

Projeto Experimental em JORNALISMO
Universidade Federal Fluminense
Instituto de Arte e Comunicação Social – IACS
Curso de Comunicação Social

BANDEIRA AMARELA
Tudo sobre a Nascar Sprint Cup

Projeto Experimental apresentado por Vinícius Antonio Mathias, matrícula 112030081, como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo – sob a orientação da Professora Carla Baiense

IACS-UFF
Niterói, Rio de Janeiro
2016



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE



INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PARECER

Aos 23 dias do mês de março de 2016, reuniu-se no Instituto de Arte e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense a Banca Examinadora designada para avaliar o Projeto Experimental de Vinícius Antonio Mathias, matrícula UFF 112030081, habilitação Jornalismo, sob o título Bandeira Amarela – Tudo sobre a Nascar Sprint Cup.

Em sessão secreta, a Banca deliberou pela: aprovação () reprovação do aluno, com a nota 10 (23).

Niterói, 23 de março de 2016

Orientador(a):

NOME: Carla Baiense

ASSINATURA: Carla Baiense

Banca:

NOME: Danielle Brasiliense

ASSINATURA: Danielle Brasiliense

NOME: Larissa Morais

ASSINATURA: Larissa Morais

AGRADECIMENTOS

Nunca fui muito bom em discursos e agradecimentos. Também nunca gostei de fazer o básico só por fazer. Então, eu poderia escrever um agradecimento básico e de senso comum, como muitos, ou discorrer profundamente no assunto. Como provavelmente não agradeceria merecidamente a cada um dos citados, prefiro não agradecer ninguém.

Pessoas vêm e vão, nos fazem amá-las e odiá-las, enfim... Eu sei em quem eu pensei enquanto produzi esse projeto e também sei quem foi importante para mim neste processo. E isso basta. Se você que está lendo isso agora achar que estaria neste texto, tenha certeza que você esteve nos meus pensamentos enquanto eu escrevia.

“Tudo é possível.
Tudo é possível!”
Kevin Garnett

RESUMO

O presente trabalho visa explicar e descrever o processo de criação e publicação do site Bandeira Amarela. O portal é direcionado aos interessados em notícias sobre a Nascar, a maior categoria de automobilismo dos Estados Unidos da América. O objetivo é apresentar, familiarizar, informar e levar todos os detalhes da Nascar ao público brasileiro. Posteriormente, se tornar referência de conteúdo on-line exclusivo da categoria no Brasil.

Palavras chave: Nascar; automobilismo; esporte; Jornalismo on-line; Bandeira Amarela

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. FUNDAMENTAÇÕES.....	8
2.1. Dados de Mercado.....	8
2.2. Fundamentação Teórica e Inspiração.....	10
3. DESENVOLVIMENTO.....	14
3.1. Nome.....	14
3.2. Plataforma.....	14
3.3. Layout.....	15
3.4. Conteúdo.....	16
3.5. Agente Financiador.....	17
3.6. Concorrência.....	17
3.7. Público-alvo.....	17
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	19
5. BIBLIOGRAFIA.....	21

1. INTRODUÇÃO

A Nascar (National Association for Stock Car Auto Racing) é uma associação automobilística que controla os campeonatos de stock car (corridas de carros de passeio) nos Estados Unidos. A Nascar foi criada em 21 de fevereiro de 1948 por William France e Ed Otto para regulamentar as famosas corridas de stock car (na época os carros ainda não eram modificados) que aconteciam desde 1920, em Daytona Beach.

Em 19 de junho de 1949, a Nascar sediou a sua primeira etapa no circuito de Charlotte, na Carolina do Norte, casa da própria Nascar. O campeonato daquele ano foi o primeiro e único a contar com carros não modificados, teve oito corridas e Red Byron foi o campeão da categoria chamada Strictly Stock.

De 1950 a 1971, a categoria foi chamada de Grand National e passou a contar com modificações nos carros. Posteriormente os veículos eram criados especialmente para as corridas, porém mantendo seu visual de “carro comum”. Os campeonatos ainda eram bem amadores e se restringiam ao sudeste norte-americano por conta do custo elevado de deslocamento dos carros.

A partir de 1972, a Nascar teve um grande crescimento e começou seu período de Era Moderna. Graças ao patrocínio da empresa de tabaco RJR, a Nascar foi ganhando atenção e se desenvolveu. As premiações para pilotos e equipes aumentaram e algumas provas começaram a ser parcialmente transmitidas em programas esportivos da rede ABC. A categoria passou a se chamar Winston Cup e teve sua primeira transmissão completa na etapa de 500 milhas de Daytona (principal prova da Nascar), exibida na rede CBS. O campeonato de pontos corridos simples durou até 2003.

Em 2004, sob nome de Nextel Cup, a Nascar decidiu “seguir” o rumo das principais ligas, como NFL, NBA e MLB, e criou uma espécie de sistema de playoffs chamado de Chase, onde as primeiras 26 provas da temporada eram classificatórias e as últimas dez definiam o campeão. Após a fase de qualificação, todos os pilotos classificados tinham sua pontuação equiparada de forma que nenhum piloto não classificado conseguisse alcançá-los. Cada piloto classificado recebia ponto extra por cada vitória conquistada na temporada regular. Essa ideia surgiu após Matt Kenseth ser campeão em 2003 com apenas uma vitória na temporada.

Assim, a Nascar acreditava que o novo sistema equilibraria o campeonato, faria os pilotos buscarem mais ferrenhamente as vitórias para obter bônus na fase final e daria mais emoção nas últimas dez corridas, devido aos pontos equiparados.

A nova fórmula recebeu pequenas alterações a cada ano e em 2008, devido à compra da Nextel pela Sprint, a categoria passou a se chamar Sprint Cup. A troca de nome não interferiu em nada no regulamento, que sofreu pequenas alterações, mas manteve sua essência até 2013.

A partir 2014, o Chase teve sua principal mudança, onde mais do que nunca, vencer é muito mais importante do que fazer uma temporada mais regular. As primeiras 26 corridas classificam 16 pilotos para o Chase. As dez corridas restantes são disputadas por todos os 43 pilotos, porém apenas os 16 classificados disputam o título. A cada três corridas, quatro pilotos são eliminados. Resta assim, apenas quatro pilotos na disputa do título na última prova, na qual quem chegar na frente é o campeão.

A Nascar é a principal categoria de automobilismo dos Estados Unidos e uma das maiores paixões do povo norte-americano ao lado da NFL (futebol americano), MLB (beisebol) e NBA (basquete), por exemplo. Porém, diferentemente dos esportes com bola, a Nascar e o automobilismo nunca foram prestigiados e em alguns casos sequer decentemente conhecidos pelos brasileiros (salvo caso da Fórmula 1).

O equilíbrio, a disputa, a imprevisibilidade de resultados, a possibilidade de recuperação, os ovals, as corridas emocionantes, a velocidade acima dos 300 km/h e diversos outros motivos presentes na Nascar não são de muito fácil acesso ao brasileiro que gosta ou quer conhecer a categoria.

A partir daí surgiu a ideia de criar um site que fale e se dedique à Nascar. O Bandeira Amarela (endereço online: www.bandeiraamarela.com) tem como objetivo trazer todo o tipo de informação que os fãs brasileiros da categoria procuram, mas só acham em portais dos Estados Unidos.

2. FUNDAMENTAÇÕES

2.1. Dados de Mercado

Para justificar a elaboração do produto baseado na Nascar, primeiro buscamos números que explicitassem a importância da categoria no meio esportivo.

Em 2014, a empresa Harris Interactive fez uma pesquisa¹ para saber qual o esporte preferido dos americanos. Vale ressaltar aqui que os americanos tratam as ligas como o esporte em si, ou seja, o basquete é NBA, o beisebol é MLB e assim por diante. A NFL liderou a pesquisa com 35% de preferência, seguida pela MLB (14%) e pelo College Football (11%). Em quarto lugar ficou a Nascar (7%), à frente de NBA (6%) e NHL (5%).

A audiência da Nascar nos Estados Unidos é um ponto importante de destaque, apesar da Daytona 500 (prova mais importante da temporada regular) de 2016 ter marcado 6.1 pontos de audiência, contra 7.3 da de 2015². Hoje, as médias da Nascar são de 3.6 pontos, segundo o Instituto Nielsen³. Apesar da queda, se compararmos com 5.0 pontos de 2005, a média é a mesma do final dos anos 90. Em 2016, o Can-AM Duels (espécie de corrida de pré-temporada) marcou 1.5 pontos de média, enquanto jogos da NBA do mesmo dia atingiram médias de 0.8. Vale lembrar que nos últimos 20 anos muitos telespectadores migraram para a internet. A própria Nascar oferece o RaceView, plano pago em que o usuário acompanha a corrida em tempo real com visual de videogame, estatísticas atualizadas e áudio original. O serviço está disponível para computadores, tablets e smartphones, não sendo mais necessário ter um aparelho de TV para acompanhar a Nascar.

Em 2015, o especialista em audiência esportiva da TV americana, Austin Karp, que escreve para o site SportsBusiness Daily, revelou números surpreendentes da Nascar em entrevista ao site Motorsport.com do Brasil⁴. Segundo ele, é covardia comparar os números da Nascar com sua maior rival, a Indy. A Truck Series (uma espécie de terceira divisão da Nascar) tem audiência 126% maior do que a Indy. A

¹ Disponível em: <http://extratime.uol.com.br/nfl-continua-como-o-esporte-preferido-dos-americanos-segundo-pesquisa-da-harris-interactive/>. Acessado em: 11, mar, 2016.

² Disponível em: <http://www.bigonebrasil.com/2016/02/numeros-de-daytona-para-cima-e-para-abaixo.html>. Acessado em: 11, mar, 2016.

³ Disponível em: <http://extratime.uol.com.br/audiencia-da-nascar-se-manteve-estavel-na-tv-norte-americana/>. Acessado em: 11, mar, 2016.

⁴ Disponível em: <http://br.motorsport.com/nascar/news/e-covardia-comparar-audiencias-de-nascar-e-indy-diz-especialista/>. Acessado em: 11, mar, 2016.

Daytona 500, principal prova da Sprint Cup (categoria principal da Nascar) conseguiu média de 13,4 milhões de telespectadores em 2015, ao passo de que as 500 milhas de Indianápolis (principal prova da Indy) teve médias de 6,4 milhões, menos que a metade. A diferença no número fica ainda mais chocante quando são comparados com os de 20 anos antes. Em 1995, a Indy venceu essa disputa pela última vez: 12 a 11,4 milhões.

Apesar de a Rede Bandeirantes não divulgar dados da audiência da Indy, é de se imaginar que ela não é das maiores. A emissora mal tem passado as corridas da categoria e teve prejuízos, inclusive financeiros, como informou o jornalista Víctor Martins em 2015⁵.

O Fox Sports também não divulga sua audiência da Nascar, inclusive o vice-presidente do canal, Eduardo Zebini, disse “Nosso contrato com o Ibope não permite que falemos sobre audiência” em entrevista ao Extratime, em 2014⁶. Apesar disso, é compreensível imaginar que a audiência da Nascar vai bem, já que a própria Fox renovou o contrato de exclusividade para a TV fechada até 2021. Garantiu, assim, que a categoria chegue a 19 países da América Latina, englobando 60 milhões de telespectadores.

Em 2015, a Record News já dava indícios que abriria as portas da TV aberta para a Nascar novamente, ao transmitir etapas da Nascar Europeia. Em 2016, a emissora começou a transmitir um compacto de uma hora das corridas da Sprint Cup, além de inserir notícias da categoria em seus boletins e um programa especial semanal sobre a Nascar. Vale lembrar que a Nascar não era transmitida em TV aberta desde os anos 90, através da Rede Manchete e da OM Brasil. Ao todo, a Nascar chega a 131 países e 81 milhões de famílias.

Os dados da televisão são indicativos que servem para complementar a falta de dados que temos on-line. Só há um site exclusivamente de Nascar no Brasil, que é informativo e atualizado, o Big One Brasil. Basta uma simples pesquisa no Google para achar apenas blogs e sites americanos. Os resultados brasileiros se resumem ao próprio Big One e a sessões de Nascar em sites de esportes automotores em geral (Grande Prêmio e Motorsport, por exemplo) e sites de esporte em geral (como ESPN, Fox Sports, por exemplo). Esses portais maiores e multiesportivos e/ou plurimodalidades pecam pela falta de profundidade e atenção com a Nascar (exceto por blogs de

⁵ Disponível em: <http://victormartins.grandepremio.uol.com.br/2015/02/12/indy-e-band-perto-do-fim/>
Acessado em: 11, mar, 2016.

⁶ Disponível em: <http://extratime.uol.com.br/vice-presidente-do-fox-sports-todas-as-corridas-de-2014-da-nascar-serao-transmitidas-ao-vivo/> Acessado em: 11, mar, 2016.

jornalistas dessas próprias empresas). Assim, o lugar mais fácil de achar rápido uma informação de qualidade sobre Nascar na internet é justamente o Big One.

O próprio Big One oferece um mídia kit⁷, diferentemente dos outros, sobre a Nascar. O material não é atualizado, mas traz dados importantes. O site tinha 2500 pageviews num final de semana (2013). São 3008 curtidas no Facebook e 5371 seguidores no Twitter (números atualizados por mim em 6 de março de 2016). O Big One está no ar desde 2009 e fez uma pesquisa de público-alvo em 2011. Segundo os mesmos, o público deles é majoritariamente masculino, com alto grau de instrução, de poder aquisitivo elevado e disposto a gastar com produtos da categoria.

Com base em todos os números acima reunidos, somado ao que de bom os concorrentes apresentam e apoiado principalmente nos erros e na falta de informação deles, o Bandeira Amarela vai ser o veículo diferente do meio da NASCAR. Informação com qualidade e quantidade atualizada quase que diariamente.

2.2 Fundamentação Teórica e Inspiração

“Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia” (CANAVILHAS, 2001, p.1). Considerando que a internet vem sendo cada vez mais usada pelos brasileiros, o webjornalismo tem campo para ser explorado. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, o brasileiro passa em média cinco horas por dia navegando na internet, número em ascensão ano após ano. 67% dos usuários utilizam Redes Sociais e procuram por notícias e informações nelas. Buscando todos esses públicos, o Bandeira Amarela está presente no Twitter e terá uma página no Facebook.

Essa convergência tem exemplo explícito nesse caso do Bolão da Nascar feito pelo Fox Sports, onde “[...] a convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outras plataformas” (JENKINS, 2009, p.47). 1883⁸ participaram do bolão. Elas souberam pela transmissão da televisão e pelos posts no blog do Sergio Lago (narrador e comentaristas das corridas transmitidas pelo Fox Sports), e logaram com sua conta do Facebook para comentar no próprio blog o seu palpite para as corridas durante

⁷ Disponível em: <http://www.bigonebrasil.com/anuncie> Acessado em: 11, mar, 2016.

⁸ Disponível em: <http://www.foxsports.com.br/blogs/view/228620-#nascarchasefoxsports---resultados-do-bolao---final> Acessado em: 11, mar, 2016.

o ano de 2015. Em 2016, mais de 1300 pessoas já deram seus palpites nas primeiras etapas do campeonato⁹.

“Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a qualquer marte em busca de experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p.29)

Seguindo ainda esse conceito de convergência e com a ideia de se diferenciar ainda no ramo sobre a Nascar na internet, o Bandeira Amarela realizará uma espécie de tempo real das corridas no Twitter. Tornou-se particularmente comum o uso de mais de uma tela para nos informarmos. Por vezes, é televisão e celular, celular e computador, computador e notebook, enfim, variadas combinações. Assim, o Bandeira Amarela pode chegar e interagir com o telespectador que estiver vendo a corrida na televisão, mas também está no Twitter ao mesmo tempo.

“Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p.29)

No início do projeto, o Bandeira Amarela seria apenas um blog, porém há vários blogs dentro dos grandes veículos de informação que citam a Nascar. Entretanto, a Nascar não possui tanto conteúdo relacionado (muito pouco, na verdade), até porque os próprios jornalistas desses blogs acabam tendo outras prioridades (F1, Indy, Motovelocidade, etc). E nem sempre esse “desdém” é por falta de interesse, pode ser falta de mão de obra “A inviabilidade da sobrevivência do modelo atual de produção de notícias vem do fato de que os jornais, rádios, emissoras de televisão e até as páginas noticiosas na Web não têm mais condições de cobrir, apenas com o seu staff, toda a ampla agenda de interesses do público” (CASTILHO, 2009).

Assim, o Bandeira Amarela seria o portal especializado sobre a Nascar que anda em falta no Brasil. Caso caia no problema da falta de mão-de-obra, há a possibilidade de

⁹ Disponível em: <http://www.foxsports.com.br/news/243786-bolao-da-nascar-2016-ranking-depois-de-las-vegas> Acessado em: 11, mar, 2016.

adotar o Jornalismo Colaborativo seguindo o conceito de webjornalismo participativo, “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (PRIMO e TRÄSEL, 2006)

Esse recurso do Jornalismo Colaborativo não é essencial, pois a demanda semanal de notícias da Nascar não chega nem perto de uma editoria de futebol, por exemplo. Ainda mais que a notícia na internet tem muito mais vida útil. Segundo a *The Dynamics of Information Access on the Web*, pesquisa publicada na edição de junho da revista *Physical Review E*, 36 horas é o tempo que metade de todos os leitores de um artigo demoram para acessá-lo.

Assim, mesmo que algum post não saia tão imediatamente ao ocorrido, a demanda de leitura na internet pode ser recuperada e reaccessada quantas vezes o leitor quiser. Daí a importância de escrever certo, utilizando hipertextos e ligando as áreas do site de modo a situar o leitor do espaço-tempo da notícia, pois há um leitor ali na hora do lançamento e pode haver outro leitor semanas/meses/anos depois no mesmo texto.

“Ao acessarmos um site, por exemplo, escolhemos o caminho que desejamos seguir e, ao clicar o mouse em determinadas frases ou palavras, novos textos nos saltam aos olhos. Esta estrutura textual permite que o leitor, ao escolher a seqüência de leituras, seja co-autor do texto.” (FACHINETTO, Eliane Arbusti, 2005).

O processo de criação e escolhas do Bandeira Amarela foi altamente intuitivo e pessoal. Baseado no meu gosto, na observação de sites esportivos, na observação de sites e blogs de esporte automobilísticos e no próprio site da Nascar e do Big One Brasil.

Itens como barra de menu e slide com as principais notícias estão presentes em quase todos os portais (inclusive os que não falam sobre esporte). Por enquanto, o slide impede que as abas dos menus formem cascatas de subitens, também comum nos outros sites. Num primeiro momento, optei pelo slide, pois ele traz as principais notícias, enquanto as abas trazem conteúdo mais secundário. Inclusive, esses conteúdos podem fazer parte do slide a qualquer momento.

O destaque dado às fotos no Bandeira Amarela é um movimento contrário ao que vem acontecendo nos portais da web. Há um aumento no número de vídeo nas matérias, o que diminuiu a presença das fotos. Inspirado no Grande Prêmio, o Bandeira Amarela possui uma imagem em destaque em cada post, que forma um plano de fundo para o título da matéria. Diferentemente do próprio Grande Prêmio, que coloca uma caixa de texto nesse *background*, o título do Bandeira Amarela é inserido diretamente na imagem, mantendo-a inteira à vista.

Por valorizar o visual e ter bastante imagens destacadas, o visual do site é bem *clean*, ao usar o branco como plano de fundo e preto como fonte. Para realçar essa simplicidade, há destaques em amarelo (devido ao nome do site) e em vermelho (padrão do tema Canard).

Obviamente, há melhorias a serem feitas e ajustes sugeridos, mas num primeiro momento, a ideia foi trazer ao ar o produto como eu imaginei. Buscando o que de bom os outros portais têm, evitando o que eles têm de ruim, e aperfeiçoando, na medida do possível atualmente. O objetivo inicial foi apresentar neste trabalho, o produto da forma mais autoral possível, com menos influência externa, apesar dessas inspirações.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1. Nome

Bandeira amarela, geralmente, é a última coisa que alguém que assiste automobilismo gostaria de ver numa corrida. Ela interrompe a disputa por posições e deixa todo mundo andando em fila indiana (em baixa velocidade) atrás de um carro de segurança. São acionados devido a algum acidente na prova, perigos na pista, condições ruins de tempo, ou qualquer outro imprevisto que ponha em risco pilotos, equipes ou espectadores.

A escolha de “Bandeira Amarela” foi por conta do quão única é uma bandeira amarela numa corrida de Nascar. Na maioria dos esportes automobilísticos, é difícil vermos uma amarela sequer durante uma corrida.

Na Nascar, o raro é não ter, geralmente tem umas cinco, às vezes chegam a ter dez. Algumas provas nem precisam de acidente, a própria Nascar programa bandeiras amarelas durante as provas.

A bandeira amarela na Nascar junta um pelotão de mais de 30 carros, permite ao melhor colocado que estiver uma volta atrás do líder retomar essa volta, geralmente levando todos os pilotos aos boxes e aí acontecem diferentes estratégias de corrida e muito mais. Por ser tão única na Nascar, a bandeira amarela estrela o nome do site.

3.2. Plataforma

A plataforma escolhida foi o Wordpress. A princípio a ideia era começar com um blog no Wordpress.com, porém devido à imensa limitação de recursos, transferei o conteúdo para Wordpress.org e hospedei no HostGator gerando o domínio www.bandeiraamarela.com.

O Wordpress é uma plataforma que utiliza PHP, HTML5, CSS e demais nomenclaturas que não possuo muito conhecimento. Apesar disso, ele já possui diversos templates, temas e layouts pré-definidos. O tema escolhido foi o Canard (já disponível para baixar na plataforma Wordpress), porém personalizei com alguns plug-ins (também disponíveis no Wordpress) e eu mesmo inseri mesmo alguns códigos HTML aprendidos na marra. Um desenvolvedor teria colocado o slider no topo da página principal em minutos, eu levei metade de um dia, mas consegui.

Eu já conhecia o Wordpress blog e o que me atraía nele era a facilidade para postar textos, essencial para um Jornalismo on-line. O Wordpress.org veio para

complementar o lado das imagens, vídeos e personalização quase infinita a se fazer. A plataforma oferece bons e vastos recursos que basta instalar e ativar, e uma infinidade de coisas para quem sabe usar PHP, HTML e CSS.

O Wordpress.org é gratuito, porém precisa de um servidor para funcionar. O servidor escolhido foi o HostGator, que oferece vários planos. O escolhido deu o domínio do site e mantém o servidor ativo por R\$20,00 mensais. Vale lembrar que o HostGator possui suporte e atendimento em português.

3.3. Layout

Por ser um site de esporte, onde geralmente imagens são muito importantes, o layout tem um grande apelo visual. O que não significa que a parte informativa tenha sido deixada de lado, já que não há imagens soltas pelo site. A base de fundo escolhida foi o branco, com o objetivo de manter o visual o mais *clean* possível. Assim o *background* do site não “disputaria” o apelo visual com as imagens e as informações do site. Para continuar com o visual *clean*, as fontes de texto são da cor preta. Para dar contraste e firmar a identidade do site, a cor amarela fica presente com faixas em textos muito longos (como nas abas “Pilotos” e “Etapas”). Por padrão do tema, títulos das notícias na página principal e os widgets são da cor vermelha, mesmo assim eu considero que caiu super bem, pois mantém uma cor quente contrastando com preto e branco sem estar junto do amarelo, evitando um ar muito “carnavalesco”.

No topo existem as seguintes abas:

Quem Somos – explica resumidamente o que é o Bandeira Amarela.

Contato – divulga o e-mail do site para que as pessoas façam contato.

Crew – área onde ficam algumas informações de quem escreve no site.

Anuncie – local onde um formulário fica disponível caso alguém queira anunciar no site.

Ícones das redes sociais – botão do Twitter e futuramente do Facebook.

Logo abaixo do topo, existe um ícone de uma bandeira amarela imediatamente acima do texto do site “Bandeira Amarela” escrito em amarelo. A ideia do amarelo no fundo branco é causar destaque visual mesmo, já que ao passar o cursor de navegação em cima do nome, o texto fica preto. Ou seja, há uma espécie de “pisca-pisca manual” no *header* do site.

Abaixo do cabeçalho há as abas de navegação do site.

Sprint Cup – página onde todas as notícias sobre a categoria estão localizadas

Pilotos – página com informações básicas e fotos de todos os pilotos que disputam a Sprint Cup de forma regular.

Classificação – página que conta com uma tabela com a pontuação e posição de cada piloto na Sprint Cup (atualizada a cada etapa realizada).

Etapas – página onde há informações básicas e fotos de todas as etapas da Sprint Cup.

Calendário – página com as datas de todas as etapas da temporada. Conforme cada prova é realizada, o conteúdo é atualizado com vencedor de cada corrida.

Campeões – página onde existem duas tabelas. Uma mostra os campeões de cada ano da Sprint Cup. A outra, a quantidade de títulos que cada piloto tem na Sprint Cup.

Abaixo dessas abas se encontra um slide onde podem ser colocadas as notícias mais importantes da Nascar. É totalmente editável e possui temporizador automático, mas o leitor pode pausar clicando no botão de pausar e mudar o slide clicando nos botões pretos, nas setas ou nas miniaturas dos slides. O clique na imagem destacada do slide leva o leitor à notícia correspondente.

Abaixo do slide ficam os últimos textos postados, do mais recente para o menos recente. O conteúdo exibido por página é customizável, mas a ideia é manter no máximo sete textos, para não alongar demais a página.

No lado direito ficam alguns widgets, como timeline do Twitter, arquivos, área de pesquisa e espaço para publicidade, além de diversos outros recursos que podem ser alterados a qualquer momento facilmente, através de controles no próprio Wordpress.

No rodapé estão as mesmas abas que estão abaixo do cabeçalho, com exceção da “Sprint Cup”. Substitui pela aba “Início” que leva de volta para o topo do site.

O tema e os layouts são adaptados automaticamente para versão mobile, o que facilita e permite o acesso ao site por aparelhos móveis.

3.4. Conteúdo

Crônicas das corridas, notícias do dia a dia, resumo de treinos, análises de pilotos, especiais sobre datas históricas e qualquer outro tipo de texto que tenha a Nascar como objeto. O plano é oferecer uma atualização diária, porém dificilmente existe conteúdo diário sobre a Nascar. Assim, o site será atualizado toda vez que tiver conteúdo para ser noticiado.

A página no Facebook (produzida futuramente) será usada para divulgar o site e encaminhar o fluxo para ele. Já a página do Twitter¹⁰ (@yellowflagbr) é um pouco diferente. Também há divulgação das matérias do site, mas o foco do Twitter é: dar notas rápidas que não terão matéria no site; interagir com emissoras que transmitem as corridas; interagir com especialistas e com o público; e principalmente fazer um tempo real durante as corridas. O tempo real é principalmente para aqueles que não estão em casa na hora da corrida e podem/querem acompanhar rapidamente o que ocorre nas etapas.

3.5. Agentes Financiadores

O site não tem objetivo lucrativo. Portanto, nenhum conteúdo produzido será cobrado e não haverá “assinantes” do site. O que haverá é a possibilidade de publicidade, anunciante e parceiros, porém a área usada será à direita do site, que não compromete o conteúdo.

3.6. Concorrência

As concorrências secundárias seriam os grandes portais que possuem um espaço sobre a Nascar no site (como Fox Sports, Lancenet, Grande Prêmio, etc), mas sem dúvida o grande concorrente é o Big One Brasil, por ser o único site de Nascar com informação atualizada e de qualidade.

3.7. Público-alvo

.Internautas que acessam portais de velocidade em busca de notícias gerais de Nascar (a pessoa quer quem ganhou uma corrida, por exemplo).

.Internautas que acessam sites/blogs estrangeiros em busca de conteúdo especializado de Nascar (a pessoa quer saber qual a mudança do pacote aerodinâmico para próxima temporada, por exemplo).

.Pessoas que acessam o Big One Brasil.

.Telespectadores que acompanham corrida na televisão, mas não conhecem nenhum portal de internet que fale sobre Nascar.

Através das redes sociais dá pra dizer que todos os internautas presente nelas são um público-alvo secundário. Afinal, um início de gosto por Nascar pode começar com

¹⁰ <https://twitter.com/yellowflagbr/>

uma notícia curiosa, evento marcante ou até mesmo tragédia. Enfim, a minha começou com um jogo de videogame.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lembro-me de entrar na faculdade por conta do Jornalismo Esportivo. Eu sabia que meu Trabalho de Conclusão de Curso seria sobre algo relacionado a esporte. Uma matéria de Linguística quase me tirou do trilha, fazer análise semiótica sobre jogos de videogame é muito maneiro! Sério! Voltei para o esporte. Achei que ia estudar como o futebol inglês cresceu. Analisar o comportamento da mídia pré e pós 7 a 1. Questionar até que ponto ex-jogadores tomam posições de jornalistas formados no mercado de trabalho. Enfim, sempre um trabalho no quesito de analisar.

Mas eu não queria mostrar um texto de “sabe se lá quantas páginas” para alguém. Eu não queria olhar para trás e lembrar do período sensacional que a UFF me proporcionou e ter como troféu uma análise que me renderia, no máximo, uma pesquisa de mestrado.

Eu queria uma coisa que fosse mais “palpável” do que um simples texto. Não estou diminuindo a importância de análises, estudos minuciosos e afins, mas existem muitos desses. E tenho certeza que o meu seria só mais um.

Então, eu comecei a fazer um exame de consciência e pensar naquilo que gostava no mundo esportivo, mas não conseguia achar de jeito nenhum na internet brasileira. Não achava nada. Ao contrário, aliás, eu achava tudo. Até que um dia a luz acabou e eu não tinha como ligar a TV para saber que horas a corrida de Nascar começaria no Fox Sports. Ora, pois, fui pesquisar. Quem disse que eu encontrava? Pior, nem sabia e também não consegui encontrar quem era o pole position. Nem o Big One Brasil tinha dado essas notícias. Aí a ideia bateu.

Depois de muito estresse, depois de muito “deixa pra lá, vou pegar outro tema, isso não vai dar certo”, depois de muito “não consigo”, “não vai dar tempo”, “isso é loucura”. Depois de uma noite sem dormir para fazer a página de pilotos, depois de outra noite sem dormir para fazer a página de etapas. Depois de outra noite pra refazer essas duas que foram perdidas na migração. Depois de mudar o site todo faltando um mês pra entregar o TCC. Depois disso tudo, vem o orgulho e a satisfação.

Orgulho e satisfação de ver o trabalho feito. Bem feito. Mais bonito do que eu imaginei. Com todas aquelas informações, slides, detalhes que eu queria ver e não podia, porque não tinha. Eu, como fã de Nascar, queria ver, me informar e conhecer mais a categoria, mas não tinha onde fazer isso. Para saber quem está liderando o campeonato, eu tinha que entrar no site da Nascar (em inglês). Para saber quem foi o campeão de 2004, eu tinha pesquisar no Wikipedia, porque nem no portal da Nascar é

fácil achar. Hoje, se eu quiser saber todos os campeões da Nascar, eu acesso o meu site. Se eu quiser saber quem tem mais títulos, quem é o 13º colocado na tabela, qual é a 28ª etapa da temporada ou onde é a última corrida do ano, eu acesso o meu site.

E se tiver uma, só uma pessoa que se sinta feliz ao encontrar qualquer informação no Bandeira Amarela e não tenha achado em outro portal de Nascar, eu já considero o meu trabalho bem feito.

Yellow flag is out.

5. BIBLIOGRAFIA

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação**. São Paulo: Summus, 2008.

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília : Secom, 2014. 153 p. : il. ISBN: 978-85-85142-60-5. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> Acessado em: 11, mar, 2016.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web** In: BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acessado em: 11, mar, 2016.

CASTILHO, Carlos. **Os blogs são peça essencial no jornalismo contemporâneo apesar de críticas e questionamentos**, 2009. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/os-blogs-sao-peca-essencial-no-jornalismo-contemporaneo-apesar-de-criticas-e-questionamentos/>. Acessado em: 11, mar, 2016.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

COHEN, Noam. **Notícias têm “vida útil” mais longa na internet: Pesquisa mostra que reportagens continuam a ser bem acessadas por até 36 horas após a sua publicação na rede**, 2006. Disponível em: <https://renatobeninca.wordpress.com/2006/07/28/vida-util-da-noticia/>. Acessado em: 11, mar, 2016.

FACHINETTO, Eliane Arbusti. **O Hipertexto e as práticas de leitura**. Santa Cruz do Sul. In: Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Linguística e Literatura – Ano 02 - nº03 – 2º Semestres de 2005. Disponível em: http://unisc.br/portal/images/stories/mestrado/letras/coloquios/ii/hipertexto_praticas.pdf. Acessado em: 11, mar, 2016.

FONSECA, Virginia e LINDEMANN, Cristiane. **Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas**. Porto Alegre: Revista Famecos,

nº34, quadrimestral, dezembro de 2007. Disponível em:
<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/4589/4308>.

Acessado em: 11, mar, 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

PRIMO, Alex e TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. In: UNIREvista, vol.1, nº3, julho de 2006. Disponível em:
http://unisc.br/portal/images/stories/mestrado/letras/coloquios/ii/hipertexto_praticas.pdf.

Acessado em: 11, mar, 2016.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo Esportivo – Relatos de uma paixão**. São Paulo: Saraiva, 2009.