



A transmídia e sua importância para a mundialização da Fórmula 1

HELDEN, Amanda Enae Van Helden
DUBEN, Kettlyn Duben Felix
MATHEUS, Maria Vitoria de Oliveira
SILVA, Krisagon Murilo dos Anjos
WALLAU, Vanessa Luiza de

INTRODUÇÃO

Este projeto de pesquisa científica em desenvolvimento é baseado na análise de como as mídias sociais e a transmídia foram responsáveis pelo aumento expressivo de público na Fórmula 1. Para exemplificar o fenômeno da transmídia, seria o uso de mais de um meio de comunicação para divulgar e complementar a mesma informação.

O tema é relevante pois mostra como as mídias digitais influenciam no engajamento do esporte, principalmente da Fórmula 1. O objeto de estudo para entender quais foram os fatores que contribuíram para este resultado.

DESENVOLVIMENTO

Para análise de tal tema, foi observado que havia uma mudança no cenário da Fórmula 1, o aumento do público e a diversidade dele nos autódromos, principalmente nos Estados Unidos da América, onde a categoria não tinha tanta visibilidade. A partir da análise da mudança, se construiu a hipótese de que as redes sociais e a série documental desenvolvida pela Netflix seriam responsáveis pelo aumento dos números.

Até 2016, a Fórmula 1 o público era majoritariamente de homens, de meia idade e de classe média para alta. Entretanto, em 2016, os direitos da Fórmula 1 foram comprados, e a partir de 2019, houve um aumento e diversidade do público. Quanto à transmissão dos eventos visando a democratização de acesso pelos diversos públicos entra em cena o fenômeno chamado transmídia.

Diversas foram as estatísticas analisadas para se chegar a conclusões concretas e relevantes. Para exemplificação, a média de espectadores por corrida aumentou de cerca de 550 mil, antes de Drive to Survive, para 928 mil em 2021 (ESPN, 2021). Além disso, houve também a comparação nos números de: espectadores; visualizações de vídeos; seguidores; o aumento de consumidores da faixa etária de 16 a 35 anos; distinção por sexo; o destaque da Fórmula 1 entre os outros esportes; receita total em bilhões de dólares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, após a compra dos direitos da categoria esportiva em 2016, entendeu-se a necessidade da transmídia para que a categoria se tornasse conhecida mundialmente. Começando com as intensas publicações nas redes sociais e o lançamento da série da Netflix no ano de 2019, até chegar ao seu auge em 2021 na batalha “Hamilton x Max”. Os números bateram recordes para a categoria, e só foi possível após o uso massificado dos meios de comunicação e o conhecimento sobre o fenômeno da transmídia.

REFERÊNCIAS

BARROS, Carolina Fernandes de. **A manifestação do fenômeno transmídia no contexto das produções esportivas - A importância das narrativas na Fórmula 1**. PUC-RIO. REVISTA MIGUEL nº 07 jul dez 2022. Disponível em <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/61269/61269.PDF>. acessado em 04/10/2024.