

## O automóvel e o ideário moderno em Fortaleza nas décadas de 1920 e 1930

---



**Leonardo Ibiapina Beviláqua**

Mestrando em História  
Universidade Federal de Santa Catarina

### Resumo:

Na primeira metade do século XX, a cidade de Fortaleza sofreu diversas modificações em sua estrutura urbana, de modo que esta se adaptasse a uma nova forma de viver dos indivíduos que nela habitavam. Esse novo estilo de vida era pautado, em larga medida, pelos ideais de modernidade que se disseminavam entre os moradores dessa cidade. Entre os elementos que possibilitavam essa nova concepção de vida urbana, podemos elencar os aparatos tecnológicos que surgiam e evoluíam, trazendo consigo a promessa de tornar melhores as condições de existência da população. O objetivo deste trabalho é, então, centralizar a discussão a respeito do processo de modernização da cidade de Fortaleza em torno do papel de um desses aparatos na construção do imaginário moderno: o automóvel. Além disso, objetiva-se também avaliar como esse meio de transporte se tornou um dos principais — senão o principal — símbolo da modernidade.

### Palavras-chave:

Ceará — História — Século XX  
Automóveis  
Modernização

Este artigo é resultado parcial do meu trabalho de iniciação científica como estudante de Graduação em História na Universidade Federal do Ceará, sob orientação do professor Dr. Antonio Luiz Macêdo e Silva Filho, a quem sou muito grato pela colaboração e atenção. Agradeço também a Mariana de Oliveira Sousa e à professora Dr<sup>a</sup>. Kênia Sousa Rios pelos comentários, críticas e sugestões.

## Introdução

**N**a transição entre os séculos XIX e XX e décadas posteriores, alguns setores da sociedade brasileira estavam, em larga medida, sintonizados com os ideais de modernidade. Comportamentos, hábitos, costumes, vestimentas, concepções e modos de vida sofriam alterações de forma a se ajustar a modelos entendidos como modernos. Essas mudanças se baseavam, basicamente, na recusa àquilo que era identificado como ultrapassado, improdutivo.<sup>1</sup>

Interessante notar que essa identificação com o “moderno” foi amplamente impulsionada pela nova ordem política. Pode-se dizer que havia o interesse, por parte das elites políticas, de promover o “progresso” como forma de afastamento do passado. Além disso, muitas das medidas modernizantes consistiam na adequação da cidade aos imperativos da técnica e da tecnologia. De um modo geral, a referência central que guiava esses novos padrões, também marcados pelo individualismo, eram os modos estadunidense e europeu, especialmente das capitais Londres e Paris.<sup>2</sup>

A esse processo será atribuído o nome de “modernização” de forma próxima à utilizada por Jacques Le Goff. De acordo com esse historiador:

No século XX, o ponto de vista dos "modernos" manifesta-se acima de tudo no campo da *ideologia* econômica, na construção da modernização, isto é, do desenvolvimento [...] e da *aculturação*, por imitação da *civilização* européia.<sup>3</sup>

Essa reflexão será empregada de forma parcial, pois o processo de apropriação de elementos de culturas estrangeiras não será entendido aqui como “aculturação”, mas como produto da relação dialética entre aquilo que é apropriado da Europa e dos Estados Unidos — pelas *tentativas* de imitação — e as peculiaridades da cultura local. Isso quer dizer que, mesmo que houvesse quem projetasse mudanças no país de maneira a equipará-lo aos

1 Antonio Luiz Macêdo e Silva Filho, *Rumores: a paisagem sonora de Fortaleza (1930-1950)*, Fortaleza, Museu do Ceará, Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2006.

2 Nicolau Sevcenko, “A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos no Rio”, in: Sevcenko (Org.). *História da vida privada no Brasil*, São Paulo, Companhia das Letras, 1998, v. 3, p. 516.

3 Jacques Le Goff, “Antigo/moderno”, in: *História e memória*, Campinas, Unicamp, 1990, p. 202, grifo no original.

países europeus, é necessário considerar que esses grupos e indivíduos não podiam se dissociar do seu ambiente cultural.

No Brasil, houve amplos projetos para “livrar” o país da condição de “atrasado”. Para Maria de Fátima Piazza, “‘criar’ o ‘Brasil Moderno’ significava ‘construir um locus da modernidade’”. Para essa historiadora, o conceito de modernidade se diferencia do de modernização na medida em que o primeiro é cultural, enquanto o segundo é econômico e está “vinculado à idéia de ‘progresso’ e de ‘civilização’, isto é, aos avanços da técnica: industrialização, rede de transportes, etc.”.<sup>4</sup>

Márcia Padilha, em seu estudo sobre as relações entre publicidade e vida urbana em São Paulo nos anos 1920, sugere quatro perspectivas da noção de modernidade: 1) “a modernidade como representação do progresso científico”; 2) “como a era do maquinismo e da tecnologia”; 3) “como estilo de vida cosmopolita e metropolitano”; e 4) “como o ideal de ordem social inspirada no modelo de família burguesa, na moral e na disciplina do trabalho”.<sup>5</sup>

Em síntese, a abordagem que será dada a este trabalho é a de que a modernização foi o processo de transformação urbana de modo que a cidade fosse readequada às necessidades e exigências da nova sociedade que se formava a partir dos valores e ideais da modernidade. Arelado a isso, considera-se que a inserção de novos elementos tecnológicos no ambiente urbano é ponto crucial do entendimento do processo de modernização da urbe.

Como exemplo de uma das novas tecnologias inseridas na cidade, pode-se evidenciar a importância da eletricidade — e do acesso a ela — no período estudado. A crescente disponibilidade dessa forma de energia trouxe, a princípio, a ideia de que o esforço humano seria constantemente reduzido, visto que os aparelhos elétricos tomariam, cada vez mais, para si a função de desempenhar as tarefas mais árduas da vida cotidiana. Porém, o processo de adaptação às inovações teve seus reveses. No caso citado, os choques elétricos, as quedas constantes de energia, além da dependência social

4 Maria de Fátima Fontes Piazza, “O significado da ‘Modernidade’ e da ‘Brasileidade’ na evocação do ‘Brasil Moderno’”, *Revista Esboço*, 7, 7 (1999), p. 44.

5 Márcia Padilha, *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo nos anos 20*, São Paulo, Annablume, 2001, p. 105.

crescente desses aparelhos na vida cotidiana exemplificam as vicissitudes decorrentes dessa nova tecnologia.<sup>6</sup>

Assim como a eletricidade, o automóvel também teve um papel importante na construção do imaginário moderno. A possibilidade de vencer grandes distâncias em um curto intervalo de tempo, sem muito esforço e com relativo conforto, simboliza essa nova concepção de vida, que prezava pela rapidez e pela eficiência. Possuir um carro era desfrutar os prazeres da modernidade, assim como frequentar um “automóvel club” ou visitar feiras automobilísticas significava estar a par das mais novas (e, quase sempre, extasiantes) tecnologias de transporte.<sup>7</sup> Assim, a defesa da utilização do automóvel como meio de transporte começava a ser feita por indivíduos cujos discursos estavam repletos de palavras como “moderno” e “progresso”. Por outro lado, a presença desse artefato móvel nas ruas da cidade causava alguns “impactos”: a remodelação urbana pautada por interesses muitas vezes conflitantes com as vontades de diferentes grupos sociais, os recorrentes acidentes automobilísticos no dia a dia urbano, uma nova “paisagem sonora” à qual os indivíduos tiveram que se habituar etc.<sup>8</sup> Nicolau Sevcenko sugere que:

os novos rumos técnicos, por suas características mesmo, desorientam, intimidam, perturbam, confundem, distorcem, alucinam. No mínimo porque as escalas, potenciais e velocidades envolvidos nos novos equipamentos e instalações excedem em absoluto as proporções e as limitadas possibilidades de percepção, força e deslocamento do corpo humano.<sup>9</sup>

O automóvel pode ser enquadrado nessa caracterização. Ele foi, como outros artefatos modernos, responsável por modificar a percepção dos indivíduos que o observavam circular pelas ruas, antes acostumados com outro ritmo de mobilidade.

6 Ver Antonio Luiz Macêdo e Silva Filho, “A laboriosa domesticação do estranho: uso e consumo de objetos elétricos em Fortaleza (1945-65)”, *Cadernos do CEOM*, 24 (2006), p. 167-215.

7 Para ler sobre o papel das feiras automobilísticas na construção do automóvel como símbolo de status e de ascensão social ver Marco A. C. Sávio, “‘Há Liras de Orfeu em todos os automóveis’: as feiras automobilísticas e as seduções do automóvel em São Paulo, nos anos 20”, *Cadernos do CEOM*, 24 (2006), p. 217-235.

8 Para ler sobre os impactos causados, do ponto de vista da sonoridade, pela inserção do automóvel na cidade, ver Silva Filho, *Rumores*, 2006.

9 Sevcenko, “A capital irradiante”, p. 516.

Apresentadas essas considerações, objetiva-se com este trabalho compreender o processo de modernização de Fortaleza, a partir da relação entre a sociedade dos anos de 1920 a 1940 e o consumo de carros. Assim, faz-se mister uma reflexão sobre a relação entre o desenvolvimento científico-tecnológico e a modernidade, bem como uma análise do valor simbólico do automóvel na construção do imaginário moderno.

## **Por uma cultura automobilística**

A inserção dos carros nos centros urbanos aconteceu de forma paralela à sua penetração simbólica na sociedade. Isso significa que, juntamente com a crescente percepção da presença desses veículos nas ruas e avenidas, é possível identificar o que Marco Antônio Sávio chama de “cultura automobilística”.<sup>10</sup> Para ele, essa cultura esteve atrelada a um “projeto de expansão do uso do automóvel” que foi efetivada a partir da familiarização dos indivíduos à nova tecnologia.

A aproximação entre máquinas e pessoas, mesmo as que não possuíam condições financeiras para adquirir o carro próprio, é amplamente perceptível em eventos como as feiras automobilísticas. Estas, dada sua grande popularidade, não serviam de vitrine somente para os deleites visuais da elite. Ao contrário, recebiam a visita de inúmeros membros das mais diversas camadas sociais: “profissionais liberais, pequenos comerciantes, operários”. A recorrência e o grande público dessas exposições mostram que os automóveis já causavam sentimentos diversos como o estranhamento, a curiosidade e, por vezes, a admiração. Com essas considerações, é possível supor a presença do automóvel na sociedade, ou seja, mesmo que ainda não abarrotassem diariamente as vias públicas, os carros já eram objetos de interesse de quantia significativa da população. Isso porque, como avalia Guillermo Gucci, “a ambição de possuir um automóvel não se limita às classes altas e àqueles com rendimentos substanciais, atinge também os empregados de escritório e pessoas com remuneração mais baixa”.<sup>11</sup>

10 Sávio, “Há Liras de Orfeu”, p. 220.

11 Guillermo Gucci, *A vida cultural do automóvel: percursos da modernidade cinética*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2004, p. 105.

Para esse mesmo autor, “é justamente a dificuldade de comprar a mercadoria e a tenaz visibilidade pública que fortalecem seu significado cultural”.<sup>12</sup>

A identificação de outro tipo de evento pode auxiliar a compreensão do que viria a ser o projeto de inserção do automóvel na sociedade: os congressos de estradas de rodagem. Nesse caso, ao invés de uma tentativa de expor o automóvel à sociedade, percebe-se o esforço de alguns indivíduos em articular tecnologia e políticas públicas para promover meios de suporte à expansão do mercado de automóveis. A ocorrência de tais eventos estava ligada à necessidade de se discutir sobre as reais condições brasileiras de proporcionar a automobilidade. Em resumo, não havia sentido em existir automóveis sem o devido espaço para sua utilização.

O trabalho empírico mostra que, juntamente com o crescimento do número de carros nas ruas, surgiam nos jornais manchetes que, ora denunciavam as péssimas condições das estradas, ora demonstravam exemplos de progresso que deviam ser seguidos. No primeiro caso, pode-se citar um texto do jornal *O Nordeste*, de 1932.<sup>13</sup> O subtítulo da matéria é significativo para a compreensão das pressões exercidas sobre as autoridades em favor da melhoria das vias: “Urge uma providencia por parte do governo”. De fato, a cobrança parece ter surtido efeito: no dia seguinte, o jornal recebeu uma notificação da Interventoria Federal, na qual esta afirmava a mobilização de “200 homens no trabalho de reparação”.<sup>14</sup>

No segundo caso, cabe indicar um texto que exalta o “progresso de Minas”.<sup>15</sup> Nessa matéria, o diário publicou dados relativos ao estado de Minas Gerais que indicavam seus índices educacionais, de saúde e outros. Nele encontrava-se também a quilometragem de estradas de rodagem que,

12 Giucci, *A vida cultural do automóvel*, p. 24.

13 “A estrada de Fortaleza-Guaramiranga em pessimas condições”, *O Nordeste*, 04/03/1932, p. 5. Esse jornal, cujo primeiro número saiu em 29/06/1922, era um órgão de imprensa “genuinamente católico, amparado pela Arquidiocese de Fortaleza”. Geraldo da Silva Nobre, *Introdução à história do jornalismo cearense*, ed. fac-similar, Fortaleza, Nudoc, Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, Arquivo Público do Estado do Ceará, 2006. Ainda de acordo com esse autor, o êxito d’*O Nordeste* foi, em parte, fruto do empenho de membros da Igreja Católica para que as famílias orientadas por essa religião adquirissem seus números. Circulou durante 45 anos.

14 *O Nordeste*, 05/03/1932, p. 3.

15 “O progresso de Minas”, *O Povo*, 17/01/1928, p. 3. Esse periódico foi fundado no primeiro mês de 1928, pelo jornalista Demócrito Rocha. O jornal alcançou relativo sucesso no estado tendo “um lugar importante na renovação técnica, sobretudo de equipamentos, do jornalismo no norte do Brasil”, como afirma Nobre, *Introdução à história do jornalismo cearense*, p. 18. Atualmente, é um dos dois jornais de maior tiragem do estado do Ceará.

para o jornal, “representa[va] o enorme esforço feito pelo mineiro”. Entretanto, não eram apenas as redações dos periódicos que se manifestavam a respeito das condições das vias públicas. Por vezes, leitores atentos às condições da infraestrutura urbana utilizavam espaços dos jornais dedicados à sua participação para expor suas queixas. Um deles, por exemplo, reclamava do “lastimável estado” do calçamento, sendo ele “quase imprestável ao transito de automoveis”.<sup>16</sup>

Vê-se, então, a preocupação de alguns indivíduos e grupos tanto em promover a imagem do automóvel perante a sociedade, enfatizando suas mais diversas qualidades que vão desde os critérios técnicos aos puramente estéticos — como o anúncio publicitário da marca Dodge-Brothers, que, entre seus dizeres, apresenta: “Mais força / Mais economia / Mais velocidade / Mais suavidade / Mais resistencia / Mais conforto / Mais belleza”, indicando que, além das supostas vantagens técnicas, a empresa preocupava-se em mostrar as qualidades estéticas do seu produto —,<sup>17</sup> quanto em avaliar as condições urbanas de recepção dessa tecnologia, seja denunciando a existência de vias em estado de lamúria, seja exaltando cidades ou estados que investiam recursos públicos na pavimentação de estradas. Sobre esse aspecto, Sávio adverte que:

uma reflexão acerca do papel do automóvel em nosso mundo é de fundamental importância para questionarmos não apenas a sociedade em que vivemos, mas também as políticas públicas e as colossais despesas que, todos os anos, são feitas para a manutenção dessa sociedade automotiva.<sup>18</sup>

Em acréscimo a essa assertiva, pode-se dizer que as referidas políticas públicas e suas despesas não deixam de ser uma expressão dos anseios de setores da sociedade que, por vezes, como veremos a seguir, os manifestam publicamente.

No que diz respeito às estradas de rodagem, um exemplo pode esclarecer a preocupação de um determinado grupo com o trato das vias públicas. Em 1928, uma entidade nominada “Associação Paulista de Boas Estradas” escreveu uma carta, reproduzida em órgãos de imprensa, como o

16 *O Povo*, 06/02/1928, p. 4.

17 “Mais uma vitória dos automoveis Dodge-Brothers”, *O Povo*, 16/02/1928, p. 4.

18 Sávio, “Há Liras de Orfeu”, p. 218.

jornal *O Povo*, para o Presidente da República, Washington Luís.<sup>19</sup> A mensagem continha uma proposta ao presidente: a exposição de um protótipo do carro de bois no Museu Nacional. Juntamente com essa sugestão, a associação fazia uma avaliação do duplo papel desse meio de transporte na história do Brasil. Se, por um lado, na visão do grupo remetente, foi de grande importância para o desenvolvimento do país e para a superação das grandes distâncias, sendo exaltado pelo valor de seus serviços prestados, por outro, naquele momento, o carro de bois não só degradava as estradas como representava o “impedimento do progresso”. O próprio jornal assumiu esse ponto de vista na manchete: “O carro de bois é o flagelo das estradas”.

Para auxiliar a compreensão do sentido da negação da tradicional carroça, pode-se recorrer ao teórico do imaginário social Bronislaw Baczko. Ele adverte que “frequentemente, os comportamentos sociais não se dirigem tanto às coisas em si, mas aos símbolos dessas coisas”.<sup>20</sup> A partir desse entendimento, verifica-se que o projeto da Associação Paulista de Boas Estradas não consistia na simples disposição de uma carroça no Museu Nacional. Isso porque o carro de bois era combatido não só pelo que era, mas pelo que representava. Tal iniciativa estava inserida em uma proposta bem mais ampla que era a da própria rejeição daquele tipo de veículo — dada sua condição de antigo, ultrapassado — nas vias públicas. Isso pode ser entendido a partir da compreensão do papel dos museus na concepção social do período. Esse tipo de instituição era o local, por excelência, da exposição do que era antigo e admirável. Desta forma, a exibição do carro de bois em um museu tinha como objetivo induzir os visitantes a pensar que tal veículo foi um objeto de destacado papel para a sociedade, porém de utilidade identificada com o passado.

Assim, é possível apropriar-se da afirmação de Silva Filho de que a redução da visibilidade pública dos animais — e, conseqüentemente, dos veículos de tração animal — “implicava diretamente assegurar o grau de civilização do espaço urbano, onde os transportes ditos de ‘tração automática’ [...] viraram sinônimo de avanço econômico e tecnológico”.<sup>21</sup> Com isso, pode-se deduzir que a proposta da associação, além de rejeitar a

19 “O carro de bois é o flagelo das estradas”, *O Povo*, 23/01/1928, p. 3.

20 Bronislaw Baczko, “A imaginação social”, in: *Enciclopédia Einaudi*, v. 5: *Anthropos-Homem*, Lisboa, Imprensa Nacional — Casa da Moeda, 1985, p. 306.

21 Silva Filho, *Rumores*, p. 50.



carroça nas vias públicas, era favorável à utilização dos automóveis nestas, pois, sem os carros de bois, outro tipo de veículo deveria ser utilizado para a execução do transporte de pessoas e cargas: o carro automotor.

Em consonância com os aspectos discutidos, pode se fazer uma breve explanação sobre a citada associação. De acordo com Nestor Reis Filho, a Associação Paulista de Boas Estradas sucedeu a Associação Permanente de Estradas de Rodagem. Esta, por sua vez, foi fundada no encerramento do Congresso Paulista de Estradas de Rodagem, realizado em 1917. Sobre ela esse autor esclarece: “A nova entidade, uma associação sem fins lucrativos, com apoio do setor empresarial e do setor público, permitia uma colaboração estreita entre ambos, para promoção do projeto rodoviário do estado [de São Paulo], centrado na política de Washington Luís”.<sup>22</sup>

Não é exagero supor que os membros dessa associação eram, em sua maioria, quiçá todos, possuidores de automóvel. Mais do que isso, tratava-se pessoas que se deram conta de que somente possuir um veículo não bastaria se sua utilização fosse restringida pela falta de vias adequadas para circulação. Entretanto, as boas condições delas fugiam, no período estudado, das responsabilidades da iniciativa privada. Restava aos proprietários, então, exigir, do poder público, atitudes para solucionar o problema. Para isso, se utilizavam, não só do contato com o setor empresarial, mas também dos jornais (controlados, quase sempre, pela elite) como veiculadores dos seus argumentos, que, como será apresentado, se aproveitavam da presumida superioridade do moderno perante o antigo de forma a legitimar seus discursos. Além disso, a associação mantinha uma produção própria, a *Revista Boas Estradas*, responsável por promover seus projetos — feiras, exposições, concursos e cartazes.<sup>23</sup>

Assim, o ideal automobilístico penetrava no cotidiano de uma parcela da população através de situações como essa, pois ele já estava presente na vida prática da maioria dos indivíduos, mesmo daqueles que não tinham um automóvel como propriedade.

22 Nestor Goulart Reis Filho, “Cultura e estratégias de desenvolvimento”, in: Helena Carvalho de Lorenzo e Wilma Peres da Costa (Orgs.), *A década de 1920 e as origens do Brasil moderno*, São Paulo, Unesp, 1997, p. 148.

23 Reis Filho, “Cultura e estratégias de desenvolvimento”, p. 149.

## Petição em favor do “antigo”

Se, por um lado, havia grupos e indivíduos que endossavam o discurso do progresso e do ideal automobilístico, por outro, pode-se perceber, em diversos momentos, que a inserção do automóvel — acompanhada da consequente exclusão dos meios de transporte mais antigos — não foi assumida rapidamente pela sociedade sem uma avaliação prévia dos seus prós e contras. Se, porventura, a situação acima descrita causa a sensação de que o projeto de abolição do carro de bois caminhava para uma aceitação sem restrições, o registro de uma iniciativa popular em uma cidade do interior do Ceará dá indícios do contrário.

Em março de 1933, o jornal *O Nordeste* publicou, na íntegra, um texto intitulado “Memorial dirigido ao exmo. sr. Interventor Federal”. Nele, moradores do município de São Bernardo de Russas pediam “a extinção da taxa orçamentária incidente em carros de boi, o tardo mas seguro — sobretudo regional — veículo do sertão”.<sup>24</sup> Os quarenta e cinco indivíduos que assinavam o “Memorial” eram agricultores e utilizavam esse tipo de veículo.

O texto começava com uma série de complexas ponderações sobre o valor do imposto cobrado pelo trânsito do carro de bois (cem mil-réis), que, pelas considerações apresentadas, seria, em tese, justo devido ao real desgaste causado nas estradas. Entretanto, os autores afirmavam que “não exist[iam], no Ceará, a bem dizer, estradas de rodagem”. Deste modo, a cobrança, que tinha como justificativa a “conservação das estradas de rodagem”, não fazia sentido, já que elas não existiam. Então, prosseguiram: era uma cobrança excessiva “porque fóra [sic] das possibilidades econômicas dos contribuintes”.

De acordo com o grupo que assinava o “Memorial”, existiam duas categorias de proprietários de carros de bois: os freteiros e os que trabalhavam em serviços próprios. Os primeiros faziam uso desse veículo em sua profissão. Seus lucros eram “parcos”, afirmavam. Além disso, “não [era] de esquecer, por outro lado, que a concorrência dos caminhões t[inha] deixado inteiramente desvantajoso o negocio de carros de bois, pela escassez dos fretes para estes em virtude da rapidez daquelles”. Logo, era “fácil concluir quanto de excessiva [era] aquela taxa”. Para finalizar, expunham sua

24 “Taxa sobre carro de bois”, *O Nordeste*, 10/03/1932, p. 1.

conclusão de que, “não havendo ditas estradas, não h[avia] como justificar a exigência fiscal”.<sup>25</sup>

Há de se notar, na comparação das situações, um fato interessante: enquanto a “Associação Paulista de Boas Estradas” iniciou sua mensagem com o reconhecimento dos serviços prestados pelo carro de bois para, em seguida, acusá-lo de ser o veículo responsável pelo “flagelo das estradas”, os moradores da cidade cearense apontavam para um sentido distinto — primeiro, reconheciam os desgastes causados por tal artefato móvel nas vias públicas para, depois, pedir medidas governamentais para que se evitasse sua supressão em favor dos automóveis. As duas iniciativas exprimiam um claro embate de posições. Percebe-se que, por um lado, existia a defesa do moderno em detrimento do objeto símbolo do atraso, enquanto, por outro, havia uma tentativa de reação de quem não tinha acesso à nova tecnologia contra o processo de supressão do seu meio de vida pelo acessório “moderno”. Apesar de ambas as mensagens terem sido enviadas por habitantes de cidades distintas da estudada neste artigo, a publicação dos textos em jornais da capital cearense é significativa para a compreensão da dimensão tomada pelos assuntos relacionados ao automóvel em Fortaleza.

A disputa entre os aspectos positivos e negativos propiciados pelas inovações tecnológicas pode ser analisada a partir da perspectiva do imaginário social criado em torno desses artefatos. Baczko reflete sobre a relação entre interesses de grupos opostos. Para esse autor, tais disputas “põem em destaque as relações tão íntimas quanto complexas que ligam os imaginários aos interesses e reivindicações de grupos sociais antagonistas”.<sup>26</sup>

De fato, as duas mensagens apresentadas representavam interesses contrários. Entretanto, o que a leitura analítica das duas propostas pode elencar é a convergência das opiniões sob dois aspectos. Em primeiro lugar, o automóvel, devido sua eficiência e praticidade, suplantaria o transporte de tração animal. Foi esse pressuposto que fez com que as duas mensagens fossem elaboradas, mesmo que possuíssem finalidades opostas: na primeira, a Associação fazia uma sugestão que visava à aceleração do processo, enquanto, na segunda, a solicitação tinha o intuito de retardá-lo. Com base nessa observação, pode-se avaliar o papel do automóvel como catalisador do processo de modernização.

25 “Exmo. Snr. Interventor Federal no Estado do Ceará”, *O Nordeste*, 10/03/1932, p. 3.

26 Baczko, “A imaginação social”, p. 302.

Em segundo lugar, o carro de bois degradava as vias públicas. Sobre essa questão, é perceptível que não havia alegação dos agricultores que negasse enfaticamente os danos causados pelas carroças nas estradas. Portanto, eles escolheram argumentar em outro sentido: “não havendo ditas estradas, não h[avia] como justificar a exigência fiscal”, como foi explicitado anteriormente. Desta forma, a argumentação desses indivíduos era baseada na ineficiência da infraestrutura necessária para justificar a cobrança de impostos por eles combatida, não na qualidade do veículo que defendiam. Cabe ressaltar ainda que esta defesa assumia um caráter mais temeroso do que convicto. O que pode ser percebido não é a convicção dos agricultores de que o carro de bois era um veículo propício para o transporte, mas o temor de perder seus fretes para os rápidos caminhões.

Nos dois casos, as posturas dos jornais não deixam de ser relevantes. Enquanto *O Povo*, como já foi dito, acenou para a aprovação da eliminação do carro de bois, deixando isto explícito no título que utilizou — a lembrar: “O carro de bois é o flagelo das estradas” —, o jornal *O Nordeste* dava indícios de que era favorável à manutenção das carroças nas estradas quando afirmava que o manifesto dos agricultores “[era] um documento bem lançado de todo ponto de vista, fazendo-se notar pela grandeza e sinceridade dos argumentos”. Argumentos estes que, cabe ressaltar, assumiam um teor que beirava a apelação: “os fretes que se pagam pelos transportes em caminhões voam para fóra do país”. Iam-se “na compra do próprio veículo, na gasolina, nos pneumáticos, nas peças sobresalentes, no óleo, na graxa. Tudo, absolutamente tudo, importado”. E apresentam o contraponto: “Com os nossos cantantes e seguros carros de bois d[ava]-se precisamente o contrário. Tudo, tudo, absolutamente nacional. Nacional? Não. Cearense. Produto, manufatura do Estado”.<sup>27</sup>

Com base nessas afirmações, pode-se considerar que a questão simbólica foi tomada como um elemento a mais na defesa do antigo em detrimento do moderno, ou seja, mesmo que o automóvel representasse a rapidez e, por isso, acelerava o processo de supressão do carro de bois, ele era alvo de críticas por não carregar consigo um “certificado de produto nacional”. Assim, outros critérios eram explicitamente inseridos na disputa novo/velho e propiciam elementos para se pensar essa relação.

27 “Exmo. Snr. Interventor Federal no Estado do Ceará”, *O Nordeste*, 10/03/1932, p. 3.

## Automobilidade e publicidade

Ainda na questão da penetração simbólica dos carros no cotidiano dos indivíduos, é possível relatar a existência, nos anúncios publicitários encontrados em periódicos, de mais indícios da inserção simbólica desse veículo na sociedade, inclusive nos reclames que nada tinham a ver com automóvel. Para exemplificar, pode-se citar uma propaganda da Typogravura A. C. Mendes encontrada no *Almanach do Ceará* referente ao ano de 1914.

Embora essa casa comercial se dedicasse, exclusivamente, à produção de material bibliográfico, é possível visualizar imediatamente, ao lado do título “Sempre para adiante”, a imagem de um automóvel com um “chauffeur” e uma mulher no banco de trás. Na leitura do anúncio, podem-se encontrar frases como “tempo é dinheiro” e “com mil raios toca *chauffeur* para a Typogravura A.C. Mendes”.<sup>28</sup> Esta última sentença pode ser interpretada como um complemento da primeira, isto é, se tempo era dinheiro e, por isso, não podia ser desperdiçado, o consumidor devia se utilizar do meio mais rápido e eficiente para se transportar até a referida tipogravura: o carro.

Nesse sentido, pode-se entender que o automóvel era visto como a melhor opção tanto para ir, do modo mais urgente, a uma casa comercial quanto para outras situações análogas: para se locomover rapidamente de casa para o trabalho ou no sentido inverso; para levar um enfermo ao encontro de um médico; ou para tantas outras possibilidades. A assunção da concepção de que a vida urgia pela rapidez também é evidenciada em um reclame de um cirurgião dentista que oferecia “consultas com horas reservadas, sem demoras prejudiciais aos interesses dos clientes”.<sup>29</sup> Isso era resultante, em larga medida, dos novos padrões de vida nas cidades.

Para uma melhor compreensão da mudança dos hábitos cotidianos e da sua relação com a percepção urbana do tempo, cabe apresentar a importante observação que Silva Filho faz sobre a construção da Coluna da

28 “Sempre para adiante”, *Almanach do Ceará*, 1914, grifo no original. Este anuário foi fundado em 1895, pelo jornalista João Câmara. Seu conteúdo era composto basicamente por informações de caráter administrativo, estatístico, comercial e industrial sobre o Ceará, além de efemérides, produções literárias e pequenos relatos biográficos de “ilustres” cearenses. Apesar do *Almanach do Ceará* não ter sido uma publicação oficial, as informações expostas em suas edições não eram contestadas pelas administrações estadual e municipais citadas nas publicações.

29 *O Nordeste*, 02/03/1932, p. 5.

Hora na Praça do Ferreira, destinada “a registrar a hora oficial do município”, no último dia de 1933:

Essa máquina-monumento trazia em seu bojo conotações simbólicas, expressando o desejo dos administradores locais de sincronizar a dinâmica urbana no ritmo evolutivo do progresso ocidental. [...] Consagração do tempo matemático, presença de um mecanismo tecnológico, remodelação de um ponto central da cidade: componentes da atmosfera moderna que se buscava imprimir às feições urbanas.<sup>30</sup>

A sincronização da dinâmica da cidade com as necessidades individuais foi marcada pela crescente preocupação em enquadrar da melhor forma possível as atividades diárias, cada vez maiores em quantidade, dentro das vinte e quatro horas que um dia oferece. Por um lado, os aparatos tecnológicos eram responsáveis pela sensação de “ganho de tempo”, no caso dos automóveis, e, por outro, de vigilância do tempo, no caso dos relógios. A exposição pública da Coluna da Hora acena para a perspectiva de que controlar o tempo não era mais uma opção de cada indivíduo, mas uma condição que a vida urbana impunha. Daí a necessidade de exibição do relógio em praça pública.

Sob outra perspectiva, é possível obter um indicativo da relação entre as pessoas e o tempo a partir de observações a respeito do grau de precisão do relógio em seus diferentes momentos. Para isso, pode-se utilizar uma cronologia da evolução mecânica desse aparelho apresentada na edição de 1933 do *Almanach do Ceará*. Depois de indicar as diversas fases do relógio desde a antiguidade, valorizando sua capacidade de medição (horas, dias, fases da lua etc.), o texto encerrava-se com a seguinte afirmação: “Huygens, em 1647, aplicou ao relógio o pêndulo, famosa descoberta de Galileu, no século XVII, tornando assim o aparelho de uma perfeição *chronometrica absoluta*”.<sup>31</sup>

Como é de se notar, a dita perfeição absoluta era presumivelmente admitida com a medição dos segundos a partir da introdução do uso do pêndulo. Com isso, é possível afirmar que centésimos e milésimos de segundo, de relevante importância atualmente — nas competições esportivas principalmente —, possuíam pouca estima no período em que o texto foi escrito. Isso é um indicativo de que a evolução técnica

30 Silva Filho, “Rumores”, p. 30.

31 “A evolução do relógio”, *Almanach do Ceará*, 1933, p. 6.

deve ser entendida de acordo com a criação de novas necessidades, expectativas e possibilidades de uma época. Assim, cada segundo passava a ser valorizado e, muitas vezes, esse valor era relacionado ao do dinheiro, como na anteriormente referida frase encontrada no anúncio da Typogravura A. C. Mendes.

A partir do que foi exposto, entende-se que havia uma crescente necessidade de reduzir os desperdícios de tempo. Para atingir essa finalidade, devia-se aumentar a velocidade de ação. Os fabricantes de automóveis não desprezavam esse fator quando investiam em publicidade. Em várias situações, o critério rapidez foi prontamente evidenciado. Não importava se o veículo era um Chevrolet,<sup>32</sup> um Dodge-Brothers<sup>33</sup> ou um Ford.<sup>34</sup> O importante era que o consumidor soubesse que os carros disponíveis no mercado podiam oferecer-lhe mais velocidade e, portanto, uma economia maior de tempo.

Entretanto, a velocidade era apenas uma entre as diversas qualificações apresentadas nos anúncios como potência, resistência, economia, beleza. A propaganda, porém, não foi o único meio de provocar nos consumidores reflexões a respeito daquilo que os automóveis poderiam ou deveriam oferecer. No seu mês de estreia, o jornal *O Povo*, através de uma enquete intitulada “Automobilismo”, lançou questionamentos ao público leitor que reforçam a concepção de que os carros deviam ser avaliados a partir de uma gama de critérios. Entre as perguntas, é possível encontrar: “Necessita, o automovel, de reunir as condições de segurança, resistencia, economia, durabilidade, estabilidade, velocidade, aspecto, conforto, capacidade de utilização em caminhos impraticaveis etc?”; “Julga, v. excia, que os carros devem ser de aparencia sobria, mas elegante, de gosto apurado e fino, ou de feição aparatosa?” e “Qual é o automovel mais conveniente, mais seguro, mais relativamente barato, mais economico, mais util, mais

32 “Já chegaram os novos caminhões Chevrolet”, *O Povo*, 02/05/1929, p. 5. No corpo do texto, pode-se identificar a frase: “Para transporte rapido, economico e seguro só CHEVROLET”.

33 “Mais uma vitória dos automóveis Dodge-Brothers”, *O Povo*, 16/02/1928, p. 4. Como já evidenciado anteriormente, este reclame mostrava que os carros Dodge proporcionavam “Mais força / Mais economia / Mais velocidade [...]”.

34 “Confiança”, *O Povo*, 01/05/1929, p.15. Entre seus dizeres, o anúncio explicitava: “A aceleração e a velocidade do NOVO FORD são realmente invulgares. No trafego intenso dasgrandes [sic] cidades, onde, muitas vezes, se torna difficil a locomoção, é que se pode avaliar bema [sic] vantagem da rapidissima aceleração do NOVO FORD”.

experimentado, mais confortável, mais resistente, finalmente, que melhor preenche seus fins, sob os pontos de vista acima mencionados?”.<sup>35</sup>

Se avaliadas com atenção, as perguntas do questionário podem oferecer diversos elementos para a compreensão de como o automóvel reunia quesitos capazes de torná-lo símbolo do processo de modernização das cidades. Como esclarecido no início deste trabalho, os aparatos tecnológicos traziam em seu bojo a promessa de otimizar o modo pelo qual as atividades eram realizadas. Entretanto, essa questão pode ser avaliada de forma a abranger outros parâmetros que não somente os técnicos. Economia, preço, conforto e beleza são critérios que não podem ser esquecidos. A autora Ermínia Maricato, que avalia aspectos da cultura do automóvel em seu texto *O automóvel e a cidade*, vai além. Para ela, “ao comprar um automóvel, o consumidor não adquire apenas um meio para se locomover, mas também masculinidade, potência, aventura, poder, segurança, velocidade, charme, entre outros atributos”.<sup>36</sup> Deste modo, o carro adquirido despertava nos usuários diversas qualidades que o destacavam perante a sociedade.

Além disso, percebe-se, pelo teor das questões da enquete, que havia uma pressuposição, por parte de quem perguntava, na influência da individualidade de cada um que possuía (ou desejasse possuir) um carro no momento de escolha do veículo ideal. Isso pode ser identificado também em anúncios publicitários como o da Garage Santa Maria, encontrado no *Almanach do Ceará* referente ao ano de 1919: “Naturalmente V.S. deseja um automóvel de luxo, elegante, silencioso e confortável”.<sup>37</sup> Assim, não é possível dizer que a utilização do automóvel era pautada apenas pela sua característica primordial que era a mobilidade eficiente, mas também por atributos que valorizassem a personalidade dos usuários como o formato da carroceria, as condições de luxo e conforto e, até mesmo, a cor — como indica uma das perguntas da enquete “Automobilismo”: “Diga-nos, v. excia, a cor ideal para o seu carro?”

35 “Automobilismo”, *O Povo*, 14/01/1928, p. 5.

36 Ermínia Maricato, “O automóvel e a cidade”, *Revista Ciência & Ambiente*, 37 (2008), p. 8.

37 “Garage S. Maria”, *Almanach do Ceará*, 1919, p. 98.



## Uso e abuso do automóvel

Neste momento, será estudado um caso específico de como a utilização do automóvel foi percebida por um órgão de imprensa de Fortaleza: *O Diabo a 4*, periódico humorístico publicado no início da década de 1920. No caso, o alvo das repetidas críticas do jornal foi o prefeito interino Adolpho Siqueira.

Na publicação do dia 7 de setembro de 1923, o jornal expôs supostas congratulações pelo aniversário de um ano da folha.<sup>38</sup> Entre elas, uma do próprio prefeito: “Nome meus municipais e *meu* automóvel cumprimento grande órgão, convidando seus redactores um passeio”.<sup>39</sup> Se lida isoladamente, tal notícia não aparenta possuir a carga de críticas que realmente possui. Na leitura contínua dos números seguintes disponíveis do jornal, é possível perceber que o referido automóvel não era propriedade do prefeito, como indica o pronome possessivo utilizado. O veículo era da prefeitura. Com isso, a crítica desse periódico ressaltava justamente a utilização indiscriminada de um bem público para satisfação de interesses pessoais. Outro exemplo é flagrante. Numa seção denominada “Diccionario do Diabo a 4”, onde o intuito era esclarecer o significado de algumas palavras da língua portuguesa, encontra-se a seguinte definição para o verbete “administração”: “Andar de automovel o dia inteiro: administrar o municipio de Fortaleza. Colocar bem as pessoas da familia: administrar um paiz ou um Estado”.<sup>40</sup>

A princípio, a crítica do jornal parece ser bem mais ampla do que uma mera condenação da administração de Siqueira. Talvez a impressão inicial do leitor é de que o jornal rejeita, como um todo, a má gestão dos cargos públicos. Ou seja, seria uma forma de denunciar o entrelaçamento entre vidas pública e privada. Reforça tal concepção o fato do jornal aconselhar o Chefe de Polícia a “aproveitar nas patrulhas todos os soldados que est[avam] fazendo papel de criados”, como forma de melhorar o

38 Doravante, evitar-se-á tentar determinar a veracidade das notícias, pois, dada a condição de gazeta humorística, muito provavelmente a maioria das matérias do jornal é fruto da imaginação dos redatores — entretanto, elas não deixam de dar indícios do pensamento social do período sobre as questões abordadas. Cabe também ressaltar que não há identificação de um corpo editorial. O próprio *O Diabo a 4* ironiza, nos números que seguem a publicação inaugural, as suspeitas geradas sobre quem seriam os responsáveis pela redação do folheto.

39 “O nosso anniversario”, *O Diabo a 4*, 07/09/1923, p. 4, grifo nosso. Mensagem no estilo telegráfico (sem artigos, preposições etc.).

40 “Diccionario do Diabo a 4”, *O Diabo a 4*, 02/10/1923, p. 5.

policiamento da cidade.<sup>41</sup> Assim, o prefeito Adolpho Siqueira, no caso do uso do automóvel, seria um alvo constante provavelmente pelo fato de ser o administrador do município na época.

Entretanto, a leitura de outros números dessa gazeta indica que Siqueira era mesmo um desafeto do jornal. Os motivos não são esclarecidos pelas edições consultadas, mas a persistência em depreciar, não só a administração, mas a pessoa do prefeito é perceptível. Em outra seção, nominada “Figurinhas e figurões”, o periódico fazia considerações sobre a vida juvenil e adulta de conhecidos membros da sociedade. Como era de se esperar, Adolpho Siqueira foi o “figurão” uma vez.

O jornal iniciou o relato explicitando o fracassado passado do prefeito como jóquei. Além disso, sugeria que sua vida política, iniciada após um período trabalhando como varredor de um comércio, foi quase um fruto do acaso. E ia além: “Mas o acto que mais demonstra até agora o seu zelo pelos negocios do município, foi inegavelmente, a aquisição de elegante e veloz automóvel, que é visto em todos os pontos da cidade e no qual s. s. despacha ambulantemente o expediente”.<sup>42</sup>

Em outra oportunidade, no seu “Diccionario”, a folha apresentou, no significado do verbete “Adolpho Siqueira”: “A política, que tudo faz, fel o vereador e depois prefeito [...]. Gosta muito de automovel”.<sup>43</sup> Mais uma vez, a preocupação da redação em deixar claro que sua chegada ao cargo de vereador não foi fruto de suas potencialidades, mas um artifício da política, que “tudo faz[ia]”.

Repetidas referências depreciativas ao nome do prefeito e a ênfase na sua condição anterior à vida política propõem algumas indagações: Não estaria o jornal agindo de forma tão crítica por causa da antiga condição de Siqueira (pelo fato de não ser rico ou parente de políticos)? Isto é, não seria essa uma forma de defender a perpetuação de um número restrito de famílias no poder? Em alguns momentos, o leitor é levado a pensar isso. Por diversas vezes, o jornal criticou os “bestas”, figuras que assumiam certa “pose” ao chegar a patamares que anteriormente lhes pareciam inacessíveis. Eis um trecho:

41 “Consulturio do Diabo a 4”, *O Diabo a 4*, 02/08/1924, p. 3.

42 “Figurinhas e figurões”, *O Diabo a 4*, 07/09/1923, p. 2.

43 “Diccionario do Diabo a 4”, *O Diabo a 4*, 22/09/1923, p. 2.

Imagine o leitor um cavalheiro que durante toda sua vida não tenha andado em automovel sinão duas ou três vezes , e isso mesmo para chamar uma parteira, alta noite. De repente, o homem vae nomeado qualquer coisa no governo do seu Fulano. Prompto! Temos mais um ‘poseur’ insuportavel! Acha que não póde andar dois quarteirões a pé, elle que de outra maneira nunca andou, e logo se mette no automovel da Repartição. E as têtas do Thesouro que jorrem gazolina para satisfazer a vaidade do felizardo!

Quando há uma procissão, um cortejo carnavalesco, uma solemnidade qualquer, ahi temos obrigatoriamente o ‘poseur’, dentro do automovel. A familia do dito tambem se acha com direito ao auto, e é um gosto ver essa gente aparecer em publico no *seu* automovel, a dar ordens ao *seu* ‘chauffeur’, a offerecer aos amigos *seu* carro, etc., etc.<sup>44</sup>

É flagrante a distinção que o periódico fazia da vida antes e durante a condição de político. O automóvel, neste caso, aparece mais como um evidenciador da mudança de status. Isso se dá porque o carro é um tipo de aparato de uso público. Diferentemente de bens domésticos como uma geladeira ou um fogão a gás, o veículo automotor expõe o usuário. Tudo indica que o referido prefeito assumiu um padrão de vida que não lhe era comum. Entretanto, não é absurdo pensar que o automóvel foi apenas um dos vários usufrutos do prefeito: jantares de gala, aparelhos eletrodomésticos etc. A grande diferença é que a utilização que ele fazia do carro se dava sob os olhares da população, como no caso das procissões e cortejos carnavalescos citados. Mas não somente em festas ou ocasiões especiais. Durante a noite, domingos e feriados, como “denunciou” o “próprio automóvel da prefeitura” em carta enviada ao jornal, após Siqueira deixar o cargo de prefeito:

O abaixo assignado, Automovel da Prefeitura, vem requerer a v. ex. [Godofredo Maciel, novo prefeito] uma licença de ao menos dois meses [...].

O Suplicante acha-se realmente com a saúde muito alterada, devido aos ininterruptos e pezados serviços que prestou como um animal, durante o tempo em que esteve no governo da cidade o cidadão Ad. Siqueira.

[...] Dá como testemunhas do que affirma, os seus collegas da Prefeitura [...] os quaes poderão attestar [...] [que o peticionario] era visto a toda hora, completamente atulhado, em carreira desenfreada, por calçamentos ordinarios e ruas

44 “Os ‘Fôfos’”, *O Diabo a 4*, 02/08/1924, p. 1, grifo no original.

immundas, sem ter nunca um domingo para descanso, obrigado a só recolher-se tarde da noite [...].<sup>45</sup>

Como é possível notar, a acusação do jornal estava munida da garantia da existência de testemunhas, o que não seria tão provável caso o automóvel não fosse um item de utilização em vias públicas.

O encadeamento dos dados levantados ainda pode propiciar uma problemática mais ampla. Isso porque existe uma complexidade no posicionamento de *O Diabo a 4* em sua “disputa” com o prefeito Adolpho Siqueira, que será apresentada a seguir.

Como foi colocado até o presente momento, a situação aqui exposta foi pautada por dois aspectos principais: 1) diferenças “pessoais” entre os redatores da gazeta e o prefeito e 2) a utilização do automóvel como foco das críticas devido seu papel de evidenciador do novo padrão de vida de Siqueira. Entretanto, ainda nas suas reflexões sobre a forma como indivíduos mudavam de vida após assumir um cargo público, o jornal fez uma declaração intrigante:

Temos batido constantemente esse vicio do automovel, porque bem sabemos o quanto se arraiga elle nos individuos fracos, impotentes para oferecer-lhe resistencia. O automovel é assim como a morphina.

De repente o viciado perde o poder, e como é triste o jeito com que aparece em publico.<sup>46</sup>

Nesse momento, a crítica ao uso do carro tornou-se explícita. Ao compará-lo com a morfina, o jornal colocava-o na condição de maléfico à saúde e seu usuário sob o risco de tornar-se viciado. A forma como a escrita se dá faz com que a interpretação dos leitores ao se deparar com a opinião do periódico cause uma tendência para o entendimento de que os indivíduos deviam ser fortes a fim de resistir às “tentações” do automóvel. Uma reinterpretação de toda a situação e da postura do jornal parece imprescindível. Entretanto, no mesmo número, um artigo explicitava o caráter complexo da opinião do folheto. Com seu ar irônico, a folha denunciou as más condições da estrada de rodagem que ligava Fortaleza

45 “Os ‘Fôfos’”, *O Diabo a 4*, 02/08/1924, p. 3.

46 “Um dia depois do outro”, *O Diabo a 4*, 27/09/1924, p. 1, 4.

a Soure.<sup>47</sup> Cabe a pergunta: por que a existência de uma crítica ao uso dos carros e, no mesmo número do jornal, uma defesa pela conservação das estradas, palco da utilização dos veículos?

A questão é intrigante. Apesar de carecer da disponibilidade de outros números do jornal de forma a buscar uma melhor compreensão, uma interpretação mais simples pode ser levantada, ainda que carente de lapidação: *O Diabo a 4* se colocava como veículo de crítica política, mais do que social. Assim, a redação se via no papel de denunciar deficiências na gestão pública (obviamente, não se pode desconsiderar as afinidades ideológicas dos redatores). Desta forma, o ataque ao “vício do automóvel” tem que ser contextualizado nos objetivos da crítica que estava sendo construída no momento, que era a respeito do abuso dos recursos públicos por Adolpho Siqueira, desafeto dos redatores do periódico. Em outro momento, a denúncia das más condições de uma estrada está dentro de outro contexto, que é o da forma que o governo organizava os gastos públicos.

## Considerações finais

A modernização, como qualquer processo histórico, deve ser estudada a partir de suas complexidades. Logo, o período abordado não pode ser entendido como a mera disputa dual entre indivíduos favoráveis e resistentes ao advento do moderno. Ou seja, as manifestações de defesa ou rejeição dos novos aparatos tecnológicos devem ser compreendidas como inseridas em um movimento dialético, dentro de um contexto complexo que envolve uma enorme diversidade de interesses, necessidades, oportunidades e expectativas.

O estudo realizado apresenta vários casos nos quais o automóvel era visto, pelos sujeitos históricos, como artefato detentor de características que o identificassem com um novo modo de vida urbana. Isto o configurava como um dos objetos que simbolizavam o processo de modernização. Porém, essa identificação não produziu de imediato o sentimento de aceitação. Em alguns casos, aconteceu algo distinto. Foi justamente o fato dos carros possuírem qualidades técnicas que produziu o sentimento de cautela quanto à aprovação desses veículos. Ou até mesmo de rejeição, quando o processo

47 “Medecina moderna”, *O Diabo a 4*, 27/09/1924, p. 4.

de adaptação da estrutura urbana ao crescimento do mercado de automóveis afetava o cotidiano de certos grupos sociais. Esse repúdio resultava, muitas vezes, em discursos saudosistas, que exaltavam o velho modo de se viver, como identificado no texto intitulado “Fortaleza de outrora”, assinado por alguém de pseudônimo Licurgo:

Muitas vezes, estirado na minha rêde, balançando-a ao impulso do pé num movel proximo, eu, com infinita saudade, me reponho a recordar o passado, e tenho, então, nitida e modesta, a minha Fortaleza de 1920.

[...]

Tudo mudou. Em 1933, a civilização trouxe as torneiras e os caminhões, fazendo desaparecer o paciente gerico [sic], que foi para outro mister.

Para as nuvens elevaram-se os tectos das casas, cujas telhas nossos olhos não mais alcançam. O concreto calçou as ruas por onde passam os omnibus rumorosos, velozes e assassinos.

[...]

E é por isto que eu, na minha rêde, rememorando o passado, tenho bem nitida, com saudade, a minha feliz Fortaleza de 1920!<sup>48</sup>

Como se pode observar, até mesmo questões de cunho afetivo podiam interferir na relação entre sociedade e modernidade. Outro caso que merece destaque é o do oitizeiro do Rosário. Essa árvore foi derrubada, em 1929, a mando do então prefeito Álvaro Weyne, sob a justificativa de que o vegetal atrapalhava o tráfego de automóveis. A ação motivou a manifestação de diversos cronistas da época, que exaltavam a longa vida dessa “árvore histórica” e criticavam a ação do “machado do progresso”.<sup>49</sup>

Por fim, é interessante notar que a utilização dos novos artefatos tecnológicos, neste caso o automóvel, podia causar tanto um enorme fascínio como olhares desconfiados de parcela da população, incerta das consequências que o seu uso (ou abuso) podia acarretar. Essas reações, como foi discutido, podiam ter motivações sociais, culturais, econômicas,

48 “Fortaleza de outrora”, *Almanach do Ceará*, 1934. p. 184.

49 Ver Carlos Eduardo V. Nogueira, “Tempo do progresso, tempo da memória”, in: *Tempo, progresso, memória: um olhar para o passado na Fortaleza dos anos trinta*, Dissertação (Mestrado em História), Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

sentimentais, entre outras. Assim, o estudo da inserção dos carros no ambiente urbano e da tentativa propagação de um ideal automobilístico é aqui apresentado como uma importante ferramenta de compreensão do processo de modernização da cidade e dos valores da modernidade, muitas vezes evidentes nos discursos do período relacionados ao automóvel.

---

recebido em 30/05/2011 • aprovado em 15/12/2011