



AUTOMOVEIS
Joelmir Beting



Na 14313
4.a-FEIRA
15 DE ABRIL DE 1970



Geopolítica do automóvel: começou a guerra mundial

Depois de meio século de construção do socialismo a União Soviética introduz o princípio do futuro nas indústrias de bens, libera a exploração individual dos pequenos serviços, descreve que importar certos produtos é melhor do que fazê-los em casa e ingressa no consumo durável, do televisor ao automóvel. É uma revolução dentro da revolução, espécie de «privatização» do socialismo, do mesmo gênero e grau do processo de «estatização» do capitalismo, que vimos assistindo do lado de cá, inclusive nos Estados Unidos.

O ingresso decidido da União Soviética na sociedade de consumo faz com que o regime interno do país se modifique. Depois de permitir a construção de fábricas e a instalação de uma gigantesca indústria automobilística, a Ucrânia, com capacidade para 800 mil automóveis por ano — instalação do sedan 124, modelo 1968 — a União Soviética encosta a Ford Motor Company para produzir suas caminhões perto da Fiat, numa instalação semelhante à Tagliero, em homenagem ao homem que fez do Partido Comunista Italiano a agência econômica mais forte do mundo fora da órbita socialista.

A abertura do mercado russo para operações diretas do Ford, gigante do capitalismo internacional, significa novas tabas e fere novas melindras. Os ortodoxos do isolacionismo político-ideológico se mostram particularmente ofendidos com esta «intra-vitae» que Henry Ford II resolve desde segunda-feira em Moscou, em suas sucessivas viagens ao Kremlin. Como se a União Soviética depois de admitir as operações da Ford, não tivesse logo em seguida facilitado o ingresso da Renault, da Leyland, da Perini e mais recentemente da Verica. Como se não tivesse permitido o bloco socialista não estivessem sendo erguidas hoje fábricas e linhas de montagem da Fiat na Polónia, Hungria e Rumania, da Volkswagen na Checoslováquia, Romenia e Jugoslávia, da Renault na Jugoslávia ou da Leyland na Espanha.

Na medida em que abriga em seu meio os monstros asquerosos da civilização ocidental — o lucro, a concorrência, o automóvel, o desfile de moda — a União Soviética se converte num instrumento de afirmação de prestígio de dois impérios industriais em franca escalada: a Fiat de Gianni Agnelli e a Ford de Henry II. A Ford deusa para os calcanhares da General Motors; seu faturamento bruto no ano passado foi de 14,8 bilhões de dólares, contra os 14,2 bilhões da GM. Mas a Fiat possui líder a indústria europeia, superando o grupo alemão da Volkswagen e pisar nos calcanhares da Chrysler, terceira potência do mundo do automóvel.

O orro da Fiat trazida a personalidade de seu elegante presidente, frequentador do «soyety» internacional e casa de revista «Time» como se apresentasse, não mais temido nos Estados Unidos. Agnelli esboçou no último «month» a Avolanti, a Ferrari, a Maserati, a Lancia e simples quase ao nível do comércio de participação acionária na Citroën para o que Uros previu da «crise do maio», que fez o fabrico francês bater puno, para desespero de Willi Michels. Mas a Fiat controla 94% do mercado italiano e as derrama rapidamente por sobre o Mercado Comum Europeu, livre de barreiras alfandegárias e não compete com as subsidiárias da Detroit na Alemanha, por tabela, na Inglaterra.

Na Europa Ocidental, o grande lance da Fiat vem se estabelecendo com a Citroën. Trata-se de um regime de complementação industrial que se põe no intercmbio de componentes padronizados e na realização de trocas de pesquisas e informações. A Citroën ganhou muito em mecânica de motores com a ajuda da Maserati (sobrevivida pela Fiat) e no futuro os carros Fiat e Citroën, do mesmo porte, farão uso da mesma mecânica. Em França, a Citroën ganha poder de competição com a Renault, empresa estatal que a Fiat não consegue. Na Itália, a Fiat comprime

a estreita faixa da liberdade da Alfa-Romeo e lança sua rede por sobre toda a Europa Ocidental.

No fundo, Agnelli afresca no este da Itália: a melhor defesa é o ataque. Não contentes em controlar 45% da produção europeia de automóveis, os «vires grandes» de Detroit pressionam agora a incrementar suas operações na Inglaterra, Espanha, Escandinávia e Austrália. E o que é pior, pressionam os italianos para a adoção de um «estilo italiano» de automóvel, firmando contratos ambiciosos com Bertone, De Tommaso, Ghia e Vignale, quatro dos mais importantes laboratórios de desenho industrial do mundo. A Ford, mais arredia, dá o grande Centro de Estão bem ao lado do feudo Fiat em Turim e a General Motors, animada pelas mesmas intenções, acaba de adquirir na Inglaterra um terreno de 300 mil metros quadrados.

Centra na nova provocação do «estilo americano», a Fiat conta com a manipulação de quatro armas: 1) sua expansão vertical dentro da Europa, que se põe no futuro uma aproximação final com a Alfa-Romeo; 2) sua composição com a Citroën, dona de uma extensa estrutura de exportação automobilística; 3) seus negócios diretos na União Soviética, onde não vai permitir a presença, mas dos recursos de uma aproximação final com a Alfa-Romeo; 4) sua tentativa de aproximação com a Volkswagen.

Como? Exatamente isso: com a Volkswagen. A história da habilidade do editor de negócios da revista alemã «Wirtschaft» que formulou 10 perguntas identicas em linguagem simples a Gianni Agnelli da Fiat e a Kurt Lotz, da Volkswagen. Todas as perguntas giraram em torno do fornecimento de peças de «entrega» no campo do automóvel e do nível de capacidade de resistência da Europa diante das pressões de Detroit. As respostas dos dois empreiteiros conduziram a imprensa europeia a uma espécie de «guerra» que não se deu em Itália e da Alemanha: Fiat e Volkswagen estão de namoro no «footing» do Mercado Comum Europeu. A última rodada foi em Turim e Wolfsburg datam dos tempos heroicos de Vittorio Valletta e Hendrich Nordhoff, dois grandes mestres de reconstrução da Fiat e da Volkswagen.

Em 1955, quando a Volkswagen decidiu cruzar o Atlântico para entrar no mercado norte-americano — penetração que hoje explica a existência de 3,5 milhões de carros VW na América — a popularidade de um automóvel transformado em variedade de usos, o design de Nordhoff propôs um intercâmbio lento com a Fiat e sugeriu reuniões entre os engenheiros Dreyfus, comandante da Renault, Nordhoff via, com 10 anos de vantagem sobre Servan-Schreiber, a cabeça do projeto de desenvolvimento brasileiro basqueteador-se no Mercado Comum Europeu. Dificuldades políticas do tipo do nacionalismo desguilata, da democracia estável alemã e do centro-esquerda italiano impediram a realização de reuniões salubres há 15 anos. Hoje, quando a ideia da «fusão» virou lugar comum na geopolítica do automóvel, Agnelli e Lotz, Valletta e Nordhoff, acham possível algum dia, uma colaboração possível entre as duas maiores fábricas de automóveis existentes fora dos Estados Unidos.

Essa aproximação não seria dada apenas pela estratégia anti-Detroit, mas igualmente pela necessidade de superar o impasse e criar certas fusões. O design americano, traduzido pela penetração que a Fiat conseguiu no mercado japonês de Detroit, não é mais novidade. De uma produção anualizada de 250 mil automóveis por ano em 1960, o Japão salta especificamente para uma produção de 5 milhões de veículos em 1970. Segunda potência mundial do automóvel, produzindo quase tanto quanto a Europa Ocidental inteira, o Japão alinha-se no grupo de Judo e a briga doméstica entre fabricantes europeus, substituída pela briga mais ampla entre Europa e Estados Unidos, converte-se agora num vale-lado de bang-bang misturado com capoeira e judô e com o espírito de Judo. É o que há por trás do Henry Ford II correndo rápido pelos corredores imponentes do Kremlin.



O lance mais ousado do automóvel brasileiro: voar para Nova York e enfrentar Detroit em casa.

A fera brasileira sai pelo mundo

Uma fera brasileira com nome de leão americano das Montanhas Rochosas, o Puma, começa a penetrar na pátria do automóvel, via Balão de Nova York. Por dentro, é um Volkswagen meio bravo, com órgãos mecânicos do VW-1600. Por fora, um GT fugidão nas linhas inspiradas de Rino Malzoni. Concebido numa fazenda do município de Matão, criado numa fábrica da avenida Presidente Wilson e embarcado num Boeing da Varig, o Puma 1600 S, «made in Brasil», faz o norte-americano coçar o queixo, perguntar o preço, admirar-se da procedência e encomendar 100 carros por mês, sem mais nem menos.

A Puma Veículos e Motores enfrenta agora um desafio maior que o das barras alfândegárias: o desafio dos 53 itens de segurança exigidos pela legislação norte-americana, entre os quais o dispositivo de controle de gases de escape. O preço é competitivo e não preocupa: o Puma pode ser vendido nos Estados Unidos por 2.885 dólares. A Europa também está na mira da fábrica do Ipiranga, depois do sucesso alcançado por dez exemplares do Puma no Salão do Automóvel de Barcelona. Essa participação foi obtida graças aos esforços da Bresa, empresa especializada em comércio exterior.

Luiz Roberto da Costa Alves, diretor da Puma, revela que não é de hoje que os norte-americanos manifestam interesse pelo nome Puma. A Weston International Corporation, a principal interessada, queria começar o negócio no ano passado, com uma importação experimental de 25 unidades. O sucesso obtido pelo Puma no Salão de Nova York — onde desfilaram apenas carros fora de série — animou a Weston a propor a aquisição de uma centena de unidades mecânicas. Para a Puma Veículos e Motores Ltda. só falta ajustar e carro à legislação de segurança e obter da Volkswagen brasileira a garantia de um fornecimento adicional de 100 chassis por mês. Rudolf Leitling, presidente da Volkswagen, diz que não há problemas quanto a isso.

Rino Malzoni trabalha lentamente na adaptação do projeto para as condições norte-americanas: é o chamado Puma-Exportação. Em junho o protótipo estará testado e aprovado. Um molde com balancete de linhas já espera o protótipo na fábrica da avenida Presidente Wilson. O objetivo da fábrica é ambicioso: de uma produção atual de 2 carros por dia, até

espera chegar a 100 unidades mensais, compreendendo 20 veículos diários no primeiro mês e 100 unidades até o fim do ano. O novo modelo não difere muito do atual 1600 em sua carroceria. Ele muda no acabamento interno e na introdução de alguns dispositivos de segurança. A mecânica VW 1600 pode evoluir para um motor 1800, com a dupla carburação da Variart.

No Puma GT-Exportação as diferenças estão na interior maior da Variart, nos vidros reforçados, na colona de direção retrátil, a tomada de ar no capô, freios a disco, eixos do VW-1600, rodas de magnésio, diferenciais mais longos, rebeldes de maré, mais longas e quites mais pesadas, eixo sistema de valvula mais bravo, câmbio de cabeça chata, taxa de compressão de 7,7:1, novo sistema de carburação, filtros de ar do tipo seco, distribuidor com avanço centrífugo Bosch e conjunto do virabrequim, polia do virabrequim, volante do motor e capô balanceados dinamicamente para evitar qualquer espécie de vibração. A carroceria continua empregando o fibreglass.

Quem quiser rodar no Brasil com o GT-Exportação terá de pagar perto de 28 mil cruzeiros novos. Para o Exterior, ele sai da fábrica custando apenas 2500 dólares porque o Governo, para torná-lo competitivo nos mercados externos, isentou o carro dos 17% do ICM, redução de IPI e concedeu à empresa uma bonificação de 15% sobre o custo total. Em resumo: o Puma desfruta dos mesmos benefícios concedidos pela legislação fiscal aos produtos industrializados em geral. Não é sem razão que os técnicos experientaram no primeiro trimestre do corrente ano, segundo o competente J. S. Vanni, uma expansão de 20% sobre igual período do ano passado.

As possibilidades da Puma Veículos e Motores Ltda., única fábrica 100% nacional — reconhecida pelo CENPRO em 1968 — são muito boas: fora as consultas e solicitações de amostras chegam dos Estados Unidos, Canadá, Uruguai, Argentina, Peru, Venezuela, México, Espanha, Portugal, Inglaterra, França, Alemanha, Itália e Grécia. Uma consagração internacional por o talento de estilistas por de Rino Malzoni e Antônio Campos (que trata de criar a versão do Puma) e para a persistência de técnicos e empreiteiros do nível de Jorge Leitling, Milton Mastaglio, Luiz Roberto Alves da Costa e José Luis Nogueira Fernandes.



Para o Europa, o Puma vai de novo: Espanha, Alemanha e Inglaterra.

Como andam as notícias

• Um homem muito esperto, capaz de pagar 120 mil dólares por hora, não faz força: é o sedan 1500, que a Volkswagen vem preparando meio na Alemanha. Motor de 1493 cm³ de cilindrada, 52 cavalos, um carburador Solex que desenvolve 52 HP SAE a 4200 rotações por minuto. Terá freios a discos nas rodas dianteiras e os eixos do 1500 de quatro portas, com suspensão de eixo torção. Por fora, tudo igual ao sedan 1200, ex-1200. Com duas alterações: para-choque mais alto e mais estreito e lanternas traseiras quadradas e maiores. A versão 1500 não chegará a 1200 atual.

• A General Motors anunciou um investimento de 150 milhões de cruzeiros novos para ampliar em 425 a capacidade de produção dos produtos Chevrolet, liderados pelo Opala. O presidente James Waters diz que a ampliação atende ao fabricante de São Caetano (estamparia e montagem) e à unidade de motores. Em São Caetano, a empresa acaba de incorporar um terreno de 20 mil metros quadrados anexo à fábrica.

• O projeto de expansão da GMB tem número de guerra: 674. O presidente Walter José de Azeiteiro diz: «Nós pretendemos com ele alcançar nenhum novo produto, apenas aumentar a capacidade de produção da fábrica de São Caetano».

• A entidade que reúne os fabricantes de tanques de estomocelô diz que os números finais das importações norte-americanas de 1969: penetraram nos Estados Unidos 1255,571 automóveis com um aumento de 16,24 unidades sobre o ano anterior. Quem



Lotus Sate é o nome do corcinho, pinhão com cara de xopo, linhas antigas, «buggy» coberto. É dotado de um chassis tubular de aço laminado, fixado a uma carroceria de fibra de vidro, como o do novo Puma. Levo um motor Ford de 1600 cm³ de cilindrada, de 84 cavalos a 5800 rotações por minuto.

mais se banqueteou na praia do automóvel foi a Alemanha Ocidental, liderada pela Volkswagen: 642 mil carros, no valor total de 480 milhões de dólares.

• A partir do próximo ano, as guias de licenciamento de veículos, expedidas pelos Departamentos Estaduais de Renda, não contar o número de custador de contribuinte do

nas vendas em todo o mundo e de 24% na América Latina. E pela primeira vez na história do automóvel, as vendas de carros fora dos Estados Unidos foram maiores: 11,7 milhões, contra 10,2 milhões no mercado norte-americano. Faturamento da Ford: 14,8 bilhões de dólares.

• A Scania-Vabis está introduzindo no mercado brasileiro, em sua linha de caminhões e ônibus, um motor dotado de regulimentador como equipamento opcional. O superalimentador é largamente empregado na Europa. Ele proporciona um aumento de até 40% na potência do veículo. No caminhão brasileiro, o motor passa de 195 CV-DIN para 275 CV-DIN e a torque sobe de 7 para 108 kgm a 1500 rpm. É o consumo de combustível baixo em 45%.

• A Chrysler brasileira, seguindo as ordens da Volkswagen, da General Motors, da Ford-Willys e da Mercedes-Benz, vai montar uma companhia financeira para garantir crédito mais fácil para seus compradores de carros e caminhões. Para estudar a criação da financeira, estiveram no Brasil dois altos executivos da Chrysler Financial Corporation: Arlie Strange Jr. e Jorge Pujos. Ambos mantiveram contatos prolongados com Alberto Moreira, diretor financeiro da subsidiária brasileira.

• Desde primeiro de abril os repentinamente quatrizeiros filiales da ABRAVE estão lucrando veículos em suas próprias lojas. Eles retiraram os alíquotas de laçação na ABRAVE e tiveram a clemência das longas filas do DET. O carro novo já sai da loja lucrando.

