

Meninas também brincam com carrinhos: notas sobre a história da relação entre mulheres e automóveis

*Girls also play with cars: notes on the history of the
relationship between women and automobiles*

Giselle Hissa Safar
Maria Regina Álvares Correia Dias
Rita Aparecida Conceição Ribeiro

Resumo: A história do automóvel é vasta, complexa e registra invenções, inovações e protagonistas de diferentes nacionalidades, principalmente masculinos. No entanto, ao longo dessa história, as mulheres tiveram participação significativa em diversas áreas, como inventoras, empreendedoras, pilotas de corrida, engenheiras e designers, entre outras. Acima de tudo constituíram e constituem poderoso segmento do mercado consumidor e, ainda assim, o automóvel é tido como território predominantemente masculino. Sem aprofundar nas razões sociais e antropológicas desse cenário, este trabalho procura, por meio de alguns apontamentos históricos, registrar exemplos da participação e do protagonismo feminino no mundo dos automóveis e contribuir para desnaturalizar os estereótipos que cercam as mulheres.

Palavras-chave: automóvel, mulheres, protagonismo feminino.

Abstract: The history of the automobile is vast, complex and records inventions, innovations and protagonists of different nationalities, mainly men. However, throughout this history, women have had significant participation in all areas, such as inventors, entrepreneurs, racing drivers, engineers and designers, among others. Above all, they have constituted and constitute a powerful segment of the consumer market, and yet the car is considered to be predominantly male territory. Without examining the social and anthropological reasons behind this scenario, the present work seeks, through some historical notes, to record examples of female participation and protagonism in the world of automobiles and to contribute to the denaturalization of the stereotypes that surround women.

Keywords: automobile, women, female protagonism.

Introdução

Determinações históricas e culturais impuseram ao espaço público o caráter preferencialmente masculino cabendo às mulheres, não exclusivamente, mas de modo dominante, a intimidade doméstica, as relações interpessoais e as questões nas quais prevalecesse a subjetividade (RISÉRIO, 2015). Essa situação subordinada e circunscrita da mulher a espaços acentuadamente pessoais e familiares estendeu-se por um período muito longo da história, modelando o campo dos interesses femininos e o universo temático de seus fazeres, mesmo quando as situações do contexto do século XX provocaram rupturas definitivas desse modelo.

Whether considering education, politics, business, or the professions, prominent men registered their fears about the consequences of women's emergence from the private world of home into the public realm. Their tone was protective and proprietary. They worried that women would neglect their housekeeping, ignore their children, undermine proper relations between the classes and the races, and degrade their morals if involved in public life. Invoking the fragility of women's bodies, the febleness of their brains, or the frailty of their characters, Victorian experts admonished women to stay home. Their notion of woman's place was hygienic, political, economic, and spatial as well as symbolic¹. (SCHARFF, 1992. p. 3)

A ascensão do automóvel no século XX contribuiu para desconstruir as prescrições patriarcalistas que circunscreviam a mulher a espaços acentuadamente pessoais e familiares limitando seu papel na sociedade, mas a superação do estereótipo de que as mulheres seriam muito fracas e dependentes para administrar a 'besta' motorizada foi (e tem sido) tão difícil como ganhar acesso ao voto, às profissões e à educação. Infelizmente, muito dessa trajetória é pouco conhecida.

Ao longo do século XX, e mesmo um pouco antes dele, as mulheres iniciaram sua trajetória de conquistas em vários campos até então considerados exclusividade masculina, mas, particularmente no caso deste trabalho, no universo dos automóveis. Elas dirigiram, correram, compraram seu próprio veículo ou opinaram na compra de alguém, inventaram mecanismos, projetaram interiores de automóveis ou veículos inteiros, chefiaram equipes na indústria automotiva, protagonizaram livros², canções e propagandas, sejam elas sexistas ou não, nos quais o automóvel era o destaque. E, no entanto, o automóvel continua sendo fortemente associado ao mundo masculino.

The automobile presented an opportunity for women to break out of the social roles that linked them almost exclusively to home and nurturing. The power of the auto was by the twenties equally available to men and women, who could use it to explore new horizons and who could use it to escape from traditional roles. Conservative social movements –those who wanted to preserve and protect traditional gender roles naturally found themselves rather aggressively countering the threat of the automobile by reasserting the centrality of traditional roles and integrating the automobile into the nurturing and child rearing activities that were traditionally associated with women. Members of the clergy often wrote

1 Seja quanto a educação, política, negócios ou profissões, homens proeminentes registraram seus medos sobre as consequências da passagem das mulheres do mundo privado do lar para o domínio público. Seu tom era protetor e proprietário. Preocupavam-se que as mulheres negligenciassem seus cuidados domésticos, ignorassem seus filhos, prejudicassem as relações adequadas entre as classes e as raças, e degradassem sua moral se envolvidas na vida pública. Invocando a fragilidade dos corpos das mulheres, a impotência de seus cérebros, ou a fraqueza de seu caráter, os especialistas vitorianos aconselham as mulheres a permanecer em casa. A noção de lugar da mulher era higiênica, política, econômica, espacial e simbólica. (Tradução livre, das autoras)

2 A esse respeito é bastante apropriado lembrar Clarke (2007) que por meio da análise de um grande número de obras literárias, documenta o fascínio das mulheres pelo automóvel e investiga suas relações com o empoderamento e a construção de novas identidades para a mulher moderna.

*about and prepared sermons about the dangerous social consequences of the automobile, which included opportunities for young women to escape supervision in ways that would certainly lead to moral decline*³. (WACHS, 2000, p. 105).

A sociedade, por meio de suas instituições – educacionais, religiosas, família, suas convenções e preceitos, cria nos indivíduos expectativas, estabelece papéis e comportamentos e influencia modos de falar, de vestir, de agir e até de se mover. A distinção entre os papéis sociais desempenhados por homens e mulheres não diminuiu na mesma velocidade de outras mudanças decorrentes da Revolução Industrial como a incorporação de novos métodos de produção, o crescimento de uma classe operária e urbana e a adoção entusiástica das inovações tecnológicas pela população, entre outras. Aliás, segundo Wachs (2000), elas até se tornaram mais evidentes uma vez que o crescimento das cidades e das atividades econômicas, industriais e comerciais, aumentou a distância entre os espaços de trabalho, território masculino, e os espaços domésticos, território feminino.

Nesse cenário de territórios sociais e físicos distintos, a oportunidade de locomoção representava não só mobilidade física, mas também mobilidade social. Nesse sentido, o automóvel, na condição de arauto da modernidade, constituía um poderoso símbolo de rompimento de barreiras ao qual as mulheres, principalmente aquelas com recursos, poderiam almejar. E muitas o fizeram. No entanto, ainda assim, as diferenças de gênero se revelaram na forma e na extensão com a que a mobilidade foi concedida às mulheres.

Wachs (2000) apresenta, por meio de uma série de exemplos de peças publicitárias, artigos de revista e livros das três primeiras décadas do século XX, como as forças conservadoras da sociedade conseguiram equilibrar a exploração do mercado consumidor que as mulheres constituíam com um discurso que não impedia, mas limitava sua mobilidade, construindo estereótipos que acabaram se prolongando por décadas. Foram criados, inclusive, dois tipos de automóveis adequados para esses papéis: aos homens destinavam-se os carros com motor a combustão, agressivamente ruidosos, com maior potência e autonomia para longas distâncias. O carro elétrico, mais simples, silencioso, próprio para curtas distâncias era mais adequado para o público feminino porque o mantinha com a mobilidade limitada ao espectro das atividades domésticas e sociais próprias do gênero. O autor ainda estabelece um paralelo instigante entre os carros elétricos destinados ao público feminino e toda a parafernália também elétrica (torradeiras, geladeiras, lavadoras de roupa entre outros) que a produção industrial inseriu no mundo doméstico. Antes de libertar a mulher de seus afazeres esses equipamentos tornaram maiores as exigências bem como suas responsabilidades. Segundo Lupton (1997), entre 1920 e 1960, o número de horas que uma dona de casa gastava na lida doméstica aumentou independentemente das “facilidades” modernas introduzidas pelos eletrodomésticos. Uma ilusão de modernidade trazida para dentro do lar que

³ O automóvel apresentou uma oportunidade para que as mulheres rompessem com os papéis sociais que as ligavam quase exclusivamente ao lar e a educação. Até os anos vinte, o poder do automóvel estava igualmente disponível para homens e mulheres, que poderiam usá-lo para explorar novos horizontes e escapar de papéis tradicionais. Os movimentos sociais conservadores – aqueles que queriam preservar e proteger os papéis tradicionais de gênero – naturalmente se posicionaram de forma bastante agressiva contra a ameaça do automóvel, reafirmando a centralidade dos papéis tradicionais e integrando o automóvel nas atividades de criação e educação das crianças que tradicionalmente estavam associadas às mulheres. Os membros do clero geralmente escreviam e preparavam sermões sobre as perigosas consequências sociais do automóvel, que incluíam oportunidades para que as mulheres jovens escapassem à supervisão de um modo que certamente levaria ao declínio moral. (Tradução livre, das autoras)

desestimulasse a busca por uma modernidade na vida exterior, no que é corroborada por Castro (2006):

Mesmo com a chegada dos eletrodomésticos a mulher não se libertou das funções domésticas, pois encontrou mais tempo para educar os filhos, cuidar melhor do marido, deixando a casa mais organizada e assim tornando-se moderna, não por ter rompido com o estabelecido, mas na forma de administrar melhor seu tempo, com o auxílio dos criados elétricos. Ao se voltar para os bens de consumo domésticos, que propagavam a modernidade, cumpria não só uma função econômica como também de prestígio, derivada da sua ociosidade burguesa, que era valorizada e financiada pelo companheiro. Os mesmos discursos sobre os criados elétricos que anunciavam a modernidade divulgavam cenas domésticas mascaradas com matizes de novos tempos e não se aventuravam a problematizar a submissão feminina ou mesmo a mencionar a realização da mulher fora de casa (CASTRO, 2006, p. 119).

É característica do pós-feminismo o esforço para diminuir o desconhecimento sobre muitas histórias envolvendo a mulher e esse desconhecimento, essa invisibilidade é mais significativa naqueles setores ou campos nos quais a presença masculina foi tradicionalmente dominante. É preciso preencher essas lacunas. Na história do automóvel pouco se tem registrado sobre o papel crescente da mulher. Há centenas de registros e relatos sobre inventos e inventores, empresários, grandes pilotos, mas pouco se fala sobre o pioneirismo e as conquistas femininas. Na verdade, há inúmeras mulheres que desempenharam importante papel no surgimento e consolidação do automóvel como uma das mais significativas realizações humanas, mas poucas são conhecidas ou recebem os créditos que merecem.

Na atualidade, graças às conquistas dos movimentos feministas, as mulheres vêm ocupando um número cada vez maior de posições, contudo, não resgatar para as gerações mais recentes os feitos das pioneiras é manter a invisibilidade feminina. Sendo assim este artigo não focaliza mulheres cujas histórias sejam mais recentes, mas é importante lembrar que elas estão aí, presentes e atuantes, seja no comando de grandes empresas automotivas globais como Mary Teresa Barra (1961), chairman e CEO da General Motors, chefiando ou participando de equipes de design como Juliane Blasi (1977) e Nadya Arnaout (1972), da BMW, Michelle Christensen (1981), da Honda, a brasileira Mônica Fragoso da KIA e Camila Palmertz (1967) que comandou a equipe de nove mulheres designers no projeto da Volvo – Your Concept Car⁴.

Procurou-se por exemplos anteriores à década de 1980, décadas ainda muito refratárias à participação feminina no universo dos automóveis de modo a poder ilustrar, de forma eloquente, o pioneirismo e a vanguarda assumidos por figuras femininas que não se limitaram aos papéis e expectativas da sociedade de sua época.

Mulheres empreendedoras e inventoras

Algumas mulheres foram peças chave na história do automóvel por sua ousadia e espírito empreendedor, principalmente numa época em que não se esperava que fossem proativas em

4 A esse respeito sugere-se a visita ao site da CNN para conhecer alguns dos nomes escolhidos pela rede de notícias como representativos da participação da mulher no design de automóveis na atualidade. <http://edition.cnn.com/style/gallery/female-car-designers-gallery/index.html> e ao site da Revista Forbes para o artigo de Kristina Moore sobre o assunto, disponível em: <https://www.forbes.com/sites/forbesstylefile/2016/03/29/women-of-influence-meet-the-women-auto-designers-behind-the-wheel/#64e9467432d2>. Acesso em: 12 mai. 2021

campos tão masculinos como o da tecnologia. É nesse rol que se situam duas das figuras mais emblemáticas da história do automóvel: Bertha Benz e Louise Sarazin (FIG. 1).



Figura 1: Cécilie Bertha Benz e Madame Louise Sarazin-Levassor | Fonte: Disponível em: <http://media.daimler.com/marsMediaSite/en/instance/ko/Louise-Sarazin-and-Bertha-Benz-two-women-with-petrol-in-their-blood.xhtml?oid=9915809>. Acesso em: 12 mai. 2021.

Bertha, nascida Ringer (1849-1944), atraente, inteligente e de família rica casou-se com Karl Benz sem hesitação, e mesmo antes do casamento, ela investiu todo o seu dote para construir a empresa formada por Benz. Os primeiros anos foram muito difíceis, pois ainda que Benz fosse um gênio do design, não tinha talento algum para negócios. Em 1888, sem informar ao marido, Bertha realizou, juntamente com seus dois filhos adolescentes, a primeira viagem teste de um automóvel conhecida, indo com o protótipo do veículo criado por seu marido até a cidade vizinha de Pforzheim. Essa iniciativa representou não apenas uma estratégia de marketing bem sucedida, despertando interesse e atenção para a novidade, mas também permitiu que Bertha identificasse problemas e necessidades de alterações que pudessem melhorar o invento. Muitos anos ainda se passariam antes que a inovação fosse generalizadamente aceita pela sociedade, mas com sua crença inabalável, seu capital e sua bravura, Bertha fez uma grande contribuição para esta história de sucesso.

Edouard Sarazin, um advogado parisiense, era o parceiro de negócios de Gottlieb Daimler na França, mas faleceu precocemente. Sua esposa Louise mostrou-se então mais que uma bela e jovem viúva; mostrou-se uma mulher forte e de rara determinação para seu tempo, continuando a tocar os negócios juntamente com o empresário Emile Levassor que iria produzir, sob licença, os motores de Daimler. Em 1889, acordos estabelecidos entre Gottlieb Daimler e Louise Sarazin e entre esta e Emile Levassor (que acabariam se casando) abriram o caminho para a introdução do automóvel na França e lançaram as bases para toda a indústria automotiva naquele país.

Existiram aquelas cuja contribuição foi de importância para o veículo em si. São mulheres cujas ideias e invenções, umas patenteadas e outras não, foram incorporadas ao universo dos veículos motorizados, a ponto de não se conseguir imaginar um automóvel sem elas. Sua história é, em geral, pouco conhecida, exceto talvez de círculos restritos a pesquisadores e historiadores da área

e conhecê-las, sem dúvida, pode ampliar a capacidade da sociedade de compreender o potencial feminino.

Um dos exemplos mais peculiares é de Mary Anderson (1866-1953) (FIG. 2), americana do Alabama, responsável pela criação e patente do que viria a ser conhecido e usado globalmente como limpador de para-brisa. A ideia lhe ocorreu enquanto andava de bonde em New York e observou as dificuldades do condutor que tinha que parar o veículo para limpar as janelas, da neve ou do excesso de água, com as próprias mãos. Ao voltar para sua cidade, projetou um dispositivo muito parecido com um limpador de para-brisas moderno que funcionava através de uma alavanca do interior do veículo e pelo qual obteve patente em 1903, mas Mary Anderson não fez fortuna com a invenção (LEMELSON, 1994). Os limpadores manuais tornaram-se um tanto exaustivos e em 1917, outra mulher, Charlotte Bridgwood (1861-1929) inventou e patenteou o limpador de para-brisas automático, mas negligenciou sua produção comercial e quando as patentes caíram em 1920, a Cadillac liderou o movimento das companhias para incorporar o dispositivo como um equipamento padrão dos automóveis americanos, tornando-o um acessório indispensável até hoje (FORBES, 2013).



Figura 2: Mary Anderson (1866-1953). | Fonte: Disponível em: <http://www.encyclopediaofalabama.org/article/h-2553> Acesso em: 12 mai. 2021.

Figura 3: Flo Lawrence (1886-1938). | Fonte: Disponível em: <https://wfpp.cdrs.columbia.edu/pioneer/ccp-florence-lawrence/> Acesso em: 12 mai. 2021.

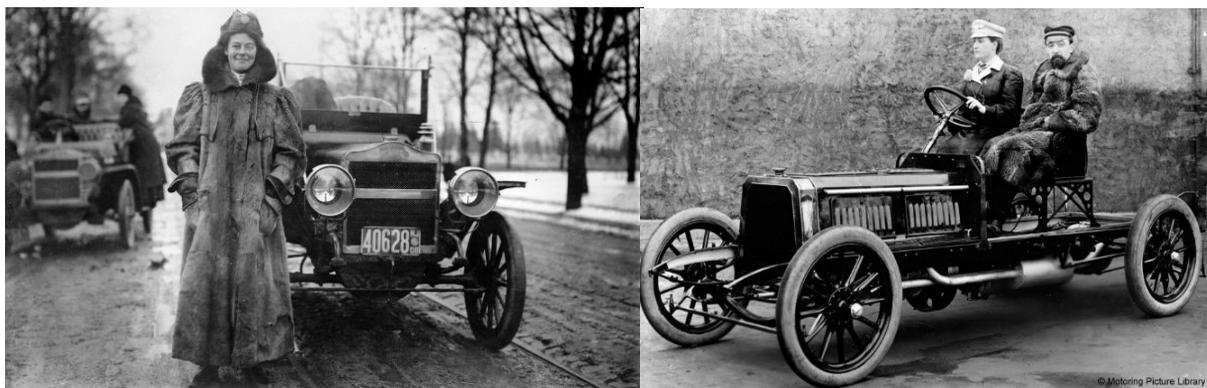
Outro nome importante é o da canadense Florence Annie Bridgwood (filha de Charlotte) (FIG. 3), conhecida artisticamente como “Flo” Lawrence (1886-1938). Atriz e produtora pioneira do cinema, com dezenas de filmes em sua carreira, ela era uma entusiasta por automóveis e criou um sistema de sinalização para carros, utilizando um par de bandeiras de cada lado que podiam ser levantadas e abaixadas com a pressão de um botão e se tornou característica obrigatória para os fabricantes de automóveis da época, dando origem ao que chamamos hoje de sinal de mudança de direção. Inventou, além disso, um sinal que aparecia na parte de trás do carro como um aviso para os que estivessem atrás de que ela estava diminuindo a velocidade. Este sinal tinha a palavra “stop” pintada sobre ele e era acionado pela pressão do pedal do freio. No mundo

de hoje, utilizamos uma versão eletrônica desta invenção chamada "luzes de freio". Por algum motivo, ela nunca patenteou nenhuma dessas invenções cruciais⁵.

Mulheres aventureiras, mecânicas e pilotos

Ao longo da trajetória histórica do automóvel, há aquelas mulheres para as quais a direção de um veículo representava oportunidade para extravasar o gosto pela aventura. É o caso de Alice Huyler Ramsey (1886-1983) (FIG. 4) que, aos 22 anos, foi a primeira mulher a atravessar os Estados Unidos em um carro, numa jornada de New York a San Francisco de 59 dias juntamente com outras três companheiras de viagem (que não entendiam muita coisa sobre automóveis). Ramsey foi patrocinada pela Maxwell Motor Company⁶ e teve ampla cobertura da mídia nessa empreitada ousada para 1909 e que ela repetiria outras vezes.

Figura 4: Alice Huyler Ramsey em frente ao seu automóvel, 1908. | Fonte: Disponível em: <http://www.automotivehalloffame.org/leading-ladies-alice-huyler-ramsey>. Acesso em: 12 mai. 2021.



Entre as pioneiras das corridas de automóveis, o primeiro nome internacionalmente conhecido foi o da francesa Camille du Gast (1868-1942) (FIG. 5), no entanto sua trajetória lembra mais a de uma aventureira que fez do automóvel apenas uma dentre inúmeras paixões e atitudes ousadas. Essa parisiense bela e rica foi na contramão das expectativas para as mulheres do seu tempo. Com o apoio de seu marido praticou balonismo (saltou de um balão com paraquedas em 1895), esportes equestres, de inverno, e tiro. Viúva aos 28 anos, após apenas seis anos de casamento, viajou pelo mundo para locais pouco recomendados para uma mulher da época (atravessou o Marrocos a cavalo), foi ativista pelo voto feminino e pelos direitos civis, treinou cavalos, deu recitais de piano, foi piloto de corridas de barcos e fundou o equivalente francês da Sociedade Protetora dos Animais, além de uma instituição de caridade que prestou cuidados de saúde a mulheres e crianças desfavorecidas, tanto na França quanto no norte da África. Gostava de ação e perigo (em 1930, organizou um protesto contra uma tourada em Melun, e coordenou um grupo

Figura 5: Camille du Gast e M. Barbarou num veículo Benz, 1903. | Fonte: Disponível em: <https://www.beaulieu.co.uk/news/women-in-motorsport-social-history-camille-du-gast/> Acesso em: 12 mai. 2021.

⁵ Disponível em: <http://lemelson.mit.edu/resources/florence-lawrence> Acesso em: 12 mai. 2021.

⁶ A Maxwell Motor Company, fundada em 1904 nos Estados Unidos e comprada pela Chrysler em 1925, foi uma das primeiras empresas automotivas a direcionar seus produtos para as mulheres. Em 1909, patrocinou a aventura coast-to-coast de Alice Huyler Ramsey; em 1914, a empresa havia se alinhado fortemente com o movimento dos direitos das mulheres e anunciou a pretensão de contratar vendedores masculinos e femininos. Em uma de suas recepções promocionais, convidou várias proeminentes sufragistas e apresentou, na vitrine de seu showroom, uma mulher montando e desmontando um motor Maxwell em frente aos espectadores. (SCHARFF, 1992)

que pulou na praça de touros, soprou assobios e disparou bombas de fumaça⁷). Seus anos como piloto de corridas entre 1901 e 1904 são significativos pelas vitórias em importantes competições, mas o que ressalta nesta mulher indomável é que o automóvel foi, antes de tudo, um dos inúmeros meios que encontrou de viver a vida plenamente e de uma maneira bem diferente dos padrões da época (BOUZANQUET, 2009; GODSOE, 2009).

Outro território, fortemente associado ao gênero masculino, é o das corridas de automóveis. É principalmente aqui que as mulheres surpreendem, com o seu envolvimento crescente. Bouzanquet (2009) enumera cerca de 570 pilotas de corridas num período que vai de 1900 a 1970.

All of these women were to use the dawn of the motorcar to help them direct, affirm and manage their lives. Racing was to procure for them recognition in an essentially masculine world, with the addition of a sensational bonus: panache and universal admiration!

Some of them attained glory or met with tragic ends; others retired to start a family at the peak of their careers, or sometimes simply disappeared, forgotten, into destitution⁸. (BOUZANQUET, 2009, p. 5)

Desde a primeira corrida em triciclos motorizados do século XIX até a atualidade, mulheres de várias partes do mundo vêm ampliando sua participação no universo das corridas. Dos eventos exclusivamente femininos até àqueles que podem ser chamados de mistos, elas vêm ganhando prêmios e vencendo obstáculos em uma atividade que o senso comum associa fortemente ao público masculino.

Em 2017 completaram-se 120 anos desde que uma mulher pilotou pela primeira vez um veículo motorizado em um evento oficial. Começando com as pioneiras no final do século XIX, algumas com participação apenas eventual, outras com uma sólida trajetória, chega-se ao final do século XX com um expressivo número de campeonatos, modalidades e pilotas. Uma atividade tão consolidada que fez surgir associações de renome em diversos países, podendo-se citar *l'Automobile Club Féminin de France*, fundada em 1926; a *Women's Automobile and Sports Association*, fundada em 1927, na Grã-Bretanha por um grupo de entusiastas femininas e que encerrou suas atividades durante a Segunda Guerra Mundial; o *The British Women Racing Drivers Club*, nascido na década de 1960 para promover e apoiar mulheres em todas as formas de esporte motorizado e a própria Federação Internacional de Automobilismo, criada em 1904 e com sede na Suíça, que conta com uma comissão especial - *Women & Motor Sport Commission*, dedicada a criar uma cultura esportiva que facilite e valorize a participação plena das mulheres no esporte motorizado.

Há nomes pioneiros em cada país industrializado da época e outros que se tornaram conhecidos para além de suas fronteiras nacionais. Até o final da Primeira Guerra Mundial havia poucas oportunidades para as mulheres competirem e a maioria só fez aparições ocasionais. Entre as pioneiras pode-se citar Madame Labrousse, a condessa italiana Elsa d'Albrizzi, Miss Wemblyn

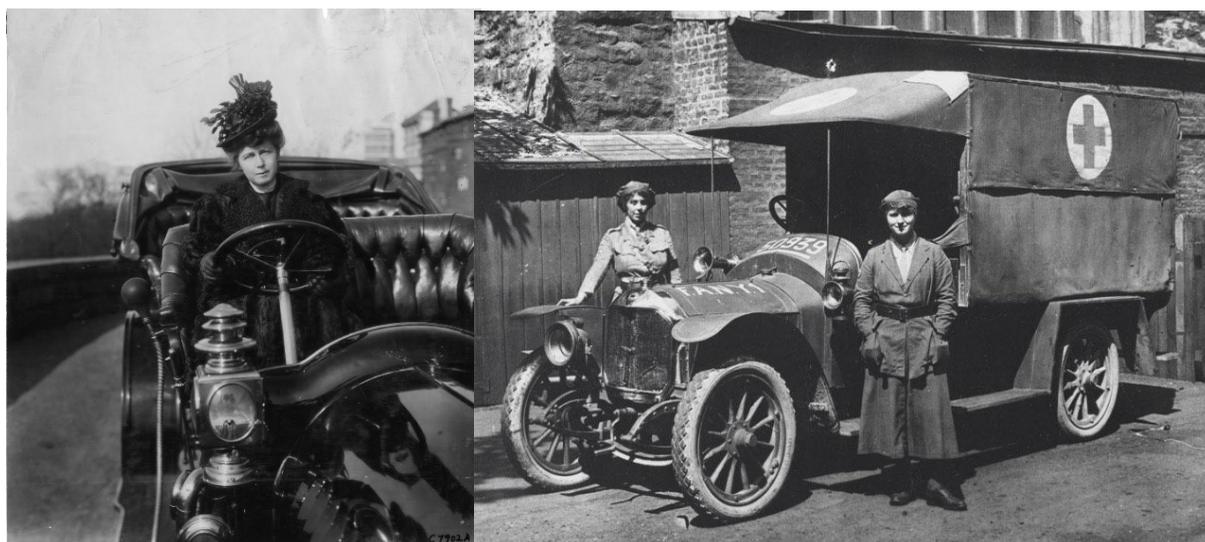
7 <http://amisdesbetes2.over-blog.com/article-une-femme-au-grand-coeur-96483930.html> Esse episódio é narrado em vários blogs vinculados às associações protetoras dos animais como exemplo da ousadia de Camille Du Gast no combate aos esportes que tratavam os animais com crueldade.

8 Todas essas mulheres usaram a emergência do automóvel para ajudá-las a direcionar, afirmar e gerenciar suas vidas. A corrida era uma forma de obter o reconhecimento em um mundo essencialmente masculino, com a adição de um bônus sensacional: confiança e admiração universal! Algumas alcançaram a glória ou encontraram fins trágicos, outras se aposentaram para começar uma família no auge de suas carreiras, ou às vezes simplesmente desapareceram, foram esquecidas, na miséria. (Tradução livre, das autoras)

e a americana Joan Newton Cuneo (1876-1934) (FIG. 6) cujo sucesso nas corridas provocou desconforto entre os pilotos fazendo com que a *American Automobile Association* banisse a participação feminina de seus eventos oficiais (NYSTROM, 2013). Não foi um caso isolado. A consequência do crescente interesse das mulheres pelas corridas de automóveis foi o aumento da resistência e muitos certames tradicionais, até então abertos aos dois gêneros, suspenderam a participação de mulheres ou as limitaram às modalidades exclusivamente femininas, o que não diminuiu o envolvimento delas com o esporte.

Durante os anos de guerra, assim como em todas as modalidades esportivas, houve interrupção nas atividades, mas o envolvimento das mulheres com os automóveis provou ser persistente e as duas guerras mundiais deram oportunidade para que se mostrassem como motoristas não apenas diletantes, mas comprometidas com tarefas arriscadas como dirigir ambulâncias na frente de batalha ou tecnicamente complexas como manutenção mecânica (FIG. 7).

Figura 6: Joan Cuneo em um de seus automóveis de corrida. | Fonte: Disponível em: <https://digitalcollections.detroitpubliclibrary.org/islandora/object/islandora%3A195716>. Acesso em: 12 mai. 2021.



A quebra de paradigmas impulsionada pelas circunstâncias da Primeira Guerra Mundial, quando as mulheres foram motoristas de ambulâncias, de taxis, de caminhões e até de motocicletas militares bem como o surgimento de novos circuitos em Berlim (Avus), Itália (Monza), França (Montlhery e Miramas), Estados Unidos (Indianápolis) além da continuidade de outros mais antigos como Brooklands, na Inglaterra, deram ao mundo automobilístico uma nova geração de pilotas.

Figura 7: Mulheres motoristas de ambulância durante a I Guerra Mundial | Fonte: Disponível em: National Army Museum, London <https://collection.nam.ac.uk/detail.hp?acc=1994-07-250-2>. Acesso em: 12 mai. 2021.

São muitas e de diferentes nacionalidades as mulheres que se destacaram nas corridas de automóveis nos anos entre as duas guerras mundiais. A maioria bem nascida e com posses, outras não; algumas com trajetórias bem sucedidas e outras que não se sustentaram na atividade, mas que deixaram sua parcela de contribuição para a história do automobilismo. Essas mulheres podem ser representadas pela francesa Mariette Helene Delangle, cujo come profissional era Hellé Nice (FIG. 8), também conhecida como a “Rainha Bugatti” (1900-1984). Bela e talentosa, foi modelo erótica e dançarina de cabaré, fez fortuna, amigadas e amantes poderosos. Hellé Nice iniciou nas corridas por aventura e, mais tarde, impossibilitada de continuar a carreira de dançarina em virtude de problemas nos joelhos, como carreira. Participou de vários torneios entre 1929 e 1939, saiu

vitoriosa de alguns e quebrou pelo menos oito recordes dirigindo diferentes modelos e marcas de automóveis, mas se tornando conhecida por sua preferência pelos carros Bugatti. No pós-guerra viu sua carreira declinar, viveu grandes dificuldades e morreu no esquecimento, mas suas histórias foram recentemente resgatadas, inclusive sua participação no Grande Prêmio Cidade do Rio de Janeiro e no 1º Grande Prêmio Cidade de São Paulo em 1936 no qual sofreu sério acidente.



Figura 8: Hélène Nice ao volante de seu Bugatti 35C, em dezembro de 1929. | Fonte: (BOUZANQUET, 2009, p. 27)

As mulheres estiveram presentes até mesmo na Fórmula 1. Ao longo da história dessa categoria cinco mulheres marcaram presença: as italianas Maria Teresa de Filippis, Leila Lombardi e Giovana Amati, a britânica Divina Galica e a sul-africana Desire Wilson. A Fórmula 1 nunca vetou a participação feminina, mas as mulheres encontraram muitas dificuldades na obtenção de patrocínio (BOUZANQUET, 2009).

No final do século XIX, o crescente interesse pelo automóvel foi acompanhado por sua inclusão no jornalismo da época, sensível aos assuntos que despertavam interesse no público, ainda que fosse para abrir espaço ao debate entre detratores e defensores dessa novidade que tantas mudanças causava.

Entre essas mudanças estava, sem dúvida, o interesse que o automóvel despertava no público feminino e a utilização crescente que dele faziam mulheres com recursos, o que levou periódicos interessados neste público a incluir o assunto em suas pautas.

Furthermore, mainstream society papers could not deny the growing role of cars in women's social life. [...] Many mainstream papers ran women's columns on the topic: the Daily Graphic, for example, ran a series of articles by Dorothy Levitt in 1908 that were popular enough to be compiled into a woman's motoring handbook the following year, entitled The Woman and the Car: A Chatty Handbook For All Women Who motor Or Who Want to Motor. Several women's interest periodicals recognized their readers' interest in the motoring

*phenomenon: the Gentlewoman, for example, launched its fortnightly columns on 17 January 1903, penned under the nom de plume of "Rotulan" and carrying copy of everything from motoring veils and car shows to developments in automobile-related legislation*⁹. (SHEPHERD, 2005, p. 385)

Como qualquer área daquela época e de boa parte do século XX, o acesso ao jornalismo profissional não era fácil para as mulheres, principalmente em se tratando de um tema como o automóvel, tradicionalmente considerado um território masculino. Ainda assim as mulheres deixaram sua marca. Dorothy Levitt (1882-1922) não pode, a rigor, ser considerada uma profissional do jornalismo, no entanto, como citado por Shepherd (2005) ela escreveu várias colunas para o prestigioso *Daily Graphic*, nas quais compartilhava suas experiências e percepções ao longo de uma trajetória bem sucedida nas corridas de automóveis que despertaram tanto interesse a ponto de serem transformadas em um manual publicado em 1909. Levitt tornou-se uma das primeiras mulheres a competir em 1903, a primeira britânica, e seu talento como motorista permitiu que obtivesse boas colocações ou vencesse várias corridas. Ela não apenas dirigiu automóveis, mas também correu com barcos, cavalgou cavalos e até aprendeu a pilotar aviões.



Figura 9: O fotógrafo Yves Debraine e a jornalista americana Denise McCluggage, no 24 Hours de Le Mans, 1955. | Fonte: Disponível em: <https://www.gettyimages.com/license/901846154>. Acesso em: 12 mai. 2021.

Outro nome de destaque não apareceria até meados do século XX. Denise McCluggage (1927-2015) foi pilota americana de automobilismo, jornalista, autora e fotógrafa, pioneira na igualdade para as mulheres nos Estados Unidos, tanto no automobilismo como no jornalismo esportivo (FIG. 9). Correu profissionalmente entre 1954 e o final da década de 1960 com vitórias em vários

⁹ Além disso, os mais importantes periódicos da época não podiam negar o papel cada vez maior dos carros na vida social das mulheres. [...] Muitos periódicos importantes apresentaram colunas de mulheres sobre o tema: o *Daily Graphic*, por exemplo, publicou uma série de artigos de Dorothy Levitt em 1908 que eram suficientemente populares para ser compilados em um manual de automobilismo da mulher no ano seguinte intitulado *A mulher e o carro: um manual de bate-papo para todas as mulheres que dirigem ou que querem dirigir*. Os periódicos voltados para o público feminino reconheceram o interesse das suas leitoras no fenômeno automobilístico: *The Gentlewoman*, por exemplo, lançou suas colunas quinzenais em 17 de janeiro de 1903, escritas sob o pseudônimo de "Rotulan" e trazendo informações sobre tudo, desde véus para motoristas e shows automotivos até os últimos desenvolvimentos da legislação relacionada ao automóvel. (Tradução livre das autoras).

momentos quando então passou a se dedicar integralmente ao jornalismo automotivo, fundando uma pequena revista, a *Competition Press*, hoje conhecida como *Autoweek*. (VAUGHN, 2015; WOLFE, 2016; STONE, 2018). Denise ilustra, com seu depoimento, as dificuldades e resistências enfrentadas por uma mulher nesse trabalho: “*I wasn’t allowed in the garage, pit area or press box at Indy,*” *McCluggage remembered. “I had to interview drivers through a chain link fence. Women just weren’t permitted in. I was told people wouldn’t accept news from a woman.”*¹⁰ (WOLFE, 2016)

Mulheres engenheiras e designers

No século XX, mesmo com a crescente liberdade para atuar profissionalmente, as escolhas das mulheres foram direcionadas, em sua grande maioria, para atividades que fossem uma derivação pública daquelas circunscritas ao ambiente doméstico e à vida familiar, não só em função de séculos de condicionamento sobre quais seriam as habilidades “naturalmente” femininas, mas também, pelas expectativas do próprio mercado de trabalho sobre o que lhes poderia ser concedido. O acesso de mulheres trabalhadoras à esfera industrial recebeu resistências. Nem sempre essa resistência está associada a uma posição masculina de intransigência sobre o que seria seu espaço e qual seria o delas. Como observa Jarrige (2007), muitas vezes essa resistência era uma proteção contra a lógica racional capitalista para desvalorizar o custo da mão de obra e auferir mais lucros. A mecanização, ao fragmentar as tarefas complexas de construção de um objeto em ações menores, simples e repetitivas, permitia que a tarefa fosse executada por pessoas que não tivessem altas qualificações – como mulheres e crianças, reduzindo o custo para o empregador. A oposição masculina à concorrência de uma força de trabalho mais barata contribuiu, portanto, para a ideia de um trabalho feminino menor, incapaz de assumir atitudes inovadoras ou resolver situações complexas.

Reduzidas por essa forte oposição, as possibilidades de emancipação feminina no campo da atividade laboral na sociedade pós revolução industrial apenas conseguiram emergir em atividades novas (como datilógrafas, por exemplo) ou derivadas do processo de mecanização de antigas práticas do universo feminino (como tecelagem). Nesse contexto refratário à participação feminina, o campo da engenharia (FIG. 10 e 11) e do design oferecem alguns exemplos marcantes de mulheres que romperam barreiras.

Figura 10: Engenheira na mesa de trabalho, desenhando um corpo de automóvel com lápis e esquadro. | Fonte: Disponível em: <https://digitalcollections.detroitpubliclibrary.org/islandora/object/islandora%3A195538>. Acesso em: 12 mai. 2021.

Figura 11: Grupo de mulheres engenheiras nas mesas de desenho da Packard Motor Car Company, 1943. | Fonte: Disponível em: <https://digitalcollections.detroitpubliclibrary.org/islandora/object/islandora%3A195924>. Acesso em: 12 mai. 2021.



¹⁰ "Não me permitiam entrar na garagem, na área dos boxes ou na área de imprensa em Indy", lembrou McCluggage. "Eu tinha que entrevistar os motoristas através das barreiras de segurança. As mulheres simplesmente não eram permitidas. Disseram-me que as pessoas não aceitariam notícias vindas de uma mulher." (Tradução livre das autoras)

Na Europa, por exemplo, há Dorothee Pullinger (1894-1986) pioneira na engenharia automotiva e no mundo dos negócios. Nascida na França, educada no Reino Unido, começou cedo na indústria de automóveis como desenhista técnica acompanhando os passos de seu pai, então engenheiro da Arrol Johnston, maior e mais antiga fábrica de automóveis da Escócia na época. Durante a Primeira Guerra Mundial, supervisionou equipes femininas nas fábricas de munição e ao término do conflito, assumiu a direção na Galloway Motors Ltd, uma subsidiária da Arrol Johnston que empregava grande contingente de mulheres e produzia veículos para o público feminino. Foi a primeira mulher membro do *Institute of Automobile Engineers* (1923), uma das fundadoras da *Women's Engineering Society* (1919) e entusiasta de corridas de automóveis tendo vencido o *Winner of Scottish Six Day Car Trial* (1924)¹¹.

No campo do design a situação não foi diferente e muito da invisibilidade das mulheres se deve, mais à grande ausência de registros históricos do que propriamente à falta de participação feminina no campo.

Lamm e Holls (1997) confirmam que, nos Estados Unidos, que constituíam referência mundial para a indústria automotiva, apesar do grande desenvolvimento dessa indústria nos anos 1930, poucas foram as empresas que contrataram profissionais mulheres para atuar em suas equipes e entre essas poucas destacam dois nomes pioneiros – Elizabeth Anna “Betty” Tatcher e Helen Dryden.

Betty Thatcher (1917-2001), contratada pela *Hudson Motor Company* em 1939, atuou de forma significativa na concepção dos veículos da empresa até 1941 quando então se casou com Joe Oros, designer da equipe do Cadillac na General Motors e renunciou ao seu trabalho para evitar o conflito de interesses. Helen Dryden (1882-1972), que se notabilizaria posteriormente como ilustradora, foi contratada pelo designer Raymond Loewy para projetar os interiores dos automóveis Studebaker dos anos 1930. O seu trabalho era muito admirado e até mesmo as peças publicitárias da empresa procuravam capitalizá-lo junto ao público.

Avançando um pouco mais no tempo, outros nomes podem ser apresentados para ilustrar a ação pioneira das mulheres no campo do design de automóveis como Helene Rother e Mimi Vandermolen.

Alemã de nascimento e atuando como designer de joias em Paris, Helene Rother (1908-1999) (FIG. 12) fugiu para os Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial. Em 1943 foi contratada pela General Motors para projetar interiores de automóveis se tornando a primeira mulher designer automotiva de Detroit. Após quatro anos como exclusiva da GM, montou seu próprio escritório e atuou para diferentes empresas, mas foi no design de interiores de carros (para Nash Kelvinator Company, entre outras) que construiu reputação, aproximando a indústria automotiva das expectativas de estilo e elegância do público feminino da época. (FOSTER, 2005)

11 Disponível em: <http://www.engineeringhalloffame.org/profile-pullinger.html> Acesso em: 12 mai. 2021.



Figura 12: Helene Rother década de 1950
| Fonte: Disponível em: <https://www.hemmings.com/magazine/hcc/2005/07/Helene-Rother/1280817.html>
Acesso em: 12 mai. 2021.

Nascida na Holanda em 1946, Mimi Vandermolén emigrou para o Canadá onde foi umas das primeiras mulheres a se graduar em Industrial Design pelo *Ontario College of Art and Design* em 1969. Juntou-se à equipe de Design da *Motor Ford Company* em 1970 e participou ativamente do time de profissionais que, principalmente por meio do Ford Taurus de 1986, introduziu mudanças e inovações acompanhadas por todo o mercado automobilístico. Liderou a concepção dos interiores de inúmeros modelos de carros da Ford tendo sido pioneira na introdução de controles táteis no volante e painéis de instrumentos. Ficou conhecida por sua preocupação em integrar as equipes de design exterior e interior de automóveis e sua quase obsessão em atender às demandas do público feminino nas questões funcionais e ergonômicas. (VEIT, 2015)

Um dos exemplos mais eloquentes das dificuldades encontradas pelas mulheres para consolidar sua atuação no design automotivo talvez seja aquele que é considerado um momento marcante de inclusão – a equipe feminina de designers da General Motors na década de 1950.

Conforme Campi (2010), a ideia de que os carros deveriam ser feminizados para torná-los mais confortáveis e palatáveis para as mulheres – um segmento de mercado cada vez mais importante – foi o que levou a indústria automobilística a incluir mulheres nos departamentos de design.

Como uma das pioneiras americanas na contratação de mulheres designers (Helen Rothe em 1943 e Mary Ellen Green Dohrs em 1950), consciente do enorme potencial do mercado consumidor feminino no pós-guerra (quando o deslocamento para os subúrbios e a elevação do padrão de vida favoreceram a aquisição de dois veículos por família) e contando com a visão inovadora de

um vice-presidente que, desde 1927, chefiava a equipe de design da empresa (Harley Earl foi o primeiro designer a se tornar alto executivo de uma empresa mundial), não é de surpreender que a General Motors tenha constituído a primeira grande equipe feminina de design dos Estados Unidos. (FIG. 13)

A equipe foi organizada em 1955 por Harley Earl e as profissionais escolhidas tinham sólida formação acadêmica (a maioria vinha do *Pratt Institute*) e experiência em design industrial (ainda que não em automóveis). Todas¹² se mudaram para Detroit. Seis trabalharam nos estúdios de design dentro de cada uma das marcas automotivas da GM – duas na Chevrolet e uma cada na Buick, Cadillac, Oldsmobile e Pontiac. As outras quatro trabalharam como designers industriais da Frigidaire, de propriedade de GM, onde ajudaram a criar a Cozinha do Futuro (proposta de cozinha para a casa do futuro apresentada pela empresa em seu filme promocional “*Design for Dreaming*” em 1956) e projetaram exposições para o Setor de Estilo.



Figura 13: Seis das chamadas Donzelas do Design da General Motors fotografadas por volta de 1955. Da esquerda para a direita: Suzanne Vanderbilt, Ruth Glennie, Marjorie Ford Pohlman, Harley Earl, Jeanette Linder, Sandra Logyear, Peggy Sauer. | Fonte: Disponível em: <https://www.wnycstudios.org/podcasts/takeaway/segments/gms-all-female-design-team> Acesso em: 12 mai. 2021.

A empresa se orgulhava delas e as apresentava com frequência na televisão e na mídia. De qualquer forma, essa exposição excessiva à opinião pública não os satisfaz particularmente, pois fez com que seu trabalho fosse julgado em termos de feminilidade e não em termos de qualidade, como era o caso de seus colegas do sexo masculino. (CAMPI, 2010, p. 108)

O grande momento da trajetória dessa equipe foi o evento, idealizado e realizado por Harley Earl em 1958, denominado *Spring Fashion Festival of Women Designed Cars* e que recebeu o nome não oficial de *Feminine Auto Show*. Consistiu numa exposição muito bem elaborada e divulgada de dez carros conceito customizados pelas designers e que introduziam uma série de inovações nos automóveis, conforme comentado em Safar e Dias (2016). Além disso, coube às próprias designers

12 A totalidade do material pesquisado sobre as “Donzelas do Design” fala em dez profissionais, no entanto, o cruzamento das informações veiculadas e a fotos existentes citam onze nomes, a saber: Dagmar Arnold, Gere Kavanaugh, Helene Pollins, Jan Krebs, Jane Van Alstyne, Jeanette Linder, Marjorie Ford Pohlman, Peggy Sauer, Ruth Glennie, Sandra Longyear, Suzanne Vanderbilt. As autoras atribuem o fato a alguma substituição ocorrida durante o período de existência da equipe, ainda que não tenha sido identificada fonte fidedigna para confirmação.

a concepção visual do evento que atraiu executivos da GM de todo o país (TEMPLE, 2016). Os resultados imediatos do Salão do Automóvel Feminino foram mínimos, mas muitas inovações que as designers apresentaram, como portas à prova de crianças, espelhos de maquiagem, cintos de segurança retráteis e consoles de armazenamento foram incorporadas aos automóveis nos anos subsequentes.

Pouco tempo depois, ainda em 1958, Harley Earl se aposentou e seu sucessor, Bill Mitchell não continuou o apoio à equipe feminina de designers. A maioria foi para outras empresas ou partiu para carreiras solo no campo da arte e do design. O que chama a atenção nesse caso é o fato de que a existência de uma equipe de design exclusivamente feminina foi explorada mais como uma estratégia de marketing do que como uma política permanente de inclusão da força de trabalho feminina, conforme nos lembram Safar e Almeida (2014). O setor de Relações Públicas da General Motors denominou-as “Donzelas do Design” (expressão que não era do agrado das profissionais) e o farto material promocional produzido enfatizava sua atuação como “decoradoras”, escolhendo cores e tecidos, quando na verdade, elas realmente projetavam os interiores (volantes, portas, assentos, maçanetas entre outros) criando, inclusive, acessórios que se tornaram indispensáveis posteriormente. (FIG. 14)



Figura 14: Peggy Sauer desenha propostas de modificações para o painel de instrumentos de um automóvel. | Fonte: Disponível em: <http://www.harleyearl.com/first-women-car-designers/> Acesso em: 12 mai. 2021.

Poderíamos citar uma longa lista das primeiras designers mulheres que trabalharam no setor automotivo. Além das já mencionadas, Campi (2010) destaca Suzanne Vanderbilt, que trabalhou para a General Motors por 25 anos, tornando-se diretora da divisão Chevrolet Interior II.

No início da década de 1970, Vanderbilt também coordenava interiores de veículos comerciais, caminhões e tratores. Ela estava ciente de que seu talento e sua posição despertavam ressentimento entre os homens, então ironicamente ela afirmou que “Aqui estamos ... Se antes éramos ruins para projetar carros, agora somos ruins para projetar caminhões”. (CAMPI, 2010, p. 109)

A visão estereotipada que se tem relação entre mulheres e automóveis pode ser questionada, inclusive, por um dos mais arraigados preconceitos de gênero: as brincadeiras e brinquedos infantis.



(a) 1900-1910

(b) 1910-1920

(c) 1922



(d) 1920-1930

(e) 1930-1940

(f) 1930-1940



(g) 1947

(h) 1950-1960

(i) 1963



(j) 1960-1970

(k) 1964

(l) 1976

Figura 15: Meninas de diferentes décadas brincando em carrinhos de pedal ou motorizados | Fonte: montagem a partir de imagens retiradas de <https://www.gettyimages.com/>, <https://www.etsy.com/>, <http://www.alamy.com/>, <http://performance.ford.com/> Acesso em: 12 mai. 2021.

Brinquedos e brincadeiras participam dos processos de socialização e formação da identidade das crianças e constituem uma forma de representação social e de comunicação dos valores e papéis que a sociedade estabelece para a dicotomia masculino e feminino. Nesse sentido, reforçados diariamente pela mídia, escola e família, “a criança é subjetivada a crescer com a ideia de que

a distinção entre os sexos está sempre representada a partir das cores e brinquedos” (SOUSA, ARAUJO E ASTIGARRAGA, 2015, p. 7). Essa divisão de brincadeiras e brinquedos por gênero praticamente “naturalizou” a ideia de que meninas não brincam com carrinhos.

É justamente nesse aspecto que a realidade pode se mostrar diferente do que pensa o senso comum. Se “brincar com carrinhos” significar manipular pequenos modelos de automóveis simulando movimentos e colisões, então talvez seja raro encontrar muitas meninas envolvidas. No entanto, se o caso for ‘brincar em carrinhos’, dirigindo modelos que simulam veículos reais, de forma coerente ao que se apresentou até o momento nesse artigo, basta uma breve busca por imagens na internet e encontramos meninas, mesmo nas décadas mais antigas (FIG. 15) se envolvendo e ensaiando, por meio de brincadeiras, a mobilidade e, porque não dizer, a liberdade de ir e vir.

Concluindo... afinal, podemos dizer que as meninas também brincam de carrinhos?

No último reduto do design masculino, a indústria automotiva, ainda encontramos uma certa divisão do trabalho. Campi (2010) ressalta que as mulheres são a maioria no design de interiores (soft-feminino) em oposição ao design de exteriores (*hard*-masculino), no qual muitos mais homens trabalham. Suzanne Vanderbilt provou que esta separação foi absurda e que as mulheres não tinham nenhuma deficiência que, objetivamente, as impedia de desenhar exteriores de automóveis. Outra conclusão a que se chega depois de examinar o trabalho de muitos designers é que não existe estilo feminino em absoluto e que o toque feminino familiar, que alguns empresários esperavam, não se traduz em um certo repertório de formas. Muitos designers não negam o toque feminino, uma vez que as mulheres projetam objetos mais práticos, menos tecnocráticos e mais humanos. (CAMPI, 2010, p. 114)

A alienação da mulher em relação ao automóvel, assim como em todos os demais aspectos da vida social, como trabalho, participação política e religiosa entre outros, difere certamente de contexto para contexto. O cenário abordado neste artigo focaliza a sociedade ocidental, principalmente aquelas na qual o automóvel emergiu durante o século XX como um dos mais fortes símbolos da produção industrial, da racionalidade tecnológica e da modernidade.

Na sociedade patriarcal industrializada, mulheres no volante representavam uma séria ameaça para as ideias e práticas estabelecidas há muito tempo. Automóvel é mobilidade física, mas também representa mobilidade social – poder ir e vir com mais frequência e facilidade, ganhar lugares mais distantes, tornar-se independente da figura masculina para alcançar tais lugares, ampliar as opções de trabalho, alterar as relações no espaço público. O surgimento de um folclore sobre as supostas incapacidades dos motoristas femininos vem, então, como um elemento limitador do processo de ampliação da participação da mulher na mobilidade física que o automóvel proporciona e seu conseqüente significado social. Tais estereótipos negativos continuam a ser explorados mesmo quando o próprio mercado tem consciência de que o público feminino representa parcela significativa do consumo.

Mesmo na segunda metade do século XX essa atitude pode ser encontrada na forma como a figura feminina é abordada nas peças publicitárias sobre automóveis. Em imagens recorrentes a mulher aparece não como motorista, mas como passageira mais atenta ao conforto e à beleza do interior dos carros; a escolha do veículo é associada a questões de sua vaidade pessoal; suas

dificuldades e temores prometem ser resolvidos; ou simplesmente vêm em associações sexistas, o que, nesse caso particularmente, reforça o caráter masculino do automóvel.

Considerando-se a ampla divulgação nos meios de comunicação das peças publicitárias e sua inserção na vida cotidiana, tais produções visuais contribuíram e ainda contribuem de modo significativo para perpetuar, seja a invisibilidade feminina, seja seu papel secundário no universo dos automóveis, não permitindo que a sociedade perceba a força de consumo que as mulheres adquiriram. E poder de consumo na sociedade de consumo, é poder social e político. A verdade é que se as mulheres compravam e continuam comprando automóveis, o mundo até então masculino da publicidade e propaganda não vê sentido em mudar a abordagem e, dessa forma, não se externaliza o poder que as mulheres detêm. “Os homens têm sido compreensivelmente lentos para reconhecer essa verdade, pois significa renunciar ao poder” (SANFORD, 1980, p. 541).

A verdade é que não se quebram paradigmas com martelos e nem estereótipos são desconstruídos com discursos, mas são os feitos pessoais individuais ou coletivos, registrados, contados, conhecidos e reconhecidos que permitirão demolir as barreiras de gênero. A menina que se compraz com a miríade de objetos e brinquedos cor-de-rosa não vai deixar de usá-los porque algum discurso feminista questiona o uso estereotipado e genderificado que se faz dessa cor. Mas se, durante seu crescimento ela tiver oportunidade de conhecer outras possibilidades e exemplos inspiradores de mulheres que romperam as barreiras da mesmice ou da autoridade irrevogável do senso comum, aí sim, ela estará apta para construir outros significados para suas atividades e seus gostos. Então meninas brincam com (em) carrinhos sim; e com competência e seriedade. É preciso apenas começar a contar suas histórias.

Referências

- BOUZANQUET, Jean François. **Fast ladies: female racing drivers 1888 to 1970**. Dorchester (UK): Veloce, 2009.
- CAMPI, Isabel ¿El sexo determina la historia? Las diseñadoras de producto. Un estado de la cuestión. CAMPI, Isabel (Ed.). **Diseño e historia. Tiempo lugar y discurso**. México: Editorial Designio, 2010, p. 87-114.
- CASTRO, Maria Helena Steffens. Tecnologia, mulher e modernidade. **Alceu**, Rio de Janeiro, v.7 - n.13 - p. 111 a 120 - jul./dez. 2006.
- CLARKE, Deborah. **Driving women: fiction and automobile culture in Twentieth-Century America**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2007.
- FORBES, Dennis. Tracking Innovation: Windshield Wipers. **Inventor's Eye** (Publicação bimensal da The United States Patent and Trademark Office). Alexandria (Virginia), v. 14, n.1, fev. 2013. Disponível em: <https://www.uspto.gov/custom-page/inventors-eye-tracking-innovation-windshield-wipers>. Acesso em 12 mai. 2021.
- FOSTER, Patrick. Helene Rother – the first lady of style. **Hemmings**. Bennington (Vermont, USA), 01 jul 2005. Disponível em: <https://www.hemmings.com/magazine/hcc/2005/07/Helene-Rother/1280817.html>. Acesso em 12 mai. 2021.
- GODSOE, Laura. Exploring their Boundaries: Gender and Citizenship in Women's Travel Writing, 1880–1914. **Journal of Western Society for French History**, Ann Arbor (Michigan), v.37, 2009, p. 221-231.
- JARRIGE, François. Le mauvais genre de la machine: Les ouvriers du livre et la composition mécanique (France, Angleterre, 1840-1880). **Revue d'histoire moderne et contemporaine**, v. 54, n.1, p. 193-221, 2007.
- LAMM, Michael; HOLLS, Dave. **A century of automotive style: 100 years of american car design**. 2 ed. Stockton: Lamm-Morada, 1997.
- LEMELSON-MIT PROGRAM. Site do Programa criado pela Lemelson Foundation e administrado pela School of Engineering do Massachusetts Institute of Technology para divulgar inventores excepcionais e inspirar jovens a buscar carreiras criativas na invenção, 1994. Disponível em: <http://lemelson.mit.edu/> Acesso em 12 mai. 2021.
- LUPTON, Ellen. **Mechanical brides: women and machines from home to office**. New York: Princeton Architectural Press, 1997.
- NYSTROM, Elsa A. **Mad for speed: the racing life of Joan Newton Cuneo**. Londres: MCFarland, 2013.
- RISÉRIO, Antonio. **Mulher, casa e cidade**. São Paulo: Editora 34, 2015.
- SAFAR, Giselle H.; ALMEIDA, Marcelina G. Protagonismo feminino no design - um resgate histórico em andamento. In: MORAES, Dijon de; DIAS, Maria Regina Alvares; SALES, Rosemary B. (Org.). **História**. Caderno de Estudos Avançados em Design. Barbacena: EdUEMG, 2014, v. 9, p. 79-96.
- SAFAR, Giselle H.; DIAS, Maria Regina Alvares. Estudos de gênero e seu impacto na história do design. **Dimensões: Rev. de História da UFES**, v. 36, p. 102-120, 2016.
- SANFORD, Charles L. Woman's place In American car culture. **Michigan Quarterly Review**, Ann Arbor, v. 19, n.4, p.137-52, 1980.
- SCHARFF, Virginia. **Taking the wheel: women and the coming of the motor age**. Albuquerque: University of New Mexico – UNM Press, 1992.
- SHEPHERD, Jennifer. The British Press and turn of century developments in the motoring movement. **Victorian Periodicals Review**. Baltimore, v. 38, n. 4, p. 379-391, 2005.
- SOUSA, Maria Inês de Oliveira; ARAUJO, João Berkson da Rocha; ASTIGARRAGA, Andrea Abreu. O “sexo” dos brinquedos: gênero na educação infantil. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO – CONEDU, Campina Grande. **Anais do II CONEDU**, Campina Grande: Editora Realize, 2015, 11 p. Disponível em: http://www.editorarealize.com.br/revistas/conedu/trabalhos/TRABALHO_EV045_MD1_SA11_ID8757_09092015140051.pdf Acesso em 12 mai. 2021.
- STONE, Matt. A racer named Denise: the fastest woman on four wheels. **Road and Travel Magazine**, Royal Oak (Michigan), 2018. Disponível em: <https://www>

roadandtravel.com/celebrities/denise_mccluggage.html
Acesso em: 12 mai. 2021.

TEMPLE, David. Harley Earl's Damsels of Design. In: TEMPLE, David. **The cars of Harley Earl**. Forest Lake: Car Tech, 2016, p. 156-163.

VAUGHN, Mark. Denise McCluggage: 1927-2015. Our friend, colleague, mentor and favorite staff race-car driver has passed away. **Autoweek**. 07 mai 2015. Disponível em: <http://autoweek.com/article/car-life/denise-mccluggage-1927-2015>. Acesso em 12 mai. 2021.

VEIT, Rebecca. Mimi Vandermolen, the Ergonomics Genius Behind Ford's "Rounded Edge Revolution". **Core 77 – Industrial Design Magazine**, Nova Iorque, 04 ago. 2015. Disponível em: <http://www.core77.com/posts/39532/Mimi-Vandermolen-the-Ergonomics-Genius-Behind-Fords-Rounded-Edge-Revolution>. Acesso em 12 mai. 2021.

WACHS, Martin. The Automobile and Gender: An Historical Perspective. In: WOMEN'S TRAVEL ISSUES NATIONAL CONFERENCE, 2, 1996, Baltimore. **Women's Travel Issues Proceedings from the Second National Conference**. Washington, DC: Federal Highway Administration – FHWA, 2000. p. 98-108. Disponível em: <https://www.fhwa.dot.gov/ohim/womens/chap6.pdf>. Acesso em 12 mai. 2021.

WOLFE, Matt. Leading Ladies: Denise McCluggage. **Automotive hall of fame**, Detroit, 09 fev. 2016. Disponível em: <http://www.automotivehalloffame.org/leading-ladies-denise-mccluggage/>. Acesso em 12 mai. 2021.

Giselle Hissa Safar é graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (1981), especialização em Metodologia do Ensino Superior, mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Minas Gerais (2002) e doutorado em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais. É professora da Escola de Design da UEMG na qual leciona desde 1983 tendo já ocupado os cargos de Chefe de Departamento, Coordenadora do Curso de Design de Produto, Diretora da Unidade e Coordenadora de Extensão. Entre 2016 e 2018 foi pró-Reitora de Extensão da UEMG. Atualmente está como professora de História e Análise Crítica da Arte e do Design e coordenadora do Centro Integrado de Design Social (CIDS).

Tem experiência na área do ensino de Design atuando principalmente nos seguintes temas: design, história do design, história da joia, história do mobiliário, design e gênero.

E-mail: giselle.safar@uemg.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8518294148845993>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4697-2916>

Maria Regina Álvares Correia Dias é graduada em Design Industrial pela FUMA/MG, mestrado em Engenharia de Produção e doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento na UFSC. É professora nos cursos de graduação, mestrado e doutorado da Escola de Design da UEMG, onde também coordena o Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa. Atou como designer no LBDI, em Florianópolis, Itautec, Paradesign, Ethermídia e Pixeldesign. Áreas de pesquisa: História do design em Minas Gerais; Materiais, linguagem e design; Teoria, cultura e pesquisa em Design; Métodos e inovação em design; Ergonomia, usabilidade e Interfaces.

E-mail: regina.alvares@uemg.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0498730188943790>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7673-0611>

Rita Aparecida Conceição Ribeiro é graduada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (1984), Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (2000) e doutora em Geografia (2008) pela UFMG. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Design da Escola de Design da UEMG. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Design e Representações Sociais, integrante do Grupo de Pesquisa Presente Y Futuro Del Diseño, da Universidad de Palermo, Argentina. Membro da Câmara de Assessoramento da Área de Ciências Sociais Aplicadas da FAPEMIG. Tem experiência em Design e Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: design e representações sociais envolvendo os processos de consumo, culturas urbanas, audiovisual, design emocional e divulgação científica.

E-mail: rita.ribeiro@uemg.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5074309517644166>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0748-854X>

Artigo submetido em: 30 out. 2021

Artigo publicado em: 31 dez. 2021