



O automóvel tornou-se um elemento da cultura do século 20: símbolo de liberdade

A invenção que mudou a sociedade

O carro acabou com os limites impostos pela distância e criou novas possibilidades para o homem

Por Jeferson de Sousa



Kerouac: *On the Road*

Em 1850 um norte-americano viajava a uma velocidade média de 6,4 km/h. Boa parte desse deslocamento era feita a pé ou no lombo de um cavalo. Por volta de 1950, com a proliferação do automóvel, essa velocidade havia saltado para 38,6 km/h. A liberdade de locomoção e a otimização de tempo foram algumas das mudanças que o carro trouxe para a sociedade. “Um dos benefícios que esse meio de transporte trouxe foi propiciar ao ser humano a imensa melhoria de sua mobilidade”, avalia o engenheiro José Luiz Vieira, autor da trilogia *A História do Automóvel*.

Mas o carro é muito mais que isso. Trata-se de uma espécie de “máquina íntima”, algo maior que um objeto que leva seu condutor do ponto A ao ponto B. É símbolo de status, um retrato em metal, plástico e borracha de seu dono. Quando escolhe um modelo, o futuro proprietário projeta no automóvel um pouco de seu próprio comportamento – ou seja, o carro reflete o jeito de ser do dono.

A independência de ir para onde quiser, sem depender de ninguém, criou um novo paradigma para a humanidade. Todos queriam ter um carro. A partir da produção em larga escala, o automóvel se tornou mais acessível para a classe média tanto nos Estados Unidos quanto na Europa. Passou a ser usado em ações de marketing. Foi o que aconteceu em 1963, quando presentearam Pelé com o primeiro Aero Willys brasileiro.

A divisão entre carros esportivos e sedans foi uma forma de adequar as máquinas ao perfil do dono – como a Aston Martin, que associou seu carro a James Bond (*veja na página ao lado*) – e identificá-los com sofisticação ou juventude, por exemplo.

A popularização criou uma nova dinâmica social. A liberdade de locomoção permitiu que as pessoas não precisassem mais morar perto de estações de trem ou de seus locais de trabalho. Agora podiam residir em qualquer lugar e a qualquer distância. O automóvel mudou a paisagem



Pelé recebe seu presente: o primeiro Aero Willys no Brasil, em 1963

com a criação das rodovias, o surgimento dos postos de gasolina e outros estabelecimentos de beira de estrada. Tornou-se parte da cultura. *On The Road*, do americano Jack Kerouac, de 1957, incorporou a estrada como personagem literário e abriu caminho para a geração beatnik e para as mudanças de comportamento entre os jovens dos Estados Unidos.

O rápido desenvolvimento tecnológico do século 21 está prestes a trazer outras mudanças comportamentais na relação entre homem e automóvel. “A geração que

gostava de velocidade e potência está ficando no passado; no futuro a palavra-chave para o carro será sustentabilidade”, analisa Ricardo Takahira, coordenador da comissão técnica da Associação Brasileira de Engenharia Automotiva. Não demorará para que tenhamos carros altamente conectados e pilotados por computador, permitindo ao usuário usar o tempo de locomoção para trabalhar ou se divertir sem ter de manter o olho no caminho – de novo, o carro se torna reflexo de seu tempo.

Pioneiras no volante

O machismo, ainda tão presente no século 21, faz com que mulheres e carros continuem sendo associados ao erotismo (ou direção perigosa), mas o fato é que o sexo feminino tem uma relação muito mais ativa e fundamental na história do automóvel. Tudo começou com uma mulher: a alemã Bertha Benz. Esposa do inventor Karl Benz, ela foi a primeira pessoa – veja bem, não a primeira mulher, mas a primeira pessoa – a empreender uma viagem de longa distância usando um automóvel. Foi no dia 5 de agosto de 1888. Bertha, juntamente os filhos Richard e Eugen (respectivamente com 14 e 15 anos) se aboletou em um Patent-Motorwagen, o veículo criado por Karl e considerado o primeiro carro moderno, e percorreu 104 quilômetros entre as cidades de Mannheim, onde residia, até a casa de sua mãe, em Pforzheim. A viagem foi cheia de percalços. Em uma época em que não havia postos de gasolina, Bertha improvisou o combustível utilizando derivado de benzina comprado em farmácias. No caminho ela também inventou o conceito de lona

de freio, que só seria usado muitos anos depois. E não só isso: com sua iniciativa, Bertha promoveu a primeira ação de marketing automotivo que se tem notícia. Afinal, até então ninguém acreditava no potencial do Patent-Motorwagen. No Brasil também houve uma precursora. Mais conhecida como a primeira paraquedista brasileira, Rosa Helena Schorling é igualmente pioneira no volante. Em 1932, depois de passar em exames teóricos e práticos, ela se tornou a primeira mulher a ter uma carta de motorista no País. Ou melhor, a primeira menina: na ocasião Schorling tinha apenas 12 anos. A relação das mulheres com o mercado automotivo tem mudado rapidamente. Pesquisa realizada pela Central de Inteligência Automotiva mostrou que o público feminino representa 42% dos clientes de oficinas no País. “Com a adesão das mulheres na manutenção de seus próprios veículos, todo o mercado teve de rever muitos métodos que já estavam arraigados”, avaliou Antonio Carlos Fiola, presidente do Sindicato de Reparação de Veículos e Acessórios.



Bertha Benz: ela pegou o carro do marido, colocou as crianças no banco de trás, foi para a casa da mãe e inventou a viagem longa