



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Rafael Direito Corrieri de Macedo

Dirigir para Viver: uma análise sobre a recepção da série da Netflix no público brasileiro

Brasília
2025

Rafael Direito Corrieri de Macedo

Dirigir para Viver: uma análise sobre a recepção da série da Netflix no público brasileiro

Artigo apresentado à Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional.

Orientador: Prof. Guilherme Lobão de Queiroz

Brasília
2025

Rafael Direito Corrieri de Macedo

Dirigir para Viver: uma análise sobre a recepção da série da Netflix no público brasileiro

Artigo apresentado à Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional.

Aprovada em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Guilherme Lobão de Queiroz
ORIENTADOR

Prof. Felipe Da Silva Polydoro
BANCA

Profa. Marlise Viegas Brenol
BANCA

Profa. Elen Cristina Gerales
SUPLENTE

Agradecimento

Foram 8 anos de universidade. Demorou mais do que eu havia planejado. Mas a entrega deste trabalho, que em algum momento parecia distante e em outro deixava a impressão que não chegaria nunca, finalmente chegou. De toda forma, a sensação que fica é a de dever cumprido.

Todo esse tempo só foi possível graças ao apoio da minha família: a minha mãe, Denise, o meu pai, Ricardo, e o meu irmão, Felipe. Eles me incentivaram quando ingressei em Ciências Sociais em 2017 e me apoiaram quando decidi mudar de curso em 2020. Obrigado pela força e pelos ensinamentos que me possibilitaram chegar até aqui. Para além da universidade, quero agradecer também o apoio que me permite praticar o esporte que eu amo, o automobilismo.

Toda a minha trajetória foi permeada por amigos que me ajudaram. Não vou citar os nomes para não esquecer de ninguém. Mas quem sabe, sabe. Obrigado pelo apoio acadêmico e principalmente pelas companhias nos momentos de lazer. Não é só de estudos que se vive. Amigos que toparam as festas mais malucas e os rolês mais duvidosos. Às vezes, o que era necessário era apenas jogar conversa fora em um bar. Mas que no final, sempre rendia histórias para contar. Obrigado por serem um escape em meio as pressões da UnB e do trabalho.

Também quero agradecer aos meus colegas de trabalho da UnBTV. Meu primeiro estágio na área de comunicação, que me ensinou muito sobre essa área e me preparou para o mercado de trabalho. Os ensinamentos foram valiosos.

Durante os 8 anos de UnB, tive a oportunidade de conhecer muitas pessoas. A grande maioria, verdade seja dita, já não me lembro dos nomes e dos rostos. Mas ainda assim, carrego as vivências dentro de mim. Com experiências boas ou ruins, eu aprendi e cresci.

Foram muitos professores que passaram pela minha trajetória. Alguns me marcaram mais. Alguns eram mais exigentes do que outros. E confesso que algumas aulas me davam menos vontade de ir. Mas quero agradecer por cada aula, cada trabalho, cada livro lido etc. Tudo isso agregou na minha formação.

Por fim, e jamais menos importante, obrigado, UnB. A universidade que me acolheu durante todo este tempo. Que me permitiu estudar e ter experiências que não teria em nenhum outro lugar. Tudo isso só foi possível porque a UnB é uma universidade pública. Finalizo o curso, mas tudo que aprendi aqui permanece.

Resumo

O artigo pesquisa o impacto da série *Dirigir para Viver*, da Netflix, no público. A série documental, que estreou em 2019, utiliza narrativas para guiar o espectador e apresenta visões mais abrangentes da Fórmula 1 às quais não se tem acesso assistindo às corridas pela TV. Para tentar compreender o que levou as pessoas a assistirem e quais foram suas experiências como expectadores da série, este artigo utilizou a metodologia de grupo focal e embasamento teórico de estudo da recepção no audiovisual. Foram 9 participantes divididos em 2 grupos, o que possibilitou questionar e entender as diferenças e as similaridades de opiniões. Entre os achados da pesquisa está a forma como a narrativa da série molda a visão dos espectadores em relação aos pilotos e aos bastidores da categoria. Também ficou demonstrado como a série trouxe de volta fãs que haviam parado de acompanhar o esporte.

Palavras-Chave: Dirigir para Viver, Fórmula 1, estudo de recepção, série audiovisual, esporte

Abstract

The article investigates the impact of the Netflix series Drive to Survive on its audience. The documentary series, which premiered in 2019, employs narrative techniques to engage viewers and offers a more comprehensive perspective on Formula 1, providing insights that are not accessible through traditional race broadcasts on television. The study aims to understand what motivated people to watch the series and what their experiences were like viewers. This article employs the focus group methodology, grounded in the theoretical framework of audience reception studies in audiovisual media. A total of nine participants were divided into two groups, allowing for an exploration of the differences and similarities in their opinions. Among the research findings is the way in which the series' narrative shapes viewers' views of the drivers and behind-the-scenes aspects of the category. It was also demonstrated how the series brought back fans who had stopped following the sport.

Keywords: Drive to Survive, Formula 1, reception study, audiovisual serie, sport

SUMÁRIO

Introdução.....	7
Referencial teórico	11
Metodologia	13
Análises.....	16
Considerações Finais	19
Bibliografia.....	21
Apêndice	22

Introdução

A Fórmula 1 é uma das principais categorias do automobilismo. Em 2021, a categoria teve audiência média de 70,3 milhões de telespectadores ao redor do mundo e teve audiência anual acumulada de 1,55 bilhão. No Brasil, o esporte também tem grande impacto na população. No Grande Prêmio¹(GP) de São Paulo de 2024, realizado no autódromo internacional José Carlos Pace, em Interlagos, a emissora que transmitiu a corrida no Brasil registrou Ibope de 6 pontos. Isso significa, aproximadamente, 1,5 milhão de domicílios conectados, além das 291 mil pessoas que estiveram no autódromo durante o final de semana.

Para entender de onde surge o aspecto do entretenimento da série, é preciso compreender como funciona uma corrida de Fórmula 1 (F1). Um grande prêmio é composto por 3 dias de atividades. Em regras gerais², a competição começa na sexta-feira com os treinos livres 1 e 2. Nestes treinos os pilotos fazem o reconhecimento da pista e as equipes preparam os carros para terem o melhor desempenho possível. Aos sábados, o dia começa com o terceiro treino livre e logo depois a classificação, que vai determinar a posição inicial de cada piloto para a corrida, que é realizada no domingo. (Fórmula 1, 2025)

É no aspecto de entretenimento, que vai além do esporte e da competição, que se enquadra a série documental chamada *Dirigir para Viver* (Drive to Survive, título original em inglês) produzida pela Netflix. A produção da série foi desenvolvida pela Liberty Media Corporation com o objetivo de tornar a Fórmula 1 mais atrativa e aumentar a base de fãs. Esse processo teve origem em 2017, quando a Liberty Media comprou os direitos comerciais da F1. A empresa é norte-americana e possui ativos em mídia, entretenimento e esportes. Com isso, a empresa se tornou a responsável por administrar os contratos dos direitos de imagem da categoria. Uma das mudanças feitas pela empresa está o contrato firmado com a Netflix para desenvolver uma série sobre a categoria.

¹ Forma de como são chamadas as corridas de Fórmula 1.

² Excluindo o formato de final de semana com corrida Sprint. Neste caso, a distribuição fica em Treino Livre e classificação da Sprint na sexta-feira, corrida Sprint e classificação no sábado e a corrida tradicional no domingo. A Sprint é uma corrida com 1/3 da duração da corrida e começou a ser implementada em 2021 em algumas etapas.

O esporte a motor começou em 1894 na França, quando foi anunciado uma corrida que iria de Paris à Rouen. O ganhador seria aquele que completasse a prova em menos tempo. O ganhador completou a prova em 6 horas e 48 minutos, com uma velocidade máxima de 19 km por hora. (Gabriel, 2016)

Em 1904, foi criada a FIA - Federation Internationale de l'Automobile (Federação Internacional de Automóveis, em tradução livre). O Federação promove corridas de carros ao redor do mundo.

O primeiro campeonato mundial de Fórmula 1 foi organizado pela FIA em 1950. Após inúmeras mudanças no regulamento, investimentos e novas tecnologias chegamos ao esporte que conhecemos hoje. A primeira temporada teve 7 corridas, com apenas a corrida de Indianápolis (EUA) sendo disputada fora da Europa. Atualmente, o calendário de cada campeonato conta com 24 corridas distribuídas em todos os continentes.

O nome Fórmula 1 é composto por duas partes. A primeira parte do nome, Fórmula, é um conjunto de regras e medições que são impostas pela FIA para colocar um projeto nesta categoria. O numeral 1, é apenas para denominar a importância da categoria, pois é a principal categoria da FIA. (Tremayne, 2020).

No Brasil, o esporte se popularizou depois dos anos 80. Muito um reflexo de pilotos brasileiros sendo campeões mundiais, como: Emerson Fittipaldi, em 1972 e 1974, Nelson Piquet, em 1981, 1983 e 1987, e, principalmente, Ayrton Senna, em 1988, 1990 e 1991. Nesta época tornou-se comum o brasileiro acordarem domingo de manhã para assistir às corridas.

As transmissões das corridas nas televisões brasileiras começaram em 1970 e de forma esporádica. A primeira temporada completa de Fórmula 1 só passou a ser transmitida em 1980, quando a Globo incorporou a categoria na sua grade de programação (Rivero, 2023). O Brasil é sediado uma corrida do campeonato de Fórmula 1 desde 1973³. A maioria das corridas foram realizadas no Autódromo de Interlagos, localizado em São Paulo. As exceções são os campeonatos realizados nos anos de 1978 e entre 1981 e 1989, que foram realizadas no Autódromo Internacional Nelson

³ A Fórmula 1 correu no Brasil em 1972 em Interlagos em uma prova fora do campeonato e não teve a participação de todas as equipes. Em 2020, a corrida de Fórmula 1 em Interlagos foi cancelada devido a Córd-19.

Piquet, conhecido como Autódromo de Jacarepaguá, localizado na cidade do Rio de Janeiro.

A série *Dirigir para Viver* teve a primeira temporada lançada em 2019 e teve como base a temporada de Fórmula 1 de 2018. Desde o lançamento, a série continuou saindo todos os anos, em 2024 a série está em sua sexta temporada. As gravações ocorrem durante etapas do campeonato de um ano e as filmagens são editadas e a série lançada no ano seguinte.

A série vai misturar elementos que aconteceram durante as corridas com entrevistas e conteúdos exclusivos. Com essa fórmula, a Netflix utiliza os acontecimentos para desenvolver uma narrativa na série. Desde 2022, a série é lançada no começo dos testes de pré-temporada da categoria, possivelmente, para estimular e preparar os fãs para a nova temporada depois de meses sem a competição. Todas as 6 temporadas da série possuem 10 episódios cada.

A série explora as narrativas que vão surgindo durante o ano, desde rumores de demissão, disputas entre as equipes e conflitos entre os pilotos. Com imagens da corrida e entrevistas exclusivas, a série mostra uma perspectiva diferente daquela abordada pela televisão, que é voltada mais para o esporte e a competição. Dessa forma, a série se torna um produto complementar do esporte, trazendo informações que não eram de conhecimento do público. Ao mesmo tempo, a série pode se sustentar sozinha, ou seja, é possível assistir à série sem acompanhar todos os momentos da categoria.

A narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou pela mistura ordenada de todas estas substâncias; está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, na epopeia, na história (Barthes, 1971, p. 19)

As ações em todos os momentos do grande prêmio influenciam no desempenho da equipe e do piloto na corrida. Ou seja, um erro pode comprometer o resultado inteiro do final de semana. É nisso que a série se concentra, criando narrativas com base nestes acontecimentos para narrar uma história ao longo das corridas e da temporada completa. Para complementar o conteúdo, a Netflix entrevista pilotos e chefes de equipe para adicionar detalhes à série.

Com esta fórmula da construção documental a Netflix alcançou números significativos de visualizações. De acordo com reportagem do jornal digital Grande

Prêmio, que divulgou uma pesquisa da Betway Insider, a audiência da F1 cresceu em 5% entre 2020 e 2021. Com isso, o esporte atingiu 1 bilhão de telespectadores.

De acordo com o relatório de visualizações da Netflix de 2023, a quinta temporada da série *Dirigir para Viver* foi assistida 91,6 milhões de vezes. Com o sucesso da série é importante questionar: qual foi o impacto da série nas pessoas e como as pessoas percebem esse novo produto da Fórmula 1?

O objetivo do artigo é analisar o impacto da série *Dirigir para Viver* no público-consumidor. O interesse desta pesquisa é entender como o público brasileiro recepcionou a série e os motivos que levam as pessoas a assistirem o programa, analisando os pontos positivos e negativos. Outra questão é compreender qual a relação dos telespectadores com o automobilismo.

A minha justificativa pessoal para pesquisar este assunto tem como base a minha paixão pelo esporte. Desde criança, acompanho corridas de carro, não ficando limitado a Fórmula 1, mas assistindo outras categorias como Fórmula Indy e StockCar⁴. Desde 2018, tenho como passatempo pilotar kart e isso aumentou ainda mais o meu amor pelo esporte e o meu interesse por pesquisar assuntos que envolvam isso.

Academicamente, a série *Dirigir para Viver* não foi alvo de muitos estudos. Provavelmente, um dos fatores que contribuem para isso é por ser uma série recente. Ou seja, existe um vácuo analítico sobre esse tópico de estudos. A pesquisa trouxe dados importantes sobre como uma série documental sobre um esporte, no caso, a Fórmula 1, gera interesse do público e como este percebe as narrativas criadas para e pela série. Outra contribuição é como as narrativas criadas pela série podem gerar interesse e engajamento dos telespectadores com o esporte e como o público percebe estas narrativas criadas para a série.

A metodologia da pesquisa consistiu na utilização da análise de dados obtidos através de grupos focais assíncronos. Para conseguir dados qualitativos, foi utilizada a estratégia de entrevista semiestruturada para gerar o debate entre os participantes. Com o papel de mediador, propus algumas questões para o grupo e incentivei a participação de todos, assim como a interação entre os próprios membros. A metodologia do grupo focal utilizada foi baseada nos estudos de David L. Morgan (1996) sobre a metodologia. Para entender o impacto da série, também

⁴ Fórmula Indy e Stock Car são outras categorias do automobilismo com regulamentos próprios.

foi utilizada a teoria de estudo da recepção, que tem autores como Mahamed Bamba de referência.

Referencial teórico

A Fórmula 1 passou por um processo de expansão a partir da a difusão da televisão, somado ao aumento na qualidade das transmissões. Até 1967, os carros de Fórmula 1 não podiam utilizar logos ou símbolos nas pinturas. Cada carro era pintado com um número, e as cores dos carros eram decididas pela nacionalidade da equipe⁵. Em 1968, os patrocinadores pressionaram para que as regras fossem alteradas e os carros pudessem servir como meio de propaganda. Com essas mudança nas regras o interesse econômico aumentou.

Como disse o ex-piloto escocês Jackie Stewart, tricampeão da categoria, as empresas que usam este esporte para promover produtos através da propaganda projetam o automobilismo para um novo grupo de pessoas. Antes, as corridas interessavam a poucos. Hoje, todos conhecem o automobilismo. Esse novo grupo de pessoas são os consumidores – tanto do ‘produto Fórmula 1’ quanto dos produtos que nela investem (Giavani, 2011, p. 6)

A série *Dirigir para Viver* é apresentada em um outro contexto social de expansão da marca e de suas influências no mundo. Para além do processo de globalização, uma marca também precisa ir além de um produto único. Nesse contexto, faz sentido a cultura da convergência de Henry Jenkins (2015). O autor defende uma mudança nos padrões dos meios de comunicação. De acordo com ele, as marcas apresentam um momento de forte expansão. Isso dialoga com a forma que a Liberty Media tem utilizado o produto Fórmula 1.

Enquanto o foco da velha Hollywood era o cinema, os novos conglomerados têm interesse em controlar toda uma indústria de entretenimento. A Warner Bros. produz filmes, televisão, música popular, games, websites, brinquedos, parques de diversão, livros, jornais, revistas e quadrinhos (Jenkins, 2015, p. 42)

Com a chegada da série, a F1 possibilitou que as pessoas que acompanhavam a categoria na TV adquirissem outra forma de consumir o esporte. Assim, aumentando o consumo das pessoas na série e o seu nível de apego à categoria. Afinal, a serie vai mostrar coisas que as pessoas não conheciam ou tinham acesso antes. Por

⁵ Cada país tinha uma cor definida por convenção no século XX. A Itália utilizava o vermelho. A Inglaterra o verde. A França o azul, entre outros.

exemplo, apresentará a Fórmula 1 por detrás das cortinas. Esse impacto é corroborado por esta pesquisa, sendo possível dialogar com o termo “economia afetiva” descrito por Jenkins. Agora, aqueles fãs que querem acompanhar tudo sobre a F1 terão mais um motivo para se envolver ainda mais emocionalmente com o produto.

A série passa a ser uma nova forma de entretenimento dentro da categoria, podendo ser classificada como transmídia, pois, além do produto televisionado, a série ganha o formato de streaming. Apesar de ser baseada no mesmo produto, o programa possui uma linguagem própria, com narrativas e elementos adicionais da Fórmula 1 (Martino, 2014).

O streaming é uma tecnologia que permite a transmissão de vídeo e áudio através da internet de forma que o usuário não precise fazer o download, mas exige uma conexão contínua com a Internet. Esse é o principal formato utilizado pela Netflix, apesar do usuário ter a possibilidade de baixar para seu computador ou outro dispositivo a série ou o filme que deseja assistir.

A Netflix surgiu em 1997, fundada por Reed Hastings e Marc Randolph. Atualmente, o serviço de streaming da plataforma está disponível em mais de 190 países e possui mais de 200 milhões de assinantes. No Brasil, a empresa chegou em 2011.

Dentro da comunicação existe o campo de Estudos da Recepção, dentro do campo da Comunicação, que está relacionado às abordagens que buscam entender as nuances da interação entre o produto audiovisual e o consumidor, assim como o impacto entre consumidor e produto. As acadêmicas Escosteguy e Jacks afirmam que esse campo de estudo teve início na década de 1970 e que a maioria dos estudos foi realizada para além da área comunicação (Escosteguy e Jacks, 2005), já que algumas pesquisas podem ser realizadas, por exemplo, no campo da sociologia para entender a interação do público e do produto considerando-se um contexto histórico. (Bamba, 2013). Nas palavras das autoras:

A análise da recepção comparte com os estudos culturais a concepção sobre a mensagem dos meios, considerando-a como formas culturais abertas e distintas decodificações, sobre a audiência definindo-a como composta por agentes de produção de sentido (Escosteguy e Jacks, 2005, p. 42)

Uma forma de estudar a recepção e o impacto posterior do produto sobre o consumidor foi proposto por Mahamed Bamba, que analisou o processo de censura

ocorrido no Brasil durante período da ditadura militar. O processo de censurar uma obra parte do pressuposto de que ela terá determinado significado após o consumo. Ou seja, não necessariamente aquilo que ela exhibe, mas o que ela pode representar para quem a consome (Bamba, 2013).

As formas de censura fílmica, independentemente dos problemas morais e éticos que levantam, representam casos de recepção que, na maioria das vezes, tomam uma forma verbal e discursiva posterior a uma prática de leitura/interpretação fílmica que é, ao mesmo tempo subjetiva e norteada por uma série de critérios de ordem moral e ideológica (Bamba, 2013, p. 16)

Nesse sentido é preciso compreender que um estudo de recepção não pode se limitar apenas a números. É preciso analisar os contextos sociais que se aplicam para a recepção de um produto audiovisual. Esse tipo de entendimento e análise passa a ser importante para uma maior compreensão da opinião do público.

Também é importante ressaltar que, apesar da ampla utilização do campo de estudo da recepção, ele não é uma nova faceta do campo da comunicação. Ele faz parte desse campo e está inserido dentro dele. Como diz a pesquisadora Maria Baccega: “trata-se apenas de uma nova perspectiva desses estudos” (Baccega, 1998).

Por isso, não é possível analisar a recepção da série *Dirigir para Viver*, sem analisar o meio que ela está inserida. O produto audiovisual é produzido e disponibilizado pela plataforma de streaming Netflix de forma exclusiva. Ou seja, apenas os assinantes da plataforma têm acesso ao documentário seriado.

De acordo com uma pesquisa divulgada pelo portal de notícias UOL, 60% dos brasileiros utilizam serviço de streaming. Deste total, 81% assinam a Netflix, sendo esta plataforma a líder do mercado brasileiro (UOL, 2024).

Levando isso em consideração, a metodologia da pesquisa se baseia em uma pesquisa qualitativa feita em grupo focal. O objetivo é entender como foi a recepção da série para essas pessoas. O foco não é na quantidade de pessoas que assistiram, mas sim na compreensão da motivação e a aceitação, ou não, da série.

Metodologia

O grupo focal consiste no encontro de um número limitado de pessoas, acompanhado por um pesquisador, cuja função é mediar o debate. Ou seja, o mediador será responsável por guiar o debate e extrair do diálogo entre os

participantes as informações mais úteis e relevantes para a pesquisa. A presença do pesquisador é importante para evitar que os participantes fujam do tema, podendo assim concentrar o debate no objeto do que está sendo estudado.

David L. Morgan define grupos focais como uma técnica de pesquisa que coleta dados através da interação do grupo com um tópico determinado pelo pesquisador (Morgan, 1996).

De acordo com Morgan, é preciso estabelecer três componentes essenciais. Primeiro, a função dessa metodologia tem como objetivo coletar dados. Outro ponto é que a interação dentro do grupo deve ser usada como a fonte dos dados. E por último, o pesquisador precisa ter um papel ativo na criação das discussões entre o grupo como forma de coleta dos dados (Morgan, 1996).

Entre os papéis desempenhados pelo mediador/pesquisador, é importante ressaltar a necessidade de deixar os participantes o mais confortáveis possível para expressarem suas opiniões, sem que se sintam julgados ou limitados em suas falas. Pois como dito acima, a interação entre os participantes é crucial para o sucesso da pesquisa, cabendo ao pesquisador utilizar o ambiente a seu favor.

Por isso, acreditamos que, ao invés de nos preocuparmos com a não-naturalidade da situação construída, seja mais proveitoso usar o grupo focal para encorajar as pessoas a se engajarem umas com as outras, a expressarem verbalmente suas visões de mundo e descortinarem estruturas cognitivas que antes se encontravam desarticuladas (Marques e Rocha, 2006, p. 6)

O motivo da escolha dessa metodologia foi justamente a possibilidade de coletar dados qualitativos com base nos grupos focais.

Os grupos focais provêm a oportunidade de observar os participantes conduzindo seus próprios testes discursivos, negociando sentidos, confirmando ou desafiando modos apropriados de percepção. (...) Eles podem revelar premissas cognitivas ou ideológicas que estruturam argumentos, os modos como vários discursos estão enraizados em contextos particulares e experiências específicas são trazidas à tona nas interpretações que marcam a construção discursiva das identidades sociais (Lunt; Livingstone. Abud Marques e Rocha, 2006. p. 2).

A pesquisa utilizou o grupo focal com uma variante online assíncrono. Assim, os debates foram realizados por meio da plataforma do *Whatsapp*, disponível para aparelhos celulares, mas também acessível por computadores. O objetivo foi facilitar a dinâmica de debate entre os participantes, permitindo que eles respondessem às questões e interagissem com os outros participantes de maneira livre e quando se sentissem à vontade. Todos os grupos contaram com a presença do pesquisador para

mediar o debate e fomentar as discussões, além de assegurar que todos os integrantes participassem.

Algumas das vantagens da utilização desse método são a conveniência para o pesquisado, já que ele pode responder às questões quando tiver tempo. De maneira que puderam se expressar do jeito que acharam mais conveniente, tanto por áudio quanto por mensagem escrita.

De acordo com uma pesquisa divulgada pela revista *Veja* em 2022, o *Whatsapp* está presente em 99% dos celulares dos brasileiros (Veja, 2022). Essa capilaridade do aplicativo motivou a escolha desse meio como forma de contato e realização da pesquisa.

Existem, no entanto, alguns pontos negativos na escolha desse meio para a execução da pesquisa. Por exemplo, a impossibilidade de perceber as expressões faciais dos participantes (Duarte, 2007) ou, no caso de mensagens de texto, de entender corretamente o tom da mensagem, se contém ironia ou hipérbole, por exemplo

A maneira encontrada de amenizar esses problemas foi permitir o uso de emojis e figurinhas nas mensagens dos participantes. Isso são formas de humanizar o texto e ajudam a definir o tom da mensagem. Podendo inclusive oferecer informações valiosas sobre a opinião do participante, como também uma forma de deixar os pesquisados mais livres para se expressarem.

A pesquisa foi dividida em 2 partes. Na primeira, foi a formulação de um questionário utilizando a plataforma *Google Formulários* para uma pesquisa de interesse de participação neste estudo. O formulário era composto por poucas perguntas, sendo uma delas excludente. Essa pergunta eliminatória verificava se a pessoas havia assistido à série *Dirigir para Viver*. Essa pergunta foi posta com o objetivo de alinhar os interessados com o público-alvo da pesquisa. As outras perguntas tinham o objetivo de coletar meios de contato com o participante, como telefone celular e e-mail.

Esse formulário foi enviado para grupos da faculdade, amigos, família e também para grupos de fãs do automobilismo, incluindo pessoas que praticam o esporte ou que trabalham na área.

Foram coletadas 24 respostas no formulário. Destas, 15 foram de pessoas que assistiram a série. Com esses dados, entrei em contato com as pessoas que

assistiram a série para enviar o termo de consentimento para participação da pesquisa. Além disso, foram feitas perguntas em relação à idade, gênero e ocupação. Após esse segundo contato, 9 pessoas assinaram o termo de consentimento para participar da pesquisa.

Assim, os participantes foram divididos aleatoriamente em 2 grupos focais. O primeiro grupo tinha 4 participantes e o segundo grupo, 5. Os grupos foram organizados por meio do aplicativo *WhatsApp*.

Análises

No primeiro contato com o grupo, foi enviada mensagem lembrando aos participantes sobre a dinâmica do grupo focal. Foi explicado que áudios, figurinhas e emojis estavam permitidos, com o objetivo de aumentar a possibilidade de interações e como forma de substituir as expressões faciais. Porém, é importante ressaltar que o emoji foi o único recurso não textual utilizado em ambos os grupos. Ou seja, os participantes preferiram se comunicar e expressar suas opiniões, prioritariamente, por meio de texto.

O grupo de participantes da pesquisa foi composto por sete homens cisgêneros e duas mulheres cisgêneras, com faixa etária variada entre 24 e 58 anos. A maioria dos participantes é composta por servidores públicos, totalizando quatro pessoas. Os outros entrevistados eram: um pesquisador, um aviador, um estudante e um empresário.

Durante o período da pesquisa, apenas um participante não emitiu opinião no grupo e escolheu por não interagir.

O primeiro questionamento feito aos participantes foi o mesmo: “qual a opinião de vocês sobre a série e porquê?”

Todos os participantes expressaram que gostam da série e destacaram a importância dos bastidores do esporte mostrados na série. Alguns a compararam o programa a um *reality show*. O participante Marcelo Conforto, de 58 anos, comparou diretamente o *Dirigir para Viver* ao “*Big Brother Brasil*”, maior reality show do Brasil produzido pela Globo. Para Lauro Machado, de 38 anos, o seriado “mostra um lado da F1 que não vemos nas transmissões”. A participante Anne Vieira, de 32 anos,

também concordou e disse que série mostra coisa à quais “não tem acesso no dia a dia”.

O papel da série de retratar a vida pessoal dos pilotos é o que motiva Mario, de 44 anos, a acompanhá-la.

A serie humaniza e aponta desafios, relações, ambições, lutas internas, como a pressão das corridas afeta a vida pessoal dos pilotos, suas interações com colegas de equipe e como a as rivalidades se intensificam fora das pistas. [...] A mistura de adrenalina das corridas com o drama humano por trás delas é o que torna a série tão cativante (Mario Alle, 44 anos)

Essas análises remetem muito à proposta do programa que é justamente documentar os acontecimentos dos bastidores e da relação entre os pilotos. Uma das respostas que divergiu foi a do participante Marco Meireles, de 44 anos. Para ele, as cenas das disputas entre os pilotos dentro das pistas e as corridas deveriam ser mais exploradas, e a vida pessoal dos pilotos deveria receber menos tempo de tela.

Alguns participantes também criticaram a forma como a série cria as narrativas. Lauro Machado, de 38 anos, disse acreditar que “há uma certa encenação em alguns momentos, umas cenas forçadas, enredos criados”. Marcelo Conforto, de 58 anos, concorda com essa visão e disse que algumas das cenas são utilizadas para dar um efeito dramático.

Eu particularmente aprecio, pois dá uma visão dos bastidores da F1. Mas também costumo “dar um desconto” porque muitas das situações mostradas ali são exageradas para criar um efeito dramático. Mais ou menos como um big brother da F1 (Marcelo Conforto, 58 anos)

A forma que o programa representa os pilotos também foi um dos pilares da discussão. Foi questionado aos participantes se a série coloca algum piloto como um personagem principal e se eles são separados em heróis e vilões.

A participante Zahra Oliveira, de 24 anos, afirmou que se retratou o piloto Daniel Riccardo como o “queridinho” e que isso a influenciou para que ela criasse simpatia pelo Riccardo. O comentário foi concordado por Anne Vieira, de 32 anos. A personalidade do Riccardo sempre foi apresentada como brincalhão e engraçado. Muitas das cenas do piloto são dele fazendo brincadeiras e pegadinhas com os outros pilotos. Essas atitudes podem ter levado o piloto a ter a fama de “queridinho”.

O Daniel [Riccardo] foi feito muito evidenciado e colocado como o preferido por todos. O ruim é que ele teve temporadas ruins depois (Anne Vieira, 32 anos)

Anne Vieira, de 32 anos, também acredita que a série deu mais visibilidade a pilotos “invisibilizados”, ou seja, aqueles que não andam na frente, aqueles que não

ganham corridas e que ficam na parte final da competição. Nesse sentido, Lauro Machado, de 38 anos, acredita que a série ajudou a ter empatia pelo Roman Grosjean. Para ele, alguns episódios exploram, além das dificuldades do piloto na pista, suas frustrações pessoais como um pai e marido, e isso fez que ele torcesse para o piloto, que não está mais na categoria.

Alguns integrantes concordaram que o piloto Max Verstappen foi retratado como o vilão da série. A integrante Zahra Oliveira, de 24 anos, comentou que criou antipatia pelo Verstappen pela forma que ele é retratado. Devido a essas narrativas criadas, o piloto se recusou a participar de entrevistas para a 3ª e 4ª temporada do programa. Na época, o piloto informou que não gostava da forma como a série retratava os pilotos e a forma que eles forjavam as narrativas. (Globo Esporte, 2021).

Outro foco de discussão foi o motivo que levou os participantes a assistirem à série. Alguns participantes já acompanhavam a categoria há um tempo, mas alguns só conheceram o esporte depois da série. Como é o caso da Zahra Oliveira, de 24 anos. Ela afirmou que não acompanha a F1, mas que assistiu a série por influência de um amigo. No entanto, ressaltou que não acompanha a F1 “religiosamente”, ou seja, não é uma expectadora assídua.

O Matheus Schelb, de 24 anos, disse que acompanhava esporadicamente o esporte quando criança por causa do pai, mas que depois parou de assistir. Para ele a série serviu como um retorno à F1. Quando a série lançou, ele voltou a acompanhar as corridas. Assim como Matheus Schelb, de 24 anos, o participante Jakson Lima, de 45 anos, também havia parado de acompanhar a F1, mas voltou a assistir depois do lançamento do programa.

Alguns dos participantes assistem à Fórmula 1 desde criança, como a Anne Vieira, de 32 anos; Marcelo Conforto, de 58 anos; Marco Meireles, de 44 anos; e Mario Alle, de 44 anos.

Eu acompanho a Fórmula 1 desde 1986, embora naquela época eu não entendesse muito sobre o esporte, ainda assim, fiquei fascinado só de ver os carros. Na época tinha seis anos. A partir de 1991, passei a assistir todas as corridas, e desde então, a F1 se tornou uma grande paixão (Mario Alle, 44 anos)

Marcelo Conforto, de 58 anos, acompanha a Fórmula 1 desde a década de 1970. Inclusive, ele chegou a fazer parte da TOP (Torcida Organizada Piquet), para apoiar o brasileiro Nelson Piquet, três vezes campeão mundial de Fórmula 1. “Assisto

até treino. Para mim, independe se tem brasileiro correndo ou não”, comentou Marcelo Conforto, 58 anos.

O último ponto do debate foi o que os participantes sentiam falta e o que eles gostariam que fosse aprofundado nas próximas temporadas. Os participantes Matheus Schelb, de 24 anos, e Jakson Lima, de 45 anos, voltaram a concordar que a série deveria abordar aspectos mais técnicos do esporte, como o desenvolvimento dos carros e das equipes. Marco Meireles, de 44 anos, reforçou que acredita que o programa deveria “focar mais nas corridas em detrimento da vida pessoal dos pilotos”.

Mario Alle, 44 anos, disse que se deveria focar nos aspectos mais polêmicos do esporte. Ele citou os campeonatos de 2008 e de 2021. O primeiro foi marcado pela investigação de manipulação de resultado conhecido como Singapuragate, considerado um dos maiores escândalos do esporte. Na época, durante a 15ª corrida do ano, que ocorreu em Singapura, o chefe de equipe da *Renault*, Flavio Briatore, mandou o piloto brasileiro Nelson Piquet bater propositalmente. A batida forçou a entrada do carro de segurança e permitiu que a equipe ganhasse a corrida com o carro pilotado por Fernando Alonso, companheiro de Nelson.

No ano de 2021, a temporada, marcada por uma rivalidade entre Lewis Hamilton e Max Verstappen, terminou em um contexto, no mínimo, polêmico. Quando o campeonato foi influenciado por uma aplicação incorreta das regras pelo diretor de prova, Michael Masi.

De acordo com o Mario Alle, de 44 anos, a série poderia explorar essas decisões controversas para refletir uma visão mais completa do esporte e não apenas os pontos positivos.

Considerações Finais

Diante do analisado esse trabalho responde aos problemas de pesquisa propostos. Buscou-se deixar mais claro o impacto e as experiências passadas pelos pesquisados quando assistiram à série. Muito das motivações apresentadas são alinhadas com o objetivo final do programa de levar conteúdos e assuntos que não são abordados durante as corridas. Os famosos bastidores.

Esse resultado foi possível devido ao público-alvo selecionado para a pesquisa que contemplou perfis variados, considerando idade, gênero e profissões; além de terem histórico de audiência do programa e, por vezes, também do esporte. A

diferença na distribuição de gênero dos participantes da pesquisa, também pode ser um sintoma de um esporte predominantemente masculino, em que mulheres esparram na barreira do machismo estabelecido no ambiente. Um reflexo disso é a ausência de pilota nas competições de F1, estendendo essa lacuna até a Fórmula 2. A primeira mulher a competir, atualmente, se encontra na Fórmula 3, sendo a única no meio de 30 outros pilotos.

Também fica evidente o papel da narrativa da série na construção de personagens mais amados e mais rejeitados. A pesquisa mostrou como a dramaturgia criada pelo programa molda a opinião dos telespectadores. A narrativa tem o potencial de aumentar a visibilidade de um piloto ou piorar sua reputação perante o público. Essa narrativa que é construída por meio de entrevistas exclusivas com os pilotos, misturadas com as emoções retratadas dentro das pistas.

Alguns pesquisados também explicitaram que a série conseguiu trazer de volta fãs do esporte que haviam parado de assistir a Fórmula 1, servindo assim para fortalecer e alimentar o engajamento do público do produto original.

Durante a pesquisa foi possível entender há assuntos que não foram muito abordados pelos trabalhos acadêmicos do Brasil, demonstrando uma área de oportunidade para mais pesquisas. Também é relevante observar que a junção de esporte e entretenimento ainda é um campo pouco explorado e pode ser fértil na produção de novas pesquisas. Sendo que no caso em tela, percebeu-se que serviu para alavancar um tema pouco conhecido no Brasil: o automobilismo.

Também foi analisado o impacto da série na atração de novos expectadores e no resgate do interesse de antigos fãs da F1, que haviam perdido o interesse pela competição. Esses novos ou retornantes telespectadores estão alinhados com a estratégia da Lyberty Media de expandir o mercado de consumidores da categoria e aumentar as formas de entretenimento.

Este artigo contribui para o estudo de recepção e do impacto causados por séries documentais no público. Além de analisar as experiências passadas pelos espectadores quando apresentados a um trabalho audiovisual que aborda tema que suscita, por vezes, uma paixão nacional. Este trabalho também abre espaço para que outros estudos e pesquisas sejam realizados a fim de aprofundar o conhecimento nesta área.

Bibliografia

BACCEGA, M. A. Recepção: nova perspectiva nos estudos de Comunicação. **Comunicação & Educação**, n. 12, p. 7–16, 30 ago. 1998.

BARTHES, R. **Análise Estrutural da Narrativa: Pesquisa Semiológica**. [s.l.] Vozes, 1971.

Como série “Drive to Survive” impacta na Fórmula 1? - Notícia de Fórmula 1 - Grande Prêmio. Disponível em: <<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/como-serie-drive-to-survive-impacta-na-formula-1/>>. Acesso em: 5 set. 2024.

DUARTE, A. B. S. **GRUPO FOCAL ONLINE E OFFLINE COMO TÉCNICA DE COLETA DE DADOS**. *Informação & Sociedade*, v. 17, n. 1, 4 abr. 2007.

ESCOSTEGUY, A. C.; JACKS, N. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Edutires, 2005.

Everything you need to know about F1. FÓRMULA 1, 2025. Disponível em: <<https://www.formula1.com/en/latest/article/drivers-teams-cars-circuits-and-more-everything-you-need-to-know-about.7iQfL3Rivf1comzdqV5jwc>>. Acesso em: 25 fev. 2025.

Exclusivo: WhatsApp é líder e está em 99% dos celulares no Brasil | VEJA, 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/neuza-sanches/exclusivo-whatsapp-e-lider-e-esta-em-240-milhoes-de-celulares-no-brasil#google_vignette>. Acesso em: 5 dez. 2024.

F1 divulga seus números de audiência em TV e público nos circuitos em 2021. Disponível em: <<https://www.f1mania.net/f1/f1-divulga-seus-numeros-de-audiencia-em-tv-e-publico-nos-circuitos-em-2021/>>. Acesso em: 26 jan. 2025.

Formula 1 announces TV, race attendance and digital audience figures for 2021 | Formula 1®, 2022. Disponível em: <<https://www.formula1.com/en/latest/article/formula-1-announces-tv-race-attendance-and-digital-audience-figures-for-2021.1YDpVJIOHGnuok907sWcKW>>. Acesso em: 26 jan. 2025.

GABRIEL, E. **Local da primeira corrida da história, Paris revê revolução**. Motorsport, 2016. Disponível em: <<https://motorsport.uol.com.br/formula-e/news/local-da-primeira-corrida-da-historia-paris-reve-revolucao-689151/689151/>>. Acesso em: 25 fev. 2025.

GIAVONI, L. **A transmissão cultural da Fórmula 1 pela teoria comunicacional de John B. Thompson**. Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, DT 8. **Anais...** Em: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Recife: 2011. Disponível em: <<https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1895-1.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2025

GONDIM, S. M. G. **Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos**. Paidéia (Ribeirão Preto), v. 12, p. 149–161, 2002.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. [s.l.] Aleph, 2015.

Liberty Media Corporation. Disponível em: <<https://www.libertymedia.com>>. Acesso em: 9 jan. 2025.

MAHOMED, B. **A recepção cinematográfica: teorias e estudos de casos**. [s.l.] Edufba, 2013.

MARQUES, Â. C. S.; ROCHA, S. M. A produção de sentidos nos contextos de recepção: em foco o grupo focal. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 8, n. 1, p. 38–53, 2006.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais: Linguagens, ambientes e redes**. [s.l.] Editora Vozes Limitada, 2014.

MORGAN, D. L. **Focus Groups as Qualitative Research**. [s.l.] SAGE, 1996.

Netflix lidera no Brasil e 25% ignoram aumento de mensalidades no streaming. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2024/04/30/streaming-no-brasil-netflix-e-lider-e-25-ignoram-aumento-de-precos.htm>>. Acesso em: 5 dez. 2024.

RIVERO, L. M. **Fórmula-1 na TV: uma análise do pré e do pós transmissão na cobertura das TVs Globo e Band**. [s.l.] Puc Rio Grande do Sul, 2023.

TREMAYNE, D. **Why is it called Formula 1 – and 12 other questions about the championship's origins | Formula 1®**. Disponível em: <<https://www.formula1.com/en/latest/article/why-is-it-called-formula-1-and-12-other-questions-about-the-championships.1GHeel6u4jga6hMpX2eFs1>>. Acesso em: 25 fev. 2025.

Veja. **Exclusivo: WhatsApp é líder e está em 99% dos celulares no Brasil**, 2022. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/neuza-sanches/exclusivo-whatsapp-e-lider-e-esta-em-240-milhoes-de-celulares-no-brasil/>>. Acesso em: 3 fev. 2025.

Verstappen não estará mais em série documental da F1: “Forjam coisas”. Disponível em: <<https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/verstappen-nao-estara-mais-em-serie-documental-da-f1-forjam-coisas.ghtml>>. Acesso em: 3 jan. 2025.

Apêndice

Grupo Focal 1:

[15/12/2024 17:34] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador)**: Boas-vindas a todos e todas ao grupo focal. Esse é o grupo da minha pesquisa sobre a série *Dirigir para Viver*. Vou colocar algumas perguntas para vocês responderem. Sintam-se à vontade para desenvolverem a suas linhas de pensamento sobre o tema e a pergunta. Também incentivo vocês a interagirem com os outros participantes dentro

do grupo, concordando ou não com a opinião dos outros membros. Mensagens de áudio, figurinhas e emojis também são permitidos para expressarem melhor seus sentimentos em relação ao tema.

[15/12/2024 17:35] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Para começar, gostaria que vocês explicassem qual a opinião de vocês sobre a serie Dirigir pra Viver. Vocês gostaram da série ou não? E porquê?

[15/12/2024 18:54] **Anne Vieira:** Boa noite! Gostei bastante da série, principalmente por trazer bastidores que a gente não tem acesso no dia a dia. Como assisti todas as temporadas de uma vez, senti que passa a ser um pouco repetitivo com o tempo

[16/12/2024 10:26] **Zahra Oliveira:** Bom dia!! Eu gostei muito da série pq eu não conhecia nada de Fórmula 1 antes de assistir e senti que a série traz um sentimento de reality show que deixa ela mais cativante. Não sei como é pra quem realmente acompanha fielmente F1, mas o formato me prendeu muito pela sensação de que os pilotos são quase "personagens" na forma que eles levaram a narrativa.

[16/12/2024 17:14] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Boa tarde, gente! Anne e Zahra (os outros também sintam-se a vontade para comentar também), os bastidores da série fizeram vocês terem mais simpatia com algum piloto? Ou gerar uma antipatia por algum personagem?

[16/12/2024 17:17] **Anne Vieira:** Não me recordo muito bem se tive antipatia ou simpatia por algum, mas me fez me interessar mais naqueles que a gente não vê muito na mídia ou que não ficam bem posicionados nas corridas. Parece que o olhar se voltou mais pra esses que são meio invisibilizados quando a gente vê as corridas

[16/12/2024 17:20] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Entendi, você já acompanha o automobilismo a algum tempo? Ou só a Fórmula 1?

[16/12/2024 17:20] **Zahra Oliveira:** Hmm eu criei antipatia pelo Max e criei muita simpatia pelo Daniel! Acho que a série mostrou o Daniel bem como queridinho e fui totalmente influenciada

[16/12/2024 17:25] **Anne Vieira:** Acompanho só a F1 e desde criança

[16/12/2024 17:26] **Anne Vieira:** Verdade!! O Daniel foi feito muito evidenciado e colocado com o preferido por todos. O ruim é que ele teve temporadas ruins depois haha

[16/12/2024 20:44] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Que massa. Mas pelo o que eu entendi você não acompanhava a fórmula 1 antes né? Então o que te levou a assistir a série?

[16/12/2024 20:45] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Lauro Machado e Pedro o que vocês acharam da série?

[16/12/2024 20:50] **Zahra Oliveira:** Siim, não conhecia! Um amigo meu me chamou pra assistir com ele e viciiei hehe

[16/12/2024 21:25] **Lauro Machado:** Oh Macedo, desculpa a demora meu amigo!

[16/12/2024 21:36] **Lauro Machado:** Poxa, gosto demais da série! Sempre fico na expectativa do lançamento da próxima, até pq é justamente no período que a falta das corridas aperta demais 😊 Como apaixonado por automobilismo, consumo todo tipo de conteúdo, e nesse caso, conteúdo de qualidade e diferente de tudo que já tinha visto. Mostra um lado da F1 que não vemos nas transmissões. Acho que há uma certa encenação em alguns momentos, umas cenas forçadas, enredos criados, mas não tira a graça de toda a história contada da temporada.

[16/12/2024 22:03] **Lauro Machado:** Não me lembro em qual temporada, mas senti empatia pelo Romain Grosjean, quando mostraram de perto as dificuldades por enfrentar uma temporada difícil, as tristezas e frustrações não só do piloto, mas do pai, do marido. Passei a torcer por ele.

[17/12/2024 20:45] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Boa noite gente!

[17/12/2024 20:46] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Kkkkk maneiro. Chegou convencer outras pessoas a assistirem? Faz a propaganda da série?

[17/12/2024 20:47] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Em relação ao enredo das temporadas, vocês acham que a série tem mantida uma qualidade boa de um ano para o outro?

[17/12/2024 20:48] **Zahra Oliveira:** Siim! Hoje as minhas irmãs assistem também.

[18/12/2024 01:04] **Lauro Machado:** Sim, tem mantido a qualidade.

[18/12/2024 08:59] **Anne Vieira:** Já comentei sobre a série com outras pessoas, mas não cheguei a convencer a assistir.

[18/12/2024 09:00] **Anne Vieira:** Também acho que tem mantido a qualidade, mas, como comentei antes, acho que fica um pouco repetitivo o enredo.

[18/12/2024 15:15] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Muito obrigado pela participação de vocês!

Agora deixo o espaço aberto para vocês darem as últimas opiniões sobre a série. Vocês podem comentar sobre qualquer aspecto da série que queiram.

Grupo Focal 2

[18/12/2024 15:32] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Boas-vindas a todos e todas ao grupo focal. Esse é o grupo da minha pesquisa sobre a serie Dirigir para Viver. Vou colocar algumas perguntas para vocês responderem. Sintam-se à vontade para desenvolverem a suas linhas de pensamento sobre o tema e a pergunta. Também incentivo vocês a interagirem com os outros participantes dentro do grupo, concordando ou não com a opinião dos outros membros. Mensagens de áudio, figurinhas e emojis também são permitidos para expressarem melhor seus sentimentos em relação ao tema.

[18/12/2024 15:34] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Para começar, gostaria que vocês explicassem qual a opinião de vocês sobre a serie Dirigir pra Viver. Vocês gostaram da série ou não? E por quê?

[18/12/2024 15:40] **Marcelo Conforto**: Eu particularmente aprecio, pois dá uma visão dos bastidores da F1. Mas também costumo "dar um desconto" porque muitas das situações mostradas ali são exageradas para criar um efeito dramático. Mais ou menos como um "big brother" da F1. O foco são as rivalidades e discordâncias entre os "atores". O Verstappen mesmo se recusou a participar por várias edições por conta dessas falsas narrativas.

[18/12/2024 18:36] **Marco Meireles**: Acho a série muito boa, principalmente pela qualidade de edição de imagens, som etc. As cenas das disputas são bem exploradas, porém acredito que poderiam tomar mais parte do tempo dos episódios, em detrimento das cenas de lazer ou atividades pessoais/sociais dos pilotos.

[18/12/2024 18:37] **Marco Meireles**: Os bastidores das estratégias de equipe também são um ponto forte, na minha opinião.

[19/12/2024 09:32] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador)**: Sobre essas narrativas criadas na série, você acha que eles priorizam algum piloto? Fazendo com que piloto X seja considerado mais "simpático" e retratando o piloto Y como "antipático". Lembrando que as perguntas são abertas a todos.

[19/12/2024 09:36] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador)**: Você assistiu todas as temporadas? Você acha que eles têm colocado mais foco nos bastidores nas temporadas mais recentes?

[19/12/2024 09:37] **Marcelo Conforto**: Sim... Hamilton é sempre o "bonzinho". Verstappen é o "vilão".

[19/12/2024 09:38] **Marcelo Conforto**: O foco muda um pouco dependendo do que acontece durante o ano. Anos com muitas mudanças, acabam por ter uma narrativa mais dinâmica. Anos onde não temos tanta ação, como por exemplo, quando a Red Bull era dominadora, acabam focando mais nas fofocas de bastidores.

[19/12/2024 09:56] **Marco Meireles**: Sim assisti todas, porém acho que o padrão do programa foi o mesmo ao longo de todas as temporadas

[19/12/2024 15:23] **Matheus Schelb**: Foi o meu ponto de entrada para a fórmula 1, eu estava desenvolvendo um interesse por motorsport com a fórmula E e dei uma chance para a série em 2019, acompanhei outras duas temporadas, gostava bastante da série e de como era editada de forma a parecer, como dito aqui antes, um BBB da F1, mas com o tempo passei a consumir outras formas de mídia que orbitam o esporte e fui deixando a série de lado

[20/12/2024 18:26] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador)**: Boa noite gente!

Queria entender qual o contato que vocês tinham com o automobilismo antes da série. Vocês já acompanhavam a fórmula 1 ou alguma outra categoria? E também quero saber o que vocês acham que falta na série. Se tem algum ponto que ainda não foi abordado na série que vocês gostariam de ver.

[21/12/2024 07:21] **Jakson Lima**: Eu já andava de kart, mas tinha deixado de acompanhar a Fórmula 1 a uns três anos e depois da série voltei a acompanhar.

Acho que poderiam mostrar um pouco sobre o desenvolvimento dos carros, mas claro que isso envolve segredos que as equipes fazem de tudo pra não vazarem, então sei que não é possível.

[21/12/2024 07:26] **Marcelo Conforto:** Sempre acompanhei F1 desde garoto, na década de 70, torcendo pelo Rato e pelo Moco (Fittipaldi e Pace). Fui membro da TOP (Torcida Organizada Piquet). Assisto até treino. Para mim, independe se tem brasileiro correndo ou não.

[22/12/2024 12:37] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Bom dia! Matheus Schelb e Mario Alle se puderem respondam as perguntas acima por favor!

[22/12/2024 12:42] **Matheus Schelb:** Meu pai assistia fórmula 1 até mais ou menos 2012 e eu acompanhava de vez em quando, mas depois disso ele parou e portanto eu também. Depois por causa de um anúncio de Instagram tive interesse na fórmula E com a introdução dos carros de segunda geração mas nunca cheguei a acompanhar, pouco depois descobri a Drive to Survive e acompanho fórmula 1 desde então.

Recentemente não sei dizer o que falta na série por não acompanhar mais, mas vendo a nova geração de fans que veio por causa do DTS eu diria que talvez um pouco mais de desenvolvimento técnico uma vez que se trata de um esporte extremamente técnico, mas talvez seja só meu lado nerd chato falando

[22/12/2024 12:57] **Marco Meireles:** Acompanho a F1 desde criança, no final da década de 80. Na minha opinião a abordagem da série é bem completa, o que falta é focar mais nas corridas em detrimento da vida pessoal dos pilotos

[22/12/2024 16:47] **Mario Alle:** Eu gosto da série porque ela vai além das corridas de Fórmula 1 e oferece um olhar profundo sobre a vida pessoal dos pilotos e os conflitos que acontecem nos bastidores. A série humaniza e aponta desafios, relações, ambições e lutas internas, como a pressão das corridas afeta a vida pessoal dos pilotos, suas interações com colegas de equipe, e como as rivalidades se intensificam fora das pistas. Aprecio também a convivência entre os chefes das equipes, a gestão de conflitos e a busca incessante por resultados, que nos faz entender as motivações de cada um. A mistura de adrenalina das corridas com o drama humano por trás delas é o que torna a série tão cativante.

[22/12/2024 16:58] **Mario Alle:** Eu acompanho a Fórmula 1 desde 1986, embora naquela época eu não entendesse muito sobre o esporte, ainda assim, fiquei fascinado só de ver os carros. Na época tinha seis anos. A partir de 1991, passei a assistir todas as corridas, e desde então, a F1 se tornou uma grande paixão. Vi momentos históricos e polêmicos, e momentos tristes como a morte de Senna.

No entanto, o que sinto falta na série *Drive to Survive* é uma abordagem mais apurada com respostas a certos aspectos polêmicos envolvendo os dirigentes da Fórmula 1, como foi o caso da decisão do campeonato de 2021, ou casos mais antigos como Cingapura 2008. A série foca muito nos pilotos e equipes, mas poderia explorar também as decisões controversas da direção da F1 que, muitas vezes,

influenciam diretamente os resultados e a dinâmica do campeonato. Esses detalhes são importantes para entendermos o esporte de uma forma mais completa e não apenas o lado mais "da venda" das corridas.

[22/12/2024 16:58] **Matheus Schelb:** Com certeza, não fazendo um julgamento de valor, mas existe uma relação de "idol" com pilotos e os fãs da "geração DTS" comparado com fãs mais antigos, é bem notório como isso se dá na relação que esses dois tipos de fãs desenvolvem com a imagem dos pilotos, onde por um lado temos pilotos que possuem uma fanbase maior que a própria fórmula 1 por terem cultivado uma imagem além do grid, Lewis Hamilton e Daniel Ricciardo são dois exemplos que vem a mente, enquanto por outro temos fãs que gostam de "pilotos sem frescura" que "vão e pilotam apenas" como Verstappen e Alonso

[25/12/2024 11:06] **Rafael Macedo (Mediador/Pesquisador):** Bom dia grupo! Feliz Natal a todos e muito obrigado pela participação de vocês! Agora, se vocês quiserem, o espaço está aberto as últimas opiniões sobre a série. Vocês podem comentar sobre qualquer aspecto da série que queiram.