



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE HUMANIDADES OSMAR DE AQUINO
CAMPUS III – GUARABIRA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM GEOGRAFIA**

LINHA DE PESQUISA:

Transformações Econômicas nos Espaços Urbanos e Rurais.

JOSÉ IVANILDO XAVIER JÚNIOR

**NA GEOGRAFIA DOS TRANSPORTES: A MARCOPOLO S.A. APROXIMA
PESSOAS**

**GUARABIRA/PB
2021**

JOSÉ IVANILDO XAVIER JÚNIOR

**NA GEOGRAFIA DOS TRANSPORTES: A MARCOPOLO S.A. APROXIMA
PESSOAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC - Monografia) apresentado junto à coordenação do curso de licenciatura plena em Geografia da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em cumprimento aos requisitos necessários para obter o título de Licenciado em Geografia. Sob a orientação do Prof. Dr. Belarmino Mariano Neto.

Orientador: Prof. Dr. Belarmino Mariano Neto

**GUARABIRA/PB
2021**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

X3n Xavier Junior, José Ivanildo.
Na geografia dos transportes [manuscrito] : a Marcopolo S.
A. aproxima pessoas / Jose Ivanildo Xavier Junior. - 2021.
52 p. : il. colorido.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Humanidades, 2021.
"Orientação : Prof. Dr. Belarmino Marino Neto ,
Departamento de Geografia - CH."
1. Marcopolo. 2. Geografia Econômica. 3. Ônibus. I. Título
21. ed. CDD 910

JOSÉ IVANILDO XAVIER JÚNIOR

**“NA GEOGRAFIA DOS TRANSPORTES: A MARCOPOLO S.A. APROXIMA
PESSOAS”**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC - Monografia) apresentado junto à coordenação do curso de licenciatura plena em Geografia da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em cumprimento aos requisitos necessários para obter o título de Licenciado em Geografia.

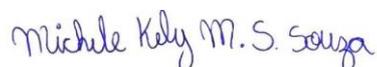
Aprovado em 31/05/2021

BANCA EXAMINADORA



Prof°. Dr. Belarmino Mariano Neto (Orientador) UEPB/CH/DG
Doutor em Sociologia – UFPB/UFCEG


Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva - UEPB/CH/DG
Doutor em Geografia – UFPE



Prof°. Michele Kely Moraes Santos Souza (Examinadora)
Mestre em Geografia - UFPB

Dedico este trabalho a minha mãe, Maria da Paz Silva (*In Memoriam*) que infelizmente não está presente neste momento, mas que certamente está feliz por mim, onde quer que esteja. Saudades Eternas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado forças desde o início da minha jornada acadêmica até a conclusão do curso, por ter vencido cada obstáculo que surgiu ao longo dessa caminhada, e por toda proteção que me foi dada durante todas as minhas idas para universidade.

A minha mãe Maria da Paz (*In memoriam*) que sempre me deu força para cursar um curso superior e que infelizmente faleceu durante meu terceiro ano de curso e não teve o prazer de seu filho formado. A cada um dos meus parentes que acreditaram em mim e que estiveram sempre ao meu lado.

A minha esposa Dinara que conheci durante o curso e foi peça fundamental para a realização desse sonho, sempre esteve comigo em todos momentos bons e ruins, foi minha fortaleza onde me abrigava quando as dificuldades surgiam, mas sempre me ajudou a segurar a barra em todos os momentos.

A minha amiga e irmã Thays Ferreira por todo o companheirismo, por cada palavra amiga e suporte durante todos esses anos na UEPB, assim como meu amigo Anderson Silva por todo o incentivo, a minha madrinha Mariana Moreira por toda a parceria e conselhos, bem como os amigos Ciliane, Gilmara, Franklyn, Ravena, Sueli, Anny, Francinalda, Aluizio, Josineide, Flávia, Carlinda, Ana Carolina, Bianca, Karla, em nome desses agradeço a todos os outros por toda força e amizade durante toda essa jornada.

Ao meu orientador Belarmino Mariano Neto, que se dispôs a me auxiliar na pesquisa e elaboração deste trabalho.

Aos membros da Banca Examinadora Prof. Belarmino Mariano (Orientador), Prof. Michele Moraes e Prof. Luiz Arthur, pela disponibilidade em examinar este estudo, estou ciente de todos os critérios e cuidados para avaliação, e estou disposto a absorver todas as críticas de maneira construtiva.

A todos os professores que compõe o departamento de geografia do Centro de Humanidades, que contribuíram para o meu enriquecimento intelectual, bem como a todos os funcionários que prestam serviço a UEPB.

Aos amigos Carlos Henrique e sua esposa Cilene Lachi do canal Rádio Ônibus que assim como eu também são “busólogos” e contribuíram diretamente para o enriquecimento do conteúdo deste trabalho.

O meu muito obrigado a todos!

“Numa sociedade com base no conhecimento, por definição é necessário que você seja estudante a vida toda.”

Tom Peters

043 – Curso de Licenciatura Plena em Geografia

TÍTULO: “NA GEOGRAFIA DOS TRANSPORTES: A MARCOPOLO S.A. APROXIMA PESSOAS”

LINHA DE PESQUISA: Transformações econômicas nos espaços urbanos e rurais.

AUTOR: JOSÉ IVANILDO XAVIER JÚNIOR – Matrícula: 151435286

ORIENTADOR: Prof. Dr. Belarmino Mariano Neto UEPB/CH/DG

EXAMINADORES: Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva UEPB/CH/DG

Prof^a. Ms. Michele Kely Moraes Santos Souza UEPB/CH/DG

RESUMO

O presente trabalho tratou sobre geografia econômica e da indústria, partindo do estudo sobre a encarroçadora gaúcha Marcopolo S.A. que se configura como líder na fabricação de ônibus no Brasil e uma das maiores do mundo, tem um papel muito importante na economia brasileira gerando emprego e renda, que vai desde seus funcionários da sua linha de produção até os colaboradores das empresas que possuem veículos de origem Marcopolo em suas frotas. Quando se fala em geografia dos transportes a empresa se destaca por todas as ações e soluções desenvolvidas que são destinadas a melhorar o tráfego nos grandes centros urbanos, como também o transporte de passageiros. A empresa sempre teve o cuidado em fabricar um produto de qualidade que se adequa da melhor forma a necessidade a qual é empregado, proporcionando mais segurança e conforto para seus usuários. O ônibus é um dos mais importantes meios de transportes do mundo, e assim como os demais teve um processo de evolução demorado, porém sempre atendeu a maioria das necessidades de todos que usam seus serviços, conquistando inúmeros admiradores Brasil a fora, para muitos o ônibus não é apenas um transporte qualquer, mas uma ferramenta que proporciona grandes encontros e sobretudo aproxima pessoas.

Palavras-Chave: Marcopolo. Geografia Econômica. Ônibus.

043 – Full Degree Course in Geography

TÍTULO: "IN TRANSPORT GEOGRAPHY: MARCOPOLO S.A. APPROACHES PEOPLE"

RESEARCH LINE: Economic transformations in urban and rural spaces.

AUTHOR: JOSÉ IVANILDO XAVIER JÚNIOR – Registration: 151435286

SUPERVISOR: Prof. Dr. Belarmino Mariano Neto UEPB/CH/DG

EXAMINERS: Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva UEPB/CH/DG

Prof^a. Ms. Michele Kely Moraes Santos Souza UEPB/CH/DG

ABSTRACT

The present research approached about the economic and industrial geography, starting from the study about the bus' body manufacturer Marcopolo S.A. That sets up as a leader in Brazil on bus fabrications and one of the biggest in the world, having an important role on Brazilian economy engendering jobs and income, that goes from the production line's employees until collaborators of companies that possess Marcopolo's vehicles at their fleets. When it comes to transports geography, the company stands out for all the actions and solutions developed that are aimed at improving traffic in large urban centers, as well on the passengers' transport. The firm always got careful on building a product with quality, which best suits to the needs that it's made for providing more safety and comfort for its users. The bus is one of the most important transport ways in the world, and like the other ones, it had a slow evolution process, but always complied with all the users of their services, conquering countless admirers in Brazil and abroad. For some people, the bus is not just an any transport, but a tool that offers big meetings and above all, that brings people together.

Keywords: Marcopolo. Economic Geography. Bus.

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICO

Figura 01: Pessoas visitando instalações da fábrica Ford na década de 1920.....	20
Figura 02: Linha de montagem de caminhões GM na década de 1930.....	20
Figura 03: Ilustração do primeiro sistema de transporte coletivo através do omnibus...	22
Figura 04: Modelo do primeiro bonde a circular no Rio de Janeiro em 1859.....	25
Figura 05: Linha de produção da Nicola e Cia no início da década de 1950.....	28
Figura 06: Linha de produção atual da Marcopolo S.A.....	28
Figura 07: Unidade Ana Rech Caxias do Sul/RS.....	30
Figura 08: Unidade Neobus San Marino Caxias do Sul / RS.....	31
Figura 09: Unidade São Mateus /ES.....	32
Figura 10: Operações internacionais da Marcopolo S.A.....	33
Figura 11: Participação da Marcopolo S.A. no mundo.....	33
Figura 12: Processo de fabricação de um ônibus Marcopolo e micro Volare.....	35
Figura 13: Seguintos da Marcopolo: rodoviário de 2 pisos, rodoviário convencional, urbano e micro.....	37
Figura 14: Interior do Marcopolo BioSafe com distanciamento social.....	38
Figura 15: Dispenser com álcool em gel na entrada do veículo.....	38
Figura 16: Principais miniaturas de minha coleção pessoal.....	40
Figura 17: Self com as miniaturas.....	40
Figura 18: Veículos Marcopolo em frente ao campus da UEPB de Monteiro PB.....	41
Figura 19: Turmas de geografia do Campus III em Serra Talhada PE.....	41
Figura 20: Veículos Marcopolo Paradiso G7 em aula de campo na Baía da Traição PB	41
Figura 21: Alunos de geografia a bordo do Marcopolo G7 em aula de campo na Baía da Traição PB.....	41
Figura 22: Marcopolo Paradiso G7 da Guanabara e Real Bus no terminal Rodoviário de João Pessoa PB.....	42
Figura 23: Marcopolo Paradiso G7 da Viação Rio Tinto no Terminal Rodoviário de Solânea PB.....	42
Figura 24: Marcopolo Paradiso G7 1800 DD da Banda Calcinha Preta.....	43
Figura 25: Marcopolo Paradiso New G7 1600 LD da Banda Cavaleiros do Forró.....	43
Figura 26: Marcopolo Paradiso G7 da dupla Bruno e Marrone em Solânea PB.....	44
Figura 27: Banner oficial da página Veículos de Bandas.....	44
Figura 28: Encontro com integrantes da Banda Calcinha Preta.....	44
Figura 29: Encontro com o cantor Batista Lima em Solânea PB.....	44
Figura 30: Ônibus das Bandas Mastruz com Leite, Vicente Nery e Cavalo de Pau em terreno da produtora Somzoon.....	45
Figura 31: Os dois ônibus da cantora Kátia Cilene postos à venda.....	45
Figura 32: Live semanal do canal Rádio Ônibus.....	46
Figura 33: Certificado recebido pela Rádio Ônibus do ONSV.....	46
Gráfico 01: Receita líquida 2020 mercado interno e externo.....	34

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SAIN - Sociedade Auxiliadora da Industria Nacional.

GM - General Motors

OMS - Organização Mundial da Saúde

IEL - Instituto Euvaldo Lodi

ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores

FABUS - Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus

ABCEN - Associação Brasileira da Construção Metálica

ONSV – Observatório Nacional de Segurança Viária

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLÓGICO.....	16
2.1 MATERIAIS E MÉTODOS.....	16
2.2 A EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA NO BRASIL.....	18
2.3 ÔNIBUS COMO MEIO DE TRANSPORTE.....	22
2.4 A CHEGADA DO ÔNIBUS AO BRASIL.....	24
3 A MARCOPOLO S.A.....	27
3.1 ONDE TUDO COMEÇOU.....	27
3.2 DISTRIBUIÇÃO DAS UNIDADES FABRIS.....	30
3.3 CARACTERIZAÇÃO DOS SEGUIMENTOS E PROCESSO DE PRODUÇÃO.....	35
4 A IMPORTÂNCIA DO ÔNIBUS MARCOPOLO PARA OS BRASILEIROS: RELATO DE UM BUSÓLOGO.....	39
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS.....	49

1 INTRODUÇÃO

Após a primeira revolução industrial ter causado grandes alterações no modo de transformar matéria-prima em bens de consumo, a indústria sofreu grandes avanços tecnológicos, tendo início na Inglaterra em meados de século XVIII e logo se espalhou pelo mundo gerando um desenvolvimento significativo no estilo de produção industrial da época. Durante o período do Brasil Colônia, a produção canavieira era a principal atividade econômica exercida nas terras brasileiras, todo cultivo era exportado para Europa pois, naquela época, o Brasil era considerado por Portugal uma fazenda, onde eram fornecidos os produtos que não eram encontrados em outras partes da Europa. Somente alguns anos após a Independência do Brasil, o governo da época decidiu criar uma entidade que auxiliasse a implantação da indústria no Brasil, e assim surgiu no ano de 1827 a SAIN – Sociedade Auxiliadora da Industria Nacional (CHIOCHETTA et al. 2004).

Segundo Chiochetta et al, (2004), no ano de 1844 o então Ministro da Fazenda Manoel Alves Branco criou uma tarifa que ficou conhecida como Tarifa Alves Branco que incentivava a indústria local durante o período do Brasil Império. A Tarifa Alves Branco, vinha para estimular o surgimento de uma série de indústrias em todo território brasileiro, onde teve papel significativo na implantação das primeiras fábricas de tecido nas províncias do Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia, além de dar início ao segmento de metalurgia na província de Pernambuco.

Anos após o Brasil ser proclamado República, a indústria brasileira teve um crescimento acelerado em vários segmentos e no início dos anos de 1900, logo em suas primeiras décadas de existência, houve um aumento significativo no número de empresas que se instalavam em solo nacional e, conseqüentemente, ampliou-se o número de funcionários nessas empresas. O início do século XX também foi marcado pela chegada das primeiras montadoras de automóveis ao Brasil, a exemplo, as norte americanas Ford e GM - General Motors como afirma Correia (2008) *apud* Nascimento (2016):

O início da indústria automobilística no Brasil acontece entre o período de 1920 e 1930 em São Paulo. Nesta época estas indústrias importavam componentes e montavam os seus veículos aqui. Com o fim da Segunda Grande Guerra, o Brasil assumiu uma política flexível e estimuladora em relação à atração das empresas e do capital estrangeiro (CORREIA 2008, *apud* NASCIMENTO, 2016, p.70).

Nas primeiras décadas do século XX, os bondes eram os protagonistas no transporte público de passageiros nas grandes cidades, o que seria aprimorado com o surgimento dos primeiros ônibus importados movidos a combustão que vinham para melhorar o tráfego dentro das cidades, tendo em vista sua facilidade de locomoção e flexibilidade. Por não se movimentar sobre trilhos, permitia que o veículo trafegasse em locais onde os bondes e trens se limitavam a passar. Algum tempo depois estreavam-se os primeiros bondes elétricos na cidade do Rio de Janeiro (RAMOS et al, 2017).

Na década de 1940 surgiram as primeiras fábricas de carrocerias de ônibus no Brasil, ainda de forma bem artesanal. No ano de 1946, surgia na cidade de Joinville, no estado de Santa Catarina, a primeira fábrica de carrocerias de ônibus do Brasil, a Nielson & Irmão, que mais tarde passaria a se chamar Busscar Ônibus S.A. Três anos mais tarde surgiria a Nicola & Cia, que mais tarde passaria a se chamar Marcopolo S.A. (OLIVEIRA, 2001).

Segundo Belinni (2012), somente alguns anos após a fundação da Marcopolo, a indústria automobilística teve um impulso significativo pelo governo brasileiro. Em meados da década de 1950, o então governo do presidente Juscelino Kubitschek criou o plano de metas cujo lema era “50 anos em 5”, que visava estimular o crescimento da economia brasileira, sobretudo a expansão de setores industriais para todas regiões do Brasil, o que alavancou os incentivos à indústria local e a chegada de novas indústrias estrangeiras ao país.

A seguinte pesquisa tem como objetivo principal analisar a evolução da indústria de carrocerias de ônibus no Brasil, frisando o crescimento da produção de veículos destinados ao transporte coletivo de passageiros, onde a encarroçadora Marcopolo S.A. têm protagonismo quanto a produção de ônibus no Brasil e domina com folga o mercado de carrocerias de ônibus a nível nacional, somando participação significativa no mercado exterior.

O interesse pela pesquisa surgiu através da minha grande paixão e admiração por ônibus. Sempre tive a curiosidade em conhecer cada modelo de carroceria que circulava por onde andava, logo comecei a colecionar miniaturas dos mais diferentes tamanhos e modelos. Com o passar dos anos, a afeição só aumentou e ainda adolescente comecei a trabalhar em uma oficina mecânica, onde meu interesse por automóveis pequenos e pesados cresceu e, com o tempo, tornei-me “busólogo”. Esse termo é usado para definir pessoas aficionadas por ônibus. Há pouco tempo conheci

a plataforma Rádio Ônibus, que é especializada em conteúdos sobre ônibus, onde os busólogos se atualizam e compartilham suas experiências na área, o que contribuiu diretamente para realização desta pesquisa. Atualmente, trabalho em uma oficina especializada em funilaria e pintura de automóveis, onde é um ambiente que torna possível conciliar meu *hobby* de admirar automóveis/ônibus e, ao mesmo tempo exercer a profissão de concertar carros.

Para geografia, a pesquisa permeia por um campo de estudo pouco explorado e mostra como a pequena empresa de chapeação de carrocerias de caminhão do interior do Rio Grande do Sul se tornou uma grande empresa transnacional e, mais tarde tornou-se uma das maiores encarroçadoras de ônibus do mundo, com unidades fabris em quatro continentes e seus produtos sendo comercializados em mais de 140 países (MARCOPOLO, 2020).

A pesquisa foi organizada sobre análise de dados quali-quantitativos, obtidos através da observação direta de dados oficiais e extraoficiais de órgãos que estudam o volume de vendas e comercialização de cada encarroçadora com planta no Brasil, como também informações e resultados cedidos pela própria Marcopolo S.A. em suas plataformas digitais. Além de entrevistas cedidas pelos principais representantes da empresa a revistas, canais e sites que exploram o conteúdo abordado na seguinte pesquisa.

Devido à pandemia da covid-19 que se proliferou não só no Brasil, mais a nível global, e seguindo aos decretos estadual e municipal como também as recomendações da OMS (Organização Mundial da Saúde), as pesquisas de campo infelizmente se tornaram inviáveis para evitar a propagação do vírus em meio às pessoas, o que limitou os recursos e materiais que seriam necessários para um maior enriquecimento deste trabalho.

O trabalho se estruturou em 4 capítulos, sendo o primeiro a introdução; o segundo os elementos teórico metodológicos; o terceiro o objeto de estudo e os resultados da pesquisa e o quarto tratou do envolvimento com o mundo da busologia. Por fim, encerrou-se com as considerações finais, seguidas das referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLÓGICO

Para o desenvolvimento deste trabalho, todo suporte teórico e metodológico foi elaborado com base em revisões literárias com informações retiradas de livros, artigos científicos e monografias, sendo estas fundamentadas nas linhas de pesquisas de autores como Belinni (2012) e Pimenta (2002) que, por sua vez, estão relacionados ao tema principal, onde tais conteúdos contribuíram de maneira direta para a construção da fundação teórica do presente trabalho.

2.1 MATERIAIS E MÉTODOS

A referida pesquisa possui uma abordagem quantitativa e qualitativa, pois se baseia em resultados numéricos que lidam com a vida social e econômica. Aprofunda-se na dinâmica dos aspectos que se correlacionam no objeto de estudo. Dessa forma é possível compreender o objetivo principal do deste trabalho, expondo de maneira mais ampla, seus resultados de acordo com o levantamento bibliográfico e numérico, levando em conta sua linha de pesquisa dentro do campo da geografia industrial e geografia econômica.

Segundo Gil, (2002, p.17), “pesquisa é definida como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”. Entendendo isso, é possível escolher qual o tipo de abordagem se encaixa melhor na realidade a qual será estudada. Desse modo, a pesquisa desenvolve-se por um processo constituído de várias fases, desde a formulação do problema até a apresentação e discussão de seus resultados, onde se pode compreender com mais clareza a ideia abordada.

A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever os resultados de determinado fenômeno, traduzindo tudo para um formato quantificável. Dessa forma, todos os dados são analisados através de números e estatísticas. O pesquisador deve limitar-se apenas a descrever de forma imparcial o resultado da amostra, levando em conta apenas os fatos da pesquisa, sem se aprofundar e com a mínima intenção de compreendê-los de maneira mais ampla, como afirma Prodanov; e Freitas (2013):

Pesquisa quantitativa: considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão etc.) (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.69).

Diferente da quantitativa, a abordagem qualitativa usa basicamente a interpretação do pesquisador para analisar os dados através da narrativa dos entrevistados, e pouco se preocupa com os resultados numéricos. De acordo com Silveira; Córdova, (2009, p.32), “a pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais”. Esse tipo de abordagem se concentra em compreender os fenômenos e ações de determinado grupo social ou organização na sociedade.

A geografia, enquanto ciência, conta com um campo de estudo muito abrangente que trata do estudo da terra e seus fenômenos físicos, biológicos ou humanos, cada área com sua particularidade. Quando se fala da geografia humana, pode-se destacar duas áreas muito relevantes para esta pesquisa, são elas: a geografia da indústria e geografia econômica.

Referente a geografia da indústria, evidenciam-se os estudos dos mais diferentes tipos de indústria, a transformação da matéria-prima em bens de consumo ou insumos para outros tipos de ramos industriais. Desse modo, Sandroni, (1999, p.299) afirma que indústria é o “conjunto de atividades produtivas que se caracterizam pela transformação de matérias-primas de modo manual com o auxílio de máquinas e ferramentas no sentido de fabricar mercadorias”. Enquanto a geografia econômica tende a estudar a distribuição, localização e organização das atividades econômicas regionais e gerais presentes no planeta, como afirma Wooldridge; East (1967) *apud* Nunes (2000):

A Geografia Econômica seria a Geografia Comercial tratada do ponto de vista das relações de causalidade. Seu objetivo seria o estudo científico das áreas do mundo, com respeito à influência direta que exercem sobre a produção de mercadorias. Nesse particular, definiu-se um longo caminho que muitos geógrafos especialistas em Geografia Econômica trilharam, buscando verificar, acima de tudo, a influência dos fatores de ordem física sobre as ocupações, os produtos e, de modo mais geral, a vida dos povos estabelecidos nas diferentes partes do globo. Trata-se, pois, de uma tarefa eminentemente geográfica e relacionada de maneira direta como o campo da Geografia Geral, possuindo bastante em comum com o mesmo. Procura estabelecer para o mundo, considerado como um todo, a natureza e o fundamento lógico de suas diferenciações regionais. (WOOLDRIDGE; EAST, 1967 *apud* NUNES 2000, p.20).

A geografia econômica atua no estudo dos mais diferentes aspectos socioeconômicos do mercado a nível regional e global, como também seus efeitos na sociedade. Outro aspecto importante é a análise crítica do motivo pelo qual uma determinada atividade econômica é realizada em um local distinto, levando em consideração os elementos da localidade a qual será exercida a atividade como o clima, logística para fornecimento de mercadorias ou recursos naturais.

2.2 A EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA NO BRASIL

Como já abordado ao longo do desenvolvimento do estudo, todo referencial teórico tem como base da sua linha de pesquisa a economia e a indústria e, dentro deste campo, destaca-se um pouco da história da indústria brasileira, que vem desde o período do Brasil Império em meados do século XIX. Muitas foram as tentativas de industrialização do Brasil, o processo foi lento devido o governo português enxergar o Brasil apenas como produtor de insumos que não eram encontrados em outras partes da Europa.

Somente após a Independência do Brasil do governo português, que os planos de impulsionar a indústria local ganhou fôlego, e logo foi criada uma entidade que tinha como objetivo o desenvolvimento da indústria brasileira, assim surgiu a SAIN – Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional, que mais tarde seria auxiliada por uma tarifa criada pelo então Ministro da Fazenda Manoel Alves Branco, com o intuito de estimular o surgimento de empresas no país, assim como é afirmado nos dados do IEL (2002) *apud* Chiochetta et al (2004):

Um surto de industrialização mais consistente, porém, só surgiu depois de 1844, quando o governo baixou a Tarifa Alves Branco, conferindo certo grau de protecionismo à nascente indústria brasileira”. Esse ato criou um certo desconforto internacional, por representar um desafio à poderosa Inglaterra (IEL, 2002, *apud* CHIOCHETTA et al, 2004, p. 2).

Logo nas primeiras décadas do século XX, o Brasil teve um crescimento econômico bem significativo, trazendo como destaque o número de fábricas e trabalhadores, sobretudo o aumento das indústrias que vinham do exterior e estabeleciam suas plantas em terras brasileiras. À medida que os anos se passavam, novos segmentos industriais surgiam no Brasil mas, sem dúvidas, um dos que

chegavam àquela época e ganharia um grande destaque entre a população era o setor automotivo. A história do automóvel no Brasil tem data do final do século XIX no ano de 1893, quando o irmão do pai da aviação, Henrique Santos Dumont importou da França o primeiro carro que rodou em terras brasileiras, desembarcando no porto de Santos e levado para a cidade de São Paulo, onde fez seu primeiro passeio, gerando um verdadeiro alvoroço em todos os moradores que observavam atentamente e admiravam a grande novidade (PIMENTA, 2002).

Segundo Pimenta, (2002, p.16), “tratava-se de um carro movido a vapor, com fornalha, caldeira e chaminé, com capacidade para dois passageiros”. Aquele veículo marcou o início de uma nova era na história da indústria no país, quando se falava em meio de transporte, as pessoas logo mencionaram a novidade vinda do exterior, e logo se tornou um dos objetos de consumo mais cobiçados pela população brasileira.

Ainda segundo o autor, o início do século XX foi marcado pela chegada das primeiras indústrias automobilísticas ao Brasil, até então os automóveis que rodavam em solo nacional eram importados dos Estados Unidos, Europa e depois do Brasil. Esses automóveis já eram o objeto de consumo mais desejado da população brasileira. A chegada das primeiras montadoras gerou um grande salto na história da indústria e economia do país, gerando grande número de funcionários, assim como afirma Pimenta (2002) *apud* Nascimento (2016):

A fabricação de automóveis foi um marco na evolução da indústria no século XX, após a Primeira Guerra Mundial, quando a produção artesanal dos veículos foi substituída pela fabricação em massa, devido aos novos processos de produtividade do trabalho. Henry Ford (Ford) e Alfred Sloan (GM-General Motors) destacaram-se pela transformação das empresas por eles dirigidas em gigantes industriais, contribuindo com o progresso econômico dos EUA (PIMENTA, 2002 *apud* NASCIMENTO 2016, p.70).

As décadas de 1920 e 1930 foram marcadas pelo crescimento acelerado da produção das montadoras norte americanas Ford e GM que, por sua vez, ainda fabricavam seus produtos com a maioria dos insumos vindos do exterior, o que tornava o custo final do produto muito mais alto, deixando ainda mais restrito às classes com maior poder aquisitivo. Logo, com o avanço acelerado das linhas de produção, crescia também a curiosidade das pessoas em conhecer de perto como um dos objetos de consumo mais cobiçados da época eram fabricados. Ford e GM abriram as portas de suas fábricas para visitação dos curiosos (NASCIMENTO, 2016) (Figuras 01 e 02):

Figura 01 - Pessoas visitando instalações da fábrica Ford na década de 1920



Fonte: Quatro Rodas, (2018).

Figura 02 - linha de montagem de caminhões GM na década de 1930



Fonte: Quatro Rodas, (2018).

Como pioneiras na fabricação de automóveis no Brasil, as gigantes norte-americanas Ford e GM rapidamente ganharam destaque em meio ao público, cada vez mais conquistavam admiradores que sonhavam em possuir um dos objetos mais cobiçados daquela época. No início do século XX, mesmo com as montadoras em solo nacional, os produtos só vieram a se nacionalizar completamente a partir de meados da década de 1950, através dos incentivos propostos pelo governo brasileiro que visava alavancar o crescimento econômico e industrial em todos os setores e regiões do Brasil (LOBO, 1977). Outros autores como Santos; Pinhão (1999) mencionam que:

A produção de veículos no Brasil teve início no final da década de 50, com a implantação de fábricas da Volkswagen, Toyota, Ford (automóveis e comerciais leves), Mercedes-Benz, Scania (caminhões e ônibus), na cidade de São Bernardo do Campo e General Motors (automóveis, comerciais leves, caminhões ônibus), em São Caetano do Sul e a Ford (caminhões), na cidade de São Paulo (SANTOS; PINHÃO, 1999, p.175).

Inicialmente, essas fábricas se instalaram na região do ABCD paulista, onde permaneceram em seus primeiros anos até a estruturação e consolidação de suas marcas no país, somente duas décadas após alguns incentivos municipais, os grupos seriam atraídos para outras regiões fora da grande São Paulo e até para outros estados do Brasil. Naquela mesma década, o país viveu um novo marco na história da produção industrial graças ao governo da época assim como afirma (NASCIMENTO, 2016):

A partir de 1957, no governo JK (1956-1961) no contexto do “Plano de Metas”, foram feitos investimentos diretos no setor de transporte, energia, siderurgia, e refino de petróleo. Expandia-se a industrialização e a necessidade de

transportes. O ponto de partida para a produção automobilística foi a reativação da Fábrica Nacional de Motores e o incentivo à fabricação de caminhões e tratores, fruto de uma política de fomento da indústria que criava pesadas tarifas de importação de automóveis (NASCIMENTO, 2016, p.71).

A partir do ano de 1957, grandes foram os incentivos e facilidades gerados pelo governo brasileiro para impulsionar o crescimento da indústria automobilística no país. Rapidamente se iniciou o processo de nacionalização dos produtos que seriam comercializados no mercado nacional. O Brasil passou a produzir um maior número de insumos para fabricação dos automóveis, que até então tinham grande parte de suas peças vindas do exterior. Os fabricantes começaram a gerar produtos mais modernos, que supririam as necessidades de seus clientes, como também se adaptavam melhor às configurações de rodovias (NASCIMENTO, 2016).

Assim como o mercado de automóveis cresceu, o mercado de transporte rodoviário também viu sua oportunidade de ganhar espaço em meio aos automóveis, a partir dos incentivos que o governo brasileiro fornecia. Não só os fabricantes estrangeiros de caminhões e ônibus como Mercedes-Benz viam grande oportunidade de crescer no mercado brasileiro, como também as pequenas encarroçadoras nacionais como Nielson & Irmão e Nicola & Cia, que tiveram o início de suas atividades em meados da década de 1940. Conseqüentemente, também se beneficiaram dos incentivos fornecidos pelo governo da época, vindo a conquistar seu espaço no mercado nacional. Somente alguns anos depois a fabricante sueca de caminhões e ônibus Volvo veio instalar sua unidade fabril no estado do Paraná (SANTOS; PINHÃO, 1999).

No ano de 1956 foi fundada em São Paulo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), entidade criada com a finalidade de defender os interesses de todas as empresas fabricantes de automotores com instalações no Brasil. Atualmente a entidade conta com associação de 26 grupos automotivos que são responsáveis por representar cerca de 40 marcas de automóveis, comerciais leves, caminhões e máquinas agrícolas que são comercializados no mercado brasileiro. Além de 7 grupos de encarroçadoras de ônibus que são responsáveis por produzir a maior parte da frota de ônibus e micro-ônibus urbanos e rodoviários que circulam pelo país e são devidamente associados à Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (FABUS) criada em 1959, com o intuito de defender toda classe dos fabricantes de ônibus do Brasil (ANFAVEA, 2021), (FABUS, 2021).

2.3 ÔNIBUS COMO MEIO DE TRANSPORTE

O ônibus passou por um grande processo de evolução para chegar até o modelo que se conhece atualmente. Desde o uso da tração animal, passando a rodar sobre trilhos e a implantação dos primeiros motores a combustão que facilitam sua locomoção nas cidades. Foi um longo caminho, porém o transporte nunca perdeu sua importância. Hoje, sem dúvida, é um dos veículos mais importantes e utilizados do mundo, não é possível imaginar como seria um grande centro urbano sem o ônibus no seu sistema de transporte público.

O ônibus, ou “omnibus” como era chamado no passado, é um veículo terrestre motorizado, de origem europeia, que foi criado com a finalidade de transportar pessoas coletivamente. Esse tipo de transporte pode ter a capacidade de carregar até 300 passageiros dependendo da sua configuração de tamanho e número de poltronas, bem como o local onde o mesmo circula. É o tipo mais comum de transporte público, usado em sua maioria nos grandes centros urbanos ao redor do mundo. O ônibus foi o primeiro sistema organizado para o uso coletivo das pessoas (BUSCLUB, 2021). (Figura 03):

Figura 03: Ilustração do primeiro sistema de transporte coletivo através do “omnibus”



Fonte: Via Trolebus, (2018).

O primeiro registro desse tipo de transporte data no ano de 1661, na capital da França, quando o matemático Blaise Pascal teve a ideia de criar um meio de transporte utilizando charretes puxadas a cavalos. Possuía o objetivo de promover determinadas viagens com horários, destino e tarifas devidamente cobradas e que

deveriam circular por toda a cidade de Paris e agilizar o traslado dos moradores de um determinado local da cidade para outro e seus arredores, como afirma Stiel (2001) *apud* Costa (2006):

Na França, em 1661, Pascal concebeu a ideia de ônibus, porém o veículo ainda não tinha este nome. O Duque de Roaunez, por sugestão de Pascal, requereu ao Rei Luiz XIV a concessão para explorar carruagens públicas que circulariam em Paris, com itinerário, tarifas e horários preestabelecidos, o que foi concedido em 27 de fevereiro de 1662. O primeiro itinerário foi entre *Luxembourg* e a *Porte de Saint Antoine*. As carroças, chamadas pelo povo de *carroces à cinc sous*, tinham lugar para oito passageiros, além do cocheiro e seu ajudante (STIEL, 2001 *apud* COSTA, 2006, p.16).

Naquele primeiro momento, mesmo com uma boa popularidade, o transporte não durou muito e rapidamente foi deixado de lado. Não existe um dado concreto que explique o real motivo desse tipo de serviço ter sido abandonado naquela época, acredita-se que talvez pelos altos preços, o veículo não era acessível a todo o público e nem todos os moradores tinham condições de comprar um bilhete para utilizá-lo, e até mesmo suas rotas que não atendiam devidamente a população, (COSTA, 2006).

Mais tarde no ano de 1826 na cidade de Nantes no oeste francês, um dono de uma casa de banho chamado Stanilas Baudry criou um transporte com charrete puxada a cavalos para levar seus clientes do centro da cidade para o local da estalagem do seu negócio, e logo o transporte ficou conhecido e passou a ser utilizado não só para o local de seu negócio, mas também como transporte para outros locais da cidade. Com isso, começaram a chamar o transporte de “omnibus” como afirma o Museu Virtual do Transporte Urbano *apud* Costa (2006).

O ponto final dessas diligências ficava em uma praça onde havia uma loja de um chapeleiro de nome Omnes. Naquele tempo as casas não possuíam números. O Sr. Omnes então, fez um trocadilho usando o lema “omnes omnibus” que significa “Omnes para todos”. Logo os usuários das diligências passaram a usar o termo omnibus para denominá-las. Sr. Baudry, muito esperto, notou que várias pessoas usavam as diligências apenas para se locomover, e não para freqüentar a casa de banhos. Então, ele solicitou uma autorização oficial para implantar um serviço de viaturas públicas, criando uma linha entre *Richebour* e *Salo* (MUSEU VIRTUAL DO TRANSPORTE URBANO *apud* COSTA, 2006, p.17).

A partir daquele momento, a cidade de Nantes passaria a ser a primeira no mundo a possuir um transporte público coletivo de passageiros com itinerário, horário e tarifa devidamente estabelecidos e a pioneira a chamá-lo de “*omnibus*”, nome que mais tarde mudaria, passando a ser chamado de ônibus. A novidade logo se espalhou

e ficou famosa em várias partes da Europa e, conseqüentemente, em outros lugares do mundo incluindo o Brasil (COSTA, 2006).

O transporte foi ficando cada vez mais importante e essencial nos grandes centros urbanos que estavam em desenvolvimento tanto em expansão territorial como populacional, conseqüentemente também necessitavam de uma mobilidade urbana mais eficaz e um meio de locomoção eficiente que levasse o maior número possível de pessoas de uma determinada localidade da cidade para outra, dessa forma começou o processo de evolução do ônibus como meio de transporte.

2.4 A CHEGADA DO ÔNIBUS AO BRASIL

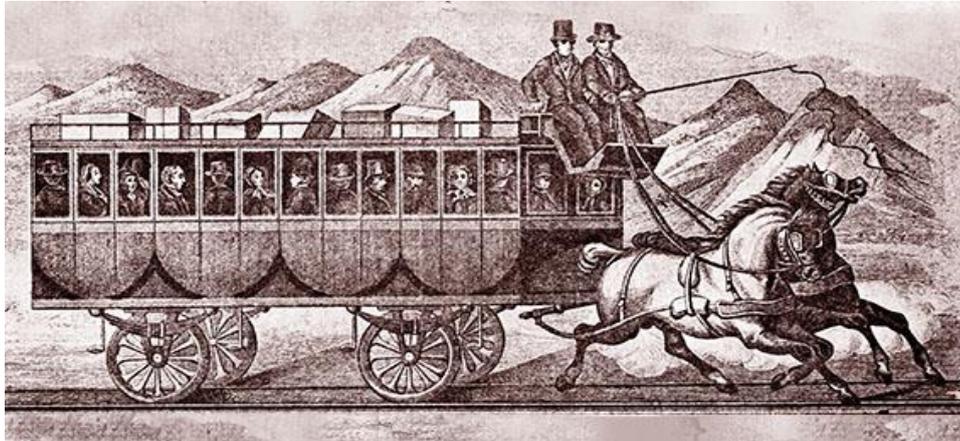
Os primeiros registros desse tipo de transporte no Brasil foram datados em 1817 na cidade do Rio de Janeiro, após o Rei D. João VI conceder a um sargento de sua guarda real o direito de explorar as linhas de transporte de passageiros existentes na época. Em 1837, foi fundada a Companhia de “Omnibus”, iniciativa que visava aumentar a qualidade do serviço devido ao aumento da demanda de usuários e efetivar de vez o serviço na cidade. O meio de transporte logo se tornou um grande sucesso e a maior parte da população tinha a curiosidade de usar o transporte, porém a tarifa cobrada era considerada muito alta e poucos eram os grupos sociais que tinham acesso à novidade (REVISTA ÔNIBUS, 2004 *apud* COSTA 2006). Outros autores como Feltrin (1997) *apud* Costa (2006) mencionam que:

o sucesso do ônibus foi tão grande que os outros meios de transporte (carruagem, cabriolés e tálburis) protestaram contra o novo concorrente, e a Câmara Municipal instituiu a cobrança de impostos e aplicou pesadas multas aos veículos da Companhia de Omnibus, que eram obrigados a trafegar com lanternas acesas, da Ave Maria em diante, com exceção das noites de luar (FELTRIN, 1997 *apud* COSTA, 2006, p.18).

Na época, a Companhia de Omnibus dominava com folga o segmento dos transportes de passageiros no Rio de Janeiro, porém só tinha como concorrente direta a Companhia de Gôndolas Fluminense, que eram transportes bem menores e que comportavam menos passageiros que os omnibus e eram puxados a burros. Anos mais tarde, esses transportes puxados a cavalo ganharam um novo tipo de tração, sendo colocadas rodas de metal no lugar das rodas de madeira e passaram a circular sobre trilhos espalhados pelas principais ruas da cidade. A partir daquele momento,

passaram a ser chamados de bondes e desenvolveram papel fundamental para uma melhor mobilidade dos centros que estavam em crescimento não só no Brasil, mas em vários países do mundo (COSTA, 2006) (Figura 04):

Figura 04: Modelo do primeiro bonde a circular no Rio de Janeiro em 1859



Fonte: Museu Virtual do Transporte Urbano, (2020).

Alguns anos depois, os cavalos foram substituídos pelo motor a vapor, o que facilitou seu deslocamento sobre os trilhos e no ano de 1892 foram aos poucos perdendo seus motores a vapor e passaram a ser elétricos, sendo os primeiros bondes movidos a eletricidade da América do Sul. O sucesso dos bondes retardou a chegada dos ônibus movidos a gasolina e que rodavam sobre rodas de borracha que era intitulado na época de auto-ônibus (MUSEU VIRTUAL DO TRANSPORTE URBANO, 2021).

Com o passar do tempo, os bondes começaram a entrar em desuso devido sua limitação em rodar apenas sobre os trilhos e não entrarem em determinados locais. Desse modo, os auto-ônibus entram em cena para melhorar o tráfego dentro das grandes cidades, com a flexibilidade de alcançar mais lugares. O ônibus não precisava se movimentar em trilhos e se deslocava mais rápido que os bondes e trens.

No ano de 1905, o primeiro auto-ônibus rodou na França e após três anos de sucesso na Europa, finalmente chegou ao Brasil no ano de 1908. Primeiramente vieram importados da Europa e dos Estados Unidos, logo ganharam destaque entre a população e se tornaram fundamentais para o melhoramento da mobilidade urbana das cidades que estavam em desenvolvimento na época (MUSEU VIRTUAL DO TRANSPORTE URBANO, 2021). Outros autores como Steil (1984) *apud* Costa (2006) mencionam que:

Em 1917 foi aprovado o modelo de um novo tipo de auto-ônibus para o transporte de passageiros. Estes ônibus eram movidos à bateria (eletricidade), construídos nos EUA e funcionaram até 1928, quando foram substituídos pelos 20 “imperiais” ou “chopp-duplo” como os cariocas apelidaram os ônibus de dois andares da Viação Excelsior (STEIL, 1984 *apud* COSTA 2006, p.19).

Com o crescimento avançado dos médios e grandes centros urbanos, o ônibus se tornou indispensável para o transporte rápido das pessoas que se deslocavam de suas casas todos os dias para desenvolver suas atividades cotidianas na cidade e, principalmente, para o deslocamento de trabalhadores de grandes empresas e indústrias até seu local de trabalho, tendo em vista que o automóvel ainda não era uma realidade para a classe trabalhadora.

Os bondes foram aos poucos perdendo a popularidade entre os usuários após tantos anos de sucesso. O ônibus finalmente tomou destaque entre as mais diferentes classes de pessoas e foi deixando de ter importações dos modelos vindos da Europa e Estados Unidos, para o começo da sua produção nacional, em meados da década de 1940, quando começaram a surgir as primeiras fabricantes de ônibus brasileiras. Após a chegada da fabricante de caminhões Mercedes-Benz ao Brasil, a indústria encarregadora de ônibus brasileira deu um grande salto no modo de fabricar esse tipo de veículo (OLIVEIRA, 2001).

Naquela época o modo de fabricação de um ônibus era bem modesto, isso se tratando das primeiras encarregadoras nacionais. A Mercedes-Benz já era considerada uma empresa de nível global quando se tratava de fabricar veículos pesados. Sua chegada ao Brasil fortaleceu extremamente o setor, além dos caminhões e ônibus monoblocos que a empresa fabricava, também passou a fornecer os chassis exclusivos para o acoplamento de carrocerias de outros fabricantes como Marcopolo, Busscar, Caio e, mais tarde, a Comil (OLIVEIRA, 2001).

Algum tempo depois, as suecas Volvo e Scania também chegaram ao Brasil para reforçar ainda mais o crescimento do setor. Não demorou muito para que as encarregadoras brasileiras também evoluíssem e passaram a ser importantes na fabricação de ônibus de origem 100% nacional. Dentre as encarregadoras nacionais, a Marcopolo S.A. ganhou destaque e preferência dos empresários e usuários por sua ousadia e inovação.

3 A MARCOPOLO S.A.

Neste capítulo, será apresentado o principal objeto de estudo do trabalho, a Marcopolo S.A. Trata-se de uma empresa transnacional com sede na cidade de Caxias do Sul, no estado brasileiro do Rio Grande do Sul, sendo a maior fabricante de carrocerias de ônibus do Brasil e uma das maiores do planeta, tendo 11 unidades fabris espalhadas em 4 continentes. Com seus produtos circulando por mais de 140 países do mundo, conta com mais de 10.000 funcionários e um faturamento que gira em torno de 2,7 bilhões de dólares ao ano, conta com mais 50% de participação no mercado nacional, incluindo suas duas subsidiárias San Marino Neobus Carrocerias e Ônibus Ltda e Volare Veículos Ltda (MARCOPOLO, 2020).

O capítulo foi dividido em três partes, na primeira um apanhado histórico de como a empresa surgiu até os dias atuais. No segundo momento, mostramos onde se situam suas principais unidades de produção no Brasil e exterior, bem como suas principais atividades em cada um dos mercados em que a mesma atua, logo após o processo de fabricação dos modelos de sua gama de produtos e como podem ser empregados cada modelo em seu respectivo segmento, e por último mostramos as principais soluções que a Marcopolo vem desenvolvendo para enfrentar as dificuldades geradas pela pandemia da Covid-19.

3.1 ONDE TUDO COMEÇOU

No dia 6 de agosto de 1949, surgia na cidade de Caxias do Sul/RS uma pequena empresa especializada em chapeação e pintura de carrocerias de caminhões, formada por quatro irmãos da família Nicola, descendentes de italianos, e intitularam a pequena fábrica de “Nicola e Cia”, que mais tarde se tornaria uma das principais fabricantes de ônibus do mundo. Naquela época, fabricar um ônibus era uma tarefa muito difícil, dada as condições precárias e falta de ferramentas adequadas para trabalhar, o processo era demorado e feito de forma bem artesanal, a equipe tinha a difícil tarefa de transformar um caminhão em um ônibus como afirma Belinni (2012):

Fazer ônibus naquela época, carroceria de ônibus era uma aventura. As ferramentas eram poucas e precárias. Quase primitivas. E nós tínhamos que

transformar um caminhão num ônibus: tirávamos a cabine do chassi do caminhão, arrumávamos os pedais, cortávamos o eixo, deslocávamos o painel. Éramos pouquíssimas pessoas, menos de 20, e fazíamos as coisas na base da coragem, improvisamos tudo (BELLINI, 2012, p.3).

O tempo para a montagem de forma artesanal da estrutura até o término da fabricação inteira da carroceria levava aproximadamente três meses, dada a má condição do local de trabalho e falta de recursos que facilitassem os afazeres na época. Atualmente a empresa tem a capacidade de montar até 100 unidades em um único dia, e isso apenas nas unidades fabris do Brasil, sem contar com as fábricas no exterior (BELLINI, 2012) (Figuras 05 e 06):

Figura 05: Linha de produção da Nicola no início da década de 1950



Fonte: Marcopolo, (2020).

Figura 06: Linha de produção atual da Marcopolo S.A.



Fonte: Auto Industria, (2018).

Em meados da década de 1950, o governo brasileiro deu impulsionou à indústria automobilística nacional em vários setores com expansão para várias regiões do Brasil, liderado pelo então Presidente Juscelino Kubitschek, foi lançado o Plano de Metas que tinha como lema “50 anos em 5” (BELLINI, 2012. p.10). “Ele visava estimular a diversificação e o crescimento da economia brasileira, baseado na expansão industrial e na integração de todas as regiões do Brasil”.

O número de encarroçadoras aumentou consideravelmente, antes de sofrer seu primeiro declínio, nessa mesma época a então fabricante de caminhões e ônibus Mercedes-Benz, se instalou no estado de São Paulo, e as carrocerias que eram feitas de forma artesanal e montadas sobre chassis de caminhões, passaram a ter seus primeiros chassis produzidos pela Mercedes-Benz exclusivamente para ônibus, como afirma Bellini (2012):

Até o final dos anos de 1950, havia apenas pequenas encarroçadoras no país, mas em grande número. Eram mais de duas dezenas de empresas no

setor. Em 1959 quando foi fundada a FABUS (Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus), 23 fabricantes se associaram. Nas décadas seguintes, segundo o diretor da FABUS Roberto Ferreira, o mercado de ônibus sofreu uma profunda transformação (BELLINI, 2012. p.11).

Até o ano de 1996 a Mercedes-Benz produzia suas próprias carrocerias sem chassi, os chamados monoblocos, onde carroceria e motor eram feitos pelo mesmo fabricante, o que não permitia a maior customização interna dos produtos. Com o atual modelo de compra de um modelo zero KM no Brasil, o empresário pode adquirir o chassi de um fabricante e a carroceria de outro, permitindo que o comprador personalize seu produto de acordo com a necessidade do seguimento que irá ser operado (BELLINI, 2012).

A Marcopolo S.A. ao longo de sua história sempre se destacou no mercado por sua ousadia e versatilidade em cada uma de suas criações. A década de 1960 foi muito importante para empresa que passou a exportar suas primeiras unidades para um país vizinho, Uruguai. Até o final dessa década, o mercado de carrocerias tinha sua maior produção endereçada ao segmento de urbanos para o transporte coletivo. Para tanto, a Nicola e Cia visando uma maior participação no mercado, passou a produzir os primeiros ônibus para médias e grandes distâncias no país, produzindo assim o modelo rodoviário, (MARCOPOLO, 2015).

No ano de 1968, é lançado o primeiro ônibus da encarroçadora com o nome Marcopolo, sendo um verdadeiro sucesso de vendas na época, cujo nome viria a ser dado para a empresa em 1971, sendo a mesma renomeada como “Marcopolo S.A. Carrocerias e Ônibus”, (MARCOPOLO, 2015). O nome foi inspirado no navegador italiano (Marco Polo), o que transformaria de vez o destino da encarroçadora no Brasil como afirma Bellini (2012):

O nome do navegador italiano (Marco Polo), escrito em uma única palavra revelou-se um achado. Adequava-se perfeitamente ao produto, por estar relacionado a viagem, e ainda remetia as características associadas ao conhecido aventureiro, como ousadia, audácia, versatilidade e conquista. Em pouco tempo, o nome Marcopolo foi absorvido (BELLINI, 2012, p.17).

Segundo o autor (2012), atualmente a Marcopolo S.A. é a única encarroçadora do mundo com a flexibilidade e capacidade de fabricar carrocerias para todos tipos e tamanhos de chassis disponíveis nos mais variados mercados, seja o ônibus mini, micro, midi, urbano, articulado, biarticulado, trólebus, intermunicipais, e seu carro chefe, os rodoviários convencionais ou com dois pisos, fazendo com que a empresa ganhe ainda mais destaque quando se fala em fabricar ônibus.

3.2 DISTRIBUIÇÃO DAS UNIDADES FABRIS

A Marcopolo S.A. tem sua sede no Brasil, porém seus produtos estão espalhados por todo o mundo, conta com participação direta em uma série de empresas fabricantes de ônibus em vários países, mantendo controle majoritário ou parcial das mesmas. Atualmente a empresa possui 3 grandes complexos industriais em atividade no Brasil, que são responsáveis pela produção de todos os produtos Marcopolo e suas duas marcas subsidiárias Neobus e Volare. Destas, duas unidades estão localizadas no município de Caxias do Sul no estado do Rio Grande do Sul, a Ana Rech e a unidade Neobus San Marino, já a unidade Volare São Mateus está localizada no município de São Mateus no estado do Espírito Santo.

Fundada em 1981, a unidade Ana Rech é a principal fábrica da Marcopolo no mundo e é responsável pela produção da maior parte da gama de produtos oferecidos pela encarroçadora no Brasil, como também as unidades destinadas à exportação, com seus 384,300 m² de área física, destes 149,769 m² são de área construída, nesta planta são montados os modelos rodoviários Paradiso e Viaggio, os modelos intermunicipais Audace e Ideale, o escolar Senior Midi, e os urbanos Torino, Viale BRT e BRS (MARCOPOLO, 2021) (Figura 07):

Figura 07: Unidade Ana Rech Caxias do Sul/RS



Fonte: Marcopolo, (2021).

A unidade San Marino Neobus, foi fundada no ano de 1991, e conta com uma área física de 350,996 m², onde 56,870 m² são de área construída. Esta planta está responsável pela produção dos modelos Marcopolo micro, Marcopolo Senior urbano e rodoviário, também é a principal fábrica de uma de suas subsidiárias, a San Marino Neobus Carrocerias e Ônibus Ltda, onde são montados todos os modelos da mesma. Encontram-se nesta unidade as linhas de produção dos modelos urbanos New Mega, Thunder +, e o micro escolar Thunder Way, além de parte da linha de produção da sua outra subsidiária Volare, linha que foi transferida da antiga unidade Planalto em 2017 (NEOBUS, 2021) (Figura 08):

Figura 08: Unidade Neobus San Marino Caxias do Sul/RS



Fonte: Neobus, (2021).

A unidade Volare São Mateus é o mais novo e moderno complexo industrial do grupo Marcopolo no Brasil e um dos mais avançados em tecnologia do mundo. Fica localizado no município de São Mateus, litoral norte do estado do Espírito Santo, foi inaugurado em 2014, conta com uma área física de 822.000 m², onde 65,547 m² são de área construída, um complexo grandioso, pronto para a receber toda a linha de produção de sua subsidiária Volare Veículos Ltda.

Esta unidade é especializada na produção da mais completa linha de mini-ônibus e micro-ônibus do mercado brasileiro, é responsável também por produzir as unidades destinadas à exportação. Os produtos Volare estão presentes em mais de

100 países do mundo. A unidade também abriga parte da linha do modelo urbano Marcopolo Torino que anteriormente era montado na antiga fábrica de outra subsidiária do grupo, e agora extinta Ciferal Industria de Ônibus Ltda (Marcopolo Rio) no estado do Rio de Janeiro (VOLARE, 2021) (Figura 09):

Figura 09: Unidade São Mateus/ES

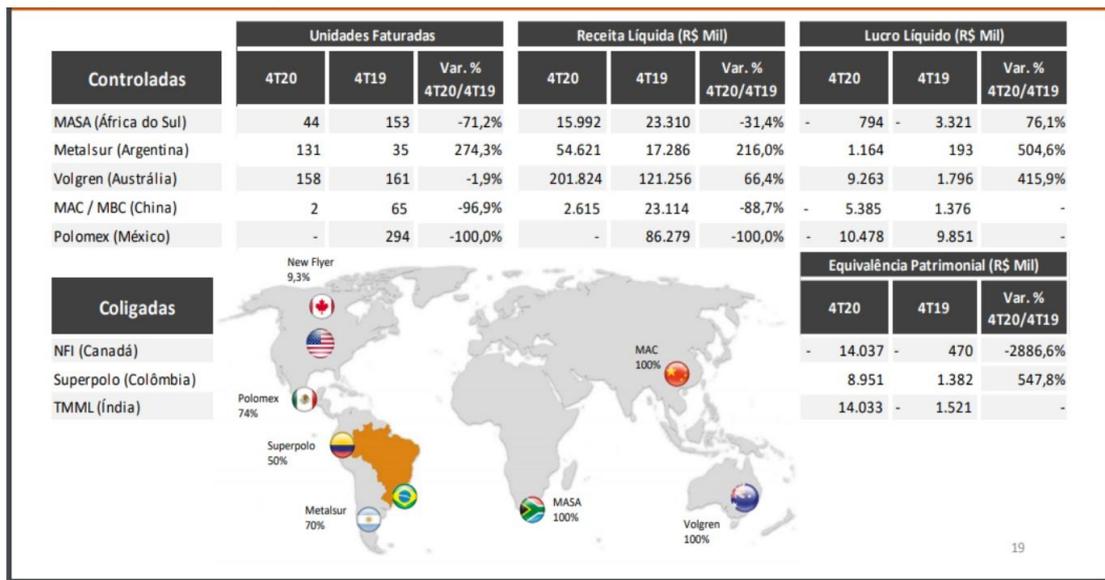


Fonte: Volare, (2021).

Saindo do Brasil, a Marcopolo S.A. possui uma participação significativa no mercado de carrocerias de ônibus em escala global, além dos 3 complexos industriais situados no Brasil, a empresa também possui outras 10 fábricas espalhadas em 9 países de 4 continentes: América do Sul, América do Norte, África, Ásia e Oceania, situadas em locais estratégicos visando abranger um maior número de mercados, dessa forma seus produtos circulam em mais de 140 países do mundo (MARCOPOLO, 2020).

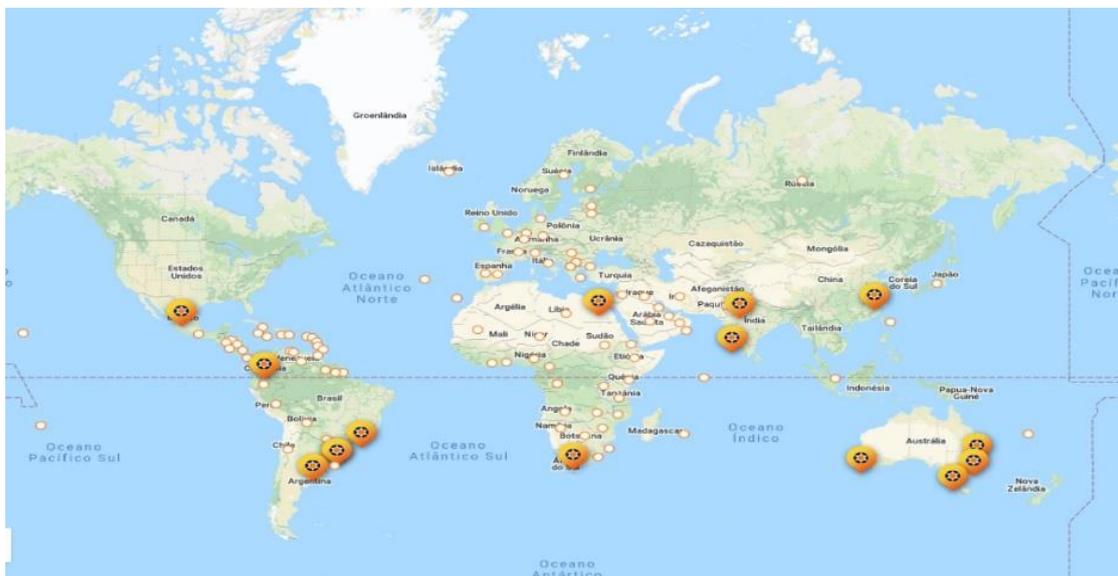
Além das suas exportações provenientes das unidades brasileiras, a empresa também conta com alto investimento em capital de participação em outras empresas fora do Brasil, tendo o controle total na MASA (África do Sul), Metalsur (Argentina), Volgren (Austrália), MAC/MBC (China) e Polomex (México), além da participação minoritária em outras quatro empresas, NFI (Canadá e Estados Unidos), Superpolo (Colômbia), Metal Par (Argentina) e TMML na (Índia) (MARCOPOLO, 2020) (Figuras 10 e 11).

Figura 10: Operações internacionais da Marcopolo S.A.



Fonte: Marcopolo Apresentação Institucional 4T20, (2020).

Figura 11: Participação da Marcopolo S.A. no mundo



Fonte: Marcopolo, (2020).

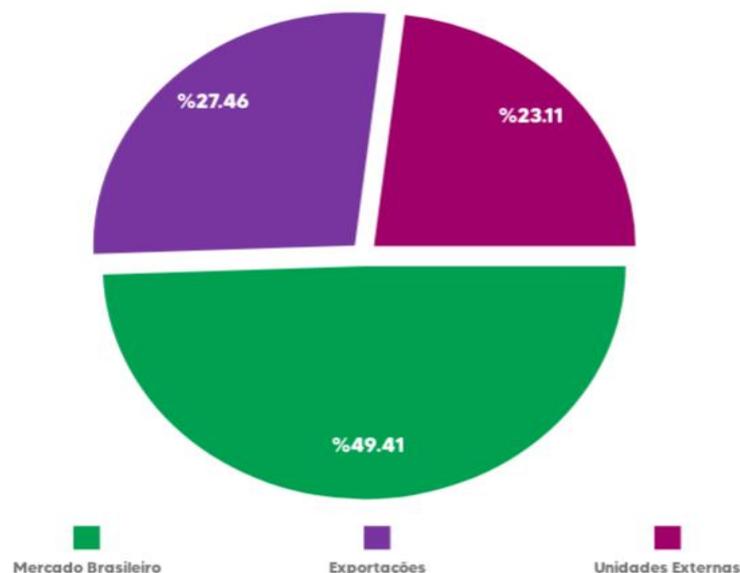
Como visto na figura, a participação da Marcopolo S.A. em mercados fora do Brasil é bem expressiva, tendo seus produtos circulando em praticamente todos os continentes, o que configura a mesma como uma das maiores fabricantes de ônibus do mundo. A empresa possui três fontes de receitas, uma da produção do mercado interno nacional, a segunda composta da receita do mercado exterior, e a terceira proveniente de exportações. Com o cenário econômico do Brasil se enfraquecendo devido uma crise global, com o real sendo cada vez mais desvalorizado, a principal

fonte de receita líquida da empresa se deriva basicamente de cada um dos seus mercados como afirma Anjos; Silva (2015):

Com a deterioração do cenário econômico nacional e desvalorização do real frente ao dólar e outras moedas, as receitas provenientes do mercado externo voltaram a ganhar espaço de forma que a empresa tem aproximadamente metade da receita líquida proveniente de cada uma das fontes (ANJOS; SILVA, 2015, pag.31).

No ano de 2020 a maior fonte de receita líquida da Marcopolo S.A. se deu de sua produção nacional, seguido das unidades de exportação e por último a receita vinda de suas empresas controladas no exterior. Ao analisar as duas últimas, nota-se como ficam nivelados os lucros da empresa, onde metade de todo o lucro é proveniente das vendas do mercado brasileiro, e a segunda metade das atividades fora do Brasil (Gráfico 01).

Gráfico 01: Receita líquida 2020 mercado interno e externo



Fonte: Marcopolo teleconferência de resultados 4T20, (2021, com adaptações).

Segundo a FABUS, somente no ano passado a Marcopolo juntamente com todas as marcas do grupo, fabricaram quase 50% da frota de ônibus novos que foram entregues a empresas de linha, fretamento e turismo no Brasil, contando também com a fabricação de micro-ônibus e midi ônibus destinados ao transporte escolar, os populares amarelinhos que são destinados ao Programa Caminho da Escola do Governo Federal (FABUS, 2020).

3.3 CARACTERIZAÇÃO DOS SEGMENTOS E PROCESSO DE PRODUÇÃO

A gama de produtos que a empresa oferece é o mais variado, completo do mercado e único que atende à demanda de todos os segmentos implantados no sistema rodoviário/urbano no Brasil e no exterior. A empresa pode oferecer carrocerias de diferentes tamanhos e modelos que podem ser equipados em todos os tipos de chassis disponíveis. Além dos ônibus fabricados em suas plantas, a empresa também conta com uma linha de produção de peças e acessórios, como poltronas, faróis, para-brisas, janelas, para-choques, entre outros componentes que são destinados ao mercado de peças de reprodução (ANJOS; SILVA, 2015).

O processo de fabricação de um ônibus no geral é bem complexo, vai desde o corte e soldagem de todo o esqueleto da carroceria, chapeação, pintura e instalação dos componentes internos até a acoplagem da carroceria no chassi da marca escolhida pelo cliente. Desde o ano de 1998, a Marcopolo tem uma parceria firmada com a marca de motores Agrale para o fornecimento dos chassis para o micro Volare, onde se desejado, o cliente pode adquirir o ônibus completo (carroceria + chassi) diretamente da Marcopolo, como também escolher o chassi de outra marca se desejar (Figura 12):

Figura 12: Processo de fabricação de um ônibus Marcopolo e micro Volare



Fonte: Apresentação Institucional Marcopolo, (2015).

O modelo de vendas de ônibus no mercado brasileiro permite que o cliente escolha o chassi com o motor da marca que melhor atenda às suas necessidades como: Scania, Mercedes-Benz, Volvo, Agrale, Iveco ou Volkswagen. Assim como todos os componentes internos, acessórios, variações de cabine, configurações de poltronas e pisos de acordo com a necessidade do segmento ao qual vai ser destinado. Os tipos de ônibus que circulam no Brasil são de diferentes tamanhos e finalidades, podemos classificá-los em duas categorias: urbano e rodoviário.

➤ O ônibus urbano:

O veículo urbano tem a finalidade de rodar nos centros urbanos, nos mais diferentes tipos de pavimentos e sem o maior conforto dos usuários tendo em vista a curta distância em que seus passageiros irão percorrer. Equipado em sua maioria sobre chassis com motores dianteiros que geram potências inferiores a 300 cavalos e, por estar basicamente dentro do veículo, gera calor principalmente para o motorista e barulho interno excessivo, além de poltronas pouco confortáveis. Podem ter um comprimento que varia de 8 a 14 metros nos convencionais, com a capacidade para cerca de 72 passageiros, e pode chegar a medir entre 19 e 28 metros de comprimento nos articulados e biarticulados, comportando até 250 passageiros, configurando como um dos maiores ônibus do mundo em comprimento e capacidade de carga.

➤ O ônibus rodoviário:

Os veículos destinados ao segmento de fretamento ou rodoviário tem a finalidade de percorrer distâncias maiores e conseqüentemente necessitam de um maior conforto para os passageiros. São equipados em sua maioria com chassis de motores traseiros, que geram potências entre 300 e 450 cavalos, trazendo uma suspensão desenvolvida especialmente para os mais diferentes tipos de rodovias e relevos, o que proporciona mais desempenho, comodidade e um isolamento acústico que não permite que o barulho do motor entre em contato com a cabine dos passageiros. Possui também banheiros, ar-condicionado, configurações de poltronas em executivo, semi leito, leito e leito cama, além de uma série de itens que proporciona o maior conforto em suas viagens, pode medir entre 7,9 e 9 metros nos micros, e entre 10 e 14 metros nos modelos de apenas um piso, podendo chegar aos 15 metros no modelo de dois andares (Figura 13).

Figura 13: Seguimentos da Marcopolo: rodoviário de 2 pisos, rodoviário convencional, urbano e micro.

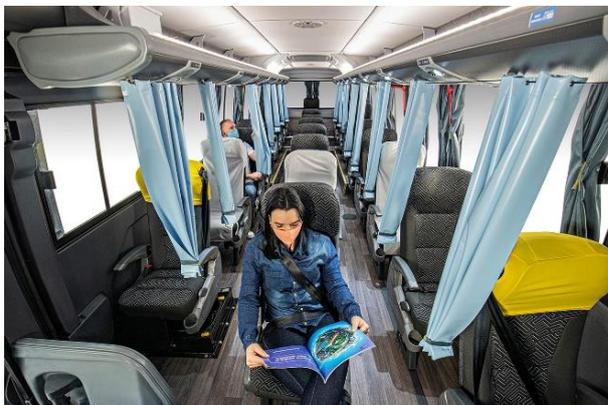


Fonte: Rádio Ônibus App, (2020).

A Marcopolo é conhecida pela sua ousadia e inovação quando se trata em achar soluções para um transporte mais seguro, e em meio a pandemia da covid-19, surgiu a necessidade de prevenção para evitar a proliferação da doença. Uma série de medidas começaram a ser estabelecidas para que vidas fossem preservadas, como manter o distanciamento social, higienizar bem as mãos e o uso obrigatório de máscara. Foi pensando nisso que a Marcopolo criou a plataforma BioSafe.

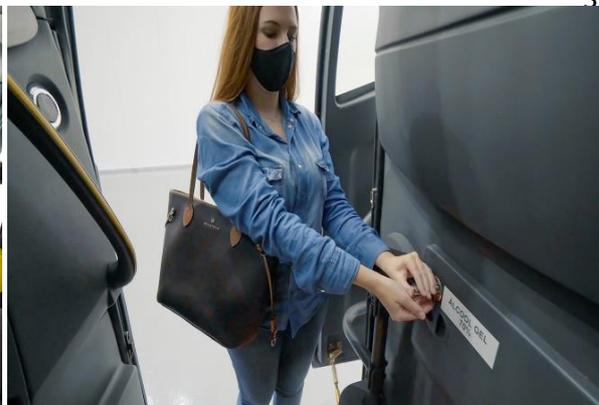
BioSafe trata-se de uma plataforma de soluções de biossegurança especializada em inovações tecnológicas para evitar a contaminação de doenças pelo ar. Para isso, foram desenvolvidos veículos com um número menor de assentos e uma distância maior entre as poltronas, além de cortinas antimicrobianas que permitem que os usuários mantenham o mínimo de contato entre si, na entrada está disponível tapetes com hipoclorito de sódio (água sanitária) para higienização dos pés, recipientes contendo álcool em gel, e, por último, conta com um sistema de luz ultra violeta (UV-C) para desinfecção dos sanitários. Também contém o novo sistema FIP Onborad, que utiliza uma névoa seca que ajuda a desinfetar todo o interior do veículo após cada viagem, e barreiras físicas, que se tratam de painéis de vidro ou acrílico que envolvem a área de trabalho dos motoristas e cobradores, visando impedir o contato físico com os usuários e evitar o contágio da doença (RÁDIO ÔNIBUS, 2020). (Figuras 14 e 15):

Figura 14: Interior do Marcopolo BioSafe com distanciamento social.



Fonte: Marcopolo BioSafe, (2020).

Figura 15: Dispenser com álcool em gel na entrada do veículo.



Fonte: Marcopolo BioSafe, (2020).

Como sempre a empresa saiu na frente na busca de soluções e inovações que ajudam na segurança dos transportes, é uma das poucas empresas transnacionais de origem brasileira, porém tem um papel fundamental no desenvolvimento socioeconômico do Brasil. É uma importante geradora de emprego e renda para mais de 8 mil famílias diretas, sem contar nos milhares de motoristas, cobradores, mecânicos, bilheteiros e vários outros profissionais que dependem direta ou indiretamente que o ônibus esteja em circulação para que possam manter o sustento de seus lares.

Sem dúvidas, ficou bem claro que a Marcopolo S.A. é a mais importante empresa do segmento de fabricação de ônibus do Brasil, não só por todas as suas ações e inovações que a levaram ao topo, como também a preocupação que a mesma sempre teve com as pessoas, o cuidado em fazer um produto de qualidade que se encaixe da melhor forma na necessidade de cada indivíduo. Esses motivos levaram-na à preferência dos brasileiros e o próprio slogan da empresa traduz muito bem o sentimento de cada um que faz parte do grupo, mesmo em tempos difíceis a Marcopolo continua “aproximando pessoas”.

4 A IMPORTÂNCIA DO ÔNIBUS MARCOPOLO PARA OS BRASILEIROS: RELATO DE UM BUSÓLOGO

Neste capítulo será desenvolvido a importância do ônibus Marcopolo na vida de cada cidadão, levando em conta que a grande maioria dos brasileiros utiliza frequentemente esse tipo de transporte para uma determinada finalidade, Moreira (2015). Provavelmente em algum momento da vida a maioria das pessoas já utilizou o ônibus para se deslocar para algum lugar, seja por necessidade ou por diversão, e certamente já viajou em algum produto Marcopolo, tendo em vista que a marca é líder do mercado a várias décadas.

O ônibus é um dos meios de transporte mais utilizados do mundo e no Brasil não é diferente, segundo Moreira (2015), cerca de 20% da população dos grandes centros urbanos, ou seja, um em cada cinco brasileiros utilizam o ônibus para chegar até seu local de trabalho. Segundo dados da FABUS em 2020 o grupo Marcopolo fabricou mais de 48% de todos os ônibus novos que circulam no Brasil, em grande parte modelos destinados ao seguimento urbano (FABUS, 2020).

O ônibus também é um dos meios de transporte que mais sofre discriminação por pessoas de determinadas classes sociais e até mesmo por seus usuários mais frequentes. A maioria das pessoas que andam de ônibus conhece apenas os modelos urbanos, que não dispõe de muito espaço nem conforto para uma viagem mais tranquila e prazerosa. Existe uma infinidade de itens que podem ser implementados ao veículo para proporcionar uma viagem mais segura e confortável.

Foi enxergando esses detalhes que surgiram os primeiros "busólogos". Trata-se de pessoas que são apaixonadas por ônibus e tudo que está relacionado a este tipo de veículo e fazem dessa admiração uma espécie de *hobby*. Desde criança, sou apaixonado por automóveis dos mais diferentes tamanhos, mas o ônibus sem dúvida sempre foi protagonista. O tempo foi passando e quando comecei a trabalhar com mecânica de automóveis de pequeno porte a paixão só aumentou. Algum tempo mais tarde o interesse por estudar assuntos relacionados aos ônibus cresceu, foi quando ouvi falar pela primeira vez a respeito da encarroçadora Marcopolo S.A. Acabei conhecendo as primeiras pessoas que compartilhavam da paixão pelos veículos pesados e enxergavam a grande importância desse tipo de transporte para a sociedade, logo também me vi adepto ao *hobby* da busologia. Me tornei um

coleccionador de miniaturas de ônibus e hoje conto com cerca de 40 exemplares dos mais diferentes tamanhos e modelos (Figuras 16 e 17):

Figura 16: Principais miniaturas de minha coleção pessoal.



Fonte: Arquivo do Autor, (2021).



Fonte: Arquivo do Autor, (2021).

O ônibus literalmente aproxima as pessoas, certamente em algum momento da vida foi utilizado algum veículo Marcopolo, seja para ir para o trabalho, para ir até escola, para se deslocar de sua cidade de origem até a cidade onde se localiza sua instituição de ensino, para fazer algum trabalho de campo, ou até mesmo para ir visitar alguém em outra cidade ou estado. Esse veículo é um meio de transporte indispensável para se realizar qualquer uma dessas atividades.

Ao longo dos meus quase seis anos de idas e vindas até o Campus III da UEPB no município de Guarabira, nos diferentes turnos em que estive presente na instituição, sempre observei todos os veículos que chegavam ao campus e pude notar que a grande maioria dos alunos que se deslocavam de seus municípios de origem até o município de Guarabira utilizavam algum veículo do grupo Marcopolo para fazer o trajeto até a universidade.

Para estudar geografia, não podemos apenas nos privar com a teoria dentro de uma sala de aula: a prática é essencial para que façamos uma boa pesquisa e para que seja possível ir a campo para observar de perto um determinado lugar e, conseqüentemente, levar o maior número de alunos possível para que desfrutem dessa experiência. O ônibus também se torna indispensável para o deslocamento da

turma, ao longo de todo o curso pude realizar treze trabalhos de campo das mais diferentes disciplinas e professores, onde desses, dez foram a bordo de um veículo Marcopolo (Figuras 18, 19, 20 e 21):

Figura 18: Ônibus Marcopolo em frente ao campus da UEPB de Monteiro PB



Fonte: Arquivo do Autor, (2018).

Figura 19: Turmas de geografia do Campus III em Serra Talhada PE



Fonte: Arquivo do Autor, (2018).

Figura 20: Veículos Marcopolo Paradiso G7 em aula de campo na Baía da Traição PB



Fonte: Arquivo do Autor, (2018).

Figura 21: Alunos de geografia a bordo do Marcopolo G7 em aula de campo na Baía da Traição PB



Fonte: Arquivo do Autor, (2018).

Os trabalhos de campo proporcionam experiências distintas, além de ir até o local da pesquisa e estudá-lo, também podemos ter a oportunidade de conhecer pessoas de outros períodos do curso. A troca de experiências é altamente gratificante, sem contar as várias amizades que são formadas, romances também podem surgir, foi exatamente em uma dessas viagens de campo no ano de 2018 quando cursava o sétimo semestre que conheci minha atual esposa, com quem estou casado cerca de um ano e meio.

De todos os segmentos que a Marcopolo produz, o rodoviário e fretamento sem dúvida são os melhores serviços em que a mesma atua, este segmento é destinado as viagens de médias e longas distâncias, conta com veículos maiores e confortáveis. A grande maioria das empresas de linha, fretamento e turismo do Brasil dispõe em suas frotas dos mais modernos e luxuosos ônibus de origem Marcopolo, a exemplo da Viação Progresso, Expresso Guanabara, Real Bus, entre outras. Trazendo para mais próximo de nós, toda região imediata de Guarabira é ligada à capital do estado João Pessoa, pelos serviços da Viação Rio Tinto que conta com quase toda sua frota de veículos Marcopolo (Figuras 22 e 23):

Figura 22: Marcopolo Paradiso G7 da Guanabara e Real Bus no terminal Rodoviário de João Pessoa PB



Fonte: Arquivo do Autor, (2021).

Figura 23: Marcopolo Paradiso G7 da Viação Rio Tinto no Terminal Rodoviário de Solânea PB



Fonte: Arquivo do Autor, (2021).

Cada encontro com essas máquinas é único, sempre com direito ao registro fotográfico. O Brasil é um país de dimensões continentais, por esse motivo seu território é imenso, tendo rodovias com milhares de quilômetros e os mais diferentes tipos de pavimentação. Para que se percorra toda essa extensão de terra com eficiência e segurança, é necessário utilizar um veículo que seja preparado para tal finalidade.

O Brasil possui uma diversidade musical e cultural das mais ricas do mundo, dessa forma, cada estado e região tem sua particularidade e preferência de gênero musical, porém é fácil notarmos um ritmo popular em uma determinada região conquistar o gosto das pessoas de outra localidade ou até mesmo ganhar proporção nacional. Existe toda uma logística empregada para que os artistas possam fazer suas apresentações ao longo de todo o território nacional e para que isso ocorra é preciso que o artista disponha de uma grande estrutura que inclui uma frota de veículos como

carros, vans, caminhões e ônibus para o transporte de todo seu equipamento bem como todos os integrantes que compõe a banda.

Existem artistas consagrados que fazem mais de 25 shows por mês, muitas vezes estando cada dia em um estado diferente ou até mesmo em outra região percorrendo milhares de quilômetros por dia para levar entretenimento para as pessoas. O ônibus é indispensável para que tudo isso ocorra: o veículo da banda muitas vezes se torna a segunda casa de cada integrante, muitas bandas passam vários dias ou até meses na estrada sem sequer ir em casa, dessa forma, se faz necessário um transporte confortável e seguro para se fazer todo esse traslado.

O ônibus Marcopolo é o mais usado pela classe musical brasileira por atender o maior número de necessidades e exigências dos grupos. Grandes bandas como Calcinha Preta, Saia Rodada, Cavaleiros do Forró, Limão com Mel, Mastruz com Leite, e artistas consagrados nacionalmente como Wesley Safadão, Daniel, Gustavo Lima, Leonardo, Bruno e Marrone, são alguns dos exemplos de grupos que utilizam o ônibus Marcopolo como principal meio de transporte de suas equipes.

Esse tipo de veículo tem seus seguidores fiéis, pensando nisso surgiram inúmeras comunidades destinadas a divulgar esse tipo de conteúdo relacionado a bandas e artistas, páginas como a Veículos de Bandas, a qual tenho orgulho de ser o divulgador oficial na Paraíba, página que surgiu no Facebook para divulgar notícias, fotos e vídeos sobre a frota de artistas do Brasil, atualmente conta com mais de 115 mil seguidores no Instagram, possui canal próprio no Youtube, e WhatsApp exclusivo para que os seguidores possam mandar conteúdo relacionado a página, que é compartilhado em todas as plataformas (Figuras 24, 25, 26 e 27).

Figura 24: Marcopolo Paradiso G7 1800 DD da Banda Calcinha Preta



Fonte: Ônibus Brasil, (2020).

Figura 25: Marcopolo Paradiso New G7 da Banda Cavaleiros do Forró



Fonte: Arquivo do autor, (2020).

Figura 26: Marcopolo Paradiso G7 da dupla Bruno e Marrone em Solânea PB.



Fonte: Arquivo do autor, (2019).

Figura 27: Banner oficial da página Veículos de Bandas.



Fonte: Arquivo do autor, (2021).

De todas as classes que utilizam o ônibus como principal transporte, sem dúvidas os de bandas e artistas são os mais belos. Pode-se dizer que une o útil ao agradável. As “perseguições” a essas máquinas geraram não só o prazer em admirá-las, como também proporcionaram grandes encontros com pessoas admiráveis, que tive o prazer de conhecer pessoalmente, grandes nomes da música nordestina, como os integrantes da Banda Calcinha Preta, que é a minha segunda grande paixão. Poder estar ao lado de cada um, pegar autógrafa ou tirar uma foto, essa é mais uma das experiências gratificantes que a busologia pode proporcionar para um amante de ônibus. (Figuras 28 e 29):

Figura 28: Encontro com integrantes da Banda Calcinha Preta



Fonte: Arquivo do Autor, (2017).

Figura 29: Encontro com o cantor Batista Lima em Solânea PB



Fonte: Arquivo do Autor, (2017).

Muitas são as emoções que um busólogo pode sentir quando está na presença de seu objeto de admiração, bem como um fã estando na presença do artista que admira. O setor de eventos de modo geral, é um dos mais afetados em decorrência da pandemia da Covid-19, deixando milhares de profissionais sem emprego, como músicos, técnicos, produtores e motoristas. É muito frequente encontrarmos na internet fotos e vídeos dos veículos de bandas e artistas guardados em terrenos e galpões à espera da retomada das atividades do setor.

A tanto tempo parados acabam passando por problemas mecânicos, desgaste de peças e acessórios, gerando prejuízo para seus proprietários que estão sem sua principal fonte de renda para efetuar a manutenção de suas frotas. Em meio a tudo isso, algumas bandas ainda tiveram que renunciar ao seu patrimônio para sanar acordos salariais de seus funcionários, a exemplo, da Banda Brasas do Forró, Banda Encantu's e da cantora Kátia Cilene, que colocaram seus veículos a venda para pagar todos os seus colaboradores. (Figuras 30 e 31):

Figura 30: Ônibus das Bandas Mastruz com Leite, Vicente Nery e Cavalos de Pau em terreno da produtora Somzoon.



Fonte: Instagram, (2021).

Figura 31: Os dois ônibus da cantora Kátia Cilene postos à venda.



Fonte: Instagram, (2021).

Como podemos observar, o setor de eventos faz o que pode para manter o sustento de todos que fazem parte do mesmo. O Brasil possui uma das maiores frotas de ônibus do mundo, com tantos veículos trafegando pelas grandes cidades e em rodovias, os transtornos também são frequentes. Existe uma série de leis no código de trânsito brasileiro que está sempre passando por alguma atualização a fim de levar uma maior segurança ao usuário. Infelizmente, por falta de conhecimento ou irresponsabilidade de alguns, muitos acabam sofrendo as consequências.

Foi pensando nisso que o busólogo Carlos Henrique decidiu criar um canal que falasse exclusivamente de ônibus, assim surgindo a Rádio Ônibus, a primeira rádio destinada ao conteúdo no Brasil e no mundo. Conta com programas diários com transmissão ao vivo pela plataforma digital e aplicativo, além de lives semanais em seu canal oficial no Youtube. Possui rede social própria onde os amantes de ônibus podem compartilhar informações, fotos e vídeos relacionados ao transporte, e recentemente adquiriu seu primeiro estúdio móvel a fim de levar a transmissão de seu conteúdo para todas as regiões do país.

Há sete anos no ar, a Rádio Ônibus leva informação e conteúdo exclusivo sobre as novidades no mundo dos transportes, recentemente recebeu do ONSV – Observatório Nacional de Segurança Viária, o certificado de entidade laço amarelo, em reconhecimento a todas as ações desenvolvidas para conscientizar a população sobre sua responsabilidade para tornar o trânsito mais seguro e responsável (RÁDIO ÔNIBUS, 2020) (Figuras 33 e 34):

Figura 32: Live semanal do canal Rádio Ônibus



Fonte: Arquivo do autor, (2021).

Figura 33: Certificado recebido pela Rádio Ônibus do ONSV



Fonte: Rádio Ônibus, (2020).

Diante de iniciativas como essa da Rádio Ônibus que utiliza seu espaço na internet para a interação do público amante de ônibus, fazendo do busólogo peça importante em defesa da segurança viária, passando de um mero admirador desse tipo de veículo, se tornando um agente conscientizado das principais regras de conduta no trânsito que ajudam a salvar inúmeras vidas em possíveis acidentes nas estradas do Brasil. Com o avanço da pandemia de Covid-19, se tornaram limitadas as formas dos busólogos alimentarem sua paixão pelo ônibus, tendo em vista a

diminuição do número da frota que circulava diariamente, bem como as várias pessoas do setor que perderam seu emprego, empresas que tiveram que reduzir ou demitir seus funcionários para se manter na ativa, e foram forçadas a se reinventarem para sobreviver no mercado.

Em virtude de tudo que foi abordado no decorrer desse trabalho, observa-se a verdadeira relevância do ônibus como meio de transporte, tornando-o extremamente importante para a sociedade. Não se pode imaginar como seria o atual mundo em que vivemos com tanta diferença social e econômica, sem esse sistema de transporte coletivo de pessoas, sobretudo em grandes cidades onde a maioria dos cidadãos não possui um veículo próprio como principal meio de locomoção.

Foi através dessa pesquisa que se encontrou uma maneira de mostrar com mais ênfase a importância desse meio de transporte que muitas vezes é tão discriminado pelas pessoas de diferentes classes sociais, mas que continuará sendo de extrema utilidade em qualquer que seja o lugar. Espera-se que essa pandemia do Covid-19 passe o mais rápido possível, para que possamos voltar às nossas atividades regulares com toda a normalidade, que o setor de transportes possa retomar suas operações com força total, e que todos os profissionais como motoristas, cobradores, mecânicos, bilheteiros bem como todos os que dependem do ônibus como fonte de renda recuperem seus cargos para que mantenham o sustento de suas famílias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo se conseguiu comprovar que a geografia tem campos tão abrangentes que são capazes de explorar áreas que são pouco estudadas. Diante tudo isso, podemos observar a verdadeira importância do ônibus como meio de transporte e ver como a encarroçadora Marcopolo S.A. desenvolve papel importante na indústria e economia brasileira, mesmo em tempos difíceis, continua gerando emprego e renda em várias regiões do Brasil e no exterior.

A Marcopolo ganhou popularidade no início dos anos 1960 quando teve a ousadia de produzir um modelo de carroceria inovador considerado muito à frente do seu tempo. A partir daí, não parou de fabricar produtos que ajudassem melhorar a mobilidade dentro de grandes cidades e, conseqüentemente, expandiu seus produtos para outros seguimentos, além de expandir seus investimentos fora do Brasil.

Algo que foi de total importância nesta pesquisa sem dúvida foi poder encontrar referenciais teóricos que fossem capazes de unir geografia e ônibus, o que nos permitiu entender com mais clareza, como esse tipo de veículo se tornou indispensável na vida de milhões de pessoas ao redor do mundo. Quando se fala em um transporte coletivo de passageiros, logo nos vem em mente o ônibus como referência, é visível que a Marcopolo S.A. contribui consideravelmente para evolução desse importante veículo.

Também podemos observar como o ônibus se tornou mais que um veículo destinado ao transporte de pessoas, foram criados vários seguimentos que são destinados para diferentes finalidades do setor de transporte, o que transforma uma mera viagem de ônibus em uma experiência prazerosa e, muitas das vezes, memorável, sobretudo para os milhares de admiradores que esse veículo vem conquistando a cada dia.

Esse estudo nos leva a uma importante reflexão: como sabemos, o mundo é dividido em diferentes classes socioeconômicas, onde a grande maioria da população não possui um meio de transporte individual para se deslocar de um lugar para outro, sendo assim é praticamente impossível imaginarmos um mundo sem o ônibus como auxiliador dessa tarefa diária. Concluo afirmando que a empresa Marcopolo S.A. é uma das protagonistas do campo de estudo da geografia da indústria e econômica, levando em conta todas as ações voltadas a manter a estabilidade socioeconômica do Brasil.

REFERÊNCIAS

ANFAVEA. A Anfavea. São Paulo: Avenida Indianópolis, 2021. Disponível em: <<https://www.anfavea.com.br/a-anfavea>>. Acesso em 21 de março de 2021.

ANJOS, Bruno Fonseca dos e SILVA, Vitor Mota Rodrigues da. Valoração de Empresas: Um estudo sobre a Marcopolo / Bruno Fonseca dos Anjos, Vitor Mota Rodrigues da Silva - Rio de Janeiro: UFRJ / Escola Politécnica, 2015

BELLINI, Paulo. Marcopolo: sua viagem começa aqui, Paulo Bellini. Colaboração de Suzana Naiditch e Marilda Vendrane. Rio de Janeiro, Editora Elsevier, 2012.

CHIOCHETTA, J. C.: HATAKEYAMA, Kazuo; LEITE, Magda L. G.; RESENDE, Luis M. Evolução histórica da indústria brasileira: desafios, oportunidades e formas de gestão. In? XXXII congresso brasileiro de ensino de engenharia, 2004, Brasília/DF. Cobenge 2004 anais do congresso. Brasília df: unb abenge_cria design, 2004. V. 1.

CORREIA, João Carlos. Impactos da indústria automobilística nas cidades do Estado de São Paulo e suas transformações em função do processo industrial. Tese (Doutorado) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

COSTA, Elisângela Azevedo Viana Gomes da Estudo dos constrangimentos físicos e mentais sofridos pelos motoristas de ônibus urbano da cidade do Rio de Janeiro / Elisângela Azevedo Viana Gomes da Costa; orientador: Claudia Mont'Alvão. – Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes e Design, 2006.

FABUS. Produção das associadas. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <<https://www.fabus.com.br/producao.htm>>. Acesso em 12 de maio de 2021.

FELTRIN, Ariverson e Silva, Marcos R. 100 anos do transporte público no Brasil. Techibus Editora, SP, 1997.

GIL, A.C. 6 ed. Métodos e técnicas de pesquisa social, São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GORDINHO, Margarida Cintra. Transportes no Brasil: a opção rodoviária. São Paulo: Marca D'água, 2003.

INSTITUTO EUVALDO LODI, Nacional – Instituto Euvaldo Lodi: 30 anos de parceria universidade-indústria, 1969-1999 – (Coordenação Gina Paladino; Elaboração: Lucília Atas Medeiros) – 2ª edição, Brasília, D.F.: IEL, 2002.

LOBO, Roberto Jorge Haddock. Geografia econômica. 12. ed. São Paulo: Atlas, 1977.

MARCOPOLO, Formulário de Referência, 2015.

MARCOPOLO, Teleconferência de resultados 4T20, 2020.

MARCOPOLO. A Marcopolo nossa história. Caxias do Sul, 2021. Disponível em: <<https://www.marcopolo.com.br/marcopolo/a-marcopolo/nossa-historia>> Acesso em 18 de abril de 2021.

MARCOPOLO, Apresentação Institucional 4T20, 2020.

MERCEDES-BENZ BUS CLUB. A história do ônibus: como tudo começou, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://busclub.com.br/posts/curiosidades/2019/10/22/a-historia-do-onibus-como-tudo-comecou-100918>. Acesso em 03 de maio de 2021.

MOREIRA, Marli. Um em cada quatro brasileiros usa o ônibus como principal meio de transporte. São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-10/um-em-cada-quatro-brasileiros-usa-o-onibus-como-principal-meio-de-transporte>> Acesso em 12 de maio de 2021.

NASCIMENTO, Marcio Silveira. Implantação e evolução da indústria automobilística no Brasil. Revista Tocantinense de Geografia, Araguaína (TO), Ano 05, n.07, janeiro-julho de 2016.

NEOBUS. Nossa história. Caxias do Sul, 2021. Disponível em: <http://www.neobus.com.br/a-marcopolo/unidades-fabris>. Acesso em 18 de abril de 2021.

NUNES, Flaviana Gasparotti. A Geografia Econômica na produção científica acadêmica dos programas de pós-graduação em Geografia no Estado de São Paulo (1970-1998). Presidente Prudente: FCT, 2000.

OLIVEIRA, Adilson Gomes. Capacitação tecnofógica da indústria encarroçadora de ônibus do Brasil: estudo de caso da Busscar Ônibus S.A. 2001. 120 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2001.

PIMENTA, Luiz José. A crise na rede concessionárias de automóvel no Brasil. 157f. Dissertação (Mestrado), Universidade Salvador, Salvador, BA, Brasil, 2002.

PRODANOV, Cleber Cristiano. Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico] métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico / Cleber Cristiano Prodanov, Ernani Cesar de Freitas. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RADIOONIBUS. Marcopolo BioSafe, plataforma de soluções para retomada segura do transporte de passageiros. Caxias do Sul - RS, 03 de junho de 2020. Disponível em: <https://www.radioonibusapp.com/news_1563833841374_58/239892>. Acesso em 15 de maio de 2021.

RAMOS, Diego Vieira; et al. A evolução do transporte público de passageiros por ônibus. Syn. scy. UTFPR, Pato Branco, v. 12, n. 1, p. 25 4–261. 2017. ISSN 2316-4689 (Eletrônico). Disponível em: <[Portal de Periódicos Científicos da UTFPR \(PERI\)](#)>. Acesso em: 26 de abril de 2021.

RAPOSO, Dandara Rust. Indústria 4.0: realidade, mudanças e oportunidades. 2018. 36 f. Monografia (Graduação em Engenharia de Controle e Automação) - Escola de Minas, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2018.

SANDRONI, Paulo. Novíssimo dicionário de economia. Editora Best Seller, São Paulo, 1999.

SANTOS, A.M.M.S. e PINHÃO, C. M. A. Polos automotivos brasileiros. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n.10, p.173-200, set. 1999.

SANTOS, Milton. Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico internacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

SERRA, José – Artigo – Ciclos e Mudanças Estruturais na Economia Brasileira do PósGuerra – In: INSTITUTO EUVALDO LODI, Nacional – Instituto Euvaldo Lodi: 30 anos de parceria universidade-indústria, 1969-1999 – (Coordenação Gina Paladino; Elaboração: Lucília Atas Medeiros) – 2ª edição, Brasília, D.F.: IEL, 2002.

SILVEIRA, Denise Tolfo. CORDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa Científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel, SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.); Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

STEIL, Waldemar Corrêa. A história do transporte urbano no Brasil. Editora Pini, Brasília, 1984.

STIEL, Waldemar Corrêa. Ônibus uma história do transporte coletivo e do desenvolvimento urbano no Brasil. São Paulo, SP: Com desenho, 2001.

VOLARE. A Volare. Caxias do Sul, 2021. Disponível em: <<https://www.volare.com.br/a-volare>>. Acesso em 18 de abril de 2021.

WOOLDRIDGE, S.W.; EAST, G. W. Espírito e Propósitos da Geografia. Rio de Janeiro: Zahar, 1967

SITES E PORTAIS DE IMAGENS

A MARCOPOLO NO MUNDO. Disponível em:< <https://www.marcopolo.com.br/marcopolo/la-marcopolo/unidades-fabris>>. Acesso em 18 de abril de 2021.

CERTIFICADO RÁDIO ÔNIBUS. Disponível em:<<https://www.radioonibus.com.br/files/200000187b82efb9278/RÁDIO%20ÔNIBUS%20RECEBE%20CERTIFICADO%20MAIO%20AMARELO.jpg>>. Acesso em 13 de maio de 2021.

LINHAS DE MONTAGEM FORD E GM. Disponível em:<<https://quatorrodas.abril.com.br/noticias/a-pre-historia-da-industria-automobilistica-no-brasil/>>. Acesso em 19 de abril de 2021.

LINHA DE PRODUÇÃO DA MARCOPOLO. Disponível em:<<http://www.marcopolo.com.br/memoria/historia>>. Acesso em 03 de abril de 2021.

LINHA DE PRODUÇÃO DA MARCOPOLO. Disponível em:<<https://www.autoindustria.com.br/2018/02/21/marcopolo-fatura-mais-de-r-28-bilhoes-em-2017/>> Acesso em 03 de abril de 2021.

MARCOPOLO BIOSAFE. Disponível em:<<http://marcopolobiosafe.com.br>>. Acesso em 15 de maio de 2021.

O “OMINIBUS”. Disponível em:< <https://viatrolebus.com.br/2021/03/como-surgiu-o-onibus/43-2/>> . Acesso em 19 de abril de 2021.

ÔNIBUS DA BANDA CALCINHA PRETA. Disponível em:<<https://onibusbrasil.com/empresa/banda-calcinha-preta>>. Acesso em 13 de maio de 2021.

ÔNIBUS DE BANDAS. Disponível em:<<https://www.instagram.com/veiculosdebandas>>. Acesso em 15 de maio de 2021.

ÔNIBUS DE BANDAS. Disponível em:<<https://www.instagram.com/deolhonoartista>> Acesso em 15 de maio de 2021.

PRIMEIRO BONDE A CIRCULAR NO BRASIL. Disponível em:<http://www.museudantu.org.br/Brasil/prim_bonde.jpg>. Acesso em 21 de março de 2021

PLANTAS DA MARCOPOLO. Disponível em:<<https://www.marcopolo.com.br/marcopolo/la-marcopolo/unidades-fabris>>. Acesso em 18 de abril de 2021.

PLANTAS DA MARCOPOLO. Disponível em:<<http://www.neobus.com.br/a-marcopolo/nossa-historia>>. Acesso em 18 de abril de 2021.

PLANTAS DA MARCOPOLO. Disponível em:<<https://www.volare.com.br/a-volare>>. Acesso em 18 de abril de 2021.

SEGMENTOS DA MARCOPOLO. Disponível em:<<https://radioonibusapp.com/news>>. Acesso em 21 de abril de 2021.