GP de São Paulo de F1 sofre com problemas de organização

De falta de água a problemas com lugares marcados, GP teve momentos caóticos

GETTY IMAGES / RED BULL CONTENT POOL



Primeiro ano da nova gestão do GP de São Paulo de F1 trouxe problemas em diversos setores e deixou a desejar

Por **Pedro Sobreiro**

O primeiro Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1 sob comando do CEO Alan Adler não deixou uma boa impressão no público. Com valores altíssimos, as edições anteriores tinham uma organização muito boa, que confiava bastante na civilidade dos fãs e tinha funcionários mais preparados.

Na edição 2026, o GP ficou marcado pela inauguração das cadeiras numeradas nas arquibancadas, o que não havia sido comunicado aos clientes anteriormente, e rendeu reclamações, princípios de tumultos e uma série de confusões, principalmente com fãs vindos de outros países.

Quando compraram os ingressos para as arquibancadas R e H, os torcedores não foram informados sobre a numeração e sequer tiveram a opção de escolher os assentos desejados. Diferentemente do que ocorreu, por exemplo, nos setores B e M, que traziam a indicação de que teriam cadeiras numeradas, apesar de também não permitir que o comprador escolhesse as cadeiras. Na hora de assistir às provas, de sexta (6) a domingo (8) os torcedores foram informados pelos funcionários do local que deveriam respeitar as numerações indicadas nos ingressos. Com isso, famílias e amigos que estavam em grupos tiveram de sentar separados.

Para uma categoria que custou de R$ 2.150 a R$ 2.850, o mínimo que se esperava era organização. Na sexta, alguns torcedores optaram por manter a tradição de quem chegar primeiro poder escolher onde vai sentar, o que causou confusão principalmente com torcedores vindos da Argentina, que queriam fazer valer a numeração dos bilhetes. Também houve casos de setores indicados nos ingressos que não existiam no autódromo. Um verdadeiro caos.

No domingo (8), após as confusões dos dois dias anteriores, que chegaram a registrar ameaças de agressões contra mulheres, os funcionários recomendaram que a marcação dos assentos fosse seguida, mas também não trataram como "lei". Houve bem menos confusão. Ainda assim, algo inaceitável para um evento do porte do GP de São Paulo.

LUGARES MARCADOS SERÃO MANTIDOS PARA 2027

Em comunicado à imprensa, a organização do GP de São Paulo reconheceu que houve falhas nessa opção, mas afirmou que manterá o esquema de cadeiras numeradas para o GP de 2027 para todas as arquibancadas, sem dar a opção de escolha de assentos para os torcedores no ato da compra.

– Alguns setores passaram a contar com assentos numerados para o Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1 2026. E, a partir do próximo ano, para cumprir uma exigência legal, todas as arquibancadas também terão assentos marcados. No email de confirmação da compra do ingresso constam as informações do bloco, fileira e o assento – informou o comunicado.

A decisão, obviamente, vem causando polêmica nas redes sociais, já que os preços dos ingressos aumentaram e vão de R$ 1.080 até R$ 22.600.

PROBLEMAS GERAIS NA ORGANIZAÇÃO

A edição 2026 também contou com problemas de falta d'água ao longo do evento. Os setores H e Porto sofreram com abastecimento de água, o que foi um problema principalmente na sexta-feira, que fez muito calor.

Além disso, a acessibilidade foi extremamente falha. Após as reformas milionárias no setor A, o espaço dedicado a pessoas com deficiência ficou localizado em uma área que tinha a visão comprometida pelos torcedores que ficavam de pé nas arquibancadas à frente. O que deveria ser um facilitador para os PcD's, acabou virando uma barreira humana que impediu a visão.

Agora que o Autódromo de Interlagos foi confirmado como sede da etapa brasileira do campeonato mundial de Fórmula 1 até 2035, a nova gestão terá uma série de desafios, a começar com a correção desses erros básicos e inaceitáveis da edição 2026.

Heineken Village conquista fãs com ativações inéditas

Por **Pedro Sobreiro**

Se a avaliação geral do GP de São Paulo de F1 foi controversa, com diversos problemas de organização, um setor se destacou positivamente: o Heineken Village 0.0. Composto pela área VIP, que conta com cobertura e buffet liberado, e pelo gramado, que é mais próximo da pista, o espaço da patrocinadora contou com um staff melhor preparado, banheiros exclusivos, e duas ativações muito especiais que dialogaram diretamente com os torcedores.

A mais chamativa foi a presença do RB20, carro utilizado por Max Verstappen, da Red Bull Racing, na histórica vitória no GP de São Paulo de 2024, em que largou em 17º e terminou em 1º, avançando rumo ao título mundial de pilotos daquela temporada.

O carro atraiu olhares dos fãs, que puderam agendar horário pelo aplicativo da marca, o "Hei", para evitar esperar no sol. E como o estande era aberto, muitos torcedores conseguiram ver e tirar fotos com o RB20 sem precisar pegar fila.

Outra ativação que emocionou torcedores foi uma exposição de capacetes originais de Ayrton Senna e Michael Schumacher. A icônico capacete amarelo de Senna foi usado no GP de Mônaco de 1987. Já o do alemão era de 1999, e foi usado por Schumacher na Ferrari.

Eles foram expostos ao lados dos macacões e capacetes utilizados por Max Verstappen e Isack Hadjar, os pilotos da Red Bull, na temporada 2026.

PEDRO SOBREIRO



Presença do RB20 roubou a cena no gramado do Heineken Village 0.0 2026

Para Bruna Rosato, gerente de marketing da Heineken 0.0 no Brasil, a satisfação dos fãs fez valer todo o trabalho envolvido para viabilizar as ativações.

– Como você deve imaginar, foram muitos alinhamentos [para trazer esses itens]. A gente teve muitas conversas, inclusive com o nosso time global para fazer tudo isso acontecer. Mas acho que é muito legal a gente poder propiciar para os fãs que estão aqui, vivendo essa experiência, ter contato com esses materiais. Porque a gente está falando de peças históricas. Capacete do Senna, capacete do Schumacher, o macacão de toda a equipe da Red Bull... E o que eu acho muito legal é a ativação do showcar, que a gente levou ali para o gramado, em que as pessoas puderam ver de perto o tamanho e a dimensão do que é um carro de Fórmula 1, né? Quando você chega perto, você entende melhor a dimensão, o tamanho que as coisas têm no esporte. Então, acho que é uma ativação que as pessoas curtiram muito, e foi muito legal a gente ter conseguido trazer – disse ao Correio da Manhã.