

Do radinho de bolso ao celular: a recepção de informações em transmissões esportivas no Globo Esporte.com¹

Natan Pippet TORZESCHI²

Lara NASI³

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ), Ijuí, RS

Resumo

O presente artigo tem o propósito de compreender a recepção de informações através do aplicativo GloboEsporte.com, ao longo das transmissões de partidas de futebol. Para tal, a análise centra-se na produção jornalística desse meio, para partir a uma coleta de dados referente aos usos desse aplicativo, buscando averiguar as condições de uso, as formas e os porquês de seus consumos, por meio de pesquisa online e entrevistas por telefone. Dessa forma, percebe-se um uso significativo do aplicativo quando as pessoas não têm condição de assistir as partidas pela televisão, além de um usuário interessado em saber como acontecem os lances pelas descrições de texto e a preferência pelos vídeos presentes no aplicativo.

Palavras-chave

Jornalismo Esportivo; Jornalismo Móvel; Recepção.

Considerações iniciais

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

Na 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 (SOARES, 1994, p. 13), viu-se, duas décadas mais tarde o desenvolvimento da televisão, que também dedicou-se à cobertura esportiva e, na mais recente forma de transmissão de partida, a internet proporcionou

¹ Trabalho apresentado na IJ 01 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UNIJUÍ, e-mail: natantorzeski@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIJUÍ, e-mail: nasi.lara@gmail.com.

outras configurações, como, recentemente, a Copa del Rei da Espanha, que em 2015 foi transmitida pelo Youtube⁴.

No novo cenário das comunicações, falar de internet significa também falar de um tipo de uso de dispositivo comunicacional que acompanha o usuário aonde quer que vá: o telefone celular. A Pesquisa Brasileira de Mídia em 2016 já apontava que 91% da população brasileira possuía acesso à internet pelo celular, enquanto apenas 65% acessavam a internet pelo computador (BRASIL, 2016). Essas considerações apontam para o cenário do jornalismo móvel, com o desenvolvimento de aplicativos e características pensados para a navegação a partir de celulares, cuja aposta é em características como mobilidade, ubiquidade e multimedialidade (Pellanda; et atl., 2017).

Neste artigo, propõe-se uma discussão sobre jornalismo móvel no âmbito da produção especializada, com foco no esportivo. Busca-se compreender a recepção de informações pelo aplicativo GloboEsporte.com, investigando como as pessoas utilizam o aplicativo⁵.

Considera-se, a partir de Martin-Barbero (1997), que a análise deve partir não da mensagem que o veículo produz, mas da recepção, “concebida simples ou sofisticadamente como indagação acerca dos efeitos ou da recepção” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 281). Para isso, foi desenvolvido um questionário de pesquisa on-line e realizadas entrevistas com usuários do aplicativo, a fim de entender as formas de consumo e recepção dessas informações.

No artigo, também se discute sobre o cenário do jornalismo móvel, a partir das características de mobilidade e ubiquidade, e caracterizam-se aspectos desta nova forma de fazer e, especialmente, de consumir informações jornalísticas, centrando-se na observação do aplicativo GloboEsporte.com, mas cotejando com outras possibilidades, estudadas por outros pesquisadores.

O jornalismo no celular: mobilidade e ubiquidade

O jornalismo que se acessa no celular é o mesmo jornalismo que está presente em mídias tradicionais ou mesmo em sites no formato *desktop*: o resultado, em textos, vídeos,

⁴ 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.

⁵ O artigo trata-se de um recorte de pesquisa maior, apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso ao curso de Jornalismo da Unijuí, em dezembro de 2018.

áudios ou fotos, do processo de apuração, de contar sobre o que aconteceu ou está acontecendo. Mas os *smartphones* permitem novos usos de recursos multimídia. Pellanda et al. afirmam que eles “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).

Cabe destacar o que vem sendo o diferencial para a apuração, publicação e consumo da notícia quando pensada para o celular: a mobilidade. Pellanda 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).

Os autores comentam 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 pensados para aqueles que andavam pelas ruas” (PELLANDA; et. al., 2017, p. 198).

À mobilidade, pode ser associada a ubiquidade, já que “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” (PELLANDA et al., 2017, p. 217).

Pesquisadores e pesquisadoras têm observado características do jornalismo móvel a partir de objetos empíricos distintos. Camargo (2017), ao estudar as relações de mobilidade do aplicativo do NYTimes⁶, 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

⁶ O projeto do aplicativo do Jornal *The New York Times* iniciou em 2010 e modificou as produções em jornalismo móvel.

comportamental é possível testar muitos projetos neste âmbito (CAMARGO, 2017, p. 54).

Camargo (2017) ainda observa que o desenvolvimento de aplicativos móveis jornalísticos compete em espaço com outros aplicativos de serviços e com as redes sociais digitais.

Johnson (2017), que estudou a produção jornalística móvel em O Globo, Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo, entende que há dificuldades para as empresas jornalísticas produzirem conteúdo direcionado aos conceitos móveis. Ele observa que há um

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).

Marques (2015), em análise do aplicativo Globo A Mais, observa que “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). Assim, o repórter “precisa decidir como e quais arquivos serão utilizados na matéria” (MARQUES, 2015, p. 237), e o autor deste modo acena para as possibilidades de linguagens que a multimídia dá aos jornalistas.

Observadas estas características, a seguir, apresentam-se características do aplicativo em análise, GloboEsporte.com.

O aplicativo GloboEsporte.com

Antes de falar do aplicativo, é importante observarmos que ele, em grande medida, reproduz conteúdos presentes também no portal GloboEsporte.com. Este, por sua vez, pode ser 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). Temos assim um produto jornalístico que está presente em diferentes mídias: televisão, site, aplicativo no celular. Frange (2016) apresenta uma descrição do conteúdo apresentado após o encerramento de uma transmissão esportiva, 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. (FRANGE, 2016, p. 43)

Ao observar o conteúdo da transmissão online do site GloboEsporte.com e comparar com o aplicativo, observa-se que a diferença está na organização dos conteúdos. No aplicativo, durante uma 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 1, que contém a exemplificação através da partida Corinthians X São Paulo⁷.

Figura 1 - Organização das seções através da transmissão em tempo real do aplicativo



Fonte: reprodução aplicativo GloboEsporte.

⁷ 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.

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 2).

Figura 2 - Opção carregar mais lances e ficha do jogo após o término da partida



Fonte: reprodução aplicativo GloboEsporte

Uma questão a ser levantada é que, assim como no portal em sua versão *desktop*, 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 a destacar está quando a transmissão da 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.

O consumo de informações em aplicativos de esporte

Para compreender os usos do aplicativo, a pesquisa estruturou-se metodologicamente em dois momentos: o primeiro com a elaboração de um questionário online pela plataforma Google Forms, o segundo com a realização de entrevistas. O questionário, composto por 11 perguntas, foi aplicado de 4 de outubro a 9 de novembro, com busca de respondentes em comunidades do Facebook relacionadas a futebol, compondo, portanto, uma amostra não probabilística. As questões não eram específicas sobre o aplicativo GloboEsporte.com, mas sobre o uso de aplicativos para acompanhar transmissões esportivas ao vivo de modo a não inviabilizar a pesquisa, caso o uso deste aplicativo em específico não estivesse presente. Foram 33 respondentes, de diferentes estados brasileiros. Além do GloboEsporte.com, indicado como aplicativo utilizado por 37,1% da amostra, foram mencionados outros 12 aplicativos para o acompanhamento de transmissões ao vivo: GauchaZH, Google⁸, Onefootball, 365Score, Resultados, RadiosNet, SuperPlacar, Futstats, LiveScore, Goal Live, Correio do Povo e SofaScore.

O perfil dos respondentes foi um público jovem, em que 54,8% possuem menos que 25 anos, complementado por 25,8% de 26 a 30, 9,7% de 31 a 40 e 9,7% acima de 40 anos. Destes, 87,9% são do gênero masculino e 21,1% do gênero feminino.

A partir das respostas, foi possível perceber que a maioria dos respondentes usam aplicativos “sempre que possível”, no grau de temporalidade (57,6% dos respondentes). Raramente foram 15,2%, Eventualmente 12,1%, Algumas vezes por mês 9,1% e Uma vez por semana 6%. O percentual “Sempre que possível” mostra que quem utiliza esses aplicativos têm fidelidade ou pode demonstrar que o único meio disponível é o *smartphone*, ainda que a opção não demonstre uma grande assiduidade.

Com relação ao local em que as pessoas usam o aplicativo, 51,5% das pessoas disseram usar no trabalho, 39,4% na escola ou universidade, 33,3% usam em casa e 30,3% em viagens. A pergunta possibilitava a marcação de mais do que uma resposta, pois as pessoas podem usar no trabalho e em casa, por exemplo. Os dados mostram que a

⁸ Apesar de não se configurar como um aplicativo, foi mencionado por respondentes a partir de seu uso.

mobilidade se apresenta em configurações distintas, e que as pessoas querem se informar em diferentes circunstâncias.

Quanto ao tipo de informação que as pessoas buscam em uma transmissão por aplicativo, o placar do jogo é a informação mais buscada (78,8%), seguido das escalações das equipes (39,4%). Os cartões e marcações de faltas são menos procuradas (9,1%). Ressaltando que essa pergunta possibilitava a marcação múltipla de resposta.

Quanto aos recursos multimídia, o texto aparece como mais importante para esse tipo de transmissão (39,4%). O vídeo é a segunda (36,4%). O infográfico teve 12,1% e a foto 3%, indiferentes foram 12,1%. Os consumidores desses aplicativos, de acordo com o perfil respondente, têm a preferência pela descrição textual detalhada dos gols e lances, representando 57,5% da amostra. Já 36,4% optam por descrições breves como melhor forma de transmissão e 6% acreditam ser indiferente o modo como o texto é construído.

Ao cruzarmos os dados do tipo de recurso multimídia preferido e do local de consumo da informação esportiva por meio do aplicativo, percebemos que há maior busca de texto no trabalho e em viagens. Já em casa ou na escola os vídeos ganham importância maior, como pode ser observado na tabela 1. Ventila-se que essa configuração decorra da dificuldade de assistir a vídeos no trabalho, tanto pela característica das atividades laborais, quanto pela eventual indisponibilidade de internet *wifi*. Em casa, com liberdade na escolha do que fazer, ou com acesso à *wifi*, o consumo de vídeos é maior, e nas universidades e escolas, em que o acesso a redes de internet sem fio muitas vezes é disponível, o percentual também cresce. Há baixos índices de procura por fotos em todas as situações, demonstrando que não possuem atratividade no meio. Cabe destacar que as duas questões possibilitavam a marcação múltipla de opções.

Tabela 1 - 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.

Ao isolar apenas as respostas dos entrevistados que elevem o GloboEsporte como aplicativo, a prioridade em termos de linguagem de recursos é o vídeo (46,1%), seguido do texto (38,7%). Nenhum usuário faz menção a foto como recurso que costuma utilizar. Infográficos aparecem em 7,7% das respostas. Além disso, nestes usuários nota-se a

tendência das pessoas acompanharem as partidas “sempre que possível” quanto à temporalidade (61,5%, sendo que 23,1% raramente e 15,7% eventualmente). Já em relação ao momento/situação, 30% acompanham no trabalho, 30% na escola/universidade, 20% em casa e 20% em viagens, salientando que essa questão possibilitava marcar mais de uma opção.

A informação que o usuário considera mais importante na transmissão no aplicativo GloboEsporte.com é o gol (53,8% o consideram muito importante), placar final (53,8%) e placar parcial (38,5%). Já o lance importante é a informação de menor índice de importância (30,8%). O cartão também possui índices de menor importância.

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, preferindo o texto e vídeo como linguagens. Quanto ao traço de perfil dos usuários do GloboEsporte.com, a partir da amostra coletada, delimita-se 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%).

O aplicativo significado pelos seus usuários

Após a pesquisa online, foram realizadas quatro entrevistas com pessoas que usam o aplicativo GloboEsporte.com, focando em questões de consumo. O contato com as pessoas partiu do questionário, a partir do contato deixado por aqueles respondentes que responderam afirmativamente sobre concederem entrevista ao pesquisador. Todas foram realizadas por telefone e gravadas. Os entrevistados foram uma mulher de 21 anos, estudante de curso superior na área da saúde em Lages/SC (Ana), um professor universitário de 50 anos de Santa Maria/RS (Afonso), um profissional de comunicação de 22 anos, morador de Inhacorá/RS (Felipe) e um estudante de ensino médio de Estância Velha/RS (Luís). Os nomes são fictícios para preservar a identidade dos entrevistados.

Embora praticamente todos os entrevistados tenham indicado gostar de futebol e acompanharem partidas desde a infância, o acompanhamento pelo aplicativo é recente, até em função de sua disponibilidade. Ana passou a utilizá-lo em 2018 e Luís em 2015. O entrevistado mais velho, Afonso, destaca uma aproximação entre o aplicativo e o rádio:

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. (AFONSO, 2018, informação verbal)

Outra questão que aparece nas entrevistas é relacionada à interpretação dos comunicadores durante a descrição dos lances, como observa Felipe:

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 toco. Não foi uma finalização perigosa. (FELIPE, 2018, informação verbal)

As entrevistas demonstraram que, apesar das pessoas acompanharem as partidas pelo aplicativo, a preferência dos é em acompanhá-las pela televisão. Para Ana 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” (ANA, 2018, informação verbal). Luís já demonstra outra maneira 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)

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. Ana acompanha pelo aplicativo “quando o jogo do meu time está passando por um canal que eu não posso assistir” (2018, informação verbal). Já Afonso estabelece uma relação com equipes gaúchas representadas nos campeonatos brasileiros, “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, assisto os jogos do Juventude e do Brasil na Série B” (2018, informação verbal). Luís estabelece o fator torcida ligado 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. (LUÍS, 2018, informação verbal).

Quanto à desistência do acompanhamento, há situações destacadas pelos entrevistados que levam ao abandono. Ana (2018) desiste quando o seu time está perdendo e vê que não há como empatar a partida. Felipe (2018) acaba desistindo se o jogo não for de sua preferência, em que ele elenca os fatores torcida, super-jogo, mata-mata e futebol inglês. Já Afonso 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).

Nas ferramentas positivas do aplicativo, os entrevistados destacaram as informações em tempo real (ANA, 2018), enquanto Luís tem preferência por vídeos, por ser “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, Luís destaca 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 Afonso: “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). Felipe 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 (FELIPE, 2018, informação verbal).

Afonso 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). Ana 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” (LUÍS, 2018, informação verbal). Três dos entrevistados destacaram assistirem os gols e lances através dos vídeos, somente Ana declarou não assistir aos vídeos.

A partir dos dados, deve-se estabelecer as relações quanti-qualitativas. Três dos quatro entrevistados costumam assistir aos vídeos de lances, isso também é demonstrado na pesquisa quantitativa a partir do questionário, em que 46% dos usuários do aplicativo GloboEsporte.com demonstram preferência pelo vídeo, o maior percentual dos recursos multimídia. Esses dados mostram a preferências pelo audiovisual, o que é reforçado pelo fato de os entrevistados terem declarado o gosto pela televisão como forma de acompanhamento de partidas de futebol, em relação ao aplicativo.

Para concluir

A pesquisa sobre o uso do aplicativo GloboEsporte.com como uma das novas formas de acompanhamento de eventos esportivos, através de dispositivos móveis, levou à percepção de que esse meio de comunicação não possui a preferência por parte de seus usuários; ele é uma alternativa quando não há a possibilidade de assistir a um jogo pela televisão. Mas, além disso, há o uso simultâneo: usuários usam o aplicativo ao mesmo tempo em que acompanham a partida na televisão. 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 a maioria das pessoas prefere assistir aos vídeos dos lances e a organização visual do aplicativo já direciona os vídeos como um diferencial na veiculação de informações.

Os baixos índices de interesse por infográficos, averiguados nessa pesquisa, podem refletir na 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 nota-se um consumidor 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 vezes, não respondendo aos porquês de uma jogada, a procura por vídeos é maior.

As análises qualitativas delimitam um perfil de interesse dos usuários do aplicativo. A afinidade com as equipes influencia 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.

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 a 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

AFONSO. Entrevista concedida a Natan Pipper Torzeschi. Santa Maria, 25 out. 18.

ANA. Entrevista concedida a Natan Pipper Torzeschi. Lages, 24 out. 18.

BERTOCCHI, D.; CAMARGO, I. O. de; SILVEIRA, S. C. da. Possibilidades narrativas em dispositivos móveis. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. 1. ed. Cavilhã: Editora LabCom, 2015. p. 63-82.

BORZILO, A. T. As potencialidades hipermediáticas 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.

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

FELIPE. Entrevista concedida a Natan Pipper Torzeschi. Inhacorá, 8 nov. 18.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2017. 128 p.

FRANGE, M. B. S. N. **A produção do jornalismo esportivo na internet**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2016. 153 p.

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

LUÍS. da. Entrevista concedida a Natan Pipper Torzeschi. Estância Velha, 14 nov. 18.

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

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

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

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

TRAVASSOS, É. 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.