

Cobertura jornalística da São Paulo Indy 300¹

Mariana CONSOLMAGNO²

Coautores: Bianca FORTUNATO, Bruno GREGÓRIO, Gustavo TOMAZELI, Julia SAKODA, Thaiza PALERMO³

Orientador: prof. dr. Renato Essenfelder⁴

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP

RESUMO

Em um mundo onde coberturas futebolísticas são as mais valorizadas no jornalismo esportivo, as corridas automobilísticas têm grande destaque entre os brasileiros, graças a nomes como Ayrton Senna e Emerson Fittipaldi. Entretanto, a Fórmula 1 ainda é a categoria de corrida mais abordada pela mídia.

Com este projeto, tivemos por objetivo dar um maior destaque para a Fórmula Indy, que vem ganhando espaço no cenário esportivo brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: Fórmula Indy, automobilismo, corrida, cobertura esportiva

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país com certa tradição no esporte. O futebol é, sem dúvidas, uma paixão para grande parte dos brasileiros. Portanto, o enfoque dado nas coberturas jornalísticas de esporte é voltado principalmente para esta modalidade.

No entanto, não é só de campo que a mídia entende. Outro esporte muito valorizado é o automobilismo. Desde a época de Nelson Piquet e Emerson Fittipaldi, o país vem revelando novos “craques” no motor, como Ayrton Senna, que é uma lenda da Fórmula 1, Rubens Barrichelo e Felipe Massa, que também marcaram presença nas pistas.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 07 Produção em Jornalismo digital (avulso/ conjunto ou série).

² Aluna líder do grupo. Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-SP, email: mari_consolmagno@hotmail.com

³ Os coautores são alunos do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-SP.

⁴ Orientador; professor do curso de Jornalismo da ESPM-SP e doutor pela ECA/USP. Email: renato.essenfelder@espm.br

O autódromo de Interlagos, por exemplo, foi palco de grandes disputas, como a derrota de Felipe Massa para Lewis Hamilton, em 2008, no GP do Brasil. Essas disputas evidenciaram os esportes de automotores, como a Stock Car e a Fórmula Indy.

Tendo isso em vista, o Grupo Bandeirantes de Comunicação teve a ideia de promover e transmitir em rede nacional a corrida da Fórmula Indy, também conhecida como São Paulo Indy 300, desde 2010. Em 2012, a Band investiu R\$ 60 milhões para a realização do evento, no Sambódromo do Anhembi.

Nosso projeto tem como pretensão a cobertura do evento realizado em 2012, a partir da plataforma digital, em formatos de texto e vídeo, que foram hospedados em um website. Todo o material foi realizado pelos próprios alunos, inclusive as filmagens in loco. A cobertura tem foco no antes, durante e pós-corrida.

OBJETIVOS

A cobertura jornalística realizada pelo grupo de alunos do terceiro semestre de jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing, na época, teve por objetivo não somente informar mas também trazer curiosidades a respeito das edições anteriores e sobre a realização do evento em si.

Serviu também como experiência externa para os alunos, em relação à gravação de imagens e entrevistas, operação de câmeras e também edição de vídeo e elaboração de textos.

O objetivo principal, portanto, é somar estudos referentes a cobertura de esportes em geral, com foque em corridas automobilísticas, à experiência dos alunos de jornalismo. Foram realizadas entrevistas com espectadores da corrida nos dias do treino e da corrida, no Sambódromo do Anhembi, jornalistas esportivos e, por fim, produtores da rede Bandeirantes responsáveis pelo evento.

A produção deste website, que continha as mídias escritas e de vídeo, quis mostrar que há espaço para outros tipos de coberturas esportivas, fora o tradicional futebol, além de pensar na difusão do esporte por meio da plataforma digital.

JUSTIFICATIVA

Os eventos esportivos estão cada vez mais midiaticizados. Antes, uma cobertura de, por exemplo, Olimpíadas de Inverno, só poderia ser acompanhada pela internet. Hoje em dia,

canais de televisão disponibilizam as imagens das competições. Assim como os fenômenos de massa, estes eventos esportivos estão presentes de alguma forma na mídia, não importando os motivos, já que o brasileiro, desde sempre, acompanha esportes.

Por estes motivos, assim como boa parte da população, os alunos escolheram este tema para exercitar a prática do jornalismo esportivo, bem como destacar uma modalidade pouco valorizada. Para cobrir os eventos esportivos, cada veículo tem seus próprios costumes. Buscamos criar uma rotina própria e levar em consideração as características potenciais que um website deve conter para que tenha sucesso.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A ideia principal deste projeto era fazer uma cobertura jornalística esportiva. Foram selecionados alunos que demonstraram interesse em esportes, mais especificamente em automobilismo. No trabalho aqui proposto, os tipos de pesquisa que compõem o percurso investigativo são as pesquisas de campo e entrevistas presenciais. A mídia digital, para o sociólogo Marcos Palácios possibilita a interconexão de textos:

Chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar-se (fazer links) para “várias pirâmides invertidas da notícia”, bem como para outros textos complementares (fotos, sons, vídeos, animações, etc), outros sites relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos jornalísticos ou não que possam gerar polêmica em torno do assunto noticiado, publicidade, etc. (PALÁCIOS, 2002).

A abordagem realizada seguiu este conceito: criamos textos noticiosos assim como outros textos complementares, fotos e vídeos. Também descrevemos em profundidade informações adicionais que julgamos necessárias para o entendimento de todo o funcionamento da Fórmula Indy para o leitor, bem como o evento em si. Introduzimos às pessoas que acessaram o site os pilotos da corrida, o histórico de prêmios deles, as edições anteriores da competição do mesmo ano e do ano anterior, o trajeto das corridas, as condições da recepção do evento, os resultados (incluindo tabelas de classificação) os bastidores da produção e a opinião dos espectadores, como revelam as imagens a seguir:



O meio digital possibilitou que essas informações fossem disseminadas de maneira rápida e em grande proporção, em redes sociais e no Portal de Jornalismo dos alunos da ESPM/São Paulo.

O projeto foi proposto como uma atividade extracurricular, na qual eram realizadas reuniões de pauta semanais no período vespertino.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Realizada por um grupo de seis alunos, sob orientação do professor Renato Essenfelder, a cobertura da São Paulo Indy 300 foi feita entre Março e Maio de 2012, com reuniões de pauta semanais, todas as sextas feiras.

Foram cobertos o pré-evento, a partir de textos informativos a respeito das corridas anteriores, bem como as edições dos anos anteriores. Buscamos informações acerca do perfil de cada piloto que concorria e montamos o perfil de cada um. Também informamos sobre os trajetos das corridas, descrevendo as pistas e suas dificuldades, a venda de ingressos, o público estimado e o que pretendíamos fazer no dia da corrida. Também cuidamos de detalhes como uniformização da equipe dos alunos e reserva de equipamentos para a filmagem e gravação de áudio.

Na reportagem de campo, buscamos fontes para fundamentação das matérias, durante os dois dias de evento. Através de uma série de entrevistas face a face com torcedores, espectadores, jornalistas, funcionários do evento, da segurança e as “gatas da Indy”, além dos produtores do próprio Grupo Bandeirantes, o grupo colheu informações suficientes para documentar o evento. O contato com estes personagens foi feita de forma direta, na própria corrida.

Na última etapa do processo de elaboração do site, fizemos a edição dos vídeos, com o auxílio da aluna de Comunicação Social da ESPM/SP, Bruna Brossi, a sincronização dos áudios com as imagens das entrevistas capturadas, buscamos trilhas que se encaixassem com o perfil do vídeo, elaboramos as últimas reportagens em forma de texto para que os leitores tivessem os resultados finais não só da corrida mas também de toda a competição.

Por fim, os vídeos e as matérias foram disponibilizados no site <http://jornalismoespm.wix.com/indy>, que também foi criado pelos alunos e professor.

CONSIDERAÇÕES

Numa proposta extracurricular, exercitamos a cobertura midiática de um evento esportivo pouco lembrado nos grandes veículos de comunicação – à exceção da própria Band, promotora do evento.

Objetivamos atingir a um público-alvo jovem e com pouca familiaridade com o esporte; nesse sentido, apresentamos os perfis de todos os corredores, as regras de funcionamento da prova, a cobertura do antes, durante e depois do evento e de outras etapas da Indy, além da paulistana.

O site se mostrou o canal ideal para a convergência dessas informações. Conseguimos dessa maneira explorar vídeos, fotos, textos e áudios, além de propor interatividade com os visitantes, que deixavam suas mensagens e impressões em um mural virtual.

Aos alunos, a experiência agregou uma série de competências. Exercitamos a produção da pauta, que envolvia uma logística complexa: não só adquirir ingressos para o evento, fabricar os uniformes personalizados, negociar permissões para acesso a áreas restritas, providenciar equipamentos de áudio e vídeo como também estudar a melhor maneira para revezar equipes e cobrir fisicamente a vasta extensão do autódromo.

Além do planejamento logístico, aprendemos muito durante a pesquisa de pauta. Identificamos todos os pilotos, sem exceção, e elaboramos um breve perfil de cada um. Estudamos as regras da Indy, muito diferentes das da Fórmula 1, e buscamos detalhes sobre a mecânica dos carros e a composição das equipes.

Na prática de reportagem tivemos a oportunidade de falar com pilotos icônicos, como Rubens Barrichelo, que estreou na Indy nesta etapa, e com outros menos conhecidos. Operamos todos os equipamentos de áudio e de vídeo. Realizamos fotografias. Entrevistamos ainda jornalistas especializados em automobilismo e o staff da organização – além, é claro, de inúmeros torcedores.

A edição do material, por fim, se mostrou outro desafio gratificante. Nessa etapa redefinimos a arquitetura do site diversas vezes para abrigar da melhor maneira possível o material captado. Adequamos as matérias a um formato extremamente conciso e informativo, procurando, contudo, aliar agilidade e informatividade.

O sucesso da experiência repercutiu internamente e levou a ESPM-SP a elaborar propostas similares para a cobertura de outros eventos de grande porte.

REFERÊNCIAS

BORELLI, Viviane. **Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: uma breve revisão de estudos**. São Paulo, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/69091043172603617173111127019307506949.pdf>. Acesso em: 14/05/2013.

Indy 2012. <http://jornalismoespm.wix.com/indy>. Acesso em: 14/05/2013

PALÁCIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Salvador, 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf. Acesso em: 14/05/2013.