

**UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO
SUL – UNIJUÍ**

**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTÁBEIS,
ECONÔMICAS E DA COMUNICAÇÃO – DACEC**

NATAN PIPPER TORZESCHI

**JORNALISMO MOBILE: RECEPÇÃO DE INFORMAÇÕES EM TRANSMISSÕES
ESPORTIVAS NO APLICATIVO GLOBOESPORTE.COM**

IJUÍ-RS

2018

NATAN PIPPER TORZESCHI

**JORNALISMO MOBILE: RECEPÇÃO DE INFORMAÇÕES EM TRANSMISSÕES
ESPORTIVAS NO APLICATIVO GLOBOESPORTE.COM**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo – da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí), como requisito para a obtenção de bacharel em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo.

Orientadora: M. Lara Nasi

**Ijuí,
2018**

UNIJUÍ - Universidade Regional do Noroeste do Estado Do Rio Grande Do Sul
DACE - Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da
Comunicação

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a Monografia.

**JORNALISMO MOBILE: RECEPÇÃO DE INFORMAÇÕES EM TRANSMISSÕES
ESPORTIVAS NO APLICATIVO GLOBOESPORTE.COM**

Elaborada por

NATAN PIPPER TORZESCHI

Como requisito à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação
Jornalismo

Comissão Examinadora

Professora M. Lara Nasi (orientadora) – DACEC/UNIJI

Professora M. Marizandra Rutilli (banca titular) – DACEC/UNIJI

Ijuí/RS

2018

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, quero agradecer a Deus, que possibilitou a realização de uma graduação.

Quero demonstrar todo o meu agradecimento à minha família, que não mediu esforços para que eu pudesse cursar graduação na UNIJUÍ.

Agradeço a professora Lara Nasi, que nos últimos anos se mostrou mais que uma professora, uma amiga ao direcionar as práticas em diversas disciplinas e na orientação dessa monografia.

Quero agradecer o Bando de Burguês Safado, grupo que possibilita a discussão dos principais problemas da sociedade brasileira contemporânea.

Meus amigos de Independência, que sempre estiveram ao meu lado. Os colegas do Ensino Médio, que considero como amigos para a vida inteira.

Ao longo dessa trajetória acadêmica dentro do Curso de Comunicação Social encontrei as mais diversas pessoas. Colegas, professores, funcionários da universidade que passam a ser amigos para a vida. Tenho muitas pessoas que contribuíram dentro do curso que contribuíram para chegar onde cheguei. A todos os colegas que estiveram presentes nas disciplinas em que cursei. Um agradecimento muito especial a todos os professores que contribuíram ao longo do curso.

Como não deixar de citar a parceria do micro do Canal. Muitas horas de truco.

Quero agradecer aos colegas de trabalho da Prefeitura Municipal de Independência, local onde criei amizades importantes e onde tive minha primeira oportunidade de trabalho.

Por fim, agradecer a UNIJUÍ, que dispõem do curso de Comunicação Social em que pude iniciar meu percurso acadêmico.

'Que Deus perdoe essas pessoas ruins.'

Adriano Leite Ribeiro

RESUMO

Esta pesquisa visa compreender a recepção de informações por parte dos usuários através do aplicativo GloboEsporte.com em transmissões de partidas de futebol. Entende-se que as novas ferramentas de consumo de informações em tempo real demandam análises mais aprofundadas quanto aos seus usuários, levando em consideração os seus costumes, demandas e usabilidades. Ressalta-se neste trabalho os conceitos de multimedialidade, ubiquidade e mobilidade, trazidos pelo jornalismo móvel, por autores como Belochio, Barrichello e Arruda (2017), Pellanda et al (2017) e Pallacios et al (2015). A partir disso, busca-se averiguar as condições do público que consome informações através de *smartphones*, por meio de pesquisa com questionário online e, posteriormente, a realização de entrevistas direcionadas aos usuários do aplicativo em questão, a fim de analisar seus usos. Com isso, percebe-se um uso significativo do aplicativo quando as pessoas não têm condição de assistir a partidas de futebol pela televisão. Entre as ferramentas disponíveis há uma preferência dos consumidores pelos vídeos de lances e textos para saber os porquês de uma jogada da partida.

Palavras-chave: Jornalismo móvel; Jornalismo esportivo; Aplicativo; Recepção.

ABSTRACT

This search aims to understand the reception of information by users through GloboEsporte.com application in transmissions of soccer matches. It is understood that new tools of consumption of demand further analysis about its users, taking into account their customs, demands and usability. Highlighting in this monograph the concepts about multimedia, ubiquity and mobility, brought by mobile journalism, by authors as Belocchio, Barrichello e Arruda (2017), Pellanda et al (2017) and Pallacios et al (2015). From this, it sought to find out the conditions of public that consume information through smartphones, through researches with an online questionnaire and, subsequently, conducting interviews directed at the users of GloboEsporte.com app, in order to analyze the uses, decentralizing of the analysis of journalism practices. This shines an application acting as an escape for people when they can't watch the soccer matches on television. These consumers also have preferences for the videos with highlights and texts want to know the reasons for a play of the game.

Keywords: Mobile journalism; Sport journalism; App; Reception.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Publicação do portal GloboEsporte.com com <i>hiperlink</i> de publicação do Twitter .	19
Figura 2 - Marcação de tempo usada ao longo da transmissão	20
Figura 3 - Marcação de cartão amarelo ao longo da transmissão.....	21
Figura 4 - Relato publicado durante o intervalo da partida	22
Figura 5 - Marcação referente as substituições da partida.....	22
Figura 6 - Descrição do primeiro gol do Santos e vídeo do lance.....	23
Figura 7 - <i>Hiperlink</i> do perfil do Twitter do Cartola FC	25
Figura 8 - Informação de gol em outra partida do Campeonato Brasileiro que acontece simultaneamente.	29
Figura 9 - Visualização do conteúdo ao longo da transmissão do portal GloboEsporte.com ..	31
Figura 10 - Conteúdo ao longo da transmissão acessado pelo aplicativo GloboEsporte.com .	31
Figura 11 - Organização das seções através da transmissão em tempo real do aplicativo GloboEsporte.com	33
Figura 12 - Opção carregar mais lances e ficha do jogo após o término da partida.....	34
Figura 13 - Resultados obtidos na questão de temporalidade	50
Figura 14 - Aplicativos utilizados para acompanhamento de partidas de futebol.....	51
Figura 15 - Partida Vasco da Gama X Atlético Paranaense, acompanhada pelo Google no smartphone.	52
Figura 16 - Recebimento de notificações	53
Figura 17 - Situações em que o aplicativo é utilizado para acompanhamento de partidas em tempo real	54
Figura 18 - Informações mais buscadas nos aplicativos.....	55
Figura 19 - Recursos mais importantes ao longo de uma transmissão	55
Figura 20 - Descrição dos gols e lances	56
Figura 21 - Linguagem na descrição dos lances.....	57
Figura 22 - Gênero dos respondentes	61
Figura 23 - Idade da amostra	61

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Relação descrição X linguagem por aplicativo	58
Tabela 2 - Relação aplicativo X informação buscada pelo usuário.....	58
Tabela 3 - Relação situação X tipo de informação.....	59
Tabela 4 - Relação situação X recurso multimídia.....	59
Tabela 5 - Relação aplicativo X recurso multimídia.	60
Tabela 6 - Grau de importância de cada recurso multimídia no aplicativo GloboEsporte.com	62
Tabela 7 - Relação de tipo de informação e seu grau de importância.	62

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	JORNALISMO ESPORTIVO	13
2.1	Práticas do jornalismo esportivo	14
2.2	Jornalismo Esportivo nas práticas online	15
2.2.1	A transmissão de partidas esportivas através do <i>site</i> GloboEsporte.com	16
2.2.2	A transmissão esportiva no rádio e na internet	26
3	JORNALISMO MÓVEL	30
3.1	Ubiquidade, mobilidade e multimedialidade: características do jornalismo móvel	35
3.2	<i>Pushed News</i> , a notificação na transmissão da notícia.....	38
3.3	Aplicativos autóctones	42
4	USO DO APLICATIVO NAS TRANSMISSÕES DE PARTIDAS	46
4.1	Metodologia	46
4.2	Pesquisa quantitativa	49
4.3	Recepções e usos do aplicativo GloboEsporte.com	63
4.4	Considerações sobre a análise	67
5	CONCLUSÃO	69
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
	APÊNDICES	77

1 INTRODUÇÃO

As contribuições que a ciência e a tecnologia proporcionam no âmbito das comunicações possibilita avanços significativos ao jornalismo. Como ressalta Érika Travassos (2018), “a introdução de uma nova tecnologia sempre amplia o potencial do jornalismo, seja em qual mídia for. E que cada nova tecnologia é determinante para uma maior proximidade com o público” (p. 4).

De acordo com a pesquisa brasileira de mídia de 2016, realizada pela Secretaria Especial de Comunicação Social, 91% da população brasileira possui acesso à internet pelo celular, o que demonstra que ela é de fundamental importância na vida das pessoas, especialmente em sua forma móvel, tendo em vista que, na mesma pesquisa, 65% das pessoas informaram que usam internet pelo computador, número inferior do representado pelos celulares.

No cenário da editoria de esportes, o jornalismo ganhou diversas ferramentas que possibilitam levar a informação ao público em um clique. A partir das transmissões esportivas iniciadas no início da década de 1930, com Nicolau Tuma, na Rádio Educadora Paulista (SOARES, 1994, p. 13), ainda no rádio esportivo de São Paulo, viu-se, duas décadas mais tarde, o desenvolvimento da televisão, que também dedicou-se à cobertura esportiva e, na última forma de transmissão de partida, a internet proporcionou outras configurações de transmissão de informação, como, recentemente, a Copa del Rei da Espanha, que em 2015 foi transmitida pelo Youtube¹.

Com os avanços nas linguagens e rotinas jornalísticas, as empresas de comunicação adaptaram-se para melhor atender as demandas de seus públicos. “O surgimento da Internet e dos dispositivos móveis com acesso à *web* abre a possibilidade de dar resposta a diferentes segmentos de mercado, independentemente de seus interesses.” (MELLO; et. al. 2015, p. 85).

A internet não só possibilitou a reconfiguração em toda a comunicação, mas os *smartphones* trouxeram os aplicativos para melhor usabilidade das informações. Os estudos direcionados ao jornalismo móvel centram-se nas características de mobilidade, ubiquidade e multimedialidade, pelas possibilidades de uso de *smartphones* em diversos lugares e as formas de criação de conteúdo, com diversas mídias como texto, vídeos e fotos.

A partir disso, essa monografia busca compreender como acontece a recepção de informações por meio de transmissões esportivas pelo aplicativo GloboEsporte.com,

¹ Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/553092_proxima-edicao-da-copa-do-rei-tera-transmissao-em-hd-pelo-youtube>. Acesso em 24 out. 18.

investigando como os usuários utilizam o aplicativo, o que buscam ao acompanhar esses eventos esportivos e as recepções das notícias em tempo real do meio.

Ao estabelecer uma relação entre os usos dessa ferramenta de comunicação, parte-se da hipótese de que esses usuários acabam por utilizar o aplicativo para acompanhar as partidas pois não possuem acesso a uma televisão que esteja transmitindo a partida naquele momento ou que não conseguem assistir às partidas diretamente do estádio.

A partir do desenvolvimento do jornalismo digital, para as relações móveis as linguagens alternam-se. Sendo assim, os estudos de aplicabilidade de ferramentas e das experiências demonstram:

Contexto distinto: a experiência de uso mobile [dispositivo móvel] é diferente da experiência desktop [computador de mesa] e, portanto, exige uma concepção de usabilidade distinta para garantir a felicidade final do usuário. São plataformas distintas que exigem soluções de usabilidade e design distintas (BERTOCCHI; CAMARGO; SILVEIRA, 2015, p. 68).

Com essas dessas diferenças no consumo de notícias que o jornalismo móvel tem a necessidade de redefinir as suas linguagens para os seus consumidores. Sendo assim, compreender as rotinas de consumo do *mobile* se faz necessário para a compreensão de novos formatos de linguagens em jornalismo móvel.

A pesquisa visa compreender de que forma os usuários do aplicativo GloboEsporte.com buscam as informações no ao vivo das transmissões de partidas do futebol do Campeonato Brasileiro. Esse estudo se dá a partir da recepção dessas informações, revisão da literatura referente à editoria esportiva e aplicabilidades do jornalismo móvel.

Compreender essas novas maneiras de se comunicar e informar é de fundamental importância para a realização dessa pesquisa. Por isso, foi necessário consultar autores que trabalham com os de práticas jornalística, jornalismo esportivo e, principalmente, a partir das leituras, aliar as práticas do *mobile* com a editoria de esportes dentro do contexto do aplicativo GloboEsporte.com.

Partindo desse propósito, a primeira etapa dessa monografia busca os conceitos centrais do Jornalismo Esportivo, a partir de autores como Barbeiro e Rangel (2015), Frange (2016) e Unzelte (2009), aliando a discussão às práticas desenvolvidas nas transmissões esportivas do GloboEsporte.com.

Num segundo momento, busca-se as aplicações móveis, a partir dos conceitos de jornalismo *mobile*, além de se estabelecer relações entre as *pushed News*, importante ferramenta de divulgação de notícias em *smartphones*, trazendo para a discussões autores como Pallacios et al (2015), Bolochio, Barichello e Arruda (2017) e Pellanda et al (2017).

O terceiro momento de discussão centra-se na análise de dados da pesquisa quantitativa, em que são abordadas as relações de recepção, interesse dos usuários por mecanismos de informação em transmissões esportivas por *smartphones* e a sua usabilidade dentro do contexto jornalístico.

2 JORNALISMO ESPORTIVO

“Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social” (BARBEIRO; RANGEL, 2015, p. 13). A ideia inicial abordada por Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel em *Manual do Jornalismo Esportivo* é fundamental para compreender as práticas e os entendimentos acerca da editoria de esportes. Os autores também salientam que a editoria esportiva pode ser aplicada a qualquer meio de comunicação, como se observa na contemporaneidade.

Dentro dessa perspectiva, cabe ressaltar que “o repórter é o elemento mais importante na cadeia de produção” (BARBEIRO; RANGEL, 2015, p. 20). Sendo assim, as rotinas da editoria podem seguir as linhas fundamentais da reportagem. E como salienta Celso Unzelte (2009), em *Jornalismo Esportivo: relatos de uma paixão*, as redações (principalmente dos veículos de maior periodicidade) passam a ser menores e figuras importantes no processo jornalístico deixam de existir, como o pauteiro, “por absoluta falta de mão de obra, ela passa a ser dever de todos” (UNZELTE, 2009, p. 25).

Outro ponto a se destacar é a seriedade com que a editoria esportiva deve ser abordada. Unzelte (2009) ao comentar sobre tantas variáveis que os esportes passam em curtos espaços de tempo (p. 121-22), afirma que as informações devem ser bem acompanhadas e que a editoria: “exige os mesmos critérios de qualquer outra considerada mais sério, como política ou economia” (2009, p. 121).

Barbeiro e Rangel (2015) destacam também que:

Atualmente, o repórter esportivo chega hoje às redações mais preparado do que ocorria há 10, 15 anos. O perfil atual é de um profissional que fala no mínimo um idioma estrangeiro fluentemente e domina com facilidade importantes ferramentas de trabalho, como e-mail, processadores de texto, *laptop*, câmeras digitais, etc. (BARBEIRO; RANGEL, 2015, p. 20)

Isso demonstra que as tecnologias pedem que o repórter seja um profissional mais preparado e versátil, à medida que as possibilidades de comunicação ampliam-se e pedem novos perfis de profissionais.

Dentro desse contexto, serão analisadas ao longo desse capítulo as técnicas utilizadas para a transmissão esportiva por meio do site GloboEsporte.com, contextualizando-as com as transmissões em rádio e buscando discutir com autores que estudam as áreas do jornalismo esportivo, jornalismo digital e radiojornalismo.

2.1 Práticas do jornalismo esportivo

Os principais desafios das práticas jornalísticas no esporte são as pautas. Barbeiro e Rangel (2015) frisam que ideias de pautas são cada vez mais escassas (p. 27), apontando na direção dos veículos de comunicação se pautando muito pelo que os demais veículos noticiam. Além disso, Unzelte (2009) fala das pautas que se repetem frequentemente nos noticiários. O autor destaca a mesmice dos jornais e sugere para o escape na abordagem, “ter ideias diferentes, criativas, que uma vez mais passam necessariamente pela elaboração de uma boa pauta” (UNZELTE, 2009, p. 26).

A realidade discutida por Barbeiro e Rangel (2015) no contexto das entrevistas sugere a existência de entrevistas viciadas, quando as perguntas dos jornalistas passam, por vezes, a se responder (p. 36). Os autores sugerem, para as perguntas, que “separe as mais óbvias e destrua-las, entre elas aquela clássica “está doendo?” quando o atleta está sendo levado de maca para o vestiário e se contorce de dor” (2015, p. 37). Isso comumente é encontrado em entrevistas pós-jogo com atletas e entrevistas coletivas, em que o repórter, por vezes, acaba respondendo a própria pergunta.

Tanto Barbeiro e Rangel (2015, p. 19-20) quanto Unzelte (2009, p. 31), apontam para as práticas natas do jornalismo nas redações de notícias esportivas, o lide. “Apurar e divulgar notícias, contar uma boa história, que seja verdadeira, que tenha sido bem checada e que responda às perguntas básicas do *o quê, quando, onde, como, quem e por quê* é o dever de todo bom jornalista” (BARBEIRO; RANGEL 2015, p. 19-20). Esse é um importante aspecto da reportagem e que é complementado por Unzelte: “é até bom que essa ordem varie, para permitir formas menos simplistas e mais criativas” (2009, p. 31).

Uma relação com a audiência que cabe ressaltar no momento da produção jornalística para essa editoria é o didatismo, salientado por Barbeiro e Rangel (2015), pois não são todas as pessoas que acompanham o esporte e a linguagem deve ser acessível a todos (p. 22). Um exemplo simples de didatismo na editoria esportiva está nos cavalinhos do Fantástico, uma criação do apresentador Tadeu Schmidt para exemplificar os desempates nas tabelas de classificação do Campeonato Brasileiro no ano de 2008².

² Schmidt destaca que na época “Tínhamos três times empatados na primeira colocação e eu pedi para Arte fazer uma corrida de cavalo”. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/fantastico/fantastico-cavalinhos-do-fantastico.htm>>. Acesso em 16 dez. 18.

2.2 Jornalismo Esportivo nas práticas online

Atualmente o jornalismo esportivo vem perdendo profundidade, como destaca Frange (2016). “Jornalistas e leitores vêm se contentando com o superficial, de leitura rápida e fácil compreensão” (FRANGE, 2016, p. 23). O autor frisa que recursos literários dentro da editoria passam a ser raros, aparecendo em colunas e reportagens especiais (p. 23). Já Unzelte (2009) contextualiza que é necessário o aprofundamento do conteúdo no meio e vê que isso tem acontecido quando se caminha na mesma direção do que fazem os colunistas e jornalistas em reportagens especiais:

A Internet não é só dar a notícia na frente dos outros, alguns sites esportivos parecem caminhar cada vez mais também para o enriquecimento de seu conteúdo, das informações, apostando, por exemplo, em colunistas ou em reportagens especiais (UNZELTE, 2009, p.82)

Celso Unzelte fala que internet é tempo real (p.82), mas ressalta que é necessário que a notícia seja devidamente checada para que possa ser publicada, como deve ocorrer em todos os meios de comunicação. Barbeiro e Rangel seguem no mesmo sentido, abordando que “falta ainda maior profundidade jornalística na apuração dos fatos esportivos, das tendências e do investimento em reportagem fazendo uso das ferramentas da internet” (2009, p. 99).

Uma das principais necessidades para a produção noticiosa nos meios digitais é que o jornalista tenha domínio de aparatos tecnológicos, como comenta Pollyana Ferrari (2017, p. 40). Para ela, o bom ciberjornalista “é capaz de mexer em várias mídias ao mesmo tempo e, além disso, escreve corretamente e em português culto” (FERRARI, 2017, p. 43).

Tal ambiente multimídia pode ser englobado por “som, imagem e movimento” (FERRARI, 2017, p.44) recursos esses que foram complementados pela hipermídia (FERRARI, 2017). Para Frange (2016), esses recursos servem para deixar a leitura menos pesada, “as imagens intercalam obrigatoriamente com o texto para que haja uma pausa para o leitor e não fique tão massivo” (FRANGE, 2016, p. 52). A possibilidade da utilização de vídeos faz com que o público possa ver os gols e lances de uma partida de futebol, por exemplo (FRANGE, 2016):

Em alguns casos é possível dizer que o foco já não está mais no texto. Um dos mecanismos mais utilizados, e que já se tornou prática comum, é a possibilidade de colocar vídeos sobre as reportagens, tanto que muitos ocupam a principal posição de destaque, no topo da matéria, que costumava pertencer às fotografias (FRANGE, 2016, p. 61.).

Por outro lado, o autor ressalta que “a existência de um vídeo não exclui a obrigação de um texto completo e de qualidade” (FRANGE, 2016, p.146).

2.2.1 A transmissão de partidas esportivas através do *site* GloboEsporte.com

As primeiras transmissões de partidas de futebol ao vivo no Brasil iniciaram na década de 1930, no rádio, com o narrador Nicolau Tuma, e passaram a compor as rotinas do rádio de São Paulo (SOARES, 1994, p. 18). De lá pra cá, com avanços tecnológicos, já existem ferramentas de transmissão online de partidas de futebol, como o tempo real do GloboEsporte.com.

O portal GloboEsporte.com é descrito como “uma versão on-line do programa de televisão “Globo Esporte”, exibido de segunda a sábado pela emissora Rede Globo” (BORZILO, 2008, p. 3). Para construir uma relação das partidas transmitidas pelo Portal GloboEsporte.com, pode-se analisar que elas seguem o esquema descrito por Frange (2016), fazendo referência à primeira partida da Seleção Brasileira de Futebol na Copa do Mundo de 2014 contra a seleção croata:

O título do relato do jogo é publicado propositalmente com todas as letras maiúsculas, para destacar: “TÁ ESCRITO: NEYMAR DECIDE COM ERRO DE ÁRBITRO, E BRASIL VIRA SOBRE A CROÁCIA” (sic). Entre o título e a resenha, com o maior grau de destaque de toda a página, está a seção de vídeos. São 20 filmagens à disposição do leitor, com todos os lances e melhores momentos do confronto. É a parte que mais interessa aos internautas, pois diferente de anos anteriores, ele não precisa esperar o programa televisivo para rever os gols e as jogadas. [...] A imagem em movimento substitui a necessidade de ler todo o texto para se ter noção de como foi a partida. Não à toa, o GloboEsporte.com inseriu o botão “Expandir a crônica completa”, já que percebeu que toda a matéria não era completamente visualizada, principalmente quando havia a inserção de vídeos. (FRANGE, 2016, p. 43)

A descrição dada pelo autor possibilita a compreensão de que os vídeos são as principais ferramentas dentro desse tipo de transmissão, e, como Frange também ressalta, “ser detentor dos direitos de transmissão³ coloca o veículo à frente de quase todos os concorrentes que não podem postar filmagens” (FRANGE, 2016, p. 41).

³ No caso específico do portal, o “GloboEsporte.com, pertencente às Organizações Globo, contou com a garantia de ter os direitos econômicos de publicar vídeos com os melhores momentos da partida” (FRANGE, 2016, p. 43). O autor, em sua escrita, refere-se às transmissões da Copa do Mundo de Futebol de 2014. Sendo assim, os direitos de transmissão passam a ser grande influenciadora na utilização de imagens de determinadas competições. No Brasil, os direitos de transmissão tornaram-se alvo no contexto do futebol a partir da década de 1970, quando aconteceram movimentações de empresas para anunciarem suas marcas ao longo das transmissões esportivas (Frange, 2009).

Não somente há uma construção de crônica no portal, que é publicada após o término da partida. “(...) ainda para complementar tem o texto escrito que descreve toda a partida, lance a lance” (BORZILO, 2008, p. 7). As descrições em texto com poucas palavras são próximas às narrações esportivas do rádio.

Soares (1994, p. 45) destaca que as transmissões esportivas pioneiras na especialização do gênero radiofônico no Brasil com a emissora Panamericana (SOARES, 1994, p. 45), consagraram a figura do narrador de esportes. Para Barbeiro e Rangel (2009) o narrador é quem descreve os fatos, mais especificamente para o rádio (p. 66), principalmente porque na televisão há as imagens. Portanto, para Frange (2016) há uma semelhança de linguagem entre os textos curtos na internet e as narrações do rádio. O autor também ressalta que outros veículos de comunicação na internet se utilizam dos textos curtos, como a GazetaEsportiva.net e o portal Folha de S.Paulo, “com as principais chances, os gols, entre outros acontecimentos” (p. 49).

Para observarmos melhor esse tipo de transmissão, que acontece na internet, a exemplo do que faz Frange (2016) com a primeira partida da Seleção Brasileira de Futebol na Copa do Mundo de 2014, tomamos como exemplo a partida Santos 3X0 Fluminense⁴, realizada pela 31ª Rodada do Campeonato Brasileiro 2018, no dia 27 de outubro de 2018. Observamos essa transmissão no portal GloboEsporte.com, em diálogo com autores que tratam sobre Jornalismo Esportivo na internet, e discutimos a seguir, apresentando nossas impressões, descrições e discussões com a bibliografia. A observação foi feita em um notebook e faremos uma contextualização com as aplicações móveis do aplicativo do GloboEsporte.com em relação às transmissões de partidas no próximo capítulo.

A transmissão da partida em questão teve início às 15h10min, uma hora e vinte minutos antes da partida com uma apresentação ao internauta. O pré-jogo do GloboEsporte.com, que dura até a autorização por parte do árbitro de futebol, traz diversas informações, primeiramente com uma contextualização das equipes dentro da competição, com classificação e também a escala de arbitragem da partida. Pode-se destacar que existe uma relação de prestação de serviço no pré-jogo, como comentam Barbeiro e Rangel (2015), uma vez que há informações do estádio e do fluxo de torcedores.

⁴ Partida transmitida em tempo real através do site: <<https://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/brasileirao-serie-a/jogo/27-10-2018/santos-fluminense.ghml>>. Acesso em 27 out. 18.

As escalações surgem ao longo desse período, como é ressaltado pelo regulamento da Confederação Brasileira de Futebol de 2018⁵, em que os clubes precisam entregar a relação de jogadores até uma hora antes da partida. No site do GloboEsporte.com, as escalações possuem um espaço ao lado direito da tela chamada de “Ficha do Jogo”, com numeração dos jogadores e posição. Ao lado do nome dos goleiros há o esquema tático e, abaixo das escalações, um botão para conferir o banco de reservas das duas equipes. Ainda se destaca que a equipe do lado esquerdo é a equipe mandante e do lado direito a equipe visitante.

Informações sobre o público também se encontram nessa seção. Existe uma relação hipertextual com as páginas das equipes nos *sites* de redes sociais, no momento em que as escalações são divulgadas por elas. Frange (2016) destaca que o portal insere *links* em suas matérias, que direcionam para páginas dentro do próprio *site*.

O pré-jogo destaca-se com presença de fotos de jornalistas que cobrem a partida, como forma de *hiperlink* dos perfis dos jornalistas no Twitter⁶ para o portal de notícias (figura 1), o que também acontece com algumas postagens dos clubes em perfis no mesmo *site* de rede social.

⁵ “Objetivando facilitar o trabalho dos meios de comunicação, cada clube deverá entregar ao quarto árbitro, até sessenta (60) minutos antes da hora marcada para o início da partida” (Confederação Brasileira de Futebol, 2018, p. 46).

⁶ *Site* de rede social em formato de *microblogging* para enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos.

Figura 1 - Publicação do portal GloboEsporte.com com *hiperlink* de publicação do Twitter



Fonte: reprodução *site* globoesporte.com.

Sobre esse movimento de comunicação a partir de *hiperlinks* trazidos pelos perfis do Twitter surge “com o crescimento do jornalismo online e com a busca incessante pela rapidez na publicação das notícias, as redes sociais se tornam mais uma ferramenta do jornalismo colaborativo” (CAVALCANTI; ROCHA NETO, 2014, p. 14). Fassina (2014), complementa que

Assim como é fundamental que nas transmissões esportivas de futebol pelo rádio o locutor esteja repetindo por diversas vezes o tempo e o placar [...], é de extrema relevância que a narração pela internet nas redes sociais siga essa premissa (FASSINA, 2014, p. 73).

Porém, a utilização de marcadores de tempo não se retrata nos *tweets*⁷, somente na transmissão no portal. Os jornalistas que estão publicando as notícias utilizam uma *hashtag*⁸,

⁷ Denominação usada para as publicações realizadas pelos usuários do Twitter.

⁸ Denominação dada a marcações usadas em mídias sociais, usada com o sinal “#”, que permitem ao usuário acompanhar todas as publicações que usaram a marcação em questão.

que varia pelo local da partida. Nesse caso de Santos X Fluminense, jogo realizado no Estádio da Vila Belmiro, usou-se ao longo da transmissão a marcação #trvila⁹. Uma linha de tempo no portal especifica o tempo de jogo.

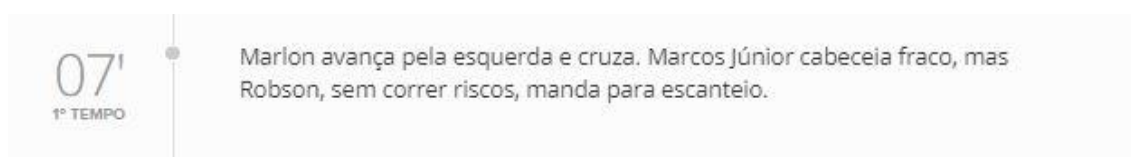
A busca dos *hiperlinks* da mídia social pode ser interpretada como um empacotamento de conteúdo. Para Ferrari (2017) o empacotamento refere-se ao recebimento de um material jornalístico pronto, muitas vezes por agências de notícias. Na redação, adaptam-se alguns conteúdos, como título, abertura ou outros elementos. Por isso, a autora afirma: “no caso específico do dia a dia das redações on-line, a produção de reportagens deixou de ser um item do exercício do jornalismo” (FERRARI, 2017, p. 45). No caso em questão, no portal, há aproveitamento de muitas informações produzidas e publicadas por jornalistas em suas próprias páginas em *sites* de redes sociais. Esses materiais não passam por nenhuma edição de texto para ser divulgada no portal.

Ferrari (2017) também contextualiza a importância de conteúdos de outros *sites* e mídias digitais na produção jornalística:

Os jornalistas recém-formados ou mesmo os que estão estudando para exercer a profissão não podem ignorar a enorme transformação conceitual e organizacional pela qual a comunicação vem passando, já que sites convivem lado a lado com blogs, redes sociais, entretenimento no YouTube e uma avalanche de conteúdos que se misturam como rizomas no solo (FERRARI, 2017, p. 80).

No portal GloboEsporte.com, a partir do início da partida, as marcações de tempo se passam por minuto e, abaixo do minuto, a identificação do primeiro ou segundo tempo, como pode-se observar na figura 2.

Figura 2 - Marcação de tempo usada ao longo da transmissão



Fonte: reprodução *site* globoesporte.com.

Os lances vão sendo descritos ao longo da transmissão. Há pequenos relatos sobre a jogada que acontece, e algumas vezes, o comentarista da transmissão da televisão aparece na transmissão com o comentário degravado em texto. Nesse caso Caio Ribeiro aparece aos 4 minutos do primeiro tempo e aos 18 do segundo. Barbeiro e Rangel (2015) dizem que o

⁹ *Hashtag* utilizada nas transmissões de partidas de futebol no estádio da Vila Belmiro para identificação de publicações no Twitter.

comentarista tem o papel de “explicar ao torcedor o que está acontecendo e tentar prever, com a mesma simplicidade, o que ainda vai acontecer” (BARBEIRO; RANGEL, 2015, p. 79). Também há três inserções do comentarista Roger Flores, aos 19 e aos 44 minutos do primeiro tempo e outra aos 39 minutos do segundo tempo.

A transmissão conta com uma inserção de opinião do comentarista de arbitragem Leonardo Gaciba, da “Central do Apito”, aos 37 minutos do segundo tempo, articulando acerca do lance da penalidade máxima que resultou no primeiro gol do Santos.

A transmissão conta com quatorze vídeos de lances e gols da partida, sendo que um trata-se de um *hiperlink* da conta do GloboEsporte.com no Twitter. Também há duas fotos publicadas, uma fazendo referência a um chute da equipe do Santos que foi desperdiçada e outra dos reservas do Santos no aquecimento. As duas fotos são *hiperlinks* do Twitter.

Quando um jogador recebe um cartão, o lance que causou a advertência é descrito em poucas palavras, há uma marcação de um cartão amarelo ao lado do marcador de tempo e uma foto do jogador que recebeu o cartão, como acontece na figura 3. Essa marcação apareceu por cinco vezes na transmissão e todas foram no mesmo formato.

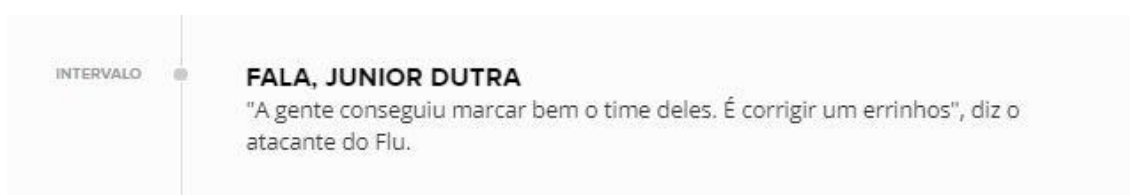
Figura 3 - Marcação de cartão amarelo ao longo da transmissão



Fonte: reprodução *site* globoesporte.com.

O intervalo da partida é descrito pela linha de tempo como “INTERVALO”, em caixa alta, e conta com alguns relatos de jogadores das duas equipes em entrevistas (figura 4), duas fotos, um registro da equipe do Santos de um lance da partida, publicado diretamente no portal, sem uso de *hiperlink* e a segunda sendo um *hiperlink* do Twitter do jornalista Gabriel dos Santos. Junto à foto do lance da partida, há um breve resumo do primeiro tempo.

Figura 4 - Relato publicado durante o intervalo da partida



Fonte: reprodução *site* globoesporte.com.

Como nos cartões, as substituições contam com as fotos dos jogadores que saem e entram na partida. Quando não há a foto do jogador, há um ícone representativo dos ombros e cabeça de uma pessoa. Há um marcador de substituição, onde aparece, acima, a foto, o nome do jogador, a posição em que joga e a palavra “SAI” em letras vermelhas. Abaixo, aparece a foto, o nome do jogador e a posição em que joga, ao lado, a palavra “ENTRA” em letras verdes (figura 5).

Figura 5 - Marcação referente as substituições da partida



Fonte: reprodução *site* globoesporte.com.

As marcações de gols também contam com a foto, nome e posição em que joga o autor do gol, ao lado do marcador de tempo. Nessa partida, aconteceram três gols, nos 38, 42 e 43 minutos do segundo tempo, todos da equipe do Santos. Após um tempo, a transmissão conta com a inserção do vídeo do gol (figura 6).

Figura 6 - Descrição do primeiro gol do Santos e vídeo do lance

38'
2º TEMPO

 **Gabriel**
ATACANTE

GOL DO SANTOS!
Gabriel bate com força, quase no meio do gol. Rodolfo caiu para o lado certo, mas não alcança. Peixe na frente!



▶ Gol do Santos! Gabriel; cobra pênalti com força e marca, aos 38 do 2º tempo

Fonte: reprodução *site* globoesporte.com.

Ao longo de toda a transmissão, desde o pré-jogo, acontecem inserções de publicidade. Ao todo, são quatro anúncios. Frange (2016) se refere à publicidade como uma forma de os jornais adquirirem receitas (p. 132), aparecendo como uma maneira de concorrência de anunciantes pelo espaço. Frange também cita a publicidade como “espaços localizados nas extremidades, *pop-ups*¹⁰, banners, enquanto a notícia é lida, embaixo, em cima, por todo o espaço disponível na tela” (FRANGE, 2015, p. 132) além de, no espaço digital, a publicidade se tornar a principal fonte de renda (Frange, 2015).

Nessas transmissões, é comum um espaço publicitário abaixo da seção de vídeos, ao lado direito, abaixo das escalões das equipes e abaixo da classificação do campeonato, além das inserções já comentadas. Há inserções de anúncios antes da reprodução de vídeos.

Unzelte (2009) faz uma relação do jornalismo esportivo com a publicidade. Ele elenca pontos favoráveis e desfavoráveis quanto à publicidade no jornalismo. Uma questão está na relação entre donos da marca anunciante que podem vir a ser fruto de uma investigação, e que, como cita Unzelte (2009, p. 110), pode acontecer na editoria de esporte, pois há dirigentes de clubes que são empresários, o que pode resultar em dificuldades em

¹⁰ Denominação para publicidades onde uma nova janela ou *link* abre no navegador.

investigações, e que “quanto mais *merchandising* houver, mais a informação fica em segundo plano” (UNZELTE, 2009, p. 110).

Por outro lado, cabe salientar que “os anunciantes que procuram esses programas são empresas sérias e profissionais, e os escolhem por visualizar neles a credibilidade necessária para o *merchandising*” (UNZELTE, 2009, p. 110) e o autor comenta que o emprego do jornalista depende dos recursos do mercado publicitário, para tanto, “se o jornalismo tem vergonha da publicidade, que viva sem ela” (UNZELTE, 2009, p. 111). A relação de publicidade com o meio online é de fundamental importância para manter a redação da empresa jornalística, que além de manter a equipe de reportagem, precisa ter as ferramentas necessárias para desenvolver os trabalhos e os direitos de transmissão das partidas.

Com o término da partida, inicia-se o período de pós-jogo. Essa parte da transmissão conta com dois vídeos, com entrevistas de dois jogadores, um do Santos e outro do Fluminense. As falas dos jogadores são transcritas para texto, não com as mesmas palavras, mas sem perder o contexto e deixar o texto muito extenso.

Após o final das transmissões, é inserido um título sobre a partida, logo abaixo do placar do jogo, e uma linha de apoio, que serve para contextualizar melhor o resultado da partida. Um texto intitulado como RESUMÃO também é inserido, com cinco destaques, “DEU PEIXE!”, “OS GOLS DO JOGO”, “HISTÓRICO”, “O QUE VEM POR AÍ”, “PRIMEIRO TEMPO” e “SEGUNDO TEMPO”, que também é intercalado com quatro fotos do jogo e dois vídeos, um com os gols e outro com os melhores momentos. Todos os vídeos, 17 ao todo, ao serem clicados ao longo da transmissão, são visualizados no topo da página, na sessão de vídeos.

Frange (2016) ressalta que: “o que mais valoriza o relato de uma partida de futebol é o vídeo com todos os lances do confronto” (FRANGE, 2016, p.41). O autor ainda contextualiza que o vídeo atrai o leitor, fazendo com que ele permaneça na página (p. 41). Além disso, há uma relação de busca por audiência, pois existem pressões econômicas quanto à reportagem. Os departamentos comerciais possuem ânsias de maiores audiências para que seus conteúdos ganhem mais publicidade, como salienta Frange (2016). Ao clicar no vídeo, é inserida uma publicidade antes do começo do vídeo, o que reforça as questões de publicidade aliada ao jornalismo esportivo.

Algo a salientar é a presença de *hiperlinks* do Twitter do jogo Cartola FC (figura 7). O Cartola FC “consiste em escalar hipoteticamente os jogadores que atuarão na próxima rodada do Campeonato Brasileiro, onde cada atleta receberá uma nota dependendo da sua atuação em campo” (FRANGE, 2017, p. 79). A utilização das informações trazidas para a transmissão por

meio do *hiperlink* do Twitter do *game* aparece no pré-jogo, com a informação de quais jogadores foram os mais escalados pelos usuários *game*. Também há incorporações de postagens do Cartola FC após o primeiro e o segundo gols do Santos. Segundo Frange (2017), o Cartola FC possibilita um mecanismo para retorno financeiro ao jornalismo da empresa como um todo, o que se configura como “novos mecanismos que colaboram para a produção do jornalismo esportivo” (2017, p. 138). Esse mecanismo já conta com empresas que investem na publicidade e que ganham as ligas do Cartola e o próprio patrocínio fantasia, que acontece quando o usuário do *game* cria seu time, utiliza as empresas para serem patrocinadores e participarem das ligas das empresas, e há a função Cartola Pró, que consiste no pagamento de uma anuidade que possibilita alguns recursos para o cartoleiro¹¹, como participação na liga Pró, maior número de participação de ligas, concorrendo a prêmios e descontos¹².

Figura 7 - *Hiperlink* do perfil do Twitter do Cartola FC



Fonte: reprodução *site* globoesporte.com.

Além de todas as ferramentas já descritas, há a opção de Alerta de gols, em que a página emite um som de torcida quando acontece um gol.

Com isso, percebe-se uma transmissão de partida que busca tratar dos lances principais da partida. A empresa jornalística visa trabalhar as questões de multimídia e interligando outros produtos que possui, na figura do Cartola FC, por exemplo, criando uma rede de *hiperlinks* para trazer informações diversificadas.

A partir dessa observação do *site*, no próximo capítulo é realizada uma relação entre a transmissão esportiva no rádio e na internet.

¹¹ Denominação dada aos jogadores do *game* Cartola FC.

¹² Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/cartola-fc/noticia/cartola-pro-saiba-tudo-sobre-premios-ligas-desconto-e-sorteio.ghml>>. Acesso em 01 nov. 18.

2.2.2 A transmissão esportiva no rádio e na internet

Após observarmos as técnicas de divulgação de informações ao longo de uma transmissão de partida do Campeonato Brasileiro de Futebol pelo site GloboEsporte.com, cabe fazer uma comparação em relação a uma transmissão em rádio. As aproximações utilizadas para essa comparação partem das relações entre o espaço destinado a transmissões esportivas nesses meios em comparação aos jornais impressos e televisão, por exemplo. Soares (1994), já explana que, em determinadas partidas transmitidas pelo rádio,

A cobertura começa às 8 da manhã, para um jogo que só terá início às 5 horas da tarde. E não tem hora certa para terminar: é preciso cobrir as comemorações da torcida do vencedor, que vai para as ruas balançar a bandeira do seu time. (SOARES, 1994, p. 90)

Essas observações de Soares também são retratadas por Barbosa Filho (2003), que se dirige às transmissões como um programa mais complexo, antes mesmo da partida ter início, com diversas informações e uma programação pós-jogo, algo já mencionado na seção anterior, quanto às transmissões online.

Barbosa Filho (2003), a respeito das partidas em tempo real no rádio, afirma que “as coberturas esportivas, uma das mais importantes manifestações do rádio contemporâneo brasileiro, têm no futebol a sua maior atração” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 107).

Dentro dos contextos radiofônicos, uma característica destacada por Prado (1989), é que no rádio há “a *falta de percepção visual* entre emissor e receptor” (PRADO, 1989, p. 18). Ora, uma vez que as primeiras atualizações da partida acontecem, quanto ao meio online, pelo texto, nas recepções pelo rádio através da voz, as recepções passam a ser próximas pelo meio acústico: a descrição por parte do mediador/narrador, demanda “a capacidade de sugestão que exerce o ouvinte, que tem que criar mentalmente a imagem visual transmitida pela imagem acústica” (PRADO, 1989, p. 19). Barbosa Filho (2003) completa que “no rádio, o ouvinte tem a liberdade de criar, com base no que está sendo dito, a imagem do assunto/pessoa/fato” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 45). Já no jornalismo online, apesar de o texto também sugerir a criação do receptor, há também a inserção de vídeos, característica da multimedialidade, já comentada anteriormente, mas que, diferente do ao vivo da TV, acontece com um pouco de atraso, devido ao recorte do lance até sua publicação no portal.

Como uma transmissão em tempo real demanda da rapidez, Prado também comenta que o rádio “possui características como a instantaneidade, a simultaneidade e a rapidez.

Todas elas contribuem assim para fazer do rádio o melhor e mais eficaz meio a serviço da transmissão de fatos atuais” (PRADO, 1989, p. 18). A rapidez também é destacada por Barbosa Filho (2003), em “que o ouvinte se inteire dos fatos no momento em que acontecem” (p. 47), e comenta que esse imediatismo traz a agilidade nas transmissões esportivas. Maria Elisa Porchat (1993) descreve que a transmissão esportiva no rádio demanda de fidelidade para com os receptores.

Hoje o rádio ganhou novas estruturas de transmissão de informação. Paganella (2017) ao analisar as transmissões em vídeo através do Facebook dos programas de rádio Pretinho Básico e Cafezinho, já contextualiza as mudanças que o rádio vem passando nos últimos anos. Com isso, “o vídeo constitui-se como uma alternativa transmidiática das emissoras em se apresentarem em uma nova plataforma, o que não deixa de ser uma potencialização da mídia” (PAGANELLA, 2017, p. 12). Essas mudanças transformam o rádio em um elemento multimidiático, com as apropriações em vídeos de transmissões online pelo Facebook. Paganella também complementa que essas possibilidades que o rádio ganha podem aumentar as publicidades por meio do vídeo.

Aproximando as questões de transmissões de vídeo com as transmissões esportivas, a Rádio Grenal, de Porto Alegre, trabalha as transmissões esportivas em *lives* no Facebook da emissora. A transmissão em vídeo consiste em imagens dos narradores e comentaristas que estão trabalhando naquele jogo, pois a emissora não pode transmitir o jogo em vídeo, pelos direitos de transmissão de imagens. O primeiro registro encontrado na página da emissora é da partida Grêmio 2X2 Internacional, válido pelo Campeonato Gaúcho de 2017¹³, que aconteceu 4 de março de 2017, que conta com o trecho de 14 minutos da narração de Haroldo de Souza. A primeira partida completamente transmitida pela emissora foi no jogo Novo Hamburgo (3) 1X1 (1) Internacional, válido pela final do Campeonato Gaúcho de 2017¹⁴, que aconteceu no dia 7 de maio de 2017, e conta com a transmissão completa da partida, incluindo as cobranças de penalidades que deram o título ao Novo Hamburgo.

As irradiações esportivas de modo geral, são focadas no futebol (BARBEIRO; RANGEL, 2015). “Um locutor postado na cabine, no centro do estádio, um repórter atrás de cada gol, um comentarista ao seu lado, um plantão esportivo com informações de outros jogos e repórteres em outros estádios” (BARBEIRO; RANGEL, 2015, p. 65). Em relação ao serviço de transmissão online, algumas dessas funções são desnecessárias, como a figura do

¹³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/radiogrenaloficial/videos/800039336814796/>>. Acesso em 16 dez. 18.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/radiogrenaloficial/videos/838684409616955/>>. Acesso em 16 dez. 18.

comentarista, pois a transmissão online baseia-se mais em descrever os lances, mas há a necessidade do que Ferrari (2017) chama de empacotador, função que estabelece as relações de *hiperlinks* comentadas anteriormente e que se apresenta com frequência na transmissão online do GloboEsporte.com, por exemplo.

Pode-se destacar uma relação abordada por Ferrari entre o jornalismo digital com os locutores esportivos, em que a autora contextualiza que o texto precisa evitar palavras complicadas e utilizar-se da gramática correta:

Vale usar como exemplo a fala radiofônica dos locutores de futebol, que conseguem falar muito rapidamente, e ainda assim de forma clara, durante uma cobertura de um jogo. O segredo é simples: eles reduzem o uso de itens léxicos e utilizam um grupo limitado de palavras. (FERRARI, 2017, p 59).

Soares (1994), em suas análises no ambiente da narração esportiva no rádio de São Paulo, classificou as narrações em duas escolas, denotativa e conotativa. Na escola denotativa, “seus representantes preocupam-se em dar ao ouvinte a imagem da partida pela utilização de signos denotativos” (SOARES, 1994, p. 61). Essa escola é baseada principalmente no “Speaker Metralhadora” Nicolau Tuma, um dos principais narradores do rádio paulista, falecido em 2006, que buscava “descrever o jogo com fidelidade, sem deixar nenhum lance de lado” (p. 63), provocando inclusive o apelido de metralhadora para expor todos os fatos que acontecem. As transmissões esportivas no ambiente digital geralmente se enquadram nesse contexto, de uma linguagem mais objetiva, para que haja uma comunicação direta e rápida com quem está acompanhando o jogo.

Cabe destacar que há momentos da partida em que se identifica a escola conotativa, elencada por Soares (1994), em que há o “uso de signos conotativos” (p. 61). Entre os exemplos que a autora cita, está chamar a bola do jogo como “balão de couro” (p. 63). Porchat (1993) alerta para as expressões em transmissões pelo rádio, pois as gírias devem estar contextualizadas ao longo da fala e que “a exuberância da transmissão esportiva deve estar nos fatos e não no uso de gírias” (PORCHAT, 1993, p. 85). Nesse sentido, a presença de signos conotativos na transmissão online está na expressão encontrada em alguns momentos, como “PINTOU BOLINHA” (figura 8), quando o portal se refere a um gol que aconteceu na partida do mesmo horário, entre Grêmio 3X4 Sport, e que aparece sete vezes ao longo da transmissão do GloboEsporte.com. A expressão faz referência às transmissões pela televisão, em que a figura do plantão esportivo é anunciada com uma bolinha no canto inferior direito da tela e com um sinal sonoro.

Figura 8 - Informação de gol em outra partida do Campeonato Brasileiro que acontece simultaneamente.



Fonte: reprodução site globoesporte.com.

Cabe destacar que existem, dentro da escola conotativa descrita por Soares, alguns autores que trabalham com termos que são usados em diversos esportes. Barbeiro e Rangel (2015) abordam um capítulo (p. 127-159) somente para explicar diversos termos que comumente encontramos nas transmissões esportivas, como “comer grama” (p. 131), “pelota” (p. 134), “telegrafar” (p. 135), que são usados mais especificamente no futebol, e “caixote” (p. 139), “peixinho” (p. 140) e “vareta” (p. 141), usados no vôlei. Unzelte (2009), também constituiu um glossário de termos esportivos (p. 137- 173). Mas é necessário salientar que entre esses termos abordados pelos autores, muitos deles são utilizados nas duas escolas, por tratarem de um tipo de situação, como “contra-ataque” (UNZELTE, 2009, p. 138).

O rádio possibilita a mobilidade, destacada por Barbosa Filho: “livre de fios e tomadas, o rádio pode ser levado a qualquer lugar. Isso faz dele uma mídia pessoal e que pode ser “ouvida” onde o receptor desejar” (2003, p. 48). Essa característica também possibilita criar uma relação com os aplicativos móveis, quanto à transmissão online do GloboEsporte.com que é adaptada ao aplicativo para celulares do Globo Esporte, analisado nos capítulos posteriores

3 JORNALISMO MÓVEL

Para compreendermos melhor o objeto em análise, o aplicativo do Globo Esporte, precisamos estabelecer algumas relações de conteúdo quanto ao portal GloboEsporte.com com as aplicações móveis do aplicativo. A primeira relação possível de ser feita é com as mudanças acarretadas pelas novas tecnologias ao longo do tempo. Isso aconteceu também com os meios de comunicação tradicionais. Como contextualiza Soares (1994), a radiodifusão na década de 1930 era praticamente amadora em nosso país, sendo que “predominavam a improvisação e o amadorismo. Grande parte do noticiário no rádio dependia da tesoura, ou seja, os locutores liam na íntegra e comentavam os textos recortados do jornal” (SOARES, 1994, p. 17).

Os noticiários, ao longo das novidades tecnológicas da comunicação não tinham as linguagens adaptadas num primeiro momento. Fato semelhante aconteceu quanto ao surgimento do jornalismo digital. Reges (2010), demonstra que a primeira geração do webjornalismo se baseava na replicação do conteúdo dos jornais impressos:

A primeira geração do Webjornalismo, ou período transpositivo, ocupa-se da transposição, integral, de parte do conteúdo produzido para veículos impressos. Não há nenhuma adequação do texto para a mídia, não se contrata jornalistas, nem treinados, para trabalhar com o novo ambiente, e as atualizações acontecem de acordo com ritmo das redações, 24 horas no caso de jornais diários. Trata-se de uma tentativa tímida de entrar no ciberespaço. (REGES, 2010, p. 34).

Apesar de podermos identificar o próprio jornalismo móvel como a quinta geração do jornalismo digital¹⁵, em que “o jornalismo de quinta geração que emerge a partir dos dispositivos móveis e de mudanças culturais de leitura delinea-se com fortes bases no jornal impresso, com hibridismo entre as características da *web* e dos meios móveis” (NUNES, 2016, p. 36), pode-se estabelecer uma relação em que o aplicativo do GloboEsporte.com caminha da mesma maneira, a réplica do conteúdo online para com o aplicativo, como pode-se ver nas figuras 9 e 10.

¹⁵ No tocante à segunda geração, Reges (2010) aponta para o aproveitamento de texto e que Nunes (2016) complementa pela utilização do *hiperlink*. Quanto à terceira geração, já surgem as características de “hipertextualidade, multimídia, interatividade, personalização e memória” (REGES, 2010, p. 86) e que demonstram ser *sites* específicos para o ambiente digital. Já na quarta geração aparece o jornalismo colaborativo (REGES, 2010) e que Nunes (2016) demonstra que o jornalismo digital já caminhava para os ambientes móveis, mas sem apropriações específicas para o jornalismo móvel.

Figura 9 - Visualização do conteúdo ao longo da transmissão do portal GloboEsporte.com

The screenshot shows the website interface for a live match between Santos and Fluminense. The page features a green header with the 'ge' logo and 'BRASILEIRÃO SÉRIE A'. A search bar is visible on the right. The main content area displays a vertical timeline of events from 27' to 32' of the first half. The events are categorized into 'FINALIZAÇÕES', 'FALTAS', and 'POSSE DE BOLA'. A Windows watermark is present in the bottom right corner.

Tempo	Evento
32'	FINALIZAÇÕES Santos 4 x 2 Fluminense
31'	Cruzamento, Bruno Henrique cabeceia para fora.
31'	Victor Ferraz cruza para Gabriel, que cai e vê o juiz mandar levantar. Escanteio para o Santos.
30'	FALTAS Santos 4 x 6 Fluminense
29'	Bola na área do Santos, Dodô tira. Marcos Júnior pega o rebote e, de longe, manda por cima do gol de Vanderlei.
28'	POSSE DE BOLA Santos 62% x 38% Fluminense
28'	Alison faz falta em Marcos Júnior.
27'	Airton aplica um chapéu em Victor Ferraz

Fonte: Reprodução site globoesporte.com.

Figura 10 - Conteúdo ao longo da transmissão acessado pelo aplicativo GloboEsporte.com

The screenshot shows the mobile application interface for the same live match. The layout is clean and focused on the vertical timeline of events, which is identical to the website version. The categories 'FINALIZAÇÕES', 'FALTAS', and 'POSSE DE BOLA' are clearly visible.

Tempo	Evento
32'	FINALIZAÇÕES Santos 4 x 2 Fluminense
31'	Cruzamento, Bruno Henrique cabeceia para fora.
31'	Victor Ferraz cruza para Gabriel, que cai e vê o juiz mandar levantar. Escanteio para o Santos.
30'	FALTAS Santos 4 x 6 Fluminense
29'	Bola na área do Santos, Dodô tira. Marcos Júnior pega o rebote e, de longe, manda por cima do gol de Vanderlei.
28'	POSSE DE BOLA Santos 62% x 38% Fluminense
28'	Alison faz falta em Marcos Júnior.
27'	Airton aplica um chapéu em Victor Ferraz

Fonte: reprodução aplicativo Globo Esporte.

Ao averiguar o conteúdo da transmissão online do site GloboEsporte.com e comparar com o aplicativo, observa-se que a diferença está na organização dos conteúdos. Ao circular pelo aplicativo na transmissão, vê-se ao topo o placar do jogo. Abaixo, há três seções em que o usuário do aplicativo pode conferir “assista”, “lances” e “ficha”, como pode-se observar na figura 11, que contém a exemplificação através de uma partida Corinthians X São Paulo¹⁶.

¹⁶ Partida do Campeonato Brasileiro de Futebol 2018. Disponível em:
<<https://globoesporte.globo.com/sp/futebol/brasileirao-serie-a/jogo/10-11-2018/corinthians-sao-paulo.ghtml>>.
Acesso em: 10 nov. 18.

Figura 11 - Organização das seções através da transmissão em tempo real do aplicativo



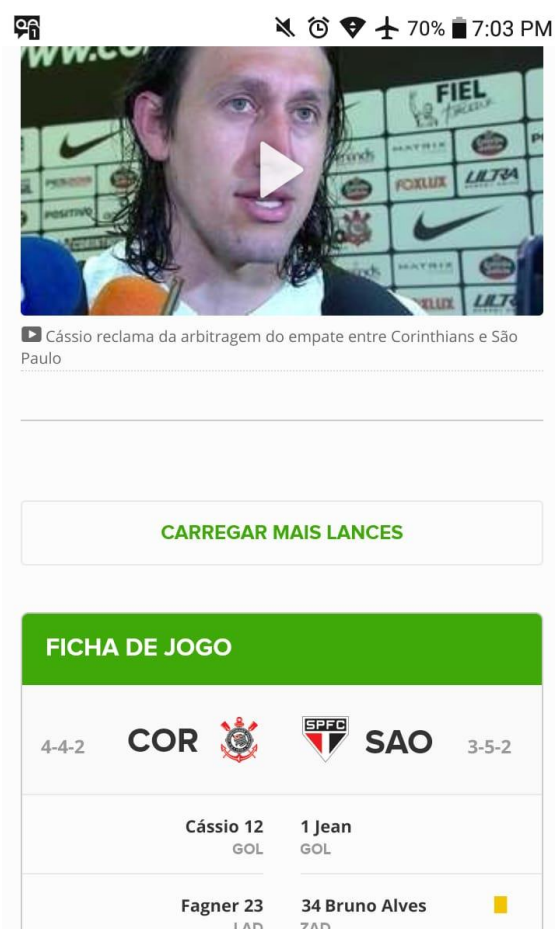
Fonte: reprodução aplicativo Globo Esporte.

Como a visualização em um smartphone não é igual a um computador, a responsividade¹⁷ para o *mobile* demanda alternativas. A saída na organização de informações está nestas seções: as escalações das equipes, que ficavam ao lado direito do portal, agora aparecem na seção “ficha”, à direita; as descrições de lances do jogo, pré-jogo, intervalo e pós-jogo, estão na seção “lance”, seção que fica no meio; e os vídeos de lances e gols dos jogos estão na seção “assista”, essa mais à esquerda.

¹⁷ Capacidade dos conteúdos online em se adaptarem aos formatos móveis, quanto a formatação para diferentes telas, como formatos par leitura em *smartphones*, *tablets* ou *laptops*.

Algo a destacar na usabilidade do aplicativo está nos vídeos; ao acompanhar na seção de lances, o usuário pode clicar no vídeo e ele abre na seção “assista”. Ao final de todas as transmissões, esse esquema de organização em seções se desfaz. As informações que se encontram após encerrar o jogo no portal se organizam em formato vertical, com os vídeos no topo, após, o resumo do jogo, abaixo, o lance a lance com o botão de “CARREGAR MAIS LANCES”, e por último, a ficha do jogo (figura 12).

Figura 12 - Opção carregar mais lances e ficha do jogo após o término da partida



Fonte: reprodução aplicativo GloboEsporte.com.

Uma questão a ser levantada é que, assim como no portal em sua versão *desktop* (para computadores e notebooks), a opção de alerta de gols pode ser acionada. O curioso é que essa opção só aparece quando o usuário encontra a partida após entrar na guia da tabela do Campeonato Brasileiro Série A e abre a transmissão a partir daí. Quando o usuário abre a transmissão pela página inicial do aplicativo, essa opção não aparece. Outro fato estranho na transmissão é que quando a partida é acessada através da guia do campeonato, as seções não

aparecem e todas as informações ficam uma abaixo da outra, sendo que a ficha do jogo fica ao final da página.

Spinelli e Fotios (2017), ao comentar os conteúdos de portais de notícia em aplicativos móveis, afirma que as empresas jornalísticas, ao notarem o grande consumo de conteúdos em *smartphones*, adaptam suas produções noticiosas para o meio; “empresas de mídia passam a adaptar versões de suas páginas para atender a este novo comportamento do público, utilizando-se de estratégias de arquitetura denominadas de responsivas e adaptativas” (SPINELLI; FOTIOS 2017, p. 79). Ao analisar as considerações de Spinelli e Fotios (2017), conseguimos observar que o aplicativo do GloboEsporte.com possui uma arquitetura responsiva na publicação de seus conteúdos jornalísticos; pois a “arquitetura responsiva (ou líquida) é mais econômica, uma vez que gera apenas uma página flexível no publicador, mas dificulta narrativas específicas para cada tipo de equipamento” (SPINELLI; FOTIOS, 2017, p. 88).

Algumas dificuldades apontadas por Spinelli e Fotios (2017) quanto aos formatos responsivos do aplicativo em análise puderam ser sanadas através da última atualização, que aconteceu em junho de 2018¹⁸. Com isso, o aplicativo ganhou as atuais seções de acompanhamento em tempo real das partidas, um atalho para acompanhamento de competições e notificações de principais notícias do esporte, que são destacadas logo mais, quanto às relações de *pushed news* e aos aplicativos autóctones.

3.1 Ubiquidade, mobilidade e multimedialidade: características do jornalismo móvel

As possibilidades móveis que se apresentam ao jornalismo digital possibilitam diversas formas de linguagem, criação de conteúdo e estratégias comunicacionais dentro das novas fases do jornalismo digital móvel, sendo que hoje “as notícias chegam agora a qualquer hora e a qualquer lugar” (JERÓNIMO, 2017, p. 86), o que direciona a produção e recepção de informações nas produções contemporâneas.

Jerónimo (2017) chegou ao resultado de que somente 9,1%, em uma amostra de 33 jornalistas da imprensa regional de Portugal, declararam-se jornalistas que produzem somente para a *web* ou *mobile*. Apesar dos meios de comunicação estarem avançados em suas técnicas, “verifica-se uma maior concordância com o fato da Internet estar a fixar cada vez mais os

¹⁸ A atualização do aplicativo GloboEsporte.com foi divulgada em 13 de junho de 2018. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/programas/globo-esporte/noticia/novo-app-globoesportecom-tem-noticias-tabelas-e-videos-do-seu-time-e-da-copa.ghtml?fbclid=IwAR2iMlqyRWMhUeMM1H-osoGBF68bxPqNNz5AJDzzZL8VcNtmgIQJzymESHc>>. Acesso em 4 nov. 18.

jornalistas à secretária, bem como o seu trabalho ser enriquecido com a publicação em diferentes canais do jornal” (JERÓNIMO, 2017, p. 99). Mas cabe ressaltar que “embora a realidade atual já considere inclusivamente a construção de notícias por robôs, sem intervenção humana, a verdade é que esse tem sido um processo desde sempre confiado aos jornalistas” (JERÓNIMO, 2017, p. 102). Isso demonstra uma necessidade dos jornalistas em qualificarem os produtos noticiosos direcionados ao jornalismo móvel.

No tocante aos recursos multimídia, podemos ressaltar que os *smartphones* “apresentam as novas formas de notícia, com elementos multimídia – áudio, vídeo, foto e demais elementos gráficos – de forma mais adequada em comparação ao *desktop*” (PELLANDA; et. al. 2017, p. 206).

Marques (2015), em sua análise do aplicativo Globo A Mais, observou que

a multimídia é usada de forma constante. É uma exigência básica que os conteúdos sejam produzidos com formatos diferentes. Quando não são produzidos pelos repórteres, existe uma equipe própria que produz sob demanda (MARQUES, 2015, p. 236).

Isso é resultado de empresas jornalísticas que vislumbram e investem nas potencialidades que o jornalismo móvel possui, visto que “o repórter precisa decidir como e quais arquivos serão utilizados na matéria” (MARQUES, 2015, p. 237), em que o autor também acena para as possibilidades de linguagens que os recursos multimídia dão aos jornalistas.

As plataformas multimídia estão sendo utilizadas por diversos meios de comunicação, de uma forma ou de outra, que apresentam tentativas para a transição *mobile*. Lopez (2015) ao estudar as aplicações da Rádio Gaúcha, de Porto Alegre, e Rádio Renascença, de Lisboa, Portugal, mostra que as rádios apontam para distintos modos de produções para aplicativos móveis, “a brasileira com foco no conteúdo multimídia e nas redes sociais e a portuguesa centrada na complexificação narrativa, na oferta de múltiplos caminhos narrativos e no uso de fotografias” (LOPEZ, 2015, p. 358).

Salienta-se que, por vezes, as produções multimídia são realizadas não por tendências das empresas, mas sim pela iniciativa dos jornalistas que ali trabalham:

Já quanto a uma produção ciberjornalística propriamente dita, ela é visível através da presença de alguns conteúdos multimídia que não têm espaço ou lugar no papel. E na generalidade dos casos, isso acontece mais por carolice de alguns jornalistas – que trabalham mais e nada mais recebem por isso – do que por estratégia dos responsáveis pelos *media* regionais. (JERÓNIMO, 2017, p. 91).

Cabe destacar o que vem sendo o diferencial para a apuração, publicação e consumo da notícia, a mobilidade. Pellenda; et. al. (2017) dirigem-se às novas ferramentas móveis de comunicação como uma forma de mesclar diferentes linguagens

A mobilidade possibilitada pelos dispositivos móveis, como os celulares, e a facilidade com que a internet permite a comunicação entre seus usuários – através dos mais variados *sites* e aplicativos de redes sociais – dialoga com uma grande mudança no aspecto comportamental do leitor. Se antes o leitor tinha sua notícia em mídias como televisão, rádio e jornal impresso, agora estas três se conversam através dos canais de distribuição digitais trazendo notícias em tempo real – seja em formato de vídeo, texto ou áudio –, através de um aplicativo, na tela do *smartphone* do usuário e com a mobilidade intrínseca a esta informação, muitas vezes, contextual. (PELLENDÁ; et. al., 2017, p. 200).

O autor também comenta que a mobilidade não é uma característica somente do jornalismo móvel, mas “característica intrínseca do jornalismo, sendo possível perceber esta relação desde os telégrafos ou mesmo dos próprios jornais impressos que, com seu formato tabloide, foram pensado para aqueles que andavam pelas ruas” (PELLANDA; et. al., 2017, p. 198).

Dentro dessas conceituações, podemos relacionar a ubiquidade próxima à mobilidade, visto que algo ubíquo está em vários lugares. Assim, “a informação tende a ser distribuída a partir de interfaces mais variadas – a internet das coisas demonstra como a ideia de interface para organização de informação e ação sobre o mundo é menos limitada do que se pensava” (PALLENDÁ, et. al., 2017, p. 217).

Camargo (2017) ao abordar as relações de mobilidade do aplicativo do NYTimes¹⁹, mostra que, para a empresa jornalística, a

mobilidade é um plano desenvolvido na redação com estratégias focadas, primeiramente, na questão de “espaço”, isto é, a situação de “estar móvel” permite circular por vários espaços e com a dinâmica deste precedente comportamental é possível testar muitos projetos neste âmbito (CAMARGO, 2017, p. 54).

Com essa visão de mobilidade, destacada ao longo da pesquisa de Camargo (2017) podemos ver o grau de importância que a inovação possui, pois as “potencialidades e demandas da redação foram explicitadas ao público como desafios a serem cumpridos em um futuro próximo” (CAMARGO, 2017, p. 54), em relação às suas estratégias e ações do jornal NYTimes para as apropriações móveis.

Também, no tocante à notícia, é preciso estar em todos os lugares, Dantas e Da Rocha (2017) comentam as utilizações em práticas jornalísticas do Portal Regional NE10²⁰, em que

¹⁹ O projeto do aplicativo do Jornal *The New York Times* iniciou em 2010 e foi realizado como uma grande mudança na redação do jornal para as produções em jornalismo móvel.

se utilizam aplicativos de mídias digitais para a apuração e divulgação instantânea da notícia, por meio de *lives* (transmissões ao vivo de vídeo) pela plataforma digital do *Facebook*. “Destaca-se ainda que a transmissão se deu através do *Facebook*, ao invés do endereço eletrônico do portal, demonstrando a importância das redes sociais na difusão da notícia” (DANTAS; DA ROCHA, 2017, p. 79), demonstrando que o jornalismo está cada vez caminhando mais em direção à mobilidade e ubiquidade em suas produções e recepções.

Johnson (2017), que desenvolveu um estudo sobre a produção jornalística móvel em O Globo, Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo, compreende que há dificuldades em as empresas jornalísticas produzirem conteúdo direcionado aos conceitos móveis, em que há um descompasso.

descompasso entre o crescimento acelerado no acesso de conteúdo jornalístico via *smartphones* e a criação de produtos que considerem propriedades dos dispositivos, condições de mobilidade e interesses pessoais dos usuários, começa a ser reconhecido como um desafio comum pela indústria jornalística em todos os continentes (JOHNSON, 2017, p. 372).

Essas questões referentes às dificuldades de produção elencadas por Johnson (2017) contribuem para o entendimento das rotinas jornalísticas, partindo do princípio de que não são todos os jornais brasileiros que possuem as condições dos analisados em sua pesquisa (O Globo, Estadão e Folha), pois esses jornais apresentaram, por exemplo, “que os títulos móveis nas *homes* recebem tratamento editorial humano, não demonstrando engessamento com a objetividade algorítmica, o que sinaliza rigor profissional jornalístico” (JOHNSON, 2017, p. 386).

Além dessas características que se apresentam no jornalismo móvel, as empresas jornalísticas ao terem aplicativos móveis ainda terão que disputar os espaços com outros aplicativos de serviços e com as redes sociais digitais (CAMARGO, 2017).

3.2 *Pushed News*, a notificação na transmissão da notícia

A publicação e divulgação de notícias por meio de aplicativos demandam de estratégias para que o conteúdo seja consumido. Dentre elas, Luna e Fante (2017) destacam as

²⁰ O portal NE10 é o maior portal de notícias do nordeste brasileiro, “criado em 1996, com 60% do conteúdo da versão impressa, o JC Online é considerado uma das primeiras experiências dos jornais brasileiros na World Wide Web” (CAMARGO, 2017, p. 63) e que faz parte do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC).

pushed news, que “são o resultado de acionamento de *affordances*²¹ implícitas nos dispositivos móveis” (LUNA; FANTE, 2017, p. 185), uma vez que os dispositivos criam direcionamentos de notificações para realizar essas notificações, utilizando da taticidade e localibilidade por exemplo.

Além disso, cabe ressaltar que as *pushed News* funcionam como alertas, sendo que “estes alertas buscam capturar a atenção do usuário, sobrepondo a sua unidade de informação (uma caixa com informações sobre quem enviou e a mensagem) sobre o que é visto naquele momento no aparelho” (PALACIOS; et. al., 2017, p. 208).

Quando analisamos as *affordances*, precisamos trazer para a discussão alguns conceitos abordados por Palacios; et. al. (2015). Os autores passam a compreender, ao longo de suas análises, que as *affordances* funcionam como um gatilho às inovações.

Direcionando o foco para publicações para *tablet*, exemplificaremos *affordances* que decorrem de características ou potencialidades da materialidade do suporte e que têm efeitos práticos sobre a formatação de conteúdos para esses dispositivos, incluindo, é claro, os produtos jornalísticos criados para esses dispositivos.” (PALACIOS; et. al., 2015, p. 21).

As *affordances* podem ser elencadas, pelos autores, a partir de quatro funcionalidades, taticidade, nivelabilidade, opticabilidade e localibilidade (Palacios; et. al., 2015). Entre esses contextos, cabe destacar a taticidade, em que “um toque simples sobre a tela, por exemplo, tanto pode servir para abrir uma publicação, quanto para acionar um botão; um movimento de arrastamento de forma horizontal, passa páginas ou altera uma fotografia dentro de uma galeria” (PALACIOS, et. al., 2015, p. 23). Ora, uma vez que podemos utilizar do *touch screen*²², podemos ter uma série de finalidades dentro do aplicativo, como reproduzir um vídeo ou ver uma foto publicada ao longo da transmissão do aplicativo GloboEsporte.com.

No segundo momento, a nivelabilidade caracteriza, entre outras finalidades, a orientação entre a tela vertical e horizontal do *smartphone*, em uma relação gravitacional, apontada por Palacios; et. al. (2015), que pode ser identificada no aplicativo do GloboEsporte.com ao clicarmos em um vídeo, ao acompanhar a transmissão com o celular na vertical e virá-lo para horizontal para ver melhor o vídeo, por exemplo.

Já numa análise da opticabilidade, não é possível identificar diretamente na usabilidade do aplicativo ao longo de uma transmissão, pois essa funcionalidade está

²¹*Affordances* são mecanismos invisíveis em dispositivos eletrônicos (não necessariamente móveis) que possibilitam a criação de conteúdos em aplicativos.

²² Tecnologia dos *smartphones* que possibilita a usabilidade ao toque da tela.

“relacionada a outro sensor embutido, inicialmente nos *smartphones* e posteriormente nos *tablets*: a câmera digital” (PALACIOS; et. al, 2015, p. 25). Cabe, em uma possível análise de outros produtos dentro do aplicativo, a aplicação da opticabilidade dentro do GloboEsporte.com, caso ela possa ser identificada.

A quarta funcionalidade, a da localibilidade, está relacionada ao uso do GPS. Isso permite a “personalização a partir do recurso da geolocalização” (PALACIOS; et. al., 2015, p. 27). Quanto a isso, o aplicativo do GloboEsporte.com não possui possibilidades ao longo de transmissões esportivas em tempo real, mas cabe ressaltar que o aplicativo possibilita utilizar a localização do *smartphone* para que você acesse as notícias de sua região.

Cabe salientar que os autores abordam as *affordances* ocultas ou não aparentes, que podem ser o resultado de duas funcionalidades de *affordances* aparentes. Seguindo o exemplo dado pelos autores em que a opticabilidade e a localibilidade no acompanhamento da visita papal (em um cenário hipotético), uniria a transmissão de imagens do papa e um trajeto percorrido em um mapa ao lado. Nesse contexto, uma sugestão para o aplicativo GloboEsporte.com poderia ser para a criação de infográficos de mapas de calor, onde mostrariam em que locais determinado jogador percorreu no campo ao longo da partida²³.

Ao contextualizar *affordances* em um sentido geral, elas poderão contribuir para a criação de *pushed news*, uma vez que, ao utilizar-se das funcionalidades, é possível criar ícones de identificação ao gerar a notificação para os dispositivos. Pega-se o exemplo do *game* Cartola FC, em que, ao longo da rodada do Campeonato Brasileiro, encaminha notificações quando um jogador do seu time marca um gol, dá uma assistência ou recebe um cartão. Da mesma forma (em um cenário hipotético), pode-se criar *pushed news* para as transmissões em tempo real em uma partida em que o usuário demonstre interesse, da mesma forma que acontece com a divulgação de notícias ao longo do dia.

Para compreender melhor os formatos de divulgação de notícias, é necessário destacar que as *pushed news* precisam ser desenvolvidas interdisciplinarmente, definidas por critérios, em que cabe ressaltar que os critérios de noticiabilidade não parecem ter se alterado ao longo dos anos, como comentam Luna e Fante (2017).

Os autores sugerem que esse tipo de ferramenta dá pílulas de informação noticiosa, levando em conta, de acordo com as análises de suas pesquisas, que apontam para as *pushed*

²³ Ao exemplo do aplicativo *SofaScore*, que possui diversas informações sobre a partida, como disposição dos jogadores em campo e local em que percorreu ao longo do jogo. O aplicativo conta com “atualizações rápidas e precisas de tempo, placar, intervalo e final de jogo, artilheiros e assistências, cartões, substituições, estatísticas do jogo e transmissão ao vivo” (SOFASCORE). Disponível em: <<https://www.sofascore.com/pt/>>. Acesso em 14 nov. 18.

news direcionadas aos valores da notícia: noticiabilidade, proximidade e temporalidade (LUNA; FANTE, 2017), o que se relaciona com as discussões de transmissão em tempo real de partidas para *smartphones*.

Como tratam-se de pílulas, as notificações serão acessadas de acordo com a motivação do usuário, pois o consumo simples da notificação é passivo (LUNA; FANTE, 2017). “Estas informações curtas, pequenas em número de caracteres e em espaço ocupado, são de rápida absorção, de onde forja-se esta metáfora com as pílulas” (LUNA; FANTE, 2017, p. 192).

Mas para que isso aconteça, é necessário que os coautores, nesse contexto os designers e programadores, atuem para que esses aplicativos sejam aproveitadas ao produto jornalístico, para que haja uma interação com os usuários (LUNA; FANTE, 2017).

As *pushed news* são de consumo rápido de informação, que demonstram serem associadas a fatos instantâneos, “e também há associações entre a notabilidade e outros valores, o que indica os critérios editoriais de seleção do que será notícia. Os valores são fundamentos consolidados e em vigor, mesmo em cenários inovadores” (LUNA; FANTE, 2017, p. 193).

No cerne da aplicação do conceito de *affordance* ao jornalismo, está a ideia de criação de funcionalidades, acionadas pela interação (a ação possível) do leitor daquela peça jornalística e identificadas em elementos de design (da usabilidade da GUI²⁴), associadas aos elementos de design do aplicativo em si (que contém a peça jornalística) e mais ao conjunto universo maior, digamos assim, qual seja o próprio dispositivo móvel em uso. (LUNA; FANTE, 2017, p. 181)

Apropriando-se da funcionalidade da optabilidade, comentada anteriormente (PALACIOS; et. al., 2015), aliando às conceituações das *pushed news*, que são informações de consumo rápido e que demonstram ser associadas a fatos notáveis, “também há associações entre a notabilidade e outros valores, o que indica os critérios editoriais de seleção do que será notícia. Os valores são fundamentos consolidados e em vigor, mesmo em cenários inovadores” (LUNA; FANTE, 2017, p. 193). Pode-se criar uma relação com as transmissões esportivas e enviar a notificação com uma foto do lance, ou a criação de figuras minimalistas como uma bola que represente um gol e um cartão que simbolize as advertências, demonstrando de forma rápida e eficaz os fatos mais notáveis dentro de uma partida de futebol, aos moldes do aplicativo do Cartola FC, já comentado.

Apesar de Pallacios; et. al. (2017) denominarem como notificações móveis, elas têm o mesmo sentido das *pushed News* descritas por Luna e Fante (2017). E dentro desse contexto,

²⁴ Sigla para Interface Gráfica do Usuário, mecanismo que possibilita a interação com dispositivos eletrônicos, (DANTAS, 2010). Disponível em: <<https://iishoujo.wordpress.com/2010/03/31/interface-grafica-de-usuario/>>, acesso em 07 nov. 18.

Palacios; et. al. (2017) comentam que há a necessidade de resumir o conteúdo noticioso para as notificações e que elas chamem a atenção dos leitores.

Cabe destacar que o uso de *affordances* facilita na criação de conteúdos para aplicativos autóctones, que é abordado no próximo item.

3.3 Aplicativos autóctones

Ao pensar em aplicabilidades autóctones, precisa-se delimitar o tema e pensar em produtos direcionados especificamente para o jornalismo móvel. Belochio, Barrichello e Arruda (2017) e Palacios, et. al. (2015) caminham para as mesmas delimitações de produtos autóctones, em que há a produção específica de conteúdo para os *tablets* e *smartphones*.

Palacios; et. al. (2015) designa o produto autóctone como “aplicativos jornalísticos desenvolvidos originalmente para *tablets* com exploração de suas especificidades” (PALACIOS; et. al. 2015, p. 16-17), à diferença de outros, produzidos para *sites* e que depois são adaptados para aplicativos, por exemplo. Ao abordar as propostas direcionadas a aplicativos jornalísticos autóctones, os autores direcionam para a utilização das *affordances*, anteriormente comentadas.

Sobre essa abordagem, Barbosa; et. al. (2013) veem as *affordances* como fator importante no modo de consumo desses aplicativos:

A emergência desses produtos autóctones nas organizações jornalísticas tem marcado também o surgimento das edições a partir do período vespertino/noturno, o que está em sintonia com outra *affordance* do *tablet*: a de ser um meio *lean-back* com habilidade para capturar a atenção dos consumidores/leitores/usuários por período mais longo de tempo, ao contrário de meios *lean-forward* como a web, mais para o *surfing*. (BARBOSA; et. al.; 2013, p.14).

Dessa forma, os produtos autóctones podem direcionar as noções da produção jornalística e o que vir a ser produzido para o *mobile*, uma vez que

Entende-se que as adaptações das franquias jornalísticas às demandas da produção para aplicativos autóctones podem afetar desde a estruturação dos produtos mantidos pelas organizações até os seus sistemas de apuração, composição e circulação das notícias, entre outros (BELOCHIO; BARICHELLO; ARRUDA, 2017, p. 20)

Belochio, Barichello e Arruda (2017) entendem os aplicativos autóctones como aplicativos que têm design próprio, visual específico para as rotinas jornalísticas e que têm conteúdo direcionados as interfaces móveis. Dentro do contexto da produção autóctone, as autoras realizaram uma pesquisa entre agosto de 2015 a setembro de 2016, que analisou 25 franquias que possuem versões móveis de jornais impressos. Na análise, foram identificadas

quatro franquias dentro das características autóctones: O Globo, ZH, Diário Catarinense e Estado de São Paulo. São empresas jornalísticas que possuem aplicativos especialmente produzidos para *smartphones* e *tablets*.

O estudo observou que há ações conservadoras quanto ao conteúdo desses aplicativos e que eles possuem inovações, “o que demonstra que ainda se está buscando um modelo mais adequado para a exploração da plataforma” (BELOCHIO; BARICHELLO; ARRUDA, 2017, p. 30).

No Jornal O Globo, encontra-se a versão *flip*²⁵ do impresso, mas “com recursos que permitem a navegação entre as representações da franquia, tais como *hiperlinks* e remissões para o site de O Globo” (BELOCHIO; BARICHELLO; ARRUDA, 2017, p. 30), o que representa a exploração de recursos dentro das mídias móveis.

A ZH, até a análise realizada²⁶, possui a características de *hiperlinks* dentro da versão digital do impresso, além do aplicativo ZH Jornal Digital, em que se acessa o conteúdo do jornal. Há outros conteúdos exclusivos mais próximos da característica autóctone, no ZH Noite, com conteúdos exclusivos sobre os fatos do dia corrente, e o ZH Domingo, com conteúdos do domingo²⁷.

O Diário Catarinense contava com um aplicativo somente para a versão digital do jornal e o DC Domingo Digital, que possuía características autóctones. O Estado de São Paulo continha a opção de download para acessar a versão impressa, Estado Premium. O Estadão Noite com características autóctones, somente acessíveis pelo aplicativo.

“Os aplicativos autóctones não parecem ser a opção adotada atualmente pelos veículos jornalísticos aqui pesquisados” (BELOCHIO; BARICHELLO; ARRUDA, 2017, p. 36). Afinal, de um total de 25 franquias que contam com aplicativos para a divulgação do conteúdo para o *mobile*, apenas quatro continham produtos autóctones. As análises realizadas por BARBOSA; et. al. (2013) também apontam para algumas dificuldades encontradas pelos jornalistas para que aconteça a produção de conteúdos autóctones em jornalismo móvel:

1- Como elaborar matérias com qualidade, de forma célere, considerando as *affordances* específicas para tratamento do conteúdo, sem perder o rigor na apuração e preservar os princípios éticos da profissão; 2- Como apresentar o conteúdo, no que diz respeito ao design, e por meio dele potencializar a interação com o leitor.

²⁵ Denominação para o produto adaptado ao *tablets* e *smartphone*, com possibilidade de virar páginas.

²⁶ As redações da Rádio Gaúcha e da ZH foram integradas pelo Grupo RBS em abril de 2018, dando origem ao projeto GaúchaZH. Disponível em: <<http://www.gruporbs.com.br/noticias/2018/04/18/grupo-rbs-anuncia-estrutura-de-redacoes-integradas-e-novas-liderancas-no-jornalismo/>>. Acesso em 09 nov. 18.

²⁷ Posteriormente, o jornal impresso Zero Hora passou a publicar uma única edição compreendendo o fim de semana. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2016/02/conheca-a-superedicao-da-zh-de-fim-de-semana-4979464.html>>. Acesso em 16 nov. 18.

Ressaltando, ainda, que a partir das respostas dos repórteres dos três produtos/apps estudados²⁸, o fator “tempo” figurou entre os principais desafios. (BARBOSA; et. al.; 2013, p. 20).

Abordar a possibilidade de um produto autóctone direcionado para o aplicativo GloboEsporte.com ao longo de uma transmissão esportiva em tempo real parece ser difícil, levando em consideração as conceituações já levantadas até aqui. No tocante ao tempo, ressaltado por Barbosa; et. al. (2013), a designação desse fator se torna mais agravante a um produto para esse tipo de transmissão, uma vez que já averiguamos que o conteúdo do aplicativo é o mesmo do portal, e como trata-se de uma transmissão em tempo real, o fator tempo deve ser levado mais em consideração.

Outros conceitos abordados por Camargo (2017) também facilitam a compreensão de que as produções do aplicativo GloboEsporte.com possuem dificuldades para enquadrar-se nas aplicações autóctones. Mas cabe ressaltar que a autora compreende que as tendências de produção jornalística já caminham para a prioridade *mobile*, através da estratégia *mobile first*²⁹; entre aspectos pensados e dirigidos à produção quanto ao “tamanho da tela, capacidade de armazenamento, memória de processamento, geolocalização, *touch screen*, entre outras” (CAMARGO, 2017, p. 42), o que pode ser identificado no aplicativo através das opções de receber notícias de esporte da sua região com o uso da localização do *smartphone* e *designs* responsivos para a divulgação da notícia.

Dentro das contextualizações acerca dos *designs* responsivos, Bertocchi, Camargo e Silveira (2015) sugerem duas formas de interpretar as publicações em relação ao *mobile*:

oferecer uma interface digital com um design responsivo (ou seja, aquele que se adapta às telas de distintos tamanhos: do computador pessoal, no laptop, do *tablet* e do celular) ou, no lugar da responsividade, oferecer interfaces digitais distintas e elaboradas, cada uma para um determinado tamanho de tela (neste caso, falamos de uma interface para a tela computador, outra para dispositivos móveis, ou seja, um mesmo projeto gráfico que se desdobra em interfaces com soluções de design e de funcionalidade distintas, gerando simultaneamente um site *mobile* [site criado para um dispositivo móvel] em paralelo ao site desktop [site criado para ser visualizado na tela de um computador]. (BERTOCCHI; CAMARGO; SILVEIRA, 2015, p. 67)

Apesar das duas possibilidades, os autores citam que os profissionais apontam mais para a utilização dos *sites* responsivos que se adaptam aos diferentes dispositivos.

A partir dos resultados da pesquisa de Camargo (2017), em que analisa o aplicativo NYTimes, os estudos resultantes de pesquisa de campo e revisões bibliográficas levaram à construção de um mapa. Há uma relação entre métrica, customização e curadoria. Dentro disso, a reorganização dentro da empresa se passa seguindo tendências para conteúdos

²⁸ Os autores analisaram os aplicativos Folha10, Estadão e O Globo a Mais.

²⁹ O *mobile first* é a estratégia de criação de conteúdo jornalístico com a prioridade para os *smartphones*.

digitais, surgimento de departamentos específicos e inovação em relação ao mercado da comunicação, permitindo estabelecer as relações móveis na empresa jornalística. Esse é o caminho que as empresas de comunicação podem seguir para conseguir adequar às produções dentro das perspectivas autóctones, uma vez que

As empresas jornalísticas que atuam no contexto dos produtos móveis apontam dois caminhos de produção noticiosa - ou por meio de conteúdo nativo, isto é, aquele que é pensado e produzido especialmente para os dispositivos móveis, ou a produção de sites móveis que se adequam a telas diferentes por meio de um processo de otimização de conteúdo. (CAMARGO, 2017, p. 41).

Ainda pode-se criar uma relação quanto à interatividade, proposta por Dantas e Da Rocha (2017), em que se sugere a criação de conteúdo através da interatividade, onde o público encaminha pautas, mas também podemos estabelecer relações autóctones para a interação. Quanto a essas discussões,

as redes de internet móvel redefinem os processos de produção e recepção da webnotícia, devido a suas características intrínsecas, como a multimídia, interatividade e a atualização contínua. Assim, nos cabe analisar as mudanças ocorridas com a expansão do uso de *smartphones* e *tablets* por jornalistas e usuários (DANTAS; DA ROCHA, 2017, p. 63).

Não somente a comunicação social teve avanços em relação à interação, mas as pessoas com os dispositivos móveis passaram a interagir entre si,

As interfaces, por sua vez, para funcionarem em um contexto de atenção múltipla, se tornam cada vez mais amigáveis, com elementos de usabilidade próximos às pessoas: gestos, toques diferentes etc. A interação envolve menos fricção. A própria ideia de interface se altera, não sendo mais apenas visual, mas tangível: objetos, tato, etc. Como se vê, a comunicação móvel se aproximou do ser humano de inúmeras formas. (PELLANDA, et. al., 2017, p. 217)

Assim, as recepções por parte dos usuários do aplicativo GloboEsporte são analisadas no próximo capítulo.

4 USO DO APLICATIVO NAS TRANSMISSÕES DE PARTIDAS

Para compreender as percepções dos usuários do aplicativo GloboEsporte.com, esse capítulo centra-se em expor e analisar os dados coletados na presente pesquisa. Primeiramente contextualizam-se os métodos para a realização do estudo e, nas seções posteriores, abordam-se os dados obtidos quantitativa e qualitativamente.

4.1 Metodologia

Para a realização dessa pesquisa, parte-se do propósito destacado por Martin-Barbero (1997), em que a análise não se centra na mensagem pelo qual o veículo produz, mas parte para uma análise “da recepção concebida simples ou sofisticadamente como indagação acerca dos efeitos ou da recepção” (MATIN-BARBERO, 1997, p. 281). Com isso, levando em conta – para a formação de questionamentos por parte do autor dessa monografia – que seja necessário compreender o funcionamento desses veículos de comunicação e seus produtos veiculados (p. 281) e, dessa maneira,

entendemos que as redes de internet móvel redefinem os processos de produção e recepção da webnotícia, devido a suas características intrínsecas, como a multimídia, interatividade e a atualização contínua. Assim, nos cabe analisar as mudanças ocorridas com a expansão do uso de *smartphones* e *tablets* por jornalistas e usuários. (DANTAS; DA ROCHA, 2017, p. 63).

A fim de chegar aos usuários de aplicativos de notícias que utilizam ferramentas de transmissão de partidas do Campeonato Brasileiro de Futebol – que representam os consumidores desse tipo de produto –, a pesquisa precisa encontrar esses consumidores. O primeiro passo foi partir para a aplicação de um questionário online, utilizando a ferramenta do Google Forms (o questionário pode ser visualizado no apêndice A dessa monografia). Carlomagno (2016) observa o desafio com relação à representação de pessoas que não possuem acesso à internet em pesquisas online; nesta pesquisa, contudo, a opção por um questionário online não causa problemas quanto à cobertura de respondentes, uma vez que o objeto de pesquisa necessita obrigatoriamente de acesso à internet para ser consumido e o questionário necessita de acesso à internet para ser respondido.

O questionário online buscou compreender questões preliminares acerca do consumo imediato das plataformas multimídias e das percepções imediatas de local e tempo dos usuários, além de sanar dúvidas quanto ao perfil do respondente. Para um contexto mais específico quanto às reações dos usuários, dentro do questionário online foi disponibilizada

uma questão sobre a disponibilidade do respondente em conceder uma entrevista para aprofundar outras questões, em que o pesquisador entraria em contato - caso a disponibilidade se confirmasse quanto ao respondente - através do e-mail preenchido de forma obrigatória ao questionário.

O questionário online começa com o preenchimento de e-mail. Na sequência, a questão 1 - “Com que frequência você acompanha as partidas do Campeonato Brasileiro de Futebol por aplicativos de notícia com a ferramenta de transmissão online (lance a lance)?” - e a questão 5 - “Em que momento/situação você utiliza a ferramenta de lance a lance”, buscam noções de tempo/espaço, que para Martín-Barbero (1997), em seus estudos de recepção voltados à televisão, compõe como *habitus* de classe, a partir do:

modos de ver, e se manifestam - observáveis etnograficamente- na organização do tempo e do espaço cotidiano: de que espaços as pessoas veem televisão, privados ou públicos, a casa, o bar da esquina, o clube de bairro? e que lugar ocupa a televisão na casa, central ou marginal? [...] Do mesmo modo, é possível traçar uma tipologia social dos tempos: desde a tela que fica ligada o dia inteiro até aquela que ligam só para ver o noticiário ou o seriado da BBC. (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 300-301).

Levando em consideração que os horários de jogos são pré-determinados de acordo com a Confederação Brasileira de Futebol, clubes e emissoras de televisão, o levantamento de alternativas da questão número 1 conteve as alternativas de “Sempre que possível”, “Uma vez por semana”, “Algumas vezes por mês”, “Eventualmente”, “Raramente” e “Nunca”, pois não basta tão somente abrir o aplicativo no smartphone que haverá uma partida do Campeonato Brasileiro de Futebol, visto que, por exemplo, na primeira divisão nacional não há partidas entre às 13h e às 16h, visto o calendário de definições da CBF - salientando que a entidade de administração do desporto deve, pela Lei nº 10.671³⁰, de 15 de maio de 2003, a qual foi incluído pela Lei nº 12.299, de 2010, estabelecer “as tabelas da competição, contendo as partidas que serão realizadas, com especificação de sua data, local e horário”.

As alternativas foram pensadas nesse formato seguindo o princípio de que, de acordo com Carlomagno, o questionário deve ser exaustivo, ou seja, “deve-se esgotar as possibilidades de resposta” (2016, p .37). Porém, por tratar-se de um questionário direcionado a um público específico, surgiu um erro na definição das alternativas; por um lado, fica claro, em sua descrição, que o questionário é destinado aos usuários que utilizam a ferramenta de lance a lance, porém, deu-se, após a definição e aplicação do questionário, a opção de “Nunca” na questão 1 (com que frequência você acompanha as partidas do Campeonato

³⁰ Texto presente no inciso II do parágrafo 1º artigo 5º, caput II da Lei 10.671.

Brasileiro de Futebol por aplicativos de notícia com a ferramenta de transmissão online (lance a lance)?), e nas questões que se seguem, dez das onze questões são de caráter obrigatório “aquele tipo de pergunta que o respondente não a possa “pular” (CARLOMAGNO, 2016). Apesar disso, de acordo com o raciocínio de que a aplicação é direcionada a um público específico, cabe salientar que as demais perguntas podem ser respondidas, apesar do erro na formulação da primeira questão, que invalida as demais respostas de quem não utiliza o aplicativo, o qual foi discriminado na primeira questão.

Criando um grau de temporalidade, o uso desses aplicativos permite compreender o grau de assiduidade do usuário, uma vez que há o que “sempre acompanha” e o que “raramente acompanha”, de acordo com as possibilidades de resposta formuladas para a pesquisa.

As alternativas para a questão 5, que pede sobre em que momento/situação a pessoa utiliza a ferramenta do lance a lance, foram pensadas de acordo com as hipóteses formuladas para a pesquisa, partindo do princípio de que quem não tem acesso a uma televisão no momento do jogo, ou não possui canal de televisão de *pay-per-view*, consome essas ferramentas. Logo, as alternativas correspondem: “No trabalho”, “Em casa”, “Na escola/universidade”, “Em viagens” e a opção “*Other*”, como alternativa de acrescentar opções. Há, também, a possibilidade de marcar mais de uma opção, como destaca Carlomagno (2016), em que as questões precisam ter a sua exaustividade. A opção “*Other*” aparece na questão 2 – em qual aplicativo você acompanha as partidas do Campeonato – e na questão seis 6 – que tipo de informação você busca nesses aplicativos ao longo da transmissão.

Para mensurar as questões acerca da multimedialidade, a questão número 7 pede “qual recurso é mais importante para você nesse tipo de transmissão?”, em que as alternativas ficam entre “texto”, “foto”, “vídeo”, “infográfico” e “indiferente”. Logo abaixo, a questão oito (8) pede para mensurar, em formato de escalas, qual dos quatro formatos de linguagem, texto, vídeo, foto e infográfico é mais importante para o respondente. Reconhecendo que “pode ser uma estratégia mais vantajosa não oferecer um ponto intermediário, para evitar o risco de uma parcela grande escolher ficar “em cima do muro”” (CARLOMAGNO, 2016, p. 40), para as questões com escalas, foram utilizados cinco pontos de referência para o respondente, uma vez que pode haver uma alternativa de forma indiferente, nem muito importante, nem nada importante. Da mesma forma se adequa a questão 4, em que se busca descobrir que tipo de informação é mais importante ao longo da transmissão, entre gol, cartão, lance importante, placar parcial e placar final.

Em um segundo momento do questionário online, foram pensadas questões quanto ao perfil do respondente, como gênero, estado em que mora, idade, estado civil, grau de escolaridade, renda mensal e ocupação, que servem para melhor compreender quem utiliza esse tipo de aplicativo.

Com base no questionário online, a segunda parte da pesquisa centrou-se em entrevistas realizadas por telefone com quatro usuários do aplicativo GloboEsporte.com, como objeto empírico deste estudo. As conversas foram gravadas para melhor analisar as respostas quanto à reação, recepção e interesses das pessoas que utilizam o aplicativo.

A entrevista em profundidade é uma ferramenta utilizada para levantar dados qualitativos. “Mesmo que o entrevistador procure seguir um roteiro predeterminado, o fraseado específico das perguntas e a ordem de sua formulação acabam sendo influenciados pelas repostas dos entrevistados” (ZAMBERLAN; et. al., 2014, p. 122).

O primeiro contato com os respondentes que se disponibilizaram em conceder entrevistas e que pertenciam ao grupo de usuários do aplicativo GloboEsporte.com aconteceu em 23 de outubro de 2018, quando foi encaminhado um e-mail para estabelecer uma forma de entrevistá-los, totalizando seis contatos. Inicialmente, a entrevista foi pensada para ser realizada pessoalmente, mas, devido ao fator distância entre pesquisador e entrevistados, optou-se pelas entrevistas por telefone. Após o contato por e-mail, partiu-se para a aplicação da entrevista com quatro entrevistados que mantiveram retorno quanto a uma maneira de realizar a entrevista.

Além desse contato, foi estabelecido um cronograma de questões para serem levadas em consideração ao longo da pesquisa (apêndice B), compondo um questionário pré-estruturado. Essas perguntas foram pensadas para sanar questionamentos importantes em relação às reações ao longo de uma transmissão de jogos, estabelecer dinâmicas de conversação e para que haja a possibilidade de expressão quanto aos costumes no consumo de informações em tempo real por aplicativo.

4.2 Pesquisa quantitativa

Ao contextualizar os resultados obtidos pelo questionário online, é necessário estabelecer dois momentos de análise. O primeiro focado nos números gerais da pesquisa. Após, é preciso focar nas análises quanto às relações com determinados aplicativos e construir o cruzamento dos dados.

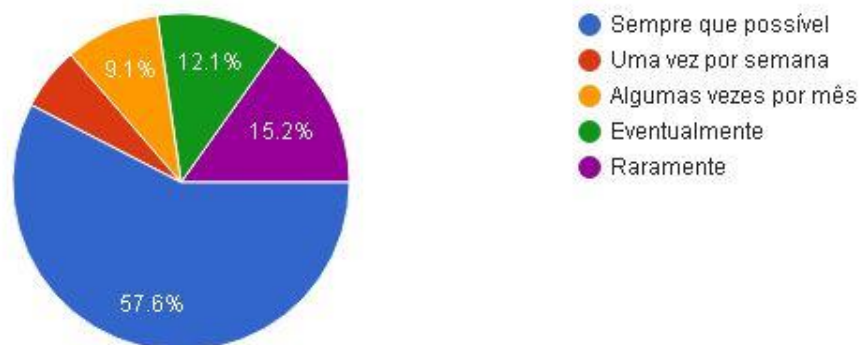
O período de aplicação do questionário foi de 4 de outubro de 2018 a 9 de novembro de 2018, totalizando 36 dias. Nesse período, 33 pessoas responderam ao questionário.

Ao analisar os dados, conseguimos ver que a maioria das pessoas usam aplicativos “sempre que possível”, no grau de temporalidade, conforme a figura 13.

Figura 13 - Resultados obtidos na questão de temporalidade

1. Com que frequência você acompanha as partidas do Campeonato Brasileiro de Futebol por aplicativos com a ferramenta de transmissão online (lance a lance)?

33 responses



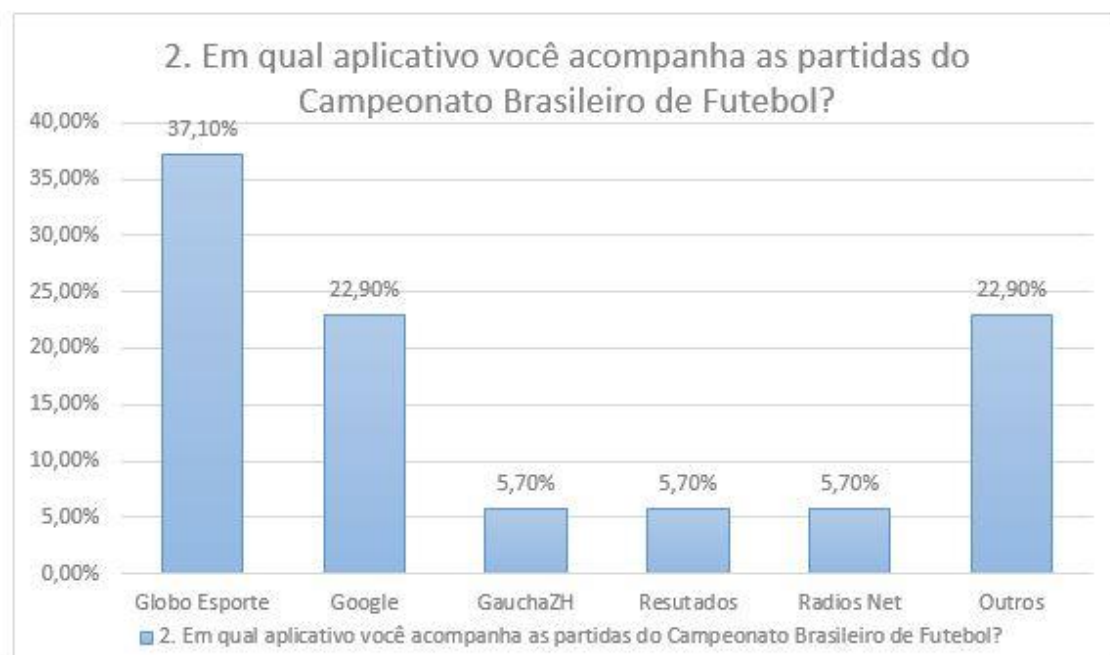
Fonte: elaborado pelo autor.

Esses dados demonstram que quem utiliza esse tipo de aplicativo acaba por acompanhar “Sempre que possível”, o que pode demonstrar um grau de fidelidade ou de necessidade quanto à situação que está passando naquele momento. Pode demonstrar que o único meio de comunicação disponível é o *smartphone*, ou ainda que o sempre que possível não demonstre uma grande assiduidade, pois sempre que possível pode traduzir um grau de espaçamento de tempo maior.

Ao longo da pesquisa, dentro da questão número dois, que buscava saber quais aplicativos eram utilizados, foram citados 9 aplicativos além dos cinco elencados primeiramente (GloboEsporte.com, GauchaZH, Google, Onefootball e PlacarUOL, sendo que o último não recebeu nenhuma menção), pois esses aplicativos poderiam ser os mais utilizados para o acompanhamento. Os nove aplicativos comentados na opção “Other” foram: 365Score, Resultados, Radios Net, Super Placar, LiveScore, Futstats, Goal Live, Correio do Povo e SofaScore, sendo que Radios Net e Resultados foram citados duas vezes, e ainda, o aplicativo Radio Net foi mencionado uma vez juntamente com o SuperPlacar e os aplicativos

LiveScore e Futstats também comentados pela mesma pessoa. Dito isso, a figura 14³¹ conta com a porcentagem calculada a partir de 35 respondentes, visto que houve duas marcações duplas na opção “Other”.

Figura 14 - Aplicativos utilizados para acompanhamento de partidas de futebol



Fonte: elaborado pelo autor.

O fato de a pesquisa oferecer o Google como possibilidade se deve ao acompanhamento por *smartphone*, pois cabe destacar que o Google possui uma ferramenta para acompanhar partidas de futebol através de suas buscas, apesar de não se constituir como aplicativo. Por exemplo, quando busca-se a partida Vasco da Gama 1X1 Atlético Paranaense³² (figura 15) a pesquisa mostra a partida que está acontecendo com a marcação de tempo, placar, minuto a minuto, escalações, estatísticas e classificação, por isso, optou-se pela inserção dessa opção de comunicação.

³¹ Para a elaboração da figura 13, os aplicativos que foram mencionados somente uma vez ficaram inclusos na opção outros e os que foram mencionados ao menos duas vezes aparecem em separado. Da mesma forma, as tabelas e demais figuras apresentam-se da mesma maneira.

³² Partida válida pela 34ª Rodada do Campeonato Brasileiro 2018, pesquisa disponível em: <<https://www.google.com.br/search?q=vasco+da+gama+x+atletico+paranaense&oq=vasco+da+gama+x+&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0l4.2390j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>>. Acesso em 14 nov. 18.

Figura 15 - Partida Vasco da Gama X Atlético Paranaense, acompanhada pelo Google no *smartphone*.



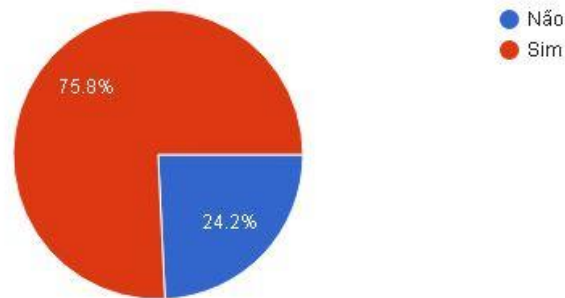
Fonte: reprodução Google.

Quanto ao recebimento de notificações de lances e gols, grande maioria dos respondentes declarou receber esse tipo de conteúdo (figura 16).

Figura 16 - Recebimento de notificações

3. O aplicativo que você utiliza envia notificações de lances importantes da partida como gols, cartões e resultados?

33 respostas



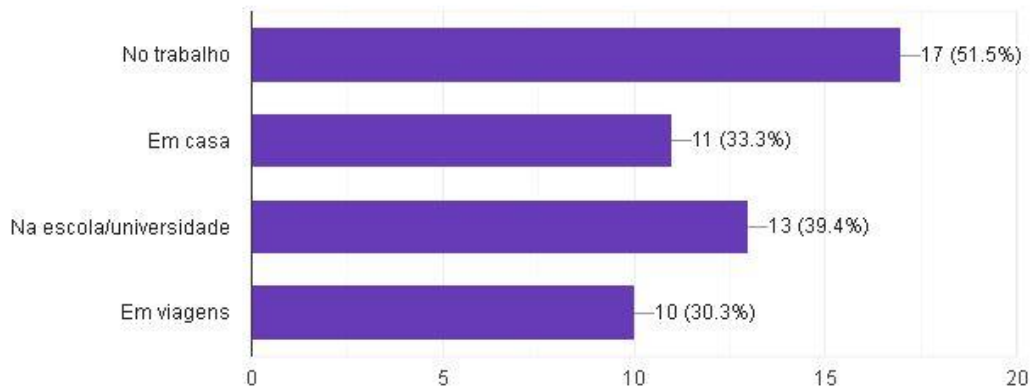
Fonte: elaborado pelo autor.

Pode-se perceber, pela figura 17, que a maioria das pessoas que responderam ao questionário utilizam os aplicativos no trabalho (51,5%), mas cabe destacar que a questão cinco contava com a possibilidade de marcar mais que uma opção, pois as pessoas podem usar tanto no trabalho como em casa, por exemplo. Esses dados mostram que as questões de mobilidade se apresentam em seus formatos distintos, em que as pessoas querem se informar inclusive quando estão fazendo seus afazeres.

Figura 17 - Situações em que o aplicativo é utilizado para acompanhamento de partidas em tempo real

5. Em que momento/situação você utiliza a ferramenta de lance a lance?

33 respostas



Fonte: elaborado pelo autor.

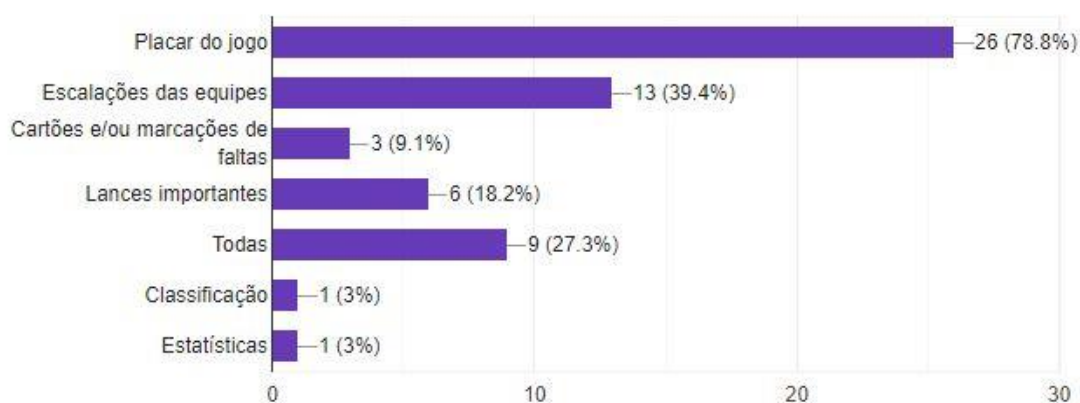
Apesar da questão cinco conter a opção “*Other*”, nenhuma pessoa acionou essa opção, demonstrando que o aplicativo é utilizado tão somente no trabalho, em casa, na escola ou universidade ou em viagens, pelos respondentes do questionário.

A figura 18 mostra os dados coletados quanto ao tipo de informação que as pessoas buscam ao longo de uma transmissão por aplicativo. O placar do jogo é a informação mais buscada (78,8%), seguido das escalações das equipes (39,4%). Cabe destacar que essa questão possibilitava a marcação de mais do que uma opção e a opção todas, sendo que foram mencionadas ainda “classificação” e “estatísticas” uma vez cada e “todas” foi a terceira opção mais assinalada. Também se salientam os cartões e marcações de faltas como menos procuradas (entre as alternativas primeiramente estabelecidas) com apenas 9,1% de interesse.

Figura 18 - Informações mais buscadas nos aplicativos.

6. Que tipo de informação você busca nesses aplicativos ao longo da transmissão esportiva?

33 responses



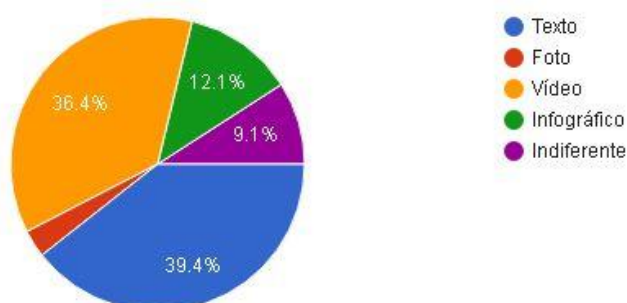
Fonte: elaborado pelo autor.

Quanto aos recursos multimídia (figura 19), compreende-se que o texto é o recurso mais importante para esse tipo de transmissão, visto como uma forma mais rápida de receber a informação, mas o vídeo é a segunda ferramenta mais importante, compreendido nas relações de vídeo na produção de jornalismo esportivo para a internet (Frange, 2016).

Figura 19 - Recursos mais importantes ao longo de uma transmissão

7. Que recurso é mais importante para você nesse tipo de transmissão?

33 responses



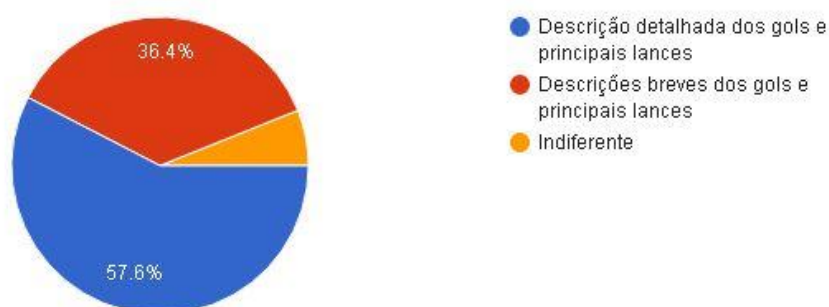
Fonte: elaborado pelo autor.

Em geral, os consumidores desse tipo de conteúdo têm a preferência por uma descrição detalhada dos gols e lances (figura 20). Demonstrando que existe uma demanda maior pela forma que o lance se desenvolve.

Figura 20 - Descrição dos gols e lances

9. O que é mais importante quanto à linguagem textual nas transmissões esportivas por aplicativos ou sites?

33 responses



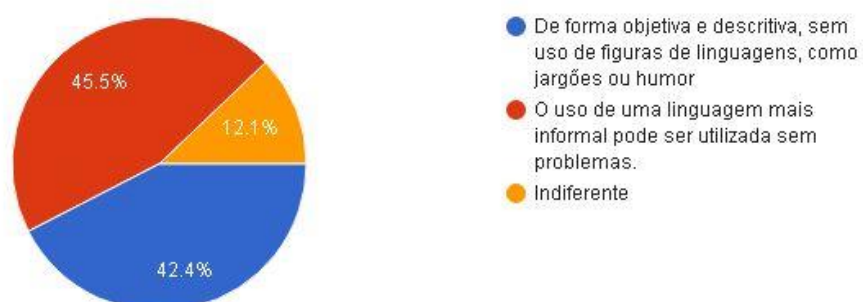
Fonte: elaborado pelo autor.

Na questão número 10, que visa descobrir se os consumidores de informações em dispositivos móveis querem uma descrição objetiva ou com uso de figuras de linguagem, descobre-se que há uma flexibilidade maior quanto à descrição do fato, pois 45,5% dos respondentes assinalaram a opção que correspondia à utilização de uma linguagem mais informal como preferência (figura 21), mas ressaltando que a diferença é mínima, de 3,1%.

Figura 21 - Linguagem na descrição dos lances

10. Ainda dentro da linguagem textual, como devem ser descritos os gols e os lances?

38 respostas



Fonte: elaborado pelo autor.

Com esses dados, podemos estabelecer um cruzamento de dados entre a escolha por uma descrição detalhada ou breve dos lances e a escolha do aplicativo para acompanhar a transmissão (tabela 1)³³. No caso dos respondentes que elegeram o Google como ferramenta para acompanhar os jogos, há maior presença da opção por uma descrição detalhada dos lances. Porém, os dados dessas questões referentes a quem optou ao Google devem ser ignorados, pelo fato de a ferramenta não descrever lances e informar somente o gol ou a substituição de jogador. Com isso, o GloboEsporte.com está mais próximo a quem deseja uma informação detalhada do lance e ainda para quem vê que a linguagem pode ser mais flexível em sua descrição. Já aqueles que elegeram GaúchaZH tendem a escolher uma descrição breve e flexível. Os que optaram por Rádios Net e Resultados se dividiram entre descrição breve e detalhada e em sua linguagem, onde metade dos usuários do Rádios Net preferem uma linguagem objetiva e metade dos consumidores do Resultados buscam linguagens mais flexíveis. Algo apresentado nessa relação está nos demais aplicativos, em que nenhum respondente escolheu a linguagem mais flexível, demonstrando que há uma busca por linguagens mais formais.

³³ As análises para a construção de tabelas levaram em conta o fato de que em duas oportunidades aparecerem duas menções duplas na opção "Other" e também que haviam questões em que era possível marcar mais que uma opção, além de estar direcionando as análises para o aplicativo GloboEsporte.com.

Tabela 1 - Relação descrição X linguagem por aplicativo

Aplicativo informado	Descrição detalhada	Descrição Breve	Indiferente	Linguagem objetiva	Linguagem mais flexível	Indiferente
GloboEsporte	69,2%	30,8%	-	38,5%	53,8%	7,7%
Google	75%	25%	-	37,5%	62,5%	-
GaúchaZH	-	100%	-	-	100%	-
Radios Net	50%	50%	-	50%	-	50%
Resultados	50%	50%	-	-	50%	50%
Outros	37,5%	25%	37,5%	75%	-	25%

Fonte: elaborado pelo autor.

Ao ver a tabela 2, 60% das pessoas que indicaram utilizar o Google querem saber o placar do jogo, o que também mostra uma forma mais rápida de ver a informação através da pesquisa pelo Google, sem precisar abrir um aplicativo. Mas cabe ressaltar que o placar lidera em todos os aplicativos, sendo que a estatística foi mencionada nos demais, visto que vários deles fornecem grande quantidade de informações, por exemplo, o SofaScore.

Tabela 2 - Relação aplicativo X informação buscada pelo usuário.

Aplicativo/Informação	Placar	Escalações	Cartões	Lances	Todas	Estatísticas	Classificação
GloboEsporte	40%	25%	-	10%	25%	-	-
Google	60%	10%	-	10%	20%	-	-
GaúchaZH	40%	40%	-	20%	-	-	-
Resultados	50%	25%	25%	-	-	-	-
RadiosNet	33,3%	-	-	-	33,3%	-	33,3%
Outros	43,9%	25%	6,2%	-	6,2%	12,5%	6,2%

Fonte: elaborado pelo autor.

Cruzando os dados da questão 5, referente ao tipo de informação que buscam, em relação à questão número 6 – em que momento/situação utiliza o aplicativo de lance a lance –, podemos observar que nas diferentes situações existe uma busca significativa do placar do jogo e a escalação das equipes, como pode ser visto na Tabela 3. Além disso, não há tanta procura por informações quanto a lances importantes. As opções assinaladas na marcação “*Other*” e que foram incluídas no campo de inserção da alternativa (estatísticas e classificação) variam de acordo com a situação, mas elas foram assinaladas somente uma vez

cada; a variação de porcentagem é decorrente da quantidade de marcações de situações em que elas constavam.

Tabela 3 - Relação situação X tipo de informação.

Situação/tipo de informação	Placar do jogo	Escalações das equipes	Cartões e/ou marcações de faltas	Lances Importantes	Todas	Estatísticas	Classificação
No trabalho	45,1%	22,6%	3,2%	12,9%	9,8%	3,2%	3,2%
Em casa	42,1%	26,3%	10,5%	-	15,8%	-	5,3%
Na escola/Universidade	45,8%	29,6%	8,2%	8,2%	8,2%	-	-
Em Viagens	40,9%	36,5%	9,1%	4,5%	4,5%	4,5%	-

Fonte: elaborado pelo autor.

Ao estabelecer uma análise quanto ao local em que as pessoas utilizam o aplicativo com o recurso dentro das contextualizações multimídia (tabela 4), percebe-se que existe uma busca maior por no trabalho (47,1%) e em viagens (60%). Isso pode ser visto do princípio de que o uso da internet nesses locais impossibilita, por exemplo, acompanhar um vídeo, que precisa ser carregado e pode não haver as demandas de internet móvel para o usuário, além de que o texto é de consumo mais rápido que o vídeo. Tal situação é confirmada quando a opção vídeo conta o maior percentual (45,4%), que é “em casa” em que pode haver o acesso mais fácil à internet além do fator de tempo para acompanhar o vídeo. O segundo maior percentual de acompanhamento de vídeo é na “escola/universidade”, com 38,4%, locais que, em geral, oferecem acesso à internet *wifi*. Há baixos índices de procura por fotos, o que demonstra que as fotos não possuem atratividade para o acompanhamento em tempo real de partidas. Cabe destacar que as duas questões (referente aos recursos multimídia e locais de acompanhamento) possibilitavam a marcação de mais do que uma alternativa.

Tabela 4 - Relação situação X recurso multimídia.

Situação/Recurso Multimídia	Texto	Foto	Vídeo	Infográfico	Indiferente
No trabalho	47,1%	5,9%	29,4%	11,7%	5,9%
Em casa	18,2%	9,1%	45,4%	18,2%	9,1%
Na escola/Universidade	30,8%	7,7%	38,4%	15,4%	7,7%
Em Viagens	60%	10%	20%	10%	-

Fonte: elaborado pelo autor.

Já a relação de recurso multimídia e aplicativo estabelece a preferência que determinado recurso têm para uma transmissão em tempo real. Deve-se salientar, novamente, que o Google não possui o acompanhamento com vídeo e fotos. Como a tabela 5 mostra, o vídeo passa a ser prioridade para os usuários do aplicativo GloboEsporte.com (46,1%), seguido do texto (38,7%). Isso demonstra que, por mais que o vídeo demande tempo para saber como aconteceu o lance, ainda é o preferido entre os consumidores desse tipo de conteúdo. Esses dados também reforçam as questões quanto aos outros aplicativos comentados, pois o índice de texto nesses aplicativos é de 75% e a segunda opção é o infográfico, podendo estar relacionadas à preferência por estatísticas salientadas na tabela 2.

Tabela 5 - Relação aplicativo X recurso multimídia.

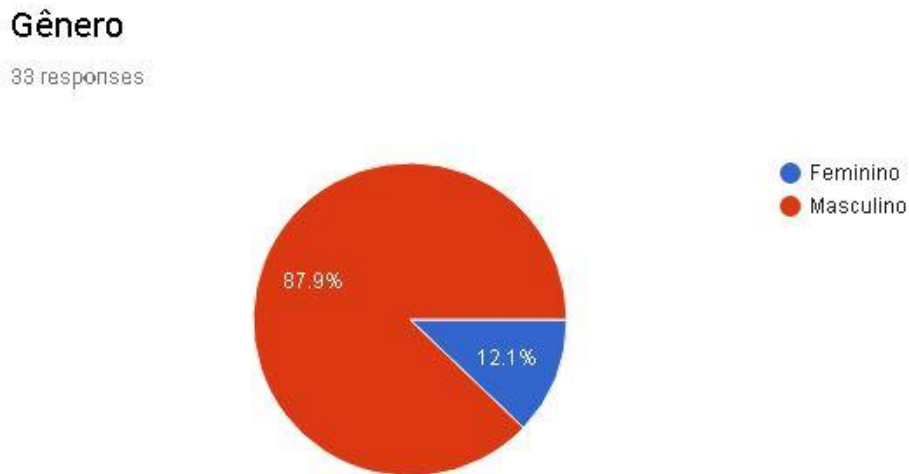
Aplicativo/Recurso multimídia	Texto	Foto	Vídeo	Infográfico	Indiferente
GloboEsporte	38,7%	-	46,1%	7,7%	7,7%
Google	12,5%	-	62,5%	12,5%	12,5%
GaúchaZH	50%	-	50%	-	-
Rádios Net	-	-	-	50%	50%
Resultados	50%	50%	-	-	-
Outros	75%	-	-	25%	-

Fonte: elaborado pelo autor.

Outra observação possível está no uso da foto, que aparece somente no aplicativo Resultados, o que demonstra a baixa atratividade do recurso multimídia nos aplicativos.

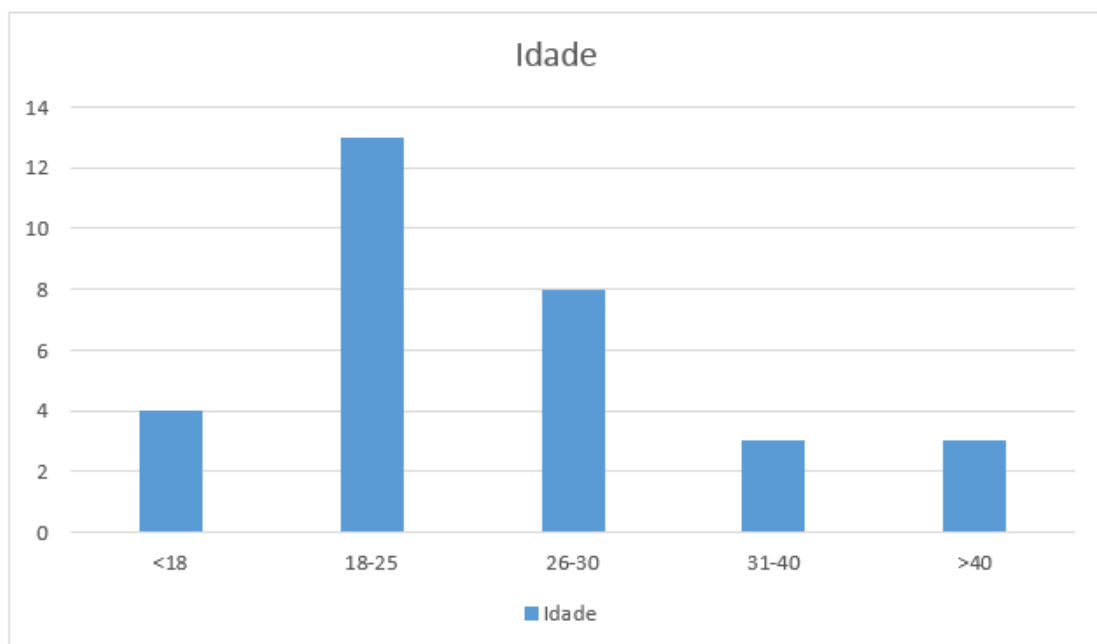
Com relação à caracterização dos respondentes, percebe-se um público jovem – em que grande parte possui menos que 25 anos – e, em sua maioria, do gênero masculino – 87,9% - (figuras 21 e 22).

Figura 22 - Gênero dos respondentes



Fonte: elaborado pelo autor.

Figura 23 - Idade da amostra



Fonte: elaborado pelo autor.

Além disso, o perfil dos respondentes dessa amostra é de 81,8% de pessoas que moram no Rio Grande do Sul, mesmo índice referente ao estado civil da amostra, 81,8% de solteiros.

Quando isolamos alguns dados somente dos usuários do aplicativo do GloboEsporte.com, observa-se a tendência das pessoas de acompanharem partidas “sempre que possível” quanto à relação de temporalidade (61,5%, sendo que 23,1% acompanham raramente e 15,7% acompanham eventualmente). Já em relação ao momento/situação, 30% acompanham no trabalho, 30% acompanham na escola ou universidade, 20% acompanham em casa e 20% em viagens, salientando que essa questão possibilitava a marcação de mais de uma opção.

Com os dados da tabela 6 direcionados ao aplicativo GloboEsporte.com, confirma-se que o texto e o vídeo são mais importantes para esse tipo de transmissão e que a foto é a menos relevante ao longo da transmissão.

Tabela 6 - Grau de importância de cada recurso multimídia no aplicativo GloboEsporte.com

	1 (menos importante)	2	3	4	5 (mais importante)
Texto	7,7%	7,7%	30,8%	23%	30,8%
Foto	38,5%	23%	15,4%	15,4%	7,7%
Vídeo	23%	7,7%	15,4%	23,1%	30,8%
Infográfico	30,8%	-	23%	30,8%	15,4%

Fonte: elaborado pelo autor.

Já relacionando o tipo de informação que o usuário considera mais importante ao longo da transmissão no aplicativo GloboEsporte.com – também levando em conta que 1 é pouco importante e 5 é muito importante –, (tabela 7) vê-se que há o grau de importância maior para o gol (53,8%) o consideram muito importante na escala), placar final (53,8%) e placar parcial (38,5%). Já o lance importante mostra-se como tipo de informação com menor índice de importância (30,8% das pessoas consideram pouco importante para a transmissão). O cartão também possui índices de menor importância para a transmissão.

Tabela 7 - Relação de tipo de informação e seu grau de importância.

	1 (menos importante)	2	3	4	5 (mais importante)
Gol	7,7%	7,7%	23,1%	7,7%	53,8%
Cartão	23,1%	7,7%	46,1%	15,4%	7,7%
Lance Importante	30,8%	15,4%	30,7%	15,4%	7,7%

Placar Parcial	7,7%	15,4%	23%	15,4%	38,5%
Placar Final	7,7%	7,7%	23,1%	7,7%	53,8%

Fonte: elaborado pelo autor.

Com isso, podemos perceber que a maior parte dos respondentes que usam o app GloboEsporte.com consideram mais importante saber sobre o gol, o placar final e o placar parcial, utilizando-se das linguagens de texto e vídeo.

Quanto ao traço de perfil dos usuários do GloboEsporte.com, pode-se delimitar o seguinte perfil: homens (76,9%), de 25 a 30 anos (38,4%), solteiro (84,6%), com graduação (46,1%) e residentes no Rio Grande do Sul (69,2%).

4.3 Recepções e usos do aplicativo GloboEsporte.com

Com base no roteiro do apêndice “B”, foram realizadas entrevistas ao longo da pesquisa com quatro pessoas que utilizam o aplicativo GloboEsporte.com. A primeira com Leandra Pippet³⁴, aconteceu no dia 24 de outubro de 2018 e teve a duração de oito minutos e vinte segundos. Leandra mora em Lages-SC, 21 anos e é estudante de Radiologia. A segunda entrevista aconteceu com Gilson Piber³⁵, no dia 25 de outubro de 2018, durando 19 minutos e 22 segundos. Gilson mora em Santa Maria-RS, trabalha como professor na UFSM e tem 50 anos. A terceira entrevista durou 24 minutos e 50 segundos com João Vitor Taborda Salla³⁶, no dia 8 de novembro de 2018. João Vitor tem 22 anos, mora em Inhacorá-RS e trabalha em uma agência de comunicação. A quarta e última entrevista aconteceu no dia 14 de novembro de 2018, com Jonathan da Silva³⁷ e durou 11 minutos e 25 segundos. Jonathan tem 17 anos, é estudante e mora em Estância Velha-RS.

Para haver um melhor entendimento sobre a relação das pessoas com o esporte, buscou-se saber como começou o acompanhamento do futebol e o gosto pelo esporte. O acompanhamento das partidas pelos entrevistados partiram da infância, em outros meios de comunicação. Gilson Piber destaca: “quando criança eu tinha o popular dois em um, que era o rádio grandão com AM/FM e toca fita, e eu gravava algumas entrevistas com meus amigos após os jogos, com perguntas e respostas. Depois a gente se reunia pra ouvir” (PIBER, 2018, informação verbal). João Vitor Taborda Salla também mostra o gosto pelo futebol “desde a

³⁴A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “C” desta monografia.

³⁵A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “D” desta monografia.

³⁶A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “E” desta monografia.

³⁷A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “F” desta monografia.

infância. Na verdade, a primeira lembrança que eu tenho de acompanhar partidas de futebol é uma quarta à noite, passava na TV. Mas isso eu devia ter uns cinco anos, quando foi que eu comecei a entender o que é a partida de futebol” (SALLA, 2018, informação verbal). Isso demonstra o gosto pelo futebol em diferentes gerações, já que Piber tem 50 anos e Salla, 22 anos.

O acompanhamento pelo aplicativo passou a acontecer recentemente – para Leandra Pippet, em 2018, e para Jonathan da Silva por volta de 2015. Os entrevistados também destacaram uma aproximação entre o aplicativo e o rádio. Gilson Piber ressalta que

o texto do rádio é muito próximo da questão do digital, pela objetividade. Esse trabalho que é feito, tu observas, tu descreves e tu contextualizas os fatos que ocorrem. Então, isso também exige uma percepção muito forte do profissional em fazer essa cobertura. Eu acompanho a título de informação, mas é claro que tu estás sempre com a internet ligada e tu ficas acompanhando. (PIBER, 2018, informação verbal)

Outro destaque ao longo das entrevistas fica pela interpretação dos comunicadores, em que Salla faz um destaque para as descrições dos lances

Já aconteceu da descrição em texto ser diferente do lance. É tipo o rádio, você fica escutando pela Gaúcha ou pela Guaíba, e o narrador está todo empolgado, e vai ser lance de gol. Mas se você for acompanhar o jogo pela TV, e quando ele está falando que vai ser um lance de gol, a bola está lá no meio de campo. Eu acho que a sacada do aplicativo é muito parecido com isso. Eles colocam lá, “jogada perigosa”, só que quando você vê o vídeo depois, não foi uma jogada realmente perigosa. Teve chance de gol, só que seriam mínimas. Um negócio super tosco. Não foi uma finalização perigosa. (SALLA, 2018, informação verbal)

As entrevistas demonstraram que, apesar das pessoas acompanharem as partidas pelo aplicativo, a preferência dos entrevistados é de acompanhá-las pela televisão. Para Pippet a televisão envolve mais a pessoa que está acompanhando a partida, “eu prefiro acompanhar pela televisão. Porque eu sinto que envolve mais o telespectador do que quando pelo aplicativo” (PIPPER, 2018, informação verbal). Silva já demonstra outras maneiras de acompanhar as partidas

quando não há como ver pela televisão, assim ouvindo a narração da partida pelo rádio e acompanhando alguns detalhes pelo aplicativo ou, em situações mais extremas, acompanhando somente o lance-a-lance para saber o que acontece no jogo, também assistindo os vídeos, acompanhando estatísticas, sempre imaginando o que acontece conforme a descrição do aplicativo (SILVA, 2018, informação verbal)

Em relação às informações de pré-jogo, geralmente, os entrevistados preferem conferir as escalações nesse momento. Pippet (2018) destaca que às vezes confere as escalações no pré-jogo; “antes da partida, a informação que eu olho são as escalações, a menos que eu não esteja acompanhando o que tem antes” (SALLA, 2018, informação verbal); Silva (2018)

relaciona o pré-jogo como uma forma de ter “ideia de como será a partida” (informação verbal).

Já Piber (2018), contextualiza o período de pré-jogo ligado ao rádio, “eu uso o rádio quando eu não tenho acesso à televisão e principalmente no pós-jogo. Diria assim que o rádio é usado no pré-jogo e no pós-jogo. E nesse intervalo, quando se tem acesso à televisão, a gente vê mais pela televisão” (PIBER, 2018, informação verbal).

Salla (2018) estabelece uma usabilidade entre o acompanhamento de partidas de futebol com diversos meios de comunicação; enquanto acompanha o jogo pela TV, ele usa o seu perfil no Twitter para realizar comentários que ele chama de “pitaco”.

Eu acho que eu consigo acompanhar de uma forma mais parcial, por um viés mais profissional. Mas geralmente eu estou dando opinião, estou dando pitaco. A torcida geralmente influencia, mas não pela forma que escolho o que assistir e o que acompanhar. [...] Eu uso muito o Twitter quando estou acompanhando pela TV. Dificilmente eu dou pitaco quando estou acompanhando pelo aplicativo. Primeiro porque eu vou estar dando pitaco numa coisa que eu nem sei que está acontecendo. (SALLA, 2018, informação verbal).

Conforme as declarações dos entrevistados, percebe-se que há uma consciência de que as descrições dos lances da partida podem estar relatando maneiras de ver o jogo em questão a partir do ponto de vista do comunicador que narra ou comenta a partida.

Quanto ao interesse por acompanhar uma partida, a torcida por um clube interfere. Pipper acompanha as partidas pelo aplicativo “quando o jogo do meu time está passando por um canal que eu não posso assistir” (2018, informação verbal). Já Piber estabelece uma relação com as equipes gaúchas representadas nos campeonatos brasileiros da primeira e segunda divisão, “eu acompanho mais os jogos da dupla GreNal, que são os representantes do Rio Grande do Sul no Campeonato Brasileiro da Série A e, de vez em quando, assim os jogos do Juventude e do Brasil na Série B” (2018, informação verbal). Silva estabelece o fator torcida ligado diretamente à decisão de acompanhar uma partida,

pois é justamente a torcida que te traz o interesse de querer ficar sabendo dos detalhes do jogo e acompanhar com fidelidade. Sem essa vontade de torcedor, seria menos interessante baixar um aplicativo que te detalhe aquilo que acontece com o time. (SILVA, 2018, informação verbal).

Salla já contextualiza uma diferenciação entre partidas de campeonatos que são disputados em pontos corridos contra campeonatos que são disputados em formato de eliminatória (mata-mata).

Eu nunca iria assistir um Atlético Paranaense e Fluminense, se fosse Campeonato Brasileiro, mas mata-mata, ontem³⁸, passou muito mais emoção para quem está acompanhando. Pontos corridos acaba sendo times que brigam por alguma coisa contra times que não brigam por nada. (SALLA, 2018, informação verbal).

Quanto à desistência do acompanhamento ao longo de uma partida, há situações destacadas pelos entrevistados que levam ao abandono do jogo. Pipher (2018) acaba desistindo quando o seu time está perdendo por dois gols ou mais de diferença e não há como empatar a partida. Salla (2018) acaba desistindo com mais facilidade se o jogo não for de sua preferência, em que ele estabelece os fatores torcida, super-jogo (o entrevistado destacou o exemplo de River Plate X Boca Juniors), mata-mata e o futebol inglês. Ou seja, não sendo uma partida com essas características, o entrevistado declarou que as chances de desistir de acompanhá-la são grandes. Já Piber não costuma deixar de acompanhar as partidas, “quando é jogo da dupla GreNal eu faço um acompanhamento mais direto. Quando é de outras equipes eu até dou uma olhada e busco mais os vídeos dos gols, pra ver como foi o lance, como se desenvolveu” (2018, informação verbal).

Entre as ferramentas positivas do aplicativo, os entrevistados destacaram as informações em tempo real (Pipher, 2018), enquanto Silva tem preferência pelos “vídeos que mostram as melhores jogadas, já que é uma ferramenta justamente para desenhar jogadas que não temos como ver no momento, e da descrição informal dos lances, que geralmente entra mais fácil na cabeça do torcedor” (2018, informação verbal).

Já nas dificuldades, Silva destaca a falta de estatísticas e os anúncios, “pois mais atrapalham na hora de ficar atento aos detalhes que trazem alguma ideia de consumo” (2018, informação verbal). Os anúncios também foram destacados por Piber: “eu entendo que a parte de publicidade ela seja importante, mas tem algumas publicidades que são longas, antes de você ter acesso ao gol, antes de você ter acesso a jogada. Essa publicidade poderia ser mais diminuta quanto ao tempo” (2018, informação verbal). Salla aborda a questão da descrição dos lances como algo a ser qualificado nas transmissões pelo aplicativo

Eu acho que as coisas poderiam ser mais detalhadas em lances capitais. Por exemplo, para quem não está acompanhando pela televisão, às vezes, aparece um lance (descrito) “jogador fez a jogada e bateu pro gol e gol”. Eu acho que poderia ser bem mais detalhada o lance capital. Poderia dizer que o erro foi na saída de bola, ou o erro foi no meio de campo, o volante que errou o passe (SALLA, 2018, informação verbal).

³⁸ O entrevistado se referiu a partida Atlético Paranaense 2X0 Fluminense que aconteceu no dia 7 de novembro de 2018, pela semifinal da Copa Sul Americana de 2018. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/pr/futebol/copa-sul-americana/jogo/07-11-2018/atletico-pr-fluminense.ghml>>. Acesso em 19 nov. 18.

Piber entende que há “algumas funcionalidades um pouco confusas, demoradas para o acesso, e isso faz com que você, não digo que perca o gosto. A demora pro acesso, para chegar determinada situação” (2018, informação verbal). Pippet também ressalta que o acompanhamento pelo aplicativo não possibilita saber como está sendo a partida.

O aplicativo foi destacado pelos entrevistados como uma boa ferramenta para acompanhar notícias, “é essencial para se manter por dentro do que acontece no futebol e no time de coração, pois tão importante como o jogo, é o dia-a-dia da equipe e do esporte” (SILVA, 2018, informação verbal). Salla contextualiza o acompanhamento das notícias pelo aplicativo através dos assuntos que lhe interessam, “geralmente eu não vejo notícias de outros clubes, eu vejo mais dos clubes que eu já acompanho. Se o clube não está nessa lista, eu vejo só algumas coisas relevantes” (2018, informação verbal).

Três dos entrevistados destacaram assistirem os gols e lances através dos vídeos, somente Pippet declarou não assistir aos vídeos.

4.4 Considerações sobre a análise

A partir dos dados expostos nas seções anteriores desse capítulo, é necessário estabelecer as relações quantitativas e qualitativas dessa pesquisa. A primeira observação a ser feita é quanto às preferências dos usuários. Como três dos quatro entrevistados costumam assistir aos vídeos de lances, isso também é demonstrado nos dados da tabela 5, em que 46% dos usuários do aplicativo GloboEsporte.com demonstram a preferência pelo vídeo, o maior percentual dentre os recursos multimídia dispostos nas alternativas (havia as opções de texto, vídeo, foto e infográfico). Esses dados em relação aos vídeos, tratados na tabela 5, mostra a preferência pelo audiovisual, o que é reforçado pelo fato dos entrevistados terem declarado a preferência maior pela televisão como forma de acompanhamento de partidas de futebol, em relação ao aplicativo. Piber também complementa que assiste inclusive vídeos relativos às partidas de equipes que não lhe demonstram interesse, reforçando as dinâmicas de vídeo no aplicativo multimídia.

Utilizando dos mesmos dados da tabela 5, é destacável, pelas declarações dos entrevistados em relação às descrições de texto e utilização de vídeos, que as fotos e infográficos ficam em terceiro e quarto plano para quem utiliza esses mecanismos de acompanhamento de partidas em tempo real (sendo que fotos sequer foram assinaladas e o infográfico teve 7,7% de preferência). As relações de texto e vídeo acabam por descrever melhor o que acontece, distanciando as fotos e infográficos desse tipo de conteúdo noticioso.

Há pontos destacadas por Salla em relação às descrições de lances. O entrevistado frisou as formas diferentes de descrição em texto dos lances, quando, por muitas vezes, a descrição textual não representa o que realmente está acontecendo naquela jogada, em função da simplicidade de linguagem. Percebe-se que esses apontamentos estão relacionados aos dados da figura 20, em que 57,6% dos respondentes apontaram que preferem as descrições detalhadas dos gols e principais lances.

As escalações das equipes aparecem com grande preferência dos usuários de aplicativo quanto à importância desse tipo de informação ao longo das transmissões por aplicativo, destacado na figura 18, em que as escalações possuem 39,4% de preferência, sendo a segunda informação mais importante. A tabela 2 traz as mesmas ideias de importância para o aplicativo GloboEsporte.com, em que 25% dos respondentes demonstram essa informação como importante e três dos entrevistados comentaram sobre as escalações na fase de pré-jogo da transmissão, formando assim uma relação de querer saber como será a partida em questão, como Silva destacou ao longo da entrevista.

Silva também destacou a falta de estatísticas no aplicativo. Olhando para a pesquisa do questionário online as estatísticas foram mencionadas apenas uma vez (figura 18) e nenhuma vez para o aplicativo GloboEsporte.com, se olharmos para a tabela 2. Isso reforça que o aplicativo, apesar de trabalhar com as questões ligadas às estatísticas, principalmente após o término do primeiro tempo, não demonstra tanta importância aos usuários desse tipo de conteúdo, mas reconhecendo que há demandas por estatísticas pelos usuários. Essas demandas por estatísticas podem ser trabalhadas pelos veículos de comunicação por meio de infográficos (recurso multimídia que apresentou baixos índices na pesquisa quantitativa).

5 CONCLUSÃO

A realização desse estudo possibilitou uma análise acerca das novas formas de acompanhamento de eventos esportivos, proporcionados pelos dispositivos móveis, neste caso o aplicativo GloboEsporte.com.

Com os dados coletados ao longo da pesquisa, fica visível que esse meio de comunicação não possui a preferência pelo público em geral; aqueles que têm acesso aos canais fechados de televisão, que transmitem a maioria das partidas de futebol no Brasil, acabam por utilizar dessa ferramenta para acompanhar as partidas. A possibilidade de ver uma partida de futebol sobrepõe a possibilidade de acompanhamento via notas de textos e envios de vídeos, que por sua vez, possuem *delay* para serem publicados e assistidos nos *smartphones*. As percepções de cultura do visual, apontadas por Frange (2016) reforçam as discussões acerca dos vídeos, pois grande maioria das pessoas preferem assistir vídeos dos lances e a organização visual do aplicativo já direciona os vídeos como um diferencial na veiculação de informações.

Apesar de não estar na preferência do público em geral, as práticas jornalísticas proporcionadas pelo GloboEsporte.com facilitam o acesso a algumas informações, em que os consumidores desse aplicativo conseguem assistir a vídeos de lances e gols, transformando o aplicativo como um diferencial em relação aos outros do segmento de acompanhamento de partidas em tempo real.

Dentro das compreensões que os usuários destacaram nessa pesquisa, é necessário considerar o fato de que a adaptação de uma linguagem mais flexível deve acontecer ao longo das transmissões por aplicativo. Essa flexibilidade precisa casar com outras práticas de produção multimídia, que resulte em uma comunicação apropriada ao meio e que usufrua dos recursos possibilitados através das *affordances*, onde o aplicativo ganharia outros diferenciais para a divulgação de informações em tempo real e, com isso, se aproximaria dos usuários com conteúdo exclusivo para o *mobile*. A mobilidade quanto ao consumo de aplicativos apresentou-se nos dados de usos em diferentes lugares, como nas viagens e no trabalho, que se aproxima do que Pellanda; et. al. (2017) destacam quanto aos costumes do leitor e as possibilidades de não depender mais dos canais de mídia como a televisão e o jornal impresso.

Os baixos índices de interesse por infográficos, averiguados nessa pesquisa, podem refletir a falta da utilização dos mesmos por parte do aplicativo GloboEsporte.com.

Cabe salientar que os dados obtidos nessa pesquisa abrem caminho para pensar novas práticas para produção de conteúdo noticioso ao longo das transmissões, pois percebe-se um consumidor cada vez mais exigente quanto aos porquês de uma jogada errada, o desenvolvimento de um lance e as formas de jogar das equipes. A relação de procura maior por vídeos por parte dos usuários de aplicativo poderia ser menor caso as interpretações do jornalista ao longo de uma transmissão esportiva fossem melhor descritas, tal qual acontecem no ambiente do jogo; como essas descrições acabam por não respondendo aos porquês de uma jogada, a procura por vídeos por parte dos usuários é mais elevada que por texto. Esse ponto levantado nessa pesquisa deixa a alternativa para análises centradas no segmento de jornalismo interpretativo. A perspectiva do jornalista que está acompanhando a partida acaba interferindo nas buscas dos consumidores desse conteúdo noticioso, em que o público quer ter noções próximas ao que está acontecendo no campo do jogo.

As análises qualitativas delimitam um perfil de interesse dos usuários do aplicativo. As relações de afinidade com as equipes influenciam diretamente na decisão de acompanhar uma partida de futebol. Ao longo das entrevistas, os sujeitos ouvidos na pesquisa demonstraram interesse por times do Rio Grande do Sul ou que possuem certa representatividade internacional. Mas, ainda, existem algumas noções de desinteresse por parte dos usuários em partidas do Campeonato Brasileiro, pois averiguou-se que os usuários possuem preferências pelo estilo de copas, alertando sobre um desinteresse por partidas em sistema de competição de pontos corridos.

Também se sugere que, para a realização de futuras pesquisas na área, para que atente-se os estudos de produção de conteúdos direcionados exclusivamente aos *smartphones*. Verificou-se nessa pesquisa a replicação do conteúdo do portal GloboEsporte.com para os aplicativos móveis, mas também reconhecendo que as práticas jornalísticas em tempo real exigem a instantaneidade. O portal GloboEsporte.com exige a cobertura para as plataformas digitais, seja ela em computadores, notebooks, *tablets* ou *smartphones* e as partidas possuem tempo delimitado. Contudo, é necessário que aconteçam estudos direcionados às aplicações autóctones dentro da editoria esportiva, em que as linguagens, *affordences* e características do jornalismo móvel (entre elas a instantaneidade, multimedialidade e ubiquidade) direcionem outras alternativas para a divulgação em tempo real nesse tipo de veículo de comunicação. Ainda, cabem estudos quanto ao consumo de notícias encaminhadas para os usuários do aplicativo de notícias através das *pushed News*, pois é necessário averiguar o acompanhamento das notícias ao longo do dia partindo dessas notificações do aplicativo.

Refletindo sobre o consumo das pessoas, é visível que o aplicativo contribui com novas formas de obter informação, consolidando as perspectivas móveis que a sociedade contemporânea adquiriu com o advento da internet, internet móvel e os *smartphones*. A figura de um telefone para informar-se passa a figurar como um forte meio de escape para os usuários de aplicativos de notícias, seja por situações em que as pessoas não tenham acesso a televisão ou como um meio de acompanhar informações específicas que as equipes jornalísticas proporcionam aos usuários, como escalações, placar de jogo ou lances importantes das partidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015. 188 p.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003. 158 p.

BARBOSA, Suzana; et. al. A atuação jornalística em plataformas móveis: estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalismo. In: **Brazilian Journalism Research**. V. 9 (2), 2013. p. 10-29. Disponível em: <<http://www.ciencianasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2015/02/Atuacao-jornalistica-em-plataformas-moveis.pdf>>. Acesso em 09 nov. 18.

BELOCHIO, Vivian; BARICHELLO, Eugenia; ARRUDA, Tanise. Aplicativos autóctones em franquias jornalísticas: a possível transformação de rotinas produtivas na convergência com meios digitais. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. 1. ed. Covilhã: LabCom.IFP, 2017. p. 19-39.

BERTOCCHI, Daniela; CAMARGO, Isadora Ortiz de; SILVEIRA, Stefanie C. da. Possibilidades narrativas em dispositivos móveis. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. 1. ed. Covilhã: Editora LabCom, 2015. p. 63-82.

BORZILO, Andressa Torresilha. As potencialidades hipermidiáticas do site globoesporte.com. In: SIMPÓSIO DO LABORATÓRIO DE ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO CIDADÃ, 1., 2008, Bauru. **Anais...** Bauru, 2008. p. 1-9.

BRASIL, Lei n. 10.671, de 15 de mai. de 2003. **Estatuto de defesa do torcedor**. Brasília, DF, mai. 2003.

CAMARGO, Isadora Ortiz. Mobilidade como fator diferencial de negócios em jornalismo. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. 1. ed. Covilhã: LabCom.IFP, 2017. p. 41-59.

CARLOMAGNO, Mário Cunha. Conduzindo pesquisas com questionários *online*: uma introdução às questões metodológicas. In: SILVA, Tarcízio; BICKSTEGGE, Jaqueline; ROGEDO, Pedro. **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018. p. 31-55.

CARTOLA PRÓ: saiba tudo sobre prêmios, ligas, descontos e sorteios. **Globo Esporte**. Rio de Janeiro, 20 mar. 18. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/cartola-fc/noticia/cartola-pro-saiba-tudo-sobre-premios-ligas-desconto-e-sorteio.ghtml>>. Acesso em 01 nov. 18.

CAVALCANTI, Maria Emília Tavares Varela; ROCHA NETO, Manoel Pereira da. O uso das redes sociais na prática do jornalismo colaborativo. **Quipus**, v. 3 n (2), 2014. p. 65-78.

Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/view/703>>. Acesso em: 09 nov. 18.

CAVALINHOS do Fantástico. **Memória Globo**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/fantastico/fantastico-cavalinhos-do-fantastico.htm>>. Acesso em 16 dez. 18.

COM arbitragem decisiva, Corinthians e São Paulo empatam em Itaquera. **Globo Esporte**. São Paulo, 10 nov. 18. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/sp/futebol/brasileirao-serie-a/jogo/10-11-2018/corinthians-sao-paulo.ghtml>>. Acesso em: 10 nov. 18.

COM três gols nos últimos 10 minutos, Santos bate os reservas do Fluminense na Vila. **Globo Esporte**. Santos, 27 out. 18. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/brasileirao-serie-a/jogo/27-10-2018/santos-fluminense.ghtml>>. Acesso em: 27 out. 18.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. **Regulamento Geral das Competições – 2018**. Disponível em: <https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201712/20171218105845_0.pdf>. Acesso em: 27 out 18.

CONHEÇA a superedição da ZH de fim de semana. **GaúchaZH**. Porto Alegre: 20 fev. 16. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2016/02/conheca-a-superedicao-da-zh-de-fim-de-semana-4979464.html>>. Acesso em: 16 nov. 18.

DANTAS, Camila. Interface gráfica de usuário. **Camila Dantas eventuais posts para fins acadêmicos**. 31 mar. 2010. Disponível em: <<https://iishoujo.wordpress.com/2010/03/31/interface-grafica-de-usuario/>>. Acesso em: 07 nov. 18.

DANTAS, Ivo Henrique; DA ROCHA, Heitor Costa Lima. Dispositivos móveis na construção da notícia: a experiência do Portal Regional NE10. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. 1. ed. Covilhã: LabCom.IFP, 2017. p. 61-81.

FASSINA, Fernanda. **O gol no Twitter: uma nova maneira de narrar o futebol**. 84 f. Monografia (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2017. 128 p.
FRANGE, Marcelo Bechara Souza Nassar. **A produção do jornalismo esportivo na internet**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2016. 153 p.

FURACÃO supera atuação de Julio César, vence Flu e sai em vantagem na semifinal da Sul-Americana. **Globo Esporte**. Curitiba, 07 nov. 18. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/pr/futebol/copa-sul-americana/jogo/07-11-2018/atletico-pr-fluminense.ghtml>>. Acesso em 19 nov. 18.

FUTEBOL resultados ao vivo - SofaScore. **SofaScore**. [S. I., 2018?]. Disponível em: <<https://www.sofascore.com/pt/>>. Acesso em 14 nov. 18.

GRUPO RBS anuncia estrutura de redações integradas e novas lideranças no jornalismo.

Grupo RBS. Porto Alegre: 18 abr. 18. Disponível em:

<<http://www.gruporbs.com.br/noticias/2018/04/18/grupo-rbs-anuncia-estrutura-de-redacoes-integradas-e-novas-liderancas-no-jornalismo/>>. Acesso em: 09 nov. 18.

JERÓNIMO, Pedro. Jornalistas da imprensa regional em transição para o mobile. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio.** 1. ed. Covilhã: LabCom.IFP, 2017. p. 83-105.

JOHNSON, Telma Sueli. Pinto. Entre títulos e algoritmos: novas práticas editoriais de notícias móveis em jornais brasileiros. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio.** 1. ed. Covilhã: LabCom.IFP, 2017. p. 369-388.

LOPEZ, Debora Cristina. Mutações da narrativa radiofônica em dispositivos móveis digitais: funcionalidades e potencialidades como determinantes na construção da notícia. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo.** 1. ed. Cavilhã: Editora LabCom, 2015. p. 343-362.

LUNA, Diógenes D'Arce Cardoso de; FANTE, Alexandre. O fato jornalístico narrado por meio de notificações: um olhar sobre a aplicação dos critérios de noticiabilidade na produção das *pushed news*. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio.** 1. ed. Covilhã: LabCom.IFP, 2017. p. 175-196.

MARQUES, Alberto. Rotinas jornalísticas no *Globo A Mais*: um olhar sobre a coleta e edição de conteúdos. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo.** 1. ed. Cavilhã: Editora LabCom, 2015. p. 221-240.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. 360 p.

MELLO, Aline F. de; et. al. Jornalismo adaptado a novas telas: um estudo da linguagem jornalística nas novas interfaces móveis. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo.** 1. ed. Cavilhã: Editora LabCom, 2015. p. 83-101.

NOVO app globoesporte.com tem notícias, tabelas e vídeos do seu time. **Globo Esporte.** São Paulo, 13 set. 18. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/programas/globo-esporte/noticia/novo-app-globoesportecom-tem-noticias-tabelas-e-videos-do-seu-time-e-da-copa.ghml?fbclid=IwAR2iMlqyRWMhUeMM1H-osoGBF68bxPqNNz5AJDzzZL8VcNtmgIQJzymESHc>>. Acesso em: 27 out. 18.

NUNES, Ana Cecília B. Jornalismo digital de quinta geração: as publicações para *tablets* em diálogo com o desenvolvimento da web. **Revista Alceu.** Rio de Janeiro, n. 33 jul./dez. 2016. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/art%209-39.pdf>>. Acesso em 6 nov. 18.

PAGANELLA, Eduardo. O humor do rádio através das ondas do Facebook Live: uma análise das transmissões em vídeo dos programas Pretinho Básico e do Cafezinho. In 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: Universidade Positivo, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2984-1.pdf>>. Acesso em 16 dez. 18.

PALACIOS, Marcos; et. al. Jornalismo móvel e inovações induzidas por *affordances* em narrativas para aplicativos em *tablets* e *smartphones*. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. 1. ed. Cavilhã: Editora LabCom, 2015. p. 7-42.

PELLANDA, Eduardo Campos; et. al. Mobilidade e jornalismo digital contemporâneo: fases do jornalismo móvel ubíquo e suas características. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (Org.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. 1. ed. Covilhã: LabCom.IFP, 2017. p. 197-218.

PIBER, Gilson. Entrevista concedida a Natan Pippet Torzeschi. Santa Maria, 25 out. 18. [a entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “D” desta monografia].

PIPPER, Leandra. Entrevista concedida a Natan Pippet Torzeschi. Lages, 24 out. 18. [a entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “C” desta monografia].

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1993. 205 p.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. Tradução de Marco Antonio de Carvalho. 2. ed. São Paulo: Summus, 1989. p. 103.

PRÓXIMA edição da Copa do Rei terá transmissão em HD pelo YouTube. **ESPN**. [S. I., 2015]. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/553092_proxima-edicao-da-copa-do-rei-tera-transmissao-em-hd-pelo-youtube>. Acesso em: 24 out. 18. **ESPN. Próxima edição da Copa do Rei terá transmissão em HD pelo YouTube**. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/553092_proxima-edicao-da-copa-do-rei-tera-transmissao-em-hd-pelo-youtube>. Acesso em: 24 out. 18.

RÁDIO GRENAL. **Vídeo de Rádio Grenal**. Menlo Park: Facebook, 4 mar. 18. Disponível em: <<https://www.facebook.com/radiogrenaloficial/videos/800039336814796/>>. Acesso em 16 dez. 18.

RÁDIO GRENAL. **Vídeo de Rádio Grenal**. Menlo Park: Facebook, 7 mai. 18. Disponível em: <<https://www.facebook.com/radiogrenaloficial/videos/838684409616955/>>. Acesso em: 16 dez. 18.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e gerações do webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais**. 2010, 96 f. Moografia, (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Faculdade São Francisco de Barreiras, Barreiras 2010.

SALLA, João Vitor Taborda. Entrevista concedida a Natan Pippet Torzeschi. Inhacorá, 8 nov. 18. [a entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “E” desta monografia].

SILVA, Jonathan da. Entrevista concedida a Natan Pipper Torzeschi. Estância Velha, 14 nov. 18. [a entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “F” desta monografia].

SOARES, Edileuza. **A bola no ar, o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus, 1994. V. 45, 113 p.

SPINELLI, Egle Müller; FATIOS, Ricardo. Adaptações das *homepages* de sites noticiosos para a circulação de informações em dispositivos móveis. In: **Novos Olhares**, São Paulo, 2017, v. 6, n. 2, p. 78-90. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/131176/137045>>. Acesso em: 10 nov. 18.

TRAVASSOS, Érika. O jornalismo e as novas tecnologias. In: **Revista Temática**, 2018. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/2008/24.pdf>>, acesso em 24 out. 2018.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo: relatos de uma paixão**. São Paulo: Saraiva, 2009. V. 4.

ZAMBERLAN, Luciano; et. al. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**. Ijuí: Editora Unijuí, 2014. 208 p.

APÊNDICES

Apêndice A – Estrutura do questionário online.

1. Com que frequência você acompanha as partidas do Campeonato Brasileiro de Futebol por aplicativos com a ferramenta de transmissão online (lance a lance)? (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

- Sempre que possível
- Uma vez por semana
- Algumas vezes por mês
- Eventualmente
- Raramente

2. Em qual aplicativo você acompanha as partidas do Campeonato Brasileiro de Futebol? (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

- GloboEsporte
- GauchaZH
- Google
- Onefootball
- Placar UOL
- Other*

3. O aplicativo que você utiliza envia notificações de lances importantes da partida como gols, cartões e resultados? (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

- Sim
- Não

4. Sobre as notificações enviadas ao longo da transmissão, avalie-os quanto a relevância, onde quanto mais à esquerda significa menos relevante e mais à direita, mais relevante: (questão desenvolvida com escala de 1 a 5 para cada uma das informações).

Gol

Cartão

Lance importante

Placar parcial

Placar final

5. Em que momento/situação você utiliza a ferramenta de lance a lance? (Questão com a opção de marcar mais que uma alternativa).

- No trabalho
- Em casa
- Na escola/universidade

Em viagens

Other

6. Que tipo de informação você busca nesses aplicativos ao longo da transmissão esportiva? (Questão com a opção de marcar mais que uma alternativa).

Placar do jogo

Escalações das equipes

Cartões e/ou marcações de faltas

Lances importantes

Todas

Other

7. Que recurso é mais importante para você nesse tipo de transmissão? (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Texto

Foto

Vídeo

Infográfico

Indiferente

8. Quanto aos recursos utilizados por esses aplicativos, avalie-os quanto a importância, onde quanto mais à esquerda significa menos importante e mais à direita, mais importante. (Questão desenvolvida com escala de 1 a 5 para cada uma das informações).

Texto

Foto

Vídeo

Infográfico

9. O que é mais importante quanto à linguagem textual nas transmissões esportivas por aplicativos ou sites? (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Descrição detalhada dos gols e principais lances

Descrições breves dos gols e principais lances

Indiferente

10. Ainda dentro da linguagem textual, como devem ser descritos os gols e os lances? (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

De forma objetiva e descritiva, sem o uso de figuras de linguagem, como jargões ou humor

O uso de uma linguagem mais informal pode ser usada sem problemas

Indiferente

11. Você se dispõe a conceder uma entrevista, pessoalmente ou online, para detalhar mais informações a respeito do consumo desse aplicativo? Caso sua resposta for sim, entrarei em contato pelo e-mail informado no começo do questionário. (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Sim

Não

Perfil do Respondente

Gênero (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Masculino

Feminino

Estado (as alternativas continham todos os estados brasileiros). (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Idade (questão que contava com um campo para preenchimento).

Estado civil (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Solteiro (a)

Casado (a)

Separado (a)

Viúvo (a)

Grau de escolaridade (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Ensino fundamental

Ensino médio

Graduação

Curso técnico

Especialização ou MBA

Mestrado

Doutorado

Pós-Doutorado

Ocupação (Questão com a opção de marcar somente uma alternativa).

Funcionário (a) Público (a)

Autônomo (a)

Profissional liberal

Empregado (a) assalariado (a)

Aposentado (a)

Desempregado (a)

Apêndice B - Roteiro de entrevista dirigida.

Quando você começou a acompanhar futebol?

Em que momento você passou a acompanhar partidas de futebol em veículos de comunicação?

E por aplicativo, quando você começou a acompanhar partidas de futebol?

Eu gostaria que você comentasse como acontece esse acompanhamento pelo aplicativo?

Que ferramentas ou funções você gosta no aplicativo?

E quais as funções que você não gosta?

O fator torcida interfere em você acompanhar partidas pelo aplicativo?

Existe algum outro fator que leva você a acompanhar as partidas pelo aplicativo?

O horário da partida interfere em você acompanhar a partida pelo aplicativo?

Você costuma acompanhar o pré-jogo pelo aplicativo?

Que tipo de informação você busca no pré-jogo?

Você segue acompanhando o pós-jogo?

Você costuma assistir gols e lances da partida pelo aplicativo?

Em algum momento do jogo você desiste de acompanhar a transmissão pelo aplicativo?

Tem o costume de ir em estádios assistir jogos?

Você acompanha partidas pelo rádio?

Você acompanha notícias de esportes pelo aplicativo?

Ele encaminha notificações de notícias para você?

Você gosta de acompanhar notícias pelo aplicativo?

Apêndice C – Entrevista com Leandra Pipper.

Entrevista completa com Leandra Pipper, usuária do aplicativo GloboEsporte.com, realizada via ligação do *Whatsapp*, em 24 de outubro de 2018.

[Natan Pipper] Quando você começou a usar o aplicativo para acompanhar futebol?

[Leandra Pipper] - Nesse ano.

[N.P.] Você já acompanhava futebol por outras ferramentas?

[L.P.] - Pela televisão.

[N.P.] O que você gosta nesse aplicativo?

[L.P.] - É que ele manda as informações em tempo real.

[N.P.] E quais funções você considerara que dificulta na transmissão nesse aplicativo?

[L.P.] - Eu acho que não tem nada nesse sentido.

[N.P.] Você acompanha jogos do seu time?

[L.P.] - Sim

[N.P.] O horário da partida interfere em você acompanhar pelo aplicativo?

[L.P.] - Não.

[N.P.] Você costuma acompanhar o pré-jogo?

[L.P.] - Nem sempre, às vezes eu olho. Para ter uma noção de como será a partida.

[N.P.] Que tipo de informação você busca nesse momento da transmissão?

[L.P.] - As escalações.

[N.P.] E o pós-jogo você acompanha?

[L.P.] - Não.

[N.P.] Agora eu vou ler umas situações e eu gostaria que você imaginasse como seria a sua reação se você estivesse acompanhando pelo aplicativo. O seu time faz um gol.

[L.P.] - Eu fico feliz. Vou ver quem fez o gol.

[N.P.] E se o adversário faz um gol?

[L.P.] - Eu fico brava, chingo, fico estressada, e também procuro ver quem fez o gol e porque o meu time levou o gol.

[N.P.] O seu time teve um jogador expulso.

[L.P.] - Eu fico brava, e procuro ver porquê ele foi expulso para ver se realmente foi necessário.

[N.P.] E se o time adversário tem um jogador expulso?

[L.P.] - Eu fico feliz, independente se foi necessário ou não.

[N.P.] Se acontece um pênalti para o seu time?

[L.P.] - Eu fico muito feliz e nervosa.

[N.P.] E se o time adversário tem um pênalti?

[L.P.] - EU fico estressada, irritada.

[N.P.] Se o seu time perde um pênalti?

[L.P.] - Furiosa, triste.

[N.P.] E se o adversário perde um pênalti?

[L.P.] - Feliz.

[N.P.] Em alguma dessas situações você desiste de acompanhar a partida?

[L.P.] - Sim, quando o meu time está perdendo por muitos gols de diferença e eu sei que não tem mais como empatar.

[N.P.] Você costuma assistir gols e lances ao longo da transmissão?

[L.P.] - Assistir não.

[N.P.] Costuma ir ao estádio acompanhar partidas de futebol?

[L.P.] - Não.

[N.P.] Qual é a sua preferência em acompanhar partidas de futebol?

[L.P.] - Eu prefiro acompanhar pela televisão. Porque eu sinto que envolve mais o telespectador do que quando pelo aplicativo.

[N.P.] Nas situações em que você acompanha pelo aplicativo, como isso acontece? Por que isso acontece?

[L.P.] - Pelo aplicativo eu sinto que eu estou acompanhando, mas eu não estou tão a par do que está acontecendo, entendeu? Prefiro olhar pela televisão.

[N.P.] Em que situações acontece de você usar o aplicativo?

[L.P.] - Quando o jogo do meu time está passando por um canal que eu não posso assistir.

[N.P.] Você já acompanhou partidas por rádio?

[L.P.] - Já.

[N.P.] Tem costume de acompanhar?

[L.P.] - Não.

[N.P.] Você acompanha notícias de esportes?

[L.P.] - Sim, pela televisão e pelo aplicativo do GloboEsporte.com.

[N.P.] Você recebe notificações desse aplicativo?

[L.P.] - Recebo, notícias, mas eu não costumo ler as notícias, se me der interesse eu abro e olho.

[N.P.] Que tipo de notificação lhe demonstra interesse?

[L.P.] - Quando é relacionado ao meu time, contratação e jogos.

Apêndice D – Entrevista com Gilson Piber.

Entrevista completa com Gilson Piber, usuário do aplicativo GloboEsporte.com, realizada via ligação por telefone, em 25 de outubro de 2018.

[Natan Pipper] Como você começou a gostar de acompanhar o futebol?

[Gilson Piber] - Na realidade, eu busquei o jornalismo e o rádio por gostar de esporte. O sonho de criança sempre foi trabalhar com jornalismo esportivo e no rádio. Isso acabou se concretizando aos poucos. Quando criança eu tinha o popular dois em um, que era o rádio grandão com AM/FM e toca fita, e eu gravava algumas entrevistas com meus amigos após os jogos, com perguntas e respostas. Depois a gente se reunia pra ouvir. Aí foi nascendo esse gosto pelo esporte, pelo jornalismo esportivo, que culminou com o curso de comunicação social jornalismo na UFSM. A partir disso o trabalho com a área de jornalismo esportivo, como repórter, como comentarista, até em algumas oportunidades eu vim a ser narrador de

futsal, pois eu era um pouco mais experiente que os alunos que participavam do programa na Rádio Universidade, o Radar Esportivo, e agente fez algumas transmissões de campeonato estadual pelo estado e até de final da Liga Futsal em Carlos Barbosa. Sempre foi um objetivo desenvolver a área do esporte, claro que hoje a gente trabalha com educação e pega todas as áreas. Quem trabalha com rádio tem que ser bem polivalente, ter uma atuação diversificada e agente, aos poucos, foi pegando esse hábito e sempre aprimorando, sempre aprendendo no sentido de se capacitar e qualificar ainda mais.

[N.P.] E acompanhar as partidas de futebol pelos aplicativos, você passou a acompanhar a partir de que momento?

[G.P.] - Depois, até pelo lado profissional, se fez necessário. Eu acompanho principalmente pelo G1, e assim tem um outro site que é o superplacar.com.br, que é um site bem interessante, que ajuda na obtenção dos resultados, de tabelas de classificação. Eu também gosto do site da ESPN que traz informações e hoje, cada vez mais, o jornalismo esportivo ele está em múltiplas plataformas. Pra quem trabalha nessa área, é fundamental esse conhecimento. A exigência do mercado de trabalho faz com que o aluno que vai virar profissional, ele tenha conhecimentos básicos, e ousa dizer que qualificados, na parte de texto, de fotografia, na parte de rádio e na parte online. Ele tem que ser um cara completo. Claro, falando também na questão de televisão, vídeo, imagens e texto, isso tudo está inserido num processo fundamental e necessário pra que o jovem profissional, e até o profissional mais experiente, tenha qualidade para realizar esse trabalho. Qualquer coisa que fuja disso, vai atrapalhar o dia a dia desse profissional. Ele precisa estar atento a todos esses processos. Hoje, não dá pra se dizer que o profissional tem uma atuação apenas com o texto no impresso, ele tem que conhecer como funciona toda a estrutura e o caminho do jornalismo digital, do jornalismo na internet é um caminho sem volta, que exige sempre a qualificação, a capacitação, o aprimoramento de qualquer profissional.

[N.P.] Em que momento você acompanha uma partida pelo aplicativo?

[G.P.] - Eu uso muito o minuto a minuto. Presto muita atenção. E isso é importante, é fundamental. Como eu trabalho com rádio e o texto do rádio é muito próximo da questão do digital, pela objetividade. Esse trabalho que é feito, tu observas, tu descreves e tu contextualizas os fatos que ocorrem. Então, isso também exige uma percepção muito forte do profissional em fazer essa cobertura. Eu acompanho a título de informação, mas é claro que tu estás sempre com a internet ligada e tu ficas acompanhando. Os momentos principais é possível acompanhar no lance a lance e é claro que ajuda muito também na definição da escalação das equipes, da comissão técnica, das trocas. Sobretudo, nessa descrição dos lances,

e o grande momento, é claro, quando ocorre o gol. Também ali na descrição quando tem os cartões, quando ocorre um lance mais ríspido, uma confusão. Isso é marcante nesse processo de acompanhamento feito por esse profissional no minuto a minuto.

[N.P.] Alguns aplicativos eles acompanham o pré-jogo. Você costuma acompanhar antes da partida começar?

[G.P.] - Não, fico mais na parte do acompanhamento do jogo propriamente dito. Eu dou uma olhada nas chamadas. Por isso eu cito o exemplo do G1, que eles têm os *links* de chamadas “as equipes estão no aquecimento”, “as equipes estão escaladas”, “o trio de arbitragem”, mas eu acompanho mesmo na parte do andamento do jogo, que é o que me interessa.

[N.P.] O horário da partida interfere em você acompanhar pelo aplicativo?

[G.P.] - Eu acompanho mais no final de semana, porque nos outros dias, e dias que têm transmissão pela televisão aberta, você fica mais ligado na tv aberta. No final de semana você tem mais tempo, não tem aquela correria do trabalho. Por exemplo, um jogo que começa tarde da noite, vai terminar ali perto da meia noite, você já tem que pensar no seu trabalho no dia a dia, e você acaba não acompanhando muito direto. Mas sábado e domingo esse acompanhamento é maior.

[N.P.] Você tem a questão de torcida por alguma equipe, isso interfere em você acompanhar ou não a partida?

[G.P.] - Eu acompanho mais os jogos da dupla GreNal, que são os representantes do Rio Grande do Sul no Campeonato Brasileiro da Série A e, de vez em quando, assim os jogos do Juventude e do Brasil na Série B.

[N.P.] Tem outro fator que leva você acompanhar uma partida?

[G.P.] - Mais assim é a título de informação, como profissional e, sobretudo, como apreciador do futebol, você acompanha, você presta mais atenção, tem essa intenção mais clara no minuto a minuto.

[N.P.] Você costuma acompanhar pelo aplicativo vídeos de gols e lances?

[G.P.] - Sim, bastante. Porque hoje, como tudo está dentro da internet, é um processo imagético muito forte. Então, você está acompanhando um jogo e você está no trabalho, na rua, na universidade, eu boto pra ver os gols no intervalo da aula, você clica nesses vídeos pra ver os gols. Essa é uma parte importante, e eu diria fundamental, nesse acompanhamento.

[N.P.] E você costuma acompanhar após os 90 minutos?

[G.P.] - Não tenho esse hábito.

[N.P.] Tem algum momento em que você desiste de acompanhar?

[G.P.] - Não. Quando é jogo da dupla GreNal eu faço um acompanhamento mais direto. Quando é de outras equipes eu até dou uma olhada e busco mais os vídeos dos gols, pra ver como foi o lance, como se desenvolveu.

[N.P.] Você falou que havia começado ouvindo bastante rádio, você ainda acompanha transmissões pelo rádio?

[G.P.] - Fundamentalmente. Com a tv digital, tem um pequeno *delay*, que faz com que o gol no rádio chegue antes do que a televisão. Mas eu uso o rádio quando eu não tenho acesso a televisão e principalmente no pós-jogo. Diria assim que o rádio é usado no pré-jogo e no pós-jogo. E nesse intervalo, quando se tem acesso à televisão, a gente vê mais pela televisão.

[N.P.] Você costuma acompanhar partidas no estádio?

[G.P.] - Sempre que possível eu vou. Mas hoje, a categoria de torcedor de sofá está aumentando bastante, por que o custo, por exemplo, de uma viagem, para sair aqui de Santa Maria e ir a Porto Alegre, comprar ingresso, se você vai com duas pessoas, você vai gastar no mínimo 400, 500 reais, com passagem, ingresso, alimentação. Então é um custo muito elevado.

[N.P.] E dentro do aplicativo você costuma acompanhar algumas notícias?

[G.P.] - Sempre acompanhando.

[N.P.] E ele encaminha notificações?

[G.P.] - Não. Eu prefiro que eu busque elas. Eu não abro para que receba essas notificações.

[N.P.] O que te leva a ler uma notícia?

[G.P.] - Mais as notícias de preparação pro jogo e depois até o acompanhamento de detalhes relativos ao jogo, a competições, a tabela de classificação, a próxima rodada, quem se lesionou, quem recebeu cartão, quem está suspenso. É aquela projeção para o jogo seguinte. Isso também vale quando eu acesso os resultados da Fórmula 1. Então é bem significativo isso também.

[N.P.] Quanto a usabilidade do aplicativo, você considera ele bom no acompanhamento em tempo real?

[G.P.] - Eu acho bom, mas ele pode melhorar, ele pode avançar. Algumas funcionalidades um pouco confusas, demoradas para o acesso, e isso faz com que você, não digo que perca o gosto. A demora pro acesso, para chegar determinada situação. Isso vai desanimando um pouco o internauta. Seria importante um acesso mais rápido, uma funcionalidade mais clara, mais objetiva, enfim, que facilitasse o acesso pelo internauta.

[N.P.] Isso você se refere em abrir o aplicativo, até chegar na transmissão?

[G.P.] - Isso. E na internet tem muito infográfico, tem vídeo, tem áudio. Esses materiais eu entendo que a parte de publicidade ela seja importante, mas tem algumas publicidades que são longas, antes de você ter acesso ao gol, antes de você ter acesso a jogada. Essa publicidade poderia ser mais diminuta quanto ao tempo. Eu entendo a parte publicitária, é com esse recurso que se paga os profissionais, que mantém, aprimora a estrutura. Mas isso é um impeditivo em alguns momentos.

[N.P.] E quanto às facilidades que esse aplicativo trás, seriam quanto às informações em tempo real?

[G.P.] - Exatamente. Esse é um dado interessante. A instantaneidade e o imediatismo. São características inclusive do rádio, e que a internet já assimilou bem, e é por isso que a audiência, os acessos a esses sites aumentam consideravelmente.

Apêndice E – Entrevista com João Vitor Taborda Salla.

Entrevista completa com João Vitor Taborda Salla, usuário do aplicativo GloboEsporte.com, realizada via ligação por telefone, em 8 de novembro de 2018.

[N.P.] Em que momento você começou a acompanhar partidas de futebol?

[João Vitor] - Desde que eu me conheço por gente. Desde a infância. Na verdade, a primeira lembrança que eu tenho de acompanhar partidas de futebol é uma quarta à noite, passava na TV. Mas isso eu devia ter uns cinco anos, quando foi que eu comecei a entender o que é a partida de futebol.

[N.P.] E pelo aplicativo, você acompanha desde quando?

[J.V.] - Desde que eu tenho internet, fazem quase dez anos. Eu acompanho via internet, principalmente os resultados, porque a gente não consegue ter acesso, se for hoje pelo Premiere, por exemplo, a partidas de futebol.

[N.P.] Pelo aplicativo do GloboEsporte.com, o que você considera melhor na hora de acompanhar a partida?

[J.V.] - Eu acho que a facilidade. Mas para mim, o GloboEsporte é um aplicativo que eu sempre acompanhei. Então, isso está intrínseco na minha consciência. Se eu for procurar alguma coisa é o GloboEsporte. Claro, hoje tem o Twitter, que hoje é muito mais instantâneo. Só que eu prefiro o GloboEsporte porque eu consigo ter acesso aos vídeos também e por ter acompanhado sempre pelo GloboEsporte e acaba sendo uma maneira mais fácil de eu me encontrar com a tecnologia que o aplicativo me oferece.

[N.P.] O fato da partida ter transmissão pela televisão, muda você acompanhar pelo aplicativo?

[J.V.] - Depende. Por exemplo, se eu estou assistindo a partida, eu estou mais ligado no Twitter. Quando eu estou assistindo na TV aberta é muito mais fácil, porém na TV fechada você tem uma dificuldade a mais, porque TV fechada te oferece mais informações, do que o aplicativo. O aplicativo é, basicamente, uma TV aberta, só que com vários minutos de *delay*. Então, para mim, sempre que eu consigo, prefiro olhar pela TV. As o aplicativo é muito útil. Quando eu fazia faculdade, eu utilizava o aplicativo e o Twitter, para eu saber os resultados dos jogos quando eu estava em trânsito.

[N.P.] Em algum outro momento você acompanha pelo aplicativo?

[J.V.] - Geralmente, quando eu não tenho acesso à TV, e porque eu sou muito ligado às partidas. Eu sempre estou dando uma olhada no aplicativo, mas não é aquela olhada considerável, por exemplo, eu deixo aberto a aba ali, mas eu não vou estar constantemente olhando o que acontece durante a partida. Vai ter notificação aí eu vou olhar.

[N.P.] Você falou das notificações, o que seria mais importante, na hora de transmitir uma informação por notificação?

[J.V.] - Depende muito do jogo. O principal é o gol. Mas depende o jogo, até o lance se torna importante. Um jogo de mata-mata, a partida de volta do mata-mata, por exemplo, até um lance eu acho importante. Então, varia muito quanto a relevância da partida. Dependendo do que é a partida, se eu acompanho esse futebol ou não. Por exemplo, eu acompanho Campeonato Brasileiro e Liga dos Campeões, isso é importante, mas tem um mata-mata pela Copa do Brasil e está tendo uma outra partida de time sul-americano na Libertadores, se der um lance dessa partida da Copa do Brasil, eu acho mais válido do que um gol na partida de estrangeiros na Libertadores.

[N.P.] Quanto a questão do pré-jogo, você acompanha alguma informação pelo aplicativo?

[J.V.] - Como eu sou ligado muito no futebol, eu sempre estou acompanhando à noite. Hoje à noite, quando eu chegar em casa, pelas oito e meia, nove horas da noite, eu vou olhar as notícias de futebol, provavelmente, vou abrir o aplicativo do GloboEsporte, vou olhar o que que têm. Antes da partida, a informação que eu olho são as escalações, a menos que eu não esteja acompanhando o que tem antes. Por exemplo, entem tinha uma partida da Liga dos Campeões, era o jogo do Liverpool, e eu não sabia que ele ia entrar com o time reserva. Quando eu cheguei em casa para olhar os gols, puts cara, entraram com time reserva e perderam a partida. Só que eu não procurei a informação por não conseguir acompanhar a partida naquele horário. Mas se eu tivesse tempo para acompanhar, eu teria olhado as escalações e estaria palpitando no Twitter.

[N.P.] E após o término do jogo você acompanha alguma coisa?

[J.V.] - Dificilmente. Praticamente não vejo quase nada no pós-jogo. Eu vou pro Twitter eu vou para as redes sociais, mas no aplicativo eu só vejo as entrevistas, o compilado, que é redigido o que os jogadores falaram na saída e só.

[N.P.] O fator de torcida interfere em você acompanhar uma partida?

[J.V.] - Depende. Por exemplo, de quem eu estou acompanhando a partida. Eu acho que eu prefiro olhar de um modo mais parcial, porque a imparcialidade também não existe. Eu acho que eu consigo acompanhar de uma forma mais parcial, por um viés mais profissional. Mas geralmente eu estou dando opinião, estou dando pitaco. A torcida geralmente influencia, mas não pela forma que escolho o que assistir e o que acompanhar.

[N.P.] Mas você torce por algum clube?

[J.V.] - Torço.

[N.P.] E quais os fatores que fazem você acompanhar o jogo?

[J.V.] - Primeira coisa, se eu estou torcendo para alguma equipe que vai jogar. Depois, se a partida vai ser um super-jogo, por exemplo, River e Boca, eu não torço para nenhum dos dois, mas vai ser um super-jogo que eu não vou perder por nada. Eu tenho um carinho pelo Liverpool, o estilo de jogo do Liverpool, do Arsenal, das equipes inglesas. Então, se eu consigo acompanhar os resultados dessas partidas, isso vem pela minha afinidade com o futebol. Mas chega a jogar um time que eu não tenho afinidade, não é um super-jogo, não é mata-mata, porque pra mim mata-mata conta mais que pontos corridos, passa muito mais emoção. Eu nunca iria assistir um Atlético Paranaense e Fluminense, se fosse Campeonato Brasileiro, mas mata-mata, ontem, passou muito mais emoção para quem está acompanhando. Pontos corridos acaba sendo times que brigam por alguma coisa contra times que não brigam por nada.

[N.P.] Você chega a desistir de acompanhar a partida pelo aplicativo?

[J.V.] - Já aconteceu, mas é raro. Eu curto muito assistir futebol nas quartas à noite. Passa na TV aberta, ou fechada. Tipo, quarta e domingo é o dia do futebol. Já teve jogos assim, horríveis, mas é como eu te falei, naquela lista preferencial, se tem alguma partida dessa lista, se não é o clube que eu torço, eu já tenho um motivo para largar a partida, se ela não estiver interessante. Se é uma partida que tem muito comentário, futebol legal, futebol bonito, que vale alguma coisa. Um Vasco X Ponte Preta numa quarta à noite é bem provável que eu não assista.

[N.P.] Alguma relação entre classificação de tabela interfere em você acompanhar a partida?

[J.V.] - Claro, por exemplo, um time que está brigando pela Libertadores (vaga), tem uma partida contra um que pode ser rebaixado daqui duas, três rodadas, eu quero assistir uma partida assim. Então, é a emoção que o futebol passa que me faz assistir a partida. Porque se sabe que não será uma partida à toa, sabe que vai ser uma partida em que os dois querem ganhar e vai ser um jogo bonito de você assistir.

[N.P.] Você comentou que usa o Twitter, como que acontece isso ao longo de uma partida? Você usa mais quando está acompanhando pela TV ou pelo aplicativo?

[J.V.] - Eu uso muito o Twitter quando estou acompanhando pela TV. Dificilmente eu dou pitaco quando estou acompanhando pelo aplicativo. Primeiro porque eu vou estar dando pitaco numa coisa que eu nem sei que está acontecendo. De acordo com o aplicativo são as escalações.

[N.P.] Quanto às descrições que acontecem em forma de texto, você confia nessas descrições?

[J.V.] - Já aconteceu da descrição em texto ser diferente do lance. É tipo o rádio, você fica escutando pela Gaúcha ou pela Guaíba, e o narrador está todo empolgado, e vai ser lance de gol. Mas se você for acompanhar o jogo pela TV, e quando ele está falando que vai ser um lance de gol, a bola está lá no meio de campo. Eu acho que a sacada do aplicativo é muito parecido com isso. Eles colocam lá, “jogada perigosa”, só que quando você vê o vídeo depois, não foi uma jogada realmente perigosa. Teve chance de gol, só que seriam mínimas. Um negócio super tosco. Não foi uma finalização perigosa.

[N.P.] Existe alguma coisa dentro do aplicativo que poderia ser aprimorado?

[J.V.] - Eu acho que as coisas poderiam ser mais detalhadas em lances capitais. Por exemplo, para quem não está acompanhando pela televisão, às vezes, aparece um lance (descrito) “jogador fez a jogada e bateu pro gol e gol”. Eu acho que poderia ser bem mais detalhado lance capital. Poderia dizer que o erro foi na saída de bola, ou o erro foi no meio de campo, o volante que errou o passe. Uma análise mais clínica do lance, mais profissional do que aconteceu. Mais contextualizado. Claro, colocar lá gol e na próxima descrição, você colocar o porquê o gol aconteceu. Eu acho legal que além de tu transmitires a informação do gol, tu transmitires porque aconteceu o gol. Pois quem não está assistindo pode ter a noção do que está acontecendo no jogo. Isso é um meio que a pessoa pode entender melhor do que está se passando na partida.

[N.P.] E você tem o costume de ouvir pelo rádio partidas?

[J.V.] - Ultimamente eu não tenho tanto esse costume, mas até eu começar a acompanhar as partidas pela TV fechada e pelo aplicativo eu escutava muito rádio. Só que, o que acontece,

eu, pelo menos, numa região que dificilmente pega sinal da Gaúcha, e as emissoras aqui, que são filiadas, elas não transmitem tantas jornadas esportivas. A rádio Ciranda, é a principal delas. Agora tem a Colonial, que começou a liberar sinal e às vezes eles transmitem. Mas eu não sou muito fã do rádio. Eu escutava mais quando eu era criança. O rádio é sensacional. Eu gosto do rádio, mas eu prefiro o audiovisual. Se fosse escolher uma maneira que te passa mais emoção, seria o rádio. O único problema do rádio é que ele não te passa exatamente o que está acontecendo, ele te passa uma emoção exagerada e você acha que a qualquer momento vai sair um gol. Você pode ter uma melhor descrição pelos aplicativos e assistindo pela televisão.

[N.P.] Que tipo de notícia você acompanha pelo aplicativo?

[J.V.] - Praticamente tudo. O que eu não acompanho. Eu acompanho mais futebol. Futebol nacional e internacional, focado nos clubes que eu tenho preferência, que eu acho relevante. Geralmente eu não vejo notícias de outros clubes, eu vejo mais dos clubes que eu já acompanho. Se o clube não está nessa lista, eu vejo só algumas coisas relevantes. Tipo o escândalo, tipo o que aconteceu com o Inter, aquele escândalo dos 10 milhões. Essas coisas nesse sentido, mais notícias pontuais.

[N.P.] Essas questões fora do contexto do jogo, como você citou o que aconteceu com o Inter, até mesmo o que está acontecendo sobre o jogador que foi morto, seriam essas notícias que você acompanharia?

[J.V.] - Isso. Eu estou inclusive acompanhando isso do jogador. Só que um defeito que eu acho que eu tenho, e que um monte de pessoas também têm, é que esse caso do jogador, seria algo que, se ele não fosse jogador, não teria a visibilidade que tem, só que as pessoas não iriam querer procurar saber o que aconteceu. Isso é um defeito que se a notícia estivesse no G1 e não fosse um jogador, eu não iria estar acompanhando o jogo. Claro, tem a relevância de um caso brutal, por isso eu iria acompanhar. O fato do cara ser um jogador te faz olhar melhor a notícia. Pois notícia negativa vende.

[N.P.] Você tem o aplicativo do G1?

[J.V.] - Tenho.

[N.P.] Acompanha alguma notícia pelo aplicativo?

[J.V.] - Eu tenho o aplicativo do G1 mas é um aplicativo bem pontual. Eu não utilizo muito ele. Eu utilizo ele quando eu estou em locomoção. Mas diariamente, eu prefiro acessar o portal deles.

[N.P.] O aplicativo do GloboEsporte encaminha algumas notificações. Você acompanha as notícias quando você recebe a notificação?

[J.V.] - Não. Só que eu não faço isso, porque eu sei que, quando eu chegar à noite em casa, eu vou acompanhar depois, em um horário reservado para isso. Mas se fosse alguns anos atrás, quando eu não estabelecia essa rotina para mim, provavelmente eu clicaria. Mas se eu receber uma notificação, no meu horário livre e for algo relevante, eu vou ver do que se trata.

[N.P.] As notificações são de fatos importantes do dia, alguma você não acompanha?

[J.V.] - Pode ser que sim, por exemplo, hoje, saiu uma notificação de que o Philippe Coutinho pode ser cortado, eu ainda não olhei do que se trata, porque eu não acho relevante.

Apêndice F – Entrevista com Jonathan da Silva.

Entrevista completa com Jonathan da Silva, usuário do aplicativo GloboEsporte.com, realizada via ligação por telefone, em 14 de novembro de 2018.

[N.P.] Quando você começou a acompanhar futebol?

[Jonathan da Silva] - Desde que me entendo por gente, mas com consciência foi por volta de 2007.

[N.P.] E em que momento você começou a acompanhar partidas de futebol em veículos de comunicação?

[J.S.] - Também em 2007, nas rádios gaúchas, pois na época TVs por assinatura e Internet eram caros e não tão desenvolvidos como hoje.

[N.P.] E por meio do aplicativo?

[J.S.] - Já mais recentemente, por volta de 2015, com os avanços e detalhes que essa ferramenta dispõe.

[N.P.] Como acontece esse acompanhamento pelo aplicativo?

[J.S.] - Acontece quando não há como ver pela televisão, assim ouvindo a narração da partida pelo rádio e acompanhando alguns detalhes pelo aplicativo ou, em situações mais extremas, acompanhando somente o lance-a-lance para saber o que acontece no jogo, também assistindo os vídeos, acompanhando estatísticas, sempre imaginando o que acontece conforme a descrição do aplicativo.

[N.P.] O que você gosta no aplicativo?

[J.S.] - Gosto dos vídeos que mostram as melhores jogadas, já que é uma ferramenta justamente para desenhar jogadas que não temos como ver no momento, e da descrição informal dos lances, que geralmente entra mais fácil na cabeça do torcedor.

[N.P.] Quais as funções que você não gosta?

[J.S.] - Não gosto muito da falta de estatísticas mais detalhadas, já que seria um reforço do que está sendo descrito, e dos anúncios, pois mais atrapalham na hora de ficar atento aos detalhes que trazem alguma ideia de consumo.

[N.P.] O fator torcida interfere em você acompanhar uma partida pelo aplicativo?

[J.S.] - Diretamente, pois é justamente a torcida que te traz o interesse de querer ficar sabendo dos detalhes do jogo e acompanhar com fidelidade. Sem essa vontade de torcedor, seria menos interessante baixar um aplicativo que te detalhe aquilo que acontece com o time.

[N.P.] Existe outro fator que leva você a acompanhar as partidas pelo aplicativo?

[J.S.] - Às vezes ficar sabendo da situação de outros times, de adversários, de rivais, mas em geral se manter informado no contexto do futebol.

[N.P.] O horário da partida interfere em você acompanhar a partida pelo aplicativo?

[J.S.] - Em casos em que não me encontro em casa, como na escola ou em compromissos, e não tenho outra ferramenta naquele momento, sim.

[N.P.] Você costuma acompanhar o pré-jogo?

[J.S.] - Sim, traz ideias do que será a partida.

[N.P.] Que tipo de informação você busca no pré-jogo?

[J.S.] - Gosto de saber as escalações das equipes e como elas chegam para aquela partida no contexto.

[N.P.] Você segue acompanhando o pós-jogo?

[J.S.] - Às vezes. Gosto de acompanhar entrevistas de jogadores e técnicos que tragam explicações para o que aconteceu durante o jogo, além de estatísticas interessantes.

[N.P.] O acompanhamento que você faz é contínuo, dá uma olhada depois faz outra coisa como que é?

[J.S.] - É variável. Contínuo quando é a única ferramenta disponível e fazendo outras coisas ao mesmo tempo quando se tem outra forma de acompanhar o jogo, ficando o aplicativo em segundo plano apenas como entretenimento e algo a mais.

[N.P.] Você costuma assistir gols pelo aplicativo?

[J.S.] - Sim, pois quando você não pode vê-los ao vivo, é bom ter uma noção de como foi. E, mesmo nos casos em que viu ao vivo, é bom pra rever o lance mais atentamente.

[N.P.] E os lances do jogo?

[J.S.] - Assim como os gols, sim. É fundamental ver para o decorrer da partida e incluir no contexto, assim como rever e analisar.

[N.P.] Em algum momento do jogo você desiste de acompanhar a transmissão pelo aplicativo?

[J.S.] - Só quando tenho a opção de ver melhor o jogo em outra ferramenta, como rádio e TV, ou quando não é do meu time e vejo por interesse, que se perde conforme o decorrer da partida.

[N.P.] Tem o costume de ir em estádios assistir jogos?

[J.S.] - Não, é inviável.

[N.P.] Ouve partidas pelo rádio?

[J.S.] - Hoje em dia pouco, mas antigamente sim, quando era a ferramenta mais prática pra saber dos detalhes da partida em tempo real.

[N.P.] Você acompanha notícias de esportes pelo aplicativo?

[J.S.] - Sim, é essencial para se manter por dentro do que acontece no futebol e no time de coração, pois tão importante como o jogo, é o dia-a-dia da equipe e do esporte.

[N.P.] Ele encaminha notícias para você por meio de notificações?

[J.S.] - Sim, com informações do jogo e notícias.

[N.P.] Você gosta de acompanhar notícias pelo aplicativo?

[J.S.] - Sim, é a ferramenta mais acessível pra se manter informado sobre o que acontece na rotina do seu time e do futebol.