

MERCADO|VEÍCULOS

LANÇAMENTO

Corolla GLi Hybrid traz a tecnologia híbrida flex full

Modelo destinado à modalidade de vendas Small Business torna a tecnologia mais acessível e reforçando a sustentabilidade da marca

DA REDAÇÃO
redacao@jornalribeirao.com.br

A Toyota anuncio no início deste mês o lançamento do Corolla GLi Hybrid, modelo destinado à modalidade de vendas Small Business e que torna mais acessível a pioneira tecnologia híbrida flex full no mercado brasileiro, com desconto de 18% nas categorias PCD e Táxi – sem considerar benefícios e isenções adicionais.

A montadora repete a utilização de biocombustíveis aliada a motores a combustão e eletrificação como alternativa realista de descarbonização para enfrentar as mudanças climáticas, com consumo 30% menor comparado às versões não-eletrificadas e até 70% menos emissão de CO₂ quando abastecidos com etanol.

Com a tecnologia híbrida flex full, o Corolla GLi Hybrid proporciona uma experiência de condução mais sustentável com potência combinada de 122 cv. Este conjunto se vale de um motor 1.8L VVT-i 16V de ciclo Atkinson flex – com 101 cv quando abastecido com etanol e 98 cv com gasolina, além de 14,5 kgfm de torque (com etanol ou gasolina) – que atua em conjunto com dois motores elétricos (MG1 e MG2) de 72 cv e 16,6 kgfm.

Com a transmissão Hybrid Transaxle, que opera por meio de engrenagem planetária, reduzindo perdas e atritos, o conjunto híbrido flex full oferece aceleração linear e simula as marchas de acordo com a demanda, sem desperdiçar energia, o que contribui para respostas mais ágeis e maior eficiência no consumo de combustível. De acordo com os dados do INMETRO, as médias são de até 17,5 km/l na cidade e 15,2 km/l na estrada.

O modelo conta com 7 airbags (dois frontais, dois laterais, dois de cortina e um de joelho para o motorista), central multimídia Toyota Play 2.0 de 10" com espelhamento sem fio para Apple CarPlay® e Android Auto®, além de Toyota Safety Sense (TSS), que inclui farol alto automático, Assistente de Pré-Colisão



DIVULGAÇÃO/TOYOTA

Modelo é aposta sustentável da Toyota para taxistas e o público PCD



DIVULGAÇÃO/TOYOTA

Vista do interior do novo modelo da Toyota: preço competitivo no segmento



DIVULGAÇÃO

Veículo faz até 17,5 km/L na cidade, reforçando a sustentabilidade

Frontal (PCS) e recursos de comodidade e segurança.

Também vêm de série itens como ar-condicionado digital automático, com duto de ar para a segunda fileira; câmera de ré e sensores de estacionamento (dianteiros e traseiros); chave inteligente Smart Entry e partida por botão; Assistente de Partida em

Rampa (HAC); bancos com revestimento que combina tecido e couro; seletor de modos de condução (Eco + Sport + EV); rodas de liga leve de 16"; e sistema de fixação ISOFIX.

PREÇO E VERSÃO
TOYOTA COROLLA GLI
HYBRID – R\$ 189.000

AUTOFOCO

DIVULGAÇÃO



Volkswagen Bianco

GABRIEL YUKI



NOS ANOS 1970, O BRASIL ERA UM PAÍS FECHADO PARA IMPORTAÇÕES. QUEM SONHAVA COM UMA FERRARI, UM PORSCHE OU UM LAMBORGHINI, PRECISAVA SE CONTENTAR APENAS COM FOTOS NAS REVISTAS DE AUTOMOBILISMO. ESSE CENÁRIO ABRIU ESPAÇO PARA A CRIATIVIDADE.

Foi nesse terreno fértil que nasceu o Volkswagen Bianco, um esportivo brasileiro que até hoje desperta paixões.

O criador foi Toni Bianco, designer que já tinha deixado sua marca projetando carros de corrida e protótipos ousados. Visionário, Bianco queria oferecer ao público algo além dos modelos quadrados e utilitários que dominavam o mercado nacional. Em 1976, apresentou o Bianco S, que logo chamou a atenção pela sua proposta: um esportivo de linhas arrojadadas, com cara de carro europeu.

A receita era típica dos esportivos nacionais daquela época: chassi e mecânica do VW Brasília, motor boxer 1.6 a ar, tração traseira, câmbio manual de quatro marchas, o Bianco tinha um coração simples, o mesmo que movia fusquinhas, kombis e Brasília. Mas o segredo estava na carroceria de fibra de vidro, moldada como uma escultura automotiva. O carro tinha faróis redondos baixos, capô longo e traseira curta, transmitindo esportividade em cada detalhe.

Se o desempenho não fazia frente aos esportivos europeus, o estilo compensava. Em um tempo em que o máximo de ousadia estava em um Dodge Charger ou em um Maverick GT, aquele esportivo artesanal, com ar de Ferrari, chamava atenção.

O interior também era diferente: painel envolvente, instrumentos esportivos, volante de três raios e bancos baixos.

Estima-se que menos de 200 unidades tenham sido fabricadas entre 1976 e 1979. Muitos acabaram se perdendo, vítimas da ferrugem nos chassis VW ou da dificuldade em repor peças originais.

Hoje, encontrar um Bianco em bom estado é como encontrar um tesouro escondido e os exemplares preservados são disputados por colecionadores. Não é raro ver preços que ultrapassam os de carros modernos de luxo – um contraste curioso, já que ele nasceu justamente para ser uma alternativa mais acessível.

O Volkswagen Bianco é um símbolo de ousadia brasileira. Um capítulo de criatividade em meio às limitações impostas pelo mercado da época. Para mais histórias como essa siga: @autofocorp