sem abrir mão de eficiência e praticidade no uso diário.



SUA SEGURANÇA COMEÇA NA GUARARAPES

Imprevistos não avisam. Prepare-se!

Estamos sempre ao seu lado, com compromisso, integridade e respeito. Pode contar com a gente para cuidar de tudo com muita responsabilidade e atenção!

**As melhores
seguradoras,
só aqui!**

Oferecemos o que há
de melhor em soluções
de seguros.



**Segurança sem
pesar no bolso**

Confira todas as soluções que trabalhamos:

- ✓ Seguro Auto
- ✓ Seguro de Vida
- ✓ Seguro Residencial
- ✓ Seguro de Eletrônicos
- ✓ Seguro Empresarial
- ✓ Seguro Viagem
- ✓ Seguro Pet
- ✓ Seguro Condomínio
- ✓ Seguro Saúde e Odontológico
- ✓ RC Profissional
- ✓ Seguro Náutico
- ✓ Carro por Assinatura
- ✓ Consórcio
- ✓ Financiamento



**Para cada risco,
uma solução.**

VISITE NOSSO SITE!

www.guararapescorretora.com.br



JAE00

JAE00 7 ELITE ESTREIA NO BRASIL COM PREÇO AGRESSIVO E APOSTA EM TECNOLOGIA HÍBRIDA PARA DESAFIAR RIVAIS DO SEGMENTO

Por Redação

A ofensiva das marcas chinesas no mercado brasileiro ganhou mais um capítulo importante com a chegada do novo Jaecoo 7 Elite. A versão de entrada do SUV híbrido plug-in desembarcou oficialmente no país com uma proposta ousada: combinar visual sofisticado, pacote tecnológico avançado e motorização eletrificada por um preço abaixo dos principais concorrentes diretos.

A estratégia parece ter surtido efeito logo nos primeiros dias. A Omoda & Jaecoo abriu a pré-venda nacional do modelo entre 1º e 10 de maio, limitada inicialmente a 500 unidades, com preço promocional de R\$ 179.990. Segundo a marca, a procura superou as expectativas da rede de concessionárias, impulsionada principalmente pelo posicionamento do veículo como o SUV híbrido plug-in mais acessível do Brasil atualmente.

ESTRATÉGIA DE MERCADO: ELETRIFICAÇÃO PREMIUM POR MENOS DE R\$ 180 MIL

O lançamento do Jaecoo 7 Elite representa um movimento estratégico da fabricante chinesa para ampliar presença no segmento de SUVs eletrificados médios.

O valor promocional de R\$ 179.990 colocou o modelo abaixo da faixa dos principais rivais eletrificados do segmento, alguns ultrapassando os R\$ 220 mil. Após o período inicial de pré-venda, o preço subiu para R\$ 189.990.

Segundo a empresa, o modelo foi desenvolvido levando em consideração pesquisas realizadas com mais de 700 consu-

midores brasileiros, buscando adequar equipamentos, acabamento e comportamento dinâmico às preferências do mercado nacional.

DESIGN EXTERNO APOSTA EM ROBUSTEZ E SOFISTICAÇÃO

Visualmente, o Jaecoo 7 Elite segue a tendência dos SUVs premium chineses mais recentes, com linhas modernas e ousadas, proporções robustas e presença visual forte e sofisticada.

Na dianteira, o destaque fica para a ampla grade frontal com efeito “waterfall”, acompanhada por faróis full LED afilados e assinatura luminosa moderna. O conjunto transmite uma aparência sofisticada e ao mesmo tempo imponente.

As maçanetas E-Retract, oferecem retração automática e um design ainda mais harmônico ao modelo.

As rodas de liga leve aro 19 polegadas reforçam o apelo premium do modelo, enquanto a traseira traz lanternas horizontais interligadas em formato grid e acabamento minimalista.

As dimensões de 4,50 metros de comprimento e entre-eixos de 2,67 m, além de porta-malas elétrico com sensor de presença e capacidade de 500 litros, colocam o SUV em posição competitiva dentro da categoria de utilitários médios, oferecendo porte semelhante ao de modelos tradicionais do segmento.

O modelo está disponível em quatro cores que transmitem estilo e elegância: Branco Artic, Cinza Highland, Prata Crest e Preto Andromeda.



INTERIOR TECNOLÓGICO E FOCO EM CONFORTO

Por dentro, o Jaecoo 7 Elite aposta fortemente na digitalização da cabine. O destaque principal é a central multimídia vertical de 13,2 polegadas, integrada ao painel com visual limpo e poucos comandos físicos.

Mesmo sendo a versão de entrada da linha, o pacote de equipamentos permanece bastante competitivo, preservando itens normalmente encontrados em versões mais caras dos rivais.

O SUV TAMBÉM TRAZ:

Painel de instrumentos digital de **10,25 polegadas;**

Carregador de celular por **indução refrigerado;**

Sistema **GPS nativo;**

Sistema de som com **6 alto-falantes;**

Iluminação ambiente **configurável;**

Acabamento com materiais macios ao toque;

Bancos dianteiros elétricos e com visual esportivo;

Ar-condicionado automático **digital dual zone;**

Teto solar panorâmico wide-panorama com 1,1m²

MOTORIZAÇÃO HÍBRIDA PLUG-IN ENTREGA 279 CV

A potência combinada chega a 279 cv de potência, enquan-

to a autonomia total declarada ultrapassa 1.200 quilômetros combinados. Já no modo 100% elétrico, o SUV pode rodar aproximadamente 79 km segundo medições divulgadas pela fabricante.

O conjunto também promete respostas rápidas nas acelerações graças ao torque instantâneo do motor elétrico, característica comum em veículos eletrificados.

SEGURANÇA E ASSISTÊNCIA À CONDUÇÃO

Outro ponto de destaque do modelo é o pacote ADAS de assistências semiautônomas de condução.

O SUV ainda conta com múltiplos airbags, estrutura reforçada com 80% de aço de alta resistência e diversos sistemas eletrônicos de estabilidade e tração.

ENTRE OS PRINCIPAIS RECURSOS DISPONÍVEIS ESTÃO:

Controle de cruzeiro adaptativo;

Assistente de **permanência em faixa;**

Frenagem autônoma de emergência;

Sensores de estacionamento **dianteiros e traseiros;**

Câmera 360°;

Monitoramento de **ponto cego;**

Alerta de **colisão frontal.**



PRÉ-VENDA MOVIMENTA CONCESSIONÁRIAS E REFORÇA APOSTA DA MARCA

A recepção inicial do mercado brasileiro foi positiva. A combinação entre preço competitivo, motorização híbrida plug-in e elevado nível de equipamentos ajudou o modelo a ganhar visibilidade rapidamente nas redes sociais e fóruns automotivos.

Com o lançamento do Jaecoo 7 Elite, a Omoda & Jaecoo amplia a pressão sobre fabricantes tradicionais e acelera a

disputa no segmento de SUVs eletrificados no Brasil.

O modelo chega reunindo visual sofisticado, cabine altamente tecnológica, amplo pacote de segurança e motorização híbrida plug-in eficiente, tudo isso com preço significativamente abaixo de parte da concorrência direta.

Mais do que apenas um novo SUV chinês, o Jaecoo 7 Elite simboliza a crescente transformação do mercado automotivo brasileiro, onde eletrificação, conectividade e custo-benefício passam a ter peso cada vez maior na decisão de compra do consumidor.



TRIUMPH



**LINHA 400 DA TRIUMPH COMBINA TRADIÇÃO
BRITÂNICA, TECNOLOGIA E NOVA PROPOSTA
PARA O MERCADO DE MÉDIA CILINDRADA**

Por Guilherme Galvão

A linha 400 da Triumph Motorcycles representa um marco importante para a marca inglesa ao unir tradição, tecnologia e acessibilidade em motos de média cilindrada desenvolvidas para um público mais amplo. Com modelos que preservam o DNA clássico da Triumph, a família 400 chega para conquistar motociclistas urbanos, iniciantes e apaixonados por motos de estilo moderno retrô.

Entre os destaques da linha estão a Triumph Speed 400 e a Triumph Scrambler 400 X, ambas equipadas com o novo motor monocilíndrico de 398 cc, refrigeração líquida e desempenho equilibrado para diferentes tipos de pilotagem. O propulsor entrega respostas rápidas, boa aceleração e uma condução confortável tanto no trânsito urbano quanto em viagens curtas.



A Speed 400 aposta em um perfil mais esportivo e urbano, com visual elegante, linhas minimalistas e ciclística ágil. Já a Scrambler 400 X traz uma proposta aventureira, com suspensão elevada, pneus de uso misto e posição de pilotagem mais robusta, ideal para quem busca versatilidade dentro e fora do asfalto.

Outro ponto forte da linha está na tecnologia embar-

cada. Os modelos contam com iluminação full LED, painel semi-digital, controle de tração, sistema ABS e embreagem assistida, oferecendo mais segurança e conforto ao piloto. O acabamento refinado e a qualidade dos materiais reforçam o padrão premium já conhecido da Triumph.

Com a linha 400, a fabricante britânica amplia sua presença no segmento de mé-

dia cilindrada e mostra que é possível oferecer motos com personalidade, tecnologia e desempenho sem abrir mão da acessibilidade. A proposta combina tradição e modernidade para atender uma nova geração de motociclistas que busca estilo, eficiência e prazer ao pilotar.



ESCOLHA O SUV QUE
MAIS COMBINA COM VOCÊ,
AQUI NA EUROVIA



NOVO NISSAN KICKS

VERSÕES A PARTIR
DE:

R\$ 139.990

NOVO NISSAN KAIT

VERSÕES A PARTIR
DE:

R\$ 114.990



DESACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.

OFERTA VÁLIDA PARA PERNAMBUCO E BAHIA

*Consulte condições com um de nossos consultores. Oferta válida até 31/05/2026.
Imagens meramente ilustrativas.



EUROVIA

PERNAMBUCO

IMBIRIBEIRA | AFOGADOS | CAXANGÁ | PIEDADE

☎ 81 **9.9138.2878**

BAHIA

PARALELA | IGUATEMI | LAURO DE FREITAS | RIO VERMELHO

☎ 71 **9.8101.1486**

WWW.EUROVIANISSAN.COM.BR

NOELLE GUERINO: CARREIRA SÓLIDA BASEADA NAS RELAÇÕES DE CONFIANÇA COM CLIENTES E PARCEIROS

Geraldo Lélis



Gerente comercial da Jaguar e Land Rover no Grupo Parvi, ela usou os obstáculos como motor para seu crescimento no mercado

Arotina do mercado automotivo premium exige um conhecimento que vai além dos veículos de luxo. É um trabalho fundamentado em construção de relacionamento, estratégia, inteligência emocional e, principalmente, capacidade de liderar pessoas. Foi nesse cenário que Noelle Guerino consolidou sua trajetória no ramo até chegar ao posto de gerente comercial da Jaguar Land Rover Way, do Grupo Parvi, no Recife.

Essa história começou em 2005, quando a hoje líder era uma estagiária de 17 anos. Na bagagem, algumas incertezas e muita vontade de crescer. Passados 21 anos de carreira, Noelle acumula bastante aprendizado e carrega um nome que traduz confiança e credibilidade no mercado.

“Como estagiária, passei pela recepção, demonstração, entrega e todas as etapas de vendas até me tornar vendedora efetiva”, relembra. O contato direto com diferentes áreas da operação ajudou a construir uma visão ampla do negócio e do relacionamento com os clientes.

Após o período de estágio, Noelle se tornou vendedora efetiva no ano seguinte, função que exerceu com destaque durante quatro anos. Foi aí que surgiu um dos maiores desafios da carreira: assumir a gerência comercial aos 22 anos. Jovem e em um merca-





do historicamente dominado por homens, Noelle precisou lidar não apenas com as atribuições da nova função, mas também com preconceitos ao longo do caminho.

“

Enfrentei preconceitos e desafios verbais, mas nenhum obstáculo me diminuiu. Pelo contrário: cada barreira alimentava mais minha vontade de provar a mim mesma que eu era capaz de ir além”, afirma.

A líder construiu uma carreira baseada em confiança, proximidade e credibilidade. Em um segmento onde o relacionamento é determinante, ela acredita que ouvir as pessoas e compreender as necessidades dos clientes é tão importante quanto alcançar metas

comerciais. “Trabalhar é um exercício constante de resiliência. Você precisa aprender a lidar com pressão, metas e pessoas todos os dias. Mas também é uma profissão que cria conexões verdadeiras”, destaca.

Por trás da liderança presente no ambiente corporativo, existe também a mulher não deixa o cuidado com a família de lado. Casada e mãe de dois filhos, Noelle faz questão de equilibrar a intensidade da rotina profissional com momentos de qualidade dentro de casa.

É justamente na família que ela encontra a energia necessária para continuar acelerando. Fora do expediente, a gerente comercial busca cuidar da saúde física e mental por meio da corrida e da musculação, hábitos que se tornaram parte fundamental da sua rotina.

“Os momentos simples ao lado da minha família são os mais valiosos. É ali que consigo recarregar minhas energias”, comenta.

Após mais de 20 anos de trajetória no Grupo Parvi, Noelle é exemplo de crescimento interno e de representatividade em um segmento historicamente masculino.

“

Trabalhar é um exercício constante de resiliência.

0 a 100 km/h em **silêncio** absoluto

Performance elétrica de alto nível
encontra condições que fogem do comum.

A partir:
R\$ 448.000,00

- Zeekr Sound System com 2.080w
- Autonomia de até 423km (Segundo o INMETRO)
- 0-100 em 3,8 segundos
- 646 Cv
- Carregamento de 80% em até 16 minutos.

A partir:
R\$ 298.000,00

- Yamaha Sound Premium
- Autonomia de até 332km (Segundo o Inmetro)
- 0-100 em 3,8 segundos
- 428 cv
- Head-Up Display
- SUV elétrico mais seguro da categoria
- Sistema ADAS 2
- Carregamento em até 150 kW



Agende seu Test-Drive na Casa Zeekr Nordeste
Rua Itajubá, 311 - Imbiribeira, Recife - PE
@zeekrautooriente- 81 3094-9095



VOLKSWAGEN ID. POLO INAUGURA NOVA ERA ELÉTRICA PARA O HATCH COMPACTO

Por Redação

A Volkswagen apresentou oficialmente o novo ID. Polo, versão totalmente elétrica de um dos modelos mais tradicionais de sua história. Após mais de 20 milhões de unidades vendidas globalmente, o hatch compacto entra em uma nova fase ao abandonar os motores a combustão e adotar uma proposta alinhada à estratégia de eletrificação da fabricante alemã.

O modelo foi desenvolvido com a proposta de ampliar o acesso à mobilidade elétrica, combinando dimensões compactas, tecnologia embarcada e maior eficiência energética em um pacote voltado ao uso urbano e familiar.

PLATAFORMA INÉDITA E ATÉ 454 KM DE AUTONOMIA

Construído sobre a plataforma modular MEB+, dedicada aos veículos elétricos do Grupo Volkswagen, o novo ID. Polo oferece autonomia de até 454 quilômetros no ciclo WLTP. O hatch será lançado inicialmente na Alemanha com três opções de motorização: 116 cv, 135 cv e 211 cv.

As versões menos potentes utilizam baterias de fosfato de ferro-lítio (LFP) de 37 kWh, compatíveis com carregamento rápido em corrente contínua. Nessas configurações, a recarga de 10% a 80% pode ser realizada em cerca de 23 minutos.



Já a variante de 211 cv recebe baterias do tipo níquel-manganês-cobalto (NMC), com ca-

pacidade de 52 kWh. Mesmo com maior desempenho, o tempo de recarga permanece

semelhante, chegando a aproximadamente 24 minutos em estações rápidas.



TECNOLOGIAS ELEVAM EXPERIÊNCIA AO VOLANTE

Entre os principais destaques tecnológicos do ID. Polo está o sistema Connected Travel Assist, responsável por ampliar os recursos de assistência à condução. Graças à

nova arquitetura eletrônica da plataforma MEB+, o hatch é capaz de interpretar sinais de trânsito luminosos e reagir aos semáforos dentro das limitações do sistema.

O modelo também estreia a função Vehicle-to-Load (V2L), que permite utilizar a bateria do veículo para alimentar dispositivos externos com potência de até 3,6 kW.

Outra novidade voltada ao conforto urbano é o sistema one-pedal driving. A tecnologia permite acelerar e desacelerar utilizando praticamente apenas o pedal do acelerador, já que o sistema regenerativo reduz automaticamente a velocidade do carro ao aliviar a pressão no pedal.

MAIS ESPAÇO INTERNO E NOVO DESIGN GLOBAL

Mesmo mantendo proporções compactas, o ID. Polo aposta em melhor aproveitamento in-

terno. O hatch mede 4,05 metros de comprimento e possui entre-eixos de 2,60 metros, proporcionando cabine mais espaçosa e confortável.

O porta-malas oferece 441 litros de capacidade, cerca de 25% a mais em relação ao Polo

atual com motor a combustão.

Visualmente, o modelo inaugura a nova linguagem estética da Volkswagen, batizada de “Pure Positive”. O conceito aposta em linhas mais limpas, superfícies bem definidas e aparência minimalista.



INTERIOR DIGITAL APOSTA EM NOSTALGIA

A cabine do ID. Polo traz um ambiente completamente digitalizado, com painel de

instrumentos de 10 polegadas e central multimídia de 13 polegadas.

Um dos recursos mais curiosos do hatch é o chamado “modo retrô”, que altera a aparência do painel digital para reproduzir elementos visuais inspi-

rados nos modelos clássicos da Volkswagen dos anos 1980. Para o público brasileiro, o visual lembra especialmente o painel do primeiro Gol.

VOLKSWAGEN ACELERA ESTRATÉGIA DE ELETRIFICAÇÃO

Segundo Thomas Schäfer, CEO da Volkswagen, o ID. Polo

representa um passo importante no processo de transformação elétrica da marca.

De acordo com o executivo, o modelo foi criado para democratizar o acesso à mobilidade sustentável, reunindo tecnologias antes presentes ape-

nas em veículos de categorias superiores em um hatch compacto e acessível.

A pré-venda do novo ID. Polo já começou na Alemanha, enquanto a expansão para outros mercados deve acontecer gradualmente ao longo de 2026.



Denza B5

Já disponível em Recife



Agende seu test drive na Denza Parvi.

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2381 - Imbiribeira, Recife



DENZA

Parvi



81 99152-2037



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



CITROËN

CITROËN LEVA EXPERIÊNCIA IMERSIVA AO BEM BLACK E DESTACA O BASALT DARK EDITION EM SHOW DE THIAGUINHO NO RECIFE

Por Redação

A Citroën reforçou sua conexão com o público brasileiro ao marcar presença no Bem Black, novo projeto musical de Thiaguinho, realizado no dia 23 de maio no Classic Hall, em Recife. Patrocinadora oficial do evento e também responsável pelos carros oficiais da turnê, a marca francesa apostou em uma ativação especial com o Citroën Basalt Dark Edition Turbo 200 AT, unindo música, tecnologia e experiência automotiva em um ambiente pensado para aproximar ainda mais a fabricante do consumidor.

O evento contou ainda com a presença do Garagem de Motor, convidado pela marca para acompanhar de perto a ação promocional e conhecer os detalhes do SUV Coupé que vem se destacando no mercado nacional pelo visual esportivo e pela proposta voltada ao público urbano.





EXPERIÊNCIA IMERSIVA E INTERAÇÃO COM O PÚBLICO

Durante o Bem Black, os visitantes puderam participar de uma experiência de realidade mista utilizando óculos 3D para explorar os principais atributos do Basalt Dark Editi-

on Turbo 200 AT. A proposta da Citroën foi transformar a apresentação do veículo em uma vivência sensorial, alinhada à atmosfera moderna e descontraída do projeto musical de Thiaguinho.

Além da interação digital, a marca também distribuiu brindes exclusivos em embalagens personalizadas, in-

cluindo chaveiros colecionáveis e porta-copos temáticos, reforçando o caráter lifestyle da ação.

Segundo Pedro Silva, Head da Citroën para a América do Sul, a iniciativa fortalece a presença da montadora na região Nordeste e amplia a conexão da marca com música, cultura urbana e entretenimento.





BASALT DARK EDITION APOSTA EM DESIGN ESPORTIVO E TECNOLOGIA

O grande destaque da ativação foi o Citroën Basalt Dark Edition Turbo 200 AT, versão de apelo visual mais esportivo do SUV Coupé produzido no Brasil. O modelo chama atenção pela carroceria com linhas fastback, detalhes escure-

cidos exclusivos e acabamentos que reforça a proposta sofisticada da edição.

Debaixo do capô, o Basalt Dark Edition utiliza o conhecido motor Turbo 200 de 1.0 litro, capaz de entregar até 130 cv de potência com etanol e torque de 20,4 kgfm, sempre associado ao câmbio automático CVT com simulação de marchas. O conjunto prioriza respostas rápidas no

uso urbano sem abrir mão da eficiência energética.

Entre os destaques tecnológicos, o SUV traz a central multimídia Citroën Connect Touchscreen de 10,25 polegadas com espelhamento sem fio para Android Auto e Apple CarPlay, painel digital, ar-condicionado automático, câmera de ré e pacote de assistências voltado ao conforto e à praticidade no dia a dia.

ESPAÇO INTERNO E PROPOSTA URBANA

Outro ponto valorizado pela Citroën é o amplo espaço interno do Basalt, característica importante dentro do segmento de SUVs compactos. O modelo também oferece um dos maiores porta-malas da categoria, reforçando sua proposta versátil para uso familiar e urbano.

Com a ação realizada em Recife, a Citroën mostra que pretende ir além das estratégias tradicionais de divulgação, aproximando seus produtos de experiências culturais e musicais que dialogam diretamente com o público brasileiro.

AS MARCAS INDEPENDENTES DA ITÁLIA QUE CONQUISTAM OS COLECIONADORES BRASILEIROS

Por Fábio Sanctis (@curadordotempo)



Durante dezenas de anos, quando o assunto era relojoaria, os olhos do mundo sempre se voltavam quase exclusivamente para a Suíça. E com razão. Afinal de contas, depois que os suíços conquistaram esse mercado no século XVIII, se transformaram na Meca da relojoaria, mas nos últimos anos, uma nova geração de marcas italianas come-

çou a conquistar espaço entre colecionadores e entusiastas brasileiros. Com forte identidade visual, design autoral, excelente custo-benefício e narrativas extremamente bem construídas, empresas como Venezianico, Unimatic, Fathers e Echo/Neutra vêm mostrando que a Itália também sabe produzir relógios com personalidade.

Mais do que simplesmente criar peças bonitas, essas marcas representam algo muito valorizado pelo consumidor contemporâneo: autenticidade. Em um mercado cada vez mais saturado por homenagens e designs genéricos, elas apostam em identidade própria, storytelling e forte conexão emocional com o público.



VENEZIANICO — A ALMA DE VENEZA NO PULSO

Fundada em 2017 pelos irmãos Alberto e Alessandro Morelli, a Venezianico rapidamente se tornou uma das microbrands italianas mais comentadas do mundo. Originalmente chamada “Mec-

caniche Veneziane”, a marca nasceu inspirada na arquitetura, arte e tradição marítima de Veneza.

Os irmãos cresceram cercados pela cultura veneziana e decidiram transformar esse universo em relógios que carregassem elementos da cidade em seus detalhes. O resultado são peças sofisticadas, com forte identidade

italiana, acabamento acima da média e excelente percepção de valor.

Um dos modelos que melhor representa a marca é o Nereide Aventurina. Inspirado nos mergulhadores militares italianos e no universo marítimo veneziano, o relógio chama atenção principalmente pelo mostrador em aventurina, material que cria um efeito semelhante a um céu estrelado. A combinação entre o brilho do dial, a caixa robusta e o design elegante transformou o modelo em um verdadeiro fenômeno entre os entusiastas brasileiros e trouxe os dials de Aventurina como tendência mundial. Até marcas consagradas de alta relojoaria passaram a usar o cristal em seus relógios.

Outro fator que ajudou no crescimento da marca foi sua forte presença digital e a aproximação com colecionadores e criadores de conteúdo independentes — algo que dialoga diretamente com o perfil do novo consumidor de relojoaria.



UNIMATIC — O MINIMALISMO MILITAR ITALIANO

Se existe uma marca que conseguiu transformar simplicidade em assinatura estética, essa marca é a Unimatic.

Criada em 2015 pelos designers Giovanni Moro e Simone Nunziato, em Milão, a empresa nasceu com uma proposta bastante diferente do mercado tradicional: produzir relógios extremamente minimalistas, inspirados no universo militar, industrial e utilitário.

A linguagem visual da Unimatic é tão forte que basta olhar rapidamente para um relógio da marca para reconhecê-lo instantaneamente. Mostradores limpos, tipografia funcional, caixas robustas e ausência quase total de excessos se tornaram a identidade da empresa.

O primeiro grande destaque da marca é o Modello Uno, considerado por mui-

tos o relógio que colocou a Unimatic no mapa global da relojoaria independente. O modelo combina estética de diver clássico com interpretação moderna e brutalista, criando uma peça que parece ao mesmo tempo vintage e futurista.

Os relógios em Titânio também estão cada vez mais procurados e a Unimatic tem mais de uma opção que usa este material na sua caixa.

Muito do sucesso da Unimatic vem também das colaborações limitadas feitas com marcas de moda, artistas e até fabricantes automotivos. Essa estratégia aproximou a empresa não apenas de colecionadores, mas também do universo fashion e do design contemporâneo.

Hoje, a marca italiana é presença constante em listas de relógios “cool” e já conquistou um público extremamente fiel no Brasil.



FATHERS — A ELEGÂNCIA ITALIANA COM DNA CONTEMPORÂNEO

Ainda relativamente jovem no cenário internacional, a Fathers vem chamando atenção pela capacidade de unir elegância clássica italiana com uma abordagem moderna e acessível.

A marca aposta fortemente na ideia de herança, tradição familiar e estilo atemporal — conceitos que aparecem tanto no nome quanto na identidade visual de seus relógios.

Um dos modelos que mais chamou atenção recentemente foi o Horizon, um diver com forte personalidade estética. O mostrador turquesa vibrante, combinado ao acabamento refinado da caixa e à proposta mais sofisticada, cria uma peça extremamente versátil: esportiva, mas ao mesmo tempo elegante.

O modelo Nexus também está fantástico e em breve terei um na coleção.

A Fathers também demonstra uma preocupação interessante com detalhes normalmente vistos apenas em relógios mais caros, como texturas de mostrador, combinações de cores ousadas e acabamento de pulseiras.

Outro ponto importante é como a marca consegue dialogar com um público mais jovem sem perder a essência clássica italiana. Isso ajuda a explicar o crescimento da sua popularidade entre colecionadores brasileiros que buscam algo diferente das grandes marcas tradicionais.



ECHO/NEUTRA — DESIGN ALPINO E ESPÍRITO AVENTUREIRO

Fundada em 2018 pelos fotógrafos e aventureiros Nicola Callegaro e Alessandro Pegoraro, a Echo/Neutra nasceu em Cortina d'Ampezzo, região montanhosa no norte da Itália cercada pelos Alpes.

A essência da marca está diretamente ligada ao universo outdoor, às expedições e

à exploração. Seus relógios carregam forte influência militar, vintage e instrumental, sempre com foco em funcionalidade e legibilidade.

O modelo que melhor representa essa filosofia é o Rivarnera, um relógio com caixa estilo tank mas feito em titânio e com uma design fora de série. Diferente da maioria dos relógios tool watch do mercado, a Echo/Neutra conseguiu unir robustez esportiva com complicações clássicas de maneira extremamente elegante.

Com visual inspirado em relógios de campo vintage e proporções muito equilibradas, o Averau conquistou espaço principalmente entre colecionadores que valorizam design limpo e versatilidade no uso diário.

A marca também chama atenção pela qualidade de construção, escolha criteriosa de movimentos e excelente execução de caixas e mostradores — algo que normalmente surpreende quem conhece a empresa pela primeira vez.



O FUTURO DAS MICROBRANDS ITALIANAS

O crescimento dessas marcas no Brasil mostra uma mudança importante no comportamento dos consumidores de relojoaria. Hoje, muitos colecionadores buscam mais do que apenas tradição centenária ou status. Eles querem exclusividade, narrativa, identidade e conexão emocional.

Nesse cenário, as microbrands italianas encontraram terreno fértil. Elas oferecem exata-

mente aquilo que parte do mercado tradicional muitas vezes perdeu: criatividade.

Enquanto a Suíça continua dominando o segmento de luxo, a Itália vem provando que ainda existe espaço para ousadia, autenticidade e design com personalidade própria.

E pelo ritmo atual, tudo indica que essa invasão italiana está apenas começando.

