

AUTOMOBILISMO BRASILEIRO E MÍDIA: DESENVOLVIMENTO, POPULARIZAÇÃO E IMAGINÁRIO ESPORTIVO.

Rodrigo Vilela Elias

Professor - Universidade Gama Filho/GEFSS

RESUMO

Este estudo aborda o desenvolvimento, a popularização do automobilismo e as representações do imaginário esportivo criadas acerca do esporte entre as décadas de 1960 e 2006. Foi realizada uma pesquisa exploratória, que utilizou a revista Quatro-Rodas desde sua primeira edição até as atuais, objetivando relacionar a mídia, com o automobilismo, verificando suas influências e a relação de imagem entre os pilotos brasileiros e o esporte. Os resultados demonstram que as propagandas e matérias publicadas evidenciaram uma evolução simbiótica entre o esporte e a mídia, sendo os pilotos e suas conquistas imagem de veiculação principal e vetor de desenvolvimento.

Palavras-chave: automobilismo, mídia, pilotos e Quatro-Rodas.

ABSTRACT

This work approaches the development and popularization of motor sport and the representation of sporting imaginary raised about the sport in the period between 1960 and 2006. An exploratory research involving Quatro-Rodas magazine since its first edition up to nowadays was done, aiming at relating media and motor sport, checking its influence and the image relationship between Brazilian pilots and the sport. The results show that advertisements and articles presented in the magazine highlighted a paralleled evolution between motor sport and media, in which the pilots and his achievements were the main image and vehicle to the development.

Key words: motor sport, media, pilots, Quatro-Rodas Magazine.

RESUMEN

Este estudio trata del desarrollo, la propagación del automovilismo y las representaciones de la ideología deportiva criadas sobre el deporte entre 1960 y 2006. Fue realizada una investigación exploratoria empleando la revista "Quatro-Rodas" desde su primera edición hasta 2006 a fin de vincular la publicidad y automovilismo, verificando sus influencias y la relación de imagen entre los pilotos brasileños y el deporte. Resultados demuestran que las propagandas y artículos publicados evidencian una evolución simbiótica entre deporte y publicidad, teniendo a los pilotos y sus conquistas como la imagen del vehículo de publicidad principal y como un vector de desarrollo.

Palabras claves: automovilismo, publicidad, piloto y Quatro-Rodas.

I. INTRODUÇÃO

Entendendo o esporte na atualidade como espetáculo e desta forma comercializado no mundo do entretenimento, o automobilismo se apresenta como um dos grandes modelos

dessa tendência. O seu formato em circuito permite o aparecimento dos patrocinadores e sua grande veiculação na televisão favorece a divulgação em massa. Sua periculosidade e radicalidade apresentando risco de morte e o seu contato com a natureza, no caso dos Ralis, tornam-se atrativos especiais. Além destes fatores, os ídolos criados e cultivados através dos tempos, fazem do automobilismo um esporte de grande interface social e comercialização.

A utilização da imagem desse esporte atinge desde o proprietário de “fusquinha” que cola um simples adesivo em seu carro, o “garotão” que enfeita seu carro no chamado “tuning”¹, até o praticante de automobilismo amador, gerando assim, uma indústria milionária. Não tão grande quanto os lucros, de todo esse processo, há também uma indústria geradora de empregos, tornando o esporte ainda mais próximo da sociedade em diferentes níveis.

Considerando todos esses fatores, este trabalho pretende realizar uma análise do papel da mídia no desenvolvimento e popularização do automobilismo nacional em diferentes épocas (décadas de 60, 70, 80, 90 até os dias atuais), a partir da utilização da imagem do automobilismo como meio de propaganda, mesmo que isso tenha sido feito para divulgação de algum outro produto que não o automobilismo diretamente.

Como parâmetros para definir o desenvolvimento e a popularização do esporte serão utilizados dados de surgimento de autódromos pelo País, criação de novas categorias no esporte, o surgimento de pilotos que se projetaram no cenário internacional, suas conquistas e a própria utilização do esporte como meio de propaganda. As questões que nortearam a pesquisa foram:

i) Como a revista Quatro Rodas registrou a história do automobilismo nacional?; ii) Qual o impacto dos grandes campeões do automobilismo nacional no avanço publicitário e desenvolvimento do esporte? (Chico Landi, Emerson Fittipaldi, Nelson Piquet, Ayrton Senna, Rubens Barrichello); e iii) Qual o imaginário de estilo esportivo representado em cada fase da revista Quatro Rodas?

Quanto aos objetivos neste estudo, buscou-se relacionar a mídia com o automobilismo brasileiro verificando seus modos de influência no esporte e desvelando a relação de imagem e representações entre as conquistas, os pilotos brasileiros, e o automobilismo nacional. Este trabalho se justifica a partir da constatação de que a Educação Física apresenta uma lacuna em seus debates acerca do esporte, quando o tema é o automobilismo, pois não se verifica uma produção de estudos sobre o tema que permita compreender melhor o desenvolvimento do esporte no cenário nacional a partir de instrumentos de análise de mídia. Dentro desse contexto acredita-se ser relevante mostrar como o automobilismo nacional cresceu com a mídia e o marketing, apresentando este esporte também como um mercado de trabalho em potencial para o profissional de Educação Física.

II. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo se encontra classificado como uma pesquisa documental, na medida em que se analisa a revista Quatro-Rodas de publicação periódica. Como o atual estudo abordará a evolução do automobilismo e as influências da mídia nesse contexto, propagandas atuais e de épocas anteriores serão analisadas de forma semiológica. (GIL, 1990). A análise semiológica de imagens paradas provê o analista com um conjunto de fatores instrumentais conceptuais para uma abordagem sistemática dos sistemas de signos a fim de descobrir como eles produzem sentido. O objetivo é tornar explícitos os

¹ Movimento modista onde são feitas diversas modificações em veículos.

conhecimentos culturais necessários para que o leitor compreenda a imagem (GEMMA PENN 2002).

Os materiais utilizados para análise semiológica serão revistas “Quatro-Rodas”, sendo esta uma revista de alta credibilidade, presente no mercado desde 1960. A sua periodização foi por décadas, selecionando-se 5 (cinco) exemplares em cada década e no período de 2000 a 2006 selecionando-se 3 (três) periódicos, totalizando 23 (vinte e três) revistas analisadas. Exemplares especiais da mesma revista também foram utilizados. Nestas revistas procurou-se analisar como o desenvolvimento do automobilismo nacional foi sendo registrado pela mídia impressa e como os principais pilotos brasileiros contribuíram para o seu desenvolvimento. Também foi abordada a forma como o esporte se popularizou entre os espectadores e as representações do imaginário esportivo que foram sendo criadas e modificadas em função dos rumos que o esporte foi tomando.

III. A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NO BRASIL E SUAS IMPLICAÇÕES NO ESPORTE

No Brasil já havia carros antes mesmo do surgimento de um parque industrial especializado, porém não existia a produção destes; todos os veículos que rodavam eram importados ou montados no País com peças oriundas de suas respectivas matrizes. A implantação do parque industrial automobilístico no País se deu após uma série de medidas do governo federal relacionadas a restrições nas importações e devido também a presença da Petrobrás e da Companhia Siderúrgica Nacional implantadas anos antes².

Observou-se que com a indústria nacionalizada o acesso aos carros ficou mais fácil devido ao custo deste ter diminuído, muitos empregos foram criados e a mão-de-obra defasada exigiu um investimento das fábricas em capacitação profissional. A novidade fazia sucesso, afinal o Brasil era um mercado consumidor que debutava nesse aspecto. Para aumentar as vendas e divulgar os carros o surgimento da Revista Quatro-Rodas foi fundamental, era comunicação direta entre o produtor e o consumidor. Porém não só com anúncios em revista se fazia a divulgação dos automóveis; a utilização de corridas era e é prática comum para tal.

O automobilismo no Brasil já existia desde o início do século passado e fazia sucesso perante a população. Durante a época em que havia a corrida do Circuito da Gávea no Rio de Janeiro (anos 1920 a 1940), 240 mil pessoas se amontoavam nas ruas para assistir o evento, o que comprova uma popularização do esporte desde o início do século XX. Em São Paulo desde os anos 1940, já havia o autódromo de Interlagos, porém as corridas de rua e estrada eram as práticas mais comuns.

Partindo dessa perspectiva onde o automobilismo é um grande atrativo, as indústrias que aqui se instalaram logo se organizaram em equipes para participar dos campeonatos e corridas, além disso, o acesso mais fácil aos carros facilitou a formação de equipes particulares. Desta maneira percebe-se que foi de fundamental importância o surgimento da indústria para o esporte no País acarretando uma redução no custo de acesso a carros e peças de reposição e tornando o esporte mais condizente com a situação sócio-econômica do País. Com essa infra-estrutura montada e o esporte se desenvolvendo intensamente, a revista passa a divulgar as corridas, criando seções especiais sobre automobilismo e popularizando ainda mais o esporte. As vitórias alcançadas nas corridas eram largamente utilizadas pelas fábricas em seus anúncios, visando atrair o público jovem. O espectro esportivo se revelava de diversas formas na sociedade, jovens realizavam corridas ilegais nas ruas, com carros envenenados inspirados nos modelos de

² Texto baseado em artigos de revista: Pereira. F. Montando a Indústria. Por mais de 30 anos [...], Quatro-Rodas, SP, 556. p.158-161, set. 2006.

Fiori. A. Contra o Relógio. Menos de uma década [...], Quatro-Rodas, SP, 556. p 162-165, set. 2006

corridas. As fábricas por sua vez ofereciam para o público, carros com adereços baseados no estilo de modelo esportivo utilizado nas corridas.

Não só as fábricas de carros se aproveitavam da situação, mas toda a indústria que se desenvolvia em seu entorno, utilizava o automobilismo em suas propagandas. Percebeu-se então a presença dos mais variados fabricantes, neste início de industrialização. Com esses fatos podemos inferir que houve a realização de um desenvolvimento simbiótico entre, indústria, automobilismo e a mídia através da revista Quatro-Rodas.

No decorrer dos anos 1960 a indústria nacional cresceu de tal forma que o mercado consumidor se tornou menor que a sua produção. Em detrimento dessa capacidade de produção que o Brasil atingia, o governo procurou realizar exportações, porém esbarraram na defasagem tecnológica que os carros brasileiros apresentavam em relação àqueles produzidos em outros países. Tal fato aconteceu porque no momento em que o País se industrializou, as matrizes das fábricas que se instalaram aqui, estavam renovando seu maquinário, o que nos leva a concluir que o maquinário obsoleto foi todo utilizado na implantação da indústria nacional. Em consequência o governo procurou criar subsídios para a atualização do parque industrial nacional, facilitando a importação do maquinário necessário.

Essa atualização fez com que fábricas que não produziam carros no Brasil comesçassem sua produção; “Ford” e “GM”, protagonizaram essa nova fase da indústria, onde os gigantes que surgiram e se desenvolveram compraram as fábricas que outrora iniciaram a industrialização do País.

Numa época marcada pela repressão, que preconizava o desenvolvimento do País, os frutos do automobilismo que se desenvolveu na década de 60 eram colhidos, Emerson Fittipaldi tornava-se bi-campeão de Fórmula 1 (F1- 1972/74), e suas conquistas elevaram o automobilismo nacional ao patamar internacional, as corridas no Brasil se desenvolveram e profissionalizaram-se; novos pilotos como seu irmão Wilson Fittipaldi e José Carlos Pace também alcançavam a F1 que agora abria seus olhos para o Brasil. O circuito mundial passava a ter uma etapa no Brasil, que com isso incluía-se no cenário mundial do automobilismo.

No Brasil o surgimento de autódromos em meados da década de 1960 e anos 1970 é um fato concreto do desenvolvimento do esporte, tornando o mesmo, que antes costumava acontecer na rua e estrada, mais profissional e seguro, sendo realizado nos locais apropriados. Emerson tornava-se o grande ídolo nacional, utilizado em diversas propagandas e reportagens sobre F1 dando seus depoimentos, assim como em testes onde era convidado para avaliar os carros nacionais. A F1 passava a ser o destaque principal das matérias sobre automobilismo na revista, e consequentemente o automobilismo nacional ganhava mais visibilidade, assim como outras corridas internacionais. As vitórias de Emerson foram fundamentais para aumentar o “íbope” do automobilismo nacional.

Assim como Emerson, o desenvolvimento da equipe brasileira de F1 (Fittipaldi F1) conhecida como “Copersucar” foi um dos ícones da década. Apesar de não ter conquistado muitos resultados expressivos, representava o desenvolvimento do País e até hoje não há nada que se iguale.

IV. ANALISANDO OS DADOS DA QUATRO-RODAS

Os anos 1960 protagonizaram o grande crescimento da indústria e do automobilismo nacional, as equipes de fábrica marcaram a época simbolizando a estrutura que se criou e facilitou o desenvolvimento do esporte. Autódromos surgiam e diversas categorias de corridas eram criadas. O kart começava no País sendo introduzido pelos

irmãos Fittipaldi³, que se destacaram durante toda a década com suas vitórias em todas as categorias que participaram, culminando com a ida de Emerson para a Europa buscando a Fórmula 1.

As pistas tornavam-se vitrine e laboratório para as fábricas de carros e toda indústria em torno, as propagandas procuravam relacionar-se de diversas maneiras às corridas utilizando textos e imagens. Nesta época a maioria das propagandas se fazia pela indústria automobilística, principalmente os fabricantes de pneus. Ainda não havia nesta década uma diversidade de indústrias que se utilizavam do automobilismo para divulgar seus produtos, a população absorvia o imaginário esportivo comprando carros de modelo esportivo e produtos que de alguma forma criavam uma ligação com as corridas. Somente no fim da década verificou-se uma variação de propagandistas com uma loja de roupas (Renner) utilizando-se do esporte para divulgar sua nova coleção.

A partir da década de 1970 variadas propagandas utilizavam o automobilismo como veículo de divulgação de produtos. Os cigarros começavam a se tornar o patrocinador principal, dado o seu poder de investimento. As montadoras continuavam a investir e utilizar o esporte assim com as fábricas do ramo.

Os carros esportivos tornam-se mais comuns e de mais fácil acesso, já que os modelos de preços mais acessíveis, também tinham uma versão esportiva. As lojas de acessórios crescem, oferecendo produtos que podiam transformar o automóvel num verdadeiro carro de corridas ou que pelo menos se relacionasse ao imaginário esportivo.

Nos anos 1970 o grande salto de desenvolvimento do esporte se deu a partir das conquistas de Emerson, grande protagonista do esporte no País. A importância de tais conquistas é inigualável, um marco na história do automobilismo nacional que provocou um crescimento em tudo que se relaciona ao esporte e que conseqüentemente se apresenta na sociedade com maior frequência.

Os anos 1980 chegavam, a ditadura militar vinha perdendo poder e o álcool era o combustível do Brasil, entretanto, a revista continuava nos moldes desenvolvidos nos anos 1970, porém ao longo desta década de 1980, acontecimentos fizeram com que o automobilismo perdesse espaço. Razões econômicas e políticas foram determinantes e a indústria que crescia exigia mais atenção da revista.

No automobilismo, logo no início da década, Emerson se aposenta da F1 e em seguida a Copersucar, em virtude da falta de patrocínios e de um planejamento que fosse de acordo com a realidade da equipe, fecha suas portas, deixando Emerson e Wilson com uma grande dívida.

Nelson Piquet estava se tornando o novo protagonista do esporte com a conquista dos títulos de Fórmula 1 em 1981 e 1983, mantendo o Brasil no topo do automobilismo mundial, Piquet era resultado do desenvolvimento do automobilismo brasileiro. Além dele, outros brasileiros estavam na Europa tentando a carreira internacional na F1 baseados no exemplo de Emerson, dentre estes começava a se destacar Ayrton Senna.

Nas revistas, o lugar de Emerson foi substituído por Piquet, o piloto brasileiro que nunca simpatizou com o assédio de jornalistas e fãs, continuava a carreira brilhante ao longo da década e em 1987 tornava-se o primeiro piloto nacional a conquistar o terceiro título na F1, entrando para uma galeria seleta de pilotos que alcançaram o mesmo feito.

No Brasil o automobilismo permaneceu no ritmo dos anos 1970 somente no início da década com a realização de categorias monomarcas. Logo após o esporte começou a perder destaque e involuir, as corridas não se apresentavam mais destacadas em matérias e somente a F1 continuava com seu espaço preservado. O crescimento da indústria era visível e necessitava de mais atenção da revista, o que acarretou uma perda de espaço das

³ Baseado no livro: DA COSTA, L. Atlas do Esporte no Brasil. p.375

matérias sobre automobilismo, compensadas em suplementos, que vinham junto de determinadas edições da revista, onde a F1 tinha o devido destaque e o automobilismo nacional pegava uma carona tendo matérias publicadas. Considera-se então essa situação como uma adaptação da revista às mudanças que aconteciam no cenário que cercava a indústria e o esporte a motor.

Nesta época, a F1 vive a fase dos motores turbo, e em consequência houve uma grande propagação de empresas que fabricavam o produto e muitas lojas e oficinas que faziam a instalação do equipamento nos carros. Atualmente o turbo está bastante popularizado, a Fiat desde os anos 1990 utiliza esta tecnologia em seus carros esportivos (Tempra Turbo, Uno Turbo e Marea Turbo) e mais recentemente a Volkswagen utilizou o produto em carros mil (Gol Turbo) e os utiliza na produção do Golf GTI, versão esportiva do carro (Golf). No automobilismo nacional atualmente o turbo tem sido bastante utilizado, principalmente nas competições de arrancada.

Durante a década de 1980, Piquet foi o principal piloto do País, sendo acompanhado por Ayrton que viria a se consagrar no fim da década. Em 1988 o Brasil conquistava mais um título da F1, desta vez com Ayrton Senna. O piloto que foi caracterizado por sua obsessão ao perfeccionismo, também tinha um enorme carisma, potencializado por seu cuidado com a imagem e marketing pessoal, que viria a se desenvolver de forma enfática ao longo da sua carreira.

Nos anos 1980 percebemos uma grande queda no desenvolvimento do esporte, os pilotos de F1 Nelson Piquet e Ayrton Senna eram frutos deste desenvolvimento nos anos 1960 e 1970. A crise do esporte pode ser creditada às crises econômicas e políticas pela qual o País passava, já que, o automobilismo por ser um esporte de alto investimento acaba sofrendo com a situação sócio-econômica vigente, desta forma os patrocinadores não se arriscam a perder o investimento em função da instabilidade econômica.

Entretanto foi observado no fim da década de 1980 um desenvolvimento da modalidade de Rali, que tem como grande facilitador à geografia do País favorecedora da realização de tais competições. Vale destacar que nesta década, Emerson Fittipaldi volta a aparecer no cenário internacional do esporte a motor. Ele vinha reerguendo a carreira no automobilismo americano, onde mais uma vez abriu portas para outros pilotos Brasileiros. Nos EUA Emerson foi campeão de Fórmula Indy e bicampeão das 500 milhas de Indianápolis, conquistas que voltam a colocar o piloto em anúncios na revista e em matérias que traziam mais uma categoria internacional que ia conquistar espaço na revista.

A chegada dos anos 1990 trazia esperanças para o povo, no entanto o confisco monetário aplicado pelo então presidente Fernando Collor de Melo, afundou mais ainda o Brasil numa grande crise, que logicamente afetava o automobilismo.

Neste início de década Ayrton Senna, era o grande piloto nacional assumindo o posto que pertenceu a Piquet, suas conquistas e a adoração do público mantinham o Brasil vencendo, o que de certa forma camuflava a situação ruim do esporte. Entretanto essa situação apresentava perspectivas de melhoras, o Rali dava sinais disso neste início de década, quando ocorre o primeiro Rali dos Sertões. Outro fator que representa esta perspectiva é a volta da construção de autódromos, em 1992 há a inauguração dos autódromos de Londrina no Paraná e Caruaru em Pernambuco.

Ao longo da década a tragédia que se teve com a morte de Senna, desanimou o público, Rubens Barrichello não apresentava resultados expressivos que pudessem chamar a atenção do povo, em consequência a F1 perde muito destaque, mesmo com a revista acompanhando as temporadas. Percebe-se também que o automobilismo nacional é muito pouco destacado em matérias na Quatro-Rodas, demonstrando que as perspectivas de crescimento do início da década não se concretizaram com o passar dos anos.

A abertura de mais um mercado para os pilotos brasileiros nos EUA com as vitórias de Emerson, atraíram muitos pilotos que viam na terra do “Tio Sam” mais facilidades e oportunidades de desenvolver a carreira do que na difícil e cada vez mais restrita F1. No fim da década o automobilismo nacional apresentava sinais de melhora, os Ralis demonstravam um grande crescimento e novas categorias como a Fórmula Truck (corrida de caminhões) vinham se destacando e atraindo o público para os autódromos.

No século XXI o esporte volta a crescer e ter popularidade, o investimento das fábricas é visível nas diversas categorias que surgem pelo País. A Renault trouxe para o Brasil a Copa Clio e Fórmula Renault, a Peugeot faz seus investimentos no Rali com a Copa Peugeot de Rali e a Mitsubishi da mesma forma, faz seus investimentos em diversas modalidades de Rali; Fiat e Volkswagen também seguem a tendência investindo no mesmo segmento.

A Stock-Car, categoria do automobilismo em atividade há mais tempo no Brasil, tem apresentado um grande crescimento, com a participação de diferentes montadoras (Chevrolet, Mitsubishi, Volkswagen), assim como a Stock a Fórmula Truck, recordista de público nos autódromos também tem a participação das fábricas (Ford, Mercedes, Volkswagen e Scania).

No entanto há que se comentar que nem todas as categorias apresentadas tem tido um bom retrospecto, a Fórmula Renault tem sofrido com sérios problemas de custo de manutenção altos que não se compatibilizam com a economia do País, o que acarreta uma redução de participantes na categoria. Na mesma situação da Fórmula Renault, encontramos a Fórmula 3 Sul-Americana e campeonatos de Kart.

No que diz respeito às representações do esporte, as propagandas são as maiores reveladoras deste quesito, onde o grande crescimento dos Ralis tem influenciado demais o mercado, que cada vez mais lança carros com uma versão respaldada nesta categoria. Outras categorias menores do esporte valem comentários pelas peculiaridades que apresentam. A copa Pick-Up Racing, que tem incentivo da Petrobrás, durante anos foi movida pelo Gás Natural Veicular, o que contribuiu bastante para o desenvolvimento do combustível, atualmente a categoria é movida a álcool, mudança que representa a importância que o combustível derivado da cana voltou a ter com a introdução dos carros bi-combustíveis no mercado.

Categorias regionais apresentam uma grande oportunidade para formação de novos pilotos e a introdução de amadores no esporte, já que, detêm custos bastante acessíveis, porém a falta de divulgação e público representa uma falha na organização destas. Da mesma forma as Arrancadas tem apresentado a mesma oportunidade, entretanto seu crescimento vertiginoso tem atraído cada vez mais novos adeptos e público, outro exemplo do crescimento desta categoria são as revistas especializadas que fazem a cobertura dos diversos campeonatos que acontecem em todo País.

No entanto há também no Brasil categorias que dão destaque ao esporte apresentando seu crescimento, mas sem representar uma real contribuição para a evolução do automobilismo. São categorias de custo extremamente alto que acabam se tornando um passa tempo para aqueles que gostam de pilotar e tem muito dinheiro para investir num Hobby de alto custo; temos como exemplo a Porsche Cup. Da mesma forma há a Maserati Trofeo, uma categoria também de custo muito alto, que poderia trazer muitos benefícios ao esporte devido sua regra que impede a entrada de pilotos profissionais. Esta regra poderia ser uma porta de entrada para a formação de novos profissionais, entretanto, não é isso que ocorre devido a seus custos não se compatibilizarem com a realidade econômica brasileira, onde os participantes acabam sendo pilotos fora de atividade que vêm na modalidade uma forma tranquila de voltar à ativa e pessoas com um elevado nível de vida que estão neste filão do automobilismo como um hobby de luxo.

V. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final do trabalho conclui-se a estreita relação do esporte com a mídia, sua veiculação e atração do público em formato que favorece o aparecimento dos patrocinadores, tornando o esporte uma vitrine de propagandas, que promove as vendas não só dos automóveis, mas de todos os produtos e empresas que compõe toda indústria automotiva do País.

A partir dos objetivos e questões do presente estudo, uma aproximação com os dados nos mostrou que o surgimento da revista Quatro-Rodas em 1960, se deu numa época de grande busca por desenvolvimento do País nas áreas da economia, da política e da tecnologia onde o surgimento da indústria automobilística em 1956 e seu grande desenvolvimento, representou o avanço que buscava o Brasil.

Verifica-se que a revista Quatro-Rodas é uma conseqüência do desenvolvimento, aonde ela veio suprir uma lacuna na mídia sobre um tema – indústria automobilística e automobilismo - que estava fervilhando no País, tanto sobre o ponto de vista econômico quanto social e esportivo.

Os pilotos representam os grandes promotores do esporte já que suas conquistas e admiração do público atraíram e aumentaram a divulgação do mesmo tornando-o mais popular. Entretanto as dificuldades no início de carreira não são facilitadas, o aparecimento destes, se realiza no ato de suas consagrações e passagem às categorias internacionais, a pouca divulgação das categorias de base não ajuda na formação dos pilotos.

A grandiosidade de um esporte ligado a uma indústria com um tamanho colossal no mundo e no Brasil, que necessita de bons patrocinadores, deixa este a mercê da economia que influencia diretamente no seu crescimento, porém não podemos creditar somente a economia e ao governo a crise do automobilismo, os dirigentes e organizadores têm enorme responsabilidade na sua administração.

Atualmente o esporte vem se modificando, as mudanças nas políticas de gestão do automobilismo demonstram resultados em determinados campeonatos, entretanto acredita-se que deva haver uma reformulação nos termos que controlam o automobilismo, para que seja planejada uma política de desenvolvimento que atenda as diversas categorias, principalmente no que diz respeito aos seus custos de manutenção que muitas vezes não entram em concordância com a realidade brasileira.

A mídia por sua vez que no seu início divulgava bastante o esporte e em consonância com isso atraía o público interessado por velocidade, o que ajudou a revista a se desenvolver, deixou de dar à este filão a devida atenção. Os suplementos que durante uma época supriam esta necessidade de informação, não têm sido mais publicados, somente competições internacionais tem tido maior destaque, enquanto as categorias nacionais ficaram em segundo plano. Nem mesmo os Ralis que representam a grande recuperação do esporte, sendo o novo modelo de carro esportivo utilizado pelas fábricas, com competições ocorrendo por todo o Brasil, tem tido o devido destaque. Talvez uma revista especializada no automobilismo que tenha uma boa veiculação e tradição no mercado, seja a chave para suprir essa falta de informação e divulgação do esporte. Os novos tempos da mídia que tem se detido às necessidades de nichos com publicações especializadas em assuntos específicos, demonstram esta tendência. A revista analisada por esta pesquisa possui tais tipos de publicações, são elas a Quatro-Rodas Tuning e Quatro-Rodas Clássicos, sugere-se então, a realização de uma Quatro-Rodas baseada no automobilismo como uma boa saída para acabar com esta defasagem de divulgação do esporte.

REFERÊNCIAS

LEME, R. Esporte Auto Motor Year Book. Auto Motor, 2004/2005. 372p.
 MARTINS, L. A Saga dos Fittipaldi. 1. ed. São Paulo: Panda, 2004. 383p.
 MARTINS, L. Os Arquivos da Fórmula 1. São Paulo: Panda, 1999. 352p.
 RODRIGUES, E.C. Ayrton: O Herói Revelado. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004. 636p.
 MOYERS, B. O poder do Mito. 19. ed. São Paulo: Palas Athena, 2001. p. 3 - 36.
 TUBINO, M.J.G. Dimensões Sociais do Esporte. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2001. v. 11.

Revistas:

QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril, ano I, n. 1. ago, 1960. 94p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano III, n. 21. abr, 1962. 110p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano IV, n. 46. mai, 1964. 134p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano V, n. 54. jan, 1965. 190p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano VII, n. 86. set, 1967. 122p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano IX, n. 107. jun, 1969. 146p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XIII, n. 145. ago, 1972. 152p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XIII, n. 152. mar, 1973. 136p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XVI, n. 181. ago, 1975. 136p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XVIII, n. 205. ago, 1977. 136p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XVIII, n. 211. fev, 1978. 152p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XIX, n. 217 – suplemento. fev, 1978. 7p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXI, n. 243 – suplemento. out, 1980. 15p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXI, n. 244. nov, 1980. 194p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXII, n. 255. out, 1981. 162p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXIII, n. 273. abr, 1983. 146p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano. XXVIII, n. 329. dez, 1987. 162p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano. XXIX. n. 339. out, 1988. 198p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano. XXIX. n. 341 – suplemento. dez, 1988. 22p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano. XXIX. n. 344 – suplemento. mar, 1989. 22p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano. XXX. n. 355 – suplemento. fev, 1990. 22p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano. XXX. n. 357. abr, 1990. 138p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano. XXXI. N. 369. abr, 1991. 138p.
 QUATRO-RODAS. A Semana em Ação. São Paulo: Abril, n.1. 1990.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril, ano XXXIV, n. 406. mai, 1994. 146p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXXIV. n. 406 – suplemento. mai, 1994. 8p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXXV. n. 417. abr, 1995. 170p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXXV. n. 418-A - suplemento. mai, 1995. 50p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XXXIX. n. 471. out, 1999. 150p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XL. n. 476. mar, 2000. 134p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XL. n. 476-C – suplemento. mar, 2000. 42p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XLIV. n. 526. mai, 2004. 118p.
 QUATRO-RODAS. São Paulo: Abril ano XLVI. n. 556. set, 2006. 218p.

Edições Especiais:

Quatro-Rodas. Clássicos. São Paulo: Abril. n. 3. 82p.
 Quatro-Rodas. Clássicos. São Paulo: Abril. n. 5. 82p.
 Quatro-Rodas. Tuning. São Paulo: Abril. n. 4. 82p.
 Quatro-Rodas. DVD, Uma Estrela Chamada Ayrton Senna. São Paulo: Abril. 2004.

Sites:

http://www.gazetaesportiva.net/história/seculo/auto/aut_piquet.htm

http://pt.wikipedia.org/wiki/Nelson_Piquet

<http://www.obvio.ind.br/Nelson%20Piquet.htm>

Rua Desembargador Isidro 160 Apt 802 – Tijuca – Rio de Janeiro (RJ) – CEP: 20521-160
E-mail: nirvinha@hotmail.com