

A vez das mulheres na *Fórmula 1*

Por Pedro Sobreiro

As semanas que antecedem o GP de Interlagos são diferentes em São Paulo. Quem anda pela cidade passa a respirar Fórmula 1 ‘por osmose’, tamanha a mobilização ao redor do evento, não apenas de órgãos como a prefeitura e a SPTuris, mas também por parte da população, que enfeita ruas e fala apaixonadamente sobre o evento, principalmente ao relembrar do legado de Ayrton Senna, reforçando os laços do esporte com a cidade.

Para Gustavo Pires, presidente da SPTuris, o sucesso do evento cria um sentimento de pertencimento para o cidadão paulistano.

“Os eventos automobilísticos realizados em São Paulo movimentam toda a cadeia produtiva do turismo como a rede hoteleira, restaurantes, transporte e comércio. Além disso, eles também fortalecem o sentimento de pertencimento da população paulistana por sediar eventos de padrão internacional na cidade, gerando mais oportunidades de trabalho. E no caso da Fórmula 1, por exemplo, são mais de 20 mil postos de trabalho, segundo a organização”, comentou.

E esse engajamento popular massivo atrai atenção do mercado publicitário, dando ainda mais retorno para a cidade, permitindo mais investimentos em ações promocionais acerca do

Público do GP Interlagos já é composto por quase 40% de mulheres. Ações de apoio criam laços e ajudam a conquistar o público feminino.

evento, resgatando ícones do esporte, como o “museu artístico ferroviário” realizado nos trens da CPTM para a edição de 2024. É um processo que se retroalimenta, divulgando a cidade para o mundo e reforçando esse laço do GP de Fórmula 1 com São Paulo.

“O Grande Prêmio de São Paulo é, sem dúvida, um dos eventos mais emblemáticos do nosso calendário, e a cidade inteira se mobiliza para recebê-lo. No ano passado, tivemos aquela ação marcante com a CPTM, homenageando Ayrton Senna, que foi muito bem recebida pelo público. Neste ano, estamos ampliando a integração entre o evento e o espaço urbano, com ações de comunicação visual espalhadas por diferentes regiões da cidade, reforçando o clima de celebração. Em parceria com órgãos municipais e estaduais, estamos



No GP de 2024, a presença do público feminino foi equivalente a 37% do total de presentes em Interlagos

promovendo ativações em pontos estratégicos — inclusive em estações de transporte público, com o objetivo de aproximar o público da história e da emoção da Fórmula 1 em São Paulo”, comentou o presidente da SPTuris.

“A CPTM está novamente envolvida, desta vez em parceria com a Duracell e a equipe Williams Racing. A ativação principal acontece na Linha 9–Esmeralda, que leva diretamente ao Autódromo de Interlagos. E nos dias 8 e 9 de novembro, durante o fim de semana do GP, haverá distribuição de batecos personalizados [pequeno bastão inflável] e capas de chuva na Estação Autódromo, para os fãs que estiverem indo assistir à corrida. É uma forma de conectar ainda mais o público com o evento, desde o trajeto até a experiência no circuito. Além disso, a SPTuris trabalha para garantir que toda a experiência do visitante, desde a chegada até o acesso ao autódromo, seja fluida, segura e acolhedora [...] A SPTuris, apesar de não ser responsável pela ad-

ministração do autódromo, apoia as ações que valorizam esse importante equipamento da cidade. E nos grandes eventos como a Fórmula 1, nós atuamos no apoio do entorno com infraestrutura para viabilizar a operação de transporte, segurança, saúde, sinalização dos acessos ao público”, completou.

Mulheres no esporte

O GP de Interlagos vem registrando um dado muito interessante. Apesar do esporte ser historicamente dominado pelo público masculino, os últimos anos viram uma crescente muito significativa do público feminino, que atualmente representa 37% do público total do Grande Prêmio de São Paulo.

“Observamos transformações importantes no perfil do público, como o crescimento expressivo da presença feminina. Em 2004, as mulheres representavam apenas 5% do público em Interlagos. Em 2024, esse número chegou a 37%, um aumento de cerca de 640% em 20 anos. Isso mostra que o automo-

bilismo está se tornando mais inclusivo e diverso, refletindo um avanço social significativo”, afirmou Gustavo Pires.

O dado foi celebrado pelo CEO do GP São Paulo, Allan Adler, que também ressaltou a maior presença do público jovem.

“Em 2013, apenas 8% do público era feminino; hoje, já são 37%. Isso mostra que o automobilismo está se tornando mais diverso e conectado com as novas gerações”, comemorou.

Pensando no público feminino, a organização do GP e a prefeitura de São Paulo se uniram pela criação de um ambiente mais seguro para as mulheres, realizando ações de acolhimento e combate ao assédio em parceria com a Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania e reforçando o esquema de segurança com mais de 135 câmeras de monitoramento dentro e ao redor do autódromo.

O Grande Prêmio de Fórmula 1 de São Paulo acontece entre 7 e 9 de novembro, no Autódromo de Interlagos.

IMENES

MARTHA

“A economia é complexa e complicada de entender. Macro, micro, siglas, estrangeirismo... Quando escrevo, me pergunto: como eu gostaria de ‘ouvir’ isso?”

Martha Imenes

Jornalista, carioca, trabalhou nos extintos Tribuna da Imprensa e Jornal do Commercio, passou também pelos jornais O Dia, O Globo e Extra. Depois de 23 anos em redação, foi “pro outro lado do balcão” e chefiou as Assessorias de Comunicação da Secretaria de Trabalho e Renda do Estado do Rio de Janeiro, INSS e Ministério da Previdência.

De volta à redação, no Correio da Manhã escreve sobre economia, e nas recém-inauguradas editorias de justiça, funcionalismo público e previdência. É responsável pelas colunas Correio Econômico, Correio do Aposentado, Correio Jurídico e Jornal do Servidor.

Correio da Manhã

EDIÇÃO NACIONAL

Correio da Manhã

Correio da Manhã

EDIÇÃO DISTRITO FEDERAL

FONSECA

RODRIGO

“Escrever sobre cinema é fazer filme em forma de palavra. É usar o espaço nobre do Jornalismo para estimular pessoas a provarem das novas tendências de uma arte que é a maior diversão”

Rodrigo Fonseca

Carioca de Bonsucesso, formado pelo extinto Cine Olaria, o jornalista, roteirista e autor teatral Rodrigo Fonseca passou pelas redações do Jornal do Brasil, O Globo e Estadão, em paralelo à sua travessia pela televisão, como autor e pesquisador na TV Globo e como roteirista no Canal Brasil. Escreveu sucessos dos palcos como “Chico Xavier Em Pessoa” e “Encontros Impossíveis” e biografou o eterno trapalhão de Sobral (CE) Renato Aragão.

No Correio da Manhã escreve sobre filmes, entre críticas, artigos e entrevistas, na cobertura de festivais do Brasil e do mundo.