

Universidade Federal de Juiz de Fora  
Programa de Pós-Graduação em História  
Mestrado em Narrativas, Imagens e Sociabilidades

**Ramon de Lima Brandão**

**O AUTOMÓVEL NO BRASIL ENTRE 1955 e 1961:  
A invenção de novos imaginários na era JK**

Juiz de Fora  
2011

Ramon de Lima Brandão

**O AUTOMÓVEL NO BRASIL ENTRE 1955 e 1961:**

**A invenção de novos imaginários na era JK**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em História, área de concentração: Narrativas, Imagens e Sociabilidades.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dra. Valéria Marques Lobo.

Juiz de Fora

2011

Brandão, Ramon de Lima.

O automóvel no Brasil entre 1955 e 1961 : a intervenção de ovos imaginários na Era JK / Ramon de Lima Brandão. – 2011.

216 f. : il.

Dissertação (Mestrado em História)—Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011.

1. Automóveis - História - Brasil. 2. Indústria automobilística - História - Brasil. I. Título.

CDU 629.113(81)(091)

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho não teria chegado a bom termo não fosse a indispensável participação de inúmeros colaboradores, que dedicaram parte de seu tempo a oferecer, de maneira desprendida e incondicional, seus valiosos conhecimentos e práticas.

Devo muito a Janaína Praxedes e Stefanie Meirelles de Rossales ao longo deste percurso, pela competência e dedicação na elaboração das imagens e textos.

Uma lista infindável de amigos e profissionais tomariam conta destas páginas e eu jamais seria capaz de estender meus agradecimentos ao nível dessa amizade. Os nomes aqui mencionados são legítimos representantes desse elenco de personagens. Antônio Roza (*in memorian*), Paulo Henrique Arruda (*in memorian*), Célio Manzo, Geraldo Correa, João Carlos Soares Ribeiro, José Jorge, Manoel Tristão, Paulo Jorge Levi Mendes Coelho e Paulo Kalil Gaspar que gentilmente cederam a literatura sobre o tema, além da sua experiência e conhecimento no convívio com os automóveis do passado e, mais importante, generosamente não pouparam combustível para me presentear com simpatia e atenção ao longo dessa viagem.

Serei sempre muito grato a todos pelo privilégio dessa amizade.

## RESUMO

Em 1956 chegava o automóvel DKW-Vemag trazendo ao cotidiano das cidades brasileiras uma nova realidade: o carro nacional. Junto com ele vinham também novos modos de relacionamento entre automóvel e público, até então habituado aos carros estrangeiros, preferencialmente norte-americanos. Havia todo um imaginário em torno do automóvel que vinha desde o início do século XX, fortalecido após a Segunda Guerra Mundial.. Já no governo de Getúlio Vargas, entre 1951 e 1954, começava a se desenhar o esboço da indústria automobilística no Brasil com a F.N.M. – Fabrica Nacional de Motores, mas foi a partir do Programa de Metas do governo Juscelino Kubitschek, de 1955 a 1960 que teve início efetivamente a produção de automóveis no país. Os fatores que teriam determinado o êxito do carro nacional transitariam entre a própria história do automóvel até então e a estética predominante no período, conveniências empresariais na escolha dos modelos a serem produzidos e as circunstâncias políticas e econômicas, além da capacidade da mídia especializada em automóvel em criar e divulgar opiniões favoráveis ao carro nacional junto ao público brasileiro.

Palavras-chave: Carro nacional. Imaginário. Indústria automobilística brasileira.

## **ABSTRACT**

In 1956, the DKW Vemag car has brought to the daily life of Brazilian cities a new reality: the national car. Along with it came also new modes of relationship between car and public, until so accustomed to foreign cars, preferably American. There was a whole imaginary around the car that came from the early twentieth century, and that has been strengthened after the Second World War. In the government of Getulio Vargas, between 1951 and 1954, had began the drawing of the outline of the automotive industry in Brazil with the FNM - Fabrica Nacional de Motores, but it was from the Program Goals of Juscelino Kubitschek (1955 to 1960) that effectively had began the producing of cars in the country. The factors that would have determined the success of the national car passed through the history of the car until then, the predominant aesthetics in the period, business conveniences in the choice of models to be produced and the political and economic circumstances, besides the capacities of specialized media to create and disseminate favorable reviews from the national car to the Brazilian public.

**Keywords:** National car. The imaginary. The Brazilian automotive industry.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 NOVOS IMAGINÁRIOS PARA A DÉCADA DE 50 .....</b>	<b>16</b>
2.1 Imaginários iniciais .....	16
2.2 Algo mais que um meio de transporte .....	21
2.3 O futuro do automóvel nos imaginários de 1955 .....	29
2.4 A prova do mercado .....	42
2.5 Os limites do fordismo .....	51
<b>3 ALGUMA COISA GRANDIOSA .....</b>	<b>62</b>
3.1 Imaginários norte-americanos no Brasil de Vargas .....	62
3.2 A ideia do carro totalmente brasileiro e a Fábrica Nacional de Motores .....	70
3.3 Um almirante no comando do carro nacional .....	82
3.4 No decreto 41.018 a receita do carro brasileiro .....	88
3.5 O formato ideal .....	95
3.6 Novos imaginários na linha de produção .....	104
<b>4 A META 27 .....</b>	<b>114</b>
4.1 Hierarquias automotivas .....	114
4.2 O <i>Tin Lizzie</i> brasileiro .....	127
4.3 Estradas de mão dupla .....	158
4.4 Ao apagar dos faróis .....	170
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>187</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>192</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>212</b>

## 1 IINTRODUÇÃO

*G. desenha e pinta uma viatura, e todas as espécies de viaturas com o mesmo cuidado e a mesma facilidade que um consumado pintor de marinhas pinta todas as espécies de navios. Toda a sua carroçaria é perfeitamente ortodoxa; cada parte está no seu devido lugar e não há nada a corrigir. Seja qual for a posição ou a velocidade em que ela for lançada, uma viatura, como um navio, recebe do movimento uma graça misteriosa e complexa, difícilíssima de registrar. O prazer que o olhar do artista dela recebe decorre, ao que parece, da série de figuras geométricas que esse objeto já tão complicado – navio ou carruagem – engendra de forma rápida e sucessiva no espaço.*

O texto da epígrafe, escrito pelo poeta e crítico de arte francês Charles Baudelaire em meados do século XIX, fala do desenhista, aquarelista e gravador Constantin Guys, especialista em pinturas de cenas urbanas e de batalhas. Nestas obras denotava-se o esmero do artista na representação fiel da arquitetura, indumentária, objetos, armas e quaisquer elementos que compunham a cena num trabalho de pintura, que poderia ser definido como documental, ou mesmo jornalístico, numa época que a fotografia apenas iniciava. Dentre seus variados aspectos estéticos, chamou a atenção de Baudelaire o capricho de Guys na representação das carruagens. Como diz o texto, qualquer tipo de veículo de tração animal servia de modelo para os pincéis de Guys. Talvez isto fosse algo incomum na época quando o máximo que se poderia permitir em termos de representação pictórica de meios de transporte era a pintura de embarcações, quase sempre no abandono de um porto, praia deserta, ou em representações de batalhas. Assim, carruagens, landaus, cabriolets, cupês e outros tipos de carruagens desfilavam nas aquarelas e gravuras de Guys.

Outro aspecto que despertou o interesse de Baudelaire foi o movimento, a sensação de velocidade que o artista conseguia imprimir nas suas cenas, destacando a engenharia e a arquitetura destes veículos que lançavam suas formas geométricas no espaço no intuito de representar algo também incomum à época; o movimento rápido de objetos criados pelo homem. Compreende-se este fascínio de Baudelaire, que pode ter notado nas obras do artista alguma coisa adiante do seu tempo; um *voiture automobile*, ou que se move por si só, porque não há no texto de Baudelaire menção aos cavalos, apenas às viaturas, que deviam se constituir no destaque das cenas pintadas por Guys.

Baudelaire faleceu em 1867 e não pôde conhecer a “carruagem sem cavalos”, mas como crítico da civilização moderna pode-se imaginar seu espanto, ou até quem sabe

desprezo por esse novo objeto. Constantin Guys faleceu em 1892, apenas um ano depois da fábrica francesa Panhard et Levassor, fundada em 1886, lançar em Paris seu primeiro automóvel, em 1891<sup>1</sup>. Aqui também, pode-se imaginar que tipo de imagem em movimento surgiria das suas tintas e paletas na representação deste novo tipo de viatura sobre rodas.<sup>2</sup>

Na obra *História do Automóvel* (1967) foi dito que teríamos que voltar através dos séculos para encontrar os primeiros sinais do desejo humano de construir uma “carruagem sem cavalos”, capaz de velocidades extraordinárias. Alguns chegam a identificar este desejo em textos da *Ilíada*, de Homero, na descrição de uma roda mágica de ouro maciço que obedecia ao comando dos deuses e em baixos-relevos gregos e romanos mostrando carros míticos sem cavalos.<sup>3</sup>

Os imaginários de velocidade, privilégio e poder criados em torno do veículo que podia se mover por si antecederam o automóvel como o conhecemos hoje. Entretanto, poucos historiadores se debruçaram na importância do automóvel na realidade e no imaginário das sociedades. Assim, torna-se necessário recorrer também a autores que não falaram especificamente do automóvel, mas de questões relacionadas à história, antropologia e sociologia.

No texto “A Família e a Cidade”, o sociólogo francês Philippe Ariès (1981) discorre sobre as grandes mudanças no âmbito da família e das cidades na virada dos séculos XIX e XX que levaram à criação de novos referenciais urbanos em relação aos locais de moradia, trabalho e privacidade das famílias. O autor distingue dois importantes períodos: o desenvolvimento ao longo do século XIX de uma florescente civilização rural devido à prosperidade agrícola, tanto na Europa como nos Estados Unidos, seguido por um período de desenvolvimento urbano marcado pela crescente presença do automóvel no cotidiano da população, que também se tornava mais urbana. Após a Segunda Guerra Mundial, 1939-1945, o automóvel passa por modificações nos paradigmas apresentados desde o início do século XX, como artigo de luxo restrito a uma minoria da sociedade, rumo à sua popularização.

De sua parte, o historiador Michael Sedgwick (1983) se refere à década de 30 como a era dos automóveis criados para o transporte de massas onde a comodidade, o baixo custo de

---

<sup>1</sup> AMARI, Giancarlo. Panhard et Levassor. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 7. p. 1558-1564.

<sup>2</sup> BAUDELAIRE, Charles. O pintor da vida moderna. In: COELHO, Teixeira (Org.). *Sobre a modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996. (Coleção Leitura)

<sup>3</sup> Existiriam também indicações do que viria a ser o automóvel nas profecias de Nahum e Ezequiel, no Antigo Testamento, onde são descritas carruagens maravilhosas capazes de autopropulsão. Cf. *HISTÓRIA do automóvel*. Editora São Paulo: Expressão e Cultura: Expansão Editorial S.A, 1968. p.9.

produção e o funcionamento perfeito seriam seus objetivos <sup>4</sup>. Por seu turno, Ariès concluiu que a principal modificação se deu no grau de privatização da vida: uma parte da população composta pelos mais ricos desejava se distanciar das aglomerações urbanas, buscando refúgio em locais mais afastados do centro da cidade onde obteriam maior resguardo na intimidade do lar. O automóvel desempenharia um papel importante nesta espécie de “fuga”, porque também lhe proporcionaria um caráter privado. Contudo, o cidadão médio ainda teria que esperar. <sup>5</sup>

O filósofo francês Jean Baudrillard (1989, p. 72) identificou o automóvel como “uma extensão sublime do ambiente doméstico, uma projeção fálica e narcisista onde o sistema subjetivo das necessidades se combina com o sistema objetivo da produção”. <sup>6</sup> Para Baudrillard, a posse de um automóvel denotaria prestígio, que poderia se estender até a casa numa relação direta: um carro de luxo significaria uma casa também de luxo. No entanto, este “carro de luxo” não precisava ser modelo exclusivo; poderia ser produzido em série.

Em 1908, Henry Ford criou um automóvel para o cidadão médio, que contribuiria de modo decisivo na popularização e difusão do automóvel nos Estados Unidos. Trata-se do Ford modelo “T”, e junto com ele surgia também uma metodologia de produção industrial inspirada nos princípios de organização do trabalho e do controle dos tempos de execução criados por Frederick Winslow Taylor, conhecidos como Taylorismo. Pode ser instigante lembrar Karl Marx e Friedrich Engels quando, mesmo antes do automóvel, em meados do século XIX, determinaram que a burguesia, impelida pela necessidade de mercados sempre novos, invadiria o globo terrestre e lhe imprimiria um caráter cosmopolita na produção e no consumo de todos os países. Claude Lévi-Strauss ajuda a explicar o êxito de Ford na difusão do seu automóvel e de suas ideias recordando que o esforço criador só consegue determinar mudanças culturais importantes, se existir um público, em número suficiente, que confirme as iniciativas do criador. Isso se aplicaria a Henry Ford, que imprimiu uma grande mudança

---

<sup>4</sup> SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Editorial Raíces: Madrid, 1983, p. 7.

<sup>5</sup> ARIÈS, Phillipe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ;VELHO, Gilberto (Orgs.). **A família e a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p. 13-32.

<sup>6</sup> BAUDRILLARD, Jean, *apud*: GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil**: rutas de la modernidad cinética. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 72. (Colección Las ciudades y las ideas).

cultural, envolvendo o automóvel enquanto conceito e trabalho inicialmente no seu país e depois no mundo, como Marx e Engels previram.<sup>7</sup>

No Brasil, os criadores que teriam a missão de programar tais mudanças foram Getúlio Vargas, Presidente da República entre 1951 e 54, e Juscelino Kubitschek, Presidente da República entre 1956 e 60. E haveria público suficiente para confirmar o êxito nas suas iniciativas criadoras: uma população que precisava e desejava automóvel. Burgueses?

O professor argentino Guillermo Giucci publicou “La Vida Cultural del Automóvil, Rutas de la Modernidad Cinética” em 2007, onde coloca a questão do automóvel na América Latina e no mundo na primeira metade do século XX. Ele também observa que ao contrário da Europa e Estados Unidos, onde a bibliografia sobre automóveis é muito grande, na América Latina a bibliografia sobre a dimensão cultural do automóvel ainda é mínima.

A Enciclopédia do Automóvel, originalmente uma publicação da Quattroroute-Domus, Milão, e Instituto Geográfico De Agostini, Navara, Itália, de 1972, chegou ao Brasil em 1975 através da Abril S.A. Cultural, São Paulo; A “História do Automóvel”, originalmente publicada na Itália pela Societá Torinese Industria Gráfica, Turin, em 1967, chegou ao Brasil pela Editora Expressão e Cultura em 1973; ambas traziam verbetes sobre as indústrias de automóvel no Brasil.

Em 1986, por ocasião do centenário do automóvel, a Editora Três, de São Paulo, publicou a obra “100 Anos do Automóvel”, com aspectos da evolução automobilística no Brasil e no mundo. Nos últimos anos surgiram iniciativas com o objetivo de resgatar a história do automóvel no país, como a obra “Simca, A História desde as origens”, de 2005, e “DKW: A grande história da pequena maravilha”, de 2006, ambas de autoria dos jornalistas Paulo César Sandler e Rogério de Simone, além da obra “A história do automóvel; a evolução da mobilidade”, 2010, do jornalista e publicitário José Luiz Vieira, todas publicadas pela Editora Alaúde de São Paulo. São obras que fornecem um panorama sobre a evolução histórica do automóvel e da implantação da sua indústria no Brasil. Há também iniciativas menos formais, como os artigos e resenhas escritos pelo publicitário e pesquisador Renato Perracini, publicados em revistas sobre automóveis antigos, com investigações sobre as marcas Cadillac, Rolls Royce, Isotta Fraschini, e do modelo Chevrolet 1951 no Brasil, além de artigos escritos por Malcolm Forest, também publicados em revistas de carros antigos, que investigou a trajetória dos exemplares de carros Isotta Fraschini no Brasil. Embora não sejam autores

---

<sup>7</sup> MARX, Karl, ENGELS, Friederich. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 40 (Colección Las ciudades y las ideas).

conhecidos no meio acadêmico, suas pesquisas podem trazer valiosas contribuições à historiografia automotiva no Brasil. Renato Parracini integrou o grupo fundador da revista Quatro Rodas em 1960, onde respondia pela estrutura dos testes dos carros, além de ter introduzido as reportagens históricas na pauta da revista; em 1993 publicou a obra “Faróis de todos os tempos”, patrocinada pela fábrica de faróis Cibiè; já Malcolm Forest publicou em 2002 “Automóveis de São Paulo: memória fotográfica de pessoas, automóveis e localidades do Estado de São Paulo”, citado por Guillermo Guiucci em “La Vida Cultural Del Automóvil”.

Partindo do mundo acadêmico, Ricardo Bielschowsky (2000) explicou que discussões sobre economia e industrialização chegavam ao público através de publicações como a Revista Brasileira de Economia, editada a partir de 1948, e Conjuntura Econômica, ambas pelo Instituto Brasileiro de Economia, IBRE, da Fundação Getúlio Vargas, FGV. Eram revistas acadêmicas de bom nível no campo da economia que eventualmente poderiam trazer considerações sobre a indústria automobilística no Brasil, porém com linguagem um tanto distante do cidadão comum. Certamente o brasileiro procuraria informações sobre automóveis mais em revistas populares disponíveis em qualquer banca de jornal, como a Mecânica Popular (Popular Mechanics Magazine norte-americana).

A revista Mecânica Popular circulou no Brasil em língua espanhola até janeiro de 1960 quando passou a ser publicada em português pela Editora Efecê, fundada no Rio de Janeiro por Fernando Chinaglia, que durante anos atuou como distribuidor exclusivo no Brasil da revista Mecânica Popular norte americana. Da fase da publicação em espanhol, podemos destacar os testes de automóveis da seção “Informe de los dueños” dos articulistas Floyd Clymer (início da década de 50), Art Railton e Jim Whipple (segunda metade daquela década até o início da seguinte) e na sua fase nacional destacam-se os testes dos primeiros carros brasileiros realizados por Mauro Salles, além da seção “Sirena de São Paulo” com notas sobre lançamentos de novos modelos e da política industrial no Brasil. Vale lembrar que a Mecânica Popular não se restringia somente aos carros norte-americanos, levando ao público notícias sobre a produção automobilística mundial. Outro detalhe desta publicação era a abrangência dos assuntos enfocados, de arquitetura à aviação, chegando a objetos de uso cotidiano, como lâmpadas e artigos de jardinagem (o que poderia abrir portas a outras pesquisas sobre aspectos comuns do cotidiano). A revista Mecânica Ilustrada também trazia assuntos variados com enfoque no automobilismo; cópia da Mecânica Popular. Aparentemente, não foi uma publicação de grande circulação e teria origem também norte-americana, porque sempre

aparecia ao fim do expediente, na última página, o “copyright” por autorização de Fawcett Publications Inc.

Outra publicação importante foi a revista *L'Automobile* francesa que circulava no Brasil na edição original em francês, e abordava assuntos variados, como aviação, motociclismo esportes náuticos e turismo, mas tendo no automobilismo seu principal enfoque, especialmente sobre os salões de automóveis realizados em Genebra (Suíça), Bruxelas (Bélgica) e outros.

Já no Brasil, não se pode esquecer a revista *Quatro Rodas*, lançada em agosto de 1960 pela Editora Abril de São Paulo. Publicação mensal mais enfocada no automobilismo, a *Quatro Rodas* trazia testes de carros, matérias sobre trânsito, turismo, comportamento do público diante do automóvel, além de artigos e reportagens sobre a história do automobilismo no Brasil e no mundo. Em janeiro de 1966, a revista publicou na edição especial “10 Anos da Indústria Automobilística Brasileira” entrevista com Lúcio Meira, um dos nomes mais importantes da implantação da indústria automobilística no Brasil. A *Revista de Automóveis*, publicação brasileira sobre automóveis, circulou a partir de 1955 trazendo artigos de autores como o engenheiro J. L. de Burlet e Francisco Silva Júnior com impressões e opiniões sobre o universo automobilístico, mercado de automóveis, manutenção e curiosidades numa época anterior à indústria automobilística no Brasil; publicada por uma editora do mesmo nome da revista.

Outra publicação, agora da década de 60, foi o encarte “Suplemento de Automóveis, Aviões e Lanchas”, veiculado no *Jornal O Globo*, do Rio de Janeiro. No exemplar número 7, p. 24-25, de julho de 1966, há uma entrevista com Lúcio Meira.

Publicações mais gerais como *Manchete* e *O Cruzeiro* abordaram o tema “automóvel” em algumas ocasiões; vale ressaltar as denúncias sobre o comércio ilegal de carros importados, como a matéria “Saem divisas entram carros” de Haroldo Holanda publicada na *Manchete*, Rio de Janeiro, número 165, p. 12–15, de 18 de junho de 1955 e, mais tarde, sobre as indústrias implantadas no Brasil, como a reportagem “Os gerais das quatro rodas” também publicada na *Manchete*, Rio de Janeiro, número 546, p. 22–28, de 6 de outubro de 1962, sobre os diretores das fábricas de automóveis atuantes no Brasil à época.

O uso de publicações populares especializadas em automobilismo como apoio à pesquisa acadêmica se faz necessário neste caso, porque a mídia impressa se constituía numa importante via de divulgação das decisões das fábricas de automóvel. A apreensão do público aos novos lançamentos de carros, o papel da publicidade e da informação sobre a opinião pública sobre este ou aquele carro e a maneira como as publicações se colocavam frente à

própria pertinência da produção automobilística no Brasil, se constituíram em fatores determinantes na construção dos imaginários automobilísticos da chamada “Era JK”.

O final dos anos 50 é popularmente conhecido como uma espécie de “época de ouro” do automóvel norte-americano; isto justamente quando os fabricantes europeus se lançavam com força no mercado automobilístico mundial. No embate entre duas propostas de conceitos automotivos quase antagônicos, o Brasil iniciava sua produção automobilística em 1956 com a perua DKW Universal produzida pela DKW-Vemag. Pode existir algo profético sobre o mercado automobilístico brasileiro das próximas décadas no fato de que o primeiro carro saído de uma linha de montagem brasileira fosse um DKW, marca europeia do grupo Auto-Union, porque o modelo europeu se tornaria uma espécie de padrão do automóvel brasileiro.

Entretanto, as decisões sobre qual automóvel seria produzido no Brasil talvez não tivessem origem propriamente na vontade do público, mas numa combinação de fatores políticos e conveniências industriais. Além do mais, ao término da Segunda Guerra Mundial, o país tinha como herança automotiva um modo excludente e até elitista de consumir e apreender culturalmente o automóvel; e isto estaria se tornando um problema para o Brasil, que já não conseguia mais sustentar o ritmo das importações de veículos automotores. Retornando a Lévi-Strauss, o esforço em determinar mudanças culturais, como as que se faziam necessárias, dependeria de um público que confirmasse o êxito do “esforço criador” dos idealizadores da indústria automobilística brasileira, como Lúcio Meira e Juscelino Kubitschek. Porém, as informações que influenciariam a formação de uma opinião pública favorável ao novo automóvel nacional chegavam ao público através da imprensa automobilística popular, daí a opção de buscar apoio em revistas especializadas em automobilismo de maneira análoga a outras pesquisas que buscam informações em fontes mais convencionais, como cartas e inventários. Entretanto, será imprescindível a comparação com autores especializados na história do automóvel, como Michael Sedgwick, juntamente a autores ligados aos aspectos culturais do tema, como Guillermo Giucci.

Se entendermos o “imaginário” como o mascaramento do Real e a dissimulação da sua estrutura a partir da categoria de tríade Real/Simbólico/Imaginário proposta por Lacan<sup>8</sup> e estendendo o conceito ao automóvel, poderíamos perceber que a criação de uma espécie de “automóvel simbólico” se mostraria imprescindível ao “automóvel real”. A construção do

---

<sup>8</sup> O conjunto terminológico e conceitual “real, simbólico e imaginário”, foi objeto de um seminário do psiquiatra e psicanalista francês Jacques Marie Lacan, em 1974 -75. O imaginário só poderia ser pensado em suas relações com o real e o simbólico; Lacan os representou por três círculos ligados por um único nó de maneira que quando um dos círculos é desfeito os outros dois também se desfazem (matema). *apud* CHEMAMA, Roland (Org.). **Dicionário de Psicanálise**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul, 1995. p.104.

imaginário automobilístico seguiu paralelo à própria evolução da máquina, sua penetração na vida cotidiana, as escalas de valores e hierarquias construídas em torno dele. Seria mesmo possível supor que o sucesso comercial deste ou daquele modelo no mercado dependeu mais da eficácia da construção do seu imaginário do que das suas qualidades ou defeitos. Um erro nesta construção poderia determinar o malogro de um bom produto (como ocorreu com o Ford Edsel em 1957). No Brasil, o problema estaria exatamente em promover uma ruptura no modo de apreender o automóvel, consagrado em anos, para em seu lugar colocar um novo modelo: o carro nacional.

Em 1960 eram sete marcas e 19 modelos nacionais contra 51 marcas e 96 modelos importados. Não se tratava de impor o veículo nacional à custa da simples proibição ao importado, nem de abrir as portas a quem se interessasse em fabricar carros no Brasil. Existiram circunstâncias e entraves econômicos, políticos e culturais neste caminho; a dissimulação das desvantagens exigiu um esforço grande do país. O objetivo desta dissertação consiste em analisar os primórdios da indústria automobilística no Brasil, considerando tanto aspectos que envolveram os debates que se travaram no âmbito do poder público, como a postura da sociedade diante do automóvel importado e o de fabricação local – tal como apareciam em publicações sobre automobilismo publicadas na década de 50 e início da de 60.

O primeiro capítulo discorre sobre as origens do automóvel no início do século XX, sua evolução, tanto estilística como no seu modo de produção, chegando à década de 50 de esgotamento de alguns paradigmas que resultariam num período de alta criatividade estética, ascensão do automóvel europeu e o início de uma crise no mercado automobilístico dos Estados Unidos.

O segundo capítulo fala sobre a situação do automóvel no Brasil no início da década de 50, o pioneirismo da Fábrica Nacional de Motores, a criação do GEIA – Grupo Executivo da Indústria Automobilística e a definição oficial do modelo de automóvel que seria produzido no Brasil, além do papel de algumas publicações sobre automobilismo que chegavam à sociedade brasileira.

O terceiro capítulo discorre sobre a efetiva produção do automóvel no Brasil a partir de 1956, o mercado que estes veículos encontraram no país, os caminhos da construção dos imaginários que permitiriam sua introdução no cotidiano, as fábricas, os primeiros modelos de carros apresentados e o destino que tiveram os primeiros fabricantes de automóveis no Brasil.

Conclusão: o carro aqui produzido teria cumprido a missão de reformular os imaginários automobilísticos do país, sendo aceito e acolhido pelo público. Contudo, uma lacuna ficou em aberto; o carro 100% brasileiro.

## 2 NOVOS IMAGINÁRIOS PARA A DÉCADA DE 50

Quando se iniciou a fabricação de automóveis no Brasil eram veículos de origem estrangeira que traziam toda uma experiência acumulada no decorrer da história do automóvel nos seus países, acrescidos da convivência com o brasileiro iniciada na virada dos séculos XIX e XX. O país acompanharia a evolução do automóvel no decorrer do século na condição de espectador atento às suas etapas. Por volta de 1955 o automóvel passaria por modificações cruciais que tiveram início após o término da Segunda Guerra Mundial. Ocorreriam mudanças na estética, na produção, na maneira de “vender” o automóvel ao público que levariam a uma crise no mercado de carros norte americano ao final da década de 50, ironicamente chamada de “época de ouro do automóvel americano”. O presente capítulo percorre esta trajetória com o objetivo de lançar luzes na construção destes imaginários automotivos.

### 2.1 Imaginários iniciais

Segundo os historiadores Aldo Gabrielli e Ângelo Conterio, o termo “automóvel” teria origem francesa e surgiu pela primeira vez em setembro de 1875 na locução *voiture automobile* ou veículo que se move por si; um termo híbrido composto pelo grego *autós* (por si só) e pelo latim *mobilis* (móvel) e teria permanecido por muitos anos apenas como um adjetivo, só sendo utilizado como substantivo por volta de 1890. O automóvel como meio de transporte individual derivou de experiências com veículos motorizados, realizadas a partir da segunda metade do século XIX, quando as estradas serviam basicamente ao transporte coletivo em diligências acionadas por motores a vapor, volumosas e de aspecto antiestético, mas de certa forma eficientes. Estas diligências seriam chamadas de “omnibus”, ou “para todos”.<sup>9</sup> Para os trens haveria uma impossibilidade absoluta de oferecer transporte individual, pois eram veículos pensados para transporte de grande volume de passageiros, com sua trajetória pré-determinada pelo traçado da malha ferroviária. Os automóveis ofereciam aos passageiros a inédita liberdade de escolha do trajeto percorrida com um veículo individual a motor, podendo seguir por caminhos distintos e até entrar nas propriedades, deixando as pessoas na porta de suas casas.

---

<sup>9</sup> Cf. CONTÉRIO, Angelo; GABRIELLI, Aldo. **História do Automóvel**. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 229-234.  
HOMEM e automóvel evoluíram juntos. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 16, p. 78-85, nov. 1961.

Isto o colocava como um objeto bem sedutor numa época em se buscava a privacidade, a fuga do coletivo. A descoberta das possibilidades do automóvel como meio de transporte individual ocorria simultaneamente ao que o sociólogo francês Philippe Ariès chamou de “degenerescência da cidade do século XX”. Em fins do século XIX, pouco antes do automóvel, iniciou-se um processo de fuga dos habitantes mais ricos das partes centrais das cidades, na direção de bairros periféricos, ainda pouco povoados, que formariam um tecido de aparência urbana, que recobria imensos espaços contínuos. O autor afirma que esta separação entre o lugar do trabalho e o lugar da família corresponderia a uma partilha entre um setor público e um setor privado, este último concedido à intimidade familiar numa distinção ou segregação de funções entre bairros de trabalho e bairros residenciais. Diferentemente da figura tradicional urbana do sobrado com loja no térreo e proprietários ocupando os andares superiores, os escritórios, empresas, fábricas, oficinas e lojas, enfim, o mundo do trabalho ficaria no espaço restrito das cidades, enquanto as casas com seus jardins e quintais se mudavam para lugares cada vez mais distantes dos centros das cidades, nos subúrbios; especialmente nos Estados Unidos. Ainda segundo Áriès (1981), isto teria transformado o domínio privado no único lugar em que se poderia escapar do olhar inquiridor da Sociedade Industrial. Assim, não seria de se admirar o interesse que o automóvel despertava. Mas esta fuga para os subúrbios teria sido possível, inicialmente, graças ao trem, metrô, ônibus e só depois ao automóvel. Este último representaria, além do transporte individual, uma espécie de capa que podia proporcionar o resguardo da privacidade dos indivíduos e suas famílias, fora do alcance do olhar alheio.<sup>10</sup>

Entretanto, isto também pode ter resultado na construção de um imaginário em torno do automóvel, como algo que poderia outorgar uma espécie de aura de privilégio aos seus possuidores. A aquisição de um automóvel próprio significaria o acesso a um direito de ir e vir individualizado, exclusivo, longe das aglomerações das estações ferroviárias, dos vagões de trem, metrô e dos “ômnibus”. O que, de certa forma, poderia denotar poder.

No Brasil, este imaginário inicial sobre o automóvel teria se construído de modo diferenciado do que ocorreu na Europa e nos Estados Unidos, possivelmente porque a criação de bairros nas periferias que oferecesse algum tipo de refúgio aos ricos, não parecia ser uma opção plausível naquele final de século XIX e início do século XX. A periferia estaria mais associada a um tipo de trabalho braçal, feito por ex-escravos e imigrantes, locais das fazendas,

---

<sup>10</sup> ARIÈS, Phillippe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ;VELHO, Gilberto (Orgs.). **A família e a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p.13-23.

lavouras de café ou entrepostos comerciais, como o Porto da Estrela, Nova Iguaçu, Rio de Janeiro.<sup>11</sup> Ou seja, viver nas periferias das cidades não se constituiria em nenhum tipo de prestígio ou privilégio num país ainda essencialmente agrícola, porque o subúrbio ainda representaria local de trabalho. Os mais abastados preferiam viver nas partes centrais das cidades ou em bairros próximos aos palácios oficiais do governo, como os bairros de São Cristóvão, Catete ou Laranjeiras, também no Rio de Janeiro, na época a Capital Federal da República; locais preferidos pelos ricos e pelos que queriam parecer ricos para fixar residência. Casas no campo eram apenas para temporadas, preferencialmente em locais como Petrópolis, que ainda guardaria resquícios do poder do tempo do Império, anterior a 1889. Embaralhando um pouco a definição de Ariès, no Brasil os automóveis não seriam “capas para o resguardo da privacidade”, mas vitrines para a exposição pública de poder. Buscava-se viver perto do poder para usufruir do seu prestígio e o automóvel seria um sinal evidente de *status* social.

Quando os primeiros exemplares de automóveis chegaram ao Brasil, eram objetos extremamente caros. Como comparação de valores; em 1903, um operário teria que trabalhar 14 horas por dia para receber 50\$ mil réis – a moeda vigente na época. Um empregado do comércio podia ganhar até 300\$000, trezentos mil réis; um piano, que era um item indispensável a qualquer boa casa elegante, custava em torno de 1:500\$000 - um conto e quinhentos mil réis, enquanto que um automóvel custava aproximadamente 5:000\$000 - cinco contos de réis; um pouco menos que o valor de um modesto sobrado no Centro do Rio de Janeiro, em torno de 5:500\$000 - cinco contos e quinhentos mil réis<sup>12</sup>. Alie-se ao fato de que as pessoas que podiam possuir aquela novidade motorizada sobre rodas eram somente milionários industriais, fazendeiros de café e políticos que estavam próximos ao poder, pois eram vizinhos dos palácios oficiais, podendo frequentar seus salões, para se concluir o quanto a criação de um imaginário automobilístico no Brasil se deu muito menos pelo seu aspecto utilitário de meio de transporte individual, mesmo aos moldes propostos por Ariès, mas sim pelo fato que somente pessoas muito ricas e poderosas poderiam adquirir automóveis. Em 1904 existiam 83 veículos registrados pela Prefeitura de São Paulo. Ainda eram designados por *automóviles* e entre seus proprietários estavam cafeicultores e industriais como Henrique

---

<sup>11</sup> Sobre casas rurais no Estado do Rio de Janeiro cf. TELLES, Augusto Carlos da Silva. **Atlas dos Monumentos Históricos e Artísticos do Brasil**. FENAME: SEAC, 1980. p.146-164.

<sup>12</sup> Preço de um sobrado desapropriado para a construção da Avenida Central (Rio Branco) no Rio de Janeiro em 1904 cf. FERREZ, Marc. **Álbum da Avenida Central**. São Paulo: Museu Nacional de Belas Artes: Editora Ex. Libris Ltda, 1983. p.200.

Santos Dumont, Francisco Matarazzo, Antonio Prado Júnior e o Conde Eduardo Prattes, além de empresas como a Light & Power.<sup>13</sup>

De acordo com a *Fédération des Voitures Anciennes*, F.I.V.A. os veículos automotores produzidos das origens do automóvel, na segunda metade do século XIX, até 1904 seriam classificados como “ancestrais” ou “primitivos” – algumas classificações estendem este período até 1910. Nesta época os automóveis ainda seriam veículos cujo formato ainda estaria ligado a carros de tração animal, como carruagens e carroças, Pode-se considerar que este foi um padrão estético que acompanhou o automóvel nas duas primeiras décadas do século XX. Neste intervalo de tempo, ocorreriam mudanças gradativas na mecânica, no uso de novos materiais, assim como no abandono da madeira como elemento estrutural dos veículos em favor do ferro e do aço, além da preocupação de reduzir a altura dos automóveis por questões estéticas e de estabilidade além do seu próprio método de produção. Isto compreenderia o período entre 1910 e 1918, definido por “veteranos” de acordo com a classificação da F.I.V.A.

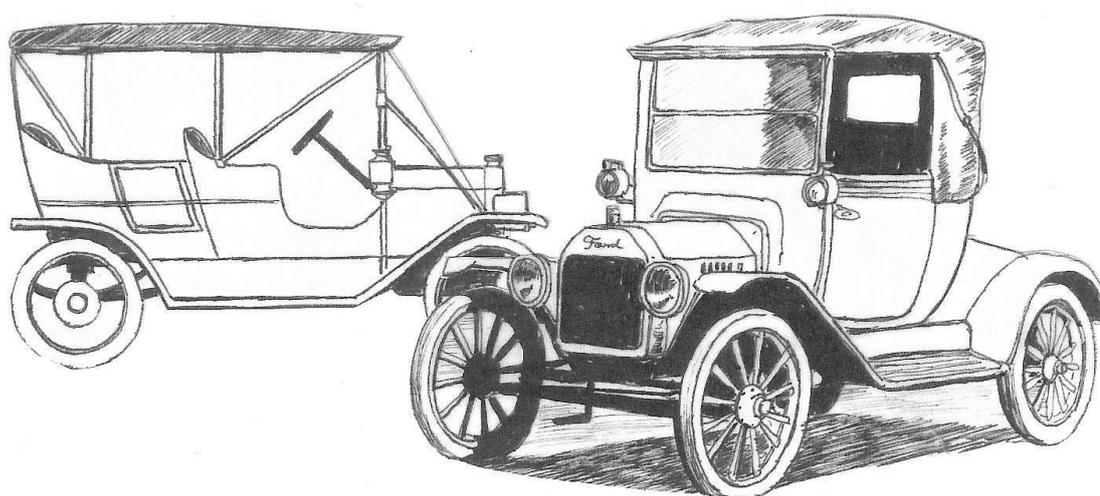
Segundo Gabrielli e Conterio, foi neste período que se iniciou o processo de produção industrial em série dos automóveis. Consta que em 1907 ocorreu a primeira crise no setor automobilístico nos países industrializados. Percebendo que o automóvel poderia interessar não apenas a uma elite restrita, mas também às camadas de nível médio, muitas oficinas para a fabricação e montagem de automóveis completos foram criadas nos Estados Unidos e Europa. Mas esta ampliação do mercado só seria possível se diminuíssem o preço dos carros, aumentando a produção e reduzindo os custos. Mas não se sabia como conseguir isto. Assim, a proliferação de fabricantes de automóvel face ao número reduzido de compradores que podiam pagar o alto preço de um automóvel, determinou a crise de 1907 e a consequente falência de muitas empresas. Ainda segundo Gabrielli e Conterio, esta crise teria encontrado a solução ideal através das ideias de Henry Ford, fundador da Ford Motor Company, que teria padronizado todas as peças para a produção de um único modelo de automóvel, o Ford Modelo “T” (figura 1), e também elaborado e editado um catálogo com todos os componentes do automóvel, desde o chassi, peças de motor até o mais diminuto parafuso, tudo classificado por números e com preço fixo; isto ficou conhecido como “estandardização de produtos”. Em 1908 iniciou a produção em série do Ford “T”, um automóvel destinado ao consumidor norte-americano médio. Sua propaganda o anunciava como um meio essencial ao trabalho, fácil de

---

<sup>13</sup> Possuidores de automóveis em São Paulo no ano de 1904, cf. O SOM do século: a buzina estridente das engenhocas a rodar. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p.68. (Nosso Século, v.1).

dirigir e com preço acessível para os padrões dos Estados Unidos da época. O segredo daquele baixo preço estaria na padronização e na quantidade de exemplares produzidos no menor tempo possível.

Figura 1 - Ford modelo "T"



Em 1910, Henry Ford introduziu a linha de montagem na indústria automobilística. Até então, os automóveis eram montados num lugar fixo das fábricas; seus componentes tinham que ser deslocados das diferentes repartições até o lugar da montagem de cada veículo. Na linha de montagem idealizada por Ford, o automóvel se deslocava em seções que também deviam ser posicionadas numa sequência planejada para a produção dos carros por operários especializados de cada parte específica, carroceria, chassi, motores, rodas, acabamentos e assim por diante. O tempo para a produção do Ford "T" foi reduzido de 12 horas e 28 minutos para 7 horas e 36 minutos para cada unidade. Este método de produção industrial, obtido por uma nova organização de trabalho e padronização de produtos, originou a Teoria do Fordismo elaborada pelo próprio Henry Ford. Num breve resumo, a teoria baseava-se no princípio de que uma empresa deveria dedicar-se apenas a um produto, cuja fabricação devia ser em grande quantidade, ou em massa, com tecnologia capaz de desenvolver ao máximo a produtividade dos operários, que inclusive deviam ser bem remunerados, transformando-os até em potenciais consumidores daquilo que produziam, (CONTÉRIO; GABRIELLI, 1975, p. 234).

Um aspecto pouco notado é que a estandarização de todos os componentes de um automóvel incidiria diretamente no seu projeto de desenho, ou seja, na sua estética. Se o

tempo que cada unidade permanecia na linha de montagem significaria maior ou menor custo, seus componentes deveriam ser projetados tendo em vista a produção em série; assim, não poderiam ser demasiadamente elaborados e nem demandar métodos complicados na montagem, além de não comportar uma gama muito variada de versões num mesmo modelo de carro. Ficou famoso o dito cunhado por Henry Ford por volta de 1913: “Os compradores podem escolher a cor de sua preferência, contanto que seja preta!” Com a introdução da linha de montagem, reduziu-se o tempo de fabricação de cada carro, mas sua pintura era executada manualmente com pincel, para depois secar ao ar livre, e a única tinta que secava a tempo de acompanhar o ritmo da produção era a de cor preta. Somente em 1923 esquematizou-se um método mais eficiente de pintura com secagem mais rápida, utilizando tintas à base de nitrocelulose que podiam ser aplicadas com aerógrafos; dessa forma, em 1925 os compradores do Ford Modelo “T” podiam escolher outras cores além do preto.<sup>14</sup>

## 2.2 Algo mais que um meio de transporte

De acordo com a F.I.V.A. os automóveis fabricados de 1919 a 30 são denominados “Vintage”. Este período compreendia a expansão e implantação do modelo Fordista na produção automobilística mundial. O modelo “T” produzido pela Ford desde 1908, tornou-se um dos automóveis mais populares e difundidos da sua época. Nos Estados Unidos receberia o apelido de *Tin Lizzie* ou “empregadinha de lata”. Foi produzido por quase dezenove anos num total de 15.007.033 exemplares. A produção em série na linha de montagem idealizada por Henry Ford proporcionaria uma redução no preço final do automóvel, de U\$850,00 em 1908, ano que iniciou a produção, para U\$190,00 em 1927, quando o modelo saiu de linha.<sup>15</sup>

O historiador Michel Beaud (1994) explica que isto representou a colocação em prática da organização científica de trabalho (Taylorismo) e do trabalho em linha de

---

<sup>14</sup> Fordismo e linha de Montagem cf. GABRIELLI, Aldo; CONTERIO, Angelo. Automóvel. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 233-234

CENTENARI, Marco; MARZOLLA, Giorgio. Ford. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 945-955.

<sup>15</sup> O termo “TIN LIZZIE” significava “LIZZIE DE LATA” ou “empregadinha de lata” e seria expressão pejorativa de coisa barata divulgada pelos inimigos de Henry Ford em 1908, mas devido ao sucesso do Ford “T”, acabou se transformando numa espécie de apelido carinhoso, cf. HISTÓRIA do automóvel. Editora São Paulo: Expressão e Cultura: Expansão Editorial S.A, 1968. p. 156.

montagem (Fordismo) e cita W. C. Mitchell, “A ciência foi posta a serviço da indústria com mais intensidade que nunca”. Entretanto, isto não seria apenas um novo método de organização de trabalho, mas um novo modelo capitalista de produção e também a colocação da mercadoria em um novo tipo de mercado consumidor. Com desenvolvimento da produção e da produtividade, além de uma política de salários relativamente elevados para que uma parte dos trabalhadores tivesse acesso ao consumo em massa, aproximando-os das camadas sociais médias, criou-se um novo mercado. Outro fator foi o que Beaud chamou de “grande empresa concentrada”, ou seja, o domínio da produção industrial em um número restrito de empresas que, embora não representassem toda a indústria norte-americana, teriam uma influência decisiva nos seus rumos. Ele cita a Ford, a General Motors e a Chrysler como as representantes no setor automobilístico na década de 20.<sup>16</sup>

Os automóveis produzidos entre 1931 e 40 são denominados “contemporâneos” pela F.I.V.A. e este intervalo de tempo foi definido por Michael Sedgwick (1982), como a época que marcaria a chegada dos automóveis criados para o transporte de massas. A “carruagem sem cavalos”, do início do século XX, teria se convertido em um meio de transporte diário e prático graças ao processo de produção em série, aos moldes Fordistas, que teria permitido a transformação dos automóveis de um “brinquedo para ricos” para um artigo destinado ao consumidor médio. Um item imprescindível a milhões de trabalhadores, onde a comodidade de manejo do carro, assim como o perfeito funcionamento da máquina, seria o principal objetivo da indústria automobilística na concepção dos veículos; isto sem perder de vista a relação entre o automóvel e seus custos de produção, na definição do autor: “debaixo do olhar vigilante da contenção de custos”. Entretanto, este foi também o período da Grande Depressão que se seguiu ao “crash” da Bolsa de Valores de Nova York, em 1929.

Segundo Eric Hobsbawn:

O efeito de tal crise (da Depressão) podia ser impressionante. A produção de automóveis nos EUA caiu para a metade entre 1929 e 31 (...) O principal setor da indústria americana, de produção de automóveis, jamais reconquistou seu pico de 1929. Em 1938, estava pouco acima que em 1920.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Cf. BEAUD, Michel. **História do Capitalismo**: de 1500 até nossos dias. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 257-258.

<sup>17</sup> Cf. HOBBSAWN, Eric J. **Era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p. 105-106.

No Brasil, uma consequência seria o fim da “Era Rodoviária”, tido como um período “áureo” na implantação de estradas no Brasil, que teria se iniciado em 1921 quando o presidente do Estado de São Paulo, Washington Luís, inaugurou uma estrada de 110 km entre Campinas e a capital do estado. Porém, como desdobramento da derrocada da Bolsa de Nova York, os chamados “construtores de estradas” encabeçados por Washington Luís perderiam o poder, e assim teria se fechado aquele ciclo.<sup>18</sup>

Porém, Sedgwick afirma que apesar do empenho da indústria europeia na expansão do mercado na década de 30, nem todos os europeus estariam integrados ao automobilismo em 1939. Isto queria dizer que para os ricos ainda existiam os carros de luxo, produzidos em pequenas séries, não raro em processos quase artesanais, além dos carros esportivos, também caros e de pequena produção. A demanda por carros ditos “populares” era abastecida por uma gama de veículos seguidores dos princípios da simplicidade dos Ford modelo “T”, cujo principal representante europeu poderia ter sido o KdF-Wagen, a primeira denominação do Volkswagen Sedan, projetado pelo engenheiro Ferdinand Porsche, apresentado na Alemanha em maio de 1938.<sup>19</sup> Nos Estados Unidos existiam modelos denominados *Business-cupê*, carros básicos que tinham um compartimento de bagagem na traseira maior com a eliminação do banco traseiro. Eram ideais para vendedores que necessitavam de um automóvel mais barato capaz de transportar, com relativo conforto, dois passageiros na cabina junto a um grande volume de mostruários ou mercadorias na bagagem.<sup>20</sup>

Entretanto, estava prestes a surgir um segmento de mercado composto por membros de uma classe média europeia, que ainda não teria suas necessidades plenamente satisfeitas. Eram indivíduos com condições financeiras para ter acesso a algo qualitativamente melhor que os automóveis populares, mas sua remuneração não permitia adquirir modelos mais luxuosos, composto por técnicos; médicos, engenheiros, diretores de empresas, profissionais liberais que necessitavam de veículos médios, de aparência distinta e grande durabilidade num momento de restabelecimento econômico no decorrer da década de 30. (CONTÉRIO;

---

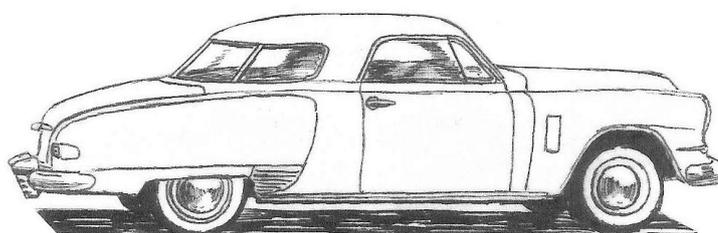
<sup>18</sup> Cf. GONÇALVES, Vergniaud Calazans. **História do Automobilismo Brasileiro**. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. p. 1166-1167.

<sup>19</sup> Cf. SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Editorial Raíces: Madrid, 1983, p. 7.

<sup>20</sup> “Business coupe” é a designação de alguns modelos, marca Chrysler 1941 e Plymouth 1950, ambos norte-americanos, mas genericamente o termo refere-se a um tipo de Automóvel com apenas dois lugares e portas-malas de grande dimensão, chamado também “THREE WINDOW” ou três janelas: BURNES, Tad. **American car Spotter’s guide 1940-1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p. 82, 278.

GABRIELLI, 1975, p. 234). O aparecimento deste novo segmento automobilístico coincide com o início da era dos automóveis produzidos após 1941, classificados pela F.I.V.A. como “modernos”. Seriam veículos que teriam características de desenho e mecânica fora dos padrões comuns e habituais de sua época, imprimindo uma espécie de evolução na própria concepção do automóvel, influenciando assim os modelos posteriores produzidos pela indústria. Um destes automóveis de importância fundamental teria sido o Studebaker 1946 (Figura. 2), criado pelo designer Reymond Loewy, considerado o carro-padrão para os modelos produzidos nas décadas posteriores.<sup>21</sup>

Figura 2 - Studebaker 1946



A Studebaker Corporation fazia parte de um segmento automobilístico norte-americano conhecido por “independentes”, ou seja, marcas de automóveis que não pertenciam a nenhum grande conglomerado industrial como a Hudson Motor Car Company, Nash-Kelvinator Corporation, Packard Motor Car Company, Willys Overland Company e Kaiser-Frazer Corporation. Estas empresas conseguiam se manter no mercado oferecendo modelos de veículos numa única marca e produzidos em apenas uma ou duas unidades industriais.

Isto significaria maior agilidade destas “independentes” no lançamento de inovações estéticas ou mecânicas nos seus modelos. Lembrando que o período imediato ao final da Segunda Guerra Mundial encontraria consumidores ávidos por novidades que as “independentes” puderam oferecer com maior presteza. Porém, isto se sustentou somente até 1953, quando não conseguiriam mais concorrer com os grandes grupos automobilísticos, composto pela Ford, General Motors e Chrysler, (chamadas “as três grandes”) porque não

---

<sup>21</sup> Classificação da F.I.V.A., Federación Internacional des Voitures Anciennes • Ancestrais: das origens até 1904 (no Brasil prefere-se: Edwardianos ou primitivos: das origens até 1910) • Veteranos: de 1911 a 1918 • Vintage: de 1919 a 1930 • Contemporâneos de 1931 a 1940 • Modernos: de 1941 até o sétimo ano anterior ao ano presente, cf. ENCICLOPÉDIA do Automóvel. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 99.

possuíam recursos financeiros suficientes para promover modificações mais profundas, nem ampliar sua gama de modelos, justamente numa época que o mercado norte americano mudava seus parâmetros de consumo. Isto poderia explicar em parte a supremacia das “três grandes” a partir da segunda metade da década de 50; elas teriam esperado as “independentes” se arriscarem para depois investirem maciçamente em inovações já testadas pelo mercado.<sup>22</sup> Esta concentração do setor automobilístico em três grandes conglomerados nos anos 50 até parecia retomar o esquema da “grande empresa concentrada” da década de 20, citada anteriormente por Michel Beaud, (1994, p. 257-258). É interessante notar que um fabricante independente de automóveis médios fosse o primeiro a lançar modelos identificados como “Doctor’s Car” ou “Doctor’s Coupé” (carro de médico) logo após o término da Segunda Guerra Mundial em 1946, destinados a profissionais que desejavam praticidade, conforto, aliado a uma aparência distinta.

Porém, existiam diferenças entre os carros norte-americanos e os europeus na época. Os Estados Unidos emergiam ao final do conflito mundial como o grande vitorioso. Seu parque industrial estava intacto pelo fato de não terem ocorrido embates armados em seu território; além disso, a indústria automobilística norte-americana se empenhou no “esforço de guerra” entre 1942 e 45, quando suspenderiam a produção civil de veículos para atender as encomendas de armamentos e veículos militares das Forças Armadas. Isto significou um grande lucro para a indústria, que ao término da guerra estava em boa situação financeira, pois tinha créditos a receber junto ao governo americano. Assim, poderia investir em produtos novos, já tendo em vista uma nova demanda em ascensão, como fez a Studebaker Corporation no imediato pós-guerra. O conceito lançado por Reymond Loewy no Studebaker em 1946 significou a introdução da modernidade no automóvel médio, que devia ser confortável, de aparência mais baixa, deixando de lado todo e qualquer resquício das “carruagens sem cavalos” do passado, como a eliminação, por exemplo, dos estribos salientes nas laterais, além de oferecer um espaço para bagagens plenamente utilizável.

Já a indústria automobilística europeia emergiu ao final da guerra, numa situação difícil. Empresas alemãs, britânicas e italianas também abandonaram as atividades civis para produzir armamentos e veículos militares e algumas tiveram suas instalações industriais atacadas e destruídas em bombardeios, como ocorreu com a alemã Volkswagen e a Renault

---

<sup>22</sup> HUDSON. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 1176-1177.  
KAISER-FRAZER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1264-1265.  
NASH-KELVINATOR. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.7. p. 1551-1556.  
STUDEBAKER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1803-1805.  
WILLYS OVERLAND. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p.1930.

francesa. Conforme Contério e Gabrielli, no reinício das atividades industriais civis, no imediato pós-guerra as fábricas de automóveis europeias tiveram que lançar mão dos mesmos veículos produzidos antes do conflito, quase sempre com projetos anteriores a 1940, recolocados em produção praticamente sem alterações e em muitos casos estendendo sua produção até meados da década de 50. Era uma situação que poderia ser definida como uma aplicação quase que ortodoxa dos princípios Fordistas na produção de um único modelo, de concepção simples, sob um severo regime de contenção de custos. As empresas que não seguiram este receituário faliram ou seriam absorvidas por outras empresas nos próximos anos.<sup>23</sup>

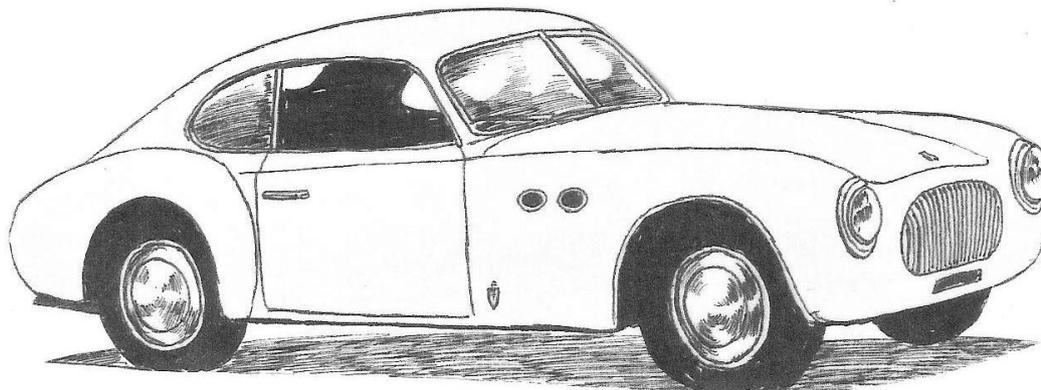
Entretanto, foi na Europa que surgiu outro automóvel capaz de também imprimir uma evolução na concepção dos automóveis futuros: o esportivo Cisitalia (Figura 3) projetado pelo desenhista italiano Giuseppe Farina e lançado em 1947. Diferentemente do Studebaker, o Cisitalia não era destinado a uma classe média de técnicos, pois se tratava de um veículo de características esportivas, bem ao gosto europeu, sofisticado e de pequeno porte onde seu criador imaginou um carro com linhas baixas, destacando o desenho de capô muito baixo e achatado na frente. Os pára-lamas dianteiros eram mais altos que o capô para oferecer ao motorista o sentido exato da largura do carro. Em consequência deste capô baixo surgiu uma grade do radiador no sentido horizontal. Toda a parte frontal do carro fugia do senso comum do desenho automobilístico do seu tempo, onde as grades tinham preponderância vertical e os pára-lamas eram, invariavelmente, mais baixos que o capô. Mas as inovações estilísticas do Cisitalia de 47, ainda demorariam oito anos pra serem assimiladas e incorporadas ao estilo automobilístico comum.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> CONTÉRIO, Angelo; GABRIELLI, Aldo. **História do Automóvel**. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 229-234.

<sup>24</sup> FARINA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 823-852 ; FARINA: esta é a história do pai da moderna linha das carroçarias. São Paulo, **Quatro Rodas**, ano 1, n. 12, p. 78-85, jul. 1961.

Figura 3 – Cisitália 1947

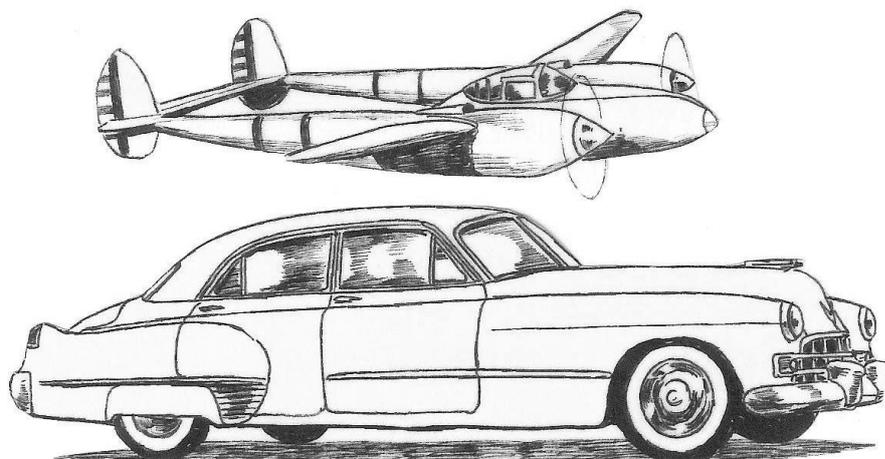


Outro automóvel, contemporâneo ao Cisitália e ao Studebaker, também poderia ser visto como um modelo que imprimiu sua marca na evolução do conceito do automóvel moderno: O Cadillac 1948 (figura 4), projetado pelo designer norte-americano Hearley J. Earl, na época, chefe do Departamento de Estilo da General Motors Corporation. Consta que antes do final da guerra, Earl e sua equipe visitaram as instalações da fábrica de aviões Lockheed, também norte-americana, junto com sua equipe. Eles teriam ficado impressionados com o desenho do avião militar caça Lightning P-38 e suas duas fuselagens gêmeas que se estendiam das hélices, na parte frontal, até a cauda onde ficavam os lemes. A fuselagem dupla era unida por uma segunda fuselagem central, mais curta, onde ficava a cabine de comando. Earl e equipe consideraram as linhas fluídas do P-38 elegantes, e assim, começaram a transpô-las para os estudos dos futuros modelos Cadillac. O detalhe mais marcante seria o estilo dos pára-lamas traseiros que se elevavam nas extremidades numa estilização dos lemes verticais do P-38. Estava criado o estilo das aletas elevadas dos pára-lamas traseiros, popularmente conhecidos no Brasil por “rabo-de-peixe”, que se afirmaria nos anos seguintes como uma espécie de ícone no desenho automobilístico norteamericano.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> LUDVIGSEN, Karl E. Cadillac. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 823-825.

Figura 4 – Caça Lockheed Lightning P-38 e Cadillac 1948



A evolução que o projeto do Cadillac imprimiu no conceito do automóvel, trazia para o desenho automobilístico a liberdade na apropriação, via releitura, de elementos estéticos e ornamentais que não teriam obrigação de serem originalmente automotivos. A utilização de ornamentos no desenho automobilístico moderno poderia ser definida, não como representação simbólica, rica em significados, mas como pura visualidade. Poderíamos buscar na definição feita no início do século XX sobre ornamentação pelo arquiteto Aloïs Riegl: “A evaporação do sentido seria uma condição essencial para que o ornamento, seguindo os princípios da simetria e do ritmo, pudesse recobrir as mais variadas superfícies.”<sup>26</sup> Aplicado à questão do ornamento automotivo, no caso do Cadillac, isto queria dizer que embora ainda pudesse conter aspectos visuais que remetesse a fuselagem dos aviões de caça, as barbatanas elevadas dos pára-lamas dos automóveis já estariam desprovidas do sentido utilitário original de leme direcional, e até do próprio significado de avião de guerra, para adquirir outros significados totalmente maleáveis e adaptáveis às novas oportunidades que o mercado automobilístico poderia oferecer. A vitória obtida pelo exército americano e seus aliados, na Segunda Guerra Mundial, até poderia permanecer de forma velada, como uma espécie de triunfo mítico, mas desprovida de seu caráter destrutivo e bélico.

Assim sendo, após meio século de produção, pode-se dizer que o automóvel moderno teria, assim, atingido identidade própria e não mais a “carruagem motorizada” do início do século. Estes novos significados teriam saído das pranchetas de engenheiros e projetistas como Raymond Loewy, Giuseppe Farina e Heavey J. Earl, além das ideias sobre produção automobilística de Henry Ford.

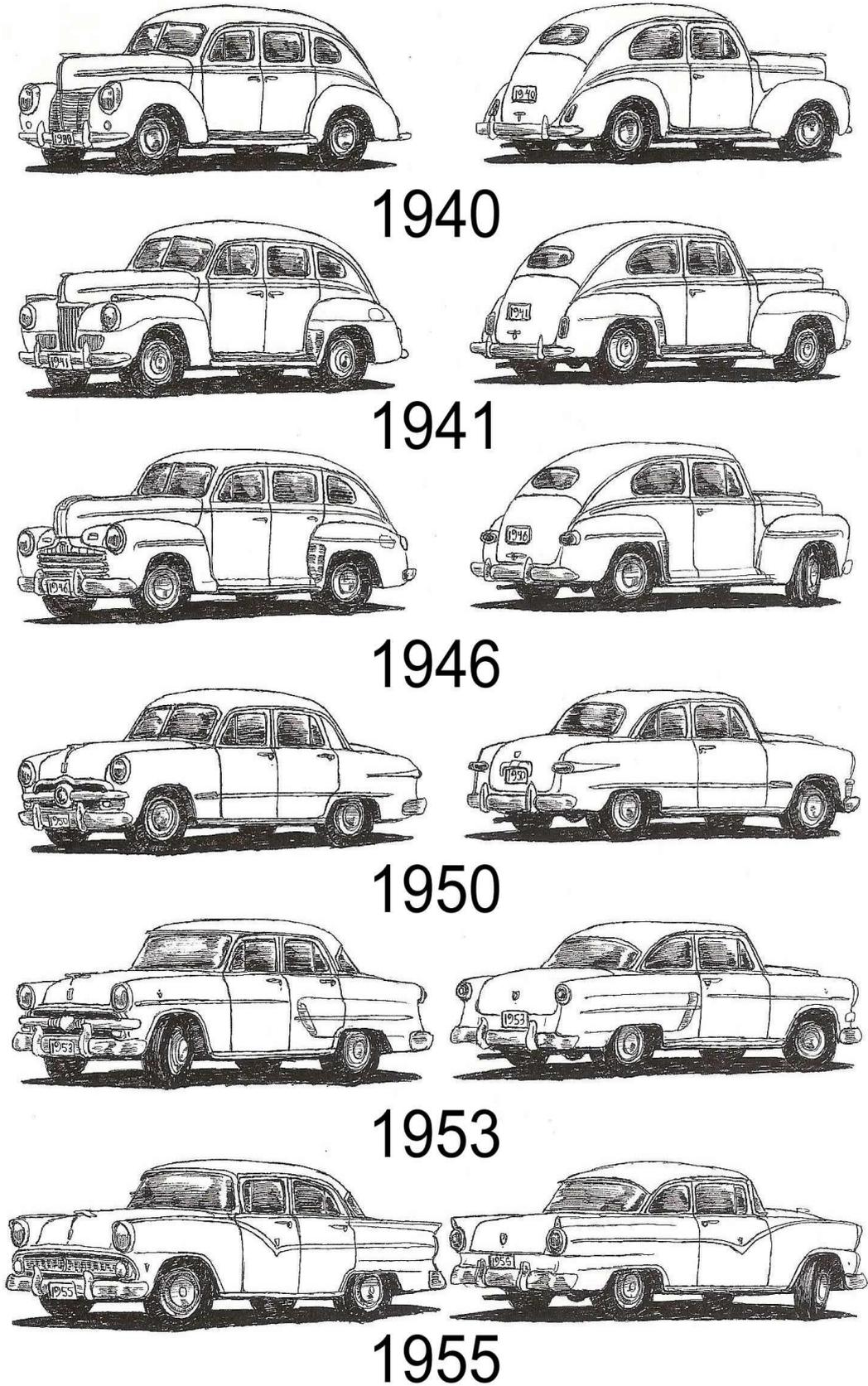
<sup>26</sup> PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita**: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 40-41.

### 2.3 O futuro do automóvel nos imaginários de 1955

Os novos conceitos para o automóvel moderno não se aplicariam ao mesmo tempo na indústria automobilística. O estilo dos Studebaker 1946 pôde ser assimilado quase que imediatamente, pois as empresas dispunham de capital para investir em novos lançamentos ao lado de um mercado ávido por novidades. O próprio Cadillac 1948, apesar de também trazer um conceito novo em si, foi influenciado pelo formato em “trapézio” das linhas do Studebaker. Assim, já em 1949 a maioria esmagadora dos automóveis produzidos nos Estados Unidos apresentava carroceria com três volumes bem definidos; frente, cabina e porta-malas. Eram veículos de perfil alto e curto com linhas arredondadas onde ainda sobressaía certo aspecto severo, amenizado pela presença de adornos e elementos distribuídos nas laterais, tampas dos porta-malas, capôs e grades dianteiras (figura 5).

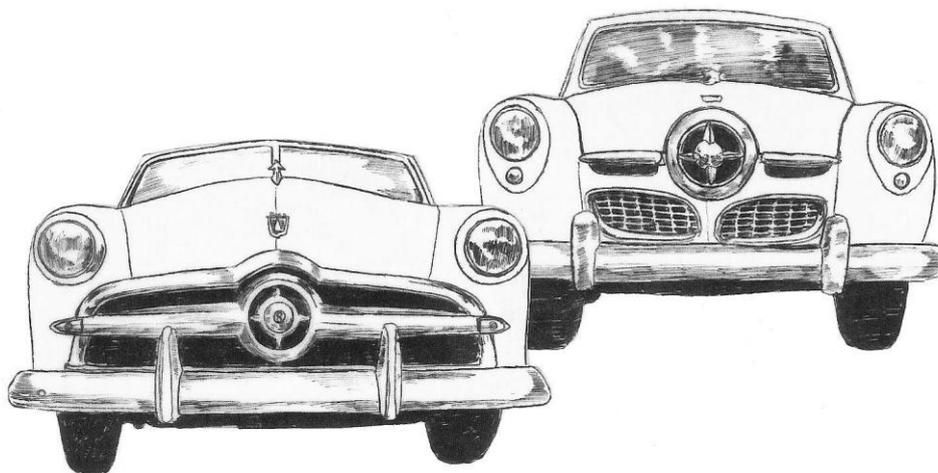
A ornamentação inspirada nos motivos aeronáuticos aparecia sob forma mais evidente ou dissimulada em enfeites aplicados nas pontas dos capôs que, invariavelmente, adotariam o formato de pequenos aviões, torpedos, foguetes, ou como no caso particular dos modelos Pontiac, umas das divisões médias do grupo General Motors Corporation, onde seu emblema era uma cabeça de chefe indígena que em 1951 foi produzida em acrílico translúcido em cor âmbar com uma pequena lâmpada no interior que a fazia brilhar a noite. Nas grades frontais alguns modelos traziam a reprodução de hélices aeronáuticas estilizadas, como no modelo Ford de 1949 até 51.

Figura 5 – Evolução estilística do automóvel na linha Ford 1940-1955



Nos modelos Studebaker de 1950 e 51, o próprio capô assumia o formato do nariz de um avião com sua “hélice” estilizada na ponta (figura 6). Gilberto Paim (2000) cita a diferença que Aloïs Riegl observou entre o impulso ornamental e o mimético; o primeiro estaria genuinamente envolvido na criação artística, o segundo encontrava satisfação no mero aperfeiçoamento das habilidades técnicas.<sup>27</sup> No caso das hélices estilizadas a satisfação ocorreria num tipo de impulso mimético de contornos um tanto absurdos; um carro com hélice, sugerindo o voo de um “automóvel alado”. Paim ainda cita o arquiteto norte-americano Frank Lloyd Wright ao afirmar que todos os ornamentos deveriam ser derivados da ideia central do projeto e contribuir para a unidade expressiva do conjunto.<sup>28</sup> Porém, esses ornamentos em formato de hélices, aviões e outros motivos estranhos aos automóveis, como a cabeça de índio do Pontiac, ainda pareciam apenas aplicações planejadas para causar impacto visual, mas sem unidade com o restante do projeto dos veículos, cujo perfil arredondado, curto e alto não parecia se enquadrar nas propostas “aeronáuticas” do estilo desejado.

Figura 6 – Ford 1949 e Studebaker 1950



No caso do Cadillac pós 1948, o grande comprimento do automóvel parecia compensar sua altura e perfil arredondado fazendo com que suas barbatanas traseiras inspiradas na cauda do caça P-38 se integrassem ao conjunto; eram automóveis, em média, com cinco metros de comprimento. Então, para se conseguir unidade realmente expressiva

<sup>27</sup> PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita**: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 40-41.

<sup>28</sup> Gilberto. **A beleza sob suspeita**: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 57-60.

nos projetos sem desistir dos motivos aeronáuticos da moda, a solução seria aumentar o tamanho dos automóveis e reduzir sua altura, além de elevar a potência dos motores, pois automóveis maiores e mais pesados exigiriam motores mais potentes.

No início dos anos 50, o automóvel esportivo era uma tradição considerada tipicamente europeia. Foi neste ponto exato que a influência estética e o apelo esportivo do Cisitália 1947 se fez presente. Em abril de 1953, três grandes executivos da indústria automobilística americana falaram à conceituada revista *Mecânica Popular* sobre o estilo dos carros europeus. Eles destacaram as linhas baixas de aparência ágil e leve dos modelos esportivos europeus, considerando-as particularmente atrativas; eles mencionando modelos como o Jaguar britânico e o Ferrari italiano como exemplo. Entretanto, faziam ressalvas ao tamanho pequeno desses automóveis, afirmando que o público consumidor norte-americano estava acostumado a modelos de maior porte que acomodavam em média, seis passageiros, mais bagagem, com conforto, não aceitando carros pequenos aos moldes europeus.<sup>29</sup>

A predileção por automóveis grandes nos Estados Unidos poderia ser justificada pelo uso a que se destinavam; a vastidão territorial do país com imensas planícies cortadas de costa a costa por rodovias, pelas quais automóveis têm que percorrer por horas até alcançar seu destino transportando o maior número de passageiros mais a bagagem, tendo que desenvolver velocidades médias mais elevadas. Já o público consumidor europeu preferia carros pequenos por conta das curtas distâncias a serem percorridas com reduzido número de passageiros que viajava de carro particular, fazendo grandes porta-malas desnecessários, além do desejo de um veículo mais pessoal. Estes fatores pareciam determinar limites ao comprimento dos automóveis europeus.

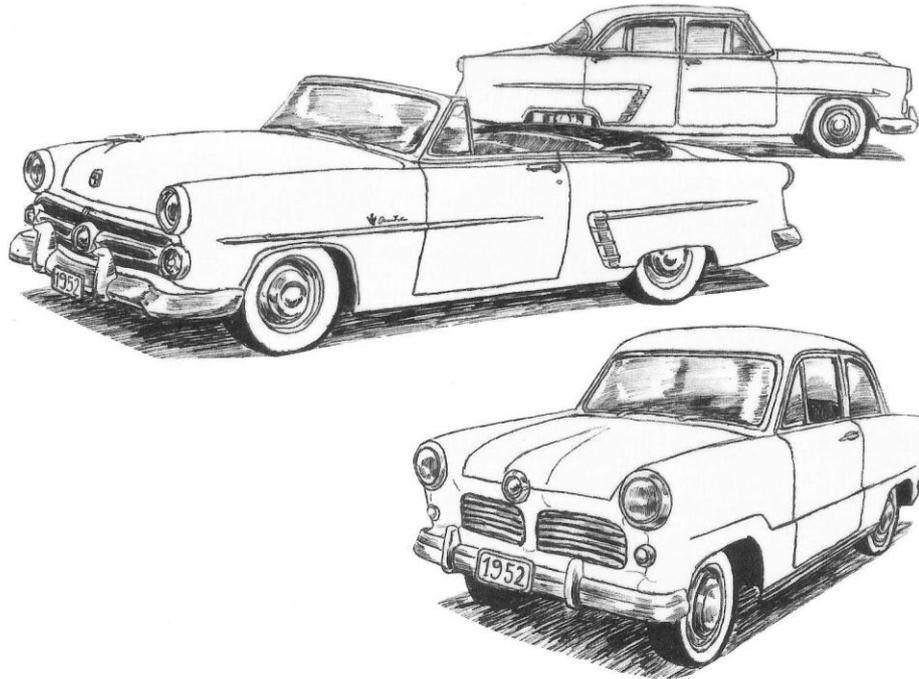
Em 1952, a Ford lançou sua linha de modelos antecipando a nova tendência com desenho de perfil mais baixo e alongado. Como no Cisitália 47, sua parte frontal apresentava desenho do capô baixo e achatado na frente enquanto que os pára-lamas eram mais altos que o capô no extremo frontal, proporcionando ao motorista a possibilidade de ver todos os contornos da frente do carro e fornecendo o sentido da sua largura. Modelos Ford produzidos na Europa também tiveram suas linhas modificadas na nova tendência, como o Ford Taunus 1952, produzido pela Ford Alemã, que, inclusive, possuía discreto ornamento em formato de

---

<sup>29</sup> Entrevista com: George Walker, Designer da Ford Company; Willian Graves e Edward Macauley, Vice-presidente e engenheiro chefe da Packard, Motor Car Company, em 1953 cf. EVALUACIÓN de Los Automóviles Europeos. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v.12, n. 4, p. 57-59, 168-170, abr. 1953. (Traducion del v. 99, n. 2, edición en inglés).

hélice no centro do capô (figura 7). Entretanto, a linha do Ford norte-americano para 1952 ainda parecia alto e curto, e foram fabricados com pequenas alterações até 1954.

Figura 7 – Ford 1952 e Taunus 1952



A linha de praticamente todos os automóveis produzidos nos Estados Unidos passou por uma reformulação quase simultânea em 1955, do chassi, passando pela mecânica até o estilo da carroceria. Os novos modelos foram apresentados em propagandas, matérias e testes em revistas especializadas em automobilismo e na imprensa em geral com destaque. A Revista Mecânica Popular de janeiro de 1955 (p. 24-25) trazia descrições das modificações feitas nos modelos Pontiac para 1955 (figura 8):

Até a cabeça de índio desapareceu! O Pontiac 1955, de estilo inteiramente novo, substituiu seu famoso ornamento em formato de cabeça de índio por um em formato de V voador marcando assim também o final do seu antigo motor de oito cilindros em linha.

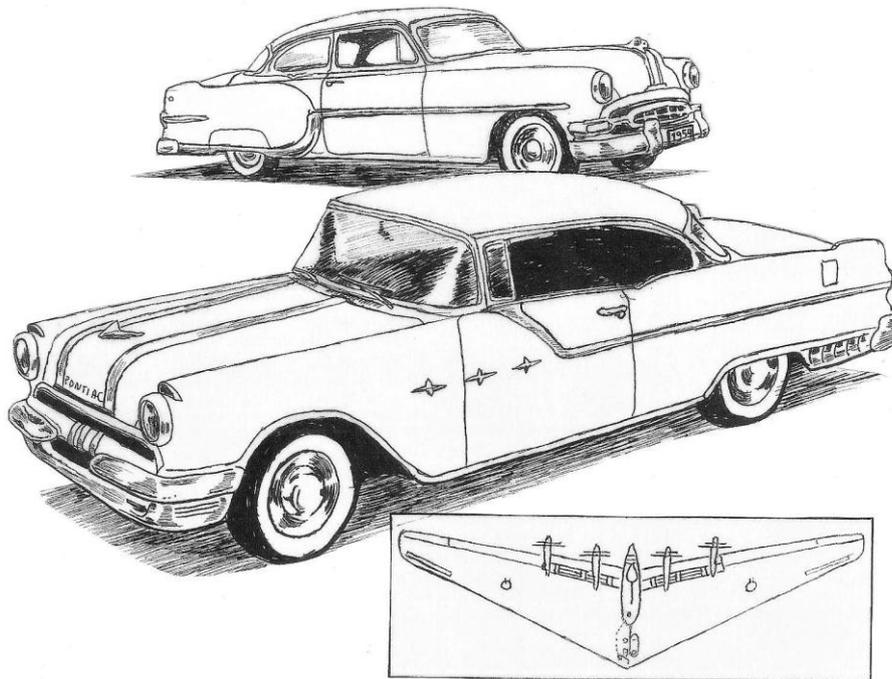
O ornamento em formato de “cabeça de índio” estilizada nos carros Pontiac tradicional da marca, agora cedia lugar a um adorno horizontal, semelhante a uma pequena asa delta cromada pousada sobre o capô mais baixo que os pára-lamas, de inspirada em modelos experimentais, como o “avião-asa XB-35”. A concepção do motor oito cilindros em linha, tradicional da marca, também seria substituído:

A modificação mais importante, das muitas que foram feitas é o motor V-8 com válvulas na cabeça e 180 cavalos de potência. A carroçaria também é de estilo completamente novo. Foram alteradas a série de frisos centrais sobre o capô, características dos modelos antigos, agora transformados em duas fileiras que se estendem nas extremidades por todo o capô (9,4 cm mais baixo que nos modelos 1954) desde o enorme pára-brisas panorâmicos até a atraente grade frontal (...) as carroçarias são quase 8 cm mais baixas que as do ano passado e as station-wagons tem 19 cm a menos na altura.<sup>30</sup>

Na mesma edição da Revista Mecânica Popular (p. 26 -27) podemos encontrar a apresentação de outro produto General Motors; o Chevrolet para 1955 (figura 9).

O Chevrolet 1955 tem potência suficiente para satisfazer o comprador mais exigente: seu motor V-8 tem 162 cavalos. (...) Mas a força do motor não é tudo, porque o estilo da carroçaria também foi modificado. São mais largas que as de 1954 e seu desenho de linhas baixas lhes dá aparência de maior tamanho. (...) Este ano os tetos têm menos altura, assim como os capôs e pára-lamas. (...) As características de estilo que mais sobressaem são: o pára-brisas panorâmico, a grade frontal estilo Ferrari (horizontal) e os faróis dianteiros semi-encobertos.<sup>31</sup>

Figura 8 – Pontiac 1954 (acima) e 1955 (abaixo). Avião asa XB35 (detalhe)

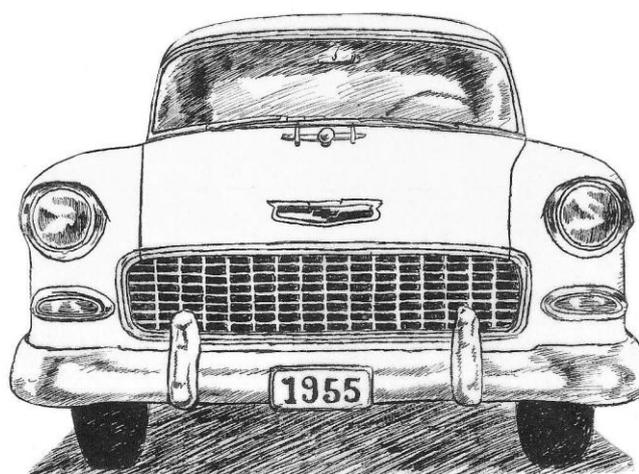


<sup>30</sup> EL PONTIAC'55 ha cambiado. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 16, n. 7, p. 24-25, jan. 1955. (Tradución del v. 103, n. 5, edición en inglés)

<sup>31</sup> NUEVO V8 en el Chevrolet 1955. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 16, n. 7, p. 26-27, Enero, 1955. (Tradución del v. 103, n. 5, edición en inglés)

A grade “estilo Ferrari” numa referência inequívoca ao estilo dos carros esportivos europeus, os pára-brisas panorâmicos de extremidades curvas que se estendiam lateralmente, assim como a altura mais baixa e as linhas da carroceria aparentando mais comprimento e largura que nos anos anteriores, são características exaltadas nas revistas de automobilismo, em anúncios, reportagens, testes e opinião de proprietários publicados nas páginas da tradicional Mecânica Popular norte-americana, dentre outras.

Figura 9 – Chevrolet 1955



No teste dos modelos De Soto 1955 apresentado na revista Mecânica Popular de outubro de 1955, p. 79 – 82, havia referências a automóveis maiores e mais potentes como um novo critério de qualidade e beleza, superiores aos modelos 1954 (figura 10).

O novo De Soto 1955 (figura 03) tem mais potência, aceleração e velocidade que o do ano passado. Apesar de ser 90 kg mais pesado que o 1954, a distância entre os eixos dianteiro e traseiro é apenas 1,27 centímetros maior.

<sup>32</sup>

Encontramos ainda nos periódicos da época, informações sobre fabricantes europeus, que também promoviam modificações nos seus novos modelos, abandonando estilos tradicionais e consagrados pelos consumidores. A revista Mecânica Popular de outubro de 1955 apresentava os carros da Citroën francesa para 1955 exaltando sua diferença do modelo antigo:

<sup>32</sup> EL DE SOTO V8 modelo 1955. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 18, n. 2, p. 79-82, 155, out. 1955. (Tradución del v. 104, n. 1, edición en inglés)

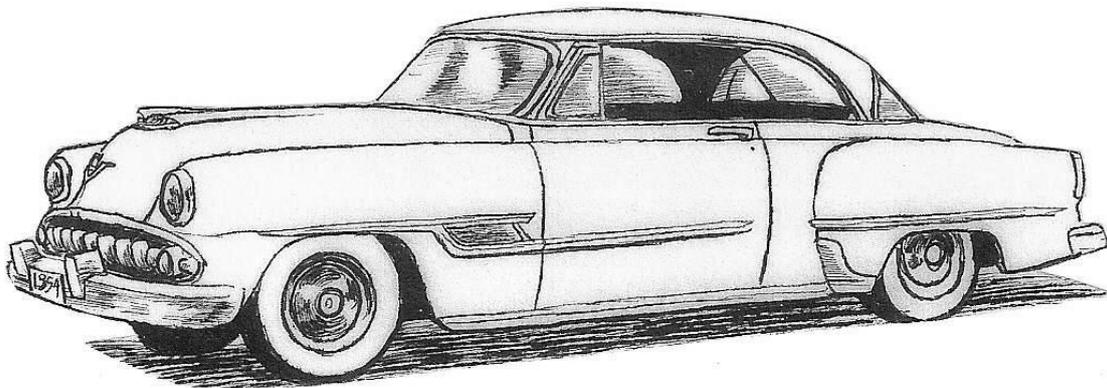
O Citroën ficou diferente. Este novo modelo parece feito sob medida para satisfazer o clássico individualismo francês, que sente por esta marca de carros, (...) uma admiração que chega as raias do fanatismo. Olhando as fotografias (...) você se convencerá que, sem dúvida, o Citroën DS 19 é realmente diferente (...). É a primeira vez em 21 anos que a fábrica modifica o estilo desse automóvel.<sup>33</sup>

O Citroën DS 19, lançado em 1955 era totalmente diferente do modelo antigo, cujo projeto básico era de 1934, tão tradicional que a fábrica prosseguiu sua produção até 1957, paralelo ao novo modelo. (figura 11)

Em julho de 1956 a Mecânica Popular noticiava o lançamento de um novo modelo de automóvel, produzido pela Régie Renault francesa:

O modelo Dauphine que a companhia Renault apresentou na exposição de automóveis de Genebra, na Suíça, constitui algo completamente diferente dos estilos anteriores. A única identificação com os automóveis Renault anteriores são as grades verticais existentes adiante às rodas traseiras por onde entra o ar para refrigerar o motor, que fica na parte de trás do carro.

Figura 10 – De Soto 1954



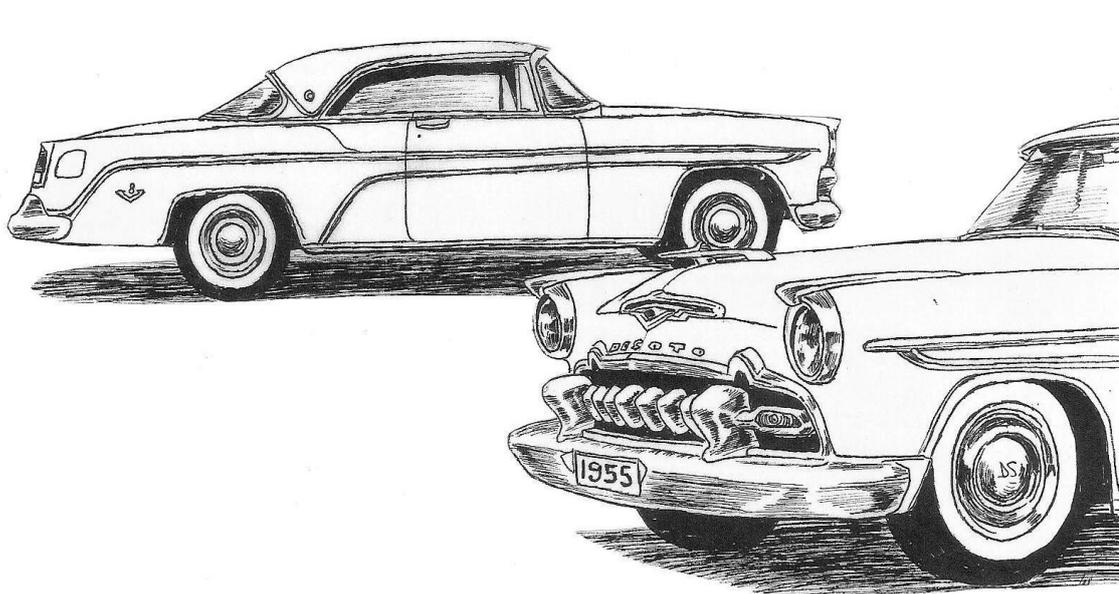
Aqui também são exaltadas diferenças estéticas do novo Dauphine lançado em 1957, em relação ao modelo 4 CV antigo ao qual sucedeu (figura 12).

---

<sup>33</sup> CITROËN apresenta inovaciones. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 19, n. 1, p. 78-81, 142-143, jul. 1956. (Tradución del v. 105, n. 5, edición en inglés)

Na Inglaterra, a Austin – marca do grupo BMC: British Motor Corporation <sup>34</sup> – Lançou em 1955 o modelo A50 Cambridge, um automóvel de pequeno porte de linhas baixas marcadas lateralmente por um friso que começava nos pára-lamas dianteiros, descrevia uma curva até terminar nas portas traseiras, logo adiante das rodas, que podia dividir a pintura em dois tons, além de uma grade frontal horizontal e um ornamento em formato de tomada de ar cromado sobre o capô. Este carro não guardava nenhuma semelhança com modelos anteriores como o Austin A40 Somerset, lançado em 1952 (figura 13).

Figura 10 – De Soto 1955



Na Itália a Alfa Romeo <sup>35</sup> lançou em 1957, no salão de Turin, um modelo denominado Alfa Romeo 2000 (figura 14) – uma evolução de um modelo anterior, denominado 1900. Era um Sedan de linhas baixas e alongadas com frisos laterais retos e grade frontal horizontal onde se destacava no centro, como elemento vertical, o tradicional emblema da fábrica em formato de coração; o “Cuore Sportivo”.

<sup>34</sup> O Grupo BMC Reuniu em 1952 a Austin (e seus Vanden Plass – Princess e Austin healey) com o Grupo Nuffield das marcas Morris, MG, Riley e Wolseley. Curiosamente a história das duas empresas, Morris e Austin – agora apenas marcas de automóveis do grupo BMC – termina numa aliança de duas rivais que, anos antes, concorriam violentamente entre si. Cf. ANSELMINI, Angelo Tito; SEDGWICK Michael. Austin. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p. 172.

<sup>35</sup> O Alfa Romeo 2000, lançado na Itália em 1957, originou no Brasil o modelo FNM 2000 JK que era produzido pela Fábrica Nacional de Motores sendo apresentado em 21 de abril de 1960 simultaneamente a inauguração de Brasília cf. RODRIGUES, Eduardo. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 8, n. 45, p. 62-75, 2009.

Figura 11 – Citroën Traction Avanti 1934 (acima)  
e Citroën 1955 (abaixo)

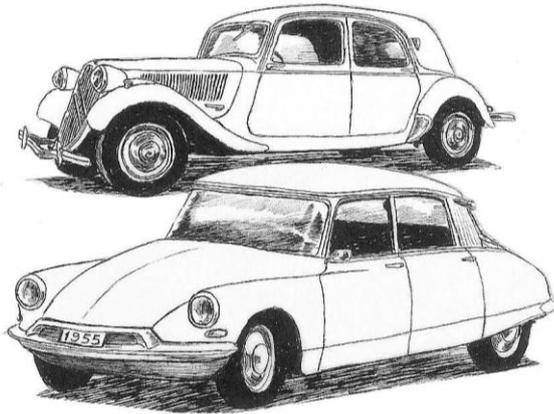


Figura 12 – Renault 4 CV (acima)  
e Renault Dauphine 1957 (abaixo)

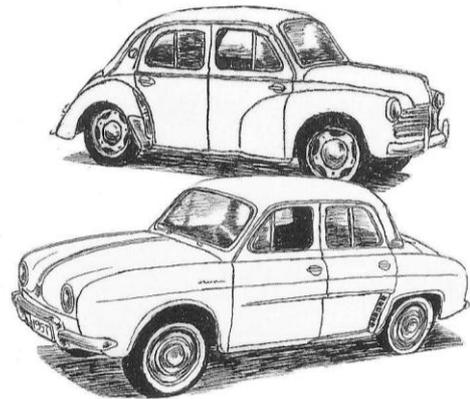


Figura 13 – Austin A40 Somerset 1952 (acima)  
e Austin A50 Cambridge 1955 (abaixo)

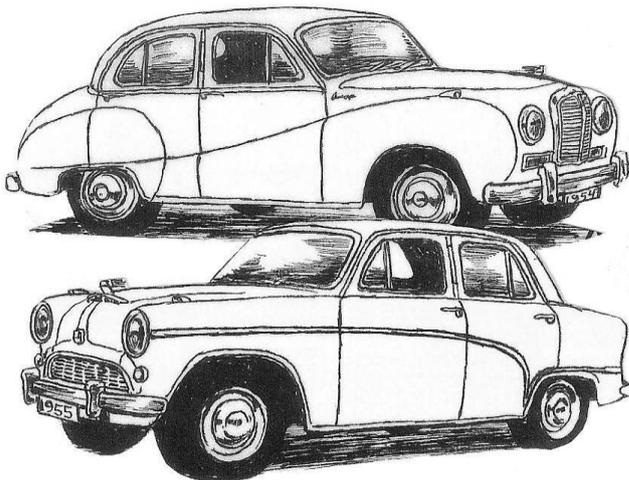
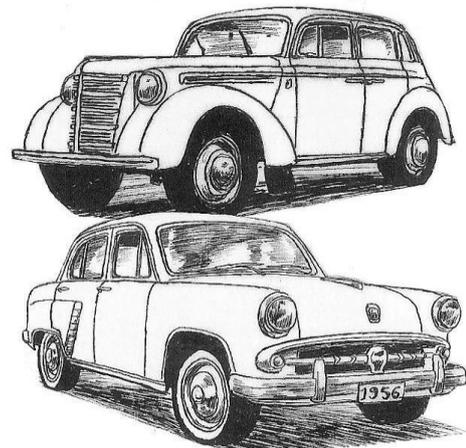


Figura 14 – Moskvich A400 1938 (acima)  
e Moskvich A402 1956 (abaixo)



Até mesmo automóveis produzidos na antiga União Soviética passaram por modificações estilísticas dentro dessas novas tendências. Os carros da marca Moskvich produzidos pela Mzma – Moskovskij Zavod Malolitrajnnich <sup>36</sup> eram cópias de modelos Opel Kadett 1938-40 alemães e eram denominados Moskvich 400. Em 1956 foram substituídos pelos Moskvich 402 (figura 15) que, ao exemplo do Austin inglês, era um carro de pequeno

<sup>36</sup> MZMA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.7. p. 1497.

SERBINE, A. Destination de la production soviétique: 38 pays, **Revue Mensuelle L'Automobile**, Paris, n. 139, p. 27, nov. 1957.

porte e linhas baixas que buscava alongar visualmente a carroceria, além de possuir alguns detalhes ornamentais cromados. Os automóveis produzidos na então União Soviética apresentavam um estilo que poderia ser definido como “europeu” nos carros de pequeno e médio portes destinados ao seu público consumidor no país; e “norte-americano” nas limousines produzidas para o Estado. Outro ponto a ser destacado é que os automóveis de estilo europeu, como o Moskwitch 402, tinham em vista as exportações; em uma matéria sobre a indústria automobilística soviética, veiculada na revista L’Automobile francesa, de novembro de 1957, o autor A. Serbine dizia que uma boa parte da produção de carros soviéticos era destinada à exportação para 38 países, incluindo Argentina, Irã, Suécia, além dos países do bloco socialista, como Albânia e Romênia.

Figura 15 – Alfa Romeo 2000 1957



Subaru 1958

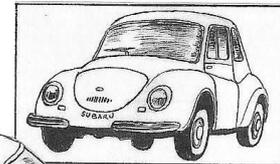


Figura 16 – Fuji Prince 1957

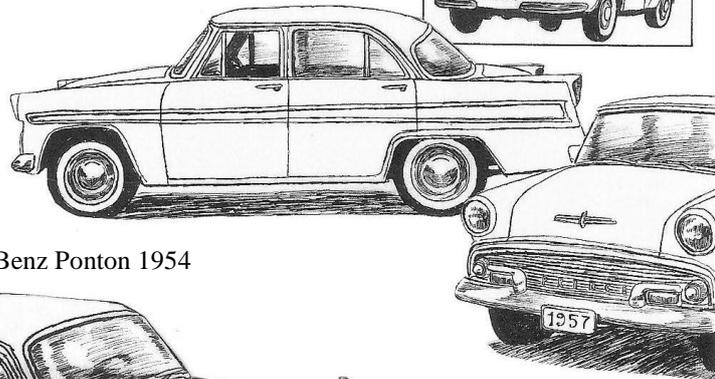
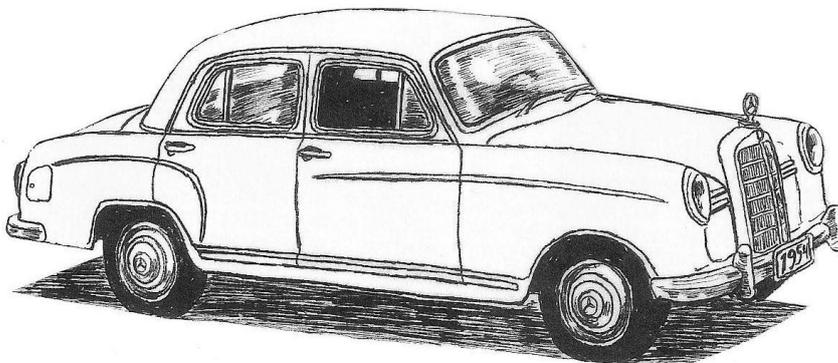


Figura 17 – Mercedes-Benz Ponton 1954



No Japão, a indústria automobilística teve grande desenvolvimento após a Guerra da Coreia (1950-1953) e também lançava mão das novas tendências estilísticas vindas do

ocidente.<sup>37</sup> Fabricantes como a Prince Motors Co,<sup>38</sup> que iniciou suas atividades no setor automobilístico em 1952, apresentava seu modelo Fuji Prince para 1957 nos salões europeus (figura 16), um sedan de linhas baixas, alongadas e retas com frisos laterais dividindo a pintura em duas cores, além de uma grade frontal horizontal. Como os soviéticos, os automóveis japoneses também se dividiam em dois segmentos; um, visando o mercado doméstico, oferecendo veículos muito pequenos e simples que tinham um estilo peculiar extremamente adequado à finalidade a que se destinava, de transporte de pessoal num país das proporções territoriais do Japão, cujo desenho até poderia ser definido como genuinamente oriental, ao exemplo do modelo Subaru (figura 16). O outro segmento apresentava automóveis mais elaborados, que mesclavam as proporções europeias com o estilo norte-americano ocidental ao exemplo do Fuji Prince, que também tinha vistas ao mercado exportador.

Observando os lançamentos de novos modelos por volta de 1955, podem ser verificadas tendências estilísticas se impondo como um novo tipo de padrão de beleza e modernidade a ser seguido. Mesmo nos carros pequenos, como o Dauphine Francês, Austin A50 Cambridge Inglês, Moskvich 402 soviético e o Fuji Prince japonês, procurava-se criar uma sensação visual de maior comprimento e largura e menor altura; enquanto que os carros grandes, como o Pontiac e o De Soto norte-americanos, deveriam parecer maiores, mais largos e baixos do que eram na realidade.

É perceptível no estilo desses novos automóveis, uma supervalorização dos ornamentos cromados em aço inoxidável ou outro metal branco aplicados à carroceria. Era como se não bastasse apresentar ao público consumidor produtos realmente novos, era preciso também adornar esse novo objeto com as insígnias das inovações dessa nova modernidade nos emblemas das marcas, em metal e acrílico colorido, nas figuras tradicionais de cada fabricante, “mascotes” como às vezes eram chamadas: o “Cuore Sportivo” dos Alfa Romeo Italianos; a cabeça de índio estilizada dos Pontiac norte-americanos que foi substituída por uma nova insígnia, a Asa Delta; as falsas entradas de ar sobre os capôs sem nenhuma função prática, apenas estética; os frisos que dividiam as pinturas das carrocerias em duas e até três cores diferentes; os enfeites no formato de estrelas e foguetes aplicados nas laterais. Tudo

---

<sup>37</sup> A indústria Japonesa de automóveis, cujo início se deu em 1907, nasceu apoiada na fabricação de caminhões que durante a Guerra da Coréia cresceu imensamente, fortificada pelas compras feitas para as forças armadas e na fabricação de motocicletas cf. BILYK, L. O Japão na Linha de Frente. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 90, p. 38-43, São Paulo, jan. 1968.

<sup>38</sup> Marca de carros produzidos inicialmente pela Nakajima Aircraft Co. – Fábrica de aviões Japonesa. A Prince foi adquirida pela Nissan em 1966, cf. PRINCE. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2. p. 1669.

planejado para seduzir o olhar do comprador.<sup>39</sup> Aliás, do novo comprador que parecia também buscar nos novos automóveis, novas funções simbólicas além do meio de transporte honesto e eficiente.<sup>40</sup>

A alemã Mercedes Benz abandonou o tradicionalismo e também fez importantes modificações estilísticas na sua linha de automóveis para 1954, lançando veículos de linhas mais baixas e de apelo moderno, como o modelo 180 (conhecido como Ponton) em substituição a um conceito iniciado em 1935 (figura 17). Entretanto preservou sua característica grade frontal vertical imitando o formato de um radiador encimado pela estrela de três pontas da marca, como elemento simbólico da importância dos aspectos tradicionais na produção automobilística da empresa.

Já a Volkswagen poderia se constituir um caso à parte na história do desenho automobilístico, porque manteve com êxito a produção do Volkswagen Sedan (Fusca) por toda a década de 50 apesar de seu projeto básico ser de 1938. Mas em 1957 foram introduzidas algumas modificações estéticas e também mecânicas como relata uma matéria veiculada na *Mecânica Popular* de dezembro de 1957, p. 31 (figura 18):

Quem disse que algumas coisas como o Volkswagen nunca mudam? O novo VW é diferente embora continue sendo igual para seus incontáveis admiradores. A janela é a modificação mais importante. Agora sua área é 45% maior devido ao aumento da sua largura.<sup>41</sup>

É interessante recordar que num teste anterior do Volkswagen Sedan publicado na revista *Mecânica Popular* (dezembro de 1956), a queixa mais frequente dos proprietários se referia a sua limitada visão posterior. Porém, em relação aos antigos modelos produzidos após a Segunda Guerra Mundial até então e se comparando com outros automóveis contemporâneos, suas modificações poderiam ser consideradas discretas, mas revelam o

---

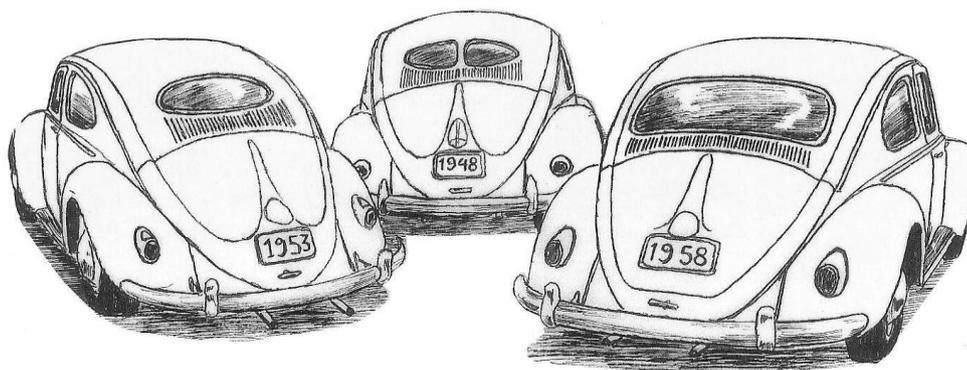
<sup>39</sup> A discussão da ornamentação, aqui aplicada aos automóveis, seria análoga a da aplicação à arquitetura e a produção de ornamentos industrializados no século XIX em larga escala, direcionados ao consumo de diferentes camadas da população urbana cf. PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita**: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 13.

<sup>40</sup> Além de uma nova ordem simbólica, busca-se a consolidação de novos hábitos de consumo ao exemplo do que se referem Peter L. Berger e Thomas Luckmann quando falam de inovações que conduzem a novos hábitos num mundo social em processo de construção; no caso específico deste estudo, ao consumo de automóveis no período 1955-1961, cf. BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Lucas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 83. (Coleção Antropologia, 5).

<sup>41</sup> SE MEJORA el nuevo Volkswagen. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 21, n. 6, p. 31, dez. 1957. (Tradución del v. 108, n. 4, edición en inglés)

quanto o apelo mercadológico da mudança e da modificação de conceitos era importante naquele momento quando os fabricantes se empenhavam em oferecer veículos cuja aparência devia refletir novos padrões de beleza e modernidade no desenho automotivo.

Figura 18 – Volkswagen Sedan 1948, 1953 e 1958



## 2.4 A prova do mercado

Mas como se comportaria o público consumidor diante das novidades oferecidas pela indústria? É certo que ansiavam por novos carros de aparência moderna e apelo esportivo. Porém, isso não seria tão simples e poderia ocultar particularidades e nuances não visíveis num primeiro momento, exigindo das indústrias novos posicionamentos diante da opinião pública, que ao mesmo tempo teria o poder de modelar o mercado ao seu gosto e na mesma razão ser modelada por ele.

Nos testes que realizava para a revista *Mecânica Popular* norte-americana, no começo dos anos 50, o articulista Floyd Clymer costumava iniciar com a seguinte frase: “A verdadeira prova de um automóvel começa quando o proprietário liga o motor e põe o carro em marcha”.

Era uma sentença que poderia abarcar tanto os aspectos funcionais do carro como também sua penetração no mercado consumidor. Uma espécie de linha de largada onde o carro conceitual começaria a se materializar no cotidiano do cidadão comum como objeto real e utilitário, além de se tornar suscetível ao julgamento entre outros tantos modelos e propostas oferecidas pela indústria. A partir daqui as decisões tomadas nas salas de conferência, nos departamentos de desenho e engenharia das fábricas e suas conveniências empresariais e estratégias de produção seriam postas efetivamente à prova nas garagens, ruas, avenidas e estradas. Assim, poderia se considerar que a possibilidade de prever o comportamento futuro do mercado face aos novos lançamentos automobilísticos se constituiria em peça chave;

afinal, nenhuma companhia de automóveis se permitiria fazer investimentos de cifras entre US\$ 40 milhões e US\$ 300 milhões, aproximadamente o custo de um novo projeto de automóvel, no escuro.

Em 1957 um articulista da revista *Seleções do Reader's Digest*, P. Mc Evoy, perguntava a um vice-presidente da Ford que tinha a seu cargo assuntos relativos ao “ano depois do próximo” – a previsão do comportamento do mercado futuro - se havia uma maneira de antecipar a preferência do público para que a indústria tivesse margem de segurança nos próximos lançamentos. Ele respondeu que o máximo que podiam fazer era arriscar certas previsões. Os estilistas tentavam prever com dois a cinco anos de antecedência quais linhas atrairiam o público como “novas e elegantes”, e que todas as companhias automobilísticas procuravam vencer umas as outras nas preferências dos compradores.<sup>42</sup> No entanto, uma previsão equivocada poderia resultar em malogro comercial e consequentemente, perda de mercado. Eram riscos altos demais. O vice-presidente explicava que o tempo era a mercadoria mais preciosa nas estratégias de mercado. O lançamento de um novo carro passava pelo período de dois anos, mas se pudessem dar um salto de três meses com uma ideia sensacional e conseguissem mantê-la em segredo durante esse tempo, seria quase impossível a um concorrente alcançá-los. Assim um fabricante de automóveis poderia passar muito na frente dos seus concorrentes ou fracassar “gloriosamente” se ficasse para trás.

Michael Sedgwick (1983) explica que não poderia resumir os anos 50 e 60 do século XX tão facilmente como os anos 30, que teriam se constituído na era dos automóveis criados para o transporte de massas, quando a comodidade no manejo do carro e seu perfeito funcionamento eram seus principais objetivos. O autor ainda afirma que a ideia de Adolf Hitler de que cada alemão teria um Volkswagen na sua garagem, não teria sido mais do que um sonho que não parecia levar em conta considerações de mercado em relação aos desejos dos consumidores – mais subjetivos e talvez conceituais – e sim a simples satisfação de uma necessidade básica de transporte individual. Isto poderia suscitar uma questão: será que todo alemão desejava ter um Volkswagen na garagem? Sedgwick (1983, p. 89) afirma também que por conta dos exaustivos testes feitos em protótipos de futuros lançamentos a partir dos anos 50, realizados em locais como o deserto do Saara e até no círculo polar Ártico, era cada vez mais difícil fabricar um carro realmente ruim; os erros seriam provenientes de deficiências no planejamento de mercado ou de lançamentos prematuros que acabavam por converter o

---

<sup>42</sup> MC EVOY, P. A complicada gestação do automóvel. *Seleções do Reader's Digest*, Rio de Janeiro, n. 191, p. 39-45, dez. 1957.

comprador num inadvertido voluntário de uma equipe de testes em projetos de carros ainda não totalmente resolvidos. Ainda segundo Sedgwick, (1983, p. 7) a área de influencia do automóvel na década de 50 não cessou de se expandir nem na Guerra da Coréia (1950-53) nem na Crise de Suez (1956) que não teriam representado mais do que breves suspensões no ritmo constante de progresso no setor automobilístico. Assim, mais pessoas poderiam se dar ao luxo de comprar um carro, e queriam mais veloz, cômodo e fácil de conduzir. Alguns números poderiam demonstrar esta expansão: no período de 1950/51 foram produzidos 175.974 carros pela Volkswagen Alemã.<sup>43</sup> Em 1955 foi alcançado o patamar de 1 milhão de unidades produzidas até então, e em 1961 5 milhões.<sup>44</sup> Nos Estados Unidos foram produzidos 2.648.673 modelos Chevrolet entre 1950-51 e 3.268.083 entre 1955-56.<sup>45</sup> Este aumento da influencia do automóvel na década de 50 pode ter significado também uma modificação na sua relação com o mercado consumidor. A disputa da preferência pelo público não se daria apenas pelas suas qualidades mecânicas ou beleza estética, e é provável que isto nunca tenha sido o bastante em tempo algum, e o automóvel sempre tenha prescindido de algo além dos limites da sua carroceria para permanecer vivo no mercado.

O sociólogo e etnólogo francês George Balandier, na sua obra “O poder em cena”, afirmou que a ordem social distingue, classifica, hierarquiza, traça limites defendidos pelos entendidos. Ela encerra, em condições, papéis e modelos de comportamento (BALANDIER, 1999, p.43). Como ele não se refere ao universo automobilístico, poderíamos tentar estender a palavra “modelos” ao vocabulário do automóvel para adequação ao raciocínio: então seriam modelos de carros, distintos e classificados de acordo com categorias determinadas por padrões mercadológicos; populares, médios ou de luxo, podendo ser hierarquizados numa escala de prestígio social crescente, conforme o segmento ao qual se destina, dentro de limites traçados pelos entendidos, os “especialistas em assuntos relativos ao ano depois do próximo” citado por Mc Evoy (1957) que eram pagos pelas companhias automobilísticas para tentar traçar a trajetória dos seus automóveis, além de procurar construir para eles uma espécie de personalidade – quase humanizada – ou um papel que talvez até pudessemos dizer social, para

---

<sup>43</sup> SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 9.

<sup>44</sup> BURNHAM, Colin. **Classic Volkswagens**. Londres: Osprey Publishing Limited, 1988. p. 52. (Osprey Colour Series)

<sup>45</sup> O autor Fabio de Cillo Pagotto informa que foram produzidos 1.704.134 carros da marca Chevrolet em 1955 e 1.563.946 em 1956. Optei por somar os valores de 1955 e 1956 para efeito de comparação com os valores apresentados por Sedgwick de 1950 e 1951. cf. PAGOTTO, Fabio de Cillo. **Classic Chevys 1955-57**. **Revista Collector's Magazine**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 35, 1996.

que os carros tivessem algo mais a oferecer na esfera do simbólico. Balandier (1999, p.43) conclui que esta ordem social pode ser baralhada, desprezada, simbolicamente invertida, já que não pode ser derrubada,

A artimanha suprema é converter essas ameaças em vantagem, em meio de reforço, dado que precisa fazer o papel do fogo, reconhecendo as leis de uma termodinâmica social que exprime a função de desordem no próprio seio da ordem.

Como antes Sedgwick demonstrou, o cenário do pós-guerra revelava um novo terreno para o automóvel, cujos limites estariam em expansão dentro de novos parâmetros, o que poderia significar um momento de desordem no mercado automobilístico onde as antigas regras e métodos já não funcionariam face às novas exigências que surgiram. Um dado interessante foi o número significativo de fabricantes tradicionais de carros que desapareceram do cenário automobilístico no decorrer da década de 50. Alguns se agruparam em novas empresas com intuito de cooperação mútua para escapar da crise do pós-guerra que ainda abalava a Europa naqueles dias ou para enfrentar o acirramento da concorrência, como ocorria nos Estados Unidos. Outros não conseguiram sobreviver e faliram, foram absorvidos por empresas maiores ou simplesmente se retiraram do setor automobilístico. Não caberia aqui enumerar o histórico de cada uma delas detalhadamente, mas poderia se afirmar que em todos os casos ocorreu uma inadequação a uma nova ordem, ou desafio, ao qual o sucesso, fracasso ou sobrevivência destas companhias dependeu da reação eficaz face à crise. Sobreviveram as que conseguiram converter as ameaças em vantagens mesmo à custa da perda da sua independência administrativa, se permitindo queimar nas leis de uma nova termodinâmica social e mercadológica. As companhias que não conseguiram perceber isto ou reagir eficazmente com as armas certas sucumbiram, desapareceram ou tiveram seus espólios absorvidos por outras companhias sem poderem resguardar sequer as aparências. A absorção era a aquisição da totalidade acionária de uma empresa por outra, e quase sempre significou seu desaparecimento total.

Para compreender isto mais de perto, faz-se necessário observar o que eram as companhias automobilísticas, e nos anos 50 algumas marcas de carros já se achavam agrupadas em uma só empresa e se constituíam em conglomerados industriais, principalmente norte-americanos, que produziam caminhões, equipamentos agrícolas, componentes elétricos, eletrodomésticos e outros produtos ligados ou não ao universo automobilístico, embora tivessem a produção de carros de passeio seu principal e mais visível produto. Dória Gonzaga

(1971 p. 141) explicou que “algumas marcas de automóveis estavam agrupadas em uma só empresa, especialmente nos Estados Unidos e Inglaterra, pois poderiam ter características técnicas iguais ou semelhantes.” Cada uma dessas marcas se definia por “divisões”, ou facções industriais com marca própria, mas subordinadas administrativamente ao um grupo industrial. Isto significava liberdade na idealização e colocação de novos carros no mercado sem interferência direta da matriz nas suas decisões. No entanto sua existência poderia ser eliminada se a matriz a considerasse uma divisão deficitária. Caso ocorresse competição entre duas divisões dentro de um mesmo grupo empresarial, a que tivesse mais chance de êxito seria preservada. As características dos automóveis produzidos por cada divisão de uma companhia podiam ter semelhanças técnicas e estilísticas, mas não poderiam ser idênticos porque isto poderia gerar competição entre produtos de empresas pertencentes a mesmo grupo empresarial. Vejamos alguns exemplos de empresas que atuaram no Brasil nas décadas de 50 e 60:

A General Motors Corporation agrupava as marcas Chevrolet, Pontiac, Buick, Oldsmobile e Cadillac norte-americanas; Vauxhall inglesa, Opel alemã (ocidental) e Holden australiana além da GMC (a sigla quer dizer “General Motors Corporation”) de caminhões norte-americana, a marca de autopeças Delco e eletrodomésticos Frigidaire. Além da General Motors do Brasil que produziu veículos com a marca Chevrolet a partir de 1950.

A Ford Corporation agrupava as marcas Ford norte-americana, inglesa, alemã e canadense; Ford France até 1955; caminhões Ford e as marcas também americanas Thunderbird, Edsel, Mercury e Lincoln; tratores Ford e Emplementos; Fo-Mo-Co (a sigla quer dizer “Ford Motors Corporation”) de autopeças; a eletrodomésticos Philco, além da Ford do Brasil que produzia veículos desta marca a partir da segunda metade do século XX.

A Chrysler Corporation agrupava as marcas Plymouth, Dodge, De Soto, Chrysler e Imperial; a Fargo de caminhões, a Mopar de autopeças, além de deter parte acionária da Simca francesa a partir de 1958. Em 1967 incluiu também a Chrysler do Brasil. A Willys Overland Company norte-americana produzia carros com esta marca até 1955 e detinha a marca Jeep de utilitários. A Kaiser-Frazer Corporation detinha as marcas Kaiser e Frazer. Em 1953 a Kaiser comprou a Willys Overland; mas em 1955 suspendeu a marca Kaiser nos Estados Unidos e a Willys transformou-se em Willys Motors. No Brasil era designada por Willys Overland do Brasil. e produziu veículos marca Willys de 1953 a 1968 e Renault a partir de 1959 (esta última sob licença da Régie Renault francesa). Na Argentina era designada por IKA (sigla de Indústria Kaiser Argentina) e produzia veículos Willys, Rambler, BMC e Renault de 1955 a 1967.

Na França, a Simca (sigla de Société Industriale Mécanique et Carrosserie) fabricava carros com esta marca; em 1955 ela adquiriu a fábrica da Ford France e em 1959 absorveu a Talbot-Lago francesa, passando a ser dona da marca. Em 1963 a Chrysler Corporation tornou-se sua acionista majoritária (64% das ações) e em julho de 1970 a empresa passou a denominar-se Chrysler France. No Brasil era designada por Simca do Brasil e produziu carros com a marca Simca de 1959 a 1967 (quando passou a denominar-se Chrysler do Brasil).

Na Alemanha Ocidental a Mercedes Benz produzia carros com esta marca. Em 1958 incorporou a também alemã Auto-Union que agrupava as marcas DKW, Horch, Wanderer e Audi. No Brasil a Vemag (a sigla quer dizer Veículos e Máquinas Agrícolas) produziu veículos com a marca DKW-Vemag de 1956 a 67. Ainda na Alemanha, a Volkswagenwerke AG produzia carros e utilitários leves com a marca Volkswagen. No Brasil era designada Volkswagen do Brasil desde 1953. Onze anos depois obteve o controle acionário da Auto Union e das suas marcas. No ano seguinte, assumiu o controle da DKW-Vemag brasileira, suspendendo a produção daquela marca em 1967. Na Alemanha, em 1969, incorporou a marca de automóveis NSU formando o Grupo Volkswagen.

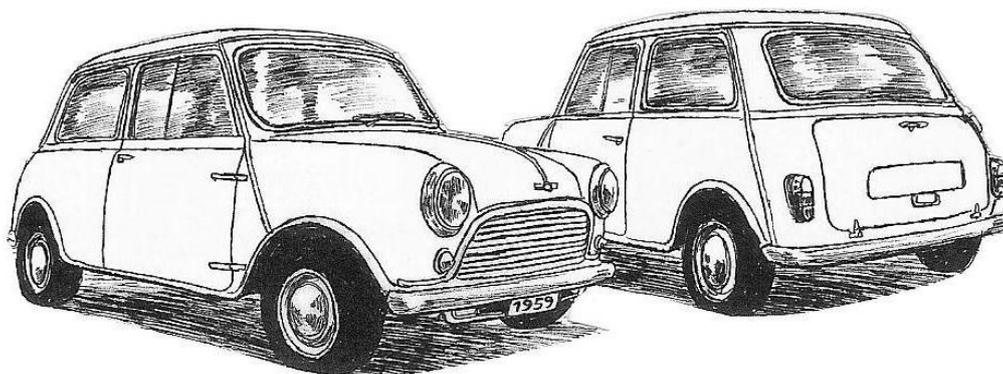
No Brasil, a Indústria de Tornos Romi produziu sob licença carros urbanos da marca italiana Isetta, designados Romi-Isetta, de 1956 a 61.<sup>46</sup> Nesse período, ocorreu uma redução no número de fabricantes de automóveis simultaneamente ao crescimento da produção mundial que passou de 6.858 milhões unidades em 1951, a quase 13 milhões em 1960. Na França o número de fabricantes reduziu de 16 a 9; na Alemanha de 17 a 7. Ao eliminarem-se fabricantes pequenos ou já sem competitividade os grandes produtores tiveram que ampliar a oferta de tipos e modelos de automóveis no mercado. Na Inglaterra, a fusão da Austin com o Grupo Nuffield em 1951 originou o Grupo BMC. No momento da aliança seus catálogos incluíam 18 modelos, 14 chassis – plataformas – e 14 tipos de motores diferentes. Em 1960 foram oferecidos três modelos a mais, incluindo a série de modelos mini (figura 19) produzidos simultaneamente pelas divisões Austin e Morris com as denominações Austin Seven e Morris Mini-Minor, e que eram automóveis de pequeno porte praticamente idênticos entre si. Isto significaria concorrência entre empresas de um mesmo grupo com produtos iguais; mas aqui poderia se tratar de uma espécie de estratégia de mercado porque as marcas Austin e Morris ainda detinham um enorme capital simbólico em tradições, algo caro aos ingleses. Daí a BMC colocar o mesmo produto – o Mini – com a chancela de duas de suas

---

<sup>46</sup> GONZAGA, Jeovah Dória. **Manual de Automóveis**. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1971. v.3. p. 139-146.

marcas mais tradicionais com o objetivo de atrair consumidores fiéis a suas marcas favoritas, já reconhecidas e fundamentadas em anos de permanência no mercado inglês.

Figura. 19 - Austin Seven e Morris Mini 1959



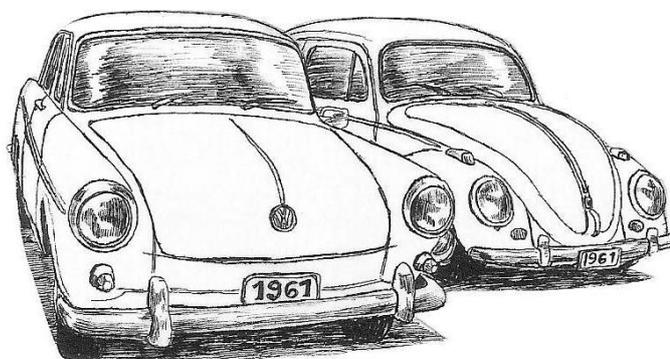
Episódios de fusões entre duas ou mais empresas formando um só grupo, lançamentos de novos automóveis ou modificações nos que estariam em produção poderiam representar, utilizando-se o raciocínio de Balandier (1999), momentos de desordem delimitadora de duas situações; uma situação fundamentada pelo hábito e outra cujo hábito ainda seria construído. Precisamente o ponto do meio entre as duas situações representaria o clímax da desordem, com a recomposição de toda uma linha produtiva com dispêndio de milhões em recursos financeiros além do esforço humano na implementação das mudanças, se possível de modo menos traumático e sem sobressaltos. Mesmo uma simples modificação estilística num produto há anos no mercado pressupõe uma dose de suspense face à reação dos consumidores as modificações, porque haveria o risco da recusa às novas feições do produto. O ideal seria criar uma maneira de deixar uma espécie de via de retorno aos produtos consagrados pelo público, caso seus novos lançamentos automobilísticos não fossem aceitos. A Volkswagen alemã teria tentado fazer isto em 1961 quando lançou sua linha Volkswagen 1500 (figura 20), que teve a seguinte definição por Jim Whipple, comentarista automobilístico da revista *Mecânica Popular* em novembro de 1961:

Agora são dois. Após 23 anos de aperfeiçoamento e apuro de um modelo básico a Volkswagen lançou uma segunda série denominada VW 1500 (...) aqueles que esperavam que o estilo do novo carro refletisse os declives góticos do modelo atual ficaram decepcionados. Com exceção da insígnia familiar de um “V” e um “W” entrelaçados no capô e calotas há pouca

evidência de parentesco. O Volkswagen 1500 poderia ter sido projetado em Estocolmo, Turin, Conventry ou mesmo Detroit.<sup>47</sup>

Os locais referidos ao final do texto remetiam a fabricantes importantes à época na Suécia (Volvo), Itália (Fiat), Inglaterra (Grupo BMC) e Estados Unidos (Ford, General Motors, etc). Entretanto, Sedgwick relata que este novo Volkswagen não teria alcançado o sucesso que a fábrica esperava. O consumidor teria ficado com a impressão de se tratar de um “besouro melhorado” com apenas uma nova carroceria sobre velhas soluções mecânicas.

Figura 20 – Volkswagen 1500 e Volkswagen Sedan 1961



A situação da Volkswagen na época revelava um dilema que se impunha aos fabricantes: criar um desenho único e mantê-lo em produção durante 20 ou mais anos, confiando na fidelidade do público e amortizando seus custos por receio de perder mercado ou aderir ao estilo da moda, às vezes demasiado tarde e acabar apresentando um desenho equivocado? Na ocasião a Volkswagen só fabricava carros com seus motores traseiros refrigerados a ar numa mesma plataforma e carroceria inspiradas no modelo fordista da produção de um único modelo, com pequenas variações de acabamento focado demais nos aspectos produtivos, que talvez atendessem mais aos interesses empresariais da Volkswagen do que os dos consumidores. Uma ideia que até parecia remeter ao ideal utópico de Hitler em 1939, de que um Volkswagen em cada garagem bastaria.

Entretanto, num teste realizado para a revista americana *Mecânica Popular* em dezembro de 1956, o Volkswagen foi classificado por excelente por 95,8% dos proprietários e

---

<sup>47</sup> WHIPPLE, Jim. MP testa o novo 1500 da Volkswagen. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, v. 23, ano 2, p. 46-48, nov. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

apenas 4,2% o classificaram por regular. Números que poderiam indicar um acerto indiscutível na política de produção da fábrica, mas até quando? Em 1956 o Volkswagen ainda seria uma novidade no mercado norte-americano; porém, Sedwick informa que em 1967 o Volkswagen teria uma redução de 7,5% em vendas e 16% em exportações. É preciso considerar que o espaço de manobra de empresas pequenas, como ainda seria o caso da Volkswagen à época, não era tão amplo quanto o dos grandes conglomerados industriais norte-americanos, por exemplo. Mas no jogo da ordem e da desordem do mercado não parecia existir espaço para contemplações quanto à capacidade desta ou daquela empresa em se adaptar. As indústrias foram forçadas a aderir às novas regras deste mercado de modo claro e visível, sem perder de vista que a mudança se constituía em componente vital, porque daria espaço à novidade e ao inesperado.

Comparando os exemplos da Volkswagen alemã e o Grupo BMC Inglês; o Volkswagen 1500 não era um produto totalmente novo, e sim uma adaptação num produto antigo, enquanto as séries Austin Seven e Morris Mini-Minor eram produtos inéditos e até inovadores. O aumento da produção e da oferta de modelos mais vistosos, velozes e modernos trazia junto um novo consumidor mais exigente que talvez não estivesse disposto a tolerar apegos às soluções que já se mostrariam antiquadas por muito mais tempo. Neste caso, a BMC inglesa foi esperta ao lançar seus Austin Seven e Morris Mini-Minor vinculados a duas de suas marcas tradicionais, escrupulosamente colocando um pé na mudança e outro na tradição, porém com um automóvel inovador.

Assim, promove-se uma momentânea desordem no mercado ao apresentar produtos novos e inesperados ao público; porém, trata-se de uma desordem planejada no seio da própria indústria podendo ser, em alguma medida, controlada para criar impacto. Num primeiro momento o público reage com surpresa ante as novidades, que podiam trazer no seu bojo até mesmo algum questionamento sobre a ordem estabelecida – um novo lançamento diferente de tudo que existe como apelo de mídia. Mas depois de algum tempo o público deveria perceber, com algum alívio, que o conceito do produto podia ser novo; formato, motor, plataforma, tudo novo e embrulhado na chancela reconhecida por suas qualidade e tradições, cujos significados implícitos teriam sido construídos por anos de convivência com seu público. Isto poderia ser definido como a chave da cumplicidade da indústria com o público, selando a fidelidade aos seus produtos sob os auspícios da publicidade. E se o produto tivesse qualidades reais, melhor ainda.

Neste ponto cumpre remontar ao raciocínio de Balandier (1999, p. 64) quando afirma que “cada sociedade, à sua maneira, define as verdades que tolera, os limites que impõe

àquilo que não é a estrita conformidade, o espaço que concede à liberdade modificadora é à mudança”. Levado ao universo do automóvel da década de 50, isto poderia significar que embora gostasse de ver novidades em propostas estilísticas e mecânicas, haveria limites à ousadia da indústria, porque no momento da aquisição dos seus novos carros o que prevalecia era a conformidade com aquilo que fosse reconhecível e se constituísse em um hábito que até poderia ser reconstruído dentro de novos parâmetros que não fossem distantes demais da realidade. Derruba-se uma fronteira, mas a seguir deve-se construir uma outra, restabelecendo limites, reavivando interdições e reproduzindo novos códigos e convenções. Assim, ironicamente o novíssimo lançamento automobilístico teria obrigatoriamente que perder a aura da novidade para se tornar marco de um próximo conformismo, reconhecido e acolhido pelo público, como um novo hábito de consumo. As empresas e produtos que não conseguiram estabelecer esta aliança não teriam chance de sobreviver no mercado.<sup>48</sup>

## 2.5 Os limites do fordismo

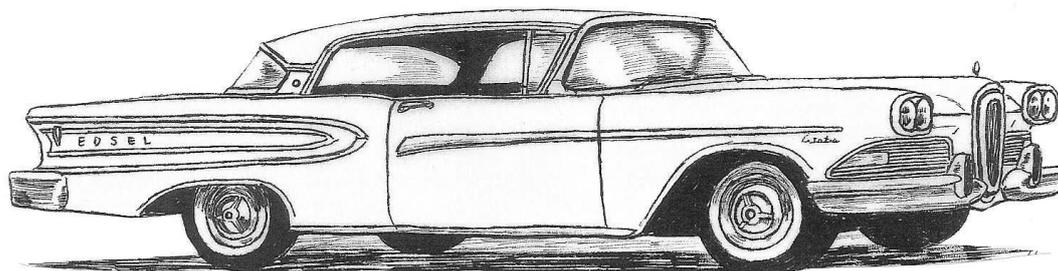
A ascensão do segmento de carros destinados ao público médio no mercado automobilístico implicaria, obrigatoriamente, o aumento de opções de modelos oferecidos e também o acirramento da competição entre as companhias automobilísticas, principalmente nos Estados Unidos na segunda metade da década de 50.

Então, a Ford Corporation decidiu introduzir uma nova marca no mercado em 1948, e calculou em US\$ 250 milhões o investimento necessário para construir um carro que pudesse ser vendido ao público a um preço mediano, dentro dos padrões da época. O ideal seria que o capital aplicado no novo projeto pudesse ser recuperado em dois anos que o produto estivesse no mercado. O projeto teria sido elaborado tendo uma pesquisa de mercado como uma das premissas para traçar o perfil dos possíveis compradores, e saber o que desejavam em matéria de automóvel quanto ao tamanho, tipo de motor e estilo. A divisão que produziria este modelo ideal teria o nome Edsel, como homenagem ao único filho homem de Henry Ford, que morreu de câncer em 1941 e se chamava Edsel Ford. Seria uma homenagem na medida certa das expectativas em torno daquele novo automóvel, que seria lançado dez anos depois, em 1958. (figura 21)

---

<sup>48</sup> BALANDIER, Georges. **O poder em cena**. Coimbra: Livraria Minerva Editora, 1999. p. 45-66. (Coleção Comunicação).

Figura 21 – Ford Edse 1958



Se a década de 30 foi a era dos automóveis criados para o transporte de massa, a de 50 encontraria consumidores de classe média que não se contentavam mais com carros básicos das divisões populares oferecidos pelas companhias automobilísticas. Porém, não tinham condições financeiras de pagar o alto preço das marcas do segmento “de luxo”, mas desejavam exibir o status de possuir um “carro de classe”. Nas concorrentes da Ford o segmento “médio”, melhor definido por “intermediário”, estaria representado nos modelos das marcas Pontiac da General Motors e Dodge da Chrysler Corporation. “Intermediário” designava modelos com acabamento um pouco mais luxuoso que os diferenciava das divisões populares das companhias, e seria a ponte entre os “populares” e os “médios de luxo”; uma espécie de acesso dos consumidores ao segmento de automóveis mais luxuosos. Por exemplo; a divisão Chevrolet da General Motors representava automóveis designados por “populares” e a divisão Pontiac oferecia os modelos “intermediários”, ou seja, uma espécie de “popular melhorado” apenas um degrau acima. Já modelos da divisão Buick, definido por “médio de luxo”, oferecia níveis de acabamento, motores e acessórios bem mais sofisticados, colocando-os num nível de consumo visivelmente superior e mais caro que os “intermediários”.

Mc Evoy (1957, p.41) relatou a frase de um alto executivo da Ford Corporation: “Por que haveríamos de lançar carros mais baratos que poderiam afastar do mercado os nossos modelos mais caros?” Ou seja, por que lançar no mercado carros com aparência simples e barata acostumando assim o consumidor ao patamar real que o segmento médio podia oferecer, afastando sua atenção dos carros de luxo que a companhia produzia? Em síntese, significaria que para atrair estes consumidores, os veículos do segmento médio de mercado (e também dos “populares”) deviam parecer mais luxuosos do que eram na realidade, com o objetivo de atrair o público para o patamar mais elevado de consumo.

Em 1957, o carro ideal devia ser comprido, maior e mais vistoso que o do concorrente e ainda deveria ser vendido por menos. Isto significaria automóveis com não menos que cinco metros de comprimento em média, pintados em duas e até três cores diferentes, cheios de

frisos, emblemas e detalhes ornamentais aplicados às carrocerias. Tomando como exemplo os modelos da divisão Edsel 1958, havia 18 versões e combinações de modelos com 19 opções de cores (algumas metálicas) e mais de sessenta combinações possíveis de cores na carroceria em dois e até três tons diferentes combinando com o estofamento além dos frisos, emblemas, adornos e guarnições em metal cromado, aço inoxidável e alumínio. Este e outros veículos similares de produção complicada e trabalhosa saíam de linhas de montagem estabelecidas no esquema de produção Fordista, e Taylorista com programas de eficiência baseados na relação entre o custo e o tempo que cada automóvel levaria para ser produzido. Inicialmente esta eficiência foi fundamentada na produção de um único modelo com poucas variações de acabamento (ao exemplo do Ford modelo “T”). Entretanto, agora este “único modelo” se desdobrava em várias versões.

Outro fator complicador deste processo poderia estar na organização do trabalho nas fábricas de carros à época. Segundo Michel Beaud (1987), o aumento da produtividade e também a melhoria da rentabilidade dos equipamentos cada vez mais caros, poderiam ser obtidos com o desenvolvimento do trabalho por turnos; equipes de trabalho que permitiriam manter a produção por 14, 16 ou 24 horas por dia. Isto se desenvolveria particularmente a partir de 1957. Ele prossegue explicando que em casos de linha de montagem, “Taylorismo” e salários por rendimentos, significaria intensificação do trabalho, que acabava tendo como implicação o rebaixamento da qualidade dos automóveis. Os operários tinham que montar carros com diferentes tipos de acabamento e configurações de carroceria numa mesma linha de produção, ao exemplo dos modelos Edsel. O mesmo grupo de operários trabalharia na montagem de um modelo “Citation”, em seguida um “Ranger”, depois um “Corsair” e mais outro modelo diferente assim em diante, cada qual com seu nível de acabamento e configuração de carroceria (sedan, cupê, conversível).

Beaud (1987, p. 317) fala também dos aspectos monótonos e maçantes do trabalho na linha de montagem: “32 operações por peça, por carro, 48 peças por hora, por oito horas por dia”, conforme depoimento de Phil Stallings, um operário da Ford. Isto em automóveis maiores e mais complicados de montar que teriam obrigatoriamente seu custo de produção compatível com o preço final ao público do seu segmento de mercado, com lucro para a companhia. O vice-presidente da Ford Corporation declarou sem rodeios ao articulista Mc

Evoy na revista *Seleções do Reader's Digest*, em 1957: “Se não vendermos pelo menos 200 mil carros de um modelo, não podemos recuperar o capital empregado”.<sup>49</sup>

Assim, para conseguir conjugar o custo de produção com a estética que tinham que ostentar, a qualidade dos automóveis decaía naquilo que ficava escondido dos consumidores debaixo de latarias ornamentadas com detalhes vistosos; ou seja, em pontos de solda insuficientes para unir partes de forma adequada, em presilhas que fixavam tantos detalhes e não podiam ser montadas com esmero, em borrachas de vedação mal fixadas e outros componentes não vitais a segurança, mas também importantes à qualidade do produto. Ao final destas linhas de montagem saíam carros de preço médio que na aparência remetiam aos das divisões de luxo das companhias, mas sem poder exibir a mesma qualidade. Beaud (1987, p. 324) ainda cita a fala do sindicalista norte americano Gary Bryner, assinalando o tédio, a monotonia, o desinteresse pelo trabalho e o cansaço à falta de cuidado e aos defeitos de fabricação: “A um dado momento o trabalhador chega a ponto de dizer: ah, merda, também é só uma banheira! E deixava passar”. A palavra “banheira” em tom de achincalhe referia-se aos enormes carros na linha de produção, e concluía: “Se alguma coisa não foi soldada ou instalada, alguém adiante arrumaria isto”.

Em março de 1959 a *Mecânica Popular* publicou uma tabela com a produção norte-americana de automóveis de passageiros de 1958, onde praticamente todas as marcas, das populares às de luxo, apresentavam percentuais negativos. A marca Edsel tinha declinado 71,2%.<sup>50</sup> Previam-se que todo o capital empregado no projeto estaria amortizado e o carro começaria a gerar lucro a partir de 1960, mas o Edsel 1958 que deveria vender 100 mil unidades no primeiro ano de produção vendeu em torno de 63 mil unidades; as vendas do modelo 1959 caíram a 45 mil unidades, e naquele ano já diminuía a gama de modelos disponíveis. Os modelos Edsel 1960 tiveram sua produção encerrada quando ainda nem tinha terminado o ano de 1959, com apenas 2.846 modelos 1960 produzidos; portanto, teriam sido vendidos aproximadamente 11 mil unidades. A Ford investiu uma verdadeira fortuna no projeto do Edsel em fábricas, equipamentos, ferramentas, moldes para estampar peças de lataria e num enorme estoque de peças de reposição, para atender uma demanda que não

---

<sup>49</sup> Mc Evoy se referia à produção automobilística norte americana de um ponto de vista genérico: MC EVOY, P. A complicada gestação do automóvel. *Seleções do Reader's Digest*, Rio de Janeiro, n. 191, p. 39-45, dez. 1957.

<sup>50</sup> DESFILE de Automóveis de 1959. *Revista Mecânica Popular*, Chicago, v. 24, n. 3, p. 71-82, mar. 1959. (Tradución del v. 111, n. 1, edición en inglés)

ocorreu, e tudo isto virou ferro velho quase da noite para o dia. Apostou também sua reputação de fabricante de automóveis e não saiu deste episódio sem arranhões na imagem da empresa.<sup>51</sup>

A história do Edsel poderia ser considerada bem significativa da metade da década de 50 para a indústria automobilística norte-americana, quando os modelos de todas as marcas seguiram a nova tendência “esportiva” e “aeronáutica”. Assim, qualquer pesquisa feita naquele momento ainda encontraria o público hipnotizado pelos novos modelos muito mais vistosos que os anteriores. Se naquele momento lhes perguntassem: - Que tipo de carro vocês comprariam no futuro? Responderiam: - Mais compridos, largos, luxuosos, com transmissões automáticas e aspecto aerodinâmico - e assim por diante, potencializando as novidades. Se a pesquisa feita pela Ford em 1955 apontou nesta direção, coincidiria com a meta de acertar o gosto dos consumidores com dois anos de antecedência, ou seja, se o Edsel fosse lançado em 1957/58 estaria dentro do conceito previsto. Porém, neste período o estilo esguio e colorido desse novo automóvel americano começou a perder a elegância equilibrada inicial, recorrendo frequentemente ao exagero estilístico como se o sentido alegórico, daquilo que representaria (a sensação de força que buscava inspiração nas referências aeronáuticas) tivesse preponderância absoluta, mesmo em detrimento da beleza e da funcionalidade. Vale recordar Gilberto Paim (2000, p. 45) citando novamente a fala de Aloïs Riegl sobre ornamentação, que ao evaporar seu sentido simbólico original rico em significações, o ornamento poderia recobrir as mais variadas superfícies, como as carrocerias dos automóveis, mas ao se distanciar dos significados originais, aeronáuticos no caso, o impulso ornamental poderia se transformar numa espécie de “compulsão mórbida” que Riegl chamou de “horror vacui”, ou seja, a compulsão a preencher todos os espaços disponíveis de uma composição ornamental. Era como se a perda total do sentido original significasse também a perda da sensatez.

---

<sup>51</sup> BURNES, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p.142-144.  
 INFORME de Los Dueños Del Edsel. **Revista mecânica Popular**, Chicago, v. 28, n. 12, p. 24-29, maio 1958. (Tradución del v. 114, n. 9, edición en inglés)  
 RAILTON, Arthur R. Hombres y maquinas que hacen automóveis. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 12, n. 4, p. 32-41, abr. 1953. (Tradución del v. 99, n. 2, edición em inglés)  
 SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 36, 69, 73, 113, 144, 149 e 210.  
 LEGENDRE, Alexandra. Edsel: tout lê monde dit “I hate you”. **L'automobile Magazine**, Paris, n. 736, p. 102-106, set. 2007.  
 VENEZIANO, Ian. Edsel: uma boa idéia que não se vendeu. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 10, n. 51, p. 34-44, 2010.  
 CRONOLOGIA do automóvel 1950 a 1959. São Paulo: Ed. Três, 1986. p. 70-75. (Motor 3: Edição histórica 100 anos do Automóvel)

Sedgwick (1983, p. 89) refere ao lançamento da linha Chrysler para 1957, desenhada pelo estilista norteamericano Virgil Exner, como algo que foi demasiado longe no exagero estilístico. Naquele ano os carros da marca apresentaram aletas nos paralamas traseiros, rabos de peixe, bastante pretuberantes, especialmente na linha Plymouth. O autor afirmou que em 1957 estas aletas traseiras prolongadas ainda seriam suportáveis porque todos os fabricantes de automóveis as adotavam, além de serem ainda uma novidade, mas teriam se convertido numa coisa abominável no decorrer de 1957 até 1961; com ironia o autor se refere aos exageros estilísticos das carrocerias dos carros norteamericanos da época como “tampas de lata de lixo”.<sup>52</sup>

De fato, entre 1959 e 61 testes de automóveis feitos pela revista *Mecânica Popular* indicavam o esgotamento do estilo “aeronáutico” na estética automobilística. No teste do modelo Plymouth 1960 (figura 22) publicado na edição de setembro de 1960, o redator automobilístico Art Railton criticou, entre outras coisas, o painel de instrumentos espalhafatoso, cujo velocímetro exageradamente estilizado tornava difícil sua leitura, além do volante de direção em plástico salpicado de ouro, que na definição de Railton: “chegava a causar embaraços”. Ou seja, um embaraçoso exagero estilístico.<sup>53</sup> Na edição de junho de 1961 da mesma revista o redator automobilístico Jim Whipple criticou o que chamou de “aspecto berrante de um foguete de parque de diversões” dos modelos da marca Chevrolet de 1960 (figura 23).<sup>54</sup> Além disso, problemas relacionados com a qualidade corroíam a imagem do automóvel norte americano; Karle Ludvigsen (1975) aponta a perda da fama de qualidade superior e durabilidade como causa do pouco êxito comercial dos modelos Buick produzidos em 1958 e 59, quando a produção caiu a menos de duzentas e cinquenta mil unidades por ano.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> No original em espanhol “tapas de cubo de blasura”; Sedgwick explica que aquele exagero estilístico nos carros Chrysler 1957 teria sido uma reação às baixas vendas dos automóveis da marca Plymouth que perdiam cerca de um quarto de milhão em vendas a cada ano desde 1953. cf. SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p.89.

<sup>53</sup> RAILTON, Arthur R. Relatório dos proprietários de Plymouths 1960. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 1, v. 9, p. 36-39, 125, 140, set. 1960. (Edição em Português de Popular Mechanics Magazine)

<sup>54</sup> WHIPPLE, Jim. Relatório dos Proprietários dos Chevrolets 1961. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v.18, p. 26-29, 116-118, jun. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)

<sup>55</sup> LUDVIGSEN, Karl E. Buick. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 2. p. 385.

Figura 22 – Plymouth 1960

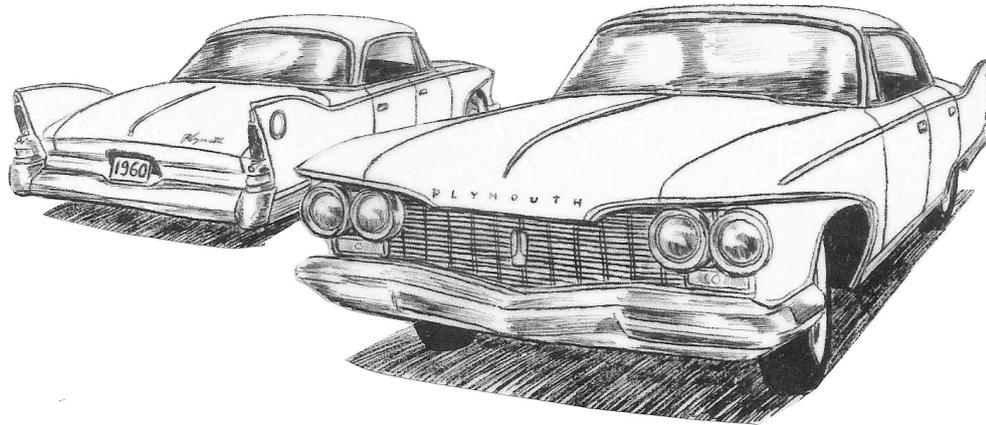
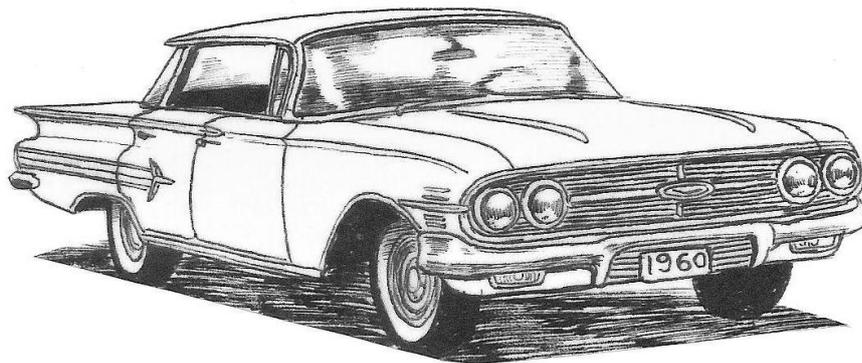


Fig 23 – Chevrolet 1960.



Eram muitos os consumidores atentos à vida útil dos produtos que compravam, se organizando em movimentos denunciando carros com partes defeituosas ou que estragavam muito rápido (BEAUD, 1987, p. 324); e isto aparecia também nos testes de veículos realizados pela Mecânica Popular: 20,1% dos proprietários do Plymouth 1960 apontavam o mau acabamento como seu principal defeito; 12,8% apontavam queima e vazamento de óleo no motor (num carro novo!) enquanto que 8,5% reclamavam de defeitos nos trincos e portas; ou seja, 41,4% de defeitos relacionados ao controle de qualidade deficiente nas fábricas (RAILTON, 1960, p. 36).

A sensível queda na produção de carros de passageiros atingiu menos 36,8% em 1958 em comparação com o ano anterior. Em 1959 aumentou 31,8% em relação ao ano anterior e em 1960 aumentou apenas 7,3% em relação ao ano anterior. Novamente recorrendo a Beaud (p. 234), esses números poderiam indicar também que a concorrência tornou mais acirrada, ao mesmo tempo em que modelos de consumo dos anos 50 e 60 estariam se corroendo. Ele fala

de uma saturação que ocorre quando se atinge um determinado patamar de consumo e exemplifica: “depois da geladeira, há o congelador (freezer) e depois do televisor preto e branco há o colorido. Porém, foi atingido um patamar”. No caso dos automóveis, pode-se colocar que, depois do carro “popular” há o “médio” e depois há o “médio de luxo” e finalmente o patamar “de luxo”. E depois? Acreditaria-se, então, que o mercado de automóveis teria a capacidade quase infinita de se desdobrar de baixo para cima, em vários modelos e versões para atender tanto ao desejo do consumidor quanto ao interesse da indústria; é provável que o lançamento do Ford Edsel tenha se baseado nesta premissa. Entretanto, o universo dos fabricantes de carros nos Estados Unidos em 1958 estava praticamente restrito aos “três grandes” General Motors, Ford e Chrysler, materializando aquilo que Beaud chama de concentração dos ativos em enormes potências financeiras e industriais; no caso dos automóveis as “três grandes” dominariam sua produção e comercialização.

Retornando ao ano de 1953, antes do início das fusões ocorridas na década entre empresas do setor automobilístico, quando atuavam nove fabricantes norte-americanos (as “três grandes” GM, Ford, Chrysler além das “independentes” Kaiser, Willys, Hudson, Studebaker, Packard e Nash); mas já em 1958 o número se reduzia a cinco fabricantes (as “três grandes” mais as “independentes” American Motors e Studebaker-Packard). Assim, poderia se dizer que as “independentes” representariam uma espécie de “quarta via” ao consumidor de automóveis nos Estados Unidos, que insatisfeitos com os carros das “três grandes” procurassem uma espécie de diferenciação estilística e mecânica, talvez mais ousada, nos carros produzidos pelas pequenas companhias. O vice-presidente da Ford Corporation reconhecia a maior agilidade das pequenas companhias no lançamento de novidades quando afirmou em 1957: “Uma pequena companhia independente pode correr os riscos do arrojo, pois tem mais a ganhar e menos a perder ... contanto que a inovação não custe muito e nem seja avançada demais”; as reticências são do texto original (MC EVOY, 1957, p. 41). Diante disso, seria plausível supor que as grandes companhias teriam muito a perder se corresse os “riscos do arrojo”, então concentrariam sua produção em carros mais convencionais, até previsíveis como pode ter sido o Ford Edsel, provocando a saturação do mercado com muitos modelos similares e talvez até já sem atrativos.

Tudo isto pode levar a outra questão: é possível que a eliminação das pequenas companhias não tenha sido bom negócio para a indústria automobilística norte americana como um todo, porque sem ter mais as “independentes” para buscar produtos diferenciados o consumidor poderia ter procurado a antiga distinção nos carros europeus produzidos em

pequenas companhias do “Velho Mundo” que chegavam aos Estados Unidos. Gerson Moura (1991, p. 42) lembra que em 1957 criou-se a Comunidade Econômica Europeia, que favoreceria as indústrias localizadas nos países membros, e isto seria um novo elemento na competição entre Europa e Estados Unidos no mercado internacional. Seria preciso realizar uma ampla pesquisa no mercado norte-americano de carros para verificar se de fato ocorreu esta migração do consumidor dos “independentes” para os carros europeus ao final dos anos 50 e início dos anos 60, e também sobre a reação da indústria automobilística norte americana a esta nova situação. O fato é que se verificou uma intensificação da presença do carro europeu (e um pouco mais tarde, dos japoneses) em terras americanas.

Ainda em 1957 o vice-presidente da Ford declarou: “Dizem que a venda de 53 mil Volkswagens nos Estados Unidos no ano passado constitui uma ameaça à indústria americana. Bolas! Este número de carros desaparece no trânsito”. E completava: “A moda do carro pequeno europeu tem muito de esnobismo; se o Renault fosse feito em Nova Jersey e não na França, nenhum americano o compraria” (MC EVOY, 1957, p. 41). Apesar do tom desdenhoso ele torcia para que nenhum fabricante lançasse carros pequenos nos Estados Unidos, reconhecendo que existia mercado para o carro pequeno e mais barato. Isto entraria em concordância com a afirmação de Michel Beaud de que quando se atinge o estágio de saturação, a saída seria a criação de um novo mercado nas camadas mais desfavorecidas da sociedade numa espécie de carro popular barato, quase uma reedição do *Tin Lizzie* para ampliar o mercado, criando um segmento abaixo dos “populares”. Todavia, se o fizessem correriam o risco de afastar a atenção do consumidor dos modelos mais caros que consideravam mais rentáveis. Como não queriam fazer isto preferiram investir em carros “médios”, como o Ford Edsel, acabando por deixar uma lacuna no mercado que seria preenchida pelos carros estrangeiros.

A revista Mecânica Popular de março de 1961 trazia nas páginas 99 a 104 uma relação dos 28 modelos de carros europeus, e um japonês, mais vendidos nos Estados Unidos em 1960: em primeiro lugar de vendas estava o Volkswagen Sedan, com mais de 100 mil unidades vendidas, e em último um modelo de luxo inglês; o Rolls Royce, com 700 unidades importadas, e eram números que cresciam ano a ano.

Mas, a partir de 1960 ocorreria uma reação dos fabricantes quando sugeriram modelos norte americanos mais simples, num segmento abaixo dos “carros populares”, classificados como “compactos” devido às suas dimensões reduzidas em comparação com a produção convencional. Eram produtos das “três grandes”: Chevrolet Corvair, Ford Falcon e Plymouth Valiant, além dos modelos “independentes”: Studebaker Lark e Rambler American Motors

(figura 24). Eram carros de estilo bem mais simples sem adornos e nem “rabos de peixe”. Num primeiro momento, conseguiram competir com os estrangeiros no preço, além de oferecerem sua rede de concessionárias autorizadas por todo o país. Mas em poucos anos sucumbiram ao velho receio das companhias de afastar o público dos seus modelos mais caros, sendo paulatinamente substituídos por versões maiores e mais luxuosas no decorrer da década de 60. Esta reação talvez não tenha sido suficientemente ousada para reverter uma tendência de preferência dos consumidores pelos carros estrangeiros que se verificava. Então, abria-se o espaço a um crescente contingente de automóveis europeus e asiáticos que talvez já não desaparecesse tão facilmente no trânsito das cidades americanas pelos próximos anos.

Assim sendo, pode se concluir que a evolução do automóvel e também seu processo de produção encontrariam dois momentos cruciais no decorrer da primeira metade do século XX: A crise da “Grande Depressão” da década de 30 e o desenvolvimento do consumo após a Segunda Guerra Mundial, cada qual com seus desdobramentos culturais, sociais e econômicos, que acabariam incidindo na configuração estética do automóvel. O carro que chegaria ao término da década de 50 seria o somatório de vários fatores construídos e reconstruídos a cada momento de crise ou euforia. Imaginários criados em cada país produtor de carros se intercalariam na busca da ampliação do comércio entre países, especialmente após 1955. Assim, a capacidade de construir novos imaginários se impunha como uma espécie de chave para a garantir sobrevivência das companhias automobilísticas.

No Brasil, a criação de um mercado para os carros nacionais seguiria contornos comparáveis à teoria de Beaud no que tange a novos segmentos mais populares; quase reedições do *Tin Lizzie* Fordista. Entretanto, os brasileiros ainda teriam que esperar até 1958 para ver o carro nacional nas ruas e assim poder reconstruir sua relação com o automóvel em balizas mais modernas.

Figura 24 – Alguns modelos de carros europeus (acima) e três modelos de carros compactos norte-americanos (abaixo).

## DESFILE DE CARROS EUROPEUS-1960

**N**OS ESTADOS UNIDOS, a importação de carros estrangeiros aumentou muito. Mas continuará assim, agora que Detroit lançou os carros compactos? Ninguém sabe ao certo, porém carros com as dimensões do Corvair, Falcon e Valiant dificilmente poderão competir com o Volkswagen, Renault e Simca. Embora razões, situações e confortáveis, os novos carros americanos não apresentam as mesmas características dos pequenos e rápidos automóveis importados.

É lógico que após um ano de grande prosperidade como o de 1959, as fábricas europeias não funcionem perder seu mercado sem lutar. Os distribuidores estão cada vez mais fortes e dispostos a combater os carros compactos americanos. O resultado, como sempre, dependerá da cartirra de notas do público.

### FIAT

Linhas quadradas dão ao Fiat 1200 elegante aspecto. Interiores luxuosos com assentos dianteiros de costas reclináveis e assento traseiro escomotável opcional. Suspensão espiral na frente e feixe de molas atrás. Velocidade máxima 140 km/h. Dezesseis modelos entre 1.098 a 3.498 dólares.

### MERCEDES BENZ

Aproprando grade mais larga e mais baixa, a Mercedes-Benz 220 tem 4 faróis dianteiros, rabo-de-peixe e mais espaço para malas. Modificações elevaram a potência para 124 H.P. Suspensão: molas espirais. Densos modelos inalterados.

### HILLMAN

Um dos dois pequenos carros europeus de transmissão automática, o Hillman usa um pé magnético para acionar a embreagem. Modificações no estilo incluem painéis laterais mais largos e discreto rabo-de-peixe. Carroceria de construção integral com molas espirais na frente e feixe de molas atrás. Potência: 57 H.P.

### TRIUMPH

O novo Herald Saloon da Triumph combina estilo e características, como suspensão independente nas 4 rodas, porta-malas espaçoso e habilitação a apenas cada 20 mil km. Suspensão: molas espirais na frente e feixe de molas atrás.

### FORD INGLÊS

O Ford Anglia, inglês, tem surpreendente estilo novo, com capô recurvado e janela traseira inclinada reversamente. Motor novo de grande cilindrada, válvulas maiores e transmissão de quatro marchas. Carroceria de construção integral com molas espirais na frente e feixe de molas atrás.

### METROPOLITAN

Embora de estilo imitativo, o Metropolitan tem agora acesso exterior ao porta-malas e quebra-ventos laterais. Conservados o motor Austin A-55 e carroceria de construção integral. Suspensão dianteira de molas espirais e feixe de molas traseiro.

### LANCIA

Potente, luxuoso e caro, o coupé Lancia Flaminia tem 4 ou 5 pessoas. Velocidade máxima de 170 km/h; é a única marca com motor V-6. Suspensão: molas espirais na frente e feixe de molas atrás.

Preço*	Motor	Cilindrada	H. P.	Pêso	Consumo médio	Comprimento	Largura	Círculo de Viragem
FIAT 1200	\$1998	4 em linha, válvulas no cabeçote, frente	1221	63	930	3,922	1,458	10,4
MERCEDES 220S	\$4263	6 em linha, comando de válvulas no cabeçote, frente	2194	124	1334	4,882	1,796	11,2
HILLMAN Minx	\$1849	4 em linha, válvulas no cabeçote, frente	1494	57	986	4,115	1,544	10,8

N. do R. — Preço em dólares; Cilindrada em cm<sup>3</sup>; Pêso em kg; Comprimento, Largura e Círculo de Viragem em m

Figura 24 – Três modelos de compactos (acima). Modelos europeus (abaixo)

# Que Tal os Carros COMPACTOS?

### ECONOMIA

**CORVAIR**

CIDADE: 8,5 quilômetros por litro  
ESTRADA: 9,6 quilômetros por litro

**FALCON**

CIDADE: 8,3 quilômetros por litro  
ESTRADA: 9,7 quilômetros por litro

**VALIANT**

CIDADE: 7,8 quilômetros por litro  
ESTRADA: 8,8 quilômetros por litro

### ACELERAÇÃO

**CORVAIR**

0 a 48 segundos: 5  
0 a 96 segundos: 16,5  
64 a 96 segundos: 9,3

**FALCON**

0 a 48 segundos: 5,9  
0 a 96 segundos: 21,1  
64 a 96 segundos: 14,5

**VALIANT**

0 a 48 segundos: 4,8  
0 a 96 segundos: 14,5  
64 a 96 segundos: 9

### DIRIGINDO CONFORTAVELMENTE

**CORVAIR**

**AVENIDA** Excelente. Motor ruidoso em alta velocidade.

**ESTRADAS MÁIS** Excelente. Silencioso, sem ruído de direção difícil.

**ASSENTO** Muito baixo. Bom apoio traseiro. Sem colchão central, distantes os braços.

**FALCON**

**AVENIDA** Excelente. Motor extremamente silencioso.

**ESTRADAS MÁIS** Excelente. Silencioso, sem ruído de direção difícil.

**ASSENTO** Alto e acolchado. Bom apoio traseiro. Inclinação de assento para trás. Bem equilibrado no equilíbrio de transmissão.

### ENTRADA E SAÍDA

**CORVAIR**

**FRENTE** Teto e assento baixos significam que você deve abaixar-se para entrar e levantar-se para sair.

**TRASEIRA** Um teste mais fácil, o porta-malas está ao levantar-se para sair.

**ABERTURA DA PORTA** Movimento interaproximado. Porta traseira inclinada de baixo para dentro.

**FALCON**

**FRENTE** Teto e assento altos tornam difícil a entrada e a saída.

**TRASEIRA** No assento de baixo não há espaço para o porta-malas de 4 pés.

**ABERTURA DA PORTA** Movimento inferior grande. O porta-malas não se abre para trás. Porta traseira não se levanta.

**VALIANT**

**AVENIDA** Excelente. Motor extremamente silencioso.

**ESTRADAS MÁIS** Excelente. Silencioso, sem ruído de direção difícil.

**ASSENTO** Alto e acolchado. O assento traseiro inclina-se para trás. Bem equilibrado no equilíbrio de transmissão.

**FRENTE** Porta alta, assento alto, é o mais fácil das três para se entrar e sair.

**TRASEIRA** O mais fácil, também, para entrar e sair do assento traseiro.

**ABERTURA DA PORTA** Movimento inferior grande. Não funciona de cima para baixo. Porta traseira não se levanta.

Dentro os três, o melhor, embora a extremidade traseira tenda a fugir nas curvas, nos bancos. Novamente a mesma vareta, desta vez no Valiant, mostra que há mais espaço aberto (foto).

MARÇO 1960

### 3 ALGUMA COISA GRANDIOSA

Enquanto nos Estados Unidos a primeira metade da década de 50 parecia preparar terreno para a batalha pelo mercado automobilístico dos próximos anos (e décadas), o Brasil se colocava ainda na posição de importador de automóveis, o que não se constituía numa situação sustentável. O *american way of life* chegava ao país com crediário, lojas de departamentos, eletrodomésticos e novos loteamentos, modificando as feições das cidades. A criação da indústria automobilística no Brasil estava na pauta do dia, mas por qual via? Empresas estatais, privadas nacionais ou multinacionais? O capítulo a seguir tem por objetivo inicial traçar possíveis contornos que os automóveis estrangeiros ganhariam no país e como a indústria automobilística brasileira começaria a ser delineada na Era Vargas.

#### 3.1 Imaginários norte-americanos no Bbrasil de Vargas

Segundo Philippe Ariès (1981), o cotidiano nas cidades europeias na virada dos séculos XIX a XX seria partilhado entre dois pólos: o trabalho e a família. Porém, esta partilha não poderia ser simétrica nem igual, existindo uma separação entre os graus de afetividade e sociabilidade existentes nestas duas instâncias, o que também significaria uma divisão entre o público e o privado – a família como espaço de afetividade e o trabalho como sociabilidade. Ariès cita Jacques Donzelot: “O trabalho e seu lugar pertencem ao mundo submetido a uma vigilância exata e constante, enquanto a família é, ao contrário, um refúgio que escapa a esse controle”.<sup>56</sup> Ele completa o raciocínio dizendo que a família “tornou-se, portanto, o domínio privado, o único lugar em que se pode legalmente escapar ao olhar inquiridor da Sociedade Industrial” (ARIES, 1981, p. 17). Assim, neste contexto, poderíamos colocar o automóvel como uma espécie de capa delimitadora do território público da rua e do privado no interior da cabine do carro. Os passageiros seriam transportados pelos carros no seu espaço de privacidade a uma distância segura do contato público.

Ainda segundo Ariès, por volta da metade do século XX a sociabilidade pública desmorona, desaparecendo a função “socializante” e social da cidade. Porém, este processo de fragilização social referia-se às sociedades industrializadas desde meados do século XIX, ou

---

<sup>56</sup> Jacques Donzelot e também Philippe Meyer consideravam que a família também se tornou um dos canais de poder e também um outro tipo de vigilância. Cf. MEYER, Phillippe, *L'enfant et la raison d'état*, Sevil, 1977, *apud*. ARIÈS, Phillippe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ; VELHO, Gilberto (Orgs.). *A família e a cidade*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p.16

seja, sociedades caracterizadas como centros de produção industrial e exportadores de bens de consumo industrializados, como eletrodomésticos e automóveis, este último percebido como uma exigência do mundo moderno. Guillermo Guiucci (2007) cita a antropóloga Pauline Garvey ao afirmar que por não existir nestes países “periféricos” uma indústria automobilística nacional, o automóvel não teria relação visível e direta com o desenvolvimento do seu comércio enquanto exigência do mundo moderno e nem como força de trabalho, mas como “expressão do controle do Estado” e símbolo de luxo e privilégio individual.<sup>57</sup>

No caso da América Latina, onde a instabilidade política e econômica poderia ser encarada como uma espécie de “regra do jogo”, não se poderia afirmar que também ocorresse um desmoronamento das sociabilidades e da ordem pública, porque estes fatores ainda não estariam suficientemente solidificados dentro de padrões modernos de sociedade e consumo. Neste sentido, poderia se dizer que não ocorreria exatamente um desmoronamento, mas uma acomodação de antigos paradigmas de comportamento herdados do início do século XX dentro de alguns padrões modernos, ou que apresentassem nuances modernas materializadas em itens como moradia, eletrodomésticos e automóveis. Surgiam novos hábitos de consumo dentro de antigas estruturas sociais e o automóvel se encaixaria neste modelo.

Portanto, apesar do aumento da oferta e de maiores facilidades na sua aquisição, do que no início do século XX, o automóvel chegaria ao Brasil da década de 50 como objeto de luxo; significando que, embora fosse um produto essencialmente moderno e utilitário, pertenceria a um imaginário sedimentado ainda no início do século.

Neste particular, o automóvel como privilégio individual teria ainda um agravante; não era facilmente encontrado e custava caro, tomando como exemplo o modelo Chevrolet da divisão popular da General Motors norte-americana. Na tabela publicada pela montadora em abril de 1952 para carros novos da marca, o modelo de preço mais baixo era o Chevrolet Fleetline duas portas: Cr\$ 97 mil – sem contar impostos e taxas incidentes. Nos Estados Unidos este carro custava US\$ 1.707,00. Mas com a incidência de taxas de cerca de 20% e ao dólar oficial a aproximadamente Cr\$ 18,00, seu preço final chegava a Cr\$ 116.880,00. Entretanto, este preço só valia para pessoas que estivessem inscritas nas listas de espera nas revendedoras controladas pelo Ministério da Fazenda. Como a procura por carros novos excedia as cotas disponíveis nos revendedores, quem não quisesse esperar poderia comprar

---

<sup>57</sup> Pauline Garvey se referiu especificamente ao caso da Noruega, que também não possuía indústria automobilística na década de 1950. Cf. GARVEY, Pauline. **Drinking and Daring in Norway**. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 20-21. (Colección Las ciudades y las ideas)

seu automóvel no “câmbio negro” pagando ágio. Então, o mesmo Chevrolet Fleetline custaria até 50% acima da tabela chegando ao preço de Cr\$ 175 mil. Como parâmetro de valores, o salário mínimo em 1952 correspondia a Cr\$ 1.190 mil.<sup>58</sup>

Existiam automóveis mais baratos principalmente de fabricação europeia. Um Opel Olympia 1952 novo custava DM 6.400 no seu país de origem, Alemanha e era cotado em dólar a US\$ 1.6 mil. Com as taxas de 20% e ao dólar oficial podia chegar ao comprador brasileiro por aproximadamente Cr\$ 60 mil.<sup>59</sup> Mas o mercado nacional não parecia demonstrar grande interesse por carros europeus na década de 50. Marcas como Panhard et Levassor, Peugeot, Renault e FIAT tinham tradição no Brasil e eram conhecidas pelos brasileiros desde o início do século XX, mas naquela época a preferência recaía nos modelos americanos. A razão disto pode estar na presença da Ford e da General Motors no Brasil desde 1920 e 1925, respectivamente. Guillermo Giucci cita os planos de expansão da Ford tanto dentro como fora dos Estados Unidos, estabelecendo ramificações por todo o mundo. Em 1914 já contava com sucursais no Canadá, França, Inglaterra, chegando até a Turquia, Egito e Oriente Médio.<sup>60</sup> A presença de agências Ford e Chevrolet em vários pontos do Brasil representaria a garantia de assistência técnica, além de peças de reposição originais de fábrica; daí a construção de relações de confiança se estendendo a todas as demais marcas americanas. Deste modo, o privilégio individual, além de caro, atendia pelos nomes dos fabricantes de origem norte-americana, ocupando lugar de destaque na hierarquia automobilística brasileira: Chevrolet, Pontiac, Buick, Oldsmobile, Cadillac, Ford, Mercury e Lincoln, passando pelos Chrysler, Plymouth, Dodge e De Soto, chegando aos fabricantes menores, Studebaker, Hudson, Willys, Kaiser-Frazer, Packard e Nash, seguidos pelos europeus de mais tradição, Morris, Austin, Jaguar, Triumph e Rolls Royce ingleses; Citroën, Renault e Simca franceses;

---

<sup>58</sup> BURNES, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholesalers Inc., 1978. p. 64  
Tabela da General Motors do Brasil para carros Chevrolet F.O.B. (Free on Board) São Caetano (Posto Fábrica)  
PERRACINI, Renato. Quanto custava um “último tipo”. **Revista Relicário**. São Paulo, ano 7, n. 4, p. 23, set./out. 1992.

<sup>59</sup> CLYMER, Floyd. Automóviles Europeos. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 10, n. 6, p. 56, jun. 1952. (Traducción del v. 97, n.4, edición en inglés).

<sup>60</sup> Expansão da Ford Corporation nos Estados Unidos e noutros países: NEVINS, Allan; HILL, Ernest. **Ford: Expansion and Challenge 1915-1932**. New York: Charles Scribner's Sons, 1957. p. 600 *apud*. GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 72 (Colección Las ciudades y las ideas p. 50).

Volvo sueco; Lancia, FIAT e Alfa-Romeo italianos; Mercedes-Benz, Volkswagen e Auto-Union alemães, chegando aos menos prestigiados, Skoda tcheco e Warzawa polonês.<sup>61</sup>

Neste universo automobilístico de nuances positivamente norte-americanas, um nome despontava como uma espécie de símbolo de luxo e privilégio individual, além de uma forma de expressão do controle do Estado: era o Cadillac, divisão de carros de luxo da General Motors norte-americana. Nos seus artigos sobre a marca no Brasil o jornalista e publicitário brasileiro Renato Perracini falou do grau de popularidade que esses modelos de automóveis de luxo tiveram no país nos anos 50. Foram os carros mais desejados, admirados e comentados pelos ricos e “remediados” e também pelos que não podiam sonhar sequer em possuir uma bicicleta. Cadillac transformou-se em sinônimo de luxo, conforto, beleza, qualidade e principalmente poder. Sua grafia original “Cadillac” foi popularmente abrasileirada para “Cadilaque”, sendo inclusive utilizada sob a forma de plágio em uma infinidade de produtos de cunho popular como capas para estofamentos e perfumes baratos, chegando até em itens destinados aos ricos como vestidos de alta costura e em propagandas imobiliárias como a que circulou no Jornal O Diário Mercantil, de Juiz de Fora, entre 1950 e 51, que oferecia lotes num bairro novo da cidade da seguinte maneira:

Cadilac - Não compre como presente de natal para sua família um Cadilac. Compre um dos 300 lotes disponíveis no bairro Jardim Bom Pastor e pague suavemente em 5 anos.

A comparação do imóvel com o carro de luxo tentaria tomar emprestado seu prestígio junto a seu público alvo como se dissesse: “este é o Cadilac dos empreendimentos imobiliários da cidade”. Curiosamente, a marca do automóvel foi escrita de maneira errada – Cadilac – com apenas um “l”, talvez na tentativa de evitar interpelações judiciais pelo uso não autorizado da marca.<sup>62</sup>

O interessante é que até 1948, no Brasil a marca apenas identificava a divisão de carros de luxo do grupo General Motors, sendo menos conhecida e prestigiada do que os carros da marca Lincoln, do grupo Ford, ou os luxuosos carros da Packard Motor Car Co. Entretanto, foi naquele ano que a Cadillac lançou sua nova linha de automóveis cuja principal atração era o estilo “rabo de peixe”, com as extremidades dos pára-lamas traseiros elevadas,

---

<sup>61</sup> QUANTO vale o seu carro? **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 40-41, maio 1957. MERCADO de automóveis estrangeiros usados. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 90-93, ago. 1960.

<sup>62</sup> ANÚNCIO do loteamento Jardim Bom Pastor. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora. Coluna Oportunidades, p. 4.

inspirados na cauda da fuselagem dupla dos aviões Lightning P-38. Embora se constituísse em algo intrínseco ao conceito que levou à elaboração do estilo do Cadillac pós 1948, este referencial aeronáutico talvez não fosse exatamente seu principal atrativo no Brasil, muito menos o glamour de possuir um automóvel considerado um padrão de beleza e luxo, e sim o poder que emanava deste e de outros carrões norte-americanos.

Um dos fatores que explicaria em parte a razão desta supervalorização seria o fato de que a procura por carros novos excedia a cota disponível aos potenciais compradores brasileiros, e no caso do Cadillac sua produção na fábrica mal chegava para atender a demanda americana. Aqueles que tinham condições apelavam ao mercado negro onde sempre era possível encontrar disponibilidade de Cadillacs e outros carros de luxo novos. Assim possuir um Cadillac demonstrava que seu proprietário não tinha apenas dinheiro para comprá-lo, mas também prestígio. Segundo Perracini aí teria se iniciado uma corrida pela posse deste talismã que abria caminhos e as portas da alta sociedade brasileira, facilitando o acesso e a ascensão de seus proprietários e familiares às altas esferas do poder. Não foi à toa que na propaganda dos lotes do Jardim Bom Pastor, em Juiz de Fora, foi dito que o presente de Natal para a família não deveria ser um Cadillac e sim o terreno, pois na comparação do imóvel com o carro de luxo o mais sensato seria o imóvel. Mas até que ponto a sensatez estaria no comando desta ação? É provável que, dependendo das circunstâncias do negócio, o Cadillac devesse ser acolhido como a opção mais sensata por mais insensatez que isto pudesse exprimir. Talvez fosse extremamente difícil resistir a este apelo que falaria tão mais alto que um lote num bairro novo que ainda não tinha construído seu referencial próprio de status. Em contrapartida, o nome Cadillac circularia sem deixar dúvidas a respeito do status do seu dono nas rodas de conversa, nas repartições públicas, escritórios, estabelecimentos comerciais, clubes, nas festas e bailes. Imagine uma adolescente na sua festa de 15 anos, realizada num clube de prestígio, cujo pai possuísse um Cadillac “ultimo tipo”?

Ciucci (2007) cita Jean Baudrillard ao se referir ao automóvel como uma extensão sublime do meio ambiente doméstico, ou seja, a posse deste automóvel estenderia seu significado de prestígio e riqueza à própria, casa do dono do carro num processo de engrandecimento progressivo de suas posses. Como se todos os bens imóveis e móveis do proprietário de um Cadillac fossem também ungidos de um status semelhante ao do carro. Poderia se pressupor que na hipótese de surgir um interessado num dos lotes do Jardim Bom Pastor que possuísse um Cadillac novo em folha, os demais lotes poderiam repentinamente subir alguns degraus na escala de status imobiliário. Assim o discurso do anúncio sofreria uma inversão, pois não seria preciso abdicar do carro em favor do lote, e sim trazer

proprietários de Cadillacs para dentro do bairro novo, porque provavelmente outros viriam depois.

Segundo Giucci. Baudrillard fala também de uma projeção fálica e narcisista do automóvel, onde o sistema subjetivo das necessidades se combinaria com o sistema objetivo da produção. Abraham Moles (1971, p. 35) complementaria o raciocínio quando explica a relação psicológica que o ser humano mantém com um dado ambiente numa situação que o automóvel se relacionaria com o homem de um modo hedonista: “As coisas são feitas para o homem, como um setor entre outros de seu ambiente”. E prossegue explicando que existiria um prazer emanado das coisas; prazer em segurar um belo objeto com as mãos e acariciá-lo, porque há uma “sensualidade dos objetos” que faz parte do sensualismo em geral.<sup>63</sup>

Em 1967 o psiquiatra Bernardo Blay observava o cuidado com que alguns donos de carros (notadamente os jovens) dedicavam aos seus veículos, passando horas lavando-os, acariciando-os, ou mesmo aprendendo mecânica para cuidar melhor das suas máquinas. No entanto, uma situação que envolvesse a impossibilidade de possuir um carro (fosse pela carência de oferta ou de recursos econômicos), apenas modificaria a maneira de amar o carro, que poderia assumir um caráter participante ou platônico conforme as circunstâncias. Assim, possuindo de fato um Cadillac ou recortando-o da capa de uma revista, a essência do prazer seria a mesma.<sup>64</sup> Perracini relata ainda uma pesquisa feita na década de 1950 nos Estados Unidos, que teria revelado que o sucesso dos homens com as mulheres se devia em 62% dos casos ao seu automóvel.<sup>65</sup>

Então o Cadillac atuaria como uma espécie de “projeção” fálica do seu dono impressa na própria estética do carro de grande porte e perfil alongado, sugerindo velocidade e potência. A própria ornamentação do carro traria sugestões cheias da “sensualidade dos objetos” descrita por Moles, como a ponteira do capô em formato de foguete e nas garras do pára choque dianteiro ogivais numa sugestão velada aos seios das estrelas de Hollywood. O carro seria ele mesmo uma mulher, digno de conhecimento íntimo, zelo, atrativos, carinho e amor. Um emblema de poder indispensável para atrair as mulheres, daí a volúpia de possuir e

---

<sup>63</sup> MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971. p 35-36.

<sup>64</sup> BLAY, Bernardo. Juventude + carro. **Quatro Rodas**, São Paulo, p. 70-75, ago. 1967.

<sup>65</sup> BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1989 (*apud.*) GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil**: rutas de la modernidad cinética. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 72 (Colección Las ciudades y las ideas). Quanto às pesquisas citada por Renato Perracini sobre o sucesso do homem com as mulheres devido ao seu automóvel, ele apenas cita a pesquisa sem revelar a fonte. Cf. PERRACINI, Renato, Cadillac: 90 anos. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 5, maio 1993. p. 32.

dirigir vários modelos de carros, de cobiçar o alheio e trocá-lo por modelos mais novos, sempre que possível. A posse de um carro seria um multiplicador das oportunidades de contato, convívio e desfrute da companhia feminina (SEVCENKO, 1998, p. 558-559).

Um outro fator nesta supervalorização simbólica, ocorreu na maneira como estes carros importados foram inicialmente comercializados. Ainda segundo Perracini, consta que os deputados e senadores brasileiros, eleitos em 1946, começaram a importar automóveis de luxo com isenção de taxas alfandegárias, além de contar com o dólar oficial mais baixo, a Cr\$ 18,00, significando que para eles o automóvel sairia muito mais barato que para o restante da população. Poderia se perceber aqui a referência que Pauline Garvey, citada por Guiucci, fez do automóvel enquanto “expressão do controle do Estado”. Porém, não seria o Estado a controlar a ação dos cidadãos, mas alguns cidadãos é que teriam poder de controlar as ações do Estado em benefício próprio, no caso facilitando a aquisição daqueles automóveis importados de uma maneira diferenciada do cidadão comum.

Quando as primeiras unidades do Cadillac “rabo de peixe” chegaram ao Brasil em 1948, logo passaram a ser os favoritos dos políticos, membros do governo, milionários e artistas. Assim, com o aumento do seu valor no mercado o interesse voltou-se também para o comércio. Eram utilizados diversos expedientes legais, ou mesmo nas brechas das leis, para trazer mais carros luxuosos para atender às encomendas de pessoas que queriam exibir seu prestígio junto às autoridades e ao poder, pois assim também se tornariam poderosos aos olhos de seus pares. Automóveis como o Cadillac teriam o poder de ungar seus donos com as graças de um poder acima das leis, num desdobramento que talvez os idealizadores do Cadillac “rabo de peixe” jamais pudessem imaginar.

Ainda em 1948, o governo do presidente Dutra decretaria o regime de “licença-prévia” dando a CEXIM, Carteira de Exportação e Importação do Banco do Brasil, o controle de tudo que se quisesse comprar no exterior. Perracini explica que a procura por carros novos continuava a aumentar, excedendo em muito a cota disponível nas concessionárias, especialmente dos cobiçados Cadillac “rabo de peixe”, seguido pelo lançamento de novos e aerodinâmicos modelos das demais marcas norte-americanas, além de outros artigos supérfluos cada vez mais atraentes (PERRACINI, 1993, p. 35).

Ricardo Bielschowsky (2000) informa que mais tarde surgiriam críticas contra esta política sobre a qualidade da administração dos controles feitos pelo CEXIM, que parecia não discriminar a real necessidade das importações, resultando num período de estagnação para a indústria nacional, que não conseguia competir com produtos estrangeiros que chegariam mais baratos por causa do valor baixo do dólar e podiam ser facilmente importados.

Nas suas pesquisas sobre as marcas Cadillac e Chevrolet no Brasil, Perracini informa que apenas em 1951 seriam importados mais de 100 mil veículos automotores, dos quais 45 mil eram declaradamente carros de passeio; os demais entravam como caminhões, ônibus, caminhonetes, furgões e jipes, tudo a um custo superior a CR\$ 5 bilhões. Com o dólar mantido artificialmente abaixo do seu valor real no pós-guerra, acabou ocorrendo um grande fluxo de importação de todo tipo de artigo, dos de primeira necessidade aos mais supérfluos como brinquedos, artigos de lingerie, bebidas, cigarros, cosméticos, sandálias e cintos de “vidro elástico” (o primeiro plástico transparente) além de automóveis de luxo.<sup>66</sup>

Um acordo com o F.M.I., Fundo Monetário Internacional, não permitia reajustar a taxa cambial do dólar, mantido ainda ao mesmo patamar de 1946, em torno de CR\$ 18,00. Perracini ainda informa que haveria outro acordo com o G.A.T.T., Acordo Geral de Tarifas e Comércio, mantendo as tarifas alfandegárias brasileiras calculadas pelo peso e quantidade de mercadorias importadas e não pelo seu valor venal, significando que dez luxuosos automóveis Cadillac “modelo 62” conversível 1951 pagariam valores semelhantes a dez camionetas International, modelo All-Steel Travelall Wagon com pesos equivalentes, independente do carro de luxo ser mais caro que o utilitário. Inclusive; dizia-se que nas vitrines das grandes cidades, o Brasil do pós-guerra parecia um país que “nadava em rios de ouro”, com imensa variedade de artigos importados de luxo à disposição de quem pudesse pagar.

Neste ponto, cumpre chamar a atenção para o debate que se travava no período acerca da intervenção do Estado na economia. Sobre o pensamento econômico brasileiro do período 1945-64, Ricardo Bielchowsky (2000) demonstra que o desenvolvimentismo se tornou a ideologia econômica dominante na década de 50. O autor define o desenvolvimentismo como “projeto” de superação do subdesenvolvimento através da industrialização integral, por meio de planejamento e decidido apoio estatal (BIELCHOWSKY, 2000, p. 33).

O autor ainda explica que o conceito de desenvolvimentismo permitia definir cinco correntes de pensamento: a corrente neoliberal compreendia os economistas que defendiam a prioridade da livre movimentação das forças de mercado na economia, admitindo alguma intervenção estatal apenas para sanar desajustes comuns às economias subdesenvolvidas.<sup>67</sup> No setor privado havia uma corrente desenvolvimentista que assumia posição antiliberal, mas

---

<sup>66</sup> PERRACINI, Renato. **Os primórdios do automóvel no Brasil**. São Paulo: Editora Três, 1986. p. 112. (Motor 3: edição histórica 100 anos do Automóvel)

<sup>67</sup> BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

com posições variadas sobre o grau de participação do Estado no processo. No setor público havia uma corrente denominada “não nacionalista”, com marcada preferência pelas soluções privadas em casos de disputas de intervenções estatais. Também no setor público havia a corrente dos desenvolvimentistas “nacionalistas”, que defendiam intervenções estatais em setores considerados estratégicos como mineração, energia, transporte, telecomunicações e algumas indústrias básicas (BIELCHOWSKY, 2000, p. 34). Havia ainda a corrente socialista, denominada assim por ter algum tipo de vinculação com o Partido Comunista Brasileiro. Eram considerados mais radicais porque defendiam não só a industrialização com intervenção estatal, mas que o processo desenvolvimentista devia levar ao socialismo (BIELCHOWSKY, 2000, p. 35).

O autor ainda destaca a obra dos cinco maiores economistas do período: o neoliberal Eugênio Gudin, os desenvolvimentistas Roberto Simonsen, Celso Furtado e Roberto Campos e o independente Ignácio Rangel. Contudo, pode se considerar que o intervencionismo do Estado na economia do país se constituía num importante fator que atravessou décadas, mas que nos governos de Vargas e JK acaba predominando, na formulação das políticas, uma perspectiva que admitia a intervenção estatal para fomentar o processo de industrialização. Mais adiante veremos como essa perspectiva se concretizou no caso da indústria automobilística

Alheio às discussões políticas, ideológicas e acadêmicas estava o cidadão comum, que sem contar com fábricas de carros atuando no país se tornava cada vez mais dependente das importações, das mudanças de rumo do Estado e até do contrabando para obter seu sonhado automóvel próprio.

### **3.2 A ideia do carro totalmente brasileiro e a Fábrica Nacional de Motores**

Na época, a única iniciativa de se criar uma indústria que pudesse atuar na produção de veículos automotores partiu do próprio Estado, em 1942, quando foi fundada a Fábrica Nacional de Motores, ou F.N.M. Segundo José Ricardo Ramalho (2007), a instalação da FNM teria sido viabilizada pela obtenção de recursos junto aos países “aliados”, no contexto da Segunda Guerra Mundial, como “contrapartida ao envolvimento direto do país no conflito”. Por outro lado, é sintomática da tendência interventora do Estado brasileiro no período, embora a fábrica tenha se constituído, “por pelo menos 20 anos (1950 a 1970) em caso único de presença estatal nesse setor industrial” (RAMALHO, 2007, p.120) Mas a década de 50

iniciou-se com a estatal envolta numa indefinição quanto aos seus rumos industriais que vinha praticamente desde a sua fundação.

Seria possível supor que, em algum momento, a opção de transformar a F.N.M. numa empresa apta a produzir automóveis e caminhões, aos moldes das estatais soviéticas, polonesas ou tchecas, ou mesmo com capital misto público-privado, contando com projetos elaborados na própria estatal, teria sido realmente uma via possível de ser seguida. O fato é que paralelamente a supervalorização dos carrões norte-americanos, alguma coisa poderia estar sendo tentada neste sentido.

No dia 24 de fevereiro de 1951, o presidente da república Getúlio Vargas foi apresentado a um veículo, que seria o primeiro automóvel de passageiro totalmente brasileiro: o Pinar ou “Pioneiro da Indústria Brasileira”. A apresentação ocorreu no Parque de Exposições da Água Branca, São Paulo, SP. Segundo o pesquisador Rogério Ferraresi, o carro teria sido projetado pelo capitão Edvaldo dos Santos, do Serviço de Motorização do Exército, e construído nas instalações da firma “Produtos Nei” localizado à Rua Bom Pastor, número 27, no bairro da Tijuca, Rio de Janeiro. O proprietário da empresa, Domingo Otolini, seria também funcionário da FNM.

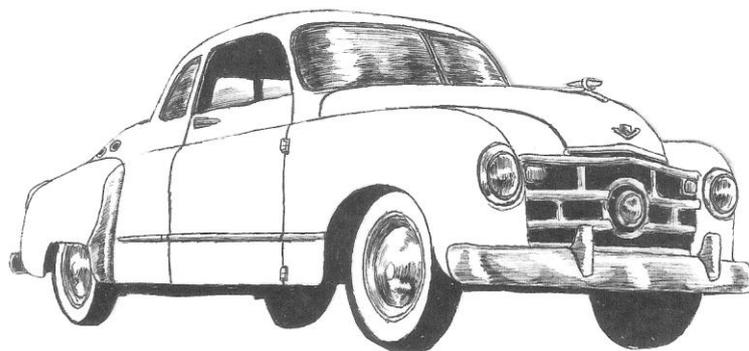
O carro apresentado ao presidente Getúlio Vargas era um conversível com capota dobrável, duas portas, motor localizado na traseira e linhas que lembravam os modelos Studebaker norte-americanos produzidos a partir de 1946. Ele teria ido rodando do Rio de Janeiro até São Paulo pela antiga estrada que ligava as duas cidades em condições de tráfego extremamente desfavoráveis, como consta nas informações da época. A cada centro populacional o carro parava, chamando muita atenção; inclusive teria despertado muita curiosidade em Volta Redonda, RJ, sede da C.S.N. – Companhia Siderúrgica Nacional. Pode ter existido um outro protótipo na forma de um cupê de duas portas em cor escura com a mesma configuração de motor traseiro e linhas (Figura 25).

Ambos apresentariam detalhes cromados na grade dianteira que tinha um farolete auxiliar no centro além de guarnições nos pára-lamas traseiros e um friso lateral à altura das rodas. Em termos estéticos não se pode dizer que suas linhas fossem modernas, mas também não destoavam do estilo dos carros produzidos no início da década de 50.<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Sobre o Pinar – Pioneiro da indústria automobilística brasileira, cf. FERRARESI, Rogério. Filhos únicos. **Revista A Biela**, Ijuí, ano 9, n. 48, p. 22-25, 2007.

Figura 25 – Pinar



Contudo, quando o presidente Getúlio Vargas conheceu o projeto do Pinar, seria possível elaborar duas hipóteses indicando que poderia haver algo mais do que mera curiosidade em torno daquele “pioneiro da indústria automobilística brasileira”. Um projeto de carro totalmente nacional poderia vir a calhar naquele momento como uma real possibilidade de futura produção, pois não seriam necessários acordos internacionais ou contratos de concessão de licenças de fabricação pagando *royalties* pelo uso de patentes, até porque seus idealizadores estavam ligados ao governo (um era militar e o outro funcionário público federal), o que poderia facilitar imensamente qualquer acordo ou contrato de caráter doméstico. Outra possibilidade é que o Pinar poderia ter sido apenas uma espécie de peça de propaganda do governo, com intuito de chamar a atenção para a FNM e suas potencialidades, até porque a estatal estava saindo de um período de incertezas quanto aos seus rumos empresariais.

Entretanto, o Pinar não pôde se materializar nem numa coisa e nem outra por conta de uma matéria, citada por Ferraresi, publicada no *O Cruzeiro* em março de 1951, onde se afirmava que o Pinar era uma farsa enquanto projeto nacional, porque o motor que equipava o modelo teria sido copiado de um propulsor Volkswagen alemão que um militar “de alta patente” teria trazido na bagagem ao término da sua missão na Alemanha. Assim, acusava Domingos Otolini e o capitão Edvaldo dos Santos de terem omitido isto de má fé. Ainda que o bloco do motor tivesse sido fundido nas instalações dos Produtos Nei, no Rio de Janeiro, a ocultação da origem estrangeira do motor respaldava a denúncia de “*O Cruzeiro*”, que era uma publicação de circulação nacional numa época em que a mídia impressa tinha uma enorme influência na formação da opinião pública (poderia também aqui pressupor uma espécie de boicote da revista logo no início do segundo mandato de Vargas). Assim, a própria publicidade angariada pelo Pinar antes da denúncia se voltou contra o carro e seus

idealizadores, que caíram em descrédito e se desmoralizaram publicamente. Era o fim do Pinar.

A F.N.M. foi uma das heranças da primeira gestão do Presidente Getúlio Vargas, entre 1930 e 1945, e, segundo a historiadora Maria Celina D'Araújo (2000), fazia parte de um plano de fortalecimento da defesa nacional num modelo de desenvolvimento industrial baseado na criação de empresas estatais voltadas para os setores de transporte, geração de energia e no caso da FNM, produção de bens de consumo. José Ricardo Ramalho ainda ressalta o papel da FNM como uma fábrica pensada para atuar na criação de uma força de trabalho disciplinada e treinada para o trabalho em atividades fabris e na criação de infraestrutura industrial para o país. D'Araújo complementa, informando que o componente fundamental neste modelo era a interferência direta do Estado na economia do país, desempenhando o papel de “antecipador dos tempos”, abrindo caminho para uma industrialização dentro de moldes considerados modernos, buscando o capital internacional se necessário e pautando-se pelo protecionismo do mercado interno (D'ARAÚJO, 2000, p. 40-45).

Segundo o historiador Mathias Petrich (1975), a Fábrica Nacional de Motores foi fundada em 13 de junho de 1942, iniciando suas atividades produzindo motores aeronáuticos radiais Wright-Ciclone de 450cv de nove cilindros, que seriam utilizados nos aviões de treinamento militar da Força Aérea Brasileira e nas aeronaves do CAN Correio Aéreo Nacional. Consta que o Brigadeiro Antônio Guedes Muniz, um grande incentivador da FNM e tido como um visionário, teria ido pessoalmente fechar o contrato para a produção desses motores no Brasil. A verba para a construção das instalações da empresa em Duque de Caxias, RJ, surgiu quando o Brasil entrou na Segunda Guerra Mundial como parte de acordos firmados com os Estados Unidos.<sup>69</sup>

Pesquisando a história da FNM, Miklos Stammer (2005) informa que, quando a fábrica ficou pronta, o primeiro avião a usar o motor Wright produzido por ela foi um Vultee BT-15 de treinamento da FAB no ano de 1946. Contudo, a guerra tinha terminado no ano anterior, e os motores Wright-Ciclone teriam ficado obsoletos; além disso, com o final do conflito, as forças armadas dos Estados Unidos estavam vendendo seus excedentes de guerra a preços abaixo do mercado.<sup>70</sup> O Centro de Serviços Logísticos da Defesa, das Forças Armadas dos Estados Unidos oferecia gratuitamente catálogos com listas de excedentes de

---

<sup>69</sup> PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918.

<sup>70</sup> STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.52, 2005.

guerra que incluía máquinas de escrever, roupas militares, veículos, motores aeronáuticos e até aviões completos.<sup>71</sup> Só a FAB tinha um estoque de 180 motores Wright importados (Stammer, 2005). Isto significava que já não existia mercado para este tipo de motor. Não deixa de causar certa estranheza a constatação da obsolescência de um artefato industrial praticamente da noite para o dia; mas não se pode descartar a hipótese que a Wright Aeronautical Corporation teria concedido uma licença para fabricação de motores de projetos antigos, que logo seriam substituídos por outros mais modernos e eficientes, para resguardar o mercado de motores aeronáuticos de uso civil de futuras competições com a FNM brasileira. Ao todo foram produzidos apenas seis motores Wright-Ciclone, completos.

Neste ínterim, o presidente Getúlio Vargas foi deposto no dia 29 de outubro de 1945, e seu sucessor, o general Eurico Gaspar Dutra, mandou suspender a produção dos motores Wright na FNM logo após sua posse, em 31 de janeiro de 1946. José Ricardo Ramalho (p.122), explica que a FNM teria seu projeto industrial diretamente ligado à guerra, e isto fez com que a fábrica entrasse em crise ao final do conflito. Além disso, uma estatal voltada para a produção de bens de consumo se mostraria incongruente com a nova conjuntura marcada pela queda de Vargas e principalmente pela mudança da orientação na política econômica do país, que agora fortalecia posições que defendiam uma prática de “livre mercado” e abertura do país ao capital estrangeiro, além da redução das relações do poder público com a economia brasileira.

Coube ao Brigadeiro Antonio Guedes Muniz a incumbência de buscar alternativas industriais para a fábrica. Assim, saíram de suas linhas de montagem produtos diversos: compressores de frio, geladeiras (modelo M-22 de abrir em cima), peças para trens, bicicletas, chapinhas de garrafas, além de serviços de retífica e revisão em motores aeronáuticos (Stammer, 2005). No final de 1947 o brigadeiro foi substituído por um engenheiro civil na direção da FNM e em dezembro do mesmo ano foi transformada numa Sociedade Anônima com mais de 95% das ações subscritas pelo Governo Federal, que continuou com o controle acionário, inclusive tomando iniciativas para que se tornasse uma montadora de veículos. Inicialmente, a FNM negociou com um grande fabricante norte-americano de caminhões pesados, a Mack Trucks, Inc. Segundo Miklos Stammer (2005), o acordo não foi fechado, porque a Mack fazia questão de deter o controle acionário da FNM ainda nas mãos do Estado, uma condição considerada inaceitável.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> DENFELD, D.; FRY, Michael Colt. **Jipe**: o indestrutível. São Paulo: Editora Renes, 1976. p. 149–150, (Coleção Historia Ilustrada da Segunda Guerra Mundial: Armas, v.13)

<sup>72</sup> STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.52, 2005.

Ao pleitear o controle acionário da FNM sem ônus, eles pareciam querer enquadrá-la numa categoria de “espólio de guerra”, comparável ao que quase ocorreu com a Volkswagen em 1948, quando a Alemanha estava sob o controle das forças britânicas de ocupação e a fábrica foi oferecida à Ford Corporation norte-americana nestas condições. Mas a Ford não aceitou e ficou célebre a frase do diretor da Companhia para a Europa Ernest Breech, no ato da recusa do negócio quando disse: “Não sei por que eles estão nos oferecendo esta merda!”<sup>73</sup> Talvez para os grandes fabricantes de veículos, uma estatal brasileira como a FNM não passasse exatamente disso. Mas a negociação não foi fechada pela recusa do Estado brasileiro.

Ainda em 1947, veio o acordo de cooperação industrial com a Societá Milanese D’Automobile Isotta Fraschini & CO para a produção do caminhão D7300, considerado um direcionamento correto para a FNM. O problema estaria no histórico da fábrica italiana: a Isotta Fraschini foi fundada em 1900 em Milão com o objetivo de produzir e difundir o automóvel de passeio na Itália, e se tornou famosa pela fabricação de carros de alto luxo, feitos muitas vezes sob a encomenda de milionários, chefes de estado e artistas de cinema. Mas este era um segmento secundário porque a empresa se sustentava graças à produção de motores marítimos e aeronáuticos. Inclusive, em 1935, ela abandonou o segmento de automóveis para integrar estratégia do governo de Benito Mussolini voltada a interesses bélicos, priorizando a fabricação de motores de aviação. Isto trouxe como consequência a dependência das políticas governamentais e das encomendas do Estado. Segundo Petrich (1975), como a Itália foi um dos países derrotados na Segunda Guerra Mundial, a Isotta Fraschini ficou numa situação delicada com suas instalações destruídas nos bombardeios e sem a possibilidade de receber créditos do governo.

No pós-guerra, produziu caminhões com motores diesel fabricados sob licença da empresa de motores MAN alemã enquanto aguardava auxílio do Plano Marshall para se reerguer; o caminhão produzido no Brasil também recebeu este motor. Como esta ajuda não veio a Isotta Fraschini faliu e foi liquidada judicialmente em 24 de setembro de 1949. Perracini informa que 97 dias depois, no Brasil, a FNM apresentou seus primeiros 50 caminhões com a sigla FNM-IFD-7500 num festivo desfile pelas ruas e avenidas do Rio de

---

<sup>73</sup> DECLARAÇÃO do diretor da Ford Corporation para a Europa em 1948, Ernest Breech *apud*. BARTOLO, Júlio. Memórias de um Vencedor. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n.314, p. 135-148, set. 1986. Sobre o controle britânico da fábrica da Volkswagen na Alemanha pós Segunda Guerra Mundial, cf. HEDGES, Lee Thomas. The Lieferwagens: early Volkswagen delivery vehicles. **Volkswagen Trends Magazine**, Placentia, v. 15, n. 01, p. 42-44, Jan. 1996.

Janeiro, em 30 de dezembro de 1949. Isto poderia ser considerado quase um cortejo fúnebre porque a empresa italiana já não mais existia judicialmente. Assim, o desfile celebrava um acordo virtualmente morto.<sup>74</sup>

Poderíamos questionar se o governo teria conhecimento da situação de decadência que passava a Isotta Fraschini na Itália antes de firmar qualquer acordo de cooperação industrial, cujos contornos eram presumivelmente arriscados; mas como este acordo faria parte de convênios firmados entre os governos do Brasil e Itália, a indicação da firma partiria dos italianos e não de uma escolha do Brasil. Tanto isso pode ser verdadeiro porque o próprio governo italiano indicou como substituta a Alfa Romeo num novo acordo de cooperação com a FNM em 1950. Mas independente de qualquer outra consideração este novo acordo serviu para por fim ao período de indefinição industrial que marcou os primeiros anos da Fábrica Nacional de Motores, a partir daí definitivamente associada à imagem dos caminhões “Fê-nê-mê” em todo o Brasil.

O contrato de cooperação industrial com Alfa Romeo S.A. foi firmado em 5 de julho de 1950. Assim sendo, quando Getúlio Vargas volta à Presidência da República em 31 de Janeiro de 1951, a situação da FNM estaria satisfatoriamente solucionada. Segundo Ramalho (2007), ficaria a cargo da fábrica italiana, fornecer assistência técnica e os conjuntos mecânicos para a montagem dos caminhões (1000 chassis de ônibus e caminhões). A Alfa Romeo não participaria do capital da empresa, ou seja, não teria a obrigação de investir em valores monetários, mas teria direito em receber *royalties* pela concessão da licença industrial e da utilização da marca Alfa Romeo. Ao Estado caberiam os investimentos em equipamentos, manutenção e pessoal além da administração e gerência, até porque detinha a parte majoritária das suas ações.<sup>75</sup> Este modelo de associação do estado com a iniciativa particular no setor automotivo poderia ser comparado ao da IAME, Indústrias Aeronáuticas Y Mecânicas Del Estado, na Argentina, que era comandada e gerida pelo Estado, mas mantinha relações com a General Motors na produção de tratores em território argentino.<sup>76</sup> De certa

---

<sup>74</sup> PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, ano 07, n. 06, p. 18, São Paulo, out. 1993.

<sup>75</sup> GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 32-33, ago. 1963.  
 PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918-925.  
 STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.52, 2005. p. 51-55.  
 PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, ano 07, n. 06, p. 18, São Paulo, out. 1993. p. 25.

<sup>76</sup> FAGUNDES, Atos Rodrigues. Autoclássica. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 9, n. 49, p. 28-37, 2009.

forma este exemplo poderia remeter ainda que parcialmente ao modelo de desenvolvimento idealizado no primeiro governo Vargas (1930-45) apoiado em três pilares: investimentos estatais nacionais, investimentos privados nacionais e capital estrangeiro. Entretanto havia um problema: onde buscar recursos?

Em 1951 o Ministro da Fazenda Horácio Lafer anunciou um plano quinquenal, no valor de US\$ 1 bilhão para investimentos nos setores industriais de base (transporte e energia), elaborado com a assessoria de conselheiros norte-americanos, que se fundamentava num grande fluxo de capital estrangeiro, principalmente para indústria automobilística e de equipamentos elétricos pesados. A cientista política Maria Antonieta Leopoldi (2002) nos informa que ainda em 1951 foi criada a Comissão Mista Brasil-Estados Unidos, destinada a viabilizar investimentos estrangeiros privados e públicos nacionais no Brasil, visando financiamento do banco, Eximbank e Banco Mundial. Os projetos deviam ser concebidos de modo a serem tecnicamente adaptáveis as exigências destas instituições internacionais.<sup>77</sup> Segundo Ignácio Delgado (2010), a participação do capital estrangeiro seria admitida, desde que regulamentada e dissociada da produção que, internamente, já fosse levada adiante por industriais brasileiros como forma de proteção à indústria nacional.<sup>78</sup> Porém, a busca de recursos internacionais era necessária porque já não existiam investidores brasileiros com recursos suficientes ou mesmo dispostos a investir em áreas de longa maturação, onde sempre haveria o risco de perda.

Outro problema estaria na dependência de projetos e licenças estrangeiras. Ainda que tivesse sido possível aproveitar o projeto do Pinar, ou outro de concepção totalmente brasileira, o nascimento de um novo veículo envolve uma complexa rede de fatores além de se constituir num empreendimento vultoso onde os construtores não podem se arriscar voluntariosamente. Em 1948, a Ford Corporation calculou em US\$ 250 milhões o montante do investimento necessário para colocar no mercado um carro que pudesse ser vendido a um preço mediano para os padrões dos Estados Unidos na época (o Ford Edsel). Na ocasião, a Ford era uma empresa já com 45 anos de experiência na produção automobilística, dotada de várias unidades fabris no território americano e também no Canadá e na Europa, com

---

<sup>77</sup> GOMES, Ângela de Castro (Org.). **O Brasil de JK**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991, p. 111.

<sup>78</sup> I. G. **Desenvolvimento, empresariado e política industrial do Brasil** *apud* LEOPOLDI, Maria Antonieta (Org.). **Estado, empresariado e desenvolvimento no Brasil: novas teorias, novas trajetórias**. São Paulo: Editora de Cultura. 2010. p. 115-141.

produtos cuja tradição no mercado revestia em vendas e lucro que podia ser reinvestido na elaboração de novos modelos constantemente.<sup>79</sup>

Mas isto estaria distante da realidade da FNM, cujo arcabouço industrial foi inicialmente pensado para a produção de motores aeronáuticos, para depois ter que ser adaptado ou substituído para a produção de caminhões Alfa Romeo, ainda com limitações em relação aos componentes motrizes, que teriam que ser importados. O valor de US\$ 250 milhões se referia ao custo total de um projeto elaborado e desenvolvido dentro de uma organização empresarial já dotada de todos os recursos disponíveis para tal, como a Ford. Tornar a FNM apta a desenvolver projetos desta magnitude demandaria muito mais recursos além do tempo para a maturação do projeto.

Assim, o acordo com a Alfa Romeo podia não ser o ideal, do ponto de vista de uma grandiosidade almejada, mas era o possível dentro das circunstâncias e dos limites impostos pela realidade.

Nesta perspectiva, o papel do Estado não se aplicaria à criação de uma empresa estatal destinada à produção de veículos automotores, mas de planejador do processo de implantação das indústrias, criador de regras e fiscalizador das ações e projetos apresentados neste sentido. Restaurar-se-ia assim, em parte, o ideal da missão de antecipar os tempos, abrindo caminho para a moderna industrialização do país, citado por D'Araújo (2000, p.44), tão caro a Getúlio, preparando o terreno para que fosse possível a implantação de um parque industrial automobilístico em bases sustentáveis, cujo capital poderia ser estrangeiro privado, nacional privado, estatal ou mesmo misto.

De certa forma, as experiências mal sucedidas das parcerias e dos acordos da FNM com empresas estrangeiras poderiam se constituir em uma espécie de laboratório de soluções para a política industrial brasileira. Devia se ter em vista que em quaisquer circunstâncias envolvendo parcerias, público-privada, nacionais ou estrangeiras, com ou sem a participação direta do Estado, existia uma necessidade de regras que balizassem as ações na efetiva celebração de qualquer acordo.

O caso da Wright Aeronautical Corporation, por exemplo, demonstraria o risco de estabelecer acordos de cooperação industrial em momentos de crise como foi à época do conflito mundial de 1939-45, onde a função fundamental da indústria como produtora de bens de consumo adequados ao país poderia se perder em meio a contingências políticas e militares. Como resultado, no caso, criou-se um complexo industrial apto a fabricar produtos,

---

<sup>79</sup> FORD. In: **Enciclopédia do automóvel**. São Paulo: Abril Cultura, 1975. v.4. p. 945.

como os motores aeronáuticos Wright-Cyclone, sem pensar no direcionamento adequado ao mercado após o conflito.

Já a negociação com a Mack Trucks Inc. não chegou a resultar em nenhum acordo, pela rejeição à exigência da empresa norte-americana em deter o controle acionário da FNM. Este episódio poderia expor a vulnerabilidade do Estado, ou de alguma empresa brasileira, frente às exigências dos seus parceiros estrangeiros nos acordos de cooperação industrial. A falta de regulamentação oficial não deixava espaço nem para o próprio Estado manobrar no sentido de fazer contra propostas em bases mais igualitárias de negociação.

O caso da Isotta Fraschini revelaria o risco de aceitar parcerias que viessem no bojo de acordos de cooperação entre o Brasil e outros países, como se fosse um “pacote fechado”. Não devia ser segredo que a firma Isotta Fraschini de Milão estivesse em má situação financeira no imediato pós-guerra, não possuindo sequer projetos próprios para os motores dos seus caminhões. No entanto, o Brasil aceitou a parceria aparentemente sem exigir garantias que atestassem a capacidade industrial e financeira de sustentação da firma indicada pelo governo da Itália, como era o caso da Isotta Fraschini. Imagine-se o prejuízo total da FNM no malogro desta parceria não fosse atitude do próprio governo italiano em indicar, logo a seguir, a Alfa Romeo como a substituta na parceria. Entretanto a estatal brasileira não escapou do vexame de colocar nas ruas, com algum alarde, duzentos caminhões sem ter meios de garantir sua reposição de peças, porque imediatamente após sua liquidação judicial na Itália, a Isotta Fraschini parou de enviar componentes para o Brasil definitivamente.<sup>80</sup>

Mas já existiam também iniciativas particulares no sentido de viabilizar uma produção regular de automóveis no Brasil. Simultaneamente ao caso da FNM, um representante da marca norte-americana Willys Overland Corporation, a Gastal S.A. que vendia os veículos da marca Willys do Brasil, e construiu em 1950, no bairro de Nova Iguaçu, Rio de Janeiro, uma linha de montagem para a produção dos modelos Jeep Willys a partir de componentes importados dos Estados Unidos. A Willys Overland foi fundada em 1902, mas só obteve fama mundial durante a Segunda Guerra Mundial ao produzir o Jeep Willys MB (Jipe padrão da Segunda Guerra Mundial) para as forças aliadas. Quando terminou o conflito, a Willys decidiu manter o Jeep em produção basicamente como um veículo para atividades agrícolas. Um ex-pracinha da FEB - Força Expedicionária Brasileira - que havia conhecido os veículos

---

<sup>80</sup> PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, ano 07, n. 06, p. 17, São Paulo, out. 1993.  
ANSELMINI, Angelo Tito. Isotta Fraschini. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975.  
v. 6. p. 1232.

na Itália teria visto aí a oportunidade de um bom negócio; era Oswaldo Gudole Aranha, filho do poderoso chanceler e ex-ministro de Getúlio Vargas, Oswaldo Aranha. Ele passou a representar a Willys Overland Corporation no Brasil, vendendo os veículos Jeep, Willys Station Wagon e pick-up (que mais tarde originaram a Rural Willys e a pick-up F-75 brasileiras) através da Empresa Gastal S/A.

O sucesso desses veículos no mercado brasileiro, devido a sua eficiência e robustez face à precariedade das estradas à época, teria chamado a atenção do fabricante norte-americano para as potencialidades comerciais dos seus veículos no Brasil. Assim, em 26 de abril de 1952, foi fundada a Willys Overland do Brasil S/A. (abreviada para WOB), iniciando suas atividades industriais em 1954, segundo consta, ainda de forma reduzida devido às leis restritivas à importação dos seus componentes dos Estados Unidos. Embora tenha sido uma iniciativa de cunho particular, não se pode deixar de observar o provável peso do prestígio dos nomes envolvidos no episódio no, sentido de facilitar coisas como desembaraços aduaneiros, ou mesmo na concessão de licenças industriais. Inclusive, Oswaldo Aranha foi Ministro da Fazenda entre junho de 1953 à agosto de 1954. Ao final da década de 50, outro filho de Oswaldo Aranha, Euclides Aranha, ocuparia o cargo de diretor executivo da Willys Overland do Brasil.<sup>81</sup>

Na mesma época houve outra iniciativa de cunho particular. Em janeiro de 1953 empresários nacionais dos setores ligados à indústria automobilística brasileira (autopeças, máquinas e carrocerias) organizaram, no Rio de Janeiro, a “1ª mostra da Indústria Nacional de Auto Peças”, com intuito de atrair investidores e fabricantes para atuarem no Brasil. Eles queriam mostrar que o país possuía estrutura fabril e tecnologia para oferecer a indústria que aqui quisesse atuar. Antes mesmo da abertura oficial da exposição, um fabricante estrangeiro se mostrou interessado: Era a Volkswagen Alemã, que fundou a Volkswagen do Brasil em março de 1953 num galpão alugado à Rua do Manifesto, no bairro do Ipiranga, São Paulo. Eles iniciaram suas atividades no país com um capital de Cr\$ 60 milhões O Brasil foi o terceiro país fora da Alemanha a receber uma filial (antes foi a Irlanda em 1950 e depois a África do Sul em 1951) iniciando suas atividades montando seu modelo Volkswagen Sedan com componentes importados da Alemanha. A Volkswagen traçou seu plano de expansão em alguns pontos do mundo buscando inspiração na atitude da Ford Corporation em 1914.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> AERO-WILLYS: o Valente. *Revista Classic Show*, Ijuí, ano 4, n. 23, p. 50-57, 2005.

WILLYS Overland do Brasil. In: *Enciclopédia do Automóvel*. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8

<sup>82</sup> VOLKSWAGEN do Brasil. In: *Enciclopédia do Automóvel*. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8

Miklos Stammer (1994) explica que quando a FNM iniciou a efetiva fabricação dos caminhões Alfa Romeo, sua linha de produção estava preparada para montar os chassis dos caminhões, mas não para as cabines, que tinham de ser feitas à mão por lanterneiros que não conseguiam acompanhar o ritmo da fabricação dos chassis e da montagem dos grupos motrizes importados da Itália. Como a importação também das cabines seria muito onerosa, optou-se por incentivar fabricantes de carrocerias de ônibus nacionais a produzir também cabines para os caminhões fênêmê que podiam ser montadas nos chassis pela própria FNM, ou então pelo fabricante independente caso o cliente optasse por adquirir apenas o chassi completo e depois encomendasse a cabine nestes fabricantes, que as forneciam completas, com acabamentos, pinturas, vidros, parte elétrica etc. Existia o modelo “*Standard*” padrão da Alfa Romeo, com linhas angulosas e vidros dianteiros planos dispostos em “V”, produzidas na FNM.

Os fabricantes independentes tinham certa liberdade na sua concepção estética e na elaboração de catálogos de cores próprias, contanto que obedecesse a engenharia do projeto no esquema básico tipo COE, em inglês “*cab over engine*”, cabine sobre o motor. As cabines “independentes” eram produzidas por empresas como a BRASINCA de São Caetano do Sul, a Metropolitana do Rio de Janeiro e a Caio de São Paulo e traziam características peculiares de cada fabricante no desenho da grade, disposição dos faróis, formato do pára brisa, abertura das duas portas e em detalhes de estofamento e frisos. Esse procedimento independente e até mesmo exclusivo de cada fabricante na concepção estética de seus produtos era o mesmo aplicado na concepção das carrocerias para ônibus, montadas sobre chassis importados de várias procedências, especialmente após 1953 quando foi definitivamente proibida a importação de ônibus completos.<sup>83</sup> Esse é um capítulo interessante no desenho automotivo brasileiro, porque esses projetos de cabines de caminhões e carrocerias de ônibus eram inteiramente elaborados pelas empresas fabricantes, o que poderia se constituir numa das primeiras manifestações de um estilo brasileiro no desenho automobilístico (figura 26).

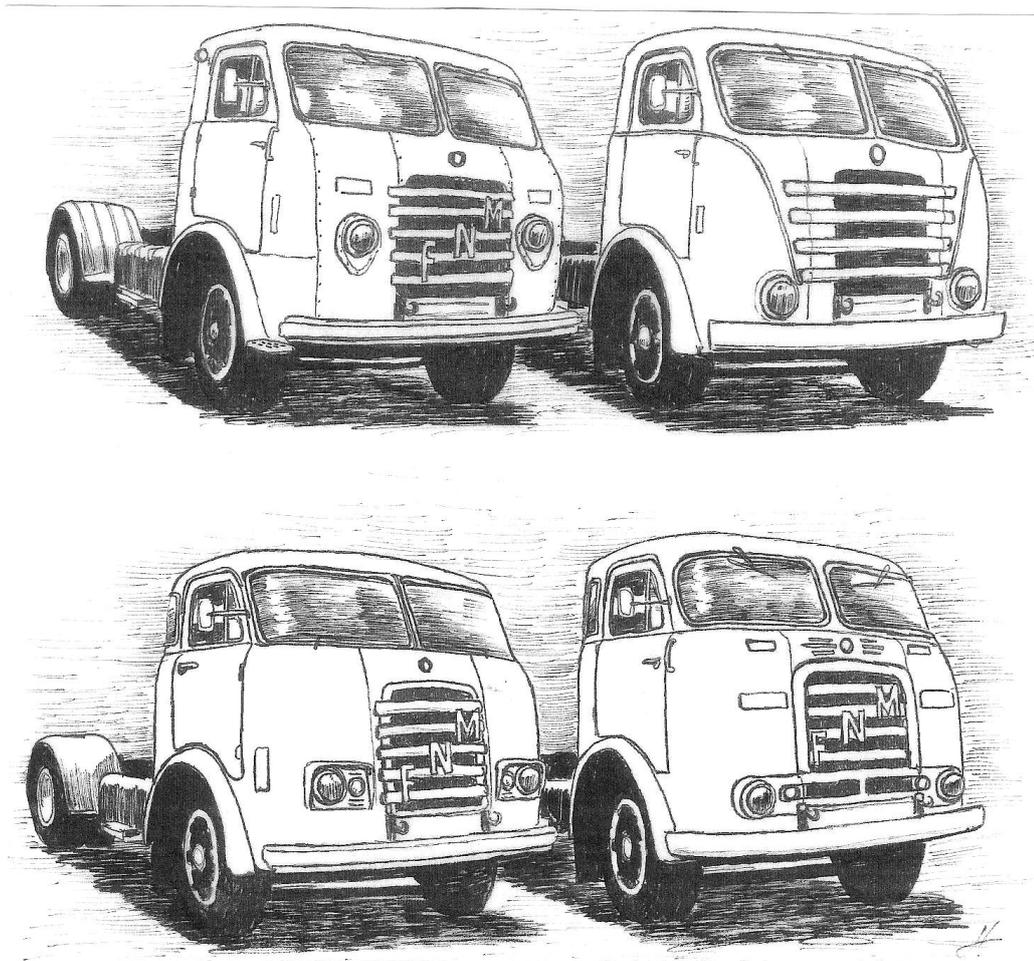
Estas ações representariam avanços rumo à industrialização do Brasil. No entanto ainda seriam iniciativas carentes de algum tipo de sistematização, dependendo quase que exclusivamente da iniciativa particular, do acaso, ou das oportunidades de bons negócios. O problema é que nem sempre é possível repetir o acaso ou a oportunidade de estar na hora certa no local exato. Coube assim ao Presidente Getúlio Vargas o posicionamento do Estado como

---

<sup>83</sup> PERRACINI, Renato, Ônibus: da “mamãe me leva” ao “coach” integral. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 24, p. 80-88, jul. 1962.  
STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.54, 2005.

condutor desse processo, não como empreendedor, criador de empresas estatais para este fim (até porque já existia a FNM), mas como coordenador da implantação de empresas automobilísticas nacionais ou estrangeiras no país.

Figura 26 – Cabines dos caminhões “Fênêê” (FNM)



### 3.3 Um almirante no comando do carro nacional

Em 1956 foi criado o GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, através de um projeto elaborado pelo Ministro da Viação Lúcio Meira, convertido no decreto nº 39.412, de 16 de julho de 1956, pelo Presidente da República Juscelino Kubitschek. O objetivo era criar condições favoráveis à implantação da indústria automobilística no Brasil.

Uma matéria veiculada na edição especial comemorativa dos 10 anos da revista *Quatro Rodas* de janeiro de 1966, fez a seguinte consideração sobre o período:

Quando se discutia no Brasil se valia a pena a nação despendere um esforço enorme para instalar sua indústria automobilística, um grupo de economistas defendia a seguinte tese: o dinheiro que se vai gastar com a aventura da indústria automobilística seria muito mais rendoso para o país se empregado num produto destinado a exportação – o café, por exemplo ou mesmo a batata – pois isto representaria, na verdade, uma grande entrada de divisas. A opção era esta; fazer automóveis ou plantar batatas. O país corajosamente optou pelo mais difícil.<sup>84</sup>

A matéria ainda informava que em 1956 o Brasil tinha pouco mais de 800 mil veículos; em 1955 existiam 374.498 automóveis em circulação, quase a metade composta por carros velhos, “calhambeques” como a revista os menciona. O crescimento do tráfego rodoviário caiu de 15% em 1954 para 3,9% em 1956. Com uma frota envelhecida e sem divisas para renová-la, o Brasil era um país virtualmente a pé.<sup>85</sup>

Na Revista de Automóveis de maio de 1957, Francisco Silva Júnior critica o que chamou de: “Imposição de uma produção inoportuna, dispendiosa e insensata capaz de se transformar eventualmente em outro monopólio estatal”. No seu artigo, ele afirmava que a produção de matérias-primas destinadas à exportação, como o látex para a produção de pneus, aços especiais e couros para estofamento utilizados na fabricação de automóveis no exterior é que deveria receber estímulo governamental, ao invés da implantação da indústria automobilística no Brasil; que devia era procurar meios de aumentar o poder aquisitivo da população via exportação de matérias primas, e em troca, receber bons automóveis a “preço de banana”.<sup>86</sup> Silva Júnior parece usar como parâmetro de comparação o que faziam países como o Uruguai, que trocava produtos como lã e carne por automóveis novos com os Estados Unidos e a Europa, garantindo que a frota de carros de passeio e até tratores fosse renovada constantemente.<sup>87</sup> Segundo Bielschowsky (2000), na visão de Eugênio Gudin, em países de

---

<sup>84</sup> AOS PESSIMISTAS, as batatas: Brasil fez revolução para não andar a pé. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 66, p. 128-133, jan. 1966. (Edição Histórica 10 anos de Indústria Automobilística)

<sup>85</sup> NA HORA Certa. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 9, ago. 1960.

<sup>86</sup> SILVA JUNIOR, Francisco. Automóveis para todos. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 04, n. 38, p.48, maio 1957.

<sup>87</sup> FAGUNDES, Atos Rodrigues. De volta ao Uruguay. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 03, n. 16, p.12, 2003.

solos férteis como o Uruguai não se justificaria a industrialização para resguardar a produtividade agrícola.<sup>88</sup>

Na ocasião dos dez anos da indústria automobilística no Brasil, em 1966, o ex-ministro da viação no Governo de Juscelino Kubtschek então Almirante Lucio Meira, concedeu entrevistas à Quatro Rodas de janeiro de 1966 e ao Suplemento de Automóveis, Aviões e Lanchas do jornal O Globo de julho daquele mesmo ano, onde explicava o processo de implantação da indústria automobilística no Brasil. O início se deu em 1951, quando ao assumir o governo, o Presidente Getúlio Vargas lhe entregou uma missão: que fizesse um estudo sobre a estatal FNM com sugestões para “iniciar alguma coisa grandiosa”. Vargas tinha criado a Petrobrás<sup>89</sup> e para o automóvel instituiu uma comissão de desenvolvimento industrial, entregue ao engenheiro da Marinha Mercante e capitão de fragata Lúcio Meira, que já tinha sido designado como governador interventor do estado do Rio de Janeiro em 1946, cujo mandato durou nove meses. O resultado da missão teria sido um relatório que ampliou a questão além dos limites da FNM: “Uma sacudida geral no país em amplos setores, num forte impulso” como o próprio Meira o definiu. O relatório foi aprovado e criou-se a CDI, Comissão de Desenvolvimento Industrial do Brasil, que funcionou no âmbito do Ministério da Fazenda e que tinha várias subcomissões; uma delas era a Subcomissão de Jipes, Caminhões, Tratores e Automóveis criada em 1952. Lúcio Meira é designado para presidi-la.

Todavia, dotar o país de uma indústria complexa e de tecnologia avançada, como é a de automóveis, parecia uma ideia visionária e até delirante pelo fato do país não possuir um parque industrial suficientemente desenvolvido para atender a produção de equipamentos, ou seja, maquinários industriais etc. Daí as críticas à iniciativa de fabricar veículos automotores no país. Mas Lúcio Meira e sua equipe estavam cientes disso. Na entrevista concedida ao suplemento de O Globo ele relatou:

---

<sup>88</sup> Sobre o dilema agricultura e industrialização o neoliberal Eugênio Gudín afirmava que a industrialização em países de solos não tão férteis como o Brasil poderia ser admitida como “medida compensatória” somente em alguns setores; assim, deveria se aguardar que a evolução da produtividade agrícola liberasse gradativamente a mão de obra excedente para então progredir lentamente em direção à industrialização. cf. BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. p. 52-53.

<sup>89</sup> A Petrobrás foi criada em fins de 1953 e já em 1955 se verificou uma diminuição significativa na importação de gasolina devido à rápida expansão da capacidade de refino de petróleo, cf. FARO, Clóvis de; SILVA, Salomão L. A década de 1950 e o Programa de Metas. In: GOMES, Ângela de Castro (Org.). O Brasil de JK. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991. p. 73.

A medula da produção desses bens é a produção de máquinas, isto é, a indústria mecânica, que já existia sob a forma de complemento de outras indústrias, destinadas à conservação e a reparação das instalações pertinentes àquela atividade industrial, mas que na verdade iam além dessas atribuições, pois de fato reconstituíam as ditas instalações e muitas vezes construíam instalações novas.

Ele falava de setores que teriam se especializado na manutenção de equipamentos e instalações industriais, já existentes no Brasil, que poderiam atuar como futuros fornecedores de autopeças e demais componentes. Lúcio Meira citou algumas dessas indústrias, como a Sofunge (para peças fundidas), a Romi (tornos mecânicos), a Walita e a Arno (componentes elétricos), além das indústrias especializadas nas carrocerias de ônibus dentre outras. O objetivo era buscar fórmulas que harmonizassem o planejamento oficial governamental com a iniciativa privada. Lucio Meira prosseguiu explicando:

O Parque Industrial Nacional era, já então, bem maior do que aparentava, pois é importante considerar a capacidade produtiva dessa especificação que se encontra oculta, a cada momento, sob a rubrica de serviços auxiliares de outras atividades.

Mas apesar do tom otimista sobre o parque industrial brasileiro, ele reconhecia a necessidade de expansão deste, como se observa na seguinte colocação:

Estávamos também cuidando do segundo período da nossa industrialização que se caracteriza pela sistemática expansão da produção de bens de equipamentos, pois ultrapassa as raias do plausível, enquanto não se modificam as condições do mercado mundial, o suprimento pela via de comércio exterior de toda a massa de equipamentos necessários a vida de uma nação moderna das dimensões do Brasil.

Aqui ele poderia falar da importação de máquinas e equipamentos que não encontrassem fornecedores no Brasil, indicando que o tom nacionalista não excluía a necessidade do comércio internacional, no caso desses itens. Em outro trecho da entrevista, ele concluiu:

Começamos a trabalhar em campo já semeado e onde havia além da grande usina de Volta Redonda (Companhia Siderúrgica Nacional), ramos bem desenvolvidos de indústria mecânica, inclusive na de auto peças. Tínhamos, portanto, uma infra-estrutura industrial razoavelmente montada e isto nos dava a primeira justificativa econômica para o empreendimento a que nos lançávamos.

Assim sendo, a primeira iniciativa concreta da Subcomissão de Jipes, Caminhões, Tratores e Automóveis foi o envio de um relatório à presidência da república, enumerando as primeiras providências práticas a serem adotadas. O presidente Getúlio Vargas apoiou integralmente as medidas. O despacho concordante da Presidência da República de outubro de 1953 era considerado por Lúcio Meira a “Certidão de Nascimento da Indústria Automobilística Brasileira”. Das providências aprovadas, duas visavam criar uma reserva de mercado para a indústria nacional: A fórmula CDK e a lista de omissões. A fórmula CDK, ou *Completely Knocked-Down* - completamente desmontável, se constituía numa novidade no setor automotivo brasileiro, por que naquela época os veículos importados vinham apenas parcialmente desmontados junto com os jogos de peças completos: calotas, espelhos retrovisores e adereços que podiam ser danificados no transporte de navio dos seus países de origem até o Brasil; nada muito significativo em termos de utilização de mão de obra ou maquinários nacionais. A fórmula CDK obrigava que os veículos viessem totalmente desmontados. A lista de omissões, ou primeira lista de omissões, relacionava 106 peças automotivas que não poderiam mais ser importadas, porque já existiriam similares nacionais ou empresas aptas a produzi-las. Porém, não se constituíam em itens vitais aos automóveis em si, eram tapetes, cinzeiros, espelhos retrovisores, canos de descarga e etc., mas foi suficiente para provocar reações por parte de importadores e montadoras. Na entrevista a Quatro Rodas de 1966, Lúcio Meira recorda o caso dos filtros de óleo, quando as montadoras teriam promovido uma “grita geral” afirmando que o filtro nacional era de má qualidade e iria provocar avarias nos motores dos veículos, diminuindo sua vida útil, o que não era mentira. Lúcio Meira sabia disso e respondia a tudo amavelmente, mas enérgico:

Não queremos filtro de óleo ruim; nós também sabemos que ele dá problemas. É só vocês forçarem os fabricantes nacionais a melhorar a qualidade ou então promover a vinda para o Brasil dos grandes fabricantes de filtro dos Estados Unidos e da Europa.

Algumas companhias automobilísticas também produziam autopeças, como a Mopar da Chrysler norte americana, e se quisessem atuar no Brasil devia montar filial no país. A providência subsequente constituiu na concessão de isenção de direitos aduaneiros para importação de equipamentos, máquinas e ferramentas dos mais diversos tipos, facilitando assim a entrada no parque industrial do país das chamadas “máquinas que constroem máquinas”. Aqui, Lúcio Meira devia se referir à “Instrução nº 113” da SUMOC, criada por Eugênio Gudín quando foi Ministro da Fazenda no início de 1955 (na gestão de Café Filho),

que permitia o ingresso de equipamentos no Brasil sem dispêndio de divisas, que inclusive receberia ataques de nacionalistas e industriais brasileiros.<sup>90</sup>

Tornou-se necessário desligar a Subcomissão de Jipes, Caminhões, Tratores e Automóveis do CDI por conta do aumento de suas atribuições. Criou-se então o CEIMA - Comissão Executiva da Indústria de Material Automobilístico, ainda com Lúcio Meira na presidência. Mas com a morte do presidente Getúlio Vargas em agosto de 1954, deflagrou-se uma crise no comando do país. Seu vice, Café Filho, assume a presidência, mas problemas de saúde o afastam do cargo em novembro de 1955; e assim, nos meses seguintes, o poder passaria por dois mandatários: Carlos Coimbra da Luz e Nereu de Oliveira Ramos até 31 de janeiro de 1956. Neste ínterim, a atuação firme e enérgica de Lúcio Meira a frente da subcomissão tinha deixado muita gente insatisfeita, dentro e fora do governo. Sem o apoio da Presidência da República e como uma espécie de castigo, ele foi destituído do cargo na administração e mandado de volta à Marinha, na função de Comandante da Base Naval de Salvador. Como ele mesmo assinalava: “exilado para a Bahia”. Enquanto isso, ainda na campanha para Presidente da República em 1955, o candidato Juscelino Kubtschek apresentou na sua plataforma de governo a meta de fabricar 50 mil veículos nacionais por ano durante seu mandato. Em dezembro daquele ano o ex-candidato, agora Presidente eleito, mas ainda não empossado, assiste na Sofunge a primeira fundição de um bloco de motor na América Latina; era um motor de caminhão para a Mercedes-Benz do Brasil.

Depois da posse, o presidente convida o Comandante da Base Aérea de Salvador para assumir o Ministério da Viação. Uma das suas providências como ministro foi recompor o CEIMA, agora com o apoio do presidente, com muito mais força. Assim foi criado o GEIA – Grupo Executivo da Indústria Automobilística - numa espécie de desdobramento natural dos fatos. Vale destacar que mesmo no período do seu “exílio”, Lúcio Meira não deixou de buscar meios para trazer indústrias de automóvel para o Brasil. As empresas norte-americanas Nash Motors, divisão da Nash-Kelvinator Corporation, e a Hudson Motor Car Corporation passavam por dificuldades em 1954 e estavam prestes a se fundir numa única empresa; a American Motors. Através de conversações, Lúcio Meira tentou trazê-las para o Brasil, sem sucesso.

Um mês depois da criação do GEIA, surgiu o plano de indústria para a fabricação de caminhões e seis projetos são aprovados; General Motors, Ford, International Harvester, Mercedes - Benz, FNM – (Fábrica Nacional de Motores) e Scania-Vabis. Depois veio o plano

---

<sup>90</sup> BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. p. 64.

de jipes, com quatro projetos aprovados: Vemag, Willys Overland, Toyota e Land Rover (este último não se concretizou). O terceiro plano foi o da fabricação de camionetas (peruas) e foram aprovadas a Kombi Volkswagen e DKW-Vemag. Por último, já no fim do ano de 1956 são aprovados planos de fabricação de automóveis de passeio: DKW-Vemag; Volkswagen Sedan; modelos Aero-willys e Renault Dauphine da Willys Overland; modelo Alfa-Romeo 2000 da FNM e modelos Chambord e Présidence da Simca do Brasil.<sup>91</sup>

Assim, vimos que o processo de implantação da indústria automobilística no Brasil envolveu o embate de ideias, muitas vezes conflitantes. A necessidade de criar regras às empresas interessadas em fabricar carros no Brasil poderia evitar a repetição dos equívocos da FNM que, apesar de tudo, se constituía na única experiência brasileira neste sentido. Tudo parecia depender da capacidade do GEIA em coordenar este processo. O debate sairia da esfera acadêmica para ganhar a imprensa popular, e no centro continuava o cidadão comum, que no final das contas seria o maior interessado no desfecho da questão do automóvel no Brasil.

### 3.4 No decreto 41.018 a receita do carro brasileiro

Como vimos, os primeiros projetos de veículos automotores aprovados para fabricação no Brasil a partir de 1956 através do Plano Nacional da Indústria Automobilística coordenado pelo GEIA, se dividiam em quatro categorias: caminhões, jipes, peruas e automóveis, com normas específicas para cada uma delas: seis marcas de caminhões, que se desdobrariam em modelos com diferentes capacidades de carga; quatro marcas de jipes, mas apenas três efetivamente fabricados, porque a Rover inglesa, dona da marca de jipes Land Rover, desistiu de produzir veículos no Brasil<sup>92</sup>; duas marcas de camionetas ou peruas de uso misto, passageiros e carga (tendo a Kombi Volkswagen como um comercial leve de grande aceitação); por fim, seis marcas de carros exclusivamente de passageiros. Neste contexto verificaremos apenas a categoria dos automóveis de passageiros.

Há indicações que a Mercedes-Benz do Brasil chegou a cogitar a fabricação no país dos seus modelos 180 com motor a óleo diesel e 190, a gasolina, lançados em 1954 na

<sup>91</sup> A SEMENTE, um Almirante de pé na tábua. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 66, p. 128-133, jan. 1966. PASSADO e presente de um sonho. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n.7, p. 24-25, julho 1966. (Suplemento de automóveis, aviões e lanchas).

<sup>92</sup> O Jipe Land Rover foi um veículo fora de estrada, produzido pela Rover Inglesa a partir de 1948 e provavelmente seria o veículo que a empresa produziria no Brasil. Não foi encontrada na bibliografia consultada a razão da desistência da fabricação de veículos no Brasil. cf.: ROVER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1737-1740.

Alemanha (modelo Ponton, figura 17), que poderiam ser vendidos entre Cr\$ 300 mil e Cr\$ 400 mil no mercado brasileiro.<sup>93</sup> Mas isto não se concretizou, possivelmente pelo fato que em 1958 a Mercedes-Benz alemã absorveria o Grupo Auto-Union, também alemão, que detinha a marca DKW dos veículos produzidos a partir de 1956 sob licença pela DKW-Vemag; assim, a Mercedes pode ter optado por receber *royalties* ao invés de fabricar carros da própria marca no Brasil.

Outra ideia que não se firmou teria sido a intenção do grupo brasileiro Brasmotor em fabricar sob licença carros da marca Chrysler Corporation norte-americana, que na década de 50 tinham boa presença no mercado brasileiro e eram montados no país pela própria Brasmotor. Mas a Chrysler não teria mostrado interesse numa efetiva fabricação dos seus carros no Brasil, provavelmente por conta das crescentes restrições do governo à importação de componentes automotivos; assim, a Brasmotor decidiu abandonar o setor automobilístico em 1957 e se dedicou à produção de eletrodomésticos da sua própria marca, a Brastemp.<sup>94</sup> Ao mesmo tempo, a Chrysler norte-americana iniciava o processo de absorção da Simca francesa, adquirindo 15% das suas ações em 1958. Como a Simca teve seu projeto de fabricação de carros no Brasil aprovado pelo GEIA em fins de 1956, isto poderia indicar que a empresa norte-americana talvez tenha achado desnecessário investir no Brasil porque já estaria em negociações para adquirir parte acionária da Simca francesa; tanto que em 1967, a Chrysler assumiu a Simca do Brasil, quando já detinha 64% da marca europeia, surgindo assim a Chrysler do Brasil S.A.<sup>95</sup>

Outro plano que não pôde ser concretizado foi o da Ford do Brasil em fabricar seu modelo Ford Custom modelo 1959 no país, um carro de grande porte com linhas esguias que tinha recebido a medalha de ouro no Salão do Automóvel de Bruxelas daquele ano, como prêmio pelo seu design (figura 27). Inclusive, o presidente da Ford Corporation, Henry Ford II, visitou o Brasil em março de 1959 prometendo novidades para os “dois ou três meses” segundo suas próprias palavras. O plano consistia em lançar o automóvel já fabricado no Brasil em 1960. Para isso, pretendia trazer todo o ferramental para sua produção dos Estados Unidos, se beneficiando das facilidades oferecidas na importação de maquinário industrial. Já tinham decidido que usariam o motor V-8 “Y 272”, e a transmissão usada nos veículos

---

<sup>93</sup> O BRASIL em 4 rodas. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p.7, maio 1957.

<sup>94</sup> HISTÓRIA do automóvel. Editora São Paulo: Expressão e Cultura: Expansão Editorial S.A, 1968. p. 384-415.

<sup>95</sup> SIMCA DO BRASIL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1777-1779. SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p.71-82.

comerciais da marca que já eram produzidos no Brasil. Entretanto, a Ford só decidiu produzir carros de passeio em 1959, e o prazo final para as fábricas que quisessem atuar neste setor no país terminava em 31 de dezembro de 1958; apenas dois meses antes da visita de Henry Ford II ao Brasil. Embora a Ford insistisse junto ao GEIA, argumentando sua capacidade de produção e as qualidades do produto, não houve negociação. Mas, nos anos seguintes insistiriam até conseguir lançar no mercado brasileiro seu modelo Ford Galaxie 500 em 1967.<sup>96</sup>

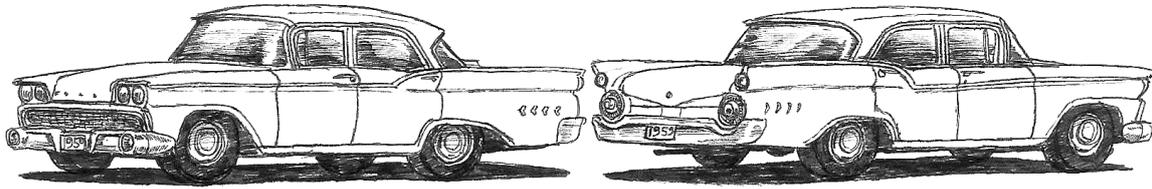
Existiu, no entanto, uma iniciativa particular de fabricar um carro no Brasil que conseguiu sair do papel sem contar com nenhum apoio governamental. No dia 5 de setembro de 1956 foi lançado o automóvel Romi-Isetta, montado no Brasil com componentes nacionais e importados pelas indústrias Romi, de Santa Bárbara D'Oeste, São Paulo. Era uma espécie de micro-carro urbano com um único banco e espaço para duas pessoas e motor de pequena cilindrada, cujo projeto pertencia à empresa Iso, de Milão, Itália, que cedeu os direitos a produção no Brasil à Romi em 1953. O carro foi fabricado entre 1956 e 59, mas não obteve o sucesso comercial esperado, além de não ter conseguido apoio do GEIA para sua produção.<sup>97</sup>

---

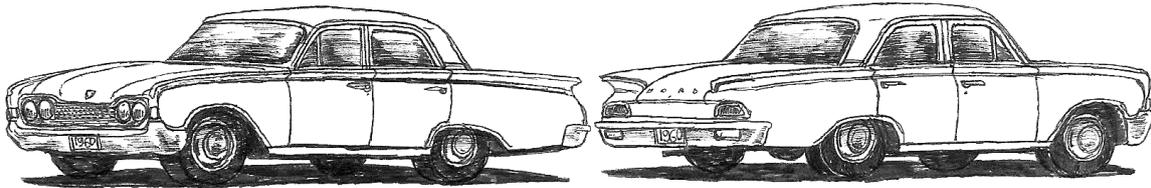
<sup>96</sup> ROCHA, Carlos Roberto; PETRICH, Matthias. Ford do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 981-996.

<sup>97</sup> ROMI-ISETTA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p.1735-1736.

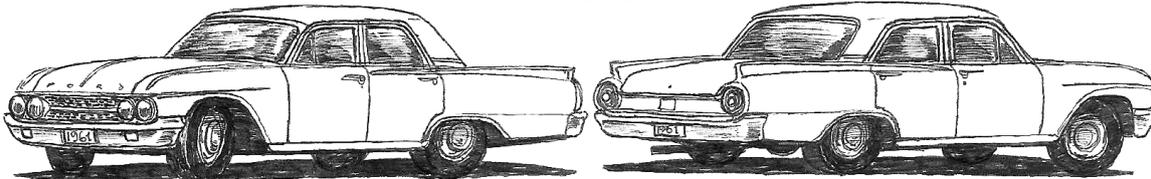
Figura 27 – Evolução da linha Ford. No topo, o Custom (1959) que a fábrica queria produzir no Brasil.  
Em 1967, o Galaxie de montagem brasileira.



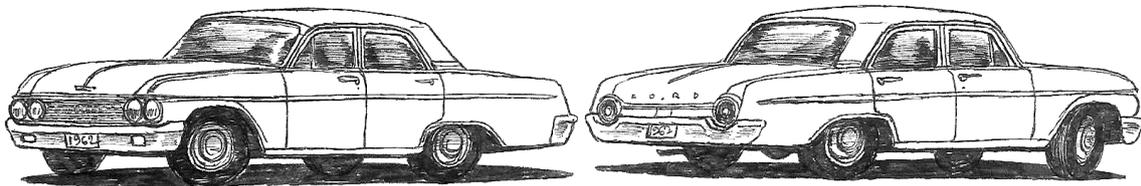
1959



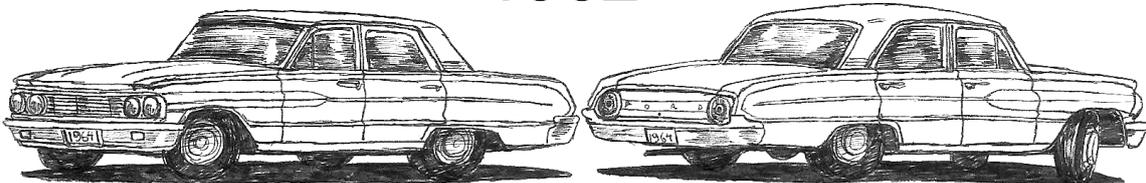
1960



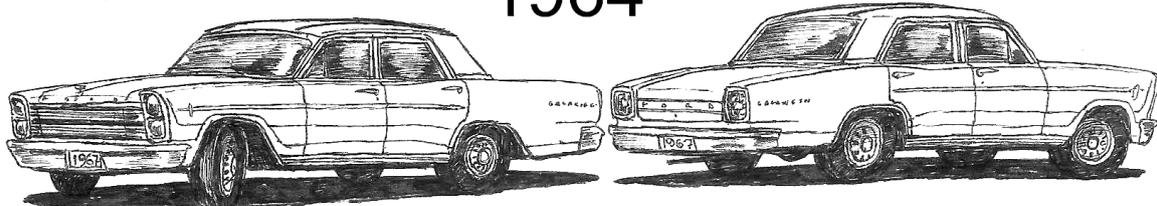
1961



1962



1964



1967

É instigante a ausência da fábrica American Motors, procurada em 1955 por Lúcio Meira com a intenção de trazer uma filial para o país. Porém, seu desinteresse talvez não estivesse ligado a crise do mercado automobilístico norte-americano na segunda metade da década de 50, porque era uma das poucas empresas que apresentavam percentuais positivos entre 1957 e 59. É possível também que a decisão de não investir no Brasil tivesse raízes nas experiências das fábricas da General Motors do Brasil e Ford do Brasil, que inicialmente teriam tido muito lucro no país, montando seus veículos com componentes importados dos Estados Unidos, mas depois teriam enfrentado perdas por conta do que consideravam “comportamento imprevisível” do governo brasileiro. Aliás, esta parecia ser uma característica regional, observada por Guillermo Giucci (2007, p.50) causada pela a instabilidade política e econômica da América Latina, que dificultava os negócios e afugentava empresas, como Land Rover, que apesar do projeto aprovado, desistiu de fabricar seus jipes em território brasileiro.

Entretanto, como salienta Giucci, não faltavam pedidos de automóveis novos, especialmente na Argentina e no Brasil, porque existia uma “cultura burguesa” disposta a pagar o alto preço de um carro importado.<sup>98</sup>

As normas para fabricação de automóveis de passageiros foram publicadas na íntegra na página 6 da Revista de Automóveis de maio de 1957 sob o título “Decretadas as normas para a fabricação do carro de passageiros”. Junto veio uma nota editorial que salientava o desinteresse por parte das fábricas aqui estabelecidas, e que já produziam caminhões, em fabricar carros de passeio numa evidente referência às empresas General Motors do Brasil e Ford do Brasil, presentes no país desde a década de 1920. Contudo, a nota não deixou de ressaltar a fabricação de caminhões como setor mais importante para a economia brasileira de então. A nota ainda informava o interesse das companhias europeias Renault e Simca, que tiveram projetos aprovados posteriormente, e também da Alfa Romeo Italiana, cujo representante tinha sido recebido pelo presidente Juscelino Kubtschek nas presenças do ministro da viação Lúcio Meira e do embaixador da Itália.<sup>99</sup> Na ocasião da publicação das “normas” na Revista de Automóveis, a Alfa Romeo já teria entregado seus planos de produzir carros no Brasil ao GEIA, segundo informação da própria revista.

---

<sup>98</sup> Frank E. Hill e Mira Wilkins investigaram a história da expansão da Ford Corporation Norte-Americana, difundindo Distribuidores Ford e vários países do mundo. Na América Latina, além da instabilidade política e econômica, existiam dificuldades de transporte pela falta de estradas em boas condições de rodagem. Cf. HILL, E. F, WILKINS, Mira, **American Business Arroad – Ford – on Six continents**, detroit, 1964: (apud.) GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 50 (Colección Las ciudades y las ideas).

<sup>99</sup> O BRASIL em 4 rodas. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p.7, maio 1957.

Por fim, a nota informava que o decreto nº 40.018, que instituía a parte legal concernente à fabricação dos carros de passageiros, tinha sido assinado em 26 de abril de 1957. Em seguida, foram apresentados os 15 artigos, alguns com mais de um parágrafo, que compunha o decreto com os parâmetros legais para a fabricação do carro de passeio no Brasil (no anexo, a íntegra do decreto publicado na Revista de Automóveis).

A forma como foi apresentada pela imprensa da época poderia sugerir, a princípio, uma espécie de concurso aberto às empresas estrangeiras e nacionais interessadas em fabricar automóveis no Brasil. Até poderia transparecer certa simplicidade no processo que consistiria no envio de projetos na forma de dossiês ao GEIA, com informações sobre o tipo de veículo a ser produzido, além da comprovação da capacidade produtiva do proponente. Nos artigos e parágrafos que estabeleciam parâmetros para a configuração do “carro de passageiro”, o GEIA demonstraria os rumos que o “veículo nacional” devia seguir. Embora pudesse parecer estranho elaborar definições aparentemente óbvias do que seria um automóvel, era preciso que fosse assim por se tratar de um decreto com força de lei; automóveis seriam veículos designados ou reconhecidos comercialmente pelo mercado e apresentados como tal pelos fabricantes para que não houvesse dúvidas ou portas abertas a outras coisas senão transporte de pessoas. Deviam sobressair aspectos convencionais comuns ou mesmo “standard” e não é difícil enxergar nestas especificações ecos do Ford modelo “T” idealizado por Henry Ford em 1908 como conceito de construção de um veículo concebido para o transporte de massas, eficiente, simples e possível de ser produzido em grande quantidade. Henry Ford definiu sua criação nos seguintes termos:

Construirei um carro para atender a um grande público. Será suficientemente grande para uma família e também adequado para que possa ser facilmente conduzido e cuidado pelo proprietário. Serão construídos com os melhores materiais e pelos melhores homens que se possam contratar, baseado no desenho mais simples que os engenheiros puderem elaborar. Mas seu preço deverá ser baixo o bastante para que nenhum homem que ganhe um bom salário seja impedido de possuir um. (...) Nós instalaremos mais maquinário por metro quadrado do que qualquer outra fábrica do mundo porque cada centímetro de espaço ocioso representa aumento de gastos. (...) Dividir e subdividir as operações e manter o trabalho em movimento; estas são as chaves da produção.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> FORD, Henry. **My life and work**. New York, Garden City Publishing, 1922, p. 2. Trad. em Espanhol, *Mi vida y mi obra*, Barcelona, Orbis, 1924. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 41 (Colección Las ciudades y las ideas).

Guillermo Giucci (2007) assinalou, sobre as considerações de Henry Ford, que a necessidade permanente de oferta de automóveis que pudessem ter preço acessível a uma grande parcela do público consumidor, ligaria aspectos tão variados como a publicidade, a disciplina, a responsabilidade individual, os salários e o mercado de automóveis. Ele observa que até aquele momento não existiria nos Estados Unidos uma demanda de automóveis, que era considerado um objeto de luxo. Não se pensava nele como um elemento importante para a industrialização ou na criação de um mercado com oferta perene de produtos adequados ao consumidor médio, ou seja, os produtores que atuavam no setor se mostrariam indiferentes à necessidade de melhorar seu método de produção: “importava mais o dinheiro que a satisfação do público: depois de vendido o automóvel, era só festejar o negócio” (GIUCCI, 2007, p. 43).

Poderia se considerar que a situação do automóvel no Brasil na metade da década de 50 seguiria padrões semelhantes aos dos Estados Unidos do início do século XX. No Brasil, por volta de 1955 o automóvel também era considerado objeto de luxo restrito aos ricos e, da mesma forma, não considerado elemento importante ou relevante à industrialização do país. Os setores que atuavam como distribuidores de automóveis eram firmas importadoras que detinham exclusividade sobre as marcas que representavam no Brasil. Se deixarmos o termo “fábrica” circunscrito à definição de um estabelecimento onde a partir da elaboração da matéria-prima são produzidos bens, não poderia considerar montadoras como a Ford do Brasil e a General Motors do Brasil como fábricas, no sentido pleno do termo, porque apenas montavam veículos com seus principais componentes importados.<sup>101</sup>

Em 1966, Lúcio Meira relatou à Quatro Rodas um fato, que embora não tivesse relação direta com automóvel, demonstraria um pouco da oposição à industrialização do país. Em 1956 a Fábrica Nacional de Motores teria feito um contrato com a FIAT italiana para a montagem de tratores da marca no Brasil. Mas em 1958, quando o projeto já estaria adiantado com 56% dos seus componentes nacionalizados, a FNM foi levada a desistir da fabricação de tratores. Meira afirmou que o próprio governo liberava o trator importado de impostos aduaneiros, além de conceder taxa de importação especial, mais baixa. Assim, eles chegavam ao Brasil num preço mais baixo do que se fossem fabricados no país. Isto acontecia porque

---

<sup>101</sup> ROCHA, Carlos Roberto; PETRICH, Matthias. Ford do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 982-996.  
GENERAL Motors do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p.1050-1060.

existiriam pressões contrárias por parte de associações agrícolas, de importadores e pela força política que a agricultura teria no Congresso Nacional e junto ao governo.<sup>102</sup>

Seria preciso uma melhor averiguação disto para chegar a uma conclusão mais específica. Entretanto, este caso pode dar uma pequena medida da oposição à fabricação de automóveis no país, pois certamente existiriam importadores de automóveis, estabelecidos há décadas, com possíveis influências no Congresso Nacional, ou mesmo nas câmaras estaduais que poderiam exercer uma reação contrária forte o bastante para tentar impedir a implantação de programas de industrialização. No caso dos tratores o governo cedeu; nos automóveis não. Giucci observou que a produção e o comércio de um artigo tão exclusivo e caro, como o automóvel nos Estados Unidos em 1908, gerava ganância por parte dos fabricantes. No Brasil dos anos 50 o comércio de automóveis era um negócio lucrativo, com pouca oferta associado a um público disposto a pagar um alto preço, além do ágio, na aquisição do tão desejado “automóvel último tipo”. No caso, a ganância seria dos importadores e montadoras atuantes no país. Na outra ponta da questão estaria o consumidor médio brasileiro, talvez do mesmo tipo ao qual Henry Ford se referia nos seus escritos, ainda com fortes raízes rurais e necessitado do meio de transporte individual que o automóvel próprio podia proporcionar. Assim não seria exagero enxergar ecos do *Tin Lizzie* de 1908 no automóvel pretendido pelo GEIA no decreto 40-018 para o Brasil.

### 3.5 O formato ideal

Em 1957 a concepção de boa parte dos automóveis fabricados nos centros mundiais produtores da Europa e Estados Unidos exibiam novos padrões de modernidade inaugurados dois anos antes. No entanto, o decreto não poderia determinar graus de exclusividade ou atualidade nos projetos. O objetivo era atrair empresas do setor automobilístico oferecendo facilidades e benefícios aos que efetivamente viessem a fabricar seus carros no Brasil. Dessa forma, o carro pretendido pelo GEIA deveria seguir padrões que poderíamos definir como “padrão Ford T”, de caráter convencional. O mínimo de quatro ocupantes incluindo o motorista pressupunha dois ocupantes no banco da frente (motorista e passageiro) mais dois no banco de trás. Um exemplo deste tipo de automóvel seria o Volkswagen Sedan, um carro pequeno de duas portas e motor traseiro.

---

<sup>102</sup> A SEMENTE, um Almirante de pé na tábua. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 66, p. 59, jan. 1966. GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 33, ago. 1963.

Mas a definição do número mínimo de ocupantes em quatro pessoas deixava de fora automóveis esportivos de apenas dois lugares e aqueles definidos como “econômico” ou “urbano” de proporções bem reduzidas que comportavam, no máximo, três ocupantes (motorista e dois passageiros) muitas vezes equipados com motor de pequena cilindrada, concebidos originalmente para motocicletas e motonetas, ao exemplo do Isetta italiano. Na Europa, estes automóveis econômicos deixariam de ser produzidos a partir da metade de meados dos anos 50, conforme os países se recuperavam economicamente do período de crise que se seguiu ao fim da Segunda Guerra Mundial, e o interesse se voltava para carros maiores e também mais convencionais.<sup>103</sup> Entretanto, por serem carros de produção barata e até certo ponto simples, seus fabricantes poderiam se sentir tentados a produzi-los no Brasil, ou mesmo fabricantes nacionais poderiam tentar, sob licença. Inclusive, nas críticas à implantação de indústrias de automóvel no país, alertava-se contra a abertura a “tríciclos fantasiados de automóveis de utilidade limitada que também não ofereceriam a solução perfeita do problema num país em que as vias públicas desafiavam até mesmo veículos de construção reforçada”.<sup>104</sup> Mas o GEIA não demonstrava intenção de encorajar a fabricação deste tipo de automóvel no país, como no caso da Romi e seu carro econômico, o Romi-Isetta, que não obteve benefícios e facilidades.

Da mesma maneira, a limitação máxima de até sete passageiros (incluindo o motorista) tentava separar, no entendimento do GEIA, as categorias de automóvel de passeio e perua ou camioneta. Isto poderia abranger veículos de origem principalmente norte-americana, designados comercialmente como *station wagon*, veículos, tipo perua ou camioneta fechada, de grandes dimensões; média de cinco metros e meio de comprimento por dois metros de largura, e bancos suficientemente grandes para comportar o motorista mais dois passageiros no banco dianteiro e três passageiros no banco traseiro com conforto, mais bagagem ou carga. Tratavam-se basicamente de veículos leves de carga convertidos em camionetas de luxo para atender a uma solicitação do mercado consumidor americano, que estava adotando esse tipo de automóvel com o veículo familiar na década de 50. Reportando um pouco a teoria de Phillipe Ariès (1999) sobre a busca por bairros afastados da parte central das grandes cidades europeias no final do século XIX, onde os mais ricos estariam preferindo morar, isto poderia se comparar ao que ocorreria também nos Estados Unidos na metade do

---

<sup>103</sup> CARROS urbanos. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 8. p. 1861-1864.

<sup>104</sup> SILVA JUNIOR, Francisco. Automóveis para todos. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 04, n. 38, p.48, maio 1957.

século XX, onde as zonas suburbanas passavam a ter preferência para moradia da classe média norte-americana, e o automóvel tipo *station wagon* era o favorito.

No Brasil também surgiam bairros residenciais mais afastados do centro das grandes e médias cidades, e a preferência poderia também recair neste tipo de veículo familiar.<sup>105</sup> Porém, as *station wagons* eram veículos importados e caros, e assim com o início da fabricação de veículos nacionais esta solicitação teria que ser atendida pela Kombi Volkswagen e pela perua DKW Universal produzida pela DKW-Vemag, que seriam os substitutos brasileiros para os carrões norte-americanos nos próximos anos.

Existia também no artigo 12 algo revelador sobre este automóvel ideal. O texto dizia o seguinte: “Não são compreendidas no presente Plano os automóveis de passageiros que, embora abrangidos pela definição do artigo três, tenham a critério do GEIA, empregos técnicos especiais que exijam características anômalas de construção”. A expressão “características anômalas” na construção de um automóvel poderia comportar duas maneiras de delimitar o tema: primeiro, na concepção do próprio automóvel, dentro de esquemas tradicionais reconhecidos pelo uso e pelo hábito sem abrir espaço a experimentações. Mas o que seria exatamente isto? Michael Sedgwick (1983) explica que na década de 50 o esquema tradicional de construção automobilística se constituía em: motor na frente, caixa de câmbio (transmissão) na parte central e tração nas rodas traseiras, isto era conhecido como *Système Panhard* numa referência à fábrica francesa Panhard et Levassor, e que todos os carros grandes norte-americanos, os ingleses, os italianos e até os russos de série mantinham a disposição tradicional daquele sistema.<sup>106</sup> Dos projetos de automóveis de passeio aprovados pelo GEIA, poderiam ser colocados nessa categoria o Alfa Romeo 2000, o Simca Chambord e o Aero-Willys.

Existem mais duas concepções de construção automobilística: motor traseiro, tração nas rodas traseiras e caixa de câmbio na parte central, como no Volkswagen Sedan e no Renault Dauphine, ambos aprovados pelo GEIA. Segundo Sedgwick, esse sistema era antiquado, datado de antes da Segunda Guerra Mundial e era usado em projetos de carros anteriores ao conflito. O Volkswagen, o Renault 4-CV de 1946 e o Dauphine de 1957 seriam

---

<sup>105</sup> ARIÈS, Phillipe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ;VELHO, Gilberto (Orgs.). **A família e a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p. 13-32.

<sup>106</sup> SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 11.

as únicas novidades com este sistema no pós-guerra.<sup>107</sup> Por fim, existia o sistema de motor e tração na frente e câmbio na parte central, como no DKW-Vemag, também aprovado pelo GEIA.

Toda esta parte mecânica constituída por motor, rodas, suspensão, caixa de marcha, transmissão, sistema de refrigeração e sistema elétrico, compõe a engenharia do automóvel e constitui aquilo que influi no funcionamento da máquina produzindo movimento. No caso dos carros de passeio, toda essa engenharia é recoberta por uma carenagem denominada carroçaria, ou carroceria, composta por cabine, portas, pára-lamas, capô e porta-malas, que têm a função de abrigar passageiros, motorista, proteger a bagagem e as partes mecânicas dos carros, além de atuar também como elemento fundamental na configuração estética dos veículos; isto é chamado de arquitetura do automóvel. Assim, o equilíbrio entre engenharia e arquitetura determinaria o formato dos automóveis.<sup>108</sup>

A estética das carrocerias nos anos 50, na maioria das vezes seguia uma tendência estilística denominada “linha trapézio” ou “três volumes”, apresentada num carro comum de passageiros, produzido em série, pela Studebaker Corporation em 1947. A vantagem deste tipo de configuração estava na visibilidade tanto adiante como traseira, e no conforto dos ocupantes maior quando a cabine se localiza no centro do carro. Com as reformulações estilísticas no desenho automobilístico a partir de 1955 a tendência “três volumes” se consolidou (figura 28). Ela podia ser vista nos projetos aprovados pelo GEIA; DKW Vemag, Renault Dauphine, Simca Chambord, Alfa Romeo 2000 e Aero Willys. Existia uma variação “dois volumes” na configuração das carrocerias, apresentando o capô ou capuz dianteiro rebaixados, com a linha da capota descrevendo uma curva a partir da janela traseira até o pára-choque traseiro, incorporando o porta-malas ao volume da cabine. Isto podia ser visto em carros como Volkswagen 1600 TL produzido no Brasil de 1971 a 76. (figura 29).

---

<sup>107</sup> Embora não seja citado por Michael Sedgwick, existiu também o automóvel Tucker norte americano com motor traseiro produzido em 1948 cf. TUCKER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1852.

<sup>108</sup> CARROÇARIA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 2. p. 446-456.

Figura 28 – Linha trapézio, ou três volumes, no Studebaker Sedan 1946 (acima), no Oldsmobile 1957, com a disposição dos bancos (no centro), e no Chevy Nova 1963 (abaixo)

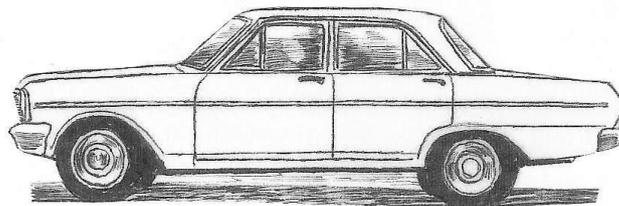
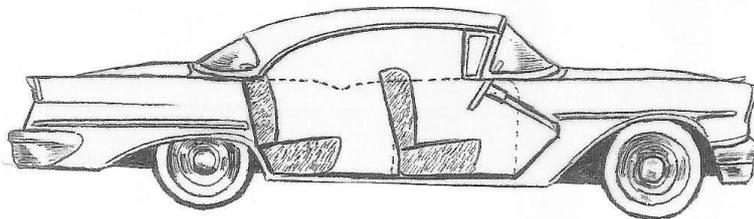
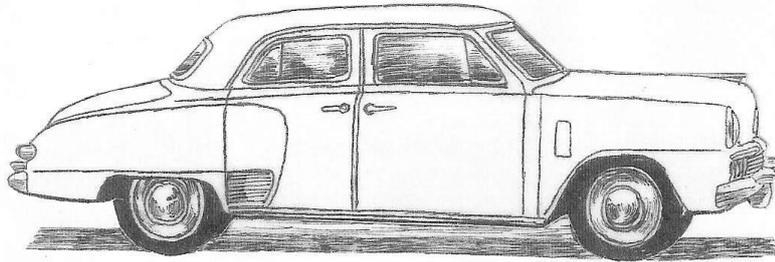
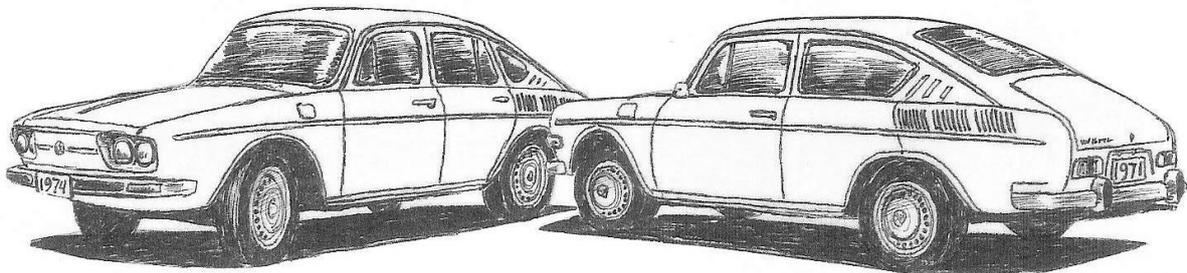


Figura 29 – Linha Fast-Back ou Hatch nos modelos Volkswagen TL 1971 e 74



Embora também apresentasse desenho “dois volumes”, o Volkswagen Sedan pertenceria mais ao *Streamlined Form* da década de 30.<sup>109</sup> Em 1972 a *International Standard Organization*<sup>110</sup> tornou oficiais as denominações das carrocerias dos automóveis de passageiros, que seriam:

- Sedan ou Berlina – carroceria fachada com capota rígida fixa, quatro ou duas portas laterais, mínimo de quatro lugares, e quatro vidros laterais. Outros nomes; Limousine (Alemanha), Berline (França) e Saloon (Inglaterra). (figura 30)
- Perua, camioneta ou jardineira – características analógicas ao Sedan, porém, com a bagagem ou carga abrigada pela capota e com a possibilidade de escamotear ou rebater o encosto do assento traseiro para aumentar o espaço de carga. Outros nomes; Kombiwagen (Alemanha), Break (França), Estate Car (Inglaterra), Station-Wagon (Estados Unidos). (figura 31)
- Limousine – análogo ao Sedan, acrescido da possibilidade de possuir dois ou três bancos escamoteáveis entre os bancos da frente e de trás devido a maior distância entre eles, quatro ou seis portas laterais e carroceria e chassi geralmente mais alongada. (figura 32)
- Cupê – análogo ao Sedan, porém, apenas com duas portas laterais, mínimo de quatro lugares. (figura 33)
- Cabriolé ou Cabriolet – semelhante ao Sedan, porém, com a possibilidade de abrir ou remover a capota, mínimo de dois lugares, duas ou quatro portas laterais. Outros nomes; Kabriolett (Alemanha), Descapotable (França), Dropheas Coupé (Inglaterra), Convertible Coupé (Estados Unidos). (figura 34)
- Berlina (Sedan) Conversível – semelhante ao Cabriolé, com a diferença do apoio fixo da capota dobrável na carroceria. (figura 35)
- Landulet – semelhante a Limousine, porém, com a capota dobrável ou removível sobre o assento dianteiro e fixa nos assentos traseiros. (figura 36)
- Spider – semelhante ao Cabriolé e a Berlina Conversível, com a diferença de poder ter apenas dois lugares. Outros nomes; Roadster e Runabolt (Estados Unidos). (figura 37)

<sup>109</sup> VOLKSWAGEN do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8

<sup>110</sup> CARROÇARIA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2

- Veículo de uso múltiplo – carroceria aberta ou fechada, tendo a capota dobrável ou removível apoiada na carroceria, quatro ou mais lugares removíveis (exceto o do motorista) duas ou quatro portas desmontáveis ou inexistentes além de duas ou quatro janelas laterais desmontáveis. (figura 38)

Figura 30 – Sedan ou Berlina

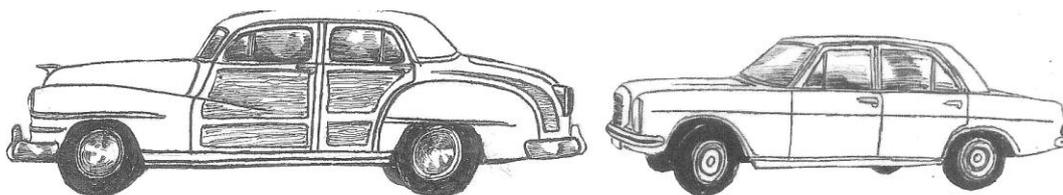


Figura 31 – Perua camioneta ou jardineira

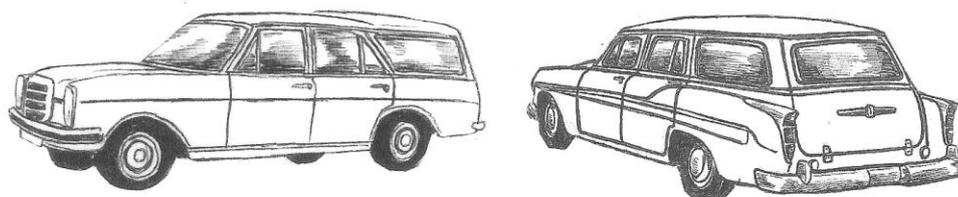


Figura 32 – Limousine

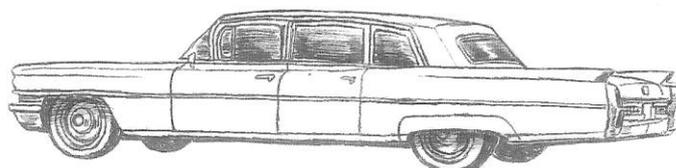


Figura 33 – Cupê. À direita, Business Cupê

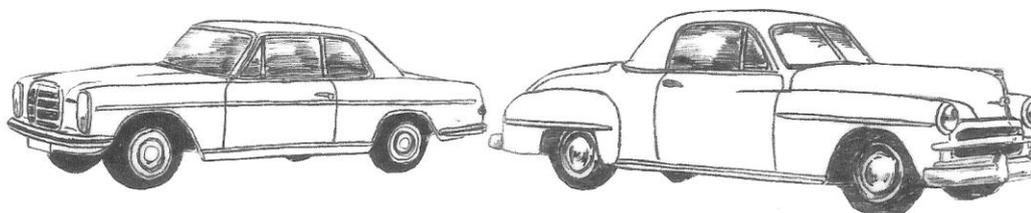


Figura 34 – Cabriolet ou Cabriolé

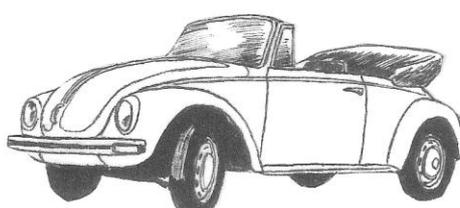


Figura 35 – Berlina conversível

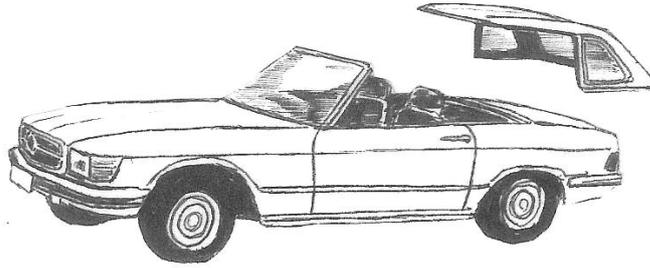


Figura 36 – Landaulet

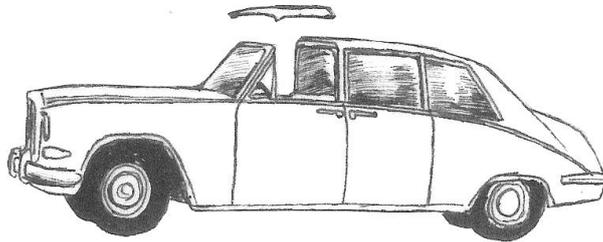


Figura 37 – Spider

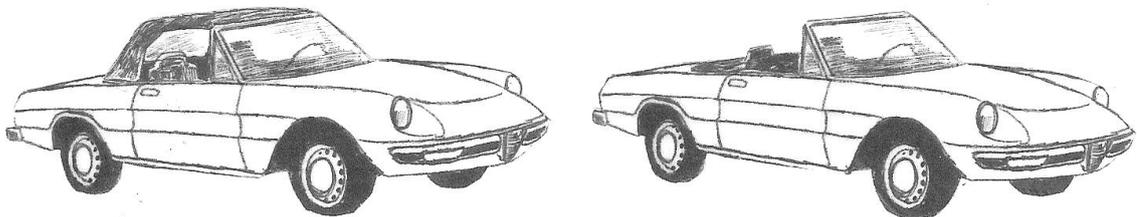
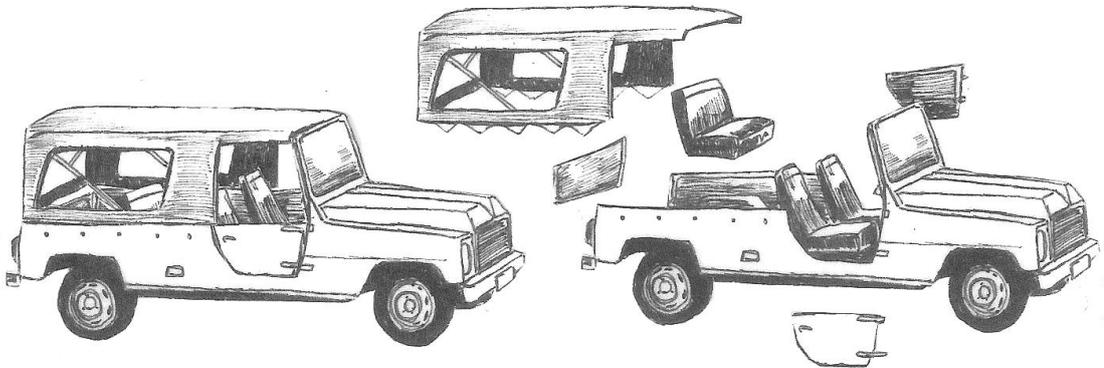


Figura 38 – Uso múltiplo



Apesar de ainda não serem oficiais na época da implantação da indústria automobilística no Brasil na década de 50, essas especificações já eram conhecidas e serviam de parâmetros na denominação dos tipos de carrocerias de automóveis de passageiros. Portanto, uma das leituras possíveis do artigo 12, é que poderiam ser recusados projetos que não se enquadrassem nos padrões convencionais.

Quanto aos motores, há especificações sobre a configuração que o GEIA compreenderia “o respectivo bloco completo desde o ventilador até o volante”. Faz-se necessário explicar que na época (1957) o posicionamento dos motores na engenharia convencional do automóvel era invariavelmente longitudinal, o ventilador mencionado refere-se a hélice do sistema de refrigeração de motores de combustão interna, refrigerados a água, posicionada à frente do motor; o volante refere-se a uma peça fundamental do sistema de transmissão dos automóveis que liga o motor à embreagem, e não como a palavra pode inicialmente sugerir à peça do comando da direção posicionada na cabine dos veículos, também chamada volante. Poderia se supor então que motores refrigerados a ar como o Volkswagen pudessem ser considerados anômalos, pois não possuíam ventilador nem radiador, e sim uma ventoinha montada numa espécie de carcaça que capturava direto na atmosfera o ar utilizado na refrigeração; assim como o motor DKW-Vemag, aprovado pelo GEIA, que também apresentava características peculiares nos seus três cilindros e curso de dois tempos, conhecido por “motor de dois tempos”, que utilizavam uma mistura de gasolina e óleo de motor para seu funcionamento. Mas estes exemplos seriam apenas particularidades na engenharia de motor que obedecia aos mesmos princípios de combustão interna mais convencional.

É mais provável que um dos objetivos do GEIA, além da necessária regulamentação desse aspecto da produção automobilística, fosse evitar projetos de motores experimentais que, não encontrando estímulos nos seus países de origem, poderiam tentar buscar apoio no Brasil, ou ainda motores de concepção considerada obsoleta, como motores a vapor ou mesmo a utilização de motores não concebidos originalmente para equipar automóveis de passageiros. Vale lembrar que na década de 50 existiram muitas experiências, tanto estilísticas quanto mecânicas, que demandariam anos de testes para comprovar sua eficiência e corrigir erros de projeto.

Entretanto, poderia se perguntar se o GEIA não teria sido excessivamente conservador ao delimitar os projetos de automóveis produzidos no Brasil a parâmetros tão convencionais, além de não ter previsto a concessão de algum tipo de benefício, por exemplo, sob a forma de créditos especiais aos fabricantes 100% nacionais, ou ainda não ter incentivado a criação de

projetos de automóveis de concepção inteiramente brasileira, nem mesmo na Fábrica Nacional de Motores. No âmbito das suposições é provável que isto pudesse traçar outros panoramas, inclusive com o desenvolvimento de tecnologias nacionais no setor automobilístico.

### 3.6 Novos imaginários na linha de produção

A segunda maneira de compreender o que poderia significar “característica anômala” na construção do automóvel estaria no seu próprio modo de produção. A construção de novos imaginários automobilísticos no Brasil não deveria se restringir apenas ao automóvel, enquanto objeto acabado, colocado à disposição de um público que precisava deste artigo, mas envolveria também sua produção em território brasileiro dentro de fábricas que trariam a modernidade, materializada na linha de montagem, dividindo e subdividindo as operações e mantendo a trabalho em constante movimento. Estas seriam as chaves da produção moderna preconizadas por Henry Ford e Frederick Wilson Taylor, que ainda estariam presentes no imaginário do cidadão comum como uma espécie de corolário da modernidade associado ao desenvolvimentismo, e o automóvel poderia ser a imagem mais visível desta ideologia.

Já existiriam exemplos mais antigos nesta espécie de estratégia de marketing da modernidade industrial. A linha de produção montada no galpão da Ford do Brasil inaugurada em 1919, em São Paulo, acabou se transformando numa atração turística na cidade; as pessoas iam assistir a montagem dos modelos “T” como se fosse um espetáculo. Em meia hora saía um “Ford Bigode” novinho em folha, produzido no ritmo constante de movimento das esteiras da linha de montagem. “Ford Bigode” foi um dos apelidos que o modelo “T” recebeu no Brasil.

Porém, na década de 20 já existiam críticas ao caráter opressivo e desumano das ideias de Henry Ford, e também do sistema de organização do trabalho estabelecidos pelo engenheiro norte americano Frederick Wilson Taylor, “Taylorismo”, que depois influenciou Ford. Guillermo Giucci (2007) relatou o caso do imigrante ucraniano Charles Madison, um operário que trabalhou na fábrica Ford, Highland Park, ainda na década de 1920, atraído pela oferta de *five dollars a Day*, um bom pagamento para os padrões da época. Mas o que parecia uma oportunidade de ouro se converteu num pesadelo para Madison, que trabalhava sob constante vigilância de capatazes e especialistas chamados *efficiency expert*, ou especialista em eficiência, que chegava a utilizar cronômetros para medir o tempo que o operário levava para montar um determinado componente.

Não havia tempo suficiente para ajustar ferramentas ou mesmo almoçar, porque tudo devia seguir um ritmo rigoroso para evitar perda de tempo, que significaria também perda de lucro. Madison pôde presenciar os limites de outro corolário fordista; o dos operários bem pagos. Quando foi receber seu primeiro salário, ele descobriu que tinham descontado US\$ 0,25 por hora de trabalho fazendo com que o salário prometido de cinco dólares por dia se reduzisse ao valor de dois dólares. Indignado, Madison quis saber a razão e foi informado que o desconto se dava por não ter alcançado as metas de produção estabelecidas pela fábrica, metas praticamente inatingíveis naquelas condições de trabalho. Charles Madison relatou o fato no seu livro “My Seven Years of Automotive Servitude”, citado por Giucci (p.18).

No campo da ficção, Giucci cita “Brave New World”, Admirável Mundo Novo, do escritor Aldous Huxley e publicado em 1932, que descreve uma sociedade fictícia extremamente mecanizada, inspirada nos princípios de ordenação e estandarização preconizados por Henry Ford. A época fictícia em que se passava a ação era definida por Huxley como “632 d.F.”, ou seja, 632 anos depois de Ford. Ainda na ficção, Giucci aponta críticas ao fordismo na obra “1984” do escritor inglês George Orwell, publicada em 1949, buscando comparações ao Panóptico, uma espécie de torre construída nas prisões idealizada por Jeremy Bentham no final do século XVIII, que proporcionava observação completa dos prisioneiros. Poderia ainda ser percebidas na obra de Orwell referências ao “Departamento de Sociologia” e ao “Departamento de Serviço Ford” existentes nas fábricas da Ford Corporation, que tinham entre outras funções a obtenção de informações sobre a vida privada de seus funcionários, mediante inspeções nas suas casas, para controlar suas vidas particulares. Em “1984”, todos estariam sob a vigilância de um “big brother” ou “grande irmão” ao qual nada escapava. Não é difícil identificar a figura de Henry Ford neste onipresente “grande irmão”.<sup>111</sup>

Contudo, deve-se considerar que estas críticas talvez não encontrassem terreno no Brasil. É verdade que existiram obras de cunho popular que tangenciaram a questão de modo crítico, como o filme “Modern Times”, “Tempos Modernos”, de Charles Chaplin produzido em 1936, onde ele criticou a industrialização “selvagem”. Há uma cena considerada antológica onde o personagem Carlitos trabalhava numa linha de montagem apertando dois parafusos num componente que deslizava freneticamente numa esteira de linha de montagem; porém, ele não dava conta da velocidade da ação. Num dado momento ele é “engolido” e

---

<sup>111</sup> MADISON, Charles, **My seven Years of Automotive Servitude**. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 66-67. (Colección Las ciudades y las ideas).

aparece serpenteando entre as engrenagens da máquina. Mas talvez isto não tenha sido percebido pelo espectador brasileiro como crítica à industrialização desenfreada, mas apenas como mais um filme engraçado do personagem Carlitos. Seria preciso um estudo mais detalhado para chegar a conclusões mais precisas sobre o tema. Ainda assim poderíamos vicejar, hipoteticamente, que o imaginário sobre os métodos industriais fordistas chegariam ao Brasil na década de 50 ainda com aspectos positivos solidificados perante a opinião do cidadão médio brasileiro, que ainda via nas fábricas uma espécie de emblema da modernidade como via para formular seus imaginários sobre o automóvel nos anos 50.

Deveria sair o “carrão” importado e entrar o “carrinho” nacional, produzido em fábricas dotadas de linhas de montagens unguidas de modernidade. As “características anômalas” na construção de automóveis estariam em qualquer processo de produção industrial que de alguma forma fugisse aos métodos Fordistas de fábricas com sua linha de montagem, onde cada operário estaria encarregado de uma parte da montagem do automóvel, dentro de cronogramas criados para reger o tempo gasto na produção de cada carro.

Existia grande interesse do público a respeito das modificações estilísticas e mecânicas nos automóveis, e também no seu processo de criação e produção. Por exemplo: em 1957 no seu artigo sobre a produção automobilística, publicada na revista *Seleções do Readers Digest*, J. P. McEvoy dizia que para um grande fabricante como a Chevrolet norte-americana introduzir qualquer inovação na sua linha de montagem teria que reaparelhar suas 22 fábricas com uma despesa de milhões de dólares, além de ter que descartar ferramentas e moldes obsoletos com perdas astronômicas.<sup>112</sup> Já no caso do Volkswagen lançado em 1958 suas modificações pareceriam mínimas, mas implicaram a produção de novos moldes para a produção da capota, para brisa, vigia traseira com novos vidros maiores, capô traseiro, painel de instrumentos, guarnições de acabamento, suportes, parafusos, porcas, arruelas e borrachas de vedação usados na fixação de novos componentes, além da elaboração de novo catálogo de cores para a carroceria, envolvendo assim o fabricante das tintas e vernizes automotivos e também de novos padrões de estofamento acionando os produtores da espuma, tecido, couro, linha de costura industrial e material plástico usado nos revestimentos. Mudanças em vários detalhes para marcar de forma inequívoca que se trata de um produto novo, diferente do antigo. Toda uma cadeia produtiva teria que se adequar ao novo produto. Imagine o impacto desta informação para o público brasileiro, não acostumado a este tipo de ritmo industrial.

---

<sup>112</sup> MC EVOY, P. A complicada gestação do automóvel. *Seleções do Reader's Digest*, Rio de Janeiro, n. 191, p. 40, dez. 1957.

Em abril de 1953, a Mecânica Popular publicou um suplemento especial sobre automóveis, “Homens e máquinas que fazem automóveis”, que forneceu aos leitores uma descrição do que eram as linhas de montagem de automóveis e suas etapas de produção desde a transformação do minério, passando pela usinagem de peças mecânicas, a estamparia das partes que compõe a carroceria e a sequência da montagem de cada carro, buscando exemplos em vários fabricantes de automóveis-norte americanos da época. Inclusive, a reportagem foi ricamente ilustrada com aquarelas em estilo acadêmico destacando a autoria do artista Roswell Brown (figura 39). Segue a introdução do texto original:

Se existisse um símbolo para os Estados Unidos, este seria o automóvel. A criação deste símbolo traz em si outro conceito representativo do engenho norte-americano: a produção em massa. Desde o primeiro instante em que o material se converte em metal fundido, até que os reluzentes automóveis saem da linha de montagem, a fabricação do automóvel representa a saga histórica do gênio mecânico do homem.

Chama atenção o tom apologético do texto; o automóvel é colocado como o símbolo de um país inteiro. Não foi feita citação direta a Henry Ford como o criador da linha de montagem porque poderia se configurar como publicidade gratuita à Ford Corporation e a matéria se referia a toda indústria automobilística norte-americana. E prossegue outro trecho do texto:

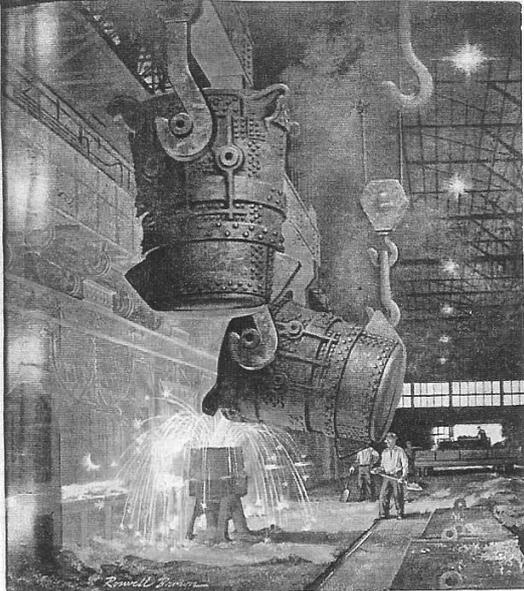
O carro fabricado hoje nasce como um simples esboço na prancheta do desenhista; mais tarde, passa por uma série de maquetes feitas à mão até que, finalmente se chega ao modelo final, composto de treze mil peças, que serão produzidas em massa.

Figura 39 – Revista Mecânica Popular, abril de 1953

EN EL SUPLEMENTO ESPECIAL que comienza en la página opuesta, los editores de Mecánica Popular presentan 40 páginas dedicadas a una gran industria que, durante el último medio siglo, ha revolucionado la vida en los EE. UU. Por los caminos vecinales y las grandes carreteras interestatales, por las bulliciosas avenidas de las ciudades y las calles comerciales, fluye la increíble cantidad de 44,000,000 de automóviles y 9,500,000 camiones, dedicados a transportar a los habitantes y productos de esta nación.

En estas páginas rendimos tributo a los creadores de los bellos modelos de 1953, los hombres que escriben su propia historia—la historia del ingeniero, del diseñador y del obrero de las fábricas; la historia de lo antiguo y lo moderno; la historia de los coches de 1933 y las ventajas que le ofrecen al automovilista. A fin de brindarles la serie de pinturas que aparecen a continuación, Roswell Brown visitó las grandes plantas de autos en el Medio Oeste de los Estados Unidos para reproducir a todo color "Los Hombres y las Máquinas que Fabrican Automóviles."

—Arthur R. Railton  
Editor de Automovilismo



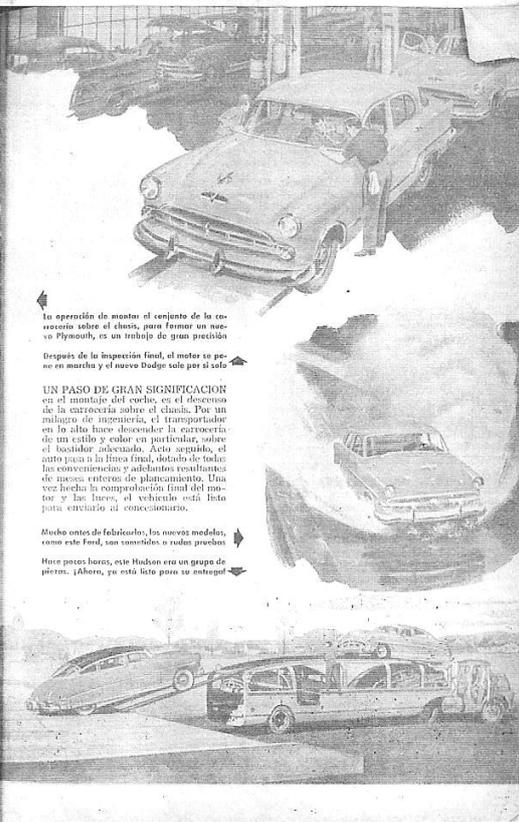
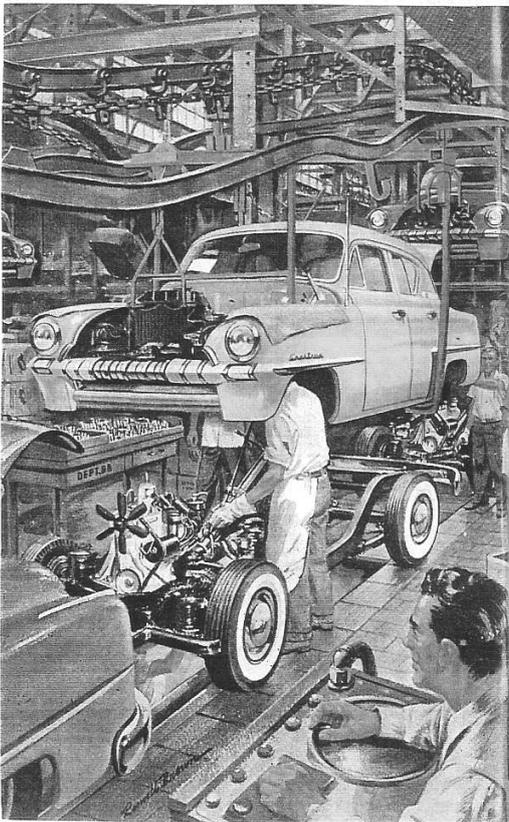
Este maravilloso "Luz de Bengala" se observa al vaciar el metal de un coladero a un horno abierto de la Ford

## Hombres y Máquinas que Hacen Automóviles

SI ACASO existe un símbolo para los Estados Unidos, ese es el automóvil. La creación de dicho símbolo, es en sí otro concepto representativo del ingenio norteamericano: la producción en masa. Desde el instante en que el mineral se convierte en metal fundido, hasta que los flamantes coches salen de la línea de montaje, la fabricación del auto representa el drama histórico del genio mecánico del hombre.

Mecánica Popular ha, consociado al famoso Roswell Brown la presentación de esta historia en esta serie de espléndidas pinturas.

ABRIL 1953



La operación de montar el conjunto de la carrocería sobre el chasis, para formar un nuevo Plymouth, es un trabajo de gran precisión

Después de la inspección final, el motor se pone en marcha y el nuevo Dodge sale por sí solo

UN PASO DE GRAN SIGNIFICACION en el montaje del coche es el descenso de la carrocería sobre el chasis. Por un milagro de ingeniería, el transportador en lo alto hace descender la carrocería de un estilo y color en particular, sobre el bastidor aleccionado. Acto seguido, el auto pasa a la línea final, donde de todas las conveniencias y adelantos resultantes de nuevos criterios de platingamiento. Una vez hecha la comprobación final del motor y las luces, el vehículo está listo para entregarlo al concesionario.

Mucho antes de fabricarlo, los nuevos modelos, como este Ford, son sometidos a rigurosos pruebas

Hace pocas horas, este Hudson era un grupo de piezas. Ahora, ya está listo para su entrega

O que pareceria apenas um detalhe dialético, “feitos à mão”, poderia ligar o método de produção mecanizada do automóvel ao da produção artística, pois para efeito de mídia, a produção em massa não poderia prescindir do toque artesanal e humano de um desenhista, ou artista (que remeteria ao mascaramento da realidade na construção do Imaginário). Assim, poderia ser preservada a figura do homem como criador da estética automotiva. Sem este detalhe a produção em massa poderia expor aspectos excessivamente mecânicos, que poderiam parecer um tanto frios ao olhar do leitor. A própria matéria da *Mecânica Popular* destaca a autoria do artista Roswell Brown nas aquarelas que a ilustram quando poderia ter utilizado a fotografia em cores, um recurso moderno para a época. Entretanto, o apelo artístico cairia melhor ao mote da reportagem. Prossegue outro trecho:

As rodas, a carroceria, as peças de estofamento se movem num ritmo uniforme até a linha de montagem, tudo que se vê se encontra em constante movimento. Como por magia os operários armam rapidamente as complicadas partes da carroceria, as quais são soldadas para formar a unidade, que prossegue sua marcha até chegar ao túnel de pintura (...). A construção de um automóvel compreende uma extensa variedade de trabalhos especializados.<sup>113</sup>

Percebe-se o destaque dado ao processo de produção executado pelos operários, como diz o texto, especializados nas suas funções. O que o texto não diz é que cada operário devia executar seu trabalho rapidamente, porque os carros não deviam demorar na linha de montagem por questões de custo. Existiam cronogramas indicativos da quantidade ideal de carros produzidos por dia, assim como o número de operários envolvidos no processo de fabricação; provavelmente, na observância dos *efficiency expert*, talvez não tão rigorosos como nos tempos de Henry Ford, mas ainda presentes.

No Brasil, a imprensa teria atuado como um importante fator no fortalecimento da posição do automóvel nacional no mercado. Nos testes realizados pela revistas brasileiras especializadas no final da década de 50 e início de 60, transparece uma espécie de torcida para que tudo desse certo. Já na edição número um da revista *Quatro Rodas*, em agosto de 1960, veio uma matéria cujo título era: “Nasce um carro”.<sup>114</sup> A reportagem era ilustrada com fotografias da linha de produção da Volkswagen, e mostrava as etapas na produção de um

---

<sup>113</sup> RAILTON, Arthur R. Hombres y Maquinas que hacen automóveis. *Revista Mecânica Popular*, Chicago v. 12, n. 4, p.38, Abril 1953. (Tradución del v. 99, n. 2, edición em inglés)

<sup>114</sup> NASCE um Carro. *Quatro Rodas*, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 26-29, ago. 1960.

carro desde a estamparia da carroceria e do chassi, pintura, montagens, estofamento, motor, enfim todo o processo industrial. A matéria iniciava assim:

Um espaço enorme apinhado de homens e máquinas, centenas de metros cúbicos de trabalho enfaixados por vidro, zinco e concreto, ruídos que ensurdecem, uma sequência de gestos e movimentos sincronizados: neste ambiente, 5.008 peças, grandes e pequenas, se juntam e se entrosam para formar um automóvel.

Parece descrição de uma fábrica inteiramente modelada no figurino “Fordista”. Não é difícil perceber semelhanças entre esta matéria e o suplemento “Homens e máquinas de fazem automóveis” publicado na revista *Mecânica Popular* de abril de 1953, quanto ao elogio ao processo industrial. Vejamos outro trecho:

Nasce a carroceria. Juntam-se os elementos saídos das prensas. (...) A fábrica é um mundo denso de ruídos, longos ou secos, cheios ou pontiagudos, fundindo-se num único, imenso clangor. Talvez isto sugira uma idéia de confusão; mas é exatamente o contrário o que acontece. Não há ordem mais perfeita, sincronização mais exata do que numa fábrica de automóveis.

Pode-se comparar ao texto de Louis-Ferdinand Céline, citado por Giucci (2007, p.59) no espanto ante o ambiente fabril:

O estremecer do imenso edifício nos possuía de tremor dos pés à cabeça, que vinha dos vidros, do piso, da estrutura de ferro (...) vibrando de cima abaixo. Nós também éramos inevitavelmente transformados em máquinas com nossa carne estremecida entre esse enorme estrondo furioso que nos agarrava por dentro, envolvia nossas cabeças, agitava nossas tripas e subia até os olhos com espasmos curtos, infinitos e incansáveis.<sup>115</sup>

O texto de Céline coloca o ser humano como servo das máquinas. Mas tanto no texto veiculado na revista *Quatro Rodas* de 1960, quanto ao da *Mecânica popular* de 1953 não há espaço a questionamentos quanto aos aspectos opressivos do trabalho nas fábricas, nem da monotonia, da repetição constante dos mesmos gestos e dos possíveis cronogramas de produção aos quais os operários estariam sujeitos. Na revista *Quatro Rodas* há menções idealizadas ao trabalho, inclusive destacadas na referência às mulheres que trabalhavam na linha de montagem:

---

<sup>115</sup> CÉLINE, Louis F. **Viagem ao fim da noite**. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 59. (Colección Las ciudades y las ideas).

Esta moça (há uma foto) solda uma das peças que compõe os eixos. Cerca de duzentas e cinquenta vezes por dia executa o mesmo gesto, num respingo de fagulhas incandescentes.

Na foto a operária está com lenço de cabeça, batom, óculos e luvas de proteção, mas a repetição do gesto e as fagulhas não sugeriam algo desagradável, embora ela não esteja sorrindo. Há outra menção feminina:

Máquinas de costura: a surpresa de uma fábrica de automóveis. No meio do grande ruído, as quarenta moças da secção de costura criam uma atmosfera íntima e calma.

No texto de 1953, a produção em massa não poderia prescindir do toque artesanal humano, e no de 1960 este toque vinha pelas mãos femininas que até poderiam transformar um dos recantos da fábrica no espaço íntimo de um ateliê de costura. Há uma última menção feminina que merece destaque:

Vênus surgiu da espuma do mar. A carroceria surge de um banho de primer. Chama-se primer uma tinta anticorrosiva de cor cinzenta, contida num tanque, dentro do qual a carroceria e o chassi, separados são imersos completamente.

A explicação técnica do processo de preparação da carroceria dos automóveis parece agir como equilíbrio racional à metáfora utilizada antes, caso contrário a referência à lenda do nascimento da deusa Vênus pareceria um devaneio literário. Porém, sem ela, a técnica se revestiria de frieza. No texto de 1953 a produção das ilustrações em aquarelas executadas por um artista plástico é que devia promover, aos olhos do leitor, o equilíbrio entre a racionalidade “Fordista” e o gênio criador humano. Em 1960, o elemento promotor do equilíbrio poderia ser a mulher, como elo criativo e humano.

Nas capas das revistas um detalhe a ser destacado era a presença feminina na publicidade automobilística. Desde cedo, a publicidade se aperceberia do potencial sedutor e erótico da mulher e passaria a explorar este filão ao extremo. Na década de 1950 a moda feminina era lançada paralelamente aos novos modelos de automóveis como uma maneira de conjugar dois grandes acontecimentos a cada ano num único, com muito mais alcance de mídia. Isto ocorria principalmente na Europa. Já nos Estados Unidos não havia tanta ligação

com a moda e as modelos (ou manequins como se dizia) se apresentavam em poses mais audaciosas e eram chamadas de *pin-up-girl*. A figura da *pin-up* (figura 40) teria a função de chamar a atenção do público para os automóveis com a intenção de promover vendas. No Brasil, a tendência de usar *pin-ups* parecia seguir mais o modelo europeu: a Revista de Automóveis sempre trazia nas capas fotos de automóveis “último tipo” mulheres elegantemente trajadas. O primeiro número da revista Quatro Rodas (agosto de 1960) trazia a foto de um veículo Volkswagen Karmann-Ghia tendo uma *pin-up* ao lado.

Figura 40 – Acima, Revista Quatro Rodas, número 1 à direita operária de fábrica de automóveis em 1960: Abaixo à direita folheto promocional de 1957



Não é o caso, no momento, em aprofundar na questão da mulher na publicidade automobilística, mas ainda assim, poderiam se fazer três considerações: na Europa, é possível que a aliança, entre moda e automóvel fosse uma maneira de capturar a atenção das mulheres aos novos lançamentos, com vistas ao potencial mercado que o público feminino representaria. Já nos Estados Unidos, não parecia haver um direcionamento ao público feminino através das *pin-ups*, apenas ao masculino devido às poses provocantes das modelos. No Brasil, a julgar pelo que se via nas capas das revistas nacionais de automóveis, parece que a tendência foi mais europeia que norte-americana, embora as ligações entre moda e automóvel ainda não estivessem explícitas.<sup>116</sup>

Assim, poderíamos concluir que era isto que o GEIA acreditava ser o ideal para o Brasil: carros que movimentassem toda uma cadeia produtiva e tivessem seu estilo modificado de vez em quando para atender às exigências do mercado e da concorrência, fossem produzidos em grandes indústrias e em grande quantidade para atender a demanda de consumidores em diversos níveis de mercado, onde a automação das linhas de produção em constante movimento representasse progresso diante do público.

---

<sup>116</sup> “PIN-UP” vende automóveis? **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 10, p. 30-33, fev. 1962. SEVCENKO, Nicolau. **A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio**. In:\_\_\_\_\_. História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.558-559. (Coleção História da vida privada no Brasil, v.3).

## 4 A META 27

Em 1958 o automóvel brasileiro deixaria de ser “um plano” para se tornar a materialização de “uma meta”. O programa de Metas do Presidente Juscelino Kubitschek (1956) consistia em 30 metas agrupadas em cinco setores: Energia, Transportes, Alimentos, Indústrias de base e Educação, além da meta-síntese – a construção de Brasília.<sup>117</sup> Clóvis de Faro e Salomão Quadros (1991, p. 80-81) citam Roberto Campos ao apontar antecedentes já na década de 40, destacando o Plano Quinquenal de Obras e Reparcelamento da Defesa Nacional (1942) e o Plano Salte - Saúde, Alimentação, Transporte e Energia (1946-47), salientando ainda a Comissão Mista Brasil-Estados Unidos (1949) além da Comissão Econômica Para a América Latina –(Cepal)/BNDE – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (1952).<sup>118</sup> A “meta 27” prometia a efetiva implantação da indústria automobilística no Brasil e a produção de 170 mil veículos motorizados até 1960; mas isto dependeria também da construção de novos hábitos de consumo reconstruídos dentro de novos parâmetros para que o público acolhesse os carros nacionais. Foi preciso promover uma espécie de desordem no incipiente mercado de automóveis no Brasil, com reservas de mercado e proibições. Por conta disto (ou apesar disto) o carro nacional foi aceito e acolhido no cotidiano da população brasileira. Como isto foi conseguido é o que se propõe a discutir este capítulo.

### 4.1 Hierarquias automotivas

Se fizessem uma pesquisa no Brasil, na segunda metade da década de 50, perguntando que automóvel as pessoas gostariam de comprar, é provável que a resposta ainda fosse: um Cadillac! Este era o padrão de automóvel ideal no imaginário da população brasileira, e o desafio seria modificar esta mentalidade construída por décadas. Giucci (2007) cita Pauline Garvey, sobre países onde não existia indústria automobilística local e todo veículo automotor teria que ser importado, incluindo ônibus, veículos de carga e máquinas agrícolas. O autor explica que não eram percebidos como elementos importantes no desenvolvimento do comércio e da indústria, e no caso dos automóveis de passageiros, se tornavam símbolo de

---

<sup>117</sup> KUBITSCHKEK, Juscelino. **Meu caminho para Brasília**: escalada política. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1976. p. 368.

<sup>118</sup> FARO, Clóvis de; SILVA, Salomão L. A década de 1950 e o Programa de Metas. In: GOMES, Ângela de Castro (Org.). O Brasil de JK. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991. p. 67-105.

privilégio individual e de expressão do controle do Estado.<sup>119</sup> Vale dizer: o Estado estabeleceria leis, normas e regras para a importação de carros estrangeiros, entretanto, todo este aparato legal poderia ser manipulado por membros do próprio Estado em proveito próprio. Sendo a importação a única via possível para aquisição de carros novos, estaria criado o espaço restrito aos privilegiados do poder.<sup>120</sup>

Giucci (2007) cita ainda Igor Kopytoff na observação do comportamento cultural dos habitantes de países que têm obrigatoriamente que adotar objetos estrangeiros no uso cotidiano: de alguma forma, os objetos teriam que passar por um processo de redefinição cultural de acordo com os hábitos e costumes dos países onde seriam usados. O modo como os automóveis são comercializados, a relação entre vendedores e compradores, seus usos, às vezes de forma imprevista pelas indústrias e a identidade de seus usuários, onde poderia se verificar uma imensa reconstrução cultural de papéis. Kopytoff estende a questão ao uso do automóvel no decorrer dos anos, quando podemos perceber o gradativo rebaixamento hierárquico dos carros conforme vão envelhecendo e mudando de dono. Isto é particularmente perceptível nos carros de luxo.

Pesquisando sobre a marca Isotta Fraschini no Brasil, Malcolm Forest (1983) relatou o caso dos quatro automóveis do empresário Henrique Lage: um modelo “Landulet Tipo 8” 1925, e um “Phanteon Cabriolet 1927” que teria pertencido à esposa de Henrique Lage, Gabriela Benzanconi, além de mais dois modelos, provavelmente “Tourer Tipo 8”. Todos os quatro carros eram da marca Isotta Fraschini de Milão, indicando certa predileção de Lage pela marca italiana que era uma espécie de ícone de exclusividade para os milionários brasileiros nas décadas de 20 e 30. Após sua morte em 1941, seus quatro carros entraram em inventário e foram vendidos ao final da década de 40. Dois teriam sido destruídos em ferros-velhos enquanto que o Phanteon Cabriolet 1927 de Gabriela permaneceu por anos abandonado numa oficina em Londrina, Paraná, até ser descoberto por um colecionador de carros antigos. Apenas o Landulet Tipo 8 1925 sobreviveu intacto.<sup>121</sup>

---

<sup>119</sup> GARVEY, Pauline. **Drinking and Daring in Norway** *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 20-21. (Colección Las ciudades y las ideas).

<sup>120</sup> HOLANDA, Haroldo. Saem divisas entram carros. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 165, p. 12-15, 18, jun. 1955. PERRACINI, Renato. **Os primórdios do automóvel no Brasil**. São Paulo: Editora Três, 1986. p. 4-39. (Motor 3: edição histórica 100 anos do Automóvel).

<sup>121</sup> FOREST, Malcom. Isotta Fraschini. **Revista Autos Antigos**, São Paulo, ano 2, n. 5, p. 15-17, 1983. (Edição Especial)  
PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 6, p.6-31, out. 1993.

Segundo Giucci, Kapytoff ainda estende a questão às oficinas de reparos e à disposição final das peças dos carros desmontados, como ocorreu com os Isottas de Henrique Lage e sua esposa. Não importaria se inicialmente eram carros de luxo, porque poderiam ao final se tornar ferro-velho como qualquer carro popular. Renato Perracini (1993) coloca o caso da marca norte-americana Cadillac, ícone de prestígio e luxo no decorrer da década de 50: em 1960 um modelo Cadillac 1949 “rabo-de-peixe”, pouco rodado, custaria menos que um Volkswagen Sedan alemão 1952, o que poderia denunciar a depreciação do carrão de luxo importado face ao carro popular, também importado, mas que já encontraria eco no modelo produzido no Brasil, na fábrica da Volkswagen do Brasil, São Paulo, desde 1959.<sup>122</sup> Seria preciso averiguar a situação do mercado de carros usados na comparação dos modelos Cadillac e Volkswagen nos Estados Unidos e na Alemanha ao final da década de 50, em comparação com o Brasil, para uma conclusão mais precisa. Mas ainda assim poderia se afirmar que a valorização do carrinho alemão face ao carrão norte-americano em nosso país se configuraria como uma característica regional brasileira aos moldes do pensamento de Kapytoff.<sup>123</sup>

Pode-se ver também regionalismo análogo no que ocorreu na apropriação dos carros de luxo norte-americanos pelas autoridades do Estado brasileiro, transformando-os em símbolos de prestígio junto ao poder no início dos anos 50, como algo semelhante ao que poderia ter ocorrido em outros países, como na Noruega citada por Garvey, (Giucci, 2007) mas de características próprias ao contexto histórico, geográfico, cultural e até econômico de cada país. Poderia se dizer que a preferência do brasileiro no que tange a automóveis, foi modelada em critérios que poderiam ser definidos por ecléticos onde às vezes prevaleciam contornos regionais, dadas às circunstâncias onde o comércio e a distribuição de carros novos e usados ocorriam.

A título de exemplo, cumpre mencionar o caso de Juiz de Fora, região da Zona da Mata mineira, onde circulavam muitos veículos de procedência europeia das marcas Ford inglesa e Opel alemã. A princípio isso poderia denotar uma predileção do público por esse tipo de automóvel de pequeno porte. Entretanto, parte desta preferência poderia ser atribuída à presença na cidade de dois grandes distribuidores dessas marcas, atuando na região: a firma

---

<sup>122</sup> Preço do Cadillac 1949 e do Volkswagen Sedan 1952 em 1960: cf. PERRACINI, Renato. Cadillac: 90 anos. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 5, p. 30-31, maio 1993.

<sup>123</sup> KAPYTOFF, Igor. **The Cultural Biography of things: commodization as process.** *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética.** Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 21 (Colección Las ciudades y las ideas)

“Getúlio N. Carvalho Comércio e Indústria S.A.”, concessionária autorizada Ford que vendia caminhões, tratores e carros novos das divisões Ford europeias, possivelmente automóveis modelos Anglia, Prefect, Pilot, Consul, Zephir e Zodiac da Ford inglesa e modelos Taunus da Ford alemã. Já veículos da marca Opel Alemã, provavelmente automóveis modelos Admiral, Olympia, Kadett e Rekord, eram distribuídos pela firma Estabelecimentos Ciampi, enquanto que a Cia de Propaganda, Administração e Comércio, PROPAC, do Rio de Janeiro, fazia a importação de veículos marca Austin ingleses, possivelmente automóveis modelos Seven, A40 Somerset e A70 Hampshire, que em 1951 tinha como representante em Juiz de Fora Belmiro Ciampi, com sua agência de automóveis na principal avenida da cidade inaugurada em fevereiro daquele ano. Ao exemplo da Getúlio N. de Carvalho, seriam firmas de grande presença na cidade e região e isto poderia significar oferta regular de veículos destas marcas, além da garantia de assistência mecânica autorizada e peças originais.<sup>124</sup>

Portanto, isto não seria exatamente um apelo mercadológico pelas qualidades técnicas ou estéticas dos produtos oferecidos ao público, mas apenas circunstâncias comerciais delimitadas pelas possibilidades de oferta restritas àquele tipo de veículo. Talvez até o público da região da Zona da Mata mineira preferisse os grandes carros norte-americanos, mais vistosos e coloridos, aos pequenos automóveis europeus; mas teriam que se contentar com o que fosse possível. Também existiam distribuidores de marcas norte-americanas muito atuantes na região, como a Agência Internacional de Affonso Pinto da Motta, que oferecia carros das marcas Hudson e Packard norte-americanos em 1951 e a firma Américo Picinin & Cia, APEC, que vendia veículos Chrysler em 1953.<sup>125</sup> Porém, carros vindos dos Estados Unidos eram mais valorizados e caros na década de 50. Foge ao escopo deste trabalho analisar a fundo essa questão; no entanto, é possível imaginar que isto poderia denotar também que o valor aquisitivo do público consumidor de carros em Juiz de Fora e região teria parâmetros definidos como medianos; daí também a preferência por carros europeus mais baratos.

---

<sup>124</sup> BALANCETE da firma Getúlio N. Carvalho, agência Ford. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 4, 25 jan.1953.

ANÚNCIO da agência Estabelecimentos Ciampi de utilitários alemães Opel em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, 21 abr. 1955.

INAUGURAÇÃO de agência de automóveis ingleses Austin em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 3, 25 fev. 1951.

<sup>125</sup> ANÚNCIO da agência Internacional de automóveis norte americanos Hudson e Packard em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 4, 04 jan. 1951.

ANÚNCIO da agência Américo Picinin & Cia de automóveis norte americanos Plymouth e caminhões Fargo em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 4. 01 fev. 1953.

Como foi anteriormente demonstrado, esse mercado abastecido somente com carros importados resultava também numa indesejável evasão de divisas, prejudicial à economia do país; em 1954 o governo brasileiro restringia mais as importações de automóveis de passeio. Vamos encontrar numa matéria veiculada na *Manchete* de 18 de junho de 1955, com o título “Saem divisas e entram carros,” denúncia sobre o comércio irregular de automóveis que ocorria no país. Vejamos a introdução da reportagem:

Quem chega ao Rio, São Paulo ou outra grande cidade, em viagem de turismo, há de ter a impressão que nadamos em rios de ouro e que a vida aqui é de abundância, tal o número de carros de passeio, dos mais recentes e das linhas mais avançadas que trafegam pelas nossas mais movimentadas e importantes avenidas”.<sup>126</sup>

A matéria relacionava alguns artifícios utilizados para burlar as leis restritivas às importações. Existiam leis que limitavam importações de quaisquer tipos de automóveis de passageiros, abrindo exceção para: cidadãos brasileiros que tivessem residido por mais de seis meses fora do país; cidadãos estrangeiros que se transferissem em caráter permanente para o Brasil; missões diplomáticas estrangeiras, funcionários civis e militares da União, inclusive os de carreira diplomática que retornassem depois de cumprida sua missão no exterior. Eles poderiam trazer automóveis na bagagem, contanto que seu o preço nos países de origem não ultrapassassem o valor de US\$ 3.500,00 (três mil e quinhentos dólares) no câmbio oficial, somadas todas as despesas até o embarque do carro no navio; isto se chamava preço F.O.B. ou *Free On Board*. Assim, para manter o comércio de automóveis dentro da legalidade, os importadores aliciavam estudantes, artistas ou qualquer pessoa que residisse fora do país por algum tempo por conta da concessão de bolsa de estudos ou algo parecido, além de membros das forças Armadas Brasileiras, marinheiros e funcionários do Estado, que no retorno ao Brasil trariam um automóvel estrangeiro na bagagem sob encomenda dos importadores e, evidentemente, recebendo alguma comissão pelo “serviço” prestado. Existiam também aliciadores de cidadãos estrangeiros que deviam simular sua mudança para o Brasil. A reportagem da revista *Manchete* de 1955 explica como se fazia para trazer um carro dos Estados Unidos: o intermediário procurava um cidadão norte-americano, que “emprestaria” o nome na simulação de sua mudança para o Brasil; em troca receberia como pagamento uma quantia que variava de 500 à 1000 dólares; “muito dinheiro mesmo lá”, como frisava a

---

<sup>126</sup> HOLANDA, Haroldo. Saem divisas entram carros. *Manchete*, Rio de Janeiro, n. 165, p. 20, jun. 1955.

reportagem. O cidadão norte-americano assinava uma declaração no consulado brasileiro manifestando seu desejo de transferir-se para o Brasil em caráter permanente. Depois, providenciava-se a imediata compra do carro e a legalização de todos os documentos, incluindo sua fatura da compra, declaração de bagagem e residência visadas pelo consulado, que emitia também uma fatura consular.

Enquanto isso, o cidadão norte-americano se dirigia à Imigração para solicitar uma permissão de reentrada nos Estados Unidos pelo prazo de seis meses, pois tendo assinado uma declaração de intenção de residir em outro país, fazia-se necessário esse procedimento para garantir seu retorno fictício porque, na verdade, o que chegava ao Brasil na maioria das vezes era apenas o seu passaporte, já que o cidadão estrangeiro teria ficado no seu país. Ele daria uma procuração que permitiria ao importador retirar o automóvel da alfândega brasileira, totalmente legalizado. Às vezes, como medida de segurança para garantir o sucesso do negócio, o cidadão estrangeiro vinha junto com o carro e permaneciam no Brasil apenas os dias necessários para o desembarço aduaneiro do veículo. Existiam também maneiras de burlar a Alfândega através da corrupção de funcionários além do puro e simples contrabando, às vezes via Uruguai ou pelos estados do Norte e Nordeste do Brasil.<sup>127</sup>

Apesar de menos de 1% da população brasileira possuir um carro na década de 50, o assunto automóvel estava na pauta do dia. Mesmo em 1960 quando já se produziam veículos no Brasil, numa população de 70 milhões de pessoas, apenas 0,57%, ou 400 mil, possuía um automóvel de passeio, fosse novo ou usado.<sup>128</sup> Em maio de 1957, a Revista de Automóveis (a mesma edição que publicou as normas para a fabricação do automóvel de passageiros) publicou matéria de autoria do engenheiro J. L. de Burlet com o título: “Estudo para o estabelecimento da despesa quilométrica para os seis principais tipos de automóveis”, que iniciava da seguinte maneira:

Por ter sido até hoje o automóvel no Brasil um objeto de luxo ao alcance de pequena minoria quase toda concentrada nas grandes cidades, pouca ou nenhuma importância se tem dado ao lado financeiro do seu emprego. Até a última guerra custava relativamente pouco dinheiro um automóvel Ford ou Chevrolet, carro de luxo, aliás, nos moldes da construção europeia. Custava a gasolina menos de dois cruzeiros o litro, o óleo menos de dez. Peças

---

<sup>127</sup> HOLANDA, Haroldo. Saem divisas entram carros. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 165, p. 14, jun. 1955.

<sup>128</sup> RIBEIRO, José Hamilton. Assim era o Brasil naquele alegre 1960. **Quatro Rodas**, São Paulo, Edição Comemorativa dos 20 anos, ano 21, n. 241A, p. 10-17, ago. 1980.

baratas e à vontade. (...) Não admira, nestas condições que poucos automobilistas se preocupassem com a despesa mensal e anual feita com ele.

A matéria se refere, provavelmente, a uma época anterior à Segunda Guerra Mundial, quando o automóvel, ou a real possibilidade de possuir um, era ainda mais raro entre os brasileiros. O texto prossegue:

Nos países onde o carro é realmente um instrumento popular, um instrumento de trabalho, a noção de despesa quilométrica tem grande importância. É um fator conhecido, publicado pelas revistas e jornais especializados, ou não e sempre atualizados. Serve para a escolha dos modelos a serem comprados e para o estabelecimento do orçamento familiar.

Neste ponto, o autor reconhece que o automóvel ainda se constituía num objeto de consumo ao alcance de poucos, o que não deixava de ser verdade. Já existiam leis e decretos proibindo a importação de alguns tipos de carros, e os que eram montados no Brasil tinham quase a sua totalidade constituída em componentes importados. Em resumo; automóvel não era um artigo fácil e nem barato de se obter e manter. Neste “estudo” os automóveis foram distribuídos em seis categorias, desde a primeira de carros de luxo até a sexta onde podiam ser encontrados modelos mais econômicos. Essas categorias se baseavam na potência dos motores que equipavam cada modelo, e suas despesas seriam calculadas para um prazo de três anos de uso, admitindo-se que o veículo tivesse sido adquirido em bom estado de conservação, e supondo-se uma média de 20 mil quilômetros rodados por ano. Em cada categoria vinha uma lista com as marcas que se constituíam em número suficiente de exemplares em território brasileiro, para compor grupos que permitisse o estabelecimento de algum tipo de classificação.

Assim, a lista da “categoria I” trazia 13 marcas de carros de luxo, sendo apenas três europeias (Bentley, Daimler e Rolls Royce, todos ingleses) e o restante norte-americano. Nas listas das categorias II até V ocorria uma crescente citação de marcas e modelos de procedência europeia, enquanto o número de carros vindos dos Estados Unidos citados vai decrescendo até chegar à última lista, dos automóveis considerados econômicos, onde havia 26 modelos de marcas europeias e apenas um modelo norte americano (o Crosley cujo fabricante não produzia automóveis desde 1952). Transparece também nestas listas a hierarquia de prestígio no universo das marcas e modelos de carros existentes no Brasil no início de 1957, que pode ter transpassado todo o período entre 1950 e 1960. Os automóveis

mais caros e luxuosos eram os que tinham o maior custo de manutenção, sugerindo que seus proprietários deveriam ser os mais abastados.<sup>129</sup>

Assim, para os 99% restantes da população o sonho de possuir um automóvel mesmo com muitos anos de uso, era algo bem distante da realidade cotidiana. Para se locomover pelas cidades as pessoas tinham obrigatoriamente que utilizar o transporte coletivo. Joaquim Ferreira dos Santos (2008, p.42) cita o poeta Ferreira Gullar, que relembra o ano de 1958 quando saía da redação do Jornal do Brasil na Avenida Rio Branco, Rio de Janeiro. Para chegar ao bairro de Ipanema Gullar pegava o ônibus linha 12 - Estrada de Ferro-General Osório na Rua da Carioca, no centro, e demorava 50 minutos no trajeto. Ele relembra com humor que o ônibus era chamado de “Gosório” porque as letras no seu letreiro eram muito juntas. Outros ônibus também tinham apelidos populares, como os modelos “Aclo-Grassi”, chamado pelos usuários de “Camões”, porque tinha a cabine do motorista projetada para frente<sup>130</sup>. Apesar do bom humor, Gullar, assim como os demais usuários do transporte coletivo urbano, considerava o serviço muito ruim e registrou isto numa crônica:

Os ônibus farfalham, tilintam, rosnam; bondes chiam e estridem; buzinas, explosões, batidas, apitos – estou em plena cidade brasileira. Sair de casa cansa mais que trabalhar. Uma cidade com três milhões de habitantes é inabitável.<sup>131</sup>

Giucci (2007) nos lembra que para Norbert Elias o trânsito das grandes cidades requeria uma mudança no aparato psíquico dos habitantes. Os automóveis circulam de um lado para outro, os pedestres e ciclistas tentam se esgueirar por entre os automóveis, ônibus e caminhões; em cada cruzamento há um guarda orientando o fluxo do tráfego entre as vias. De acordo com Elias tal regulamentação estaria orientada fundamentalmente a adequar o comportamento individual às necessidades do funcionamento do que definiu por “trama

---

<sup>129</sup> BURLETT, K. L. Estudo para o estabelecimento da despesa quilométrica para os seis principais tipos de automóveis. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 21-27, maio 1957.

<sup>130</sup> PERRACINI, Renato, Ônibus: da “mamãe me leva” ao “coach” integral. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 24, p. 54, jul. 1962.

<sup>131</sup> SANTOS, Joaquim Ferreira dos. **Feliz 1958: o ano que não devia terminar**. Rio de Janeiro: São Paulo: Record, 2008. p. 42.

social”, ou seja, o adestramento do comportamento coletivo dos indivíduos frente às novas exigências das sociedades mais avançadas.<sup>132</sup>

Na metade do século XX poderia se dizer que as cidades brasileiras estariam chegando a este estágio, mas o transporte coletivo pareceria ainda atrelado aos mesmos trilhos de bonde e trem planejados para as cidades do fim do século XIX, que já denotariam certa inadequação ao transporte coletivo das cidades da era do automóvel. Longe do bom humor de cronistas como Ferreira Gullar, existiam coisas de contornos absurdos, como a linha de bondes que passava pelo túnel João Ricardo, que ligava a Central do Brasil à Avenida Rodrigues Alves, zona portuária do Rio de Janeiro, onde o bonde circulava no sentido contrário ao fluxo do trânsito no retorno para o centro da cidade; isto resultava em graves colisões frontais envolvendo os bondes e outros veículos que ao entrarem no túnel não conseguiam perceber o bonde na contramão a tempo de parar ou desviar. Construído em 1921, o túnel João Ricardo era inclusive famoso pela crônica policial devido também aos assaltos que ocorriam no seu interior. Havia um dito popular afirmando que: “quem entra no João Ricardo vestido sai do outro lado nu”.<sup>133</sup>

Existiam também muitos ônibus antigos em circulação nas cidades brasileiras, e não era difícil encontrar uma situação em que ocorria o reaproveitamento de veículos adquiridos em outras cidades maiores. Em Juiz de Fora, por exemplo, a população teve que se servir de ônibus usados, adquiridos em outras cidades, que mal chegavam já eram postos em uso sem as devidas condições de segurança, higiene e ainda quase num tom de zombaria com as placas indicativas dos bairros a que serviam noutra município. O historiador Paulino de Oliveira (1966, p. 291) referiu ao fato:

Juiz de Fora passou a ser o El dorado dos que, fracassando em outras plagas, para aí se dirigiram, pleiteando concessões e oferecendo vantagens. Nem todos (...) agiram com necessária honestidade, verificando a prefeitura que muitos deles se apresentavam com veículos condenados pelas inspetorias de trânsito do Distrito Federal (Rio de Janeiro), São Paulo e Petrópolis.<sup>134</sup>

---

<sup>132</sup> ELIAS, Norbert. **El proceso de la civilizacion, investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas**. México: Fondo de Cultura Económica, 1987. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. (Colección Las ciudades y las ideas).

<sup>133</sup> COUTINHO, Luis P. Nem só em túneis pode andar o Rio. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 9, n. 98, p. 36-45, fev. 1968.

<sup>134</sup> OLIVEIRA, Paulino. Transporte coletivo urbano. **In: \_\_\_\_\_**. **História de Juiz de Fora**. Juiz de Fora: Juiz de Fora Gráfica Comércio e Indústria Ltda, 1966. p. 291.

Isto não se restringia às cidades do interior, uma vez que em 1956 teriam sido importados oitenta ônibus elétricos usados para atender a cidade de São Paulo, procedentes da cidade de Denver, estado do Colorado, Estados Unidos. Aparentemente, não eram veículos em mau estado de conservação, mas o fato de não serem novos pode denotar o grau de dificuldade em se obter veículos novos.

Um ano antes, surgiu uma tentativa de solucionar o problema das filas e dos ônibus sempre lotados, na forma de enormes ônibus-jamanta rebocados por cavalos-mecânicos Fê-nê-mê que conseguiam transportar 50 pessoas sentadas e quase outro tanto em pé. Eram conhecidos por “papa-fila”, mas se mostraram desajeitados nas manobras do trânsito, lerdos, além de custarem muito caro. Não deu certo, ficando apenas como uma experiência ingênua, sem resultados práticos.<sup>135</sup>

Os táxis também não ofereciam um serviço considerado ideal. A palavra “táxi” era um vocábulo internacional, mas no Brasil, este tipo de serviço público era conhecido mais por “carro de praça”. Mesmo em dezembro de 1961, quando já se produziam veículos brasileiros de quatro portas adequados ao serviço de táxi, a revista *Quatro Rodas* alertava para o que chamou de “serviço de calamidade pública” ao se referir aos táxis das grandes cidades como: “verdadeiros monstros mal conservados e em estado de desintegração que saem das Inspetorias de Trânsito com o “OK”, que lhes dará direito de, por um ano inteiro, provocar desastres, rasgar roupas, sujar vestidos, etc”.<sup>136</sup>

É possível que existissem exceções à precariedade oferecida pelos serviços de transporte coletivo, mas o que havia de fato era a dificuldade de locomoção entre estados, cidades ou mesmo entre bairros.

Existia a possibilidade de locomoção em motonetas, pois a empresa Lambretta do Brasil S.A. (marca da empresa italiana Innocenti) produzia a motoneta “Lambretta” na sua fábrica, situada na Vila Anastácio, Lapa, São Paulo, desde 1955, e a Panauto S.A. produzia a motoneta “Vespa” (marca da empresa francesa Vespa) na sua fábrica situada em Santa Cruz, Rio de Janeiro (antiga Guanabara) desde 1958.<sup>137</sup> De acordo com anúncio publicado na *Manchete* de 21 de setembro de 1957, uma motoneta Lambretta nova custava Cr\$ 60 mil, mais barato que um carro estrangeiro usado marca Volvo, modelo 1955, que custava Cr\$ 380

<sup>135</sup> PERRACINI, Renato, Ônibus: da “mamãe me leva” ao “coach” integral. *Quatro Rodas*, São Paulo, ano 3, n. 24, p. 86, jul. 1962.

<sup>136</sup> SERVIÇO de Calamidade Pública. *Quatro Rodas*, São Paulo, ano 2, n. 17, p. 22-29, dez. 1961.

<sup>137</sup> REVISTA Mecânica Popular, Especial 3º Salão do Automóvel, Rio de Janeiro, p. 100-102, dez. 1962.

mil (conforme tabela de carros usados da Revista de Automóveis, p. 41, maio de 1957). Curiosamente, a palavra lambreta, com apenas um “t” na última sílaba, passou a designar qualquer tipo de motoneta no Brasil. Mas eram veículos pensados apenas para transporte individual e urbano.

Existiram iniciativas de caráter um tanto ingênuo de produzir carros de projeto totalmente brasileiro, que não lograram êxito. Em 1956 surgia na imprensa notícia de um novo carro de concepção inteiramente brasileira; era o Joagar, construído por Joaquim Garcia e Miguel Jorge Raad, em São Paulo. O nome do veículo surgiu da junção das iniciais do nome do seu criador, “Joa” de Joaquim e “Gar” de Garcia e se tratava de uma pequena perua de quatro lugares, duas portas e desenho anguloso com certa preponderância vertical. Consta que o carro era equipado com motor de projeto e fabricação próprios que Joaquim Garcia e Miguel Jorge Raad vinham desenvolvendo desde 1952. Em busca de apoio, no dia 12 de agosto de 1956 seus criadores seguiram de São Paulo ao Rio de Janeiro para apresentar o Joagar ao Presidente da República Juscelino Kubitschek; o presidente chegou a dirigir o carro do Palácio do Catete até a residência oficial da Presidência da República, no Palácio das Laranjeiras. Este fato teve divulgação nacional através dos meios de comunicação da época. Mas apesar disso, eles não conseguiram apoio e o carro não saiu do estágio de protótipo.

Outra iniciativa que também ficou apenas no protótipo foi o projeto do Centaurus 400 de autoria de Theodor Darié, chefe da Divisão de Estudos e Projetos da Fábrica Nacional de Motores, em 1956. A ideia era criar um veículo de concepção e produção simples o bastante que possibilitasse a venda dos carros a um valor máximo de seis salários, tendo como referência o salário de um “operário qualificado”. O protótipo construído era um triciclo motorizado cuja carroceria tinha o aspecto de uma caixa metálica onde ficavam as rodas traseiras, enquanto que na parte frontal ficava sua única roda dianteira fixa numa espécie de garfo, semelhante aos das motonetas que comportava motor, tração e direção atuando em conjunto. O projeto não parecia ter nenhuma preocupação estética, assemelhando-se mais a um veículo industrial bem rústico. Apesar de seu criador pertencer ao corpo de funcionários da Fábrica Nacional de Motores, não há informações de algum apoio oficial ao projeto por parte da empresa. Houve ainda a iniciativa de produzir carros no Brasil do industrial e engenheiro norte americano Preston Thomas Tucker. Em 1955 ele teria entrado em contato com o Presidente Juscelino Kubitschek, através do representante no Brasil de sua empresa fabricante de ferramentas, a Ypsilanti Machine and Tool Company, oferecendo o projeto de uma fábrica de automóveis no país. O Presidente teria gostado da ideia; afinal era um empresário estrangeiro disposto a investir no Brasil; inclusive, teria prometido incentivos para

a fabricação do Carioca, um carro pequeno esportivo de quatro lugares. Entretanto, Preston Tucker tinha antecedentes pouco recomendáveis nos Estados Unidos, onde foi acusado de fraude financeira. Embora não existissem provas neste sentido, ficou a má reputação, assim, ele não conseguiu financiamento, ficando o projeto do Carioca apenas no papel.<sup>138</sup>

É preciso ainda lembrar que no Brasil também ocorreu um processo de fuga das cidades para bairros novos nos subúrbios, porém de contornos mais populares, pois os ricos ainda preferiam residir nos bairros mais centrais e até tradicionais das cidades. O termo “suburbano” designaria os pobres e a baixa classe média. Assim, o desejo de adquirir um automóvel próprio se constituiria numa espécie de libertação na aquisição também do uso do direito de ir e vir. Entretanto na década de 50, costumava-se dizer, como no início do século XX, que um automóvel estava tão distante das aspirações populares quanto uma viagem à Bagdá num tapete voador.<sup>139</sup>

Porém, em 22 de dezembro de 1956, foi aprovada uma emenda de autoria do deputado Ari Pitombo que ficou conhecida por “emenda Cadillac”, permitindo a importação de veículos com redução dos impostos que incidiam no preço final dos carros para deputados e senadores. Para conseguir apoio, os parlamentares estenderam os benefícios da emenda aos militares, altos funcionários do Governo, diplomatas e membros do poder judiciário. A Revista de Automóveis de maio de 1957 exemplificou o caso citando o valor de Cr\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil cruzeiros) para um automóvel novo marca Chevrolet norte americano importado pelos funcionários da União beneficiados pela emenda, contra Cr\$ 1.250.000,00 (um milhão e duzentos e cinquenta mil cruzeiros) para os demais cidadãos que importassem o mesmo modelo de carro. Foi uma lei considerada tão escandalosa pela imprensa da época que dominou os noticiários até nas eleições de 1960, com denúncias apontando quais deputados e senadores teriam se beneficiado da lei, que acabou recebendo o apelido popular de “lei Cadilaque”.

Contudo, em 1957 o deputado, e professor de economia, Bilac Pinto apresentou uma emenda que ficou conhecida por “lei Bilac Pinto”, pela qual, segundo editorial da Revista de Automóveis de maio de 1957, respeitando o pagamento de uma taxa que iria de 100% para carros pesando até 800 kg num crescendo gradativo até o máximo de 250% para carros que

---

<sup>138</sup> FILHOS únicos: parte um. **Revista A Biela**, Ijuí, ano 9, n. 48, p. 25, 2007. ; sobre Preston Thomas Tucker e seu carro cf. TUCKER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1852.

<sup>139</sup> GEHRINGER, Max. O carro no Brasil. **Quatro Rodas Especial**, São Paulo, ano 42, n. 10, 2002.

pesassem mais de 1.800 kg, não só os deputados e senadores, mas todos os cidadãos poderiam importar seu carro, pequeno ou grande, desde que pagassem “lisamente” à alfândega. O editorial da revista dizia que o objetivo da emenda seria pôr fim a “confusão reinante” entre o Supremo Tribunal Federal, as Aduanas e o Ministério da Fazenda no conflito de funções e interesses promovido originalmente pela Lei de Licença Prévia para importações (lei 2.145 e posteriores). Ou seja, o objetivo seria abolir a complexidade de regulamentos e imposições, assim como o excesso de indivíduos envolvidos nos trâmites da importação, investidos de pequenos poderes para propiciar a legalidade desejada para o andamento de processos elaborados para burlar as leis, como denuncia o editorial da revista.

O Presidente Juscelino Kubitschek teria vetado a “emenda Cadillac” e a “lei Bilac Pinto”. No entanto, para obter aprovação parlamentar ao veto desta última, teria que transigir com a “lei Cadilaque”, significando a abertura das importações privilegiadas aos parlamentares e demais autoridades do Governo; isto inclusive foi criticado no editorial da Revista de Automóveis como um sinal de decadência moral do Parlamento, que negava ao restante da população aquilo que ele se concedera em proveito próprio.<sup>140</sup> Poderia se dizer que a definição de Pauline Garvey (Giucci, 2007, p. 21) sobre o automóvel como “uma expressão do controle do Estado e como símbolo de privilégio individual” talvez não encontrasse melhor exemplificação.

A posição do Presidente Kubitschek no episódio poderia revelar o quanto a industrialização do Brasil se constituía numa questão complexa. O próprio editorial da revista denunciava o agravamento moral da posição do Parlamento na questão do veto à “Lei Bilac Pinto”, mas poupava o Presidente da República de críticas. Entretanto, ao autorizar e regulamentar a importação de automóveis de passeio por qualquer cidadão brasileiro, desde que pagasse regamente apenas as taxas alfandegárias nos termos apresentados pelo editorial, poderia significar a neutralização de todas as medidas restritivas à importação de veículos automotores criadas desde o governo de Getúlio Vargas, como as Listas de Omissões e a fórmula CDK, podendo jogar por terra todo o esforço empreendido por Lúcio Meira e pela própria Presidência da República em prol da implantação de indústrias de automóvel no Brasil. Embora parecesse democrática, a “lei Bilac Pinto” talvez não fosse oportuna ou adequada ao momento. As medidas restritivas que o governo brasileiro impunha à importação de carros de passeio completos, além de peças e acessórios, preparavam terreno para a implantação de uma indústria automobilística no Brasil mediante a criação de uma reserva de

---

<sup>140</sup> REVISTA de Automóveis, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 1, maio 1957.

PERRACINI, Renato. Cadillac: 90 anos. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 5, p. 34-37. maio 1993.

mercado para os carros que viessem a ser efetivamente fabricados no país. O mercado teria que modelar o gosto e o desejo do público a esta nova realidade.

#### 4.2 O *Tin Lizzie* brasileiro

O veto à “lei Bilac Pinto” poderia ser visto como mais uma faceta na história da implantação da indústria de automóvel no Brasil. O deputado Bilac Pinto, autor da emenda, tinha sido eleito em 1954 e pertencia à UDN, União Democrática Nacional, partido que fazia oposição ao Presidente Juscelino Kubitschek. Por sua vez, o deputado Ari Pitombo, autor da “emenda Cadilque” pertencia ao PTB, Partido Trabalhista Brasileiro, que junto com o PSD, Partido Social Democrático de Juscelino, compôs a aliança vitoriosa nas eleições de 1955.<sup>141</sup>

Contudo, não deixa de ser instigante a observação de alguns detalhes neste caso do veto presidencial a uma lei cujos contornos poderiam se mostrar populares diante da opinião pública. O autor da emenda, que possibilitaria a qualquer cidadão brasileiro “importar seu carro, pequeno ou grande” desde que pagasse as taxas alfandegárias e os impostos decorrentes, era do partido que mais fazia oposição ao presidente Juscelino, a UDN, que assim poderia apresentar uma solução simples à questão do automóvel diante da “confusão de regulamentos, imposições e indivíduos envolvidos no caso”, conforme mencionou o editorial da Revista de Automóveis que provavelmente não deve ter sido a única publicação a apoiar a “lei Bilac Pinto”. Ou seja, o deputado Bilac Pinto e a UDN poderiam tentar angariar simpatias dos brasileiros com esta emenda que, a primeira vista, representaria a solução mais simples para um problema que causava tantos transtornos à população.

Por outro lado, o deputado Ari Pitombo era do PTB que apoiava o presidente e sua proposta de emenda proporcionaria um território de privilégios aos políticos e demais autoridades do Estado na aquisição de carros de luxo, através de uma lei tão impopular que recebeu o dito apelido de “lei Cadilque”, num verdadeiro achincalhe à marca Cadillac. Inclusive, a mídia da época, através de publicações de âmbito nacional, como *Manchete* e *O Cruzeiro*, denunciou os parlamentares que usufruíram das facilidades para aquisição de automóveis de luxo norte-americanos. Um destes parlamentares teria sido o deputado

---

<sup>141</sup> Olavo Bilac Pereira Pinto foi eleito deputado federal pela UDN, União Democrática Nacional, em outubro de 1950. Foi reeleito nos pleitos de 1954, 1958 e 1962, sempre pela UDN; Ari Pitombo foi eleito deputado federal pelo PTB, Partido Trabalhista Brasileiro em 1954 pelo estado de Alagoas *apud* ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel (Coords.). **Dicionário Histórico Geográfico Brasileiro, 1930-1983**. Rio de Janeiro: Forense Universitária: CPDOC: Finep, v. 4, 1984.

Waldemar Rupp, da UDN, que em 1957 adquiriu um automóvel Mercury Turnpike Cruiser novo de fabricação americana e bastante luxuoso. A imprensa chegou a estampar matérias denunciando o escândalo da compra destes veículos pelos parlamentares, apresentando como prova que o carro pertencia ao deputado de Santa Catarina a placa 3-74-35 no seu nome.<sup>142</sup> Portanto, episódios como este poderiam demonstrar que membros da UDN e de outros partidos de oposição ao governo também se beneficiariam das facilidades da “lei Cadilque”, o que, ao final, acabaria deixando o Parlamento com uma imagem negativa perante a opinião pública. Assim, a possível tentativa de parecer simpática ao público por parte da UDN talvez não funcionasse.

Por outro lado, o veto da Presidência da República à “lei Bilac Pinto” poderia parecer tão impopular diante a opinião pública quanto a “lei Cadilque”. No entanto, naquela ocasião, entre abril e maio de 1957, a Willys Overland do Brasil já oferecia o utilitário Rural Willys produzido no Brasil, lançado em junho de 1956 derivado do modelo Jeep *Station Wagon* norte-americano<sup>143</sup>, enquanto que a DKW-Vemag já oferecia no mercado seu modelo DKW Universal F-91, projeto de perua, que foi o primeiro veículo a receber a autorização do GEIA para produção no Brasil lançado em 19 de novembro de 1956<sup>144</sup>, além da Volkswagen do Brasil que lançaria ainda em 1957 a perua Kombi Volkswagen<sup>145</sup> e de já ser oferecido também o modelo de carro econômico Romi-Isetta, lançado em setembro de 1956 e produzido pela Romi de Santa Bárbara D’Oeste, São Paulo.<sup>146</sup>

---

<sup>142</sup> Nas eleições de 1962, os adversários do deputado Waldemar Rupp criticaram-no por ter adquirido o carro importado de luxo, se beneficiando da “emenda Cadillac”; consta que, por receio da reação negativa dos seus eleitores, ele teria guardado o automóvel na sua fazenda, em Campos Novos, SC, quando estaria com apenas 68 mil quilômetros rodados. Porém, de nada teria adiantado porque ele não foi reeleito. Depois disso ele nunca mais utilizou o automóvel, que ficou guardado num galpão da fazenda até seu falecimento em 1988, quando o Mercury foi finalmente vendido a um colecionador de carros antigos. cf. VENEZIANO, Ian. Turnpike Cruiser: o rei dos detalhes. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 4, n. 22, p. 11-17, 2004.

<sup>143</sup> WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1930. A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241 A, p.32, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)

<sup>144</sup> VEMAG. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1876. A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241 A, p.32, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)

<sup>145</sup> TRAGATSCH, Erwin. Volkswagen. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1905. A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241 A, p.33, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)

<sup>146</sup> ROMI-ISETTA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p.1735.

Poderia se argumentar que estes veículos não poderiam ser considerados automóveis de passageiros no sentido pleno do termo, pois com exceção do Romi-Isetta os outros eram realmente peruas ou camionetas no entendimento do próprio GEIA. Mas isto poderia se constituir apenas num detalhe, porque estes quatro veículos já representariam a materialização do automóvel brasileiro prometido pelo Presidente Juscelino Kubitschek no seu Plano de Metas, postos à venda para quem quisesse ou precisasse de um veículo novo sem ter que se inscrever em listas de espera em revendas de carros estrangeiros, ou ficar na dependência dos trâmites legais da “lei de licença prévia” para a importação de veículos. Este pode ter sido o respaldo ao veto à “lei Bilac Pinto” que o presidente precisava, ainda que tivesse que negociar com o Congresso Nacional, transigindo com a “emenda Cadillac”.

O caso do veto presidencial poderia ainda ser até qualificado como uma “intriga palaciana”, cuja solução dependeria mais da capacidade de negociação do presidente do que de outra coisa qualquer, porque ele devia saber do apetite dos parlamentares brasileiros pelos carros vindos dos Estados Unidos. Portanto, numa espécie de troca de uma coisa pela outra, ou seja: o veto da “emenda Bilac Pinto” em troca da flexibilização da “lei Cadilaque”, o presidente teria conseguido manter a reserva de mercado aos veículos a serem produzidos em território brasileiro. É possível que os automóveis de passageiros fabricados no Brasil não conseguissem competir com a quantidade de modelos e marcas estrangeiras oferecidos ao mercado face ao reduzido número de modelos nacionais, além do grau de desatualização estética e mecânica que os veículos brasileiros poderiam ter na comparação com os importados. Vale lembrar que o automóvel produzido no período pós 1955 trazia uma série de modificações, que o tornavam mais atraentes, que talvez os carros nacionais não pudessem exibir.

Esta maneira de garantir mercado aos produtos nacionais via restrições de importações já tinha sido aplicada anteriormente pela Inglaterra, logo após o término da guerra, em 1945. Na ocasião, os fabricantes ingleses temiam que ocorresse uma invasão de automóveis estrangeiros no seu território, principalmente de veículos importados dos Estados Unidos, porque a Vauxhall, subsidiária da General Motors americana, e a Ford inglesa, subsidiária da Ford, também americana, poderiam preferir simplesmente importar veículos prontos dos Estados Unidos ao invés de produzi-los naquele país. Isto poderia representar uma concorrência desigual com a indústria inglesa. Desse modo, proibiram a importação de carros

---

A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241A, p.32, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)

ROMI-Isetta: o pequeno grande carrinho. **Revista Autos Antigos**, São Paulo, ano 2, n. 5, p.8-10, 1983.

até 1954. Entretanto, isto levou a uma supervalorização dos veículos usados britânicos, até mesmo de modelos mais antigos produzidos antes de 1940.<sup>147</sup>

Poderia se dizer que no Brasil os governos, desde Getúlio Vargas em 1951, optaram por construir esta reserva de mercado aos poucos, colocando barreiras sucessivas à importação via fórmula CDK, listas de omissões, licença prévia para importação, limites máximos de valores permitidos aos veículos importados, e outros dispositivos inibidores à importação que, em alguns casos, lograram êxito e em outros criariam desdobramentos como o contrabando. A diferença elementar é que, ao contrário da Inglaterra e de outros países que se serviram da proibição de importação para resguardar seu mercado à indústria local, o Brasil ainda não possuía indústria automobilística atuante no mercado. Assim sendo, seria preciso proteger as iniciativas de produção automobilística no país. Porém, o tão aguardado “automóvel de passageiros nacional” estava a caminho.

Em abril de 1958 chegava ao mercado o automóvel DKW-Vemag, fabricado no Brasil pela Vemag S.A. – Veículos e Máquinas Agrícolas. A empresa foi fundada em 1945 e fazia parte das “Organizações Novo Mundo” do empresário Domingos Alonso Fernandes, um milionário que fez fortuna com a indústria do entretenimento, cinemas, cassinos e jogos de azar. Com a proibição dos jogos no Brasil, ele resolveu diversificar suas atividades, e assim surgiu a Vemag, inicialmente montando e distribuindo veículos das marcas Studebaker, Scania-Vabis, Kenworths, Marsey Harris e Ferguson. Enquanto isso, veículos da marca alemã DKW eram distribuídos no país pelo representante da marca Auto-Union, Cia Auto Lux no Rio de Janeiro. Quando vieram as restrições às importações, a Auto Lux começou a procurar um grupo interessado em fabricar os carros DKW no Brasil. Assim, a Auto-Union alemã vendeu à Vemag os moldes de estamparia para a produção da camionete DKW Universal F-91 Sonderklasse, que foi fabricada na Alemanha entre 1953 e 1955.

No lançamento do automóvel de passageiros em 1958, saíram propagandas de página inteira nos principais jornais e revistas brasileiras anunciando o automóvel sedan DKW-Vemag quatro portas em tom ufanista: “Pela primeira vez na história da indústria nacional; carro de passageiros 4 portas DKW-Vemag (...) um carro e tanto; quem tem diz!” Os anúncios procuravam exaltar o pioneirismo deste primeiro carro produzido numa indústria nacional, além da vantagem de ser fabricado no Brasil significando a garantia permanente de fornecimento de peças e assistência técnica numa das oficinas especializadas em todo o país,

---

<sup>147</sup> Segundo Michael Sedgwick, também a França, a Alemanha e a Itália impuseram barreiras à importação de carros estrangeiros no mesmo período; porém, estimulavam a exportação dos seus veículos, principalmente para os Estados Unidos. Cf. SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 9.

com “mecânicos treinados na própria fábrica”, como anunciava a propaganda publicada em O Cruzeiro de 31 de maio de 1958. Existia apelo nacionalista em slogans como: “Todos os dias se renova o prazer e o orgulho de entrar neste notável brasileiro. Compare!”, apregoava o anúncio publicado na revista *Seleções do Reader’s Digest* de novembro de 1958.<sup>148</sup> No lançamento ocorreu um desfile destes carros em São Paulo, que se repetiu em outras cidades pelo país, além de aparições em programas de televisão e até em filmes nacionais, numa espécie antecipação do merchandising como meio de propaganda.<sup>149</sup> No filme nacional “Garota enxuta” há uma cena em que o ator Grande Otelo vê um automóvel DKW-Vemag passar e fala: “O carro nacional não precisa de gasolina, anda só com o cheiro e o ritmo do samba” (SANTOS, 2008, p. 169-170).

O jornalista Joaquim Ferreira dos Santos (2008, p. 12) colocou o automóvel DKW-Vemag na categoria de um dos ícones do ano de 1958 junto à conquista da Copa do Mundo pela Seleção Brasileira de Futebol, o início da Era do jato comercial no Brasil com linhas nacionais e internacionais atendidas por modernos aviões equipados com motores a jato e as obras da nova capital da República, Brasília, como sinais de “que o futuro, se não havia chegado com os mesmos Sputniks que os russos haviam lançado no espaço no ano anterior, pelo menos estava dando o ar de sua graça entre nós”.

O automóvel era equivalente ao modelo F-93 3=6 (três igual a seis), cujo projeto era de 1953 e ainda estava em produção na Alemanha, paralelamente ao seu lançamento no Brasil. Segundo a *Enciclopédia do Automóvel* (1975, p.1877) o DKW era prático, econômico e adaptado às condições do país, além de proporcionar velocidade, ter robustez e apresentar boa estabilidade. Tinha como particularidades mecânicas o motor de dois tempos que funcionava com uma mistura de óleo lubrificante e gasolina, tração dianteira e um sistema conhecido por “roda-livre”, um dispositivo que desativava a tração para se obter economia de combustível na estrada. A revista *Quatro Rodas* de agosto de 1961 realizou testes com o veículo, que foi o primeiro de uma série de testes com carros nacionais que a revista passou a divulgar a partir de então.

---

<sup>148</sup> REVISTA O Cruzeiro. Rio de Janeiro, 31 maio 1958 *apud* **100 Anos de Propaganda**. São Paulo: Abril Cultural, 1980, p. 124.

<sup>149</sup> Além do aparecimento em filmes nacionais e programas de TV, corridas de automóveis de turismo também serviam como meio de propaganda dos carros nacionais, como a “24 horas de Interlagos” em julho de 1961 e a “1 Cem Milhas da Guanabara”, circuito de rua realizado em dezembro de 1961, cf. SALLES, Mauro. Um laboratório nas pistas de Interlagos. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 19, p. 113-121, jul. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)  
SALLES, Mauro. I cem milhas da Guanabara. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 24, p. 98-102, dez. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)

Sobre a estética do carro, o modelo 1961 era quase idêntico ao modelo 1958, e a revista afirmava que o DKW-Vemag agradava pela sua linha simples, que parecia obedecer a princípios rígidos de aerodinâmica, com perfil esguio “lançado para frente e para trás” obedecendo à escola Funcionalista europeia, que tinha na aceitação do objeto ou do produto técnico tal como é sem adereços ou ornamentações inúteis como um dos seus fundamentos.<sup>150</sup> Isto o colocaria no sentido contrário ao estilo de inspiração aeronáutica dos “rabos de peixe” da moda. Entretanto, o carro apresentava aspectos estilísticos incomuns, como a parte de trás mais larga do que a frente fazendo com que o carro parecesse maior quando visto de trás. Observado de frente ele parecia “como que agarrado ao solo” segundo definição da Quatro Rodas. Um detalhe na frente lembrava os carros esportivos na sua grade oval, aparentemente inspirada na grade do esportivo Cisitalia. É possível que tais particularidades estilísticas deixassem o automóvel com aparência distinta e até moderna para o público brasileiro, porque era tão diferente do estilo dos carros norte-americanos que não caberiam comparações entre eles, embora a Vemag tentasse estabelecer alguma relação; e isto poderia ser visto em algumas propagandas onde se proclamava que o carro comportava seis passageiros, igual aos carros grandes vindos dos Estados Unidos. Mas no teste feito pela revista Mecânica Popular em outubro de 1960, Mauro Salles dizia que, apesar de respeitar a opinião do fabricante, o carro só poderia transportar com conforto apenas quatro pessoas.

Mesmo tendo sido lançado em 1953 na Alemanha, é provável que o modelo F 93 3=6 não fosse um carro muito conhecido do público brasileiro por conta, talvez, do baixo número de unidades importadas.<sup>151</sup> Porém, é possível que o aspecto da novidade não estivesse no automóvel em si, mas no fato de ser fabricado no Brasil. Mauro Salles concluiu a apresentação do carro na Mecânica Popular afirmando:

Este é o automóvel que se fabrica hoje no Brasil. O bloco do motor é fundido e usinado no Brasil, e brasileiros são todos os principais componentes. Depois de rodar com ele mais de 2000 quilômetros em dois testes, podemos dizer que o DKW-Vemag – 1000 é um grande carro.

<sup>150</sup> A escola Funcionalista se iniciou em meados do século XIX com Louis Sullivan, Gustave Eiffel, Henri Van de Velde e Victor Horta, embora sua plena aceitação esteja ligada à fundação da Bauhaus por Walter Gropius em 1918, ela nasceu como reação à proliferação do inútil na arquitetura e no desenho industrial. cf. MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971. p 140.

<sup>151</sup> Na seção “quanto vale seu carro?” da Revista de Automóveis de maio de 1957, na lista de valores de carros europeus usados aparece a marca DKW 3 – 6 (com hífen no lugar do sinal igual ente os números 3 e 6) produzidos entre 1952 e 1954, enquanto que na revista Quatro Rodas de agosto de 1960 a marca DKW não foi mencionada. Cf.: QUANTO vale o seu carro? **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 41, maio 1957. MERCADO de automóveis estrangeiros usados. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n.1, p. 90, ago. 1960.

A Quatro Rodas informava que o DKW-Vemag lançado em 1958 tinha índice de nacionalização de 52,495%, que chegaria a 99,125% em 1961. Até 31 de dezembro de 1959, tinham sido produzidos 3.962 sedans e 2.511 peruas.<sup>152</sup> (figura 41)

Figura 41 – Propaganda do Sedan DKM–VEMAG em 1959

*todos os dias se renova o prazer  
de entrar em seu* **DKW-VEMAG**



Fácil para entrar! Fácil para gular! E muito mais confortável! Essa a conclusão a que fatalmente V. chegará, ao comparar o seu DKW-VEMAG com qualquer outro veículo de sua classe. Toda a sua família estará de acordo com essa conclusão. Claro: porque graças às suas 4 portas, amplas e largas, o DKW-VEMAG é mais confortável para V. como para sua família todos os dias se renova o prazer (o orgulho) de entrar neste notável carro brasileiro. Compare! V. também encontrará o DKW-VEMAG!

O DKW-VEMAG tem capacidade para 5 pessoas, que não precisam fazer nenhum esforço para entrar no carro: suas 4 portas são bastante amplas e abrem-se totalmente. Entre o banco traseiro e o dianteiro há muito mais espaço que em qualquer outro carro de sua classe. Trava na direção como equipamento standard.

Excelente visibilidade. Assentos extremamente confortáveis. Modelo especialmente estudado para o Brasil, faz o DKW-VEMAG "flutuar", seja em estradas de lama, terra ou asfalto.

Por ser fabricado no Brasil, o DKW-VEMAG oferece mais garantia: para ele nunca há falta de peças. Oficinas especializadas em todo o país asseguram-lhe perfeita assistência técnica, com mecânicos treinados na própria fábrica.

BRASILEIROS PRODUZINDO  
VEÍCULOS PARA O BRASIL

**VEMAG**

VEMAG S. A. - Veículos e Máquinas Agrícolas  
São Paulo - Brasil

o revendedor VEMAG mais próximo, peça uma demonstração e compare! V. ficará entusiasmado!

ch 12316

Ainda no final de 1958 começaram a circular na imprensa anúncios do Volkswagen Sedan fabricado no Brasil, com o slogan: “Já está correndo nas estradas do Brasil; Volkswagen brasileiro. Em sua classe, o carro mais vendido em todo o mundo”. A

<sup>152</sup> TESTES de Quatro Rodas: DKW Vemag 1000. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n.13, p. 80-93, ago. 1961. ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960. JIPES e “peruas”: panorama brasileiro. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 3, p. 6-9, out. 1960. SALLES, Mauro. O teste do DKW Vemag 1000: um carrinho Valente. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 1, v. 10, p. 129-137, out. 1960. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine) VEMAG. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1877-1880.

propaganda circulava em jornais como o exemplar do jornal O Diário Mercantil de 7 de janeiro de 1959, em Juiz de Fora, MG., que trazia na página 4 um anúncio com a indicação da firma Juiz de Fora Auto Diesel S.A. como concessionário da Volkswagen na cidade.<sup>153</sup> Consta que o primeiro Volkswagen Sedan fabricado no Brasil teria saído da linha de montagem na fábrica de São Bernardo do Campo no dia 3 de janeiro de 1959 e vendido quatro dias depois na revenda Marcas Famosas, da cidade de São Paulo, a Eduardo Andréa Matarazzo, que teria pago Cr\$ 496 mil pelo carro de cor “branco alabastro”. Ao contrário do DKW F-93 3=6 alemão, o Volkswagen Sedan era mais conhecido pelos brasileiros; em 1950 teria sido comercializado o primeiro carro dessa marca pela Sabrico, revendedora autorizada da Volkswagen alemã na cidade de São Paulo.<sup>154</sup>

O Volkswagen lançado no Brasil era idêntico ao modelo apresentado na revista Mecânica Popular de dezembro de 1957, com a janela traseira maior, diferente do modelo anterior que era montado no país desde 1953, que tinha janela traseira oval além de outros detalhes diferenciados. Pode-se dizer que seria praticamente um lançamento quase simultâneo ao modelo europeu. A Quatro Rodas realizou testes com o veículo, publicados na edição de setembro de 1961. Sobre sua estética, a revista dizia que a carroceria tinha sido planejada há mais de 22 anos e teria sofrido menos modificações que sua própria parte mecânica, mas não fugia do desenho original; tivera apenas ampliados o pára-brisa, a janela e as lanternas traseiras e reforçados os pára-choques; porém ressaltava que seriam linhas avançadas para a época que foi projetada, obedecendo às exigências básicas de aerodinâmica e funcionalidade da escola Funcionalista europeia. A revista prossegue, explicando que o racionalismo teria se sobreposto aos ditames da moda; seu perfil afilado e quase simétrico visava obter o máximo de penetração aerodinâmica. Ressaltava também a parcimônia nos cromados, distribuídos “judiciosamente”, e os labores estampados na própria chapa, os tais “declives góticos” mencionados por Jim Whipple, que lhe conferiam um aspecto requintado e elegante. O texto destacava o brasão da cidade de São Bernardo do Campo, onde se localizava a fábrica, colocado no capô dianteiro e no centro do volante da direção que daria ao carro “uma nota

---

<sup>153</sup> Pode ser encontrado outro anúncio da firma Juiz de Fora Auto Diesel S.A. veiculado no Diário Mercantil do dia 1 de janeiro de 1959 desejando feliz ano novo aos leitores, onde há um desenho do Volkswagen Sedan ao lado da perua Kombi. A concessionária ficava à rua Osório de Almeida, 307. Cf. ANÚNCIO da agência Juiz de Fora Auto Diesel S.A. de automóveis brasileiros Volkswagen em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, p.3, 01 jan. 1959.

<sup>154</sup> O primeiro revendedor autorizado da Volkswagen alemã no Brasil foi a Sabrico, na cidade de São Paulo e no dia 17 de novembro de 1950 teria sido vendido o primeiro Volkswagen Sedan no Brasil; seria um modelo “Sedan de Luxo”, cor castanha e estofamento de lã, cf. BARTOLO, Júlio. Memórias de um Vencedor, **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n. 314, p. 137, set. 1986.

personalíssima”, enquanto que no modelo alemão era o brasão da cidade de Wolfsburg, sede da matriz. A revista comentava também que as primeiras unidades do Volkswagen Sedan que chegaram ao Brasil no início dos anos 50, teriam sido recebidas com reserva e desconfiança pelas suas peculiaridades mecânicas; motor traseiro refrigerado a ar e estética nunca vista antes pelo público brasileiro num carro de passageiros.

Até 31 de dezembro de 1959 seriam produzidos 8.454 Volkswagens Sedan e 8.380 Kombis. Em 1961 teriam saído da linha de montagem cerca de 2.500 unidades do Sedan, representando cerca de 50% dos automóveis de passageiros produzidos no Brasil na ocasião. Em 1960 o índice de nacionalização do carro era 90,95%. Em setembro de 1961 a Quatro Rodas concluiu seus testes com o veículo colocando-o num patamar que só encontraria paralelo no Ford modelo “T”.

A excepcional reunião de características superiores num carro essencialmente prático e econômico se deve ao êxito do Volkswagen, basicamente inalterado desde o seu lançamento há 22 anos, num fenômeno que só encontra paralelo no famoso modelo T da Ford.<sup>155</sup>

Seria então a materialização de um *Tin Lizzie* brasileiro? . (figura 42)

Em março de 1959 a Willys Overland do Brasil anunciou a produção de mais um carro fabricado no país: o Renault Dauphine, que teve seu projeto aprovado pelo GEIA em dezembro de 1958 com um investimento de US\$ 12 bilhões em conjunto da Régie Nationale de Mines Renault francesa com a Willys Motors Inc. norte americana.<sup>156</sup> O jornal O Diário Mercantil de Juiz de Fora do dia 10 de março de 1959, destacou a notícia da fabricação do Dauphine em associação com a marca francesa numa nota publicada na pagina sete.<sup>157</sup> Já a revista Mecânica Ilustrada de abril-maio de 1959 veiculou uma matéria intitulada; “Dauphine

---

<sup>155</sup> TESTES de Quatro Rodas: Volkswagen Sedan. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 14, p.78- 93, set. 1961. ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960. JIPES e “peruas”: panorama brasileiro. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 3, p. 6-9, out. 1960. VOLKSWAGEN do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1905-1915. SE MEJORA el nuevo Volkswagen. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 21, n. 6, p. 31, dez. 1957. (Tradución del v. 108, n. 4, edición en inglés). BURNHAM, Colin. **Classic Volkswagens**. Londres: Osprey Publishing Limited, 1988. p. 52. (Osprey Colour Series).

<sup>156</sup> ESTES de Quatro Rodas: Dauphine. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 15, p. 81, out. 1961.

<sup>157</sup> NOTA reportando o início da fabricação do automóvel Renault Dauphine no Brasil pela Willys Overland do Brasil. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, 10 mar. 1959.

Renault: a maravilha francesa, agora fabricada no Brasil”, apresentando o novo lançamento aos leitores com fotos, comentários e especificações técnicas.

Figura42 – O Presidente Getúlio Vargas na inauguração da filial brasileira da Volkswagen em 1953. Ao lado, propaganda do Volkswagen Sedan em 1959.



O automóvel fabricado no Brasil pela Willys Overland era quase idêntico ao modelo lançado no Salão do Automóvel de Genebra, Suíça, em 1956. Segundo a revista Quatro Rodas de outubro de 1961, o modelo brasileiro recebeu reforços nos pára choques, inexistentes no modelo francês, que lhe conferiam uma aparência requintada, mas ressaltava que a adoção de faróis tipo *sealed-beam* naquele ano tirava um pouco da delicadeza do projeto original. Isto pode ter ocorrido porque apesar de ser um carro de concepção europeia era produzido pela fábrica Willys, de origem norte-americana, que usava aquele tipo de farol um pouco maior na sua linha de veículos.<sup>158</sup> A revista Mecânica Popular de março de 1961 destacou o projeto dos bancos do carro, elaborado na fábrica da Willys em São Bernardo do Campo, que seria superior aos do modelo original francês. Apesar de ainda ser praticamente um lançamento, o

<sup>158</sup> PERRACINI, Renato. O silibim: uma lâmpada farol. In:\_\_\_\_\_. **Faróis de todos os tempos**. São Paulo: Editora Gráficos Burti, 1990. p. 44-46.  
SIRENA de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 23, p.104, novembro 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

projeto do Dauphine apresentado na Suíça em 1956 teria tido seu início em 1952 quando o projetista e diretor da Renault, Fernand Piccard, construiu os primeiros protótipos de um automóvel que devia ocupar o segmento de mercado entre o modelo popular “4C” e o Frégate mais luxuoso, com linhas inspiradas neste modelo topo de linha da Renault na ocasião.

Nos testes que realizou em 1961, a revista Quatro Rodas dizia que a carroceria do Dauphine tinha formas avançadas e bastante atuais, e destacava seu perfil funcional e aerodinâmico de contornos suaves e “curvas perfeitamente concordantes, que lhe proporcionaria boa penetrabilidade, oferecendo pouca resistência ao ar”. Pode-se dizer que o projeto do carro pertenceria à escola Funcionalista européia. Entretanto, a constante referência à delicadeza do estilo e seus contornos suaves, juntamente a algumas peculiaridades mecânicas acabou criando em torno do modelo uma espécie de estigma de fragilidade. Mauro Salles, no teste feito para a revista Mecânica Popular naquele mesmo ano, explicava que a principal objeção que se fazia ao Dauphine era seu “aspecto de bibelô” e a impressão de fragilidade que ele deixava à primeira vista, principalmente se comparado ao DKW-Vemag e Volkswagen Sedan, seus concorrentes no Brasil. Isto teria originado uma má fama que o automóvel carregou por todo o período de sua produção no Brasil, entre 1959 e 1965. Até 31 de dezembro de 1959 tinham sido produzidos 510 automóveis Dauphine (figura 43) e em 1960 seu índice de nacionalização era 70,22%.<sup>159</sup>

Os automóveis Dauphine eram comercializados pelas revendas da Willys. Em Juiz de Fora eles podiam ser encontrados na agência Gastal Comercio e Indústria S.A. No Rio de Janeiro, a CIA de Propaganda, Administração e Comercio – PROPAC, que antes importava veículos BMC ingleses, aparecia como revendedora de automóveis da marca Renault Dauphine em 1961, demonstrando que firmas que antes atuavam como importadoras de veículos teriam se adaptado ao mercado passando a trabalhar com carros brasileiros.<sup>160</sup>

---

<sup>159</sup> TESTES de Quatro Rodas: Dauphine. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 15, p. 80-93, out. 1961. ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.

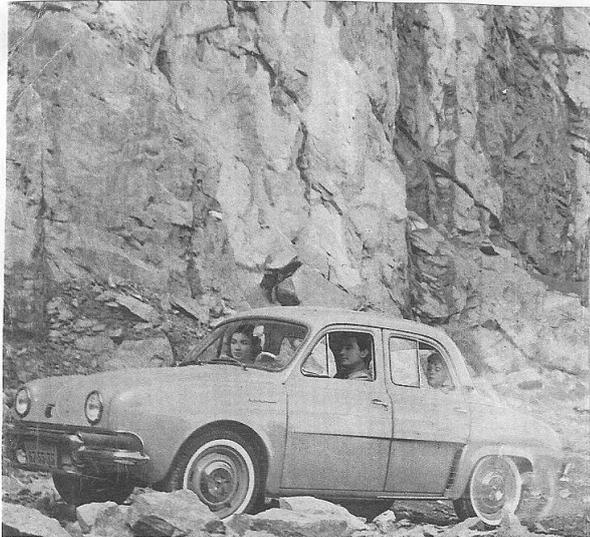
SALLES, Mauro. Teste do Dauphine 1961: um carro que conquista. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 15, p. 121-131, Rio de Janeiro, mar. 1961. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine). WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8.

LA FABRICA Renault exhibe em Suiza el nuevo Dauphine. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 19, n.1, p. 33, jul. 1956. (Tradución del v. 105, n. 5, edición em inglés).

<sup>160</sup> REVISTA Mecânica Popular, Rio de Janeiro, ano 2, v. 15, p. 136, Rio de Janeiro, mar. 1961. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)

ANÚNCIO da agência Gastal S.A. de utilitários Willys Overland em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 2, 22 fev. 1953.

Figura 43 – Propaganda do Sedan Renault Dauphine em 1960



**SUSPENSÃO AEROSTABLE**

Esse novo sistema alia maciez em marcha a excepcional estabilidade, oferecendo mais aderência ao chão, maior segurança nas curvas. Seu Dauphine não pula — passa suavemente pelos buracos. É robusto: Estrutura monobloco — carroceria e chassi formando uma só peça. Dai a resistência nas más estradas, nos trechos esburacados, nas valetas. Direção macia.

Câmbio universal. Motor traseiro. Nervoso, ágil, de fácil manejo, é vigoroso no arranque, poderoso nas subidas, preciso nos freios. E econômico — muito econômico! — faz em média 15,7 km com apenas 1 litro de gasolina. A todo instante você descobre uma nova satisfação no seu Dauphine. Veja-o — resistente, robusto, de linhas moderníssimas — nos Concessionários Dauphine.

**Dauphine**

**AEROSTABLE**

Um sucesso mundial: elegante, confortável, econômico

Um produto da  
**WILLYS-OVERLAND DO BRASIL S.A.**  
São Bernardo do Campo — Est. de São Paulo

WILLYS fabricante dos veículos da linha "Jeep"

— O alto índice de racionalização do Dauphine e a melhor garantia de compra e manutenção assistida Willys.

Estes três primeiros lançamentos podem demonstrar tanto as reações como a capacidade de adaptação do mercado e do público ao automóvel brasileiro. De fato, existia alguma rejeição aos carros produzidos na Europa causada pelas peculiaridades mecânicas e estilísticas de alguns modelos, muito diferente daquilo a que o brasileiro estava acostumado, às dificuldades na sua manutenção causada pela falta de redes autorizadas de assistência mecânica pelo país e até a inadequação que alguns destes carros feitos para utilização em países de clima temperado demonstravam ao uso num país de clima tropical como o Brasil. Além disso, existia um hábito de consumo de automóveis moldado em paradigmas norte-americanos quanto à estética, mecânica, alguma facilidade na sua manutenção, tamanho dos carros e status; ou seja, carros vindos dos Estados Unidos ocupariam um degrau superior aos carros europeus numa escala de hierarquia automotiva sedimentada em vários anos, especialmente após o término da Segunda Guerra, resultando num hábito institucionalizado.

Buscando a definição de Peter Berguer e Thomas Luckmann (1987, p.79), a institucionalização ocorreria sempre que há uma tipificação recíproca de ações habituais por

tipos de atores, ou dito de outro modo, qualquer uma destas tipificações é uma instituição.<sup>161</sup> Levado ao universo automobilístico, isto significaria que existia algo que poderia ser definido como uma espécie de cumplicidade entre o automóvel e seu comprador, resultando na fidelidade à sua marca favorita, ou a um modelo distinto de automóvel, necessariamente importado. Vale lembrar que nos seus países de origem estes automóveis eram direcionados também a um tipo distinto de público, como no exemplo dos “carros de médico” direcionados a um público composto por membros da classe média, médicos, engenheiros e profissionais liberais, que compunham o consumidor típico do segmento médio de automóveis oferecidos pelos fabricantes; além dos segmentos de carros populares e de luxo, cada qual com seu público consumidor típico. Esta tipificação seria importante para a indústria automobilística no ato de estabelecer estratégias de direcionamento dos seus carros ao seu público alvo, e também na configuração da arquitetura e da engenharia automotiva adequada a cada segmento. No Brasil, todos estes automóveis eram estrangeiros; assim, buscando a observação de Kapytoff (GIUCCI, 2007) sobre a redefinição cultural que os objetos importados têm que obrigatoriamente passar no uso cotidiano, o automóvel estrangeiro passaria obrigatoriamente pelas suas circunstâncias comerciais quanto à oferta, disponibilidade deste ou daquele automóvel no mercado e às restrições à importação que causaria desdobramentos que ultrapassariam seu conceito original.

Deste modo, a tipificação de ações recíprocas entre o público e o automóvel importado disponível no Brasil fugiria às estratégias originais elaboradas pelos fabricantes nos seus países no direcionamento do seu público consumidor típico, e também ao conceito de popularização do automóvel, que deveria ser encarado como um instrumento de trabalho. No Brasil, a tipificação resultaria numa espécie de construção simbólica de poder delegada aos privilegiados possuidores de determinado tipo de carro importado, que por conta das dificuldades na aquisição e até na manutenção de qualquer tipo de carro se estenderia ao universo restrito aos possuidores de automóveis, até mesmo dos mais usados; daí sua valorização tanto comercial quanto simbólica. Porém, este modelo de tipificação recíproca de ações habituais aos moldes brasileiros se tornou inadequado ao momento e precisava ser substituído.

---

<sup>161</sup> TEMBRUCK, Friederich, **Soziale Kontrolle: Staatslexicon der Goerres-Gesellschaft**. 1962. *apud* BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Lucas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 79. (Coleção Antropologia, 5).  
POPLTZ, Heinrich. Soziale Normen. **European Journal of Sociology**. *apud* BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Lucas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 79. (Coleção Antropologia, 5).

Quando os primeiros carros brasileiros chegaram ao mercado, tinham a missão de substituir este modelo, mas sua procedência europeia poderia afugentar compradores; é mesmo possível que isto tenha ocorrido, pois as marcas norte americanas eram as favoritas. É verdade que restrições e reservas de mercado se constituíssem em impedimentos reais ao livre comércio de importados, não deixando outra saída ao público. Isto poderia se constituir num ponto delicado porque, estendendo o raciocínio de Georges Balandier (1999) ao automóvel, a ruptura total das regras do mercado de carros no Brasil, já tão inconsistentes, poderia resultar numa espécie de colapso de desdobramentos imprevisíveis na própria condução do processo de implantação desta indústria no país, coordenada pelo Estado, que poderia ser seriamente questionada caso os veículos resultantes deste processo não atendessem integralmente aos anseios tanto práticos quanto simbólicos do brasileiro. Todavia, observando os três tipos de automóveis oferecidos inicialmente mais de perto, seria possível detectar uma espécie de ponte entre uma situação fundamentada pelo hábito e outra cujo hábito ainda devia ser construído. Existiriam questões práticas cuja solução seria relativamente simples, como a oferta de assistência técnica e peças de reposição originais em redes de revendedores autorizados, sem falar na inédita facilidade na aquisição do carro próprio. Isto já poderia significar a criação de um mercado automobilístico brasileiro fundamentado em regras claras de comércio, oferta, crédito e assistência.

Os automóveis DKW-Vemag, Volkswagen Sedan e Dauphine tinham indisfarçável origem europeia, mas seriam veículos que se poderiam dizer fundamentalmente baseados em conceitos “fordistas” quanto a sua configuração e produção, quase que diretamente amparados na definição de Henry Ford sobre seu *Tin Lizzie*: “Carros para atender ao grande público, baseado no desenho mais simples, com preço baixo o bastante para atender ao cidadão comum”.

Embora não fossem planejados para o Brasil, o DKW e o Volkswagen são descritos tanto pelas referências de época quanto pelas fontes bibliográficas como veículos robustos, versáteis e adequados ao uso no país, enquanto que o Dauphine se notabilizava pela facilidade na condução, tanto que diziam ser o favorito das mulheres motoristas. Como suas peculiaridades mecânicas poderiam ser atendidas pela rede de concessionários autorizados, eles se aproximariam do referencial de qualidade reconhecido pelo público e fundamentado pelo hábito. Então, seria possível construir novos referenciais, ou pontes na construção de novos hábitos moldados também em novos padrões de consumo, ou numa nova tipificação recíproca de ações habituais que poderia ser novamente executada no futuro, mas como peculiaridade brasileira numa espécie de decalque nos antigos hábitos. Ou seja, proprietários

de carros norte americanos poderiam reconhecer nos nacionais de origem europeia os mesmos atributos de qualidade e status daqueles veículos, acolhendo-os não só pelos aspectos práticos, mas também pelos simbólicos que eles poderiam oferecer. Ainda recorrendo a Ballandier: “As produções do imaginário tomam forma, materializam-se nas instituições e nas práticas; mas, ao mesmo tempo, elas são tratadas aí, em proveito da ordem social e do poder que a conserva” (BALLANDIER, 1999, p. 48); ou seja, o cerne da ordem social teria se mantido. É provável que a aquisição do primeiro Volkswagen Sedan brasileiro por um membro da elite industrial paulistana, Eduardo Andréa Matarazzo em 1959, fosse um indício de que a partir daquele momento possuir um carro nacional poderia se constituir num novo referencial de modernidade e até ousadia. Se um “Matarazzo” adquiriu um, outros o seguiriam.

Em novembro de 1960, a Mecânica Popular divulgava o teste do Simca Chambord 1960 numa matéria intitulada, “Linha Dior em automóvel”, em referência ao costureiro francês Christian Dior. Na reportagem, Mauro Salles dizia que o Simca era um automóvel em “plena moda” e ao chegar ao mercado brasileiro em março de 1959 exibia suas referências francesas até no nome (Chambord é o nome de um famoso castelo no vale do Rio Loire). No entanto, tinha estilo nitidamente norte americano. Paulo Sandler e Rogério de Simone (2005) pesquisam a trajetória da Simca na França e no Brasil e demonstraram suas influências “ianques” pós 1955, especialmente em aspectos da carroceria como “rabos de peixe” nos para-lamas traseiros, pára-brisa prolongado lateralmente, frisos dividindo a pintura em duas cores, grade dianteira quadriculada “estilo Ferrari”, além do motor oito cilindros V8. Como acessórios de fábrica, oferecia-se a escolha de dois tons para a buzina (mais alto na estrada e baixo na cidade), faroletes de neblina, luzes de aviso do freio de mão puxado e mais uma série de dispositivos acionados numa única alavanca à esquerda da coluna da direção. Era a época do fascínio pelos “gadgets”, equipamentos e dispositivos elétricos ou eletrônicos muito atraentes, mas de pouca utilidade prática, daí os comandos sob a forma de pequenas alavancas cromadas e chaves para acionar inúmeros equipamentos. Abraham Moles (1971) definiu o “gadget” como uma espécie de acessório de natureza utilitária multifuncional que, pelo acúmulo de funções, assume um caráter “kitsch” na desproporção entre meios e fins, porém, criando a ilusão de eficiência técnica.<sup>162</sup>

---

<sup>162</sup> Abraham Moles explica que a palavra “gadget” tem origem norte americana e significa artigo engenhoso, “*a mechanical contrivance or service*”, e os distingue em unifuncionais e multifuncionais: os primeiros recobrem um ato unitário de acordo com certas regras da vida (como na condução de um automóvel - acender os faróis); os segundos recobrem a associação de diversos atos diversificados e heterogêneos (modular a intensidade dos faróis, das luzes do velocímetro, das luzes “de cortesia”, da luz da cabine, acionar as setas, os faróis de neblina, a buzina e etc.) e assim estendendo suas funções em demasia criando desproporção entre meios e fins. Cf. MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971. p 206-208.

A influência norte-americana se dava pela origem do projeto quando a empresa ainda era a divisão Ford France da Ford Corporation. Em 1954 a Simca adquiriu a fábrica da Ford France, mas continuou a produção dos modelos “Vedette” com a marca Simca. Ainda em 1954 foram lançados os novos modelos da linha “Vedette” projetados na Ford Corporation em Dearborn, Detroit, Estados Unidos, pela equipe de desenhistas chefiados por G. Walker, que estava desenhando também as linhas dos futuros modelos Ford norte-americanos para 1955; portanto, o carro francês apresentaria a mesma silhueta. Em 1958 toda a linha sofreu a modificação estilística que resultou no modelo produzido no Brasil, afastando um pouco a aparência herdada dos modelos Ford 1955 e aproximando-a do estilo dos modelos Chrysler 1956. Este é um particular que merece destaque, porque em 1958, a Chrysler Corporation já detinha 15% das ações da Simca francesa, o que já poderia significar alguma influência da empresa norte americana nos rumos da Simca. Tanto que em 1959, modelos Simca “Vedette” Chambord eram distribuídos nos Estados Unidos através dos concessionários Plymouth, anunciados como “o carro econômico mais luxuoso do mundo, importado de Paris pela Chrysler”.<sup>163</sup>

Em janeiro de 1962 a revista Quatro Rodas realizou testes com o modelo Chambord fabricado no Brasil fazendo a seguinte consideração sobre o estilo do carro:

É inegavelmente um carro bonito, em linhas gerais, que parece satisfazer o gosto médio do público brasileiro, bastante acostumado ao estilo americano. Vistoso e imponente, apresenta um perfil lateral harmonioso, com curvas e planos bem concordantes (...) acompanhando assim a tendência mais moderna do estilo automobilístico.

A revista ainda ressaltava o perfil dos seus “rabos de peixe” que impressionavam, mas tinham arestas vivas nas extremidades e as grandes lanternas traseiras, que traziam uma pequena controvérsia porque alguns as achavam um pouco espalhafatosas e outros que a “personalidade do carro” residia neste detalhe (esteticamente, se assemelhava as lanternas traseiras do modelo norte americano Dodge 1956). Fizeram elogios ao acabamento em geral, aos detalhes cromados e em aço inoxidável, à variedade do catálogo de cores que oferecia “do preto austero ao lilás excêntrico”, mas chamaram a atenção à má qualidade dos metais dourados que descascavam com facilidade e ao manual pouco claro sobre a manutenção do

---

<sup>163</sup> “The word’s most luxurious economy car” was “imported from Paris by Chrysler” apud FLAMMANG, James M. **Chrysler chronicle**. Lincolnwood: Publications International, 1995. p.169.

carro. Por fim, o teste concluía que o Chambord era um automóvel de classe, cômodo, espaçoso, elegante e bastante rico em acessórios, proporcionando prazer a quem o possuísse contanto que se observasse a manutenção adequada.<sup>164</sup> Em fevereiro de 1961 a Simca do Brasil passou a oferecer também seu modelo “Présidence”, mais luxuoso que o Chambord e caracterizado pelo estepe exposto na traseira do carro, acessório conhecido como “kit continental”.

Entretanto, não era na mescla entre elementos norte-americanos e franceses que residia o ponto mais instigante do Simca Chambord, e sim na maneira como iniciou sua produção no Brasil. Paulo Sandler e Rogério de Simone (2005) informam que a fundação da Simca do Brasil ocorreu em Belo Horizonte, a 5 de maio de 1958, com capital registrado de Cr\$ 900 milhões. No teste realizado pela revista Quatro Rodas em janeiro de 1962 há uma informação discordante no valor do capital inicial da empresa, segundo a matéria, Cr\$ 3 bilhões em capital franco-brasileiro. Em outro exemplar da revista Quatro Rodas, de setembro de 1960, há informação que teriam sido produzidos 1.264 modelos Simca Chambord no Brasil até 31 de dezembro de 1959.

Em março de 1959 automóveis Simca Chambord “0 km” começaram a sair de um galpão alugado em São Bernardo do Campo, de onde até então se fabricava apenas bicicletas. Sandler e de Simone chamam a atenção para o fato intrigante de uma empresa instalada na capital de Minas Gerais, vir a estabelecer sua linha de montagem a quase 800 km de sua sede, numa cidade do estado de São Paulo. Os autores citam a interferência de Magalhães Pinto (o Banco Nacional seria um dos acionistas da Simca) que queria ter uma fábrica de automóveis em Minas Gerais, e do próprio presidente Juscelino, que inclusive desejava anunciar a fábrica em 17 de agosto de 1957, data da fundação de Belo Horizonte, numa preparação da sua volta ao governo do estado quando terminasse o mandato presidencial. Contudo, o maior acionista da Simca francesa, o italiano Teodoro Enrico Pigozzi, não se mostrava disposto a investir numa fábrica no interior do país, preferindo enviar automóveis prontos ou no esquema da fórmula CDK. Aliás, sua primeira proposta ao GEIA era neste sentido, mas foi recusada. A segunda proposta teria sido aceita mediante interferência do Presidente JK, o que teria

---

<sup>164</sup> TESTES de Quatro Rodas: Simca Chambord. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 18, p. 78–91, jan. 1962. SALLES, Mauro. O Novo Simca. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 23, p. 98-103, nov. 1961. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)  
ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.  
SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005.  
SIMCA DO BRASIL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1773-1776.

resultado na primeira grave dissidência no GEIA, pois o General Macedo Soares teria dado o aval político ao projeto, chocando-se com a posição contrária de Eros Orosco, técnico do GEIA, tido como uma pessoa inábil politicamente. Lúcio Meira tentou contemporizar e isto teve como consequência a saída de Orosco, substituído por Sidney Lattini.<sup>165</sup>

Quanto à fábrica de São Bernardo do Campo, os autores explicam que maquinário para produção automobilística só chegaria em 1960 quando a Simca francesa suspendeu definitivamente a produção dos modelos “Vedette” na França. Assim sendo, os 1.264 modelos, citados na reportagem da revista Quatro Rodas de setembro de 1960, que se dizia “fabricados no Brasil” entre março e dezembro de 1959, poderiam ter sido importados da França, recebendo aqui apenas a plaqueta de identificação de produção no Brasil, ou montados na fórmula CDK já com alguns componentes nacionais. Consultas nas tabelas de preços dos carros nacionais publicadas em exemplares da revista Quatro Rodas veiculadas entre fevereiro e agosto de 1961, que traziam a informação do prazo de entrega de cada modelo fabricado no Brasil fornecido pelo fabricante, mostravam o seguinte panorama: nos automóveis das marcas DKW-Vemag, Volkswagen e Willys Overland, o prazo de entrega para veículos novos poderia variar em conformidade com a cidade e com as circunstâncias de mercado (incluindo automóveis de passeio, utilitários e jipes); na Toyota do Brasil o prazo era de um mês (apenas jipes); na FNM o prazo era indeterminado (apenas o carro de passeio), já na Simca a entrega era imediata (modelos Chambord e Présidence).

Utilizando como comparação a informação de que o maquinário da fábrica da Simca francesa só estaria liberado pela matriz em 1960, e demoraria ainda mais de um ano para ser totalmente montada e apta a produzir automóveis completos no Brasil, poderia se concluir que sua efetiva produção só poderia iniciar talvez no final de 1961. Como existia um grande estoque de carros da linha “Vedette” encalhados na matriz da fábrica na França, incluindo modelos Chambord e Présidence, para garantir a entrega imediata prometida, é possível que a Simca do Brasil tenha lançado mão da importação destes automóveis franceses ainda em 1961. É possível também que a Simca tenha encontrado um modo sutil de sinalizar a chegada ao mercado dos carros totalmente produzidos no Brasil. O modelo teria sofrido algumas modificações mecânicas, especialmente para as condições de tráfego no Brasil em 1961, quando foi modificado também o formato de um friso em aço inoxidável da lateral do carro. Levando em conta a chegada do maquinário e o prazo de aproximadamente um ano para sua

---

<sup>165</sup> SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p. 76.

montagem, os primeiros automóveis Simca Chambord e Présidence, fabricados no Brasil, só chegariam ao mercado na segunda metade de 1961; exatamente quando foi apresentado o novo friso lateral (chamado “Simca 1961 2ª série”).

Pode se ainda perguntar até que ponto a contemporização do GEIA com a Simca do Brasil significaria omissão a estes fatos. Pode se também questionar o quanto de intromissão política poderia ter ocorrido no caso da recusa do GEIA ao projeto apresentado pela Ford do Brasil, em 1959, da fabricação do seu modelo Custom no país (a Ford pretendia lança-lo no ano seguinte). Segundo o GEIA, o motivo da recusa se deu porque a Ford teria decidido produzir o carro no Brasil quando já se encerrava o prazo de entrega dos projetos dos interessados em fabricar carros de passeio, em 31 de dezembro de 1958. Quais motivos levariam o GEIA se mostrar tão complacente para com a Simca e ao mesmo tempo não estender suas contemporizações à Ford do Brasil, empresa instalada no país desde 1919? Uma das razões poderia estar no receio dos poderosos sócios brasileiros da Simca com uma possível concorrência com a Ford do Brasil. Sandler e de Simone explicam que os modelos da linha “Vedette”, incluindo o Simca Chambord, não fizeram sucesso na França (ainda em 1962 havia estoque de carros encalhados na matriz francesa), ao passo que os carros da linha Ford Custom, incluindo os modelos Fairlane e Gálgaxie, eram sucesso de vendas nos Estados Unidos além de serem bastante apreciados no Brasil. Portanto, seria plausível concluir que neste panorama os carros Simca poderiam repetir seu fracasso também no Brasil. Assim, é possível que tenham criado uma produção fictícia no país por um tempo, enquanto que se fechava a porta à possível concorrência com a Ford pela via da interferência política nas decisões do GEIA.

Em fins de 1960, ainda se falava da construção da futura fábrica da Simca do Brasil em Minas Gerais, cujas obras estariam prosseguindo na cidade industrial de Santa Luzia, a 18 km de Belo Horizonte, num terreno de 2.270 milhões de m<sup>2</sup>.<sup>166</sup> Mas havia muitas dúvidas. Ainda segundo Sandler e de Simone, com o fim do mandato de Juscelino Kubitschek sua influência política no GEIA diminuiria. Além disso, já existia uma convicção que a operação da Simca do Brasil não teria solidez, caracterizando-se mais como um entreposto de carros importados, ou montagem na fórmula CDK. Contudo, ainda em 1960 transferiu-se todo o ferramental para produção do carro da França para o Brasil, e junto veio o engenheiro francês Jean Jaccques Pasteur, encarregado de implantar a fábrica no país. Uma de suas providências foi, em 1961, dissuadir os sócios brasileiros da construção da fábrica em Minas Gerais,

---

<sup>166</sup> ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 10, set. 1960.

porque seria um plano inviável. Assim, foi desativado o escritório da empresa de Belo Horizonte, transferindo-se definitivamente todas as atividades para São Paulo. É possível se imaginar, como desdobramento, o desprestígio dos políticos mineiros após este fato.

Figura 44 – Propaganda do Simca Chambord.

No teste do Simca Chambord 1961, Mauro Salles dizia: “O Simca 1961 (figura 44),



**Documentação Técnica:**  
 Comprimento total: 4,75 m -  
 Largura total: 1,77 m - Peso  
 (equipado): 1.245 kgs. - Motor  
 "Águilon" de 8 cilindros em V  
 - Cilindrada: 2.351 l. - Taxa  
 de compressão: 7,5:1 - Duplo  
 carburador invertido Zenith de  
 grande economia - Embreagem  
 monodiscoide a seco - Caixa  
 de mudanças mecânica, com 3  
 velocidades + marcha à ré. 2ª.  
 e 3ª. sincronizadas. Potência  
 ao freio: 84 HP (a) 4.800 RPM.  
 Direção tipo GEMMER com  
 parafuso sem fio e setor (Rato  
 de gração: 5,70 m) - Suspensão  
 "Stabimatic" exclusiva da Simca -  
 Amortecedores anti-oscila-  
 tórios - Freios hidráulicos  
 tipo "Wimplex" - ASSISTEN-  
 CIA TÉCNICA PERMANENTE.

**SIMCA**  
**CHAMBORD**

Admire-o  
 no AGENTE  
 AUTORIZADO  
 SIMCA  
 da sua cidade!

Denton - 12.055

*Linhas de sóbria e aristocrática beleza. Elegante interior, com luxuoso estofamento. Lindas e modernas combinações de cores à sua escolha!*

com mais de 95% de nacionalização, é um veículo bem brasileiro.” Ele também exaltava aperfeiçoamentos que o tornava mais adequado às condições brasileiras. Naquele momento, de fato, já era produzido no Brasil nas novas instalações da fábrica localizada no km 23 da Via Anchieta, em São Bernardo do Campo, São Paulo.

Em 1960 acontecia mais um lançamento automobilístico no Brasil: chegava ao mercado o primeiro carro de procedência genuinamente norte americana fabricado no país: o Aero-Willys, produzido pela Willys Overland do Brasil. Lançado em 25 de março de 1960, o automóvel recebeu a seguinte descrição nos testes realizados pela revista Quatro Rodas publicado em fevereiro de 1962:

Planejada há dez anos (1952), a carroceria do Aero-Willys incorporava as idéias precursoras, que iriam tornar-se moda dominante a partir de 1955. Perfil aerodinamicamente projetado, painéis largos e simples, cofre e mala

mais baixos que os para-lamas e grandes áreas envidraçadas, entre outras características inovadoras.

Os estudos para a fabricação do Aero Willys no Brasil iniciaram em 1958 e teriam incluído uma série de testes para adequar o modelo às condições do país. Curiosamente, antes a Willys havia cogitado lançar um carro de maior porte, e assim teria tentado fazer um acordo com a Chrysler Corporation dos Estados Unidos para produzir seu modelo Plymouth 1955 sob licença no Brasil. Porém, como as duas empresas não chegaram a um denominador comum no campo financeiro, o projeto do “Willys-Plymouth” brasileiro ficou inviável.

Neste curto episódio, alguns fatores merecem atenção: O Aero-Willys 1960 brasileiro era uma espécie de evolução dos modelos Aero-Ace lançados pela Willys americana em 1952, mais especificamente do modelo Custom 1955 cuja fabricação foi encerrada naquele ano. Assim, todo o ferramental para a sua produção (junto com estoques excedentes de peças de reposição) estava disponível a custo praticamente zero. Então por qual razão a filial brasileira da empresa buscaria um automóvel para fabricar no país numa concorrente? A verdade era que os automóveis da série Willys Aero, como eram denominados nos Estados Unidos, não tinham feito sucesso no mercado americano. Entre 1952 e 55 a Willys produziu em torno de 92 mil veículos, número baixo para os padrões americanos. É possível que a montadora receasse seu fracasso também no Brasil.

Ocorreu que em 1955 a Willys foi comprada pela Kaiser-Frazer, originando a Willys Motors nos Estados Unidos (no Brasil continuou como Willys Overland do Brasil). Existia um modelo anteriormente produzido pela Kaiser-Frazer que poderia se enquadrar no desejo da Willys por um carro maior: era o Kaiser Manhattan cuja produção também encerrou em 1955. Mas este modelo já estaria destinado à filial argentina da Willys Motors, a Indústria Kaiser Argentina (IKA), onde seria fabricado com a denominação “Carabela” de 1955 a 62.<sup>167</sup> Entretanto, apesar de ser bem conhecido no Brasil o modelo “Manhattan” também não tinha feito sucesso durante o período de sua produção nos Estados Unidos de 1952 a 55. É possível que diante dois modelos com histórico de baixas vendas a escolha do Willys Custom 1955 tenha sido a mais acertada, pois em 1958 o mercado brasileiro de carros usados era composto por uma minoria de automóveis “último tipo” e o restante da frota por modelos com mais de cinco anos de uso. Isto ocorria já por conta das restrições nas importações mais rigorosas a

---

<sup>167</sup> KAISER-FRAZER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1264. INDÚSTRIA Kaiser Argentina (IKA). In: **Enciclopédia do Automóvel**, São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 5. p. 1188.

partir de 1954; isto fazia com que o modelo Custom fosse praticamente desconhecido no país, também por conta da sua baixa produção nos Estados Unidos. Assim sendo, entre um modelo mais conhecido (Manhattan) e outro mais inédito (Custom) a Willys optaria pelo fator do maior ineditismo do modelo “Aero”.

Seguindo na descrição do Aero Willys na revista Quatro Rodas de fevereiro de 1962, o carro mantinha a mesma aparência básica do seu predecessor americano com dimensões semelhantes às dos automóveis “compactos”, principalmente o comprimento e espaço interno de carro grande aliado a um tamanho externo médio. Danilo de Oliveira (1996) ressalta que o Aero Willys transmitia a sensação de ser menor que realmente era e que seu desenho transmitia uma impressão de robustez. Este aspecto de veículo pesado seria mais evidente nos modelos fabricados em 1960 e 1961 que possuíam um largo friso lateral em formato de “Z” dividindo a pintura em duas cores (geralmente branco e mais uma cor). No modelo 1962 este friso foi substituído por um friso ligeiramente mais estreito e reto, alongando a silhueta do carro. Na traseira, o destaque eram as grandes lanternas cromadas e os páralamas ensaiando um discreto “rabo de peixe” à moda do Cadillac. O carro era equipado com motor de seis cilindros semelhante ao que equipava a perua Rural Willys, conhecido como “Hurricane”, e câmbio de três marchas com alavanca na coluna da direção.<sup>168</sup> A Quatro Rodas descreveu a frente do carro como discreta e elegante com sua grade simples e bem dimensionada. Porém, como o Aero Willys brasileiro utilizava o mesmo para choques da Rural Willys, de desenho reto, quebrava-se um pouco a harmonia das linhas dianteiras do carro produzido no Brasil em comparação ao Custom 1955 cujo para choque dianteiro acompanhava o “V” da grade dianteira. O modelo norte-americano tinha a transmissão automática oferecida como equipamento opcional, item ausente no modelo brasileiro.

Toda esta sensação de robustez, a aparência de ser menor do que era mais a simplicidade de suas linhas foram precisamente alguns dos fatores que determinariam seu fracasso junto aos consumidores americanos, que preferiam carros de aparência mais leve, compridos e cheios de acessórios. Segundo Sandler e de Simone, o dono da Willys Motors, Henry John Kaiser, foi muito criticado e acusado de trazer para a América do Sul projetos de carros obsoletos rejeitados pelos consumidores americanos. Porém, os autores argumentam que tais projetos teriam ficado obsoletos para as condições de um país rico que podia se dar ao luxo de buscar novos parâmetros de consumo; mas para as condições mais rudes das ruas e

---

<sup>168</sup> OLIVEIRA, Danilo A. de. Aero-Willys 60-62. *Revista Collector's Magazine*, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 9-12.

estradas brasileiras da época o modelo Willys Custom (assim como a linha de utilitários Jeep e Rural) se mostraria adequado exatamente pela sua robustez. No que diz respeito à obsolescência do projeto, é preciso observar que o arcabouço do carro, carroceria e chassi, eram agrupados numa única peça denominada pela fábrica como “aero-frame”, nada mais que a estrutura unitária conhecida como “monobloco”,<sup>169</sup> mais leve, rígida e econômica que o sistema de carroceria e chassi separados. Assim, o projeto do Aero-Willys não poderia ser chamado de obsoleto, pois já apresentaria a estrutura “monobloco” desde 1952, considerada ainda uma solução avançada em 1960.

Do ponto de vista da concorrência com outros carros tipo sedan quatro portas fabricados no Brasil, poderíamos fazer uma comparação utilizando como critério seus valores publicados na tabela de preços de carros nacionais novos da revista Quatro Rodas, em 1960: o Dauphine custava Cr\$ 530 mil; o DKW-Vemag sedan, Cr\$ 668 mil; o Aero-Willys, Cr\$ 895 mil o FNM 2000 “JK”, Cr\$ 946 mil e o Simca Chambord pouco mais de Cr\$ 1 milhão. Assim, o Aero-Willys seria o automóvel de preço mediano entre o carro nacional mais caro e o mais barato.<sup>170</sup> Se tivesse entrado em produção no Brasil em 1960 o Ford Custom, fabricado pela Ford do Brasil, provavelmente não custaria menos que Cr\$ 1.3 milhão, o preço mínimo de um modelo Ford 1959 norte americano usado; assim, não faria concorrência ao Aero-Willys por se situar em faixa diferente de preço. Entretanto, não se pode deixar de levar em conta que a presença de um outro automóvel de origem norte-americana no mercado de nacionais, cujo projeto fosse bem mais atual, talvez pudesse representar algum perigo ao carro produzido pela Willys. Lembrando que entre acionistas e membros da diretoria da empresa figuravam pessoas da família do ex-chanceler Oswaldo Aranha; gente bastante influente.

A Quatro Rodas de setembro de 1960 informava que até aquela data tinham sido produzidos apenas 706 modelos Aero-Willys, mas fazia ressalva de que sua produção tinha se iniciado “em março passado” (março de 1960). Seu índice de nacionalização era 85,34%. O teste realizado pela revista com o Aero-Willys 1962, em fevereiro daquele ano, concluía da seguinte maneira: “O Aero Willys é um automóvel que reúne em alto grau as principais qualidades a um veículo brasileiro: robustez, comodidade e apresentação.” A palavra “apresentação” parecia colocar o automóvel como um carro que reunia características de confiabilidade, conforto e manutenção simples capaz de atender às necessidades e desejos de

---

<sup>169</sup> MONOBLOCO/carroceria. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1453.

<sup>170</sup> MERCADO de automóveis novos nacionais. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 65, p. 89, dez. 1965.

um emergente segmento composto por técnicos, médicos, engenheiros, diretores de empresas que desejavam praticidade aliada a uma aparência mais distinta, porém discreta. Uma espécie de releitura do “Doctor’s Car” da década de 40, transposta para a realidade brasileira dos anos 60.<sup>171</sup> (figura 45)

Nesse mesmo período ocorreria o lançamento do primeiro automóvel de passageiros produzido pela Fábrica Nacional de Motores: o FNM 2000 “JK”. Apresentado oficialmente em 21 de abril de 1960, era basicamente o Alfa Romeo 2000 lançado no Salão do Automóvel de Turim, Itália, três anos antes. No Brasil sua apresentação ocorreu simultaneamente à inauguração da nova capital de república, Brasília, numa coincidência proposital de datas para marcar o novo automóvel brasileiro como uma espécie de corolário da “Era JK”. O costume de designar modelos ou mesmo marcas de automóveis com nomes ligados à política não era novidade: a fábrica de automóvel Lincoln, fundada em 1920 nos Estados Unidos, homenageava o ex. presidente Abraham Lincoln, enquanto que a IAME (Indústrias Aeronáuticas y Macânicas Del Estado) produziu na Argentina uma série de veículos com a marca “Justicialista” na década de 50, numa referência ao Partido Justicialista argentino.<sup>172</sup>

---

<sup>171</sup> KAISER y Willys para 1954. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 14, n. 5, p. 33, maio 1954. (Traducción del v. 101, n. 3, edición en inglés).

TESTES de Quatro Rodas: Aero-Willys. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 19, p. 76-89, fev. 1962.

ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 10, set. 1960.

AERO-WILLYS: o Valente. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 4, n. 23, p. 50-57, 2005.

WILLYS. Enciclopédia do Automóvel, Abril Cultural, volume 8, 1975, p. 1930.

WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1931-1936.

SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p. 77-78.

<sup>172</sup> FAGUNDES, Atos Rodrigues. Autoclássica. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 9, n. 49, p. 28-37, 2009.

Figura 45 – Propaganda do Sedan Aero Willys em 1960

...é o Aero-Willys.

Simplez, robustez, desporto, poderono, muito confortavel, o Aero-Willys é o unico grande carro brasileiro construido especialmente para as nossas condições: 1.600 cc motor Willys de 6 cilindros e 90 H.P. - economicamente economico. Cambio universal. Suspensao independente nas rodas dianteiras - simplificador para todos os tipos. Estrutura monobloco - o que o faz muito resistente. Direcao leve facil de manobrar. Quatro portas, espaco interno fabricado para seis pessoas. Amplo porta-malas. Validade sansonada. Em todos os combates de cores. E a mesma facilidade de peças de todos os veiculos da linha Jeep.

Estimate o 200 Concessionarios Willys em todo o territorio nacional, sempre de acordo em demonstrar que a industria automobilistica brasileira produz um carro de alta categoria - o Aero-Willys - que atende aos mais exigentes requisitos. Willys-Overland do Brasil S.A. - Fabricante dos veiculos da linha Jeep - Sao Bernardo do Campo, Estado de Sao Paulo.

O alto indice de racionalizacao do Aero-Willys é a melhor garantia de completa e permanente assistencia tecnica.

CONHEÇA O NOS CONCESSONARIOS WILLYS

A revista Mecânica Popular de outubro de 1961 trazia o teste do modelo FNM 2000 JK. O título da reportagem foi: “Um automóvel de grande classe” e o redator Mauro Salles iniciou assim a matéria:

**O QUE É UM GRANDE CARRO?** A pergunta que parece fácil tem mil respostas. E é atrás justamente destas respostas que se lançam os engenheiros e projetistas dos grandes fabricantes, procurando, através delas, a fórmula para o êxito.

As letras maiúsculas no início são do texto original e pareciam tentar engrandecer o automóvel logo de início. E prosseguia:

Um carro não merece aplausos apenas pelo arrojo do seu desenho, pela perfeição mecânica, pelo conforto do seu interior. Ele precisa ser bom em quase tudo, e seus defeitos devem ser tão pequenos, ou de tal modo

superados pelas qualidades, que não mereçam grande crítica. A Alfa Romeo, cujo nome é uma lenda na indústria italiana, tem inúmeros carros na sua história. E o modelo “2000” mais recente é, certamente, um desses. Foi talvez por isso que a F.N.M. decidiu fabricá-lo no Brasil.

Termos como “perfeição mecânica e lenda na indústria italiana” dariam uma amostra da expectativa em torno daquele automóvel. A revista Quatro Rodas de agosto de 1962 trazia uma bateria de testes com o carro (a revista o chama de JK – FNM) e iniciava assim:

Inspirando-se na tradição dos motores 2.500 e 1.900, a Alfa Romeo desenvolveu em 1956/57 o motor 2.000 que, além da marca registrada da famosa indústria italiana (...) apresentava importantes melhoramentos obtidos através da pesquisa sistemática, seja nos laboratórios, seja nas pistas de corrida, onde a marca se destacou por muitos anos. Esta **máquina** foi vestida, dentro dos princípios clássicos da escola italiana, resultando daí o padrão de sobriedade, elegância e distinção que tanto sucesso obteve no salão de Turim, em 1957.

A palavra “**máquina**”, em negrito no texto original, provavelmente remetia ao termo italiano “macchina” aplicado a velozes carros esportivos equipados com motores potentes. Havia também referência ao automobilismo de competição onde a marca Alfa Romeo tinha forte presença na década de 50. Isto levaria à moda do “apelo esportivo” nos automóveis projetados naquela época e ao modelo italiano Cisitalia de Giuseppe Farina. Sobre a marca Alfa Romeo nas corridas havia também uma importante referência nacional, pois o famoso piloto de corridas brasileiro Chico Landi dirigiu carros Alfa Romeo na década de 40, quando conquistou importantes provas no Brasil e na Argentina. Mais tarde, quando as fábricas automobilísticas brasileiras usavam provas esportivas como meio promocional, Chico Landi fez um contrato com a FNM para correr com automóveis 2000 JK, conquistando vários campeonatos entre 1960 e 1963.<sup>173</sup>

Nos testes feitos pela Quatro Rodas de agosto de 1962, a descrição da carroceria do 2000 JK ressaltava suas formas angulosas e retas definidas como linha trapézio italiana e destacava a aparência fina e elegante do carro. Na revista Mecânica Popular de outubro de

<sup>173</sup> Algumas provas vencidas por Chico Landi com carros F.N.M. 2000 “JK” especialmente preparados para competições: Quinta Mil Milhas de Interlagos, 1960; Doze Horas de Interlagos, 1961; Mil Quilômetros de Brasília, 1962; além da segunda colocação na prova Doze Horas de Interlagos, 1963. O contrato de Chico Landi com a F.N.M. teria terminado em 1964, depois ele dirigiu o Departamento Esportivo da Simca do Brasil até 1966: cf. OS GRANDES pilotos de todos os tempos. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2. p. 249-264.

1961, Mauro Salles descrevia sua grade dianteira como “bonita e cheia de personalidade”, destacando o famoso emblema da Alfa Romeo em formato de coração conhecido como “cuore sportivo”, coração esportivo, que teve seu escudo original trocado pelo da FNM cujo desenho seria semelhante. Destacava também o símbolo de Brasília na forma de três colunas estilizadas do palácio da Alvorada e as letras cromadas “JK” que decoravam o capô e a tampa do porta-malas. Na traseira ainda elogiava a harmonia das linhas do para choques e descrevia as lanternas como sendo bonitas e funcionais. Em cima da placa traseira existia um friso cromado com as letras “F, N e M” estilizadas que também mereceu atenção. Os testes feitos pela revista Quatro Rodas traziam uma descrição detalhada do motor do carro com destaque ao câmbio de cinco marchas totalmente sincronizadas (sincronizador Porsche), à caixa de ferramentas completa que acompanhava o carro, ao painel de instrumentos com tacômetro (conta-giros) e outros itens inexistentes nos carros nacionais. Por exemplo: no Aero-Willys e no Simca Chambord era oferecido apenas o câmbio de três marchas com a primeira não sincronizada (conhecida como “caixa seca”).

Esportividade e elegância da escola estilística italiana significando bom gosto, aliado a um motor de características modernas fizeram do 2000 JK talvez o automóvel mais aguardado e festejado pela imprensa automotiva brasileira em 1960 e 61 desde a chegada do primeiro carro produzido no país, o DKW-Vemag, dois anos antes.

Angelo Tito Anselmi (1975) explica que a criação do Alfa Romeo 2000 foi uma evolução de um modelo anterior (o 1900 lançado em 1954), para atender a exigência por um carro social que fugisse um pouco do apelo esportivo, permitindo que a Alfa Romeo entrasse no mercado norte americano. Daí tantos itens de conforto até citados por Mauro Salles em 1961, quando referiu ao “festival de botões” do painel de instrumentos do carro onde, segundo sua observação: “há luz até para indicar que o afogador está puxado”; os “gadgets” tão apreciados pelo consumidor norte-americano. Entretanto, segundo Anselmi, o modelo Alfa Romeo 2000 não obteve êxito nos Estados Unidos, onde o consumidor estaria habituado mais às transmissões automáticas do que à caixa de cinco marchas do modelo italiano, que exigia trocas de marcha mais frequentes, além da preferência pelos motores de oito cilindros em “V” enquanto que o motor do carro italiano tinha quatro cilindros. Na Itália sua carroceria foi considerada muito pesada e grande para os padrões italianos, medindo quatro metros e setenta e um centímetros de comprimento, isto o colocaria na categoria dos carros “compactos” norteamericanos, enquanto que na Europa seria considerado um carro grande. Foi produzido na Itália entre 1957 e 1960 em três versões: sedan de quatro portas, cupê de duas portas e conversível.

No Brasil os itens de esportividade rejeitados pelo consumidor americano eram pontos a favor do carro. Além disso, por ser um projeto direcionado a um mercado mais exigente do que o brasileiro, no geral acostumado a carros de concepção mais simples, poderia se dizer que foi um automóvel superdimensionado para o país. Possivelmente vinha daí o acolhimento entusiasmado da imprensa automobilística brasileira da época.

Na Mecânica Popular de outubro de 1961 Mauro Salles observou que a fabricação do 2000 JK não foi isenta de problemas: foi um dos últimos projetos de carros de passeio aprovados pelo GEIA, e sua produção iniciou quando a FNM passaria por dificuldades econômicas. Nas tabelas de preços de carros novos nacionais, publicadas em exemplares da revista Quatro Rodas entre fevereiro e agosto de 1961, mostravam sempre a entrega com prazo indeterminado para aqueles modelos, significando indícios de instabilidade na estatal brasileira naquele momento.

Segundo José Ricardo Ramalho (2007), em 1955 as finanças da FNM estavam regularizadas, sendo possível distribuir dividendos aos seus acionistas pela primeira vez na sua história. Em 1956 foi apresentado um projeto de expansão da fábrica para a nacionalização final do caminhão Fê-nê-mê, cujo ritmo de produção tinha aumentado. Possivelmente, estes planos incluíam também o contrato com a FIAT italiana em 1956 para a montagem de seus tratores no Brasil, citado por Lúcio Meira na entrevista que concedeu à Quatro Rodas em 1966.

Todavia, a Fábrica Nacional de Motores escolheria outro rumo. Conforme informação veiculada na seção “Brasil em 4 rodas” na Revista de Automóveis de maio de 1957, a Alfa Romeo teria entregue seus planos para fabricação de um carro de passageiros ao GEIA naquele ano. O representante da fábrica italiana teria sido recebido pelo presidente Juscelino Kubitschek no ato da entrega dos planos na presença do então ministro da Viação, Lúcio Meira e do embaixador da Itália. Segundo aquela publicação, os planos incluíam a organização de uma “firma” especialmente para fabricar carros Alfa Romeo no Brasil.

A “firma” mencionada poderia significar a criação de uma espécie de divisão para a produção exclusiva de automóveis de passeio separada da fabricação dos caminhões Fê-nê-mê. Num editorial publicado na revista Quatro Rodas, em agosto de 1963, Victor Eduardo Gouveia mencionou a aprovação pelo GEIA, em 1958, de um contrato entre a Alfa Romeo e um grupo brasileiro para a produção do Alfa Romeo 2000, conhecido como projeto FABRAL (em maiúsculo no texto original, parecia sugerir uma sigla, mas não trazia maiores esclarecimentos sobre o caso). A existência de divisões dentro das empresas automobilísticas

era uma forma de direcionar produtos diferenciados ao seu tipo de mercado; <sup>174</sup> seria este o caso? O editorial afirmou que a aprovação do GEIA ao referido projeto FABRAL implicou na desistência do contrato para a montagem de tratores marca FIAT, celebrado em 1956, entre a empresa italiana e a FNM. Esta desistência foi inclusive mencionada na entrevista de Lúcio Meira em 1966, como consequência de pressões por parte de associações agrícolas, contrárias ao plano dos tratores nacionais. Contudo, seria plausível supor que a própria Alfa Romeo não estaria satisfeita com a possibilidade de conviver com outra empresa, também italiana, dividindo as instalações da FNM e assim tivesse apresentado o projeto de fabricação de um carro de passageiros ao GEIA para garantir sua reserva de domínio na estatal. O papel do tal “grupo brasileiro” parceiro no projeto poderia ser apenas um artifício para simular o interesse de algum grupo nacional no negócio. É uma hipótese.

Ainda no editorial da revista Quatro Rodas, Gouveia classificava a fabricação do caminhão Fê-nê-mê como um bom negócio de interesse nacional, mas definia a fabricação do FNM 2000 JK como um absurdo que não se justificava por qualquer ângulo: “um luxo que só poderia permitir uma indústria em magníficas condições financeiras”. Ele prosseguia explicando que em 1958 a FNM precisaria de Cr\$ 890 milhões e US\$ 10 milhões para prosseguir no plano de produção do carro. Por sugestão do BNDE, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico, (também sócio da FNM) o governo aprovou o plano, mas condicionou sua aceitação ao aval de financiamento para a importação de peças de caminhão Alfa Romeo italiano (Fê-nê-mê nacional) para a fábrica brasileira. Porém, depois de assinado o acordo, o governo liberou apenas parte do recurso, Cr\$ 210 milhões mais Cr\$ 350 milhões foram arrecadados de particulares. Segundo Gouveia, mesmo faltando uma parte dos recursos o projeto teria prosseguido mediante parcelamento do restante da dívida contraída com a empresa italiana. Tudo isto, mais as dificuldades de manter o ritmo de produção dos caminhões, acrescido de falhas administrativas na FNM, fez com que os pagamentos à Alfa Romeo se atrasassem a tal ponto que ela cortou os fornecimentos com pagamento a prazo para a estatal brasileira, significando que tudo teria que ser comprado com pagamento à vista dali por diante.

Entre 1960 e 61 chegariam a um acordo para o pagamento da dívida da FNM com a Alfa Romeo que envolveria a Cia. Vale do Rio Doce brasileira e a Italsider italiana, ambas paraestatais, no qual o Brasil passaria a exportar minério de ferro (200 mil toneladas anuais)

---

<sup>174</sup> LUDVIGSEN, Karl E. Cadillac. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 400.

da Vale para a Italsider por quatro anos; isto compensaria os créditos e débitos da FNM com a Alfa Romeo até 1965. Ainda conforme Gouveia, esta seria uma solução satisfatória se a FNM conseguisse superar suas crises e entrar num ritmo industrial sustentável.

Entretanto, em 1963 quando foi publicado o editorial, Victor Antonio Gouveia sentenciava que a FNM se encontrava numa situação ainda mais difícil, e uma das razões era porque o primeiro contrato com a Alfa Romeo, assinado em 1953, tinha terminado em 1960 sem que se tivesse celebrado outro; ou seja, a FNM não teria mais nenhum acordo formal com a sua fornecedora, apesar de ainda necessitar da importação de muitas peças vitais ao carro a ao caminhão que produziam. Portanto, existiria apenas o acordo da Cia. Vale do Rio Doce com a Italsider referente ao pagamento de dívidas antigas. E ainda, ao invés de se concentrar na melhoria do caminhão Fê-nê-mê frente à concorrência e estabilizar sua produção, a FNM planejava o lançamento de um novo carro esportivo denominado “Jango”. O artigo concluía dizendo que a FNM era uma empresa semi-estatal sofrendo todos os malefícios da vinculação com o governo, intromissões políticas e entraves burocráticos, e isto não representaria nenhuma vantagem no seu caráter empresarial<sup>175</sup>. Ramalho (2007) explica que o fato de a fábrica nacional de motores ser uma empresa estatal acabava por acirrar as críticas daqueles que eram desfavoráveis à intervenção do Estado na economia. Mas isto não impedia que a empresa fosse louvada por nacionalistas, que viam nela a possível materialização de um parque industrial de base majoritariamente nacional.

Quanto ao 2000 JK, o fato de ser produzido por uma empresa estatal não parecia se apresentar como algo a ser destacado nem contra nem a favor. As críticas quanto à qualidade do carro poderiam ser consideradas normais para um lançamento. Em 1961, Mauro Salles assinalava problemas na suspensão traseira um pouco dura, a exigência de regulagens mais constantes no motor, a alavanca de câmbio com as posições das marchas muito próximas, o velocímetro de difícil leitura, alguns defeitos na montagem de borrachas de vedação e a necessidade de um controle de qualidade mais rigoroso na fábrica, mas ressaltava que a montadora estava lutando para resolver estes problemas. Já a Quatro Rodas, em 1962, elogiava a montagem bem executada da carroceria do carro, a boa qualidade da pintura e o acabamento interno como um dos melhores dentre os carros nacionais. Observara também defeitos na montagem de borrachas de vedação permitindo entrada de água na cabine, mas isto seria apenas uma questão de ajustagem. Os dois testes feitos nos carro por duas publicações em tempos diferentes (outubro de 61 e agosto de 62), revelavam um automóvel

---

<sup>175</sup> GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 33, ago. 1963.

que, além de seguro, veloz e moderno, era bem executado. Ramalho (2007, p.124) cita Ramiz Gattás referindo à tarefa da FNM na oferta de suporte técnico e de mercado às indústrias de autopeças, que eram suas fornecedoras, e à criação de um curso de engenharia de extensão universitária em convênio com a Escola Nacional de Engenharia, Rio de Janeiro, mantendo cursos de formação, aperfeiçoamento e treinamento de operários. O autor coloca estes itens como uma tarefa fundamental daquele fabricante<sup>176</sup>. Possivelmente a qualidade do automóvel observada pela imprensa se daria graças ao empenho da fábrica em busca da sua excelência na produção, apesar das dificuldades.

Em setembro de 1960 a mesma Quatro Rodas informava que além do automóvel “JK” a fábrica produzia caminhões e ônibus, e que a área construída da sua sede era de cerca de 60 mil m<sup>2</sup> e passaria a 175.298 mil m<sup>2</sup>, uma vez concluídas as obras do plano de expansão da indústria. O capital social da era de Cr\$ 2 bilhões, 52% do tesouro nacional e o restante de particulares. Ainda segundo a revista, o índice de nacionalização do 2000 JK (figura 46) era de 65%. Em agosto de 1962 ela concluiu os testes com o veículo com o seguinte comentário:

O FNM 2000 condensa em seu projeto tudo que se possa desejar num carro de alta classe. Seguro, cômodo, confortável, é também relativamente econômico, muito robusto e excepcionalmente estável. Seus freios são ótimos e sua aceleração acima do comum. Todas estas qualidades do carro exigem manutenção especializada e um motorista de valor, que o conheça bem, e saiba mantê-lo e dirigi-lo como merece.

Enfim, um automóvel nacional que poderíamos considerar à altura das expectativas da imprensa e do público.<sup>177</sup>

<sup>176</sup> RAMALHO, José Ricardo. Estado Novo, industrialização e a formação do trabalhador brasileiro: o caso FNM. **Locus**: revista de história, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, 2007.

<sup>177</sup> SALLES, Mauro. F.N.M. 2000 “JK”: um automóvel de grande classe. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 22, p. 98-106, out. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).  
TESTES de Quatro Rodas: JK-FNM. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 25, p. 88-101, ago. 1962.  
ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.  
GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 32-33, ago. 1963.  
PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918.  
ANSEMI, Angelo Tito. Alfa Romeo. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p.57-69.  
RAMALHO, José Ricardo. Estado Novo, industrialização e a formação do trabalhador brasileiro: o caso FNM. **Locus**: revista de história, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, 2007.

Figura 46 – Propaganda do Sedan Alfa Romeo 2000 “JK” em 1960



### 4.3 Estradas de mão dupla

No panorama dos automóveis lançados até 1960, talvez fosse justo mencionar também a Volkswagen Kombi (figura 47) como um dos veículos que mais contribuíram para a difusão do automóvel no Brasil numa época em que o carro particular ainda era um luxo. Uma propaganda em cores da Volkswagen veiculada na revista Quatro Rodas de outubro de 1961, apresentava sua linha de produtos com o slogan: “O seu bom senso lhe dirá qual a solução ideal para seu problema de transportes”, onde se via um único modelo de automóvel de passeio, o Volkswagen Sedan, ao lado de quatro versões de carroceria para a Kombi. Em 1961 o redator da Mecânica Popular brasileira, Mauro Salles, relatou alguns episódios envolvendo a Kombi:

Estava este redator saindo de Brasília, com destino ao Rio, quando parou em um posto de abastecimento um veículo que vinha de Curitiba. Trazia uma família em mudança: sete adultos, um cachorro, uma gaiola de passarinhos, três crianças e sete malas. O carro era uma verdadeira festa. Tinha sido uma viagem sem problemas, sem nada quebrado e com pouco consumo de combustível. Era uma Kombi.

Uma menção à função de micro ônibus:

De outra feita, tomamos carona no carro de um amigo que ia para Copacabana. Era ele na direção, o redator de MP (Mecânica Popular) e mais dez outros caronas adultos. Uma Kombi!

Agora como furgão de entregas nas cidades:

O mecânico de nossa televisão parou em nossa porta com um furgão colorido muito atraente, com o nome da sua firma pintado em letras enormes de um lado e de outro, e até no teto. Era um grande anúncio ambulante no furgão, no qual já iam para a oficina três televisões e duas eletrolas. Era uma Kombi. 178

Mais do que a constatação da versatilidade do utilitário da Volkswagen, estes relatos podem revelar detalhes da penetração no carro nacional no cotidiano da população em viagens, transporte de passageiros e prestação de serviços.

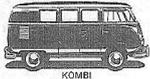
---

<sup>178</sup> SALLES, Mauro. O teste da Kombi Volkswagen: grande por dentro e pequena por fora. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 17, p. 98-106, maio 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).  
ANÚNCIO publicado na **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 15, p.59-62, out. 1961.

Figura 47 – Anúncio dos modelos produzidos pela Volkswagen do Brasil com ênfase na versatilidade da Kombi em 1961

# O SEU BOM SENSO LHE DIRÁ...

## Características Técnicas



**KOMBI**

**PESOS:** líquido, com roda sobressalente e ferramentas: 1.040 kg — carga útil: 810 kg — peso total admissível: 1.850 kg

**MEDIDAS:** comprimento: 4,28 m — largura: 1,78 m — altura: 1,94 m — largura da porta lateral dupla: 1,17 m — altura interior da porta lateral: 1,08 m — largura interior da porta traseira: 0,98 m — altura interior da porta traseira: 0,73 m — distância entre eixos: 2,40 m — raio de curva: 6 m — bitola dianteira: 1,37 m — bitola traseira: 1,36 m — pneus: 6,00 x 15 — via livre acima do eixo: 0,24 m — modificações internas do compartimento de carga — volume: 4,8 m<sup>3</sup> — comprimento médio: 0,70 m — largura média: 1,50 m — altura média: 1,25 m — tanque de gasolina: 40 litros — capacidade do cárter: 2,5 litros de óleo.

**MOTOR:** a explosão, 4 cilindros e 4 tempos — disposição dos cilindros: 2 a 2, opostos horizontalmente — diâmetro dos cilindros: 77 mm — curso dos pistões: 64 mm — cilindrada: 1.192 cc — compressão: 6,6:1 — válvulas suspensas — potência máxima: 36 HP a 3.700 rpm (SAE) — alimentação de gasolina por bomba mecânica — refrigeração por turbina de ar.

**EMBREAGEM:** tipo monofreio, acionado em seco.

**CAIXA DE VELOCIDADES:** 4 velocidades sincronizadas e silenciosas para a frente e 1 à ré — desenvolvimento: 1.ª — 1:3,60; 2.ª — 1:1,34; 3.ª — 1:1,22; 4.ª — 1:0,82; ré — 1:4,63.

**TRANSMISSÃO:** às rodas traseiras, por semi-eixos oscilantes, coroa e pinhão helicoidais, com diferencial normal de engrenagens cônicas — redução: 4,43:1.

**CHASSI:** suspensão dianteira: 2 barras de torção transversal — suspensão traseira: 1 barra de torção de cada lado — amortecedores: telescópicos, de dupla ação, à frente e atrás — direção: parafuso sem fim, com barra transversal e amortecedor hidráulico — freio de pé: hidráulico nas 4 rodas — freio de mão: mecânico nas rodas traseiras — rodas: aros cônico de 4,50 x 15.

**RENDIMENTO:** consumo de gasolina: 1 litro para cada 10,5 km (com meia carga útil) a 3/4 da velocidade máxima, em marcha constante e em terreno plano) — velocidade máxima: 90 km/hora — capacidade de subida: 1.ª — 25%; 2.ª — 13%; 3.ª — 7,5%; 4.ª — 4 %



**SEDAN**

**PESOS:** líquido, com roda sobressalente e ferramentas: 750 kg — carga útil: 380 kg — peso total admissível: 1.110 kg — capacidade para 5 pessoas.

**MEDIDAS:** comprimento: 4,07 m — largura: 1,54 m — altura: 1,50 m — distância entre eixos: 2,40 m — raio de curva: 5,5 m — bitola dianteira: 1,305 m — bitola traseira: 1,298 m — pneus: 5,50 x 15 — via livre acima do eixo: 0,15 m — rotação do volante, de batente a batente: 2,4 voltas — tanque de gasolina: 40 litros — capacidade do cárter: 2,5 litros de óleo.

**MOTOR:** a explosão, 4 cilindros e 4 tempos — disposição dos cilindros: 2 a 2, opostos horizontalmente — diâmetro dos cilindros: 77 mm — curso dos pistões: 64 mm — cilindrada: 1.192 cc — compressão: 6,6:1 — válvulas suspensas — potência máxima: 36 HP a 3.700 rpm (SAE) — alimentação de gasolina por bomba mecânica — refrigeração por turbina de ar.

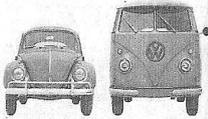
**EMBREAGEM:** tipo monofreio, acionado em seco.

**CAIXA DE VELOCIDADES:** 4 velocidades sincronizadas e silenciosas para a frente e 1 à ré — desenvolvimento: 1.ª — 1:3,60; 2.ª — 1:1,34; 3.ª — 1:1,22; 4.ª — 1:0,82; ré — 1:4,63.

**TRANSMISSÃO:** às rodas traseiras, por semi-eixos oscilantes, coroa e pinhão helicoidais, com diferencial normal de engrenagens cônicas — redução: 4,43:1.

**CHASSI:** completamente blindado, com viga central tubular com bifurcação na traseira — suspensão dianteira: 2 barras de torção transversal — suspensão traseira: 1 barra de torção de cada lado — semi-eixos oscilantes, independente nas 2 rodas — amortecedores: telescópicos, de dupla ação, à frente e atrás — direção: parafuso sem fim, com barra transversal — freio de pé: hidráulico nas 4 rodas — freio de mão: mecânico nas rodas traseiras.

**RENDIMENTO:** consumo de gasolina: 1 litro para cada 13 km (com meia carga útil) a 3/4 da velocidade máxima, em marcha constante e em terreno plano) — velocidade máxima: 110 km/hora — capacidade de subida: 1.ª — 37%; 2.ª — 18,5%; 3.ª — 11%; 4.ª — 6%

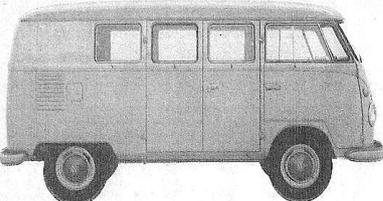




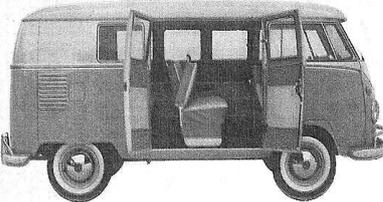
o bom senso olha rodas

**VOLKSWAGEN DO BRASIL S.A.** S. Bernardo do Campo - Est. de São Paulo

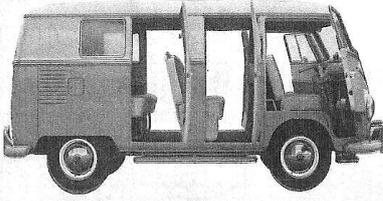
## ...QUAL A SOLUÇÃO IDEAL PARA O SEU PROBLEMA DE TRANSPORTES



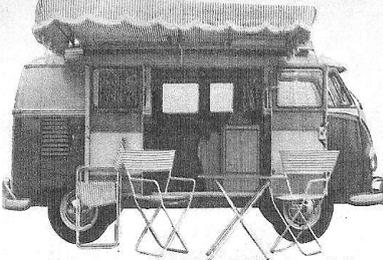
**KOMBI STANDARD** — Carrega 810 kg de carga ou 9 pessoas, bastando para tal colocar o banco central e apertar 4 parafusos-torbetela.



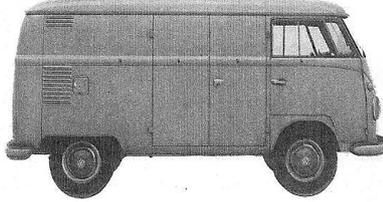
**KOMBI ESPECIAL** — A mesma capacidade da Kombi Standard, com luxuoso estofamento e tampo plástico.



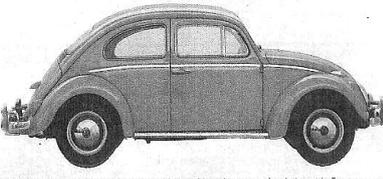
**KOMBI 6 PORTAS** — Ideal para serviços de taxi, locação, empresas de aviação, agências de turismo e hotéis.



**KOMBI TURISMO** — Durante a semana: um utilíssimo automóvel para 7 pessoas. Nos fins de semana: um apartamento sobre rodas (com todo o conforto).



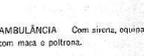
**FURGÃO** — Transporta 830 kg de carga e possui 4,80 m<sup>3</sup> de espaço útil. Faz mais de 10 km com um litro de gasolina.



**SEDAN** — O bom senso em automóvel. Motor refrigerado a ar e caixa de transmissão completamente sincronizada. Suspensão independente nas 4 rodas, por meio de barras de torção praticamente inquebráveis.



**RÁDIO-PATROLHA** — Equipada com sirena. Usada pela Polícia de diversos Estados.



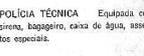
**AMBULÂNCIA** — Com sirena, equipada com maca e poltronas.



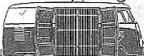
**CARRO BAR** — Com baldoes, caixa térmica, fogão a gás, prateleiras especiais, bagageiro, caixa de água.



**POLÍCIA TÉCNICA** — Equipada com sirena, bagageiro, caixa de água, assentos especiais.



**CARRO DE PRESOS** — 2 caixas, com portas reforçadas, sirena e 2 portas suplementares especiais.



**RÁDIO-PATROLHA** — Com sirena, completamente equipada para todos os serviços de patrulhamento.

O posicionamento dos veículos nacionais num segmento de mercado abaixo dos automóveis importados tornou-os acessíveis aos brasileiros, que não tinham condições de pagar o alto preço de um carro novo estrangeiro ou não queriam se submeter às intrincadas regras na sua aquisição. Vê-se o esgotamento de um modelo de consumo substituído por outro, cujos contornos poderiam ser definidos como mais populares. Sobre a construção de um novo imaginário automobilístico brasileiro, seria possível afirmar que a dissimulação das desvantagens dos 19 modelos de veículos nacionais face aos 96 importados seria eficaz num primeiro momento, naquele instante de desordem no mercado com a chegada dos novos modelos nacionais; mas logo em seguida esta “desvantagem” seria diluída pelas facilidades na sua aquisição e manutenção. Neste ponto, permaneceria uma herança dos tempos dos carros importados Ford e General Motors como um padrão de confiança baseado na rede de concessionários e serviços autorizados. Assim, seria possível fazer uma viagem de Curitiba a Brasília numa Kombi Volkswagen fabricada no Brasil como a relatada por Mauro Salles; uma viagem tão longa em estradas que talvez não possuíssem condições ideais de rodagem, sem contar com assistência mecânica garantida em algum ponto do percurso, seria uma verdadeira aventura naquelas circunstâncias.

Outro fator importante na construção do imaginário automobilístico do carro nacional poderia estar no clima de otimismo que ocorria no período do Governo Juscelino Kubitschek. Em janeiro de 1956 ele empreendeu uma viagem em vários países com o objetivo de vender a imagem do Brasil como um país progressista e confiável. Visitou fábricas de automóvel como a Willys Motors em Toledo, estado de Ohio nos Estados Unidos e europeias como a Auto-Union em Düsseldorf, Alemanha Ocidental, a Simca na cidade francesa de Poissy, dentre outras. Poderia se considerar um empenho de contornos quase pessoais no objetivo de atrair fabricantes de automóvel ao Brasil. Kubitschek parecia se comportar como um tipo de “garoto propaganda” do carro nacional, e em várias ocasiões aparecia sentado à direção dos novos carros nacionais e até mesmo guiando-os em pequenos percursos. Estas fotos veiculadas na imprensa cumpriam o papel de propaganda do governo, pois o automóvel nacional representava um forte símbolo da industrialização do país.

É interessante comparar com Getúlio Vargas no início da década de 50; embora fosse favorável à implantação da indústria automobilística no Brasil, não aparecem fotos do presidente Vargas dirigindo automóveis. Na foto da inauguração da Volkswagen do Brasil em 1953, Vargas aparece observando um modelo Sedan pelo lado do passageiro. São detalhes reveladores do estilo dos dois presidentes: Juscelino Kubitschek no banco da frente do carro como motorista, conduzindo o processo de industrialização; e Getúlio Vargas como

passageiro no banco de trás das limousines presidenciais, indicando o caminho ao seu motorista particular. A demonstração explícita de apoio do Presidente Juscelino ao carro nacional também contribuiria para fortalecer sua imagem junto ao público. Assim, passaria a ser “bacana” e moderno possuir um carro nacional.

Ao final do governo do presidente Juscelino, em 1960, a produção efetiva de automóveis de passeio chegaria a 81.753 unidades. Somando aos 51.325 caminhões produzidos, chegava a 133.078 veículos que saíram às ruas. A capacidade instalada da indústria alcançava 199.180 unidades, ultrapassando os 170 mil veículos prometidos na Meta 27 do Programa de Metas do governo JK.<sup>179</sup> Em 1960 o Brasil figurava em 11º lugar entre os fabricantes mundiais de veículos atrás dos Estados Unidos, Alemanha, Inglaterra, França, Itália, Canadá, Austrália, Rússia, Japão e Suécia; mas segundo nota divulgada na revista *Mecânica Popular* de maio de 61, dados fornecidos pela Embaixada da Suécia no Brasil revelavam que sua produção automobilística tinha sido inferior à brasileira, assim, na verdade, o Brasil ocuparia o posto de 10º produtor mundial.<sup>180</sup>

Porém, o índice de nacionalização dos automóveis produzidos ficaria abaixo do índice de 95% estabelecido para 1960, sobre o peso total do veículo no art. 4 das normas para fabricação do carro de passageiros. Eis os índices de nacionalização apresentados ao público pela Quatro Rodas em setembro daquele ano:

O DKW-Vemag chegou a 95,6%; o Volkswagen Sedan a 90,95%; o Renault Dauphine 70,22%; o Simca Chambord teria chegado a 67,65%; o FNM 2000 JK a 65% e o Aero Willys 85,34%.

Apenas o DKW teria ultrapassado o índice, em 0,6%. No Simca Chambord, existindo a hipótese que os carros produzidos em 1960 seriam veículos franceses apenas montados no Brasil, seu índice de nacionalização talvez não correspondesse à realidade. No art. 6 das Normas para fabricação de carros de passageiros, havia um parágrafo único deliberando que seria tolerado em junho de 1960 um percentual de 90% do peso dos automóveis de passageiros; e enquanto não se alcançasse o percentual de 95% o fabricante perderia os benefícios de ordem cambial. Em setembro daquele ano apenas o DKW-Vemag e o Volkswagen Sedan teriam índices satisfatórios. O Aero-Willys tinha apenas cinco meses de produção, e isto podia servir de justificativa. Porém, o art. 5 deliberava que quando o

---

<sup>179</sup> ALMEIDA (1972, p.55-80) *apud*. FARO, Clóvis de; SILVA, Salomão L. A década de 1950 e o Programa de Metas. In: GOMES, Ângela de Castro (Org.). O Brasil de JK. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991. p.88.

<sup>180</sup> SALLES, Mauro. Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v.17, p. 109, maio 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

fabricante não conseguisse atingir os percentuais exigidos no art. 4, poderiam ser aplicados novos valores aos projetos em execução ou estudo. Aparentemente a Simca do Brasil não sofreria sanções provavelmente por conta deste artigo, estendendo a regra também a outros fabricantes que ainda não alcançariam o índice mínimo de 90% em 1960.

Entretanto, existiram ocasiões que a observância às regras e à autoridade do GEIA parecia ser colocada em dúvida, exatamente num momento de turbulência política no país. Em junho de 1961 a Karmann-Ghia do Brasil<sup>181</sup> estaria estudando fazer um novo pedido ao GEIA para produzir no Brasil seu cupê esportivo Karmann-Ghia, lançado na Europa em 1955. Anteriormente o projeto havia sido rejeitado em uma das últimas sessões do GEIA, ainda no governo de Juscelino Kubitschek. Mas agora o panorama tinha mudado. Empossado em 31 de dezembro de 1960, o novo presidente da República era Jânio da Silva Quadros, e através de um decreto presidencial a constituição do GEIA tinha sido alterada: de acordo com o novo regulamento, seu presidente seria de livre escolha pelo Governo. Pela constituição anterior o Ministro da Viação seria o presidente nato do GEIA. No governo Jânio Quadros a pasta da Viação foi inicialmente ocupada por Clóvis Pestana; entretanto, em junho de 1961 Lúcio Meira volta à direção do GEIA a convite do presidente da República. É possível que Meira ainda gozasse de muito prestígio no setor automobilístico brasileiro, daí o convite.

Paralelamente, a Volkswagen do Brasil aguardava autorização oficial para iniciar a produção do seu cupê Karmann-Ghia que pretendia lançar no mercado. Curiosamente, naquele momento já os tinha pronto. Com ironia, Mauro Salles afirmou que: “A Volkswagen, por artes de mágica, conseguiu “fabricar” ou montar 100 cupês Karmann-Ghia, que estão em São Bernardo do Campo aguardando a autorização do GEIA para o início da produção”, chamando à atenção do redator o fato dos carros já estarem prontos num espaço de tempo curto, sugerindo que se tratava de carros importados apenas montados no Brasil. Ele concluía afirmando que a fábrica colocava “os carros adiante dos bois”, pois a Volkswagen esperava lançar o modelo no mercado imediatamente à concessão da licença para sua fabricação, e perguntava o que aconteceria se a licença fosse negada.<sup>182</sup> O cupê esportivo Karmann-Ghia teria sua produção dividida por duas empresas: A Volkswagen do Brasil forneceria o chassi e seus componentes mecânicos, e a Karmann-Ghia do Brasil produziria a carroceria e cuidaria

---

<sup>181</sup> TRAGATSCH, Erwin. Volkswagen. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1908.

<sup>182</sup> SALLES, Mauro. Seção Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, São Paulo, ano 2, v. 23, p. 104, nov. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

da montagem e acabamento; então o carro já completo voltaria à Volkswagen, ficando responsável pelas vendas e assistência técnica.

Porém, em 25 de agosto de 1961, Jânio Quadros renuncia ao mandato de Presidente da República, assumindo o cargo Ranieri Mazzili devido à ausência do vice-presidente, João Goulart, em missão diplomática no exterior. Tudo isto desencadeou uma crise entre os ministros militares, uns contra e outros a favor da posse de Goulart. A crise foi equacionada com a aprovação no dia 2 de setembro, da emenda constitucional instituindo o sistema Parlamentarista no Brasil. Em 7 de setembro de 61, João Goulart toma posse da Presidência da República tendo Tancredo Neves como Primeiro Ministro. Neste período, todas as decisões do GEIA ficaram em suspenso.

Em outubro de 1961 Mauro Salles explicava aos leitores da *Mecânica Popular* que a crise política desencadeada com a renúncia de Jânio Quadros não chegaria a marcar profundamente a indústria automobilística brasileira, pois as fábricas teriam continuado trabalhando normalmente e, nas suas palavras: “os operários do parque de veículos e autopeças demonstraram elevado senso de responsabilidade e grande patriotismo não aderindo a movimentos grevistas”. Não caberia aqui aprofundar nesta questão, contudo, é mais provável que a não adesão a movimentos grevistas se deu mais pela falta de uma organização de classe ou receio de demissões. Salles prosseguiu explicando que o mercado consumidor se retraía bastante e o fechamento de bancos tinha causado problemas para o pagamento dos salários de agosto, e ainda que no início de setembro algumas fábricas (ele não cita quais) chegaram a reduzir seus programas de produção por medida de prudência. Daí, possivelmente, o receio dos operários. Ele concluía, explicando que naquele momento ainda não se sabia da orientação do novo governo sobre a indústria automobilística e a presidência do GEIA.<sup>183</sup>

Em dezembro daquele mesmo ano o assunto “Karmann-Ghia” ocupava novamente a coluna “Sirena de São Paulo” de Mauro Salles, na *Mecânica Popular*. Segundo Salles, o GEIA não teria acreditado que a Volkswagen já teria cem Karmann-Ghias prontos em sua fábrica de São Bernardo, e mandou fazer uma verificação. Os carros estariam “empilhados” em estantes especiais, pintados de vermelho bordô com a capota branca, esperando pelo lançamento. Ele informava que a tendência do GEIA seria aprovar porque a autorização seria

---

<sup>183</sup> ALLES, Mauro. Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 22, p.108, out. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

uma forma de compensação à Karmann-Ghia do Brasil, pois a empresa havia investido muito dinheiro no país e somente poderia obter algum resultado positivo dos investimentos depois que passasse a produzir o carro em série.<sup>184</sup> De fato, o GEIA aprovou e o Karmann-Ghia foi lançado no início de 1962.

O desfecho deste caso poderia conter detalhes intrigantes: Ainda no governo de Juscelino Kubitschek, o projeto do carro tinha sido rejeitado pelo GEIA possivelmente por não se enquadrar no art. 3 das “normas para a fabricação do carro de passageiros”, que indicava a capacidade normal mínima de quatro passageiros, incluindo o motorista, para que os projetos lograssem aprovação. Entretanto, o Karmann-Ghia era um cupê esportivo que comportava apenas dois adultos nos bancos dianteiros, enquanto que seu diminuto banco traseiro serviria apenas para pequenos trajetos, para crianças ou bagagem. Além disso, as “normas” do GEIA não previam carros esportivos. A produção antecipada de cem carros, “por artes de mágica”, parecia motivada pela certeza da sua aprovação, como se o GEIA tivesse por obrigação aprovar a produção do carro numa espécie de compensação por conta dos investimentos que a Karmann-Ghia do Brasil teria feito no país. Em dezembro de 1960 a Volkswagen do Brasil estava iniciando sua consolidação como líder de mercado com a produção de 4.537 veículos no mês de outubro. Isto poderia lhe conferir força e prestígio suficiente para pressionar o GEIA, mediante formação de lobby, a aprovar o projeto do Karmann-Ghia mesmo não se enquadrando adequadamente nas “normas”.

Este episódio pode ter gerado outro desdobramento, desta vez com a Ford do Brasil. Após a recusa do GEIA em aprovar seu projeto do modelo Ford Custom em 1959 a empresa voltaria a insistir dois anos depois. Lúcio Meira teria sugerido a aprovação do projeto, mas a solução não teria sido acolhida pelo presidente Jânio Quadros que determinaria apenas a publicação dos estudos do GEIA neste sentido. Porém, em dezembro de 1961, já na administração de João Goulart, a indecisão oficial sobre o caso e a impaciência da Ford do Brasil acabaria gerando uma crise nos meios governamentais ligados à indústria automobilística. Ocorreu que o SUMOC a CACEX e a Carteira de Câmbio do Banco do Brasil estariam estudando uma maneira de autorizar a produção do Ford Custom à revelia do GEIA. Isto teria causado um grande mal estar entre o GEIA, a Ford do Brasil e os órgãos

---

<sup>184</sup> SIRENA de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 24, p.106, dez. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

governamentais citados. O GEIA protestaria, pois seria o único órgão do governo que teria competência para emitir tal autorização.<sup>185</sup> Assim, o projeto não foi aprovado.

Podemos perceber as diferenças nas estratégias das duas empresas: a Volkswagen, juntamente à Karmann-Ghia do Brasil, poderia ter se servido da formação de um lobby junto ao governo em favor de seus interesses, revelando uma estratégia empresarial hábil de ação dentro do Estado no intuito de obter decisões favoráveis aos seus interesses. Já a Ford do Brasil, ao tentar “passar por cima” da autoridade de um órgão governamental buscando brechas em outros órgãos, demonstraria falta de habilidade política. Posteriormente isto teria gerado várias visitas de executivos da Ford Corporation norte-americana ao Brasil, no sentido de “apapar arestas” resultantes daquela ação desastrada da subsidiária brasileira. Inclusive, Em fevereiro de 1963 a revista Quatro Rodas noticiava a visita de dez dias do presidente da Ford Corporation Henry Ford II ao Brasil, quando foi recebido pelo presidente João Goulart no Palácio das Laranjeiras, Rio de Janeiro. Goulart teria determinado ao presidente do GEIA, o Almirante Lúcio Meira, o apressamento da solução à pretensão da Ford<sup>186</sup>. Porém, novamente as decisões do GEIA ficariam em suspenso, pois surgiram novas crises políticas no decorrer do ano que culminariam com o golpe de estado de 31 de março de 1964 e a deposição do presidente João Goulart. Para a Ford do Brasil foi uma nova espera. Somente após muita negociação a empresa pôde anunciar o modelo Ford Galaxie 500 em junho de 1966, finalmente aprovado pelo GEIA, com investimento de US\$ 30 milhões na Ford do Brasil para produção do seu Galaxie 500 brasileiro.<sup>187</sup>

Os episódios do Karmann-Ghia e do Ford Galaxie podem revelar facetas do momento imediato após a implantação da indústria automobilística no Brasil. O início da década de 1960 materializou o automóvel nacional nas ruas, e junto com ele viria um novo tipo de relacionamento entre a indústria e as instituições oficiais. Anteriormente o problema estava na importação de automóveis e na necessidade de criar toda sorte de leis para regulamentar à entrada de veículos prontos ou desmontados no Brasil. Antes o automóvel chegava

---

<sup>185</sup> SALLES, Mauro. Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 22, p.108, out. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

<sup>186</sup> O FORD na mira. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 31, p. 116, fev. 1963.

<sup>187</sup> FORD: início no Brasil com 111 mil réis. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 7, p. 13, jul. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).  
UM GRANDE sucesso do V Salão do Automóvel. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 8, v. 85, p.10-13, jan. 1967.  
ROCHA, Carlos Roberto; PETRICH, Matthias. Ford do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 985-987.

“embrulhado” no seu caixote e apenas sua papelada era decidida aqui. Quando iniciou sua fabricação no Brasil as decisões de gabinete deixariam de legislar apenas sobre papéis e caixotes para decidir também sobre a sua produção no país. Neste ponto caberiam observações sobre o caso da possível formação de um *lobby* em favor da Volkswagen, junto ao governo para aprovar a produção do seu novo carro. Sem entrar no julgamento ético deste tipo de interferência particular na esfera do poder oficial, poderia se afirmar que grandes empresas realmente se utilizam da formação de *lobbies* no favorecimento dos seus interesses; ou seja, a Volkswagen pode até ter sido uma espécie de “pioneira” na formação de um *lobby* no Brasil, mas não teria inventado nada de novo nos meios empresariais em nível mundial. A questão seria perguntar se o Estado Brasileiro saberia agir na defesa dos interesses públicos diante disso. A apresentação das 100 unidades completas do Karmann-Ghia como um fato consumado apenas aguardando o “sim” oficial para chegar às ruas, poderia deixar o GEIA numa situação desconfortável, porque sua produção teria ocorrido sem que o órgão tivesse conhecimento, quase indicando uma ausência de qualquer fiscalização nas empresas. Além disso, alegava-se que só assim a empresa poderia lucrar com os investimentos feitos no país. Assim, pode se perguntar por que razão o Estado teria a obrigação garantir o lucro de uma empresa particular que, aparentemente, teria agido de maneira absolutamente voluntariosa e ao arrepio das suas deliberações? No momento é difícil responder se o Estado foi conivente ou enredado numa trama, mas o que se seguiu foi a aprovação do projeto de um automóvel esportivo, que apesar de suas qualidades estéticas e mecânicas, não estaria nos planos do GEIA.

Poderia se considerar que a trajetória do projeto do automóvel de passeio pretendido pela Ford do Brasil, desde o projeto inicial do Custom até a materialização do Galaxie 500, teria percorrido caminhos entre os revezes da política brasileira e, possivelmente, nos interesses do grupo de políticos mineiros sócios da Simca do Brasil, além da sua própria imperícia em interagir com o Estado. É verdade que sua decisão de produzir carros no Brasil se deu posteriormente a um prazo determinado em lei pelo Estado; porém, sob este aspecto o projeto do Karmann-Ghia também estaria fora do prazo estabelecido pelo GEIA. Mas é curioso perguntar por que a Ford do Brasil não utilizou o expediente da formação de um *lobby* em favor de seus interesses, como as empresas alemãs teriam feito? Contudo, não se pode descartar certo pendor de contornos “imperialistas” que a empresa norte-americana parecia ter demonstrado ao tentar solapar as regras ditadas pelas instituições brasileiras.

Pode se salientar que o aspecto mais importante disso é que todos estes acontecimentos se desenrolavam ao redor de uma meta materializada: a indústria automobilística brasileira era

um fato já irreversível. Já as relações entre esta indústria, o Estado e também as relações de trabalho nas fábricas, teriam que ser modeladas ou criadas e institucionalizadas dentro deste novo contexto.

Para o cidadão comum o fortalecimento desta indústria se daria também através dos salões de automóveis brasileiros que passariam a ocupar as páginas das revistas e jornais. O primeiro Salão do Automóvel foi inaugurado em 26 de novembro de 1960, no Pavilhão do Ibirapuera, São Paulo. Foi anual até 1962, passando a ser bienal e seguindo o figurino dos salões europeus com a presença de *pin-ups* trajando roupas da moda ao lado dos carros em exposição, demonstrando-os ou simplesmente posando para fotos, selando uma parceria do desenho automotivo com a moda brasileira.<sup>188</sup> O lançamento do Ford Galaxie 500 ocorreu no “V Salão do Automóvel”, realizado de 26 de novembro a 11 de dezembro de 1966, sendo eleito o “Carro do Ano” em 1967.

Os automóveis nacionais cada vez mais ocupariam o espaço dos antigos carrões norte-americanos e dos pequenos europeus. Segundo Renato Perracini (1993) o início da década de 60 marcaria o fim da “era do Cadillac” no Brasil. Naquele ano seriam importados apenas 69 Cadillacs contra 210 unidades no ano anterior. Um modelo Cadillac Cupê de Ville recém importado valia Cr\$ 2.6 milhões, mas já não era tão disputado como antes. Para efeito de importação, automóveis seriam considerados artigos de luxo como medida de proteção à indústria nacional. Na década de 60 para alguém importar um automóvel, a primeira condição seria ter registro de importador na CACEX. Como se tratava de um processo cheio de entraves burocráticos, apenas firmas pleiteavam este registro; inclusive concessionários de carros como as agências Ford e Chevrolet. Como havia o limite de US\$ 3 mil no valor dos carros, costumava-se dizer que: “se você der com um Cadillac Eldorado, um Thunderbird ou um Chrysler Imperial último tipo, pode ter certeza que há torresmo debaixo do angu” (QUANTO..., 1964, p.73). Carros com valor acima do permitido significariam contrabando, carro de embaixada ou que seu dono seria membro do corpo diplomático.<sup>189</sup> A “lei de licença prévia” para importações expirou em 30 de junho de 1957, anulando assim a validade dos “vistos” de importação concedida pelas embaixadas, principalmente aos parlamentares

---

<sup>188</sup> SALÃO do Automóvel Brasileiro. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 8, p.1746–1752.

<sup>189</sup> QUANTO custa importar? **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 46, p.72–74, maio 1964.

brasileiros.<sup>190</sup> Os importados tornaram-se veículos localizados num patamar de preço bem superior aos nacionais. Não eram mais uma necessidade, mas um desejo de ostentar riqueza; um bem supérfluo.

No cotidiano, o carro nacional sedimentaria seu imaginário: as mulheres se descobriam motoristas, até mesmo de peruas Kombi e Rural Willys, começando a agregar o automóvel às suas necessidades diárias de levar filhos à escola, carregar amigas de carona e ir ao trabalho, estabelecendo novas sociabilidades e ampliando seus horizontes.<sup>191</sup> Quanto aos homens, sua relação com o automóvel vinha de longe, mas agora com a facilidade para adquirir e consequente popularização surgiria uma desconcertante revelação: talvez preferissem ficar mais com seus automóveis e se unir para falar de carros do que estar em casa ou tratar de assuntos familiares. Ou então, viajar com a família de carro, inaugurando uma nova forma de turismo interno facilitado pelo automóvel.<sup>192</sup> Os jovens, ainda com mais vontade que dinheiro no bolso, continuariam a alimentar suas paixões, às vezes platônicas, pelo automóvel:

O moço se apresentou para o vestibular e, na Secretaria da Faculdade, respondeu às perguntas clássicas;

- *Nome?*

- Flávio Murilo.

- *Idade?*

- Vinte anos.

- *Estado civil?*

Pensou um instante e observou com um sorriso:

- Pedestre.<sup>193</sup>

---

<sup>190</sup> Sobre importações saiu na seção “Brasil em 4 Rodas” da Revista de Automóveis, em 1957, o seguinte comentário: “Os consulados Brasileiros estão sabotando, ao que parece, os “vistos” nas licenças concedidas pela “emenda Cadillac”. Se tais importações passarem de 30 de junho (de 1957) tornar-se-á inoperante a lei para os representantes do povo que se beneficiariam com mesma; pois àquela data extingue-se a “lei de licença prévia”. Cf. BRASIL em 4 Rodas. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, n. 38, p. 7, maio 1957.

<sup>191</sup> MULHER até dentro do carro. **Touring**, Rio de Janeiro, p. 14-15, 1970.

<sup>192</sup> SEVCENKO, Nicolau. **A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio**. In:\_\_\_\_\_. História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. p.559. (Coleção História da vida privada no Brasil, v.3).

<sup>193</sup> CARRO, sonho dos moços. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 10, p.12, set. 1966. (Suplemento de automóveis lanchas e aviões).

#### 4.4 Ao apagar dos faróis

Dos fabricantes de automóveis instalados no Brasil a partir da metade do século XX, apenas um sobreviveu intacto aos primeiros dez anos: a Volkswagen do Brasil. DKW-Vemag, Willys Overland do Brasil, Simca do Brasil e Fábrica Nacional de Motores foram gradativamente absorvidas ou vendidas, enquanto que nomes de carros como Aero-Willys, Simca Chambord, Dauphine, DKW Belcar e FNM 2000 JK desapareceriam do mercado; porém, ficariam na memória brasileira, ou numa espécie de imaginário residual, como lembranças de suas qualidades, defeitos além de alguma saudade. Como complemento de informação, caberia aqui uma breve descrição da trajetória dos primeiros fabricantes, aprovados pelo GEIA.

A DKW-Vemag foi a primeira fábrica a colocar um veículo nacional nas ruas em novembro de 1956, a perua DKW Universal F-91, mas foi também a primeira a desaparecer no final de 1967. A DKW-Vemag diferenciava-se das outras fábricas por ser a única empresa com capital absolutamente nacional, não tendo um “do Brasil” ao final da sua razão social; era simplesmente Vemag. Seu parque fabril e ferramentaria foram considerados um dos maiores da América do Sul; em 1964; possuía 4.013 operários com a produção de 12.144 veículos, além de instalações com 87.140 m<sup>2</sup> de área construída. Em 1965 sua produção chegou a 12.260 veículos <sup>194</sup> e no ano seguinte o índice de nacionalização de seus veículos era de 99,967%.

Estes números davam conta de uma empresa estabilizada e lucrativa, cujos produtos obtinham aprovação do público devido à adequação às condições brasileiras. Entretanto, existiam problemas administrativos e dívidas contraídas para viabilizar sua produção. O fato de ser uma empresa nacional a deixava numa situação complicada quando necessitava de investimentos ou em momentos de crise, porque não podia contar com a cobertura de uma matriz no estrangeiro. Isto também a tornava vulnerável à instabilidade econômica e à inflação que desvalorizava seu capital e dificultava as vendas de carros novos. Outro fator estaria na falta de experiência dos seus dirigentes na área da indústria automobilística: até 1961, foi presidida pelo seu fundador, Domingos Fernandes Alonso. Então, em plena crise da renúncia de Jânio Quadros, a presidência da empresa passou a Lélío de Toledo Piza, genro de Alonso; ou seja, era uma grande empresa com administração basicamente familiar. Consta

---

<sup>194</sup> O GLOBO, Rio de Janeiro, ano 1, n. 6, p. 12, jul. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).

também que a publicidade dos veículos DKW-Vemag se mostrava tímida na exaltação das suas qualidades, como robustez e economia, abrindo espaço para os concorrentes.

Porém, seu maior problema estava na dependência da licença de produção dos veículos DKW do grupo Auto Union alemão. Consta que, apesar de ter sido representante da Studebaker norteamericana por anos, a Vemag preferiu buscar acordo com a Auto Union porque automóveis da marca Studebaker não gozavam de boa fama entre os brasileiros ao final dos anos 50. Talvez esta não tenha sido a escolha mais acertada, pois em 1956, quando a Vemag iniciou a produção da perua DKW Universal F-91 no Brasil, a Auto Union alemã ainda era uma empresa independente; mas em 1958 foi absorvida pela Daimler-Benz (Mercedes-Benz) também alemã, que prosseguiu a produção dos carros marca DKW na Alemanha. Portanto, aí se iniciou um problema para a Vemag, pois a Daimler-Benz também atuava no Brasil produzindo apenas caminhões e ônibus Mercedes-Benz, enquanto que na Alemanha produzia, além de carros de luxo de marca própria, automóveis DKW semelhantes aos que a Vemag produzia sob licença no Brasil. Assim, como dona da marca a Daimler-Benz poderia optar por produzir estes carros no Brasil ao invés de renovar a licença de produção com a Vemag. Em 1963 circularam rumores na imprensa de uma possível unificação das atividades da DKW-Vemag com a Mercedes-Benz do Brasil na produção dos veículos DKW, mas isto era desmentido pela Vemag, que ao mesmo tempo buscava outra empresa européia para firmar novo contrato de licença. Ela teria entrado em negociações com a FIAT italiana para produzir o modelo 1.500, mas esta não se interessou.

Em 1964 na Alemanha, a Volkswagenwerk alemã adquiria a metade das ações da Auto Union, tornando-se sua proprietária juntamente com a Daimler-Benz. Para a Vemag, isto representou a incerteza na renovação da licença de fabricação dos carros DKW no Brasil. A busca de novos contratos de licença com outras empresas no exterior não prosseguia pela falta de recursos financeiros para novos projetos na Vemag. Em agosto de 1966, o presidente da Volkswagenwerk, Heinz Nordhoff, declarou que o motor de dois tempos DKW teria sua produção encerrada na Alemanha, pois no seu parecer se tratava de um projeto sem futuro. Isto se refletiu na Vemag brasileira: até 31 de agosto de 1966 havia 3.474 funcionários e em setembro o número caía para 3.406 empregados. No mês seguinte seu Departamento de Compras foi fechado, sendo dispensados em torno de 1.500 funcionários. A produção prosseguia, porém lenta, mas a Volkswagen desmentia a descontinuidade dos carros DKW na Vemag, que chegou a lançar sua linha para 1967 com algumas modificações estilísticas. Em 8 de novembro de 1966, Lélío de Toledo Piza, presidente da Vemag, anunciaria a associação da empresa com a Volkswagenwerk; os estatutos da Vemag seriam reformulados e reestruturava-

se a diretoria, com o cargo de vice-presidente da Vemag ocupado por Friederich Wilhelm Schultz-Wenk. Um ano depois, foi definitivamente encerrada a produção dos modelos Belcar, Vemaguet e Fissore (figura 48). Parte do seu maquinário seria transferida para empresa argentina Auto Motriz, que produzia carros Auto Union na província de Santa Fé, cujo controle acionário fora negociado anteriormente pela Volkswagen.

Assim sendo, a primeira indústria de automóvel brasileira se transformaria num depósito de peças de reposição importadas da Argentina para atender os carros DKW brasileiros por alguns anos, além de abrigar departamentos e parte da produção de veículos da Volkswagen<sup>195</sup>, apagando definitivamente a marca DKW-Vemag do cenário automobilístico brasileiro.

Fundada em 1953, a Volkswagen do Brasil fazia parte de um plano de expansão da Volkswagenwerk alemã, que parecia seguir o receituário preconizado por Henry Ford sobre a necessidade das empresas terem filiais espalhadas pelo mundo a fim de fortalecer posições no mercado. Quando iniciou sua produção efetiva de veículos no Brasil com a Kombi, em 1957, coincidia com a criação da Comunidade Econômica Europeia, e a Volkswagen se incluía no rol das empresas automobilísticas do “velho mundo” que se lançavam na conquista e fortalecimento de posições no mercado mundial; haja vista sua penetração no mercado norte-americano a partir de então.

No Brasil, a consolidação de liderança no mercado nacional parece ter se constituído numa meta. Lançado em 1959, o Volkswagen Sedan já alcançaria 5.782 de veículos produzidos nos primeiros cinco meses de 1960, enquanto que somadas as produções do Dauphine, DKW-Vemag, Aero-Willys e Simca Chambord chegava a 5.140 veículos.<sup>196</sup> No campo da propaganda, a Volkswagen enfatizava as qualidades de robustez, economia e valor de mercado dos seus veículos de modo bastante eficaz. Apesar de ter sido idealizado em 1933 por Ferdinand Porsche e lançado na Alemanha em 1938, o Sedan Volkswagen havia sofrido poucas modificações importantes, e quando foi lançado no Brasil mantinha aspecto externo semelhante ao projeto de 1938; assim já estaria ultrapassado, não oferecendo níveis satisfatórios de estabilidade e conforto. Mas a publicidade da empresa conseguia converter

---

<sup>195</sup> PENNA, José Roberto. Por que morreu o DKW. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 88, p. 88-92, nov. 1967. VEMAG. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1877-1880. ANSELMI, Angelo Tito. Auto Union. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p. 182-190. MAIS um europeu feito aqui. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 30, p. 20-21, jan. 1963.

<sup>196</sup> O FNM 2000 JK não foi citado por ainda não ter produção regular na ocasião. Cf. ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 60, set. 1960.

suas fraquezas, como a obsolescência do projeto, em vantagens materializadas na sua simplicidade de manutenção e robustez.

Figura 48 – Certificado número 1 do GEIA concedido a DKW-VEMAG e alguns modelos produzidos pela empresa

  
 PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
 CONSELHO DO DESENVOLVIMENTO

CD.C/GEIA/Nº 1/56      Rio de Janeiro, 9 de agosto de 1956.

A VEMAG S/A  
 Rua São Clemente nº 91/3  
 Rio de Janeiro - D.F.

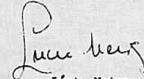
Prezados Senhores.

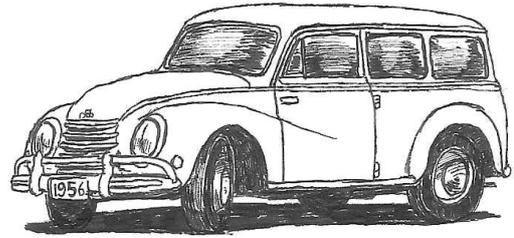
Tenho a satisfação de comunicar a Vossas Senhorias que o Grupo Executivo da Indústria Automobilística --- (GEIA), usando das atribuições conferidas pelo artigo 16, alínea b, do Decreto nº 39.412, de 16 de Junho de 1956, resolveu aprovar, em reunião de 30 de Julho último, o projeto apresentado por essa empresa para fabricação de camionetas "DKW" no país, nas condições especificadas e de acordo com o Decreto nº 39.676 A, de 30.7.56.

A resolução do GEIA confirma a aprovação, em princípio, dada anteriormente pelo Conselho de Superintendência da Moeda e do Crédito (sessão de 22.5.56), condicionado ainda ao preenchimento dos seguintes requisitos:

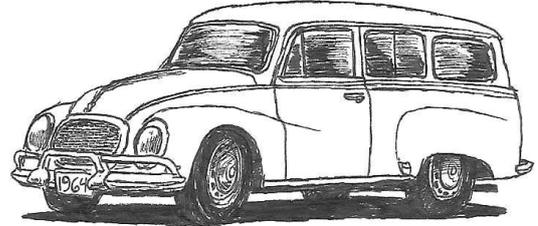
- a) Demonstração dos meios previstos pela VEMAG para atingir, em julho de 1960, o nível mínimo de realização de 90% do preço do veículo completo, observado o disposto nos artigos 4º e 6º do Decreto nº 39.676 A, de 30.7.56, uma vez que o projeto só especifica as porcentagens de nacionalização até 85%;
- b) comprovação, perante a Carteira de Comércio Exterior, de haver o Governo da Alemanha autorizado a exportação sem cobertura cambial, como investimento de capital no Brasil, dos equipamentos indicados pela VEMAG;
- c) avaliação do justo valor de todos os materiais importáveis como investimento de capital estrangeiro, a critério das autoridades brasileiras, inclusive quanto ao perfeito estado das máquinas e seu tempo de vida suficientemente longo para operação no país;
- d) exclusão de favores cambiais para importação financiada, em moeda estrangeira, dos equipamentos e partes complementares, nos termos da citada resolução do Conselho de SUDOC, acolhida pelo GEIA dentro de todas as condições não modificadas pelo Decreto nº 39.676 A, de .... 30.7.56.

No anexo apresento a Vossas Senhorias os projetos de minha estima e consideração.

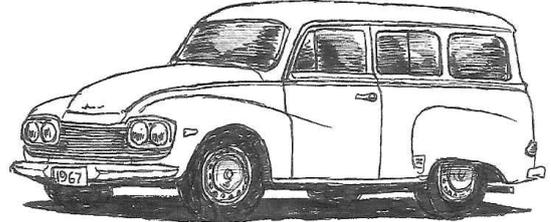
  
 Mécio Meira  
 Presidente do Grupo Executivo da Indústria Automobilística



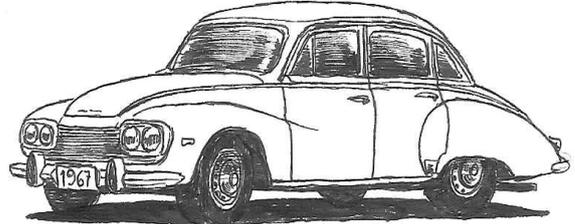
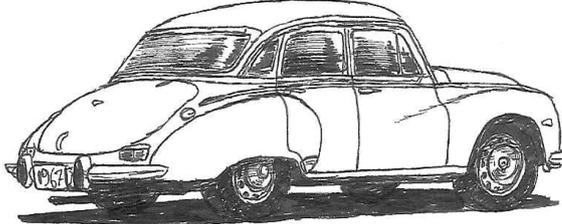
1956



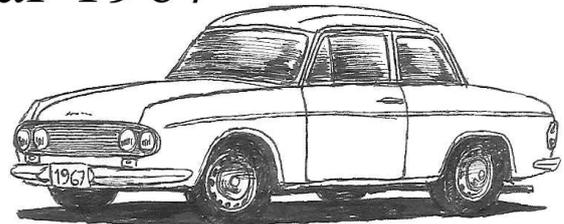
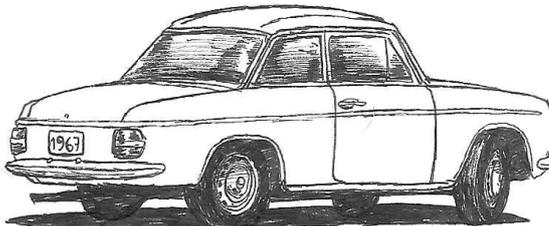
1964



1967



Belcar 1967



Fissore 1967

Em outras frentes, a Volkswagen do Brasil pode ter realmente se servido da formação de *lobbies* em favor dos seus interesses, como no caso do Karmann-Ghia. Segundo Perracini (1992), até meados da década de 60 só era permitido o licenciamento de carros de quatro portas para o serviço de táxi. Então a Volkswagen do Brasil teria formado um *lobby* junto ao governo, permitindo o licenciamento também de carros de duas portas, desde que o banco dianteiro direito (do passageiro) fosse removido. Esta política favoreceria apenas o modelo Volkswagen Sedan, pois o outro único carro de duas portas feito no Brasil era o DKW-Vemag Fissore, de baixa produção e mais caro<sup>197</sup>. Outras vezes pode ter utilizado métodos mais agressivos, como na aquisição de parte das ações da Auto-Union, na Alemanha, que levou ao final dos carros DKW-Vemag em 1967, até então os grandes concorrentes dos Volkswagens no Brasil. Em 1969 entraria em produção a perua Variant e o VW 1600 quatro portas; em 1970 lançariam o VW TL e em 1974 o automóvel Brasília, considerado um dos grandes lançamentos da Volkswagen do Brasil. Ainda em 1974 ocorria o lançamento do VW Passat, o primeiro carro da marca com motor refrigerado à água e tração dianteira; os tradicionais motores VW refrigerados a ar seriam gradativamente suprimidos nos próximos anos.

Entre 1971 e 72 a produção do Volkswagen Sedan já identificado como Fusca alcançaria a marca de 223.055 unidades produzidas: mas a partir de então entraria em declínio até ser retirado de fabricação em agosto de 1986. Porém, em 1993 o Fusca voltou a ser produzido, mas por pouco tempo, pois em 1996 foi definitivamente descontinuado pela fábrica no Brasil.<sup>198</sup> Já o Volkswagen Kombi, cuja produção iniciou em 1957 se manteria no mercado, chegando ao século XXI com diversas modificações.<sup>199</sup>

Quando a Willys Overland decidiu criar uma filial no Brasil em 1952, ainda era uma empresa independente; porém, no ano seguinte foi comprada pela Kaiser Motors, cujo dono era o magnata Henry Kaiser. Percebendo que a concorrência no setor automobilístico dos

<sup>197</sup> PERRACINI, Renato. Chevrolet. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 4, set./out. 1992.

<sup>198</sup> O retorno da produção do Fusca em 1993 foi uma decisão política entre o governo do presidente da república Itamar Franco e a Autolatina, uma holding constituída pela Volkswagen do Brasil e a Ford do Brasil. Consta que este retorno teria como propósito servir de ponta de lança para a criação do segmento de carros populares. Cf. MODELOS 95/96 produzidos em todo o mundo. **Quatro Rodas**, São Paulo, n. 423-A, p.26, out. 1995. (Edição especial).

<sup>199</sup> BARTOLO, Júlio. Memórias de um Vencedor. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n.314, p. 135-148, set. 1986.  
MARZANASCO FILHO, Charles. Fusca 61 e Fusca 86: o que mudou? **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n. 303, p. 176-182, out. 1985. (Edição especial 25 anos).  
TRAGATSCH, Erwin. Volkswagen. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1905-1915.

Estados Unidos iriam se acirrar nos próximos anos, e sem ter automóveis capazes de enfrentá-la, Kaiser decidiu procurar novos mercados para seus veículos na América do Sul. Em 1956 iniciou a produção no Brasil dos utilitários Rural Willys e Jeep Universal. A produção dos automóveis iniciou em 1959 com o Renault Dauphine (sob licença da Régie Renault), seguido pelo Aero-Willys em 1960. Pode se observar nestes veículos uma tentativa de diversificação de mercado: veículos utilitários robustos ao lado de dois tipos distintos de automóveis, o Dauphine europeu e o Aero-Willys norteamericano, demonstrando certo conhecimento a respeito da dubiedade do incipiente mercado brasileiro na preferência entre modelos americanos e europeus. Isto teria garantido à Willys uma forte presença no Brasil na década de 60. Em 1962 lançaria o Renault Gordini como substituto ao Dauphine, cuja fama de “carro frágil” teria se cristalizado junto ao público como um estigma, denotando capacidade de reação da Willys perante aos caprichos do mercado, além do lançamento do esportivo Willys Interlagos inspirado no Renault Alpine francês. Entre 63 e 65 foram apresentadas diversas modificações estilísticas no novo modelo Aero-Willys 2.600 para atualizá-lo, tornando suas linhas mais retas dando a impressão de tamanho maior; foi lançado também o modelo Itamaraty 3000 com mais detalhes de luxo e motor mais potente (figura 49).

Em 1966 a Willys intensificou sua participação no mercado brasileiro com a instalação de uma unidade de produção na cidade de Jaboatão dos Guararapes, Pernambuco, para suprir os mercados do Norte e Nordeste do Brasil. Um ano antes, a empresa iniciou estudos para produção de um novo carro em parceria com a Régie Renault francesa, conhecido como projeto “M”, que seria o primeiro projeto de carro elaborado no Brasil pelo Departamento de Estilo da Willys, chefiado pelo arquiteto Roberto Araújo. O carro era um sedan de quatro portas com motor dianteiro e linhas modernas e limpas. Ainda nesse mesmo ano, a Willys Overland do Brasil ocupava a segunda posição entre os produtores de veículos no Brasil, com 53.819 unidades. A Volkswagen liderava com 75.019 unidades.<sup>200</sup> Entretanto, a matriz da empresa nos Estados Unidos, a Kaiser Jeep, enfrentava problemas no seu país e não estaria mais interessada no setor de automóveis na América do Sul, preferindo focar sua produção nos utilitários da linha Jeep, considerados bem aceitos no mercado norte-americano na avaliação da empresa. Assim, em 9 de outubro de 1967 a Ford do Brasil adquiria oficialmente o controle majoritário das ações da Willys Overland do Brasil. Seu maior interesse era aumentar a rede de concessionários Ford no Brasil, especialmente no Norte e Nordeste. Como

---

<sup>200</sup> SEVCENKO, Nicolau. **A capital irradiante**: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: \_\_\_\_\_. História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.559. (Coleção História da vida privada no Brasil, v.3).

o projeto “M” estava bastante adiantado, inclusive com protótipos já testados na França e no Brasil, decidiram dar seguimento, originando o modelo Ford Corcel lançado em 26 de setembro de 1968 com imediato sucesso de mercado. Em 1970 este modelo se desdobrou na perua Belina, mais tarde, em 1977, originou a série Corcel II e finalmente em 1982 o modelo de luxo Del Rey.

Ainda no caso da Willys Overland do Brasil (e também da IKA argentina), pôde se observar que as filiais obtinham mais sucesso que sua matriz no estrangeiro. Poderíamos então questionar se a Kaiser Jeep teria feito opção mais acertada ao desistir de operar na América do Sul, pois em 1970 foi absorvida pela American Motors Corporation, também norte-americana, perdendo sua independência empresarial. Pode se perguntar se não teria sido mais vantajoso focar seus interesses onde seus veículos obtinham sucesso seguro de mercado, ou até mesmo transferir-se para o Brasil ou a Argentina. Ou teria sido ainda o velho receio dos comportamentos “imprevisíveis” dos governos latino-americanos?

Com o lançamento do Ford Corcel em 1968, encerrou-se a produção do automóvel Renault Gordini e do esportivo Willys Interlagos. Já o Aero-Willys 2.600 e o Itamaraty 3000 tinham ótima aceitação no mercado brasileiro, assim a Ford os manteve em produção até 1971 sob a marca “Ford-Willys”. A Rural e a camioneta F-75 foram produzidos com a marca Ford até 1982 e o Jeep até 1983.<sup>201</sup>

---

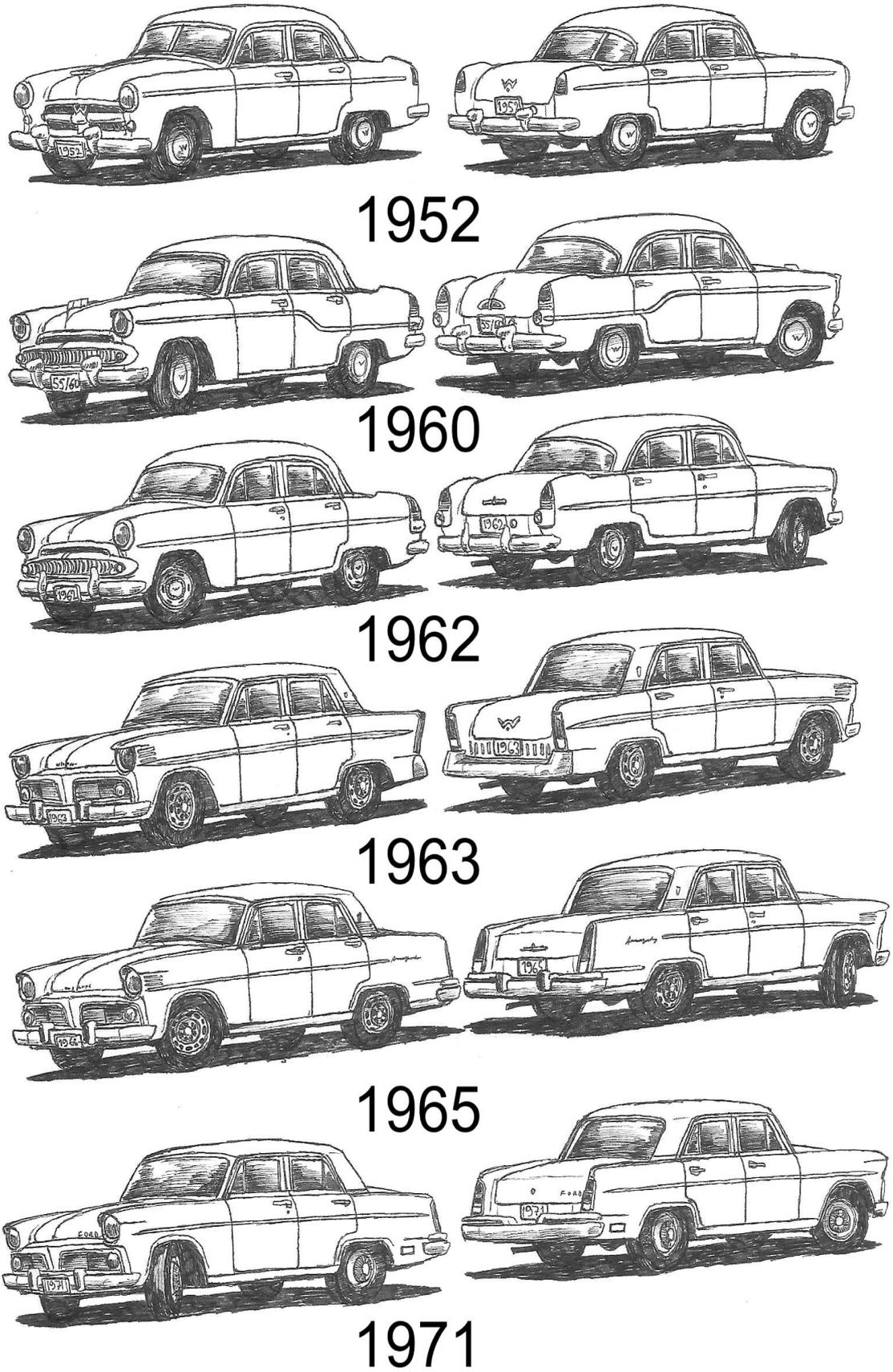
<sup>201</sup> WILLYS: o progresso chega ao Nordeste. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 7, p. 8, jun. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).

ESTE é o projeto “M”. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 9, n. 98, p. 22–24, fev. 1968.; 209 KAISER-FRAZER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1264-1265. ; WILLYS. **Enciclopédia do Automóvel**, Abril Cultural, volume 8, 1975, p. 1930.

WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1931-1936.

MINERVINI, Sérgio. Corcel: negócio estratégico. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 10, n. 51, p. 62-74, 2008.

Figura 49 - Evolução do Sedan Aero Willys no Brasil. No topo, o Aero-Ace norte-americano 1952.



O histórico da Simca do Brasil pode ter sido um dos mais interessantes. Nas viagens que o presidente Juscelino Kubitschek empreendeu em 1956, quando visitou fábricas de automóvel europeias e norteamericanas, uma o deixou impressionado; era a Simca, inaugurada em 1954 na cidade francesa de Poissy e considerada uma das mais modernas da Europa. Produzia um carro de aparência sofisticada e estilo norte-americano, a linha de automóveis Vedette. Consta que o presidente teria ficado aborrecido com a Ford e a General Motors instaladas no Brasil há décadas, que resistiam à ideia de fabricar automóveis por falta de confiança nos rumos políticos e econômicos do país; o já citado receio dos comportamentos “imprevisíveis” dos países sul-americanos. Então, quase como um desagravo, o presidente teria tomado a decisão de trazer aquela fábrica francesa que produzia um carro “com jeito de americano” para o Brasil, embora os economistas e técnicos do governo recomendassem cautela. O entusiasmo de JK com a Simca o faria buscar apoio do deputado federal por Minas Gerais Magalhães Pinto e do influente general Macedo Soares. Os três teriam enxergado na materialização daquela fábrica um forte impulso na consolidação de suas bases políticas<sup>202</sup>; assim, a Simca do Brasil foi fundada em 5 de maio de 1958. Contudo, a pressa dos políticos mineiros acabaria refletindo nos automóveis que a Simca produziria. Haveria informações que os modelos Vedette apresentariam defeitos de projeto: dizia-se que o conjunto da fiação não atendia às exigências do carro e que a transmissão não estaria bem dimensionada para o motor causando falta de torque.<sup>203</sup> Portanto, se os primeiros modelos Simca Chambord e Présidence que chegaram ao Brasil entre 1959 e meados de 1961 eram na verdade veículos importados, ou apenas montados no Brasil, é possível que também tivessem defeitos de projeto, além de não terem passado por testes ou modificações para torná-los adequados às condições do país. O resultado desta pressa em colocar logo os veículos no mercado brasileiro pode ter sido o início da construção de uma má fama que os modelos Simca carregaram por todo seu período de produção no Brasil. José Hamilton Ribeiro (1980, p.14) cita o humorista Millôr Fernandes que, baseado na experiência com seu automóvel Simca Chambord, escreveu na sua coluna “Pif-Paf” de O Cruzeiro: “Se a Simca, usando o

---

<sup>202</sup> SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p.72-74.

<sup>203</sup> TORQUE. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 8. p.1833.

know-how do Chambord, fizesse relógio-cuco em vez de automóvel, o passarinho aparecia de costas e ia perguntar a hora...”.<sup>204</sup>

Apesar disso, os carros Simca encontravam admiradores por conta do seu estilo exuberante com pinturas em duas cores, “rabos-de-peixe”, conforto e maciez na sua condução. Além disso, a fábrica começou a introduzir melhoramentos no automóvel a fim de corrigir seus defeitos e melhorar a imagem do produto perante o público, tornando-o qualitativamente superior ao modelo francês, embora não os livrasse da fama de carro pouco confiável. Em 1965 sua produção chegaria a 7.136 unidades distribuídas em cinco modelos: Chambord, Profissional, Présidence, Rallye e Jangada. Porém, verificava-se uma brusca queda na produção em relação aos 11.088 veículos produzidos no ano anterior.<sup>205</sup> Talvez aqui seja possível observar um erro estratégico: reportando Michel Beaud (1987), produção em linhas de montagem, “Taylorismo” e intensificação de trabalho em variados modelos de carros poderia levar ao rebaixamento da qualidade dos automóveis, e isto poderia ter ocorrido na Simca do Brasil com a produção de uma gama de modelos possivelmente acima da sua capacidade real. Talvez concentrar a produção em um ou dois modelos apenas, ao invés de cinco ou seis, tivesse sido a opção mais sensata.

Em 1966, apesar do lançamento de novos motores V8 denominados “Emisul”, ocorreu uma nova queda na produção; 5.287 veículos. Na época a Chrysler Corporation já era praticamente dona da Simca francesa, mas até aquele momento não se interessava pelas operações da filial brasileira. Então, subitamente, começou a enxergar ali uma possibilidade de entrar no mercado brasileiro, investindo dinheiro na Simca do Brasil para tentar atualizar seus carros. Os modelos Simca passariam por uma reformulação estilística em 1967: perderam os “rabos-de-peixe” e as pinturas bicolores em favor de um estilo mais elegante que os deixou com aparência bastante diferente do modelo francês original, reduziu-se a gama de modelos oferecidos a apenas dois denominados Simca Esplanada e Simca Regente (figura 50). Ao seu turno, o engenheiro Jean Jaccques Pasteur, presidente da Simca do Brasil, sabia que sua posição na empresa era instável; assim, como forma de criar alguma coisa nova apresentou em julho de 1966 um protótipo de carro esportivo de dois lugares com carroceria em fibra de vidro e mecânica do Simca Emisul, denominado “Ventania”. A apresentação ocorreu no Autódromo Internacional do Rio de Janeiro com ampla cobertura da imprensa e a presença da atriz Norma Bengell. Inclusive, o carro seria utilizado no filme “As Cariocas”,

---

<sup>204</sup> FERNANDES, Millôr apud RIBEIRO, José Hamilton. Assim era o Brasil naquele alegre 1960. **Quatro Rodas**, São Paulo, Edição Comemorativa dos 20 anos, ano 21, n. 241A, p. 10-17, ago. 1980.

<sup>205</sup> MERCADO de automóveis novos nacionais, **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 65, p. 123, dez. 1965.

realizado naquele ano.<sup>206</sup> A ideia de Pasteur era produzir o esportivo “Ventania” em Minas Gerais, revivendo assim o projeto da fábrica de Santa Luzia. Alguns acionistas remanescentes do grupo mineiro inicial apoiariam a ideia e os projetistas do carro chegaram a ocupar um pequeno escritório no local onde se planejava sua produção.

É provável que a Chrysler Corporation tenha considerado um circo tudo aquilo, porque estavam preocupados com a eminência de uma nova queda de vendas dos carros Simca; afinal, tinham capital investido na fábrica. Em 1967 a Chrysler enviou ao Brasil seu diretor de assuntos internacionais, Eugene Cafiero, para assumir de vez todas as operações da Simca do Brasil. Ele designou como interventor o americano Victor G. Pike e uma de suas primeiras providências foi demitir imediatamente Jean Jaccques Pasteur e toda a sua equipe, protagonizando um episódio considerado dos mais constrangedores da história da indústria automobilística brasileira. Pike também reduziu o quadro de funcionários, demitindo cerca de 400 trabalhadores e reformulando os métodos de produção da fábrica. Em agosto de 1967 a Simca do Brasil tornou-se oficialmente Chrysler do Brasil. No ano seguinte, fizeram pequenas modificações estéticas e mecânicas nos antigos Simca Esplanada e Regente, além de lançar uma versão de apelo esportivo baseado no modelo Esplanada, denominado GTX. Mas a própria Chrysler sabia que estes modelos durariam pouco no mercado, seriam apenas “tapa buracos” até que pudesse lançar no mercado veículos da própria marca em 1970: a linha Dodge Dart da Chrysler norteamericana.

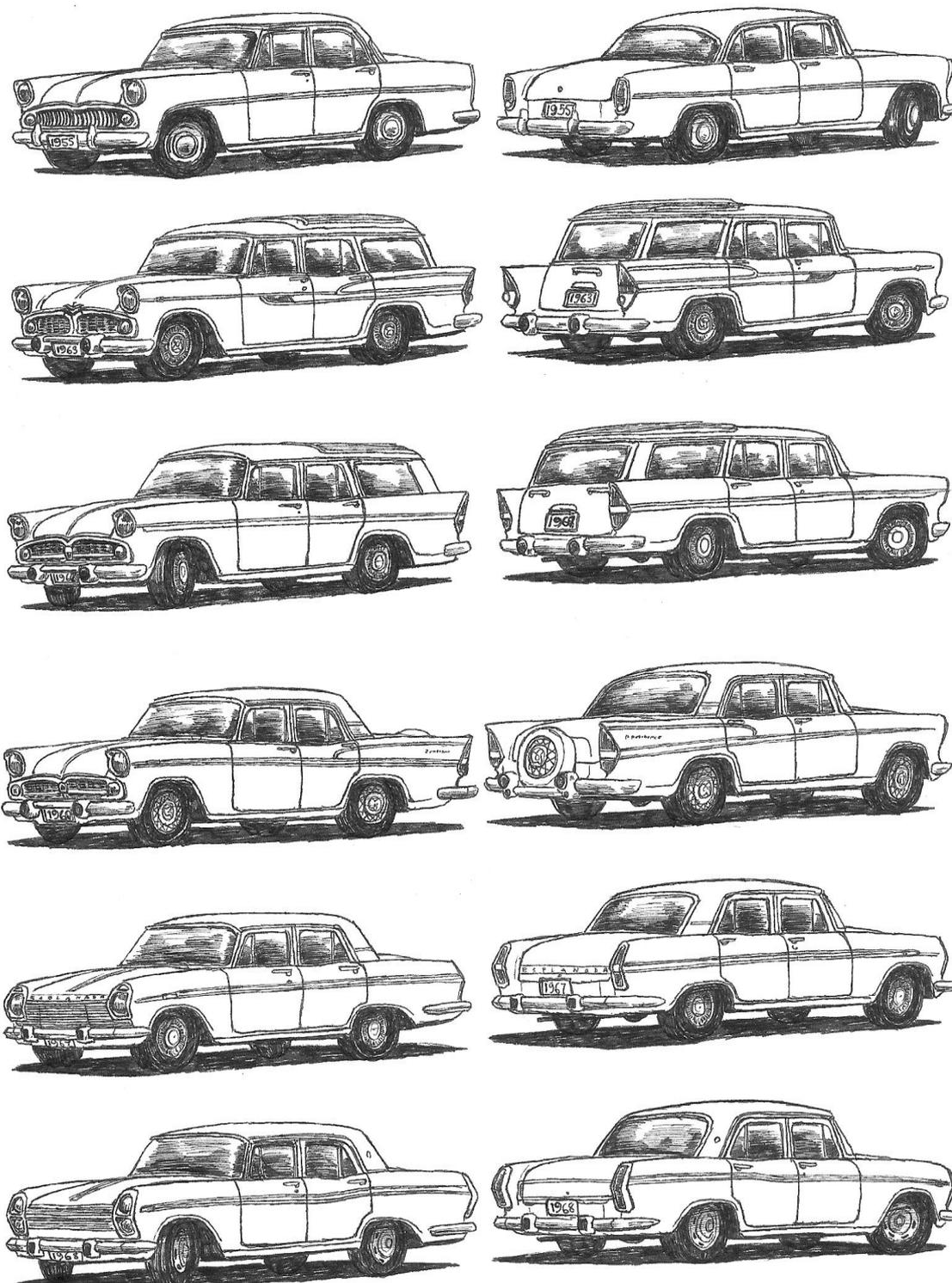
A lógica de se esticar a produção da linha Simca até 1969 seria porque encerrar sua produção significaria mais prejuízo do que mantê-la; apesar de tudo os carros ainda vendiam alguma coisa. Para o consumidor que adquiriu um modelo Esplanada, Regente ou GTX 0 km. em 1968 e 69, com sua descontinuidade já programada pela fábrica, significou ficar com um carro novo praticamente pré-desvalorizado nas mãos; ainda mais em se tratando de uma marca já com má fama entre os brasileiros.<sup>207</sup>

---

<sup>206</sup> NORMA Bengell mostra Simca Ventania no Rio. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 6, p. 4, jul. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).

<sup>207</sup> SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p. 71-82.  
SIMCA DO BRASIL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1777-1779.  
BRANDENBURG, Enio. Linha Esplanada: tempos de transição. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 7, n.35, p. 50-62.  
SIMCA em ritmo de Chrysler. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 7, n. 85, p. 36-38, ago. 1967.

Figura 50 - Modelos Simca. De cima para baixo: Simca Versailles 1955 Francesa, Simca Jangada 1963, Simca Jangada 1967, Simca Presidente 1960, Simca Esplanada 1967 e Chryslers Esplanada 1968/69.



Na década de 60 a Fábrica Nacional de Motores parecia imersa em algumas dicotomias: por um lado se apresentava como uma empresa preocupada com a formação e treinamento de trabalhadores adaptados à nova realidade industrial do Brasil, criando cursos de extensão

universitária para formar e aperfeiçoar operários; por outro lado parecia sofrer de sério descontrole administrativo causado pela instabilidade política, mudanças frequentes de direção e orientação empresarial, além da ausência de fiscalização. Existia também um decreto (de fevereiro de 1924) que impedia o Banco do Brasil de aceitar duplicatas de empresas oficiais, impossibilitando as vendas de automóveis e caminhões à vista, pois o Banco do Brasil não podia financiar e os bancos privados não podiam transicionar, deixando-a em desigualdade com as concorrentes.<sup>208</sup>

Ocorria algo semelhante nos seus veículos: por um lado a FNM tinha a produção de um tipo de caminhão extremamente adequado às condições do país, o Fê-nê-mê, caracterizado pela robustez e força do motor sendo inclusive apelidado de “João bobo” porque carregava tudo que lhe punham na carroceria; além do automóvel FNM 2000 JK, belo, confortável e até avançado para os padrões nacionais. Mas, por outro lado, o acordo com a Alfa Romeo italiana parecia mais uma peia amarrando os movimentos da estatal brasileira, por conta do caráter unilateral favorável à fábrica italiana que parecia sempre reger suas negociações.

Parte da imprensa (inclusive automobilística) criticava a produção de um automóvel de luxo numa empresa estatal. As críticas pareciam partir de um princípio, de contornos ingenuamente “fordistas”, que empresas estatais deviam dedicar sua produção a modelos simples e baratos o bastante para serem acessíveis às camadas mais populares de consumo. Entretanto, deve-se levar em conta que na virada das décadas de 50 e 60, a produção de modelos mais luxuosos era considerada mais rentável para as empresas que a dos carros populares. Não eram à toa que os fabricantes de automóvel norteamericanos procuravam direcionar a atenção do público para seus modelos topo de linha, porque cada carro de luxo produzido renderia mais lucro à companhia do que cada modelo popular. Assim, a produção de um carro luxuoso em uma estatal como a FNM seria uma opção que comungava de uma lógica industrial coerente com sua época. O problema para o consumidor ocorria no uso diário, quando o FNM 2000 JK necessitava de assistência técnica e principalmente peças de reposição. Dizia-se que o almoxarifado da fábrica vivia vazio enquanto que nos pátios acumulavam-se quantidades “fabulosas” de rodas de caminhão, armações de estofamento de carros e outros itens não vitais à manutenção dos veículos, denotando certa falta de critério nas compras e armazenamento de peças.

---

<sup>208</sup> ANDRADE, Eurico. Morte e vida Fenemê. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 68, p. 65, mar. 1966.

Como seu índice de nacionalização oscilava entre 65 a 85%, muitas peças vitais eram importadas da matriz da Alfa Romeo na Itália; inclusive, isto era apontado como fonte de desvios. Entre 1960 e 61 foi pedido à Alfa Romeo o envio de 16.000 conjuntos de peças de motor para o 2000 JK. Mas somente depois de feita a encomenda e estar tudo devidamente encaixotado na Itália, apenas aguardando o envio para o Brasil, é que fizeram o pedido de importação ao GEIA. Como o montante do pedido era muito superior à necessidade de produção da fábrica, o GEIA reduziu o pedido para o necessário dentro do programa da FNM; o valor da operação caiu de US\$ 1.7 milhão para US\$ 400 mil. Então a CACEX liberou a importação, que não ocorreu naquele momento porque a fábrica queria importar todo o pedido original. Assim, a mercadoria teria ficado encaixotada nos armazéns italianos até meados de 1963 quando o superintendente da FNM, Aluísio B. Peixoto, teria ido à Itália e assinado um contrato com a Alfa Romeo para a remessa de toda a encomenda ao Brasil sem consultar o GEIA e a CACEX, o que feria a legislação vigente. Na defesa do negócio, Peixoto alegaria que aquele material representaria “investimentos” na FNM e ainda enviaria um ofício ao então Ministro da Indústria e do Comércio, Antônio Balbino, anexando a minuta de um decreto que tornaria a empresa independente de vinculação, fiscalização ou autorização do GEIA e da CACEX em qualquer tipo de negócio, acordo ou compra feita pela estatal, passando ainda seu superintendente a ter plena liberdade na sua gestão sem ter que prestar contas a ninguém. Alguns setores da imprensa consideraram aquilo um absurdo sem precedentes nos meios empresariais, autárquicos e governamentais do país. Independente do desfecho final deste caso, o fato é que se importaram um montante enorme de peças as quais 40% já eram fabricadas no Brasil, suficientes para muitos anos de produção.<sup>209</sup>

Equívocos na gerência, atritos entre instâncias governamentais e falta de fiscalização na FNM chegavam ao público denegrindo a imagem do automóvel, fornecendo argumentos aos críticos da estatal brasileira. Mas não se criticava propriamente o modelo “JK” e sim a pertinência de sua fabricação e as dificuldades na manutenção: além disso, sua baixa produção não permitia a formação de uma opinião segura sobre suas reais qualidades ou defeitos pela ausência de um contingente maior de proprietários, pois a sua produção nunca ultrapassaria 500 unidades anuais.

Em 1964 o superintendente da estatal era o major engenheiro Jorge Alberto Silveira Martins, que pretendia torná-la uma empresa competitiva e abrir seu leque de produtos. Para

---

<sup>209</sup> GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 24-25, ago. 1963.

isto, organizou-a, buscou formas de saneá-la e colocou em produção uma versão mais luxuosa do automóvel, denominada TIMB – Turismo Internacional Modelo Brasileiro, que seria o carro nacional mais caro do país. O “JK” foi suprimido da denominação 2000 naquele ano. Ainda em 64, Martins convidou Genaro Rino Malzoni para desenvolver um carro esportivo para a empresa. Antes, Malzoni havia projetado o “GT Malzoni”, um cupê esportivo de dois lugares com carroceria em fibra de vidro e mecânica DKW-Vemag, bastante comentado na época. Ele elaborou um automóvel esportivo para a estatal baseado na estrutura do modelo TIMB, tipo cupê com quatro lugares e ostentando na grade dianteira o “cuore sportivo” da Alfa Romeo, denominado “Onça” em referência ao felino da fauna brasileira. Foi apresentado um primeiro protótipo na Feira Brasileira do Atlântico no Rio de Janeiro em março de 1966; mas este não agradou a Malzoni, que então elaborou um segundo modelo, apresentado no “V Salão do Automóvel Brasileiro” em dezembro daquele ano.<sup>210</sup>

Ainda em março de 1966, Martins declarava em entrevista a Quatro Rodas que a FNM tinha recebido uma proposta de compra por parte de um grupo internacional, ao qual ele não revelou o nome e nem a nacionalidade, que teria oferecido algo em torno de Cr\$ 9 bilhões. “Isto não é venda, é doação.” Reagiu Martins, que defendia a tese de que a empresa precisava continuar nacional e lembrava que em 1964 eram 11 empresas com 22% do capital nas mãos de brasileiros e que em 1965 o número caía para 11% e até o final de 1966 chegaria a 7% ,e concluía:

A tendência da atual indústria automobilística brasileira é se criarem três grupos: um americano, um europeu e um brasileiro. Como os dois primeiros têm muito mais facilidade de mobilizar recursos para investimento, o grupo brasileiro deve unir-se com apoio do governo. Isso é um problema que envolve até segurança nacional.<sup>211</sup>

Quanto às críticas à produção do Onça, Martins explicava que em 1966 a linha de montagem dos chassis para automóveis tinha mais capacidade produtiva do que a linha de carrocerias, numa razão de 14 chassis para cada seis carrocerias; portanto, seria uma forma de aproveitar a capacidade ociosa da linha de chassis. No entanto, a produção do Onça encontraria outro entrave na Alfa Romeo italiana. Para permitir a utilização da marca num automóvel que sequer tinha participado da sua criação, ela condicionou sua aprovação à

<sup>210</sup> NASSER, Roberto. Raridade! O Onça não está extinto. **Revista Classic Cars**, São Paulo, ano 3, n. 34, p. 14-17, 2001.

ONÇA de Ipanema. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, p.4, abr. 1966. (Suplemento de automóveis, aviões e lanchas).

<sup>211</sup> ANDRADE, Eurico. Morte e vida Fenemê. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 68, p. 66, mar. 1966.

realização de uma bateria de testes na sede da empresa, em Milão, sob critérios europeus de excelência. Mas a área técnica da FNM conhecia a rusticidade do projeto face ao rigor das exigências europeias no julgamento do automóvel e talvez desconfiasse que a Alfa Romeo talvez não estivesse mesmo disposta a aprovar o projeto do Onça; assim, acharam melhor desistir do projeto. Aparentemente o que a empresa italiana desejava era vender à estatal o projeto do Alfa Montreal, um carro esportivo que não obteve sucesso comercial nem na Europa nem nos Estados Unidos (repetindo assim o mesmo que fez anos antes com o Alfa Romeo 2000). Mas o Governo Federal não mostrava interesse neste carro.

Em dezembro de 1967 circularam informações de que a FNM estaria mantendo contatos com várias empresas europeias buscando entendimentos para viabilizar a produção de um carro popular. Técnicos europeus estariam visitando as instalações da empresa em colaboração com técnicos brasileiros e teriam examinado alguns projetos, dos quais dois ofereciam maior viabilidade: O Citroën 2CV Dyane e o Renault R-4. Inclusive já haveria um convênio assinado com a Citroën na ordem de CR\$ 5 milhões prevendo a fabricação de três tipos de veículos: automóvel, utilitário e jipe, todos a partir do mesmo chassi e que os primeiros veículos chegariam ao mercado brasileiro em 1969. Quanto à produção dos modelos FNM 2000 e TIMB, a informação era vaga, mas deixava ver certo desinteresse da estatal por estes carros e conseqüentemente pela Alfa Romeo.<sup>212</sup>

Mas os desdobramentos seguiriam outra direção, pois ainda em 1967 o governo parecia realmente disposto a vender a Fábrica Nacional de Motores. Para isso, chamou o engenheiro Jean Jaccques Pasteur, que tinha sido demitido da Simca naquele ano, para organizá-la, preparando-a para a venda. Ele cortou todos os projetos em desenvolvimento, inclusive de novos automóveis, além de demitir uma boa parte dos seus trabalhadores. No ano seguinte a estatal brasileira foi vendida à Alfa Romeo italiana. A notícia divulgada falava num contrato de venda no valor de US\$ 36 milhões. “Um ótimo negócio” segundo o Ministro da Indústria e Comercio, o general Macedo Soares. Na ocasião, 82% das ações pertenciam ao Estado e o restante a particulares.<sup>213</sup> O processo de venda seria muito criticado pela imprensa e pelo Congresso Nacional a ponto de se criar uma Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar. Existiram fortes rumores de facilidades concedidas à Alfa Romeo, como o não cumprimento da cláusula de concorrência pública que regia a venda de bens do Estado, do

---

<sup>212</sup> GOVERNO quer carro popular. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 89, p. 52–53, dez. 1967.

<sup>213</sup> MEIRELLES, Domingos. Giulia pode vir com a Alfa. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 95, p.24, jun. 1968.

sigilo absoluto que envolveu a negociação e que o preço da empresa estaria muito abaixo do seu valor.<sup>214</sup>

Às expectativas da chegada imediata de novos automóveis com a nova situação da empresa seguiu-se a frustração, porque ela apenas manteria os antigos modelos em produção até 1972. Sequer o Alfa Montreal, que tentaram vender à F.N.M. anteriormente foi novamente cogitado. Em 1969, na Itália, a FIAT adquiriu o controle acionário da Alfa Romeo S.A. e em 1973 comprou 43% das ações da F.N.M. que estavam nas mãos de particulares, tornando-se a única proprietária da ex-estatal. Em março de 1974 lançou no Brasil o Alfa Romeo 2300, um sedan de quatro portas de linhas retas e formais, cujo projeto iniciara em 1968 na Itália. Em 1976 mudariam o nome da empresa para Alfa Romeo/FIAT. Dez anos depois, encerrou-se a produção do Alfa Romeo 2300 no Brasil. Os caminhões Fê-nê-mê seriam produzidos até 1979 quando foram retirados de linha, apagando o último resquício da Fábrica Nacional de Motores no Brasil.<sup>215</sup>

---

<sup>214</sup> RAMALHO, José Ricardo. Estado Novo, industrialização e a formação do trabalhador brasileiro: o caso FNM. **Locus**: revista de história, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, p. 125, 2007.

<sup>215</sup> PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918-925.

ANSELMINI, Angelo Tito. FIAT. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 4. p. 865-896.

ANSELMINI, Angelo Tito. Alfa Romeo. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p.57-69.

STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.50-55, 2005.

FNM: linha dura de major dá lucro de bilhões. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 7, p. 4, jun. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).

## 5 CONCLUSÃO

Quando os primeiros seis automóveis de passeio nacionais chegaram às ruas, encontraram um público talvez um tanto desconfiado, mas disposto a acolher a novidade; até porque não haveria outra opção. Opiniões em torno dos carros fabricados no Brasil se formariam conforme iria aumentando o contingente de proprietários; seus defeitos e qualidades apareceriam com o uso e a imprensa especializada ajudaria nas avaliações. Alguns carros seriam reconhecidos por aspectos positivos como economia, robustez, bom acabamento, facilidade de condução e manutenção simples. Já outros denotavam fragilidade, dificuldade de manutenção e outros aspectos negativos. Uma somatória de conceitos que ajudaria formar juízo sobre cada marca ou fabricante.

Se no início o produto das fábricas instaladas no Brasil poderia ser enquadrado numa única categoria de “carro nacional”, passados poucos anos esta visão total se desdobraria em visões particulares. Algo semelhante ao estudo da perspectiva no desenho; à distância se tem a visão panorâmica do todo o prédio e conforme nos aproximamos identificamos detalhes arquitetônicos: um conjunto de arcos, uma escada, uma porta, a maçaneta e no fim o buraco da fechadura. Nos automóveis nacionais, primeiro via-se um conjunto de fábricas, marcas e nomes agrupados na mesma chancela do carro nacional; depois a observação específica de que existia uma marca que produzia carros pequenos e de duas portas com motor traseiro; uma segunda marca produzia carros grandes e de quatro portas e motor V8 dianteiro; e uma terceira produzia um carro pequeno de quatro portas e motor traseiro, cada qual com características distintas. Por fim, o buraco da fechadura na formação de um juízo: os primeiros são robustos, econômicos de fácil manutenção, já os segundos são grandes, difíceis de manter e consomem muita gasolina e os terceiros são econômicos, mas muito frágeis; assim, os da primeira marca seriam considerados os melhores. Sem dúvida uma explicação simplificada de um processo bem mais complexo que envolve uma rede de interesses industriais, circunstâncias de mercado e até ações governamentais.

Se não ocorrerem crises ou qualquer circunstância alheia à qualidade dos seus produtos, provavelmente o que vai incidir como importante fator na sobrevivência dos fabricantes no mercado é a opinião pública, que até poderia ser direcionada rumo a uma opinião favorável a esta ou aquela marca, via propaganda. Contudo, deve-se ponderar que se a influência das fábricas tivesse tanto poder em modelar opiniões, fracassos como o Ford Edsel se converteriam em sucessos pela força de persuasão do gigantesco grupo industrial que o produziu.

Ainda vale lembrar que as citadas experiências mal sucedidas entre a F.N.M. a Wright Aeronautical Company e a Isotta Fraschini, nas décadas de 40 e 50, talvez não tenham servido como lições para todos, pois a DKW-Vemag firmou acordo com a Auto Union alemã possivelmente sem observar sua real situação no país de origem, enquanto que a Simca do Brasil talvez tenha se deixado contaminar demais pelas circunstâncias políticas ao redor, perdendo seu foco.

Na Introdução afirmei, sobre o mercado de automóveis no país, que haveria algo profético no fato do primeiro carro saído de uma linha de montagem brasileira ser um modelo europeu; a perua DKW Universal Sonderklasse alemã. Num espaço de dez anos, entre 1958 (lançamento do carro) até 1968 (Privatização da Fábrica Nacional de Motores) o mercado consumidor brasileiro parece ter acolhido o conceito do automóvel europeu como favorito; porém, com utilização à maneira norte-americana. Carros de origem européia dominaram o início da industrialização no país e eram veículos apropriados para percorrer distâncias mais curtas nos seus países de origem, transportando poucos passageiros; assim eram o Volkswagen Sedan, o Dauphine e o DKW-Vemag sedan. Entretanto, esses três modelos deveriam percorrer longos percursos num país de grandes dimensões territoriais como o Brasil. Assim, cumpririam um papel que, em tese, seria mais adequado a automóveis grandes. Existiram carros como o FNM 2000 JK, o Simca Chambord e o Aero-Willys cujo conceito seria norte americano (o Aero-Willys era de fato), mas não eram carros tão grandes, sendo o Simca Chambord o maior deles.

Por outro lado, a hesitação dos fabricantes norte americanos no início da implantação da indústria de automóvel no Brasil teria também deixado um espaço que seria preenchido por fabricantes europeus, especialmente a Volkswagen alemã, que logo conseguiu conquistar expressiva fatia do mercado automobilístico brasileiro por conta de sua atuação firme no Brasil.

O início da década de 60 também apresentava uma elevação do índice de inflação incidindo no preço dos combustíveis e na manutenção dos veículos; logo, carros europeus econômicos, de manutenção mais barata, fatalmente lograriam mais êxito que modelos norteamericanos de manutenção mais cara.<sup>216</sup>

Os imaginários de pioneirismo e nacionalismo seriam criados inicialmente como preparação do terreno para a chegada dos carros nacionais, mas teriam forçosamente que ser

---

<sup>216</sup> SIRENA de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 17, p. 108, maio 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine).

reinventados após o lançamento dos automóveis. Ballandier (1999, p. 48) nos lembra que “as produções do imaginário tomam forma, materializam-se nas instituições e nas práticas”; no caso, o automóvel nacional deixava de ser uma projeção idealizada chamada “automóvel de passageiros” (como nas ‘normas’ do GEIA) para se tornar uma realidade sobre quatro rodas, sujeita ao uso, abuso e julgamento do público; por fim, uma instituição. Então os códigos do imaginário inicial, inventado para a “era JK”, não serviam mais porque se referiam a um objeto idealizado, não à realidade.

Cumpramos novamente buscar em Ballandier (p. 64), quando afirmou que o espaço concedido à liberdade modificadora, é à mudança, pois a partir do momento que este automóvel nacional institucionaliza-se, estabelece também suas limitações. Assim faz-se necessário a criação de novos imaginários projetados num novo modelo de carro, mais moderno, potente ou econômico, capaz de reproduzir novos códigos e convenções. A sobrevivência dos modelos e fabricantes dependeria muito da sua capacidade em estabelecer alianças seguras com o consumidor, baseado na confiança dos seus produtos e também enfrentar o acirramento da concorrência e a superação das crises políticas que transpassaram o Brasil na década de 60.

Contudo, pode ter permanecido ainda uma herança da “era Cadillac” no que diz respeito à dependência das deliberações de empresas estrangeiras sobre o automóvel produzido no Brasil. Como foi demonstrado, já em 1966 o superintendente da FNM, o major Silveira Martins, alertava para o esvaziamento do capital nacional nas indústrias, além da suscetibilidade das empresas brasileiras face às crises somadas às dificuldades em obter recursos para investimentos. Na ocasião a única fábrica de automóveis, de caráter privado, que tinha capital unicamente brasileiro era a DKW-Vemag. No desenrolar dos fatos pôde-se constatar que realmente ela não teria condições de competir em termos de igualdade com a concorrência das multinacionais sem contar com algum apoio oficial. Silveira Martins parecia sugerir a criação de meios para proteger essas empresas, talvez pela concessão de créditos diferenciados à indústria brasileira de automóveis, ou então pela união destes fabricantes nacionais numa única empresa que assim teria mais força. Contudo, não se pode afirmar que isto realmente daria certo.

Mais tarde, já na década de 80, o engenheiro e empresário João Augusto Conrado do Amaral Gurgel queixava-se da falta de apoio oficial aos projetos de veículos automotores genuinamente nacionais. Em 1969 ele fundou a Gurgel Veículos Ltda. na cidade de Rio Claro,

SP.<sup>217</sup> Durante anos se dedicou à produção de veículos comerciais leves e jipes com projeto próprio e utilizando a mecânica Volkswagen a ar. Enquanto isso, desenvolvia projetos de motores com tecnologia nacional. Em 1988 a Gurgel Veículos lançou o automóvel Gurgel BR-800 com motor totalmente concebido e desenvolvido pela empresa; o número 800 se referia à potência de 800cm<sup>3</sup> (oitocentas cilindradas). Vale ressaltar que foi um projeto totalmente elaborado e colocado em produção com investimentos próprios, sem apoio oficial. Gurgel defendia a tese de que o Estado deveria apoiar as iniciativas nacionais na produção de veículos pela via da concessão de uma carga tributária menor para carros com motores até 1000 cm<sup>3</sup> (mil cilindradas), que poderiam se situar num patamar de mercado abaixo dos veículos convencionais mais baratos, cujos motores tivessem mais potência, favorecendo assim o BR-800.

Entretanto, a Gurgel Veículos era uma empresa pequena se comparada com as multinacionais instaladas no Brasil.<sup>218</sup> Então, sem contar com investimentos para tornar seu automóvel competitivo no mercado e pressionado pelas dívidas acumuladas na elaboração do projeto e produção do carro, a Gurgel Veículos acabou falindo em 1994, encerrando definitivamente a produção do BR-800. O jornalista Fabrício Miguez explica que a empresa sempre usou recursos próprios e nunca acumulava dívidas, mas não obteve apoio financeiro oficial quando precisou.<sup>219</sup>

O fim da Gurgel determinaria o desaparecimento total de projetos de carros inteiramente criados no Brasil, produzido em empresas de capital nacional, deixando uma espécie de lacuna em aberto na implantação da indústria automobilística no Brasil. Talvez o GEIA, ainda na década de 50, tenha deixado passar a chance de se ter fabricantes nacionais no início da industrialização pela urgência que a questão requeria levando ao imediatismo de se importar projetos estrangeiros ao invés de cria-los no país, denotando certa falta de planejamento estratégico em longo prazo. Ou, ainda mais tarde, se a Vemag tivesse obtido algum tipo de

---

<sup>217</sup> GURGEL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 1136-1140.

<sup>218</sup> A partir da década de 1990 com a criação do segmento de carros econômicos, a Fiat lançaria o modelo Uno Mille com motor de 1000 cm<sup>3</sup> (mil cilindradas) no mesmo patamar de preço do BR-800. O jornalista Luiz Bartolomais Júnior explicava no teste do BR 800 realizado pela revista Quatro Rodas que em março de 1991 o modelo da Gurgel custava cerca de Cr\$90.000,00 (noventa mil cruzeiros) a mais do que o Fiat Uno Mille, apesar da sua taxa de 5% (cinco por cento) de IPI enquanto que carros como o Mille pagavam de 20% a 37% (vinte a trinta e sete por cento) de IPI o que na opinião do jornalista era um contrassenso. Cf. BARTOLOMAIS JÚNIOR, Luiz. Gurgel BR-800: muitos erros e poucos acertos de um carro todo brasileiro. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 31, n. 450, p. 70-74, abr. 1991.

<sup>219</sup> MIGUES, Fabrício. Gênio Sonhador. **Revista Auto Esporte**, São Paulo, n. 526, p. 30, mar. 2009.

proteção do Estado na década de 60, assim como a Gurgel vinte anos depois, isto pudesse ter significado suas permanências no automobilismo brasileiro. Mas como a história não é construída sobre aquilo que não aconteceu, as respostas a estas perguntas permanecem apenas no âmbito das conjunturas.

No limiar dos anos 2010 assistimos a chegada de modelos como o Tata Nano LX de fabricação indiana e do chinês Chery QQ.<sup>220</sup> Marcas e fabricantes novos que parecem ser inspirar no Fordismo do início do século XX na busca de mercados para seus automóveis pelo mundo, para assim fortalecer posições como fez a Volkswagen alemã no início da década de 50, quando ainda era uma empresa nova com poucos anos de existência. Vale lembrar que Índia e China não são países notabilizados por algum tipo de tradição automobilística; mas agora colocam veículos projetados e produzidos em empresas nacionais nos mercados da Ásia, Europa e América do Sul, sugerindo ainda que a conquista de uma fatia do mercado norte americano seja apenas uma questão de tempo, como fizeram os europeus na década de 50, os japoneses na década de 70 e os sul coreanos na de 90. Assim, poderíamos perguntar em que medida a ausência deste tipo de indústria no país poderá significar em termos de presença brasileira no mercado mundial de produtos industrializados, lembrando que o automóvel ainda se constitui numa presença bastante visível para a indústria de qualquer país.

O imaginário automobilístico da Era JK parece ter se satisfeito sómente com a fabricação de carros de origem estrangeira no Brasil. Assim, a presença 100% brasileira no universo do automóvel espera pela criação de novos imaginários de pioneirismo e nacionalismo, e também de condições para que uma indústria automobilística genuinamente nacional se desenvolva.

Talvez seja preciso criar um novo programa de metas.

---

<sup>220</sup> Sobre o Chery QQ cf. MALHEIROS, Péricles. Comparativo QQ x Celta x Clio x Gol x Ka x Mille. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 51, edição 615, p. 48-49, mar. 2011 ; sobre o Tata Nano LX. cf. GRANDE, Paulo Campo. Teste Tata Nano LX. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 51, edição 615, p. 82-87, mar. 2011.

## REFERÊNCIAS

- 1 AMARI, Giancarlo. Panhard et Levassor. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 7. p. 1558-1564.
  - 2 BAUDELAIRE, Charles. O pintor da vida moderna. In: COELHO, Teixeira (Org.). *Sobre a modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996. (Coleção Leitura)
  - 3 HISTÓRIA do automóvel. Editora São Paulo: Expressão e Cultura: Expansão Editorial S.A, 1968. p.9
  - 4 SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p.7
  - 5 ARIÈS, Phillipe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ;VELHO, Gilberto (Orgs.). **A família e a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p. 13-32.
  - 6 GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 72 (Colección Las ciudades y las ideas)
  - 7 GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 40. (Colección Las ciudades y las ideas)
  - 8 CHEMAMA, Roland (Org.). **Dicionário de Psicanálise**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul, 1995. p.104.
  - 9 CONTÉRIO, Angelo; GABRIELLI, Aldo. **História do Automóvel**. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 229-234.
- HOMEM e automóvel evoluíram juntos. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 16, p. 78-85, nov. 1961.
- 10 ARIÈS, Phillipe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ; VELHO, Gilberto (Orgs.). **A família e a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p.13-23
  - 11 TELLES, Augusto Carlos da Silva. **Atlas dos Monumentos Históricos e Artísticos do Brasil**. FENAME: SEAC, 1980. p. 146-164
  - 12 FERREZ, Marc. **Álbum da Avenida Central**. São Paulo: Museu Nacional de Belas Artes: Editora Ex. Libris Ltda, 1983. p. 200.
  - 13 O SOM do século: a buzina estridente das engenhocas a rodar. São Paulo: Abril Cultural, 1980. (Nosso Século, v.1). p. 68.
  - 14 GABRIELLI, Aldo; CONTERIO, Angelo. Automóvel. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 233-234.
- CENTENARI, Marco; MARZOLLA, Giorgio. **Ford**. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 945-955.

- 15 ISTÓRIA do automóvel. Editora São Paulo: Expressão e Cultura: Expansão Editorial S.A, 1968. p. 156
- 16 BEAUD, Michel. **História do Capitalismo:** de 1500 até nossos dias. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 257-258.
- 17 HOBBSAWN, Eric J. **Era dos extremos:** o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p. 105-106.
- 18 GONÇALVES, Vergniaud Calazans. **História do Automobilismo Brasileiro.** In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. p. 1166-1167.
- 19 SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta.** Madrid: Editorial Raíces, 1983
- 20 BURNESS, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965.** Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p. 82, 278.
- 21 ENCICLOPÉDIA do Automóvel. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 99.
- 22 HUDSON. In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 1176-1177.
- KAISER-FRAZER. In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1264-1265.
- NASH-KELVINATOR. In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.7. p. 1551-1556.
- STUDEBAKER. In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1803-1805.
- WILLYS OVERLAND. In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p.1930.
- 23 CONTÉRIO, Angelo; GABRIELLI, Aldo. **História do Automóvel.** In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.1. p. 229-234.
- 24 FARINA. In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 823-852.
- FARINA: esta é a história do pai da moderna linha das carroçarias. São Paulo, **Quatro Rodas**, ano 1, n. 12, p. 78-85, jul. 1961.
- 25 LUDVIGSEN, Karl E. Cadillac. In: **Enciclopédia do Automóvel.** São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 823-825.
- 26 PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita:** o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 40-41.
- 27 PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita:** o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 40-41.

- 28 PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita**: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 57-60.
- 29 EVALUACIÓN de Los Automóviles Europeos. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v.12, n. 4, p. 57-59, 168-170, abr. 1953. (Traducion del v. 99, n. 2, edición en inglés)
- 30 EL PONTIAC'55 ha cambiado. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 16, n. 7, p. 24-25, jan. 1955. (Traducción del v. 103, n. 5, edición en inglés)
- 31 NUEVO V8 en el Chevrolet 1955. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 16, n. 7, p. 26-27, Enero, 1955. (Traducción del v. 103, n. 5, edición en inglés)
- 32 EL DE SOTO V8 modelo 1955. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 18, n. 2, p. 79-82, 155, out. 1955. (Traducción del v. 104, n. 1, edición en ingles)
- 33 CITROËN apresenta inovaciones. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 19, n. 1, p. 78-81, 142-143, jul. 1956. (Traducción del v. 105, n. 5, edición en inglés)
- 34 ANSEMI, Angelo Tito ; SEDGWICK Michael. Austin. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p. 172.
- 35 RODRIGUES, Eduardo. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 8, n. 45, p. 62-75, 2009.
- 36 MZMA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.7. p. 1497.
- SERBINE, A. Destination de la production soviétique: 38 pays, **Revue Mensuelle L'Automobile**, Paris, n. 139, p. 27, nov. 1957.
- 37 BILYK, L. O Japão na Linha de Frente. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 90, p. 38-43, São Paulo, jan. 1968.
- 38 PRINCE. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2. p. 1669.
- 39 PAIM, Gilberto. **A beleza sob suspeita**: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 13.
- 40 BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Lucas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 83. (Coleção Antropologia, 5).
- 41 SE MEJORA el nuevo Volkswagen. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 21, n. 6, p. 31, dez. 1957. (Traducción del v. 108, n. 4, edición en inglés)
- 42 MC EVOY, P. A complicada gestação do automóvel. **Seleções do Reader's Digest**, Rio de Janeiro, n. 191, p. 39-45, dez. 1957.
- 43 SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 9.

- 44 BURNHAM, Colin. **Classic Volkswagens**. Londres: Osprey Publishing Limited, 1988. p. 52. (Osprey Colour Series)
- 45 PAGOTTO, Fabio de Cillo. Classic Chevys 1955-57. **Revista Collector's Magazine**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 35, 1996.
- 46 GONZAGA, Jeovah Dória. **Manual de Automóveis**. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1971. v.3. p. 139-146.
- 47 WHIPPLE, Jim. MP testa o novo 1500 da Volkswagen. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, v. 23, ano 2, p. 46-48, nov. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 48 BALANDIER, Georges. **O poder em cena**. Coimbra: Livraria Minerva Editora, 1999. p. 45-66. (Coleção Comunicação)
- 49 MC EVOY, P. A complicada gestação do automóvel. **Seleções do Reader's Digest**, Rio de Janeiro, n. 191, p. 39-45, dez. 1957.
- 50 DESFILE de Automóveis de 1959. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 24, n. 3, p. 71-82, mar. 1959. (Tradución del v. 111, n. 1, edición en inglés)
- 51 BURNES, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p.142-144.
- INFORME de Los Dueños Del Edsel. **Revista mecânica Popular**, Chicago, v. 28, n. 12, p. 24-29, maio 1958. (Tradución del v. 114, n. 9, edición en inglés)
- RAILTON, Arthur R. Hombres y maquinas que hacen automóveis. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 12, n. 4, p. 32-41, abr. 1953. (Tradución del v. 99, n. 2, edición em inglés)
- SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 36, 69, 73, 113, 144, 149 e 210.
- LEGENDRE, Alexandra. Edsel: tout lê monde dit "I hate you". **L'automobile Magazine**, Paris, n. 736, p. 102-106, set. 2007.
- ENEZIANO, Ian. Edsel: uma boa idéia que não se vendeu. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 10, n. 51, p. 34-44, 2010.
- CRONOLOGIA do automóvel 1950 a 1959. São Paulo: Ed. Três, 1986. p. 70-75. (Motor 3: Edição histórica 100 anos do Automóvel)
- 52 SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p.89.
- 53 RAILTON, Arthur R. Relatório dos proprietários de Plymouths 1960. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 1, v. 9, p. 36-39, 125, 140, set. 1960. (Edição em Português de Popular Mechanics Magazine)

- 54 WHIPPLE, Jim. Relatório dos Proprietários dos Chevrolets 1961. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v.18, p. 26-29, 116-118, jun. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 55 LUDVIGSEN, Karl E. Buick. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2. p. 385.
- 56 MEYER, Phillippe, **L'enfant et la raison d'état**, Sevil, 1977, (apud.) ARIÈS, Phillippe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ;VELHO, Gilberto (Orgs.). **A família e a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p.16
- 57 GARVEY, Pauline. **Drinking and Daring in Norway**. apud GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 20-21. (Colección Las ciudades y las ideas)
- 58 BURNES, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p. 64.
- PERRACINI, Renato. Quanto custava um “último tipo”. **Revista Relicário**. São Paulo, no 7, n. 4, p. 23, set./out. 1992.
- 59 CLYMER, Floyd. Automóviles Europeos. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 10, n. 6, p. 56, jun. 1952. (Tradución del v. 97, n.4, edicion en inglés)
- 60 NEVINS, Allan; HILL, Ernest. **Ford: Espansion and Challenge 1915-1932**. New York: Charles Scribne's Sons, 1957. p. 600 apud. GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 72 (Colección Las ciudades y las ideas p. 50.
- 61 QUANTO vale o seu carro? **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 40-41, maio 1957.
- MERCADO de automóveis estrangeiros usados. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n.1, p. 90-93, ago. 1960.
- 62 ANÚNCIO do loteamento Jardim Bom Pastor. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora. Coluna Oportunidades, p. 4.
- 63 MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971. p 35-36.
- 64 BLAY, Bernardo. Juventude + carro. **Quatro Rodas**, São Paulo, p. 70-75, ago. 1967.
- 65 BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1989 (apud.) GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 72 (Colección Las ciudades y las ideas).
- PERRACINI, Renato. Cadillac: 90 anos. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 5, p. 32, maio 1993.

- 66 PERRACINI, Renato. **Os primórdios do automóvel no Brasil**. São Paulo: Editora Três, 1986. p. 112. (Motor 3: edição histórica 100 anos do Automóvel).
- 67 BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.
- 68 FERRARESI, Rogério. Filhos únicos. **Revista A Biela**, Ijuí, ano 9, n. 48, p. 22-25, 2007.
- 69 PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918.
- 70 STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.52, 2005.
- 71 DENFELD, D.; FRY, Michael Colt. **Jipe: o indestrutível**. São Paulo: Editora Renes, 1976. p. 149–150, (Coleção Historia Ilustrada da Segunda Guerra Mundial: Armas, v.13)
- 72 STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.52, 2005.
- 73 DECLARAÇÃO do diretor da Ford Corporation para a Europa em 1948, Ernest Breech. *apud* BARTOLO, Júlio. Memórias de um Vencedor. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n.314, p. 135-148, set. 1986.
- HEDGES, Lee Thomas. The Lieferwagens: early Volkswagen delivery vehicles. **Volkswagen Trends Magazine**, Placentia, v. 15, n. 01, p. 42-44, Jan. 1996.
- 74 PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 07, n. 06, p. 18, out. 1993.
- 75 GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 32-33, ago. 1963.
- PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918-925.
- STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.52, 2005. p. 51-55
- PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, ano 07, n. 06, p. 18, São Paulo, out. 1993. p. 25.
- 76 FAGUNDES, Atos Rodrigues. Autoclássica. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 9, n. 49, p. 28-37, 2009.
- 77 GOMES, Ângela de Castro (Org.). **O Brasil de JK**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991. p. 111.
- 78 DELGADO, I. G. **Desenvolvimento, empresariado e política industrial do Brasil** *apud* LEOPOLDI, Maria Antonieta (Org.). **Estado, empresariado e desenvolvimento**

- no Brasil:** novas teorias, novas trajetórias. São Paulo: Editora de Cultura. 2010. p. 115-141.
- 79 FORD. In: **Enciclopédia do automóvel**. São Paulo: Abril Cultura, 1975. v.4. p. 945.
- 80 PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 07, n. 06, p. 17, out. 1993.
- ANSELMINI, Angelo Tito. Isotta Fraschini. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 6. p. 1232
- 81 AERO-WILLYS: o Valente. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 4, n. 23, p. 50-57, 2005.
- WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8
- 82 VOLKSWAGEN do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8
- 83 PERRACINI, Renato. Ônibus: da “mamãe me leva” ao “coach” integral. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 24, p. 80-88, jul. 1962.
- STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.54, 2005.
- 84 AOS PESSIMISTAS, as batatas: Brasil fez revolução para não andar a pé. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 66, p. 128-133, jan. 1966. (Edição Histórica 10 anos de Indústria Automobilística)
- 85 NA HORA Certa. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 9, ago. 1960.
- 86 SILVA JUNIOR, Francisco. Automóveis para todos. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 04, n. 38, p.48, maio 1957.
- 87 FAGUNDES, Atos Rodrigues. De volta ao Uruguay. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 03, n. 16, p.12, 2003.
- 88 BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. p. 52-53.
- 89 FARO, Clóvis de; SILVA, Salomão L. A década de 1950 e o Programa de Metas. In: GOMES, Ângela de Castro (Org.). **O Brasil de JK**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991. p. 73.
- 90 BIELSCHOWSKY, Ricardo. **Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. p. 64.
- 91 A SEMENTE, um Almirante de pé na tábua. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 66, p. 128-133, jan. 1966.
- 91 PASSADO e presente de um sonho. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n.7, p. 24-25, julho 1966. (Suplemento de automóveis, aviões e lanchas).

- 92 ROVER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1737-1740.
- 93 O BRASIL em 4 rodas. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p.7, maio 1957.
- 94 HISTÓRIA do automóvel. Editora São Paulo: Expressão e Cultura: Expansão Editorial S.A, 1968. p. 384-415.
- 95 SIMCA DO BRASIL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1777-1779.
- SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p. 71-82.
- 96 ROCHA, Carlos Roberto; PETRICH, Matthias. Ford do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 981-996.
- 97 ROMI-ISETTA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p.1735-1736.
- 98 HILL, E. F, WILKINS, Mira, **American Business Arroad – Ford – on Six continents**, detroit, 1964: (apud.) GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 50 (Colección Las ciudades y las ideas).
- 99 O BRASIL em 4 rodas. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p.7, maio 1957.
- 100 FORD, Henry. **My life and work**. New York, Garden City Publishing, 1922, p. 2. Trad. em Espanhol, *Mi vida y mi obra*, Barcelona, Orbis, 1924 (apud.) GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 41 (Colección Las ciudades y las ideas).
- 101 ROCHA, Carlos Roberto; PETRICH, Matthias. Ford do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 982-996.
- GENERAL Motors do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p.1050-1060.
- 102 A SEMENTE, um Almirante de pé na tábua. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 66, p. 59, jan. 1966.
- GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 32-33, ago. 1963.
- 103 CARROS urbanos. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 8. p. 1861-1864.
- 104 SILVA JUNIOR, Francisco. Automóveis para todos. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 04, n. 38, p.48, maio 1957.

- 105 ARIÈS, Phillipe. Psicologia e Sociabilidade. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. ;VELHO, Gilberto (Orgs.). **A família e a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1981. p. 13-32.
- 106 SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p.11.
- 107 TUCKER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1852.
- 108 CARROÇARIA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2. p. 446-456.
- 109 VOLKSWAGEN do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8
- 110 CARROÇARIA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2
- 111 MADISON, Charles, **My seven Years of Automotive Servitude**. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 66-67. (Colección Las ciudades y las ideas).
- 112 MC EVOY, P. A complicada gestação do automóvel. **Seleções do Reader's Digest**, Rio de Janeiro, n. 191, p. 40, dez. 1957.
- 113 RAILTON, Arthur R. Hombres y Maquinas que hacen automóveis. **Revista Mecânica Popular**, Chicago v. 12, n. 4, p.38, Abril 1953. (Traducción del v. 99, n. 2, edición em inglês)
- 114 NASCE um Carro. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 26-29, ago. 1960.
- 115 CÉLINE, Louis F. **Viagem ao fim da noite**. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 59. (Colección Las ciudades y las ideas).
- 116 “PIN-UP” vende automóveis? **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 10, p. 30-33, fev. 1962.
- SEVCENKO, Nicolau. **A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio**. In: \_\_\_\_\_. **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. p.558–559. (Coleção História da vida privada no Brasil, v.3).
- 117 KUBITSCHKEK, Juscelino. **Meu caminho para Brasília: escalada política**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1976. p. 368.
- 118 FARO, Clóvis de; SILVA, Salomão L. A década de 1950 e o Programa de Metas. In: GOMES, Ângela de Castro (Org.). **O Brasil de JK**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991. p. 67-105.
- 119 GARVEY, Pauline. **Drinking and Daring in Norway** *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires:

- Universidade Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 20-21. (Colección Las ciudades y las ideas).
- 120 HOLANDA, Haroldo. Saem divisas entram carros. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 165, p. 12-15, 18, jun. 1955.
- PERRACINI, Renato. **Os primórdios do automóvel no Brasil**. São Paulo: Editora Três, 1986. p. 4-39. (Motor 3: edição histórica 100 anos do Automóvel).
- 121 FOREST, Malcom. Isotta Fraschini. **Revista Autos Antigos**, São Paulo, ano 2, n. 5, p. 15-17, 1983. (Edição Especial)
- PERRACINI, Renato. Isotta Fraschini. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 6, p. 6-31, out. 1993.
- 122 PERRACINI, Renato. Cadillac: 90 anos. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 5, p. 30-31, maio 1993.
- 123 KAPYTOFF, Igor, **The Cultural Biography of things: commodization as process**. *apud* GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. p. 21 (Colección Las ciudades y las ideas)
- 124 BALANCETE da firma Getúlio N. Carvalho, agência Ford. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 4, 25 jan.1953.
- ANÚNCIO da agência Estabelecimentos Ciampi de utilitários alemães Opel em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, 21 abr. 1955.
- INAUGURAÇÃO de agência de automóveis ingleses Austin em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 3, 25 fev. 1951.
- 125 ANÚNCIO da agência International de automóveis norte americanos Hudson e Packard em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 4, 04 jan. 1951.
- ANÚNCIO da agência Américo Picinin & Cia de automóveis norte americanos Plymouth e caminhões Fargo em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p. 4. 01 fev. 1953.
- 126 HOLANDA, Haroldo. Saem divisas entram carros. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 165, p. 20, jun. 1955.
- 127 HOLANDA, Haroldo. Saem divisas entram carros. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 165, p. 14, jun. 1955.
- 128 RIBEIRO, José Hamilton. Assim era o Brasil naquele alegre 1960. **Quatro Rodas**, São Paulo, Edição Comemorativa dos 20 anos, ano 21, n. 241A, p. 10-17, ago. 1980.
- 129 BURLETT, K. L. Estudo para o estabelecimento da despesa quilométrica para os seis principais tipos de automóveis. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 21-27, maio 1957.

- 130 PERRACINI, Renato, Ônibus: da “mamãe me leva” ao “coach” integral. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 24, p. 54, jul. 1962.
- 131 SANTOS, Joaquim Ferreira dos. **Feliz 1958: o ano que não devia terminar**. Rio de Janeiro: São Paulo: Record, 2008. p. 42.
- 132 ELIAS, Norbert. **El proceso de la civilizacion, investigaciones sociogenéticas y psicogenáticas**. México: Fondo de Cultura Econômica, 1987. (apud.) GIUCCI, Guillermo. **La vida cultural del automóvil: rutas de la modernidad cinética**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes: Prometeo Libros, 2007. (Colección Las ciudades y las ideas).
- 133 COUTINHO, Luis P. Nem só em túneis pode andar o Rio. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 9, n. 98, p. 36-45, fev. 1968.
- 134 OLIVEIRA, Paulino. Transporte coletivo urbano. In: \_\_\_\_\_. **História de Juiz de Fora**. Juiz de Fora: Juiz de Fora Gráfica Comércio e Indústria Ltda, 1966. p. 291.
- 135 PERRACINI, Renato, Ônibus: da “mamãe me leva” ao “coach” integral. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 24, p. 86, jul. 1962.
- 136 SERVIÇO de Calamidade Pública. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 17, p. 22-29, dez. 1961.
- 137 REVISTA Mecânica Popular, Especial 3º Salão do Automóvel, Rio de Janeiro, p. 100-102, dez. 1962.
- 138 FILHOS únicos: parte um. **Revista A Biela**, Ijuí, ano 9, n. 48, p. 25, 2007.
- TUCKER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1852.
- 139 GEHRINGER, Max. O carro no Brasil. **Quatro Rodas Especial**, São Paulo, ano 42, n. 10, 2002.
- 140 REVISTA de Automóveis, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 1, maio 1957.
- PERRACINI, Renato. Cadillac: 90 anos. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 5, p. 34-37. maio 1993.
- 141 ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel (Coords.). **Dicionário Histórico Geográfico Brasileiro, 1930-1983**. Rio de Janeiro: Forense Universitária: CPDOC: Finep, v. 4, 1984.
- 142 VENEZIANO, Ian. Turnpike Cruiser: o rei dos detalhes. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 4, n. 22, p. 11-17, 2004.
- 143 WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1930.

- A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241 A, p.32, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)
- 144 VEMAG. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1876.
- A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241 A, p.32, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)
- 145 TRAGATSCH, Erwin. Volkswagen. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1905.
- A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241 A, p.33, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)
- 146 ROMI-ISETTA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p.1735.
- A HISTÓRIA da indústria através do automóvel. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 21, n. 241A, p.33, ago. 1980. (Edição comemorativa dos 20 anos)
- ROMI-Isetta: o pequeno grande carrinho. **Revista Autos Antigos**, São Paulo, ano 2, n. 5, p.8-10, 1983.
- 147 SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 9.
- 148 REVISTA O Cruzeiro. Rio de Janeiro, 31 maio 1958 (apud.) **100 Anos de Propaganda**. São Paulo: Abril Cultural, 1980, p. 124.
- 149 SALLES, Mauro. Um laboratório nas pistas de Interlagos. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 19, p. 113-121, jul. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- SALLES, Mauro. I cem milhas da Guanabara. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 24, p. 98-102, dez. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 150 MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971. p 140.
- 151 QUANTO vale o seu carro? **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, ano 4, n. 38, p. 41, maio 1957.
- MERCADO de automóveis estrangeiros usados. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n.1, p. 90, ago. 1960
- 152 TESTES de Quatro Rodas: DKW Vemag 1000. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n.13, p. 80–93, ago. 1961.
- ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.

JIPES e “peruas”: panorama brasileiro. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 3, p. 6-9, out. 1960.

SALLES, Mauro. O teste do DKW Vemag 1000: um carrinho Valente. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 1, v. 10, p. 129-137, out. 1960. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)

VEMAG. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1877-1880.

- 153 ANÚNCIO da agência Juiz de Fora Auto Diesel S.A. de automóveis brasileiros Volkswagen em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, p.3, 01 jan. 1959.
- 154 BARTOLO, Júlio. Memórias de um Vencedor, **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n. 314, p. 137, set. 1986.
- 155 TESTES de Quatro Rodas: Volkswagen Sedan. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 14, p.78- 93, set. 1961.
- ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.
- JIPES e “peruas”: panorama brasileiro. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 3, p. 6-9, out. 1960.
- VOLKSWAGEN do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1905-1915.
- SE MEJORA el nuevo Volkswagen. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 21, n. 6, p. 31, dez. 1957. (Tradución del v. 108, n. 4, edición en inglés)
- BURNHAM, Colin. **Classic Volkswagens**. Londres: Osprey Publishing Limited, 1988. p. 52. (Osprey Colour Series)
- 156 TESTES de Quatro Rodas: Dauphine. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 15, p. 81, out. 1961.
- 157 NOTA reportando o início da fabricação do automóvel Renault Dauphine no Brasil pela Willys Overland do Brasil. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, 10 mar. 1959.
- 158 PERRACINI, Renato. O silibim: uma lâmpada farol. In: \_\_\_\_\_. **Faróis de todos os tempos**. São Paulo: Editora Gráficos Burti, 1990. p. 44-46.
- SIRENA de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 23, p.104, novembro 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 159 TESTES de Quatro Rodas: Dauphine. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 15, p. 80-93, out. 1961.
- ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.

SALLES, Mauro. Teste do Dauphine 1961: um carro que conquista. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 15, p. 121-131, Rio de Janeiro, mar. 1961. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)

WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8

LA FABRICA Renault exhibe em Suiza el nuevo Dauphine. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 19, n.1, p. 33, jul. 1956. (Tradución del v. 105, n. 5, edición em inglés)

- 160 REVISTA Mecânica Popular, Rio de Janeiro, ano 2, v. 15, p. 136, Rio de Janeiro, mar. 1961. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)

ANÚNCIO da agência Gastal S.A. de utilitários brasileiros Willys Overland em Juiz de Fora. **Diário Mercantil**, Juiz de Fora, p.3, 04 jan. 1959.

- 161 TEMBRUCK, Friederich, **Soziale Kontrolle: Staatslexicon der Goerres-Gesellschaft**. 1962. (apud.) BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Lucas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 79. (Coleção Antropologia, 5).

POPLTZ, Heinrich. Soziale Normen. **European Journal of Sociology**. (apud.) BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Lucas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 79. (Coleção Antropologia, 5).

- 162 MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971. p 206-208.

- 163 “*The word’s most luxurious economy car*” was “*imported from Paris by Chrysler*” (apud.) FLAMMANG, James M. **Chrysler chronicle**. Lincolnwood: Publications International, 1995. p.169.

- 164 TESTES de Quatro Rodas: Simca Chambord. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 18, p. 78–91, jan. 1962.

SALLES, Mauro. O Novo Simca. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 23, p. 98-103, nov. 1961. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)

ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.

SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005.

SIMCA DO BRASIL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1773-1776.

- 165 SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p. 76.

- 166 ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 10, set. 1960.

- 167 KAISER-FRAZER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1264.
- INDÚSTRIA Kaiser Argentina (IKA). In: **Enciclopédia do Automóvel**, São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 5. p. 1188.
- 168 OLIVEIRA, Danilo A. de. Aero-Willys 60-62. **Revista Collector's Magazine, São Paulo**, ano 1, n. 1, p. 9-12.
- 169 MONOBLOCO/carroceria. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1453.
- 170 MERCADO de automóveis novos nacionais. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 65, p. 123, dez. 1965.
- 171 KAISER y Willys para 1954. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 14, n. 5, p. 33, maio 1954. (Tradución del v. 101, n. 3, edición en inglés)
- TESTES de Quatro Rodas: Aero-Willys. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 19, p. 76-89, fev. 1962.
- ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 10, set. 1960.
- WILLYS. Enciclopédia do Automóvel, Abril Cultural, volume 8, 1975, p. 1930.
- WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1931-1936.
- SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p. 77-78.
- 172 FAGUNDES, Atos Rodrigues. Autoclássica. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 9, n. 49, p. 28-37, 2009.
- 173 OS GRANDES pilotos de todos os tempos. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.2. p. 249-264.
- 174 LUDVIGSEN, Karl E. Cadillac. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 400.
- 175 GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 32-33, ago. 1963.
- 176 RAMALHO, José Ricardo. Estado Novo, industrialização e a formação do trabalhador brasileiro: o caso FNM. **Locus: revista de história**, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, 2007.
- 177 SALLES, Mauro. F.N.M. 2000 "JK": um automóvel de grande classe. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 22, p. 98-106, out. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- TESTES de Quatro Rodas: JK-FNM. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 3, n. 25, p. 88-101, ago. 1962.

ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.

GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 32-33, ago. 1963.

PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918.

ANSEMI, Angelo Tito. Alfa Romeo. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p.57-69.

RAMALHO, José Ricardo. Estado Novo, industrialização e a formação do trabalhador brasileiro: o caso FNM. **Locus: revista de história, Juiz de Fora**, v. 13, n. 2, 2007.

- 178 SALLES, Mauro. O teste da Kombi Volkswagen: grande por dentro e pequena por fora. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 17, p. 98-106, maio 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)

ANÚNCIO publicado na **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 15, p.59-62, out. 1961.

- 179 ALMEIDA (1972, p.55-80) apud. FARO, Clóvis de; SILVA, Salomão L. A década de 1950 e o Programa de Metas. In: GOMES, Ângela de Castro (Org.). **O Brasil de JK**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1991. p.88.
- 180 SALLES, Mauro. Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v.17, p. 109, maio 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 181 TRAGATSCH, Erwin. Volkswagen. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1908.
- 182 SALLES, Mauro. Seção Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, São Paulo, ano 2, v. 23, p. 104, nov. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 183 SALLES, Mauro. Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 22, p.108, out. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 184 SIRENA de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 24, p.106, dez. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 185 SALLES, Mauro. Sirena de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 22, p.108, out. 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 186 O FORD na mira. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 31, p. 116, fev. 1963.

- 187 FORD: início no Brasil com 111 mil réis. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 7, p. 13, jul. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).

UM GRANDE sucesso do V Salão do Automóvel. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 8, v. 85, p.10-13, jan. 1967.

ROCHA, Carlos Roberto; PETRICH, Matthias. Ford do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p.985-987.

- 188 SALÃO do Automóvel Brasileiro. In: Enciclopédia do Automóvel. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 8, p.1746–1752.
- 189 QUANTO custa importar? **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 46, p.72–74, maio 1964.
- 190 BRASIL em 4 Rodas. **Revista de Automóveis**, Rio de Janeiro, n. 38, p. 7, maio 1957.
- 191 MULHER até dentro do carro. **Touring**, Rio de Janeiro, p. 14-15, 1970.
- 192 SEVCENKO, Nicolau. **A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio**. In:\_\_\_\_\_. História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 559. (Coleção História da vida privada no Brasil, v.3).
- 193 CARRO, sonho dos moços. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 10, p.12, set. 1966. (Suplemento de automóveis lanchas e aviões).
- 194 O GLOBO, Rio de Janeiro, ano 1, n. 6, p. 12, jul. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).
- 195 PENNA, José Roberto. Por que morreu o DKW. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 88, p. 88-92, nov. 1967.
- VEMAG. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1877-1880.
- ANSELMINI, Angelo Tito. Auto Union. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p. 182-190.
- MAIS um europeu feito aqui. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 30, p. 20-21, jan. 1963.
- 196 ESTES são os carros do Brasil. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 8-11, set. 1960.
- 197 PERRACINI, Renato. Chevrolet. **Revista Relicário**, São Paulo, ano 7, n. 4, set./out. 1992.
- 198 MODELOS 95/96 produzidos em todo o mundo. **Quatro Rodas**, São Paulo, n. 423-A, p.26, out. 1995. (Edição especial).

- 199 BARTOLO, Júlio. Memórias de um Vencedor. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n.314, p. 135-148, set. 1986.
- MARZANASCO FILHO, Charles. Fusca 61 e Fusca 86: o que mudou? **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 26, n. 303, p. 176-182, out. 1985. (Edição especial 25 anos)
- TRAGATSCH, Erwin. Volkswagen. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1905-1915.
- 200 SEVCENKO, Nicolau. **A capital irradiante**: técnica, ritmos e ritos do Rio. In:\_\_\_\_\_. História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.559. (Coleção História da vida privada no Brasil, v.3).
- 201 WILLYS: o progresso chega ao Nordeste. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 7, p. 8, jun. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).
- ESTE é o projeto “M”. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 9, n. 98, p. 22–24, fev. 1968.
- KAISER-FRAZER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.6. p. 1264-1265.
- WILLYS. Enciclopédia do Automóvel, Abril Cultural, volume 8, 1975, p. 1930.
- WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1931-1936.
- MINERVINI, Sérgio. Corcel: negócio estratégico. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 10, n. 51, p. 62-74, 2008.
- 202 SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p.72-74.
- 203 TORQUE. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 8. p.1833.
- 204 FERNANDES, Millôr apud RIBEIRO, José Hamilton. Assim era o Brasil naquele alegre 1960. **Quatro Rodas**, São Paulo, Edição Comemorativa dos 20 anos, ano 21, n. 241A, p. 10-17, ago. 1980.
- 205 MERCADO de automóveis novos nacionais, **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 65, p. 123, dez. 1965.
- 206 NORMA Bengell mostra Simca Ventania no Rio. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 6, p. 4, jul. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).
- 207 SANDLER, Paulo César; SIMONE, Rogério de. Simca: a história desde as origens. In: **História sobre Rodas**. São Paulo: Editorial Alaúde Ltda, 2005. p. 71-82.
- SIMCA DO BRASIL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1777-1779.

- BRANDENBURG, Enio. Linha Esplanada: tempos de transição. **Revista Classic Show**, Ijuí, ano 7, n.35, p. 50–62.
- SIMCA em ritmo de Chrysler. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 7, n. 85, p. 36–38, ago. 1967.
- 208 ANDRADE, Eurico. Morte e vida Fenemê. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 68, p. 65, mar. 1966.
- 209 GOUVEIA, Victor Antônio. O fracasso da F.N.M. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 37, p. 24-25, ago. 1963.
- 210 NASSER, Roberto. Raridade! O Onça não está extinto. **Revista Classic Cars**, São Paulo, ano 3, n. 34, p. 14-17, 2001.
- ONÇA de Ipanema. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, p.4, abr. 1966. (Suplemento de automóveis, aviões e lanchas).
- 211 ANDRADE, Eurico. Morte e vida Fenemê. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 68, p. 65, mar. 1966
- 212 GOVERNO quer carro popular. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 89, p. 52–53, dez. 1967.
- 213 MEIRELLES, Domingos. Giulia pode vir com a Alfa. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 8, n. 95, p.24, jun. 1968.
- 214 RAMALHO, José Ricardo. Estado Novo, industrialização e a formação do trabalhador brasileiro: o caso FNM. **Locus: revista de história**, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, p. 125, 2007.
- 215 PETRICH, Matthias. FNM. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 918-925.
- ANSEMI, Angelo Tito. FIAT. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 4. p. 865-896.
- ANSEMI, Angelo Tito. Alfa Romeo. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p.57-69
- STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.50-55, 2005.
- FNM: linha dura de major dá lucro de bilhões. **O Globo**, Rio de Janeiro, ano 1, n. 7, p. 4, jun. 1966. (Suplemento de automóveis, lanchas e aviões).
- 216 SIRENA de São Paulo. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 2, v. 17, p. 108, maio 1961. (Edição em português da Popular Mechanics Magazine)
- 217 GURGEL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.5. p. 1136-1140.

- 218 BARTOLOMAIS JÚNIOR, Luiz. Gurgel BR-800: muitos erros e poucos acertos de um carro todo brasileiro. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 31, n. 450, p. 70-74, abr. 1991.
- 219 MIGUES, Fabrício. Gênio Sonhador. **Revista Auto Esporte**, São Paulo, n. 526, p. 30, mar. 2009.
- 220 MALHEIROS, Péricles. Comparativo QQ x Celta x Clio x Gol x Ka x Mille. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 51, edição 615, p. 48-49, mar. 2011
- GRANDE, Paulo Campo. Teste Tata Nano LX. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 51, edição 615, p. 82-87, mar. 2011.

## ANEXOS

## ANEXO A - CREDITOS DAS ILUSTRAÇÕES

- Fig 1 – Desenho do autor, original: CENTENARI, Marco; MARZOLLA, Giorgio. **Ford**. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 945-955.
- Fig 2 – Desenho do autor, original: STUDEBAKER. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1803-1805.
- Fig 3 – Desenho do autor, original: FARINA. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.4. p. 823-852.
- Fig 4 – Desenho do autor, original: BURNESSE, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p.142-144.
- Fig 5 – Desenhos do autor, original: (*passim*) BURNESSE, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p.151-160.
- Fig 6 – Desenhos do autor, original: BURNESSE, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p. 154, 330.
- Fig 7 – Desenhos do autor, original: fotos do autor, 2002.
- Fig 8 – Desenho do autor, original: EL PONTIAC'55 ha cambiado. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 16, n. 7, p. 24-25, jan. 1955. (Tradución del v. 103, n. 5, edición en inglés)
- Fig 9 – Desenho do autor, original: NUEVO V8 en el Chevrolet 1955. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 16, n. 7, p. 26-27, Enero, 1955. (Tradución del v. 103, n. 5, edición en inglês)
- Fig 10 – Desenho do autor, original: EL PONTIAC'55 ha cambiado. **Revista Mecanica Popular**, Chicago, v. 16, n. 7, p. 24-25, jan. 1955. (Tradución del v. 103, n. 5, edición en inglés)
- Fig 11 – Desenho do autor, original: AGAZZANI, Fábio. Citroën. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 3.
- Fig 12 – Desenho do autor, original: LA FABRICA Renault exhibe em Suiza el nuevo Dauphine. **Revista Mecânica Popular**, Chicago, v. 19, n.1, p. 33, jul. 1956. (Tradución del v. 105, n. 5, edición em inglês)
- Fig 13 – Desenho do autor, original: ANSELMINI, Angelo Tito ; SEDGWICK Michael. Austin. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p. 173.

- Fig 14 – LES SALONS: dernières nouveautés de Paris, Francfort, Londres et Turin. **Revue Mensuelle, L'Automobile**, Paris, n. 139, p. 6-9, nov. 1957.
- Fig 15 – Desenhos do autor, original: SERBINE, A. Destination de la production soviétique: 38 pays, **Revue Mensuelle L'Automobile**, Paris, n. 139, p. 27, nov. 1957.
- Fig 16 – Desenhos do autor, original: LES SALONS: dernières nouveautés de Paris, Francfort, Londres et Turin. **Revue Mensuelle, L'Automobile**, Paris, n. 139, p. 8, nov. 1957.
- Fig 17 – Desenho do autor, original: SEDGWICK, Michael. **Automóviles de los años cincuenta y sesenta**. Madrid: Editorial Raíces, 1983. p. 9.
- Fig 18 – Desenho do autor, original: BURNHAM, Colin. **Classic Volkswagens**. Londres: Osprey Publishing Limited, 1988. p. 52. (Osprey Colour Series)
- Fig 19 – Desenho do autor, original: ANSELM, Angelo Tito ; SEDGWICK Michael. Austin. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v. 1. p. 172.
- Fig 20 – Desenho do autor, original: BURNHAM, Colin. **Classic Volkswagens**. Londres: Osprey Publishing Limited, 1988. p. 63. (Osprey Colour Series)
- Fig 21 – Desenho do autor, original: MC EVOY, P. A complicada gestação do automóvel. **Seleções do Reader's Digest**, Rio de Janeiro, n. 191, p. 39-45, dez. 1957.
- Fig 22 – Desenho do autor, original: BURNESS, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p. 286.
- Fig 23 – Desenho do autor, original: BURNESS, Tad. **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p. 72.
- Fig 24 – MECÂNICA Popular. Rio de Janeiro, mar. 1960.
- Fig 25 – Desenho do autor, original: FERRARESI, Rogério. Filhos únicos. **Revista A Biela**, Ijuí, ano 9, n. 48, p. 22-25, 2007.
- Fig 26 – Desenhos do autor, original: STAMMER, Miklos. Os gigantes da F.N.M. **Revista Classic Show**, Ijuí, n. 22, p.52, 2005.
- Fig 27 – Desenhos do autor, original: **American car Spotter's guide 1940 -1965**. Osceola: Motorbooks International Publishes: Wholes Alers Inc., 1978. p. 184.
- Fig 28 – Desenhos do autor: original: ROCHA, Ari Antonio da. Studebaker 47 lançou a linha trapézio. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 4, n. 47, p.110-111, jun. 1964.
- Fig 29 – Desenho do autor: original: VOLKSWAGEN do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1909.

- Figs 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 e 38 – Desenhos do autor, originais: **ENCICLOPÉDIA do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975.
- Fig 39 – RAILTON, Arthur R. Hombres y Maquinas que hacen automóveis. **Revista Mecânica Popular**, Chicago v. 12, n. 4, p.38, Abril 1953. (Tradución del v. 99, n. 2, edición em inglés)
- Fig 40 – QUATRO Rodas, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 9, ago. 1960.
- Fig 41 – ANÚNCIO. **Seleções do Reader's Digest**, Rio de Janeiro, 1959.
- Fig 42 – ANÚNCIO. **Seleções do Reader's Digest**, Rio de Janeiro, 1959.
- Fig 43 – ANÚNCIO. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 1, v. 9, contra-capa, set. 1960. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)
- Fig 44 – ANÚNCIO. **Seleções do Reader's Digest**, Rio de Janeiro, 1960.
- Fig 45 – ANÚNCIO. **Revista Mecânica Popular**, Rio de Janeiro, ano 1, v. 10, contra-capa, out. 1960. (Edição em português de Popular Mechanics Magazine)
- Fig 46 – ANÚNCIO. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 85, ago. 1960.
- Fig 47 – ANÚNCIO. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 2, n. 15, p. 59-62, out. 1961.
- Fig 48 – Desenhos do autor, originais: VEMAG. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1876-1880. ; A SEMENTE, um Almirante de pé na tábua. **Quatro Rodas**, São Paulo, ano 6, n. 66, p. 128-133, jan. 1966.
- Fig 49 – Desenhos do autor, originais: WILLYS Overland do Brasil. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1930-1931.
- Fig 50 – Desenhos do autor, originais: SIMCA DO BRASIL. In: **Enciclopédia do Automóvel**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. v.8. p. 1777-1779.

## ANEXO B - NORMAS PARA A FABRICAÇÃO DO CARRO DE PASSAGEIROS

“O presidente da Republica, usando das atribuições que lhe confere o artigo 87, inciso I, da Constituição e de acordo com o artigo 16, inciso a do decreto n. 39412, de 16 de junho de 1956 decreta;

**Art. 1º:** Fica pelo presente decreto instituído o Plano Nacional da Indústria Automobilística relativo a automóveis de passageiros.

**Art. 2º:** Os atos executivos previstos no decreto número 39.412, de 16 de junho de 1956, quando aplicados à indústria nacional de automóveis de passageiros, serão subordinados ao disposto no presente decreto, no que tange à fixação dos níveis de estímulo à respectiva atividade fabril e às exigências de realizações manufatureiras impostas aos beneficiários desses mesmos estímulos.

**Art. 3º:** Consideram-se automóveis de passageiros, para efeitos do presente decreto, os veículos de quatro rodas assim designados comercialmente, destinados basicamente ao transporte de pessoal, com capacidade normal para o mínimo de 4 e o máximo de 7 passageiros, inclusive o motorista.

**Art. 4º:** A produção nacional de automóveis de passageiros deverá atingir até as datas fixadas neste artigo, os seguintes níveis de realização indicados como percentagem ponderal das peças fabricadas no país:

1º de julho de 1957 – 50%

1º de julho de 1958 – 65%

1º de julho de 1959 – 85%

1º de julho de 1960 – 95%

§ 1º - Essas percentagens referir-se-ão ao peso do veículo completo, com uma roda e um pneumático sobressalentes, acessórios normais, mas sem água, combustível e óleo lubrificante.

§ 2º - Os contingentes de realização nacional estabelecidos no presente artigo, poderão ser atingidos com quaisquer peças e partes de automóveis de passageiros, segundo o desejo e a conveniência de cada fabricante – ressalvadas as omissões específicas constantes da Instrução número 118 da Superintendência da Moeda e do Crédito, de 22 de junho de 1955.

§ 3º - Para o cálculo das percentagens fixadas no presente artigo, serão consideradas as peças e componentes de produção própria dos fabricantes de automóveis de passageiros ou as obtidas por subcontratos, levando-se em conta, em qualquer caso, apenas os componentes efetivamente produzidos no país.

§ 4º - Será também levado a crédito dos fabricantes de automóveis de passageiros para o cálculo das percentagens previstas neste artigo, o valor ponderal correspondente ao custo CIF, em moeda estrangeira, das operações de industrialização realizadas em semimanufaturas importadas.

**Art. 5º:** Somente poderão ser admitidas reduções nos percentuais referidas no artigo anterior, quando, após pronunciamento do Grupo Executivo da Indústria Automobilística, os novos valores a serem decretados se apliquem a todos os projetos em execução ou em estudo.

**Parágrafo único.** Os órgãos de controle da execução dos projetos singulares referentes à manufatura de automóveis de passageiros poderão tolerar desvios dos índices fixados no art. 4º do presente decreto, por prazo não superior a 90 dias e com o valor máximo de 3% do peso do veículo completo.

**Art. 6º:** Os fabricantes de automóveis de passageiros ao submeterem seus projetos de produção à aprovação do GEIA, deverão assumir compromisso de atingir os níveis mínimos de realização fixadas no art. 4º do presente decreto.

**Parágrafo único:** Será tolerado, em julho de 1960, um contingente de produção nacional de apenas 90% do peso de automóveis de passageiros, perdendo os fabricantes, enquanto não alcançarem o índice de 95%, quaisquer benefícios de ordem cambial.

**Art. 7º:** A qualidade do fabricante será reconhecida apenas às empresas que tenham obtido aprovação de seus projetos de produção no país quando esses projetos incluírem a fabricação do motor, diretamente ou por subcontratos, até 1º de julho de 1959.

§ 1º - O motor de automóveis de passageiros para efeito do presente decreto, compreenderá o respectivo bloco completo (com todos os seus órgãos internos) desde o ventilador até o volante, incluindo os suportes e os seguintes acessórios: carburador, bomba de gasolina (ou bomba injetora com os injetores), bomba d'água, órgãos elétricos normais do motor (exceto bateria), filtro de ar e filtro de óleo.

§ 2º - Para efeitos do presente decreto e do decreto nº 39.412, de 16 de junho de 1956, considera-se fabricado no país o motor que esse constitua por peças e partes nacionais, perfazendo o mínimo de 60% de seu peso.

§ 3º - O Grupo Executivo da Indústria Automobilística (GEIA) fixará um contingente percentual em peso, equivalente ao valor de 60%, estabelecido para os motores convencionais quando, a seu critério, ocorrerem projetos de fabricação de automóveis de passageiros com motores de características anômalas.

§ 4º - A responsabilidade perante o órgão de controle da execução dos projetos automobilísticos, pela fabricação de peças e componentes sob forma de subcontratos, será exclusivamente dos fabricantes dos veículos respectivos, beneficiários das disposições do presente decreto.

**Art. 8º:** O GEIA fixará, em cada caso, o número de unidades a serem produzidas anualmente pelos titulares de projetos aprovados, orientando-se, para isso, principalmente por considerações de ordem econômica relativa à produção intentada, aos encargos decorrentes da execução dos programas propostos e às necessidades estimadas do mercado a abastecedor.

§ 1º - A limitação da produção será fixada em termos de demanda cambial para as várias etapas de desenvolvimento da nacionalização dos automóveis.

§. 2º - Fica assegurada, aos titulares de cada projeto, a liberdade de aumentar o número de veículos produzidos anualmente, desde que ultrapassem os índices previstos no artigo 4º e até o limite de necessidades de divisas pré-fixadas na aprovação dos projetos respectivos observando disposto no artigo 5º, §. 1º, linha B do decreto número 39.412 de 16 de junho de 1956.

**Art. 9º:** Aos fabricantes que tiverem seus projetos de fabricação de automóveis de passageiros aprovados pelo GEIA, será facultado, atendidos os dispositivos da legislação e regulamentos em vigor:

a) Importar equipamentos necessários à execução dos projetos, na conformidade do disposto no art. 2º do decreto n. 39.412, de 16 de junho de 1956:

b) Importar as partes complementares da produção obtida no país, mediante classificação das mesmas na terceira categoria de mercadorias, através dos leilões normais de câmbio, até o limite facultado aos licitantes em cada leilão, na forma do art. 5º, parágrafo 1º, linha B do decreto número 39.412, de 16 de junho de 1956.

**Art. 10º:** A continuidade da concessão dos benefícios assegurados aos fabricantes de automóveis de passageiros, nos termos do presente decreto e do decreto 39.412, de 16 de junho de 1956, ficará condicionado à verificação, pelos órgãos competentes pelo do exato cumprimento dos compromissos assumidos por esses fabricantes, até que seja atingido o índice de 95% de nacionalização fixada no art. 4º.

**Art. 11º:** O GEIA colaborará com os órgãos de controle do intercâmbio com o exterior, nas providências que garantam a boa aplicação das disposições do presente decreto e o fiel cumprimento dos compromissos assumidos pelos beneficiários dessas disposições.

**Art. 12º:** Não são compreendidos no presente plano os automóveis de passageiros que, embora abrangidos pela definição do art. 3º tenham, a critério do GEIA, empregos técnicos que especiais que exijam características anômalas da construção.

**Parágrafo único** - Para os automóveis de passageiros não compreendidos no presente Plano, serão oportunamente estabelecidos pelo GEIA planos industriais, quando julgada conveniente sua industrialização no país.

**Art. 13º:** Os fabricantes que, sendo favorecidos pelas disposições do presente decreto e do decreto nº 39.412, de 16 de junho de 1956, deixem de cumprir as obrigações assumidas, terão cassados os benefícios que lhe tiverem sido concedidos, sem prejuízo das sanções previstas na legislação em vigor.

**Art. 14º:** O GEIA baixará as instruções necessárias à execução do Plano Nacional da Indústria Automobilística para automóveis de passageiros, resolvendo os casos omissos no presente decreto.

**Art. 15º:** Revogam-se as disposições em contrário.”