

A era do automóvel empacou

Revista Época **04/12/2012**

Apontado como vilão do trânsito e do meio ambiente, o carro deixou de atrair os jovens como antigamente. A indústria tenta reagir

Marcelo Moura e Isabella Ayub



FAIXA LIVRE

O empresário Tennyson Pinheiro e sua bicicleta, diante do trânsito parado na Avenida Paulista. Ele desistiu de ter carro (Foto: Rogério Cassimiro/ÉPOCA)

O empresário Tennyson Pinheiro, de 35 anos, usava o carro para ir de casa para seu escritório, a 9 quilômetros de distância, em 45 minutos. Achava isso normal, até passar dez dias em [Londres](#), em 2009. “Lá, todo mundo anda de metrô”, diz. “Percebi que tinha uma rede de transporte público razoável em [São Paulo](#), e nem usava.” Pinheiro e sua mulher, que não têm filhos, experimentaram deixar o carro na garagem por um mês. “Gostei tanto que vendi o carro”, afirma. “Pagava caro para mantê-lo, vivia estressado e não me ligava à cidade.” Pinheiro não está sozinho. Uma parcela cada vez maior dos jovens decide viver sem carro. “Há um paradoxo no [Brasil](#)”, diz João Cavalcanti, sócio da consultoria de mercado Box 1824. “Nunca se comprou tanto carro, mas, ao mesmo tempo, o desejo por eles está caindo.” De acordo com o consultor Bob Lutz, ex-vice-

presidente de BMW, Ford, Chrysler e General Motors, a queda do interesse por automóveis é uma tendência mundial. “A sedução do carro não faz mais sentido”, afirmou a ÉPOCA. “Dirigir será um lazer excluído das cidades, como andar a cavalo.”

[>> Bob Lutz: “Não haverá mais motoristas”](#)

[>> Malucos ou visionários?](#)

O paradoxo do Brasil, onde a venda de automóveis cresce, e as pesquisas de mercado mostram a queda do interesse, se explica pela diversidade do país. A Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) afirma que a média brasileira de 6,1 habitantes por carro ainda é alta e deverá cair à metade até meados de 2020. O crescimento nas vendas é puxado pela demanda reprimida das regiões Norte e Nordeste. No Sul e no Sudeste, o aumento da frota passou a acompanhar o crescimento da população. Nessas regiões, observa-se a queda de interesse pelos carros. Segundo a Pesquisa Origem e Destino, do Metrô, a relação de carros por habitante em São Paulo manteve-se estável entre 1997 e 2007. Nesse período, o uso de transporte público subiu de 45% para 55%.

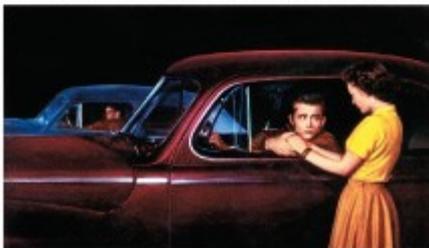
O motor da história em quatro tempos

O carro moldou o mundo no século XX e molda-se a ele no século XXI



ADMISSÃO

O carro tornou-se parte das famílias de classe média com a popularização do Ford T, lançado em 1908



EXPLOSÃO

O carro virou sonho de afirmação pessoal graças a filmes como *Juventude transviada* (1955)



COMPRESSÃO

Engarrafamentos e a poluição do ar, em cidades como São Paulo, mostram os limites do transporte individual. Pedágios urbanos e rodízios, a partir dos anos 1990, limitam o uso do carro



ESCAPE

Carros híbridos ou elétricos, menos poluentes, conquistam sucesso a partir dos anos 2000. Montadoras incentivam a integração do carro a outros transportes, como bicicletas

(Fotos: collections of The Henry Ford and Ford Motor Company, AFP, Rafael Camargo/FUTURAPRESS e Rogério Casimiro/ÉPOCA)

O interesse do consumidor diminui à medida que o automóvel deixa de cumprir sua principal promessa: a mobilidade. Em 2009, a Fundação Dom Cabral publicou um estudo que afirma: o trânsito está à beira do colapso no [Rio de Janeiro](#), em São Paulo, [Belo Horizonte](#) e [Porto Alegre](#). Os momentos de trânsito intenso se prolongam de tal forma que, em 2013, não haverá mais calmaria entre os horários de pico da manhã, da tarde e da noite. Os engarrafamentos tendem a se prolongar e virar uma coisa só.

A imobilidade do automóvel desafia o modelo de moradia importado dos [Estados Unidos](#), que virou sonho da classe média brasileira a partir da década de 1970, em bairros como Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, ou Morumbi, em São Paulo: morar afastado do centro, numa casa ampla com mais de duas vagas na garagem. O novo sonho da classe média é viver perto do transporte público. Segundo a imobiliária Lopes, 63% dos futuros lançamentos residenciais em São Paulo estarão a até 1 quilômetro de uma estação do metrô. “Estar perto delas valoriza os imóveis em cerca de 20%”, diz Mirella Parpinelli, diretora da Lopes.

Nos Estados Unidos, os jovens estão comprando menos carros, tirando carteira de habilitação mais tarde e dirigindo menos quilômetros. A fatia de mercado do público entre 21 e 34 anos encolheu de 38%, em 1985, para 27%, diz o instituto de pesquisas CNW. A Universidade de Michigan afirma que, em 2008, 18% da população entre 20 e 24 anos não tinha carteira de motorista – em 1983, esse índice era de apenas 8%. Segundo o grupo de estudos Frontier, a distância percorrida por motoristas entre 16 e 34 anos diminuiu 23%, entre 2001 e 2009. No mesmo período, o uso de bicicleta aumentou 24%. A queda do interesse por carros é, em parte, fruto da crise econômica. Na Espanha, a taxa de desemprego da população entre 16 e 24 anos alcançou 53%. A recessão não é a única responsável pelo declínio dos carros. “Mesmo jovens empregados, ou de famílias ricas, estão dirigindo menos”, afirma Tony Dutzig, responsável pelo estudo do Frontier. A General Motors encomendou uma pesquisa à MTV Scratch, consultoria que estuda tendências de consumo. Cerca de 3 mil jovens apontaram suas marcas favoritas, num universo de 31. Google e Nike lideraram a lista. Nenhuma montadora ficou entre as dez primeiras. Para Jim Lentz, presidente do departamento de vendas da Toyota nos Estados Unidos, o desapego juvenil veio para ficar. “Temos de encarar a realidade crescente de que os jovens não parecem interessados em automóveis, como eram as gerações anteriores”, diz Lentz.

A perda de interesse por ter um carro particular é uma novidade histórica. Automóveis viraram parte das famílias de classe média desde 1908, quando o americano Henry Ford lançou o Modelo T, vendido inicialmente por US\$ 850 (US\$ 21 mil, em valores de hoje). Antes do Ford T, carro era brinquedo de gente rica e excêntrica. Depois dele, tornou-se um produto de massa. “Farei um carro grande o bastante para levar a família, e pequeno o bastante para uma pessoa dirigir e cuidar”, disse Ford, em seu livro *Minha vida e trabalho*. “Ele terá preço tão baixo que todo homem de bom salário será capaz de ter.” A produção anual da Ford passou de 10 mil unidades, em 1908, para mais de 2

milhões, em 1923. Hoje, o mundo tem cerca de 1 bilhão de carros. A cada ano, são fabricados 60 milhões.

[>> Um novo olhar sobre rodas](#)

No século XX, o automóvel se tornou parte indissociável da sociedade. “Perguntar se os carros moldaram a cultura ou se a cultura moldou os carros é uma variação da questão entre ovo e galinha”, diz Paul Ingrassia, autor do livro *Engines of change (Motores de mudança*, inédito no Brasil). A urbanização dos EUA foi sustentada pelo meio de transporte individual, com moradias distantes do centro da cidade, ligadas ao local de trabalho por vias largas. O Brasil acompanhou esse modelo após a década de 1940, abandonando o investimento em trens e bondes, em favor de ruas e avenidas para carros.

[>> As rotas em detalhes](#)

No pós-guerra, o carro se estabeleceu como instrumento de afirmação dos jovens, ao proporcionar liberdade, coesão social e status. Esse papel foi registrado nas produções artísticas. No livro *Pé na estrada* (1957), de Jack Kerouac, garotos cruzam os Estados Unidos num carro. No caminho, fazem amigos, descobrem o mundo e se descobrem. No filme *Juventude transviada*, de 1955, James Stark, interpretado pelo ator James Dean, usa calça jeans, camiseta branca, fuma e tem um carro. Sentados num para-choque, ele e sua garota combinam nunca mais voltar para a casa de seus pais. Quando desperta a ira do líder de uma turma rival, Stark combina um duelo ao volante. Nas horas vagas, Dean era piloto. Morreu dirigindo seu Porsche Spyder, aos 24 anos, fundindo ator e personagem num mito da juventude eterna. O paradigma para os homens maduros surgiu em 1962, nos filmes de [James Bond](#). O agente 007 usava terno e gravata, fumava cigarro, dirigia um Aston Martin e tinha mulheres a seus pés. James Dean e James Bond personificaram o padrão ocidental de sucesso masculino. “Um homem com mais de 26 anos, dentro de um ônibus, pode se considerar um fracassado”, disse Margaret Thatcher, em 1986, quando era primeira-ministra do [Reino Unido](#).

A mensagem

Para os motoristas

Razões do sucesso do carro, como prazer de dirigir e liberdade, estão comprometidas pelo trânsito excessivo

Para os pedestres

A indústria automotiva tenta reagir para se reafirmar como aliada da mobilidade urbana

A frase de Thatcher tende a virar um registro de uma era que passou. A fumaça dos automóveis, com seu motor a combustão, segue caminho semelhante ao da fumaça dos cigarros. Assim como o cigarro virou alvo de campanhas que apontam o fumo como causa de doenças, o carro foi eleito um dos grandes culpados pelas mudanças climáticas. A causa ambiental ganhou força após a exibição do documentário *Uma verdade inconveniente* (2006), do ex-vice-presidente dos Estados Unidos Al Gore, e da realização do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas (IPCC), da [Organização das Nações Unidas \(ONU\)](#), em 2007. O documento da ONU afirma que o transporte rodoviário responde por 24% das emissões de CO2 nos Estados Unidos e

22% na Europa. A condenação do carro coincidiu com a emergência dos artigos eletrônicos, como smartphones e tablets, como sonho de consumo. Eles cumprem papéis historicamente atribuídos aos carros: encurtam distâncias e exprimem a individualidade de seu dono. Sua constante inovação confere status social àqueles que compram o último modelo. “Muitos jovens preferem comprar smartphones a tirar habilitação”, diz Tony Dutzik, pesquisador do Frontier. “Eles reduzem a necessidade de locomoção, para manter contato on-line com os amigos.”

Formas de uso mais flexível dos meios de transporte também começam a se afirmar. Rio de Janeiro e São Paulo adotaram sistemas de aluguel de bicicletas, seguindo o modelo do programa Vélib, de [Paris](#). [Los Angeles](#), cidade americana historicamente devotada ao automóvel particular, está implantando corredores de ônibus rápido, com faixas exclusivas, como em Curitiba, no Paraná, e Bogotá, na Colômbia. O ciclista deixa sua bicicleta num rack, à frente do ônibus, e sai pedalando de qualquer ponto. Em São Paulo, a empresa Zazcar aluga carros por frações do dia, debitáveis de um cartão pré-pago. A inspiração é a empresa Zipcar. Fundada em 2000, nos Estados Unidos, a Zipcar tem cerca de 770 mil clientes.

[>> É possível imitar Hong Kong, a cidade que acaba de ser eleita o melhor lugar para viver do mundo?](#)

A indústria do automóvel está reagindo. A nova tendência entre as montadoras é tentar se afirmar como empresas de mobilidade, em que o carro é uma entre várias opções. O Salão do Automóvel de São Paulo foi um sinal da mudança de ares. Nunca o evento teve tantas bicicletas quanto na 27ª edição, encerrada em novembro. Foram ao menos 12, presentes no estande de nove montadoras. Estavam ali para enfeitar carros de apelo jovem, como o jipe EcoSport, mas não só por isso. “Dependendo da aceitação do público, passaremos a vender nossa bicicleta elétrica no Brasil”, diz Oswaldo Ramos, diretor de marketing da Ford. “Ela é importante para fortalecer nossa imagem.” Na [Europa](#), a BMW lançou um aplicativo de smartphone que mostra a maneira mais rápida para ir de um lugar a outro. Por vezes, o roteiro propõe estacionar o carro e pegar um trem. “A marca BMW tem a ver com eficiência e prazer”, diz Henning Dornbusch, presidente da BMW do Brasil. “Queremos proporcionar isso, mesmo se a locomoção mais eficiente e prazerosa não incluir o carro.” A empresa implantará na Alemanha um projeto de compartilhamento de garagens. Quem mora no bairro A e trabalha no bairro B poderá trocar de vaga, durante o expediente, com quem faz o caminho contrário. “Queremos incentivar o melhor uso do espaço”, diz Dornbusch.



GUERRA DAS ESTRELAS

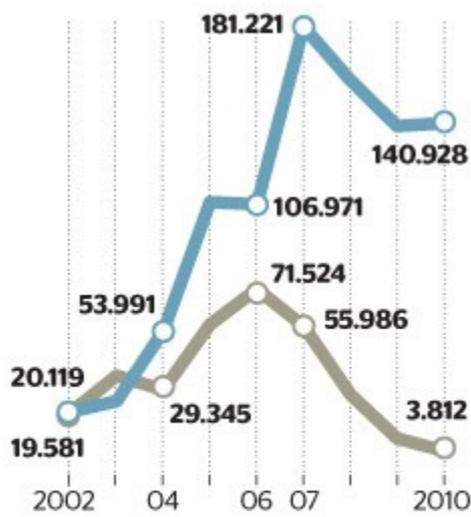
O ator Arnold Schwarzenegger (à esquerda) num Hummer. Ele chegou a ter sete na garagem. Harrison Ford (à direita) e seu Prius (Foto: Don Hogan Charles/The New York Times e London Entertainment/Splash News)

Só os mais frugais sobrevivem

De 2002 a 2010, o Prius passou de aposta arriscada da Toyota a sucesso. Sinônimo de ganância, a linha de jipões Hummer foi extinta

■ Prius ■ Hummer

Vendas nos Estados Unidos



Fonte: Ward's AutoInfoBank

A oferta de carros híbridos e elétricos é outra resposta da indústria automobilística às críticas à poluição. O exemplo mais bem-sucedido é o Prius, lançado pela Toyota em 1997. Em baixas velocidades, ele usa um motor elétrico, sem emitir fumaça. Um pequeno motor a gasolina é acionado em altas velocidades e para recarregar as baterias. O uso combinado permite ao carro rodar a média de 20 quilômetros por litro de gasolina, metade do consumo de um Toyota Corolla. O Prius era (e é) caro, como foram outras tentativas de fugir ao tradicional motor a combustão. Segundo o jornal *The New York Times*, a economia de combustível de um carro híbrido leva oito anos para compensar o maior investimento na compra. O Prius deu certo ao se firmar como alternativa ecologicamente correta em oposição aos Hummers – jipões capazes de escalar paredes, com consumo na casa de 6 quilômetros por litro. A diferença entre os dois mundos foi registrada pelo *The New York Times* na festa do Oscar de 2004. “Hugh Hefner (*o já decadente fundador da revista Playboy*) chegou num Hummer”, disse o jornal. “Tom Hanks chegou de Prius.” Em janeiro, a Toyota lançará o Prius no Brasil. Não é uma aposta no escuro. No ano passado, a Ford vendeu no país 200 unidades da versão híbrida do Fusion, por R\$ 130 mil – 60% mais que o modelo comum.

Motores menos poluentes reduzem o impacto ecológico do carro, mas não alteram seu impacto no espaço. Em silêncio, e sem emitir fumaça, o motorista de um híbrido continuará limitado pelo tráfego e pelas leis de trânsito. No futuro, aqueles que amam dirigir rápido, como nos filmes de James Dean e James Bond, encontrarão saída em lugares fechados. Os condomínios autódromos já existem nos Estados Unidos. Em breve chegarão ao Brasil. Em vez de campo de golfe ou haras, a atração principal será uma pista de corrida, que ocupa uma grande extensão do terreno, cercado por casas. Uma imobiliária planeja lançar um assim, no interior de São Paulo, assinado pelo ex-bicampeão de Fórmula 1 Emerson Fittipaldi. Cada vez menos agradável nas cidades, o carro particular poderá um dia deixar de ser um meio de transporte para voltar a ser um mero brinquedo.

Redução de marcha

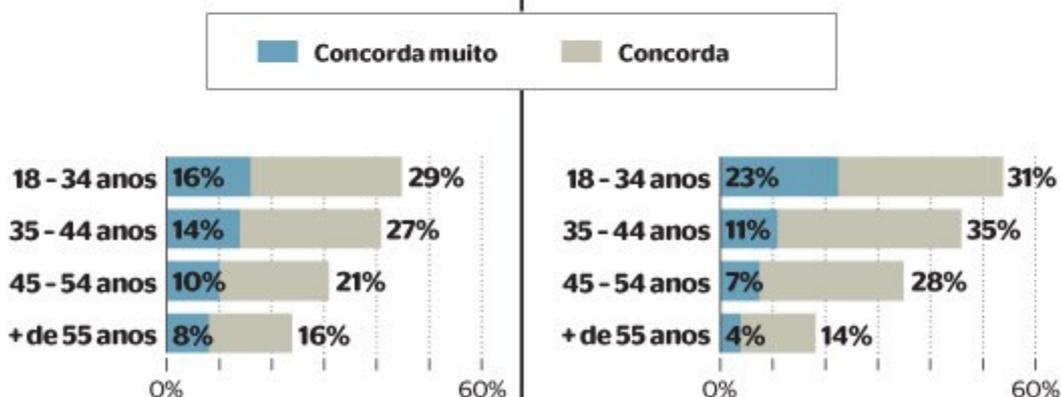
Nos Estados Unidos, o motorista mostra-se disposto a dirigir menos, ajudado pela integração por meios eletrônicos. Em São Paulo, a média de carros por habitante parou de crescer e o uso deles caiu. O trânsito na capital imobiliza o automóvel

ESFORÇO PARA DIRIGIR MENOS

Numa pesquisa feita nos Estados Unidos, patrocinada pela locadora de carros Zipcar, 1.025 pessoas responderam à afirmação: "No ano passado, fiz um esforço consciente para dirigir menos, indo a pé ou usando bicicleta, ônibus e carro compartilhado". Entre os mais jovens, 45% concordaram⁽¹⁾

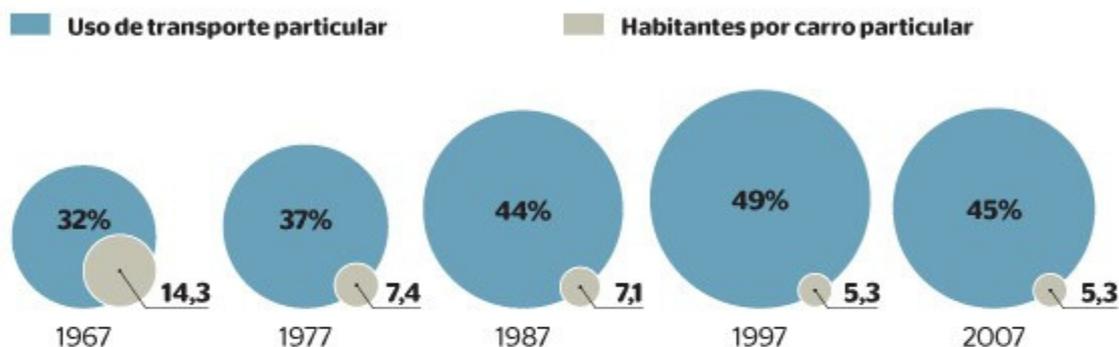
GADGETS SUBSTITUEM O CARRO?

"Com acesso a redes sociais, como Facebook e Twitter, mensagens de texto e jogos em rede, às vezes prefiro passar o tempo com amigos pela internet a dirigir para encontrá-los." Mais da metade dos entrevistados da Zipcar, com até 34 anos, concordou com a afirmação⁽¹⁾



O TRANSPORTE PARTICULAR EM SÃO PAULO

A média de carros de passeio por habitante dobrou, entre as décadas de 1960 e 1970, e não cresceu após os anos 1990. O uso de carro particular caiu na última década⁽²⁾



O AUTOMÓVEL, CADA VEZ MENOS MÓVEL

Feito em São Paulo desde 2006, o Desafio Intermodal é uma corrida de 10 quilômetros entre meios de transporte. Em 2012, o carro levou 101 minutos - 1 a menos que o pedestre⁽³⁾

