

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN

DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

NATHALIA MARGATO TETZNER

**F1 EM CURVA:** Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1

BAURU

2025

NATHALIA MARGATO TETZNER

## **F1 EM CURVA:** Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1

Relatório do Projeto Experimental do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) como requisito parcial à obtenção de título de bacharel em Jornalismo.

Orientação: Prof. Dr. Francisco Machado Filho

BAURU  
2025

NATHALIA MARGATO TETZNER

## **F1 EM CURVA:** Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1

Relatório do Projeto Experimental do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção de título de Bacharel em Jornalismo da Unesp, pela seguinte banca avaliadora:

---

Prof. Dr. Francisco Machado Filho

---

Profa. Dra. Liliane de Lucena Ito

---

Ma. Èrika Alfaro de Araújo

Bauru, 1º de julho de 2025

T349f

Tetzner, Nathalia Margato

F1 em Curva : Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1 / Nathalia Margato

Tetzner. -- Bauru, 2025

38 p. : il.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Jornalismo) -

Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura,

Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientador: Francisco Machado Filho

1. Jornalismo. 2. Webjornalismo. 3. Jornalismo especializado. 4.

Jornalismo esportivo. 5. Fórmula 1. I. Título.

O website *F1 em curva*: Um blog tão veloz quanto a *Fórmula 1*, produzida com Trabalho de Conclusão de Curso, pode ser acessado no seguinte endereço eletrônico: [f1emcurva.com](http://f1emcurva.com)

Em memória de Catarina Aparecida da Silva  
Pinto Margato.

## **AGRADECIMENTOS**

O desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso somente foi possível graças ao apoio de diversas pessoas ao longo da minha graduação, dentre as quais agradeço:

Ao professor orientador, Francisco Machado Filho, que me auxiliou durante os meses de realização do projeto e me incentivou a realizar um produto dentro da minha área favorita de atuação no jornalismo.

Aos professores do curso de Jornalismo da Unesp, que compartilharam conhecimentos enriquecedores e me forneceram as ferramentas para a realização do TCC.

Aos membros da equipe da TV Unesp, que transformaram o ano de estágio em uma experiência única e valiosa que jamais irei esquecer.

Aos meus colegas do grupo de pesquisa Persona, com quem dividi grande parte da graduação e pude ser muito feliz.

Às amigadas que formei em sala de aula, em especial, às minhas amigas que nunca soltaram a minha mão, mesmo em momentos de dificuldade.

Por fim, à minha família pelo apoio incondicional, pelas horas de trabalho para me manter estudando e por partilhar deste sonho comigo, sempre acreditando em meu potencial.

*“Vencer sem correr riscos é triunfar sem  
glórias!”*  
**Ayrton Senna**

## RESUMO

O presente relatório detalha o projeto experimental em jornalismo especializado *F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1*, que une os conhecimentos adquiridos ao longo da graduação em jornalismo na Unesp a fim de desenvolver um produto jornalístico relevante e necessário na atualidade. Diante da nova onda de popularização da categoria entre o público mais jovem e feminino, o *website* visa a produção de conteúdo especializado e pouco encontrado nas ‘mídias tradicionais’. Fundamentado através de seis categorias de textos, o *blog* traz um olhar diferenciado para a cobertura automobilística, apresentando produções que partem da análise de Grandes Prêmios, passam por notícias que movimentam os bastidores do esporte e chegam até a introdução de mulheres que participam do universo da F1. Ao longo deste trabalho, introduzimos a modalidade e área de atuação, relatamos as etapas necessárias para a execução do projeto, e descrevemos os resultados do desenvolvimento de um produto jornalístico que dialoga diretamente com a nossa trajetória pessoal no curso de jornalismo da Unesp.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Webjornalismo; Jornalismo especializado; Jornalismo esportivo; Fórmula 1; Blog.

## ABSTRACT

This report details the experimental journalism project *F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1*, which uses the knowledge acquired during the undergraduate degree in journalism at Unesp to develop a relevant and necessary journalistic product. Given the new wave of popularity of the category among younger and female audiences, the website aims to produce specialized content that is rarely found in 'traditional media'. Based on six categories of texts, the blog offers a different perspective on automobile coverage, presenting productions that start with the analysis of Grand Prix races, go through news that occurs in the behind the scenes of the sport and even introduce women who participate in the universe of F1. Throughout this work, we present the modality and area of activity, report the possible steps for the execution of the project, and describe the results of the development of a journalistic product that directly interacts with our personal trajectory in the journalism course at Unesp.

**PALAVRAS-CHAVE:** Journalism; Web journalism; Beat reporting; Sports journalism; Formula 1; Blog.

## LISTA DE FIGURAS

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Figura 1 - <i>Trello</i> do F1 em Curva.....  | 23 |
| Figura 2 - Página inicial do Blog F1.....     | 25 |
| Figura 3 - Página inicial do F1 Mania.....    | 26 |
| Figura 4 - Página inicial do F1 em Curva..... | 27 |
| Figura 5 - Logo F1 em Curva.....              | 28 |
| Figura 6 - <i>Instagram</i> F1 em Curva.....  | 28 |

## **LISTA DE TABELAS**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Tabela 1 - Gastos do projeto..... | 29 |
|-----------------------------------|----|

## **LISTA DE SIGLAS**

F1 = Fórmula 1

FIA = Federação Internacional de Automobilismo

GP = Grande Prêmio

F.O.F.A = Forças. Oportunidades. Fraquezas. Ameaças

## SUMÁRIO

|          |                                        |           |
|----------|----------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO.....</b>                 | <b>14</b> |
| 1.1      | Objetivos gerais.....                  | 16        |
| 1.1      | Objetivos específicos.....             | 16        |
| <b>2</b> | <b>GÊNERO E FORMATO.....</b>           | <b>18</b> |
| <b>3</b> | <b>METODOLOGIA DE EXECUÇÃO.....</b>    | <b>21</b> |
| <b>4</b> | <b>DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....</b>       | <b>24</b> |
| 4.1      | Público de interesse.....              | 24        |
| 4.2      | Design gráfico-editorial.....          | 25        |
| 4.3      | Custos de execução.....                | 29        |
| <b>5</b> | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>       | <b>30</b> |
|          | <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b> | <b>31</b> |
|          | <b>APÊNDICE.....</b>                   | <b>32</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo das últimas duas décadas, o *webjornalismo* se consagrou como meio legítimo de disseminação jornalística. Com os avanços da tecnologia, os *blogs* se espalharam pelo universo digital, tornando-se uma fonte para veículos de imprensa e jornalistas. Frente a essa questão, consideramos apropriado desenvolvermos um *website* como resultado do nosso Trabalho de Conclusão de Curso em jornalismo.

Segundo MIELNICZUK (2003, p. 36), o ambiente *online* passou a ser utilizado como meio legítimo da prática jornalística a partir da terceira fase do *webjornalismo*: “Nos produtos jornalísticos dessa etapa, é possível observar tentativas de, efetivamente, explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela web para fins jornalísticos.”

Atualmente, em sua quarta geração, destaca-se o uso de elementos hipertextuais, multimídia e de colaboração. De acordo com REGES (2011 p. 85), o processo atual coloca o leitor em uma posição mais relevante: “Trata-se de uma geração ainda em construção, resultado da combinação entre dois fatores distintos, o jornalismo e a tecnologia, que unidos culminam em um terceiro elemento: a interação.”

Frente a contextualização, *F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1* é um projeto experimental especializado e pensado como um produto de *webjornalismo*. Para tal, escolhemos a Fórmula 1 como conteúdo de nossas produções jornalísticas, uma área que possui demanda e necessidades.

Desde 13 de maio de 1950, quando os primeiros carros de Fórmula 1 correram pelo circuito de Silverstone, na Inglaterra, a categoria trilhou seu próprio caminho na imprensa. Para além de um esporte sobre quatro rodas, talento e ambição passaram a dominar o cenário automobilístico dentro e fora das pistas. Isso porque os acontecimentos no interior das modalidades, muitas vezes, repercutiram no mundo exterior, fazendo com que a relação entre a F1 e a mídia se intensificasse ao longo das décadas.

Podemos citar como exemplo a atuação da Federação Internacional de Automobilismo (FIA), criada em 20 de junho de 1904, que exerce suas regras sobre diversas competições, entre elas, a Fórmula 1. Ao longo das décadas, a FIA mostrou preocupação em manter o esporte a motor como um campo político neutro, sem espaço para manifestações. No entanto, o jornalismo especializado demonstrou, por múltiplas vezes, que essa não é a realidade dos fatos; a F1 é, sim, influenciada por questões exteriores sociais, econômicas e culturais.

Seja escancarando os interesses monetários por trás da escolha dos países que sediam corridas, interligando as raízes aristocratas de pilotos e seus principais patrocinadores ou, até

mesmo, investigando casos de corrupção – a exemplo do *Crashgate*, escândalo de 2008 em que Nelson Piquet Jr. forjou um acidente para beneficiar seu companheiro de equipe –, o jornalismo automobilístico se fez presente e fundamental. Assim, podemos considerá-lo como uma área de atuação legítima e relevante.

Partindo de pequenas notas em jornais europeus impressos, passando pelo frenesi midiático em torno de Ayrton Senna na televisão brasileira, até chegarmos na atualidade, em que observamos uma ascensão no uso das redes sociais para o debate acerca de eventos esportivos, ficam nítidos os reflexos das diferentes transformações do modo de exercer o jornalismo sobre Fórmula 1. Diante de todas essas questões, elaboramos o *website F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1*.

Este relatório detalha como o *blog F1 em Curva* se trata de um projeto experimental em jornalismo especializado, fruto do trabalho de conclusão do curso de jornalismo da Unesp. A premissa foi destacar conteúdos textuais – divididos entre os gêneros informativo, opinativo e interpretativo –, ao passo em que demais aspectos visuais foram inseridos para instigar a atenção do público-alvo: jovens adultos que acompanham a F1.

No espectro da cobertura jornalística da Fórmula 1, reconhecemos um problema, presentemente, aliviado pela presença *online* de portais de notícias não convencionais e sem enormes investimentos: encaramos uma escassez – por parte das transmissões televisivas oficiais e de veículos *mainstream* –, de conteúdos de interesse da nova geração de torcedores da F1. Desse modo, utilizamos técnicas ensinadas na graduação para colocar em prática o *F1 em Curva*, como forma de inovar e auxiliar esse movimento.

Fato é que os torcedores de Fórmula 1, o nosso público-alvo, se tratam de um nicho de fãs. Historicamente, a categoria mais valorizada do automobilismo é conhecida pelo elitismo desde os primórdios; para se tornar piloto, é necessário ter condições de arcar com um *kart* antes mesmo dos dez anos de idade e, para torcer, um investimento alto precisa ser feito para acompanhar os Grande Prêmios que ocorrem mundo afora. No entanto, desde o começo da década de 2000, o esporte ganhou maior atenção de jovens e mulheres.

Outro fator que corrobora a relevância do *website* é a questão de se caracterizar como um produto de jornalismo especializado. Diante de uma sociedade exposta a um excesso de informação através de múltiplas mídias, a procura por veículos segmentados se torna substancial. Para ABIAHY (2012):

Um fator emblemático da Sociedade da Informação é a proliferação, a superexposição da carga informativa a que somos submetidos. Isso tanto pode nos levar à exaustão, à desinformação, quanto diversificar os parâmetros nos quais

baseamos nossos conceitos e valores. Não estamos atribuindo qualidade acerca desta aquisição de novas opiniões, o que não podemos deixar de reconhecer é que com o desenvolvimento material dos meios de comunicação mudou a forma das pessoas se relacionarem com o produto informativo. As produções especializadas compreendem que justamente pelo excesso de informação que chega diariamente, o indivíduo sente necessidade de uma orientação para o que seja de seu maior interesse, por isso existe a busca crescente por materiais mais direcionados. (ABIAHY, 2012, p. 13)

Portanto, *F1 em Curva* surgiu como um produto jornalístico de seu tempo, com uma proposta que se insere nas demandas contemporâneas do mercado, atendendo uma parcela do público que busca um conteúdo independente, especializado e disponível nas telas do computador ou do *smartphone*. Assim, compreendemos o *blog* como uma realização profissional, um modo de retornar à sociedade os ensinamentos do ensino superior e, também, um produto inovador.

### 1.1 Objetivos gerais

*F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1* é um *website* destinado a conteúdos jornalísticos sobre Fórmula 1, voltado para questões pouco abordadas pela ‘mídia tradicional’. Assim, os objetivos gerais foram experimentar a prática de jornalismo especializado no ambiente digital, bem como criar uma plataforma interativa para a postagem dos textos.

### 1.1 Objetivos específicos

- a) Identificar uma possibilidade de ação dentro do jornalismo automobilístico a partir do mapeamento de escassez e necessidade, além do público-alvo;
- b) Propor a idealização de um produto jornalístico digital que satisfaça as novas tendências da profissão dentro da área especializada;
- c) Desenvolver um *blog* sobre Fórmula 1 fundamentado nos conhecimentos adquiridos durante a graduação.

Diante do exposto, este relatório descreve as etapas para a realização do produto jornalístico. Para além da apresentação do tema, objeto, justificativa, objetivos e estrutura do relatório no tópico 1, apresentamos a fundamentação teórica relativa ao gênero e formato escolhidos no tópico 2. Em sequência, o tópico 3 discorre sobre a metodologia de execução, sendo dividido em pré-produção, produção e pós-produção. Já no tópico 4, realizamos a

justificativa da estrutura do produto, explicando as escolhas de pauta, roteiro, design gráfico e editorial, público-alvo e custos de execução. Por fim, os resultados e considerações finais se encontram no tópico 5.

## 2 GÊNERO E FORMATO

*F1 em Curva*: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1 se caracteriza pelos gêneros informativo, opinativo e interpretativo no formatos notícia, entrevista, resenha, análise e perfil. Por isso, este tópico é dedicado à fundamentação teórica, que justifica a escolha das características jornalísticas do projeto experimental.

O *blog* foi dividido em seis categorias de publicação, denominadas: Análises, Bastidores, Corridas, Elas nas Pistas, Entretenimento e Pit Stop. Dentro delas, encontramos conteúdos que variam entre os três gêneros e os cinco formatos citados no início do tópico.

Compreendemos essa variedade de gêneros e formatos presentes em textos publicados no *website*, através dos estudos de José Marques de Melo, responsável por uma das classificações mais difundidas no jornalismo nacional. Segundo MARQUES DE MELO (2009, p. 35), a distribuição é sugerida de forma que: a notícia e entrevista pertençam ao gênero informativo; a resenha ao opinativo; análise e perfil ao interpretativo.

Frente às mudanças na forma de consumo da F1: anteriormente e tradicionalmente, objeto de desejo e símbolo de luxo, enquanto, na contemporaneidade, enfrenta a desmistificação de estereótipos e a adesão de um público mais jovem, o *blog F1 em Curva* também almejou contribuir para a quebra do *status quo*. Nesse caso, unindo-se aos veículos digitais independentes, que produzem conteúdos jornalísticos sobre Fórmula 1, sem estarem à mercê de um grande monopólio.

Ainda que esse movimento nas plataformas *online* aconteça a nível global, não podemos deixar de destacar o Brasil. No caso do contexto nacional, os direitos da transmissão televisiva pertenceram ao Grupo Globo durante quatro décadas até, em 2021, o Grupo Bandeirantes de Comunicação assumir o posto. Sobre isso, Lorenzo Maciel Rivero desenvolve:

As recentes alterações nos direitos de transmissão da Fórmula 1 têm suscitado o interesse dos fãs brasileiros da categoria. Era habitual que os entusiastas do automobilismo acordassem e sintonizassem na TV Globo aos domingos para assistir à competição, até que ocorreu a mudança e os direitos foram adquiridos pelo Grupo Bandeirantes. Os espectadores habituais ficaram intrigados sobre como a competição seria veiculada pela emissora paulista. (RIVERO, 2023, p. 49)

Desse modo, a partir dessa nova configuração, observamos uma curiosidade maior dos fãs da categoria. Tanto pelo fato da exibição não estar concentrada mais na emissora de maior audiência do Brasil, quanto pelo fato de que, agora, os consumidores de F1 não se mantêm estritamente conectados à televisão. Até porque encontramos, nos dias atuais, a experiência

coletiva de acompanhar eventos esportivos pelas redes sociais; fenômeno que passou a ultrapassar gerações. A respeito dessa questão, SOUZA (2020, p. 29) afirma: “Estamos em uma época onde o consumidor não está mais preso a uma só mídia, os conteúdos ‘viajam’ entre plataformas diferentes, convergem.”

É importante ressaltar que, por se tratar de um produto jornalístico especializado presente no ambiente digital, tal diversidade de gêneros e formatos pode ser explicada pelo próprio meio. Sobre a presença do gênero opinativo no *webjornalismo*, (Ana Regina Rêgo e Maria Isabel Amphilo, 2010) afirmam que:

O fato é que, no ambiente da rede mundial de computadores, o discurso jornalístico vai se revestir de uma nova roupagem, a partir das peculiaridades impostas pelas condições de produção e dispersão da informação, pela relação dialógica entre emissor e receptor; pelo caráter reticular do canal midiático, como também, pelas condições de armazenamento e facilidade de acesso a arquivos *hiperlinkados* no universo *on-line*. Tudo isso vai nos fornecer uma pluralidade de fontes, uma otimização da interatividade, uma hipertextualidade infinita, possibilidades de hipermediabilidade, que fazem com que uma notícia se transforme, após alguns cliques, em um dossiê, composto por inúmeras unidades de informações de diversos formatos e, portanto, pertencentes a gêneros diversos, como uma reportagem e um artigo, ambos referentes a um mesmo assunto, ou ainda, uma charge e uma crônica, por exemplo. (RÊGO; AMPHILO, 2017, p. 100, *itálico dos autores*)

Desse modo, é nítido como a hipertextualidade, multimidialidade e interatividade contribuem para uma perspectiva inédita a respeito da produção jornalística na *internet*. Seguindo tal linha de raciocínio, em que os elementos característicos do *webjornalismo* influenciam nos múltiplos gêneros e formatos existentes em *websites*, MARCUSCHI (2005) dialoga com os diferentes espaços do mundo *online*:

Se tomarmos o gênero como texto concreto, situado histórica e socialmente, culturalmente sensível, recorrente, “relativamente estável” do ponto de vista estilístico e composicional, segundo a visão bakhtiniana, servindo como instrumento comunicativo com propósitos específicos como forma de ação social, é fácil perceber que um novo meio tecnológico, na medida em que interfere nessas condições, deve também interferir na natureza do gênero produzido. (MARCUSCHI, 2005, p. 17, *aspas do autor*)

Para o autor, a questão do meio virtual fortalecer a relação emissor-receptor é fundamental para se entender a aceleração da evolução dos gêneros. Afinal, *blogs*, salas de bate-papo e fóruns trabalham com a linguagem de forma distinta diante do tradicional. Assim, justifica-se como um único *website* pode apresentar uma multiplicidade de gêneros e formatos.

Diante dessa contextualização, podemos entender as escolhas referentes aos gêneros e formatos que compõem o *F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1*. A decisão foi

fundamental para colocarmos o produto jornalístico em prática, assim como estabelecer padrões que uniformizam o projeto experimental em jornalismo.

### 3 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO

Neste tópico, apresentamos a metodologia utilizada para executar o *F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1*. Primordialmente, utilizamos da pesquisa descritiva para traçar o perfil de fãs e torcedores que poderiam formar o nicho de leitores do nosso produto jornalístico especializado. Em um segundo momento, realizamos uma pesquisa comparativa com outros *blogs* para compreender as possíveis necessidades de inovação, bem como definir uma identidade visual própria.

Por fim, usamos da análise de conteúdo para interpretar e identificar padrões e tendências presentes nas notícias veiculadas sobre o universo da F1. Assim, definindo as seis categorias de textos presentes no *website*: Análises, Bastidores, Corridas, Elas nas Pistas, Entretenimento e Pit Stop. Desse modo, também possuindo um entendimento de como abordar os conteúdos de maneira única.

Nossa paixão por automobilismo data do mesmo período em que nos encontramos no jornalismo: lá nos primeiros anos da adolescência. Naturalmente, durante a graduação na Unesp, tivemos a oportunidade de colaborar voluntariamente com o Blog F1, um *website* dedicado a textos sobre a Fórmula 1. Ao longo de dois anos, escrevemos uma coluna dedicada aos assuntos que acontecem nos bastidores da categoria e, em maio de 2024, apresentamos uma palestra na FACAMP (Faculdades de Campinas) sobre o fenômeno do *sportswashing* na F1.

Frente a esse contexto de produção jornalística e junto à orientação do professor Francisco Machado Filho, julgamos que executar um projeto experimental na área em que atuamos previamente seria ideal e satisfatório. Assim, iniciamos a preparação do Trabalho de Conclusão de Curso no final de 2024. Com as primeiras reuniões, decidimos o tema e objeto. Assim, também decidimos o nome título *F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1*.

Em 2025, entre os meses de janeiro e fevereiro, nos dedicamos a traçar uma estratégia por meio da análise F.O.F.A, ou seja, forças, oportunidades, fraquezas e ameaças referentes ao projeto. Desse modo, realizamos um rascunho de como organizar o *website* através de seis categorias de textos, intituladas Análises, Bastidores, Corridas, Entretenimento, Elas nas Pistas e Pit Stop. Foi também durante esse período em que estudamos os gêneros – informativo, opinativo e interpretativo – e formatos – notícia, entrevista, resenha, análise e perfil.

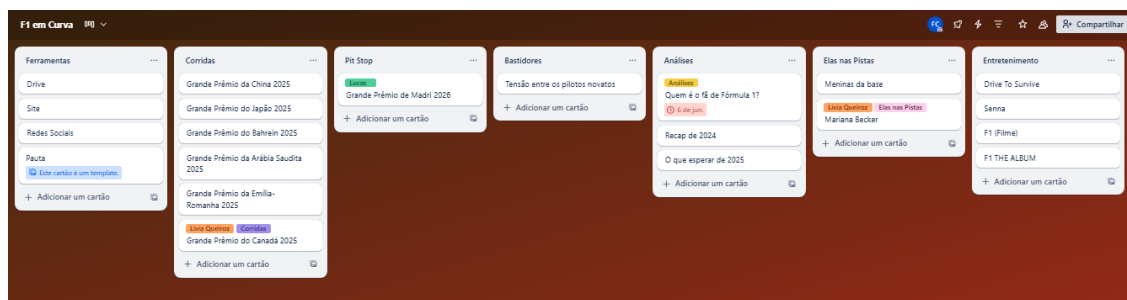
Ao escolhermos as categorias, passamos a definir os tipos de conteúdos que poderiam ser veiculados em cada uma delas. No caso: a categoria Análises apresenta textos aprofundados e detalhados; Bastidores desvenda a comoção que ultrapassa os limites de pista; Corridas resume tudo que acontece nos Grandes Prêmios; Elas nas Pistas traz perfis de mulheres que trabalham com automobilismo; Entretenimento expõe a presença da F1 no cenário cultural; Pit Stop é uma dose rápida de notícias.

Destacamos aqui as categorias Elas nas Pistas e Entretenimento. Acreditamos ser adições inovadoras para o *F1 em Curva*, uma vez que a presença feminina no universo do automobilismo é pouco discutida pela ‘mídia tradicional’, bem como as produções audiovisuais a respeito do esporte a motor, que estão se popularizando, mas os portais ainda evitam publicar a respeito delas nas mesmas páginas em que discutem os acontecimentos em pista.

Finalizando essa etapa, nos debruçamos sobre as opções disponíveis de hospedagem eletrônica. Após ponderarmos entre as diversas ofertas, escolhemos a plataforma do *HostGator* junto ao Plano P de assinatura oferecido para *WordPress*. Assim, escolhemos o tema *GuCherry Blog*, desenvolvido pelo *Everestthemes*, para personalizarmos através da paleta de cores e proposta visual que imaginamos para o *blog* diante de uma comparação com outros portais de notícias existentes *online*.

A partir do mês de março de 2025, começamos a etapa de produção de fato. Para isso, publicamos os primeiros textos, recebemos a contribuição de colaboradores externos com textos próprios e realizamos a propagação do projeto experimental na rede social *Instagram* (@flemcurva). No entanto, com o intuito de mantermos uma organização, criamos um endereço de *email* próprio ([flemcurva@gmail.com](mailto:flemcurva@gmail.com)) e organizamos os nossos documentos em pastas do *Google Drive*.

Paralelamente, definimos diretrizes de redação e estrutura de texto para o *site*. Também criamos uma conta na plataforma *Trello*, que nos permite criar listas e *cards* com etiquetas, datas de entrega e anexos. Assim, montamos um calendário de postagens e ideias de pautas, conforme exposto abaixo:

Figura 1 - *Trello* do F1 em Curva

Fonte: F1 em Curva

Nos meses seguintes, nos dedicamos à escrita do relatório de TCC e à publicação contínua de textos no *website*. No *Instagram*, as postagens foram realizadas de forma casual, devido ao fato do *blog* ser o nosso produto jornalístico e a rede social apenas uma maneira de divulgação.

## 4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Neste tópico, detalhamos os aspectos técnicos referente a concepção de *F1 em Curva: Um Blog tão veloz quanto a Fórmula 1*. O projeto experimental se trata de um *blog* de jornalismo especializado sobre Fórmula 1, dividido em seis categorias: Análises, Bastidores, Corridas, Elas nas Pistas, Entretenimento e Pit Stop.

### 4.1 Público de interesse

A F1 teve início na década de 1950, na Europa. Porém, o brasileiro somente adotou o esporte em 1980, quando nomes como Nelson Piquet, Emerson Fittipaldi e Ayrton Senna começaram a tomar conta dos circuitos. Dessa forma, uma paixão foi alimentada dentro dos brasileiros, fazendo com que os domingos de corrida se tornassem parte da rotina. O ápice da relação fã e categoria aconteceu no início de 1990, graças à ascensão ainda maior de Senna.

Com a morte do tricampeão mundial de Fórmula 1 em 1994, os Grandes Prêmios, conhecidos como GPs, passaram a perder o brilho para a nação, que precisou lidar com o luto de um dos maiores ídolos de sua história. Rubens Barrichello e Felipe Massa até tentaram manter o frenesi ao longo da década de 2000, no entanto, a completa ausência de brasileiros no *grid*, a partir de 2017, foi o estopim para a queda substancial de audiência em nosso país.

Contudo, um esporte movido a motor, talento e muito dinheiro jamais iria se permitir cair no esquecimento. Por isso, no mesmo ano em que deixamos de ter brasileiros em pista, a *Liberty Media* – empresa norte-americana de mídia de enorme proporção – comprou os direitos de transmissão da F1. Com isso, passamos a viver uma nova era, em que os torcedores tradicionais (maioria homens, brancos e empresários) continuaram privilegiados, mas, ao mesmo tempo, abriram-se novos caminhos para uma transformação geracional de entusiastas da categoria.

Direcionando o foco para os jovens, a *Liberty Media* articulou com a *Netflix*, a série *Dirigir Para Viver*, que nasceu com o intuito de humanizar o esporte e criar narrativas dramáticas. O esforço deu certo; nas redes sociais, um *fandom* mais diverso, formado por adolescentes e mulheres, passou a crescer e tomar os espaços de discussão em torno da Fórmula 1. De acordo com uma pesquisa da *Motorsport Network*, realizada em 2023, a idade média dos fãs de F1 caiu de 36 para 32 anos desde 2017, e a audiência feminina dobrou.

Demais dados corroboram esse cenário. Embora o Brasil tenha permanecido sem piloto brasileiro no *grid* até 2025 – quando Gabriel Bortoleto passou a conduzir um carro da

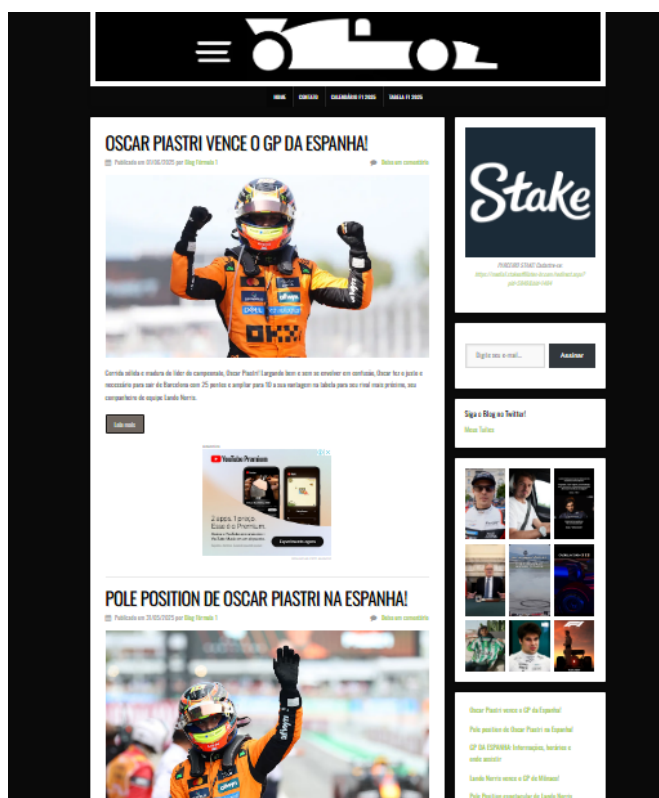
Sauber –, o Grande Prêmio de São Paulo, em 2024, gerou cerca de 1,96 bilhão de reais para a cidade. Aqui, também vale ressaltar o posicionamento do heptacampeão Lewis Hamilton que, durante essa seca de brasileiros, assumiu o posto de favorito dos fãs, sendo concedido o título de cidadão honorário do Brasil em 2022, após repetir o gesto característico de Ayrton Senna ao balançar a bandeira verde e amarela em Interlagos.

Logo, o público de interesse do *F1 em Curva* se trata de jovens adultos que consomem Fórmula 1. Para além disso, foi esperado a aderência do público feminino, uma vez que são poucos os *blogs* sobre a categoria liderados por mulheres, sendo uma demanda existente graças ao aumento gradual da audiência do esporte a motor formada por mulheres.

## 4.2 Design gráfico-editorial

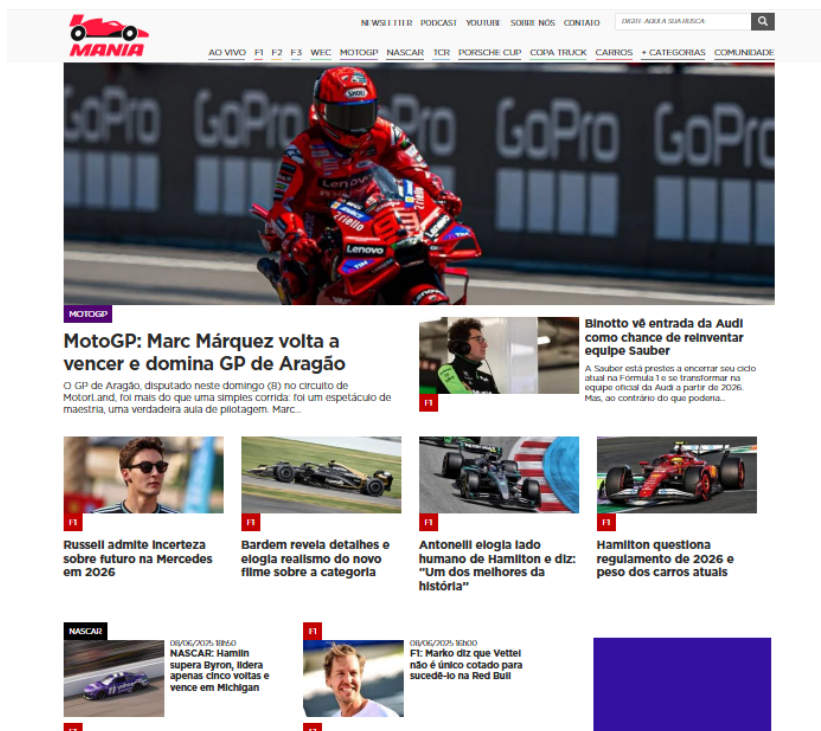
A fim de definirmos o design gráfico-editorial do *website*, realizamos uma pesquisa comparativa com outros *blogs*. Assim, encontramos alguns pontos que se destacaram, como o pouco uso de cores e a experiência do usuário prejudicada por excesso de informações. Nas figuras seguintes, estão dois exemplos:

Figura 2 - Página inicial do Blog F1



Fonte: Blog F1

Figura 3 - Página inicial do F1 Mania

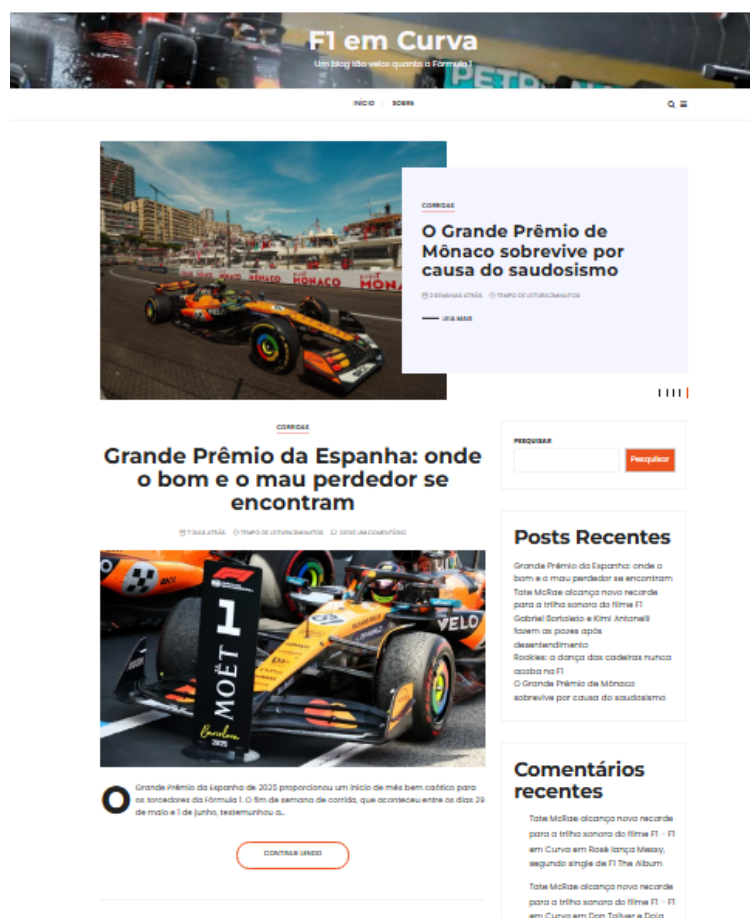


Fonte: F1 Mania

Ao navegarmos por ambos, sentimos que o uso da cor preta, como no exemplo do Blog F1, e o excesso de postagens na página inicial do F1 Mania tornou a experiência do usuário sufocante. Também consideramos que a hierarquização de informações não foi realizada corretamente nos dois casos, que apresentam informações em quase toda a tela, manchetes pouco chamativas e fotografias similares para textos diferentes.

Diante disso, planejamos o aspecto visual do F1 em Curva pensando em adicionar uma paleta de cores quentes mais presentes do que visto nos exemplos, além do uso do branco como *background*, algo que consideramos ideal para um contraste mais suave em relação ao *layout* do Blog F1. A configuração da página inicial do F1 em Curva está abaixo:

Figura 4 - Página inicial do F1 em Curva



Fonte: F1 Mania

Dessa forma, construímos o *layout* do *website* através do tema *GuCherry Blog*, desenvolvido pelo *Everestthemes* e disponibilizado pela assinatura do Plano P da plataforma de hospedagem eletrônica *HostGator*. Com acesso ao tema, realizamos a personalização, destacando as informações necessárias junto dos aspectos visuais, que incluem uma paleta de cores quente, que varia entre o vermelho, laranja e marrom.

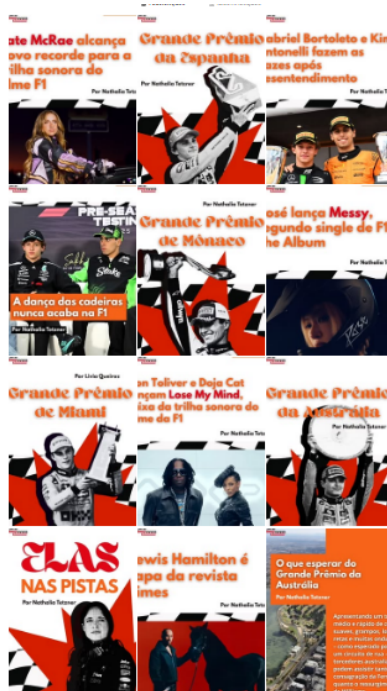
Tais aspectos também foram levados em consideração na escolha do logo. Em nossa visão, compreendemos que a bandeira quadriculada – utilizada ao final das corridas para demarcar o final da última volta – se trata de um sinal visual muito atrelado à Fórmula 1, por isso, seria um ótimo elemento para compor o logo, conforme exposto em seguida:

Figura 5 - Logo F1 em Curva



Fonte: F1 em Curva

Igualmente, utilizamos da mesma paleta de cores para criarmos os *templates* que formam a página do *Instagram* utilizada para divulgar o *blog*. Nela, encontramos imagens diferentes em relação às publicações no *website* para, de certa maneira, apresentarmos uma exclusividade aos usuários da rede social que nos acompanham.

Figura 6 - *Instagram* F1 em Curva

Fonte: F1 em Curva

Para a tipografia do *blog* e do *Instagram*, utilizamos as fontes League Spartan e AhSing para os títulos principais, ambas sem serifa, pois apostamos em um conteúdo visualmente leve e despojado. Já a nossa paleta de cores é composta: pelos vermelhos

#DD0715 e #D41E00; pelos laranjas #F5631A e #D36F2B; pelo cinza #F9F7F8; pelo preto #080A0A.

### 4.3 Custos de execução

Para a realização do produto jornalístico, foi necessário um orçamento avaliado em R\$ 258,93. Sendo que o maior custo se deu pelo pagamento do Plano P (R\$ 38,99 por mês) durante quatro meses, oferecido pelo provedor de hospedagem eletrônica *HostGator* e que oferece diversos benefícios, como temas personalizados e acesso a diversos *plugins* para a otimização do funcionamento do *website*.

Em seguida, o registro do domínio (R\$ 102,97 por ano / [flemcurva.com](http://flemcurva.com)) foi feito pela mesma plataforma. Não houve qualquer outra despesa além dessas, uma vez que os aplicativos do *Canva* e *Instagram* – usados para a identidade visual e divulgação nas redes sociais – foram utilizados em suas versões totalmente gratuitas. Abaixo, está a tabela com os custos de execução totais:

Tabela 1 - Gastos do projeto

| Descrição                                                                | Valor             |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Registro do domínio ( <a href="http://flemcurva.com">flemcurva.com</a> ) | R\$ 102,97        |
| Plano P do <i>HostGator</i> para <i>websites</i> por quatro meses        | R\$ 155,96        |
| <b>TOTAL</b>                                                             | <b>R\$ 258,93</b> |

Fonte: Autores

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizar todas as etapas de produção do *F1 em Curva: Um blog tão veloz quanto a Fórmula 1* foi incrivelmente satisfatório e produtivo. Procuramos sempre encontrar aquele detalhe especial ao levantarmos as pautas, afinal, no universo *online*, todos têm algo a dizer. Por isso, é importante a visão crítica e atenciosa aos fatos, algo amplamente discutido em sala de aula na Unesp.

Entre os desafios, acreditamos que o tempo tenha sido o mais cruel. Alimentar um *website* com seis categorias de texto realmente exige esforço diário. Ainda mais levando em consideração que o sábado e domingo – em que a maioria das pessoas descansam – são, na verdade, o ápice das corridas. Assim, foi um pouco cansativo respirar a F1 24 horas por sete dias da semana.

Por fim, colocar o *blog* em prática acabou sendo uma realização profissional. Ao mesmo tempo, estamos convictos que o projeto experimental atuou como um modo de retornar à sociedade os ensinamentos adquiridos durante a graduação em jornalismo. Outrossim, pretendemos dar continuidade ao *F1 em Curva* pois, além de se tratar de uma prática que une duas grandes paixões nossas – jornalismo e automobilismo –, conseguimos formar uma audiência considerável no *website* e no *Instagram*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de Assis. (ORG.) **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2017.

MELO, José Marques de. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Paulo: Difusão Editora, 2009.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2003.

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Paraíba: Universidade Federal da Paraíba: 2012. Disponível em: <<http://bocc.ufpb.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>>. Acesso em: 15/05/2025.

BRADLEY, C. (ED.). **Elite Motorsport in 2023: Global fan insight into the world's premier motorsport championships**. Motorsport Network, 2023. Disponível em: <<https://cdn-1.motorsportnetwork.com/survey/2023/Elite%20Motorsport%20in%202023%20%281%29.pdf>>. Acesso em: 15/05/2025.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais**. 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>> Acesso em: 14/02/2025.

RIVERO, Lorenzo Maciel. **Fórmula-1 na TV: Uma análise do pré e do pós transmissão na cobertura das TVs Globo e Band**. Rio Grande do Sul: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2023.

SILVA, Giuliana Vitoria de Aguiar Severo da; CORREIA, Gabriel Tolentino; GOMES, Rafael de Jesus. **Jornalismo automobilístico: Dilemas e dificuldades enfrentados por amadoras e jornalistas mulheres na cobertura da Fórmula 1**. Mato Grosso: Universidade do Estado de Mato Grosso, 2023.

SOUZA, Mariana Ribeiro Alexandre de. **Esportes na era do streaming: uma análise da transmissão e consumo de eventos na internet**. Paraíba: Universidade Federal da Paraíba, 2020.

## APÊNDICE

### Apêndice A - Exemplo de pauta

#### 1. TEMA

Grande Prêmio da Emília-Romanha

#### 2. RESUMO DA CORRIDA

- 2025 é o último ano com o GP de Emília-Romanha no calendário de corridas da F1, caso o circuito de Madri realmente fique pronto para o próximo ano;
- Oscar Piastri (McLaren) perdeu posições após largar na *pole position*;
- Max Verstappen (Red Bull) largou bem e assumiu a liderança;
- Erro na estratégia da Ferrari, o que prejudicou Charles Leclerc;
- O novato Isack Hadjar (Racing Bulls) fez uma ótima performance;
- Dois *safety cars* surpreenderam os pilotos ao longo da corrida;
- Melhor posição em corrida para Lewis Hamilton (Ferrari), até o mento;
- Pódio do primeiro ao terceiro lugar: Max Verstappen, Lando Norris (McLaren) e Oscar Piastri;
- Decisão dos fãs para o título de Piloto do Dia: Max Verstappen;
- Piloto com a melhor volta: Verstappen (volta 58 em 1:17.988);
- Até o fim desse GP, Piastri permanece líder do Campeonato de Pilotos.

#### 3. POSSÍVEIS HIPERLINKS

Compilação de melhores momentos

<https://www.youtube.com/watch?v=UNc4CvBwEQk>

Declarações dos pilotos após a corrida

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/confira-declaracoes-pilotos-sexta-feira-gp-em-ilia-romanha-f1-2025/>

### Apêndice B - Exemplo de roteiro de entrevista

## 1. ENTREVISTADA

Silvia Vinhas

## 2. TRAJETÓRIA/CARREIRA

Vinhas é formada em odontologia e exerceu a profissão até se encontrar como jornalista. Na década de 1990, começou sua carreira através do Grupo Bandeirantes. Primordialmente, é conhecida pelas coberturas da Fórmula *Indy*.

Foi casada com Luciano do Valle, outro ícone do jornalismo esportivo brasileiro. Foi repórter do *Show do Esporte*, programa idealizado por Valle.

Em 1992, foi a única jornalista a registrar o teste de Ayrton Senna em um carro *Indy*. Já atualmente, se dedica a produção de um *Mesacast*, em que entrevista grandes estrelas da história do esporte brasileiro.

## 3. ENFOQUE

Publicar a entrevista na categoria Elas nas Pistas. Por isso, focar em sua trajetória pessoal na cobertura do automobilismo e, principalmente, nos desafios como uma mulher pioneira nessa área. Também trazer o assunto para a atualidade e entender como o jornalismo esportivo se transformou da década de 1990 para 2020.

## 4. PERGUNTAS

1. Quando você se encontrou no **jornalismo**?
2. Por que esporte e por que **automobilismo**?
3. Como é ser **pioneira** na área?
4. Fale um pouco sobre o **ambiente masculino** no automobilismo e a pressão de ser uma mulher realizando uma cobertura jornalística nesse meio.
5. Qual foi o **momento mais marcante** da sua carreira até o momento.
6. O automobilismo viveu um auge de popularidade nas décadas de 1980 e 1990. Agora, temos uma nova **geração mais jovem e diversa** despertando o interesse pelo esporte. Como você enxerga esse cenário?

7. Você produz um **Mesacast** atual com vencedores e especialistas do esporte. Como é a sua relação com o jornalismo esportivo atualmente?
8. O que você diria para quem está **começando na área**?

## 5. POSSÍVEIS HIPERLINKS

Entrevista com Emerson Fittipaldi e Ayrton Senna

[https://www.youtube.com/watch?v=fdMJv\\_TTVGs&pp=ygUac2lsdmlhIHZpbmhhcyBheXJ0b24gc2VubmE%3D](https://www.youtube.com/watch?v=fdMJv_TTVGs&pp=ygUac2lsdmlhIHZpbmhhcyBheXJ0b24gc2VubmE%3D)

Episódio de *Mesacast* com Rubens Barrichello

<https://www.youtube.com/watch?v=xCBZnUdgcml&pp=ygUac2lsdmlhIHZpbmhhcyBheXJ0b24gc2VubmE%3D>

Entrevista para o *Motorsport Brasil*

<https://www.youtube.com/watch?v=hFbsn5X7csw&pp=ygUac2lsdmlhIHZpbmhhcyBheXJ0b24gc2VubmE%3D>

## Apêndice C - Diretrizes de redação e modelo de estrutura de texto

### DIRETRIZES DE REDAÇÃO

**Aspas simples:** gírias, modo de dizer ou insinuações (‘botar pra correr’; ‘perrengue’; ‘ficar pilhado’...)

**Aspas duplas:** citações diretas (“Vencer é o que importa, o resto é consequência”; “Tem sido muito legal ser uma autoridade nas coisas”...)

**Itálico:** apenas em termos em outras línguas, sem grifar pontuação e sem aplicar em nomes de equipes (*safety car*; *paddock*; *pitwall*...)

**Letra minúscula após dois-pontos:** (Hannah Schmitz: conheça a chefe de estratégia da Red Bull; F1: saiba tudo sobre o futuro filme da Fórmula 1...)

**Números por extenso até o dez:** (um; dois; três...dez; 11; 12; 143...)

**Títulos:** evitar títulos longos, máximo de 180 caracteres

**Parágrafos:** sempre utilizar ao menos 1 *hiperlink* por parágrafo

**Legendas:** nunca descrever a imagem e, sim, trazer algum dado ou fato sobre o conteúdo.

Não usar ponto final

**Créditos:** não utilizar “reprodução” ou nome de outros portais de notícias. Sempre procurar o nome do fotógrafo ou empresa de fotografia original

**Imagem:** buscar em alta definição. Em casos de capas de discos, revistas ou filmes, utilizar como a primeira imagem do texto

**Link do *YouTube*:** é possível incorporar vídeos do *YouTube* ao longo do texto, mas nunca como primeira mídia, que necessariamente precisa ser uma imagem. No caso de vídeos, não há necessidade de legenda, créditos ou texto alternativo

**Texto alternativo:** sempre realizar o texto alternativo para os usuários que necessitam de recursos de visibilidade

## MODELO DE ESTRUTURA DE TEXTO (ELEMENTOS OBRIGATÓRIOS)

### Título

### IMAGEM

*Legenda (Foto: Créditos)*

[Texto Alternativo: Descrição da imagem ou GIF.]

Entre 2 a 3 parágrafos de texto.

### IMAGEM/YOUTUBE

*Legenda (Foto: Créditos)*

[Texto Alternativo: X.]

Entre 2 a 3 parágrafos de texto.

(Não há limite de tamanho de texto, então esses elementos deverão ser intercalados conforme a necessidade)

**Foto + Nome do autor**

Minibio profissional + momento favorito da história da F1.

**Apêndice D - Análise F.O.F.A**

**1. FORÇAS**

- Veículo especializado em uma área do jornalismo que apresenta recente demanda;
- Projeto experimental, inicialmente, sem compromisso monetário. Por isso, com conteúdos pouco produzidos pela ‘mídia tradicional’;
- Textos com qualidade de apuração e informação, pensados para compor um TCC.

**2. OPORTUNIDADES**

- Construção de um portfólio pessoal;
- Estabelecimento de leitores ativos e fortalecimento de um nicho de consumo;
- Possibilidade de exercermos a nossa área favorita do jornalismo especializado.

**3. FRAQUEZAS**

- Concorrência com outros *blogs* que já possuem presença forte *online*;
- Divulgação em apenas uma rede social: *Instagram*;
- Produção de conteúdo textual e imagético, por enquanto, sem produção audiovisual.

**4. AMEAÇAS**

- Perda da audiência jovem da Fórmula 1;
- Corridas monótonas com pouco acontecimento em pista que interferem na produção de conteúdo;
- Aumento das exigências da FIA, o que pode ocasionar em um maior silenciamento dos fatos que ocorrem ao redor do esporte, também afetando o surgimento de pautas

para algumas categorias do *website*, como Bastidores e Análises.