Proposta de Categorização de Aplicativos Televisivos Com Conteúdo Telejornalístico a Partir da Interatividade[1]

Tássia Becker ALEXANDRE[2]
Mariane Pires VENTURA[3]
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

Resumo
No cenário atual, os dispositivos móveis estão cada vez mais presentes na vida dos brasileiros. Pesquisas apontam que o tempo gasto utilizando esses *devices* para visualizar vídeos e navegar ao mesmo tempo em que se assiste televisão é cada vez maior. Emissoras atentas a essa tendência passaram a lançar seus próprios aplicativos, disponibilizando um espaço a mais para o acesso às transmissões televisivas e para interagir com os usuários. A partir de uma pesquisa exploratória, o presente artigo apresenta um breve panorama dos aplicativos relacionados a emissoras de tevê brasileiras com conteúdo telejornalístico com o objetivo de identificar os recursos interativos disponibilizados por esses *apps*. Com a observação, sugere-se uma possível categorização para os aplicativos encontrados nas lojas virtuais.

Palavras-chave: Televisão; Jornalismo; Dispositivos móveis; Aplicativos móveis; Interatividade.

1 Considerações iniciais: Breve panorama dos desafios e possibilidades da televisão frente aos dispositivos móveis

O desenvolvimento e a consolidação do meio televisivo como o meio mais acessado pelos brasileiros (BRASIL, 2016) possuem relação intrínseca aos avanços tecnológicos implantados na produção e distribuição dos conteúdos ao longo da trajetória da televisão. Tecnologias como o videoteipe, que viabilizou a gravação prévia dos programas, reduziu custos e acabou influenciando na grade de programação das emissoras (MATTOS, 2010), e os satélites, que tornaram as transmissões globais

[1] Trabalho apresentado no DT Comunicação Multimídia, GP Conteúdos digitais e convergências tecnológicas, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Jornalista. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (POSJOR/UFSC). Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. E-mail: tassia.becker@gmail.com.
[3] Jornalista. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (POSJOR/UFSC). Doutoranda em Jornalismo pela mesma instituição. E-mail: mariventura2@gmail.com.

(CEBRIÁN HERREROS, 1998), são exemplos de novidades que possibilitaram à tevê avançar em qualidade técnica e também nas suas narrativas.

No século 21, *smartphones* e *tablets* estão entre as inovações tecnológicas que trazem desafios e possibilidades ao meio televisivo e ao telejornalismo. Com relação à prática telejornalística, as plataformas móveis desafiam os produtores a projetar a presença dos noticiários nesses dispositivos; rever rotinas produtivas e as competências dos profissionais para atuar no mercado digital; repensar os formatos das notícias e a distribuição dos conteúdos; refletir sobre a interação com os usuários; entre outros.

Os desafios e as possibilidades também estão atrelados ao crescimento no uso de *smartphones* e *tablets* pelo público, pois há uma dispersão dos espectadores para as novas plataformas e, ao mesmo tempo, um espaço para a televisão expandir seu conteúdo e alcance. Em 2017, são mais de 280 milhões de dispositivos móveis (*notebooks*, *tablets* e *smartphones*) em uso no Brasil, 36 milhões a mais do que o número registrado em 2016 (FGV 2016; 2017). Outro dado relevante deste cenário é o uso concomitante de *smartphones* e televisão – 69% dos brasileiros usam celular enquanto assistem tevê durante o horário nobre. Ainda, o tempo gasto pelos internautas assistindo vídeos on-line também dobrou entre 2014 e 2016 – de 8h para 16h semanais – sendo que os *smartphones* correspondem a 55% do total desse tempo (GOOGLE, 2017).

É importante ressaltar que, apesar de a televisão permanecer como o meio mais utilizado pelos brasileiros (BRASIL, 2016), levantamentos demonstram queda nos índices de audiência dos telejornais de tevê aberta (CALLADO, 2016; UOL, 2013). Entre as explicações possíveis para este declínio estão a migração dos telespectadores para a internet (PEW RESEARCH, 2013) e também o envelhecimento da audiência, o que, para Meditsch (2012), pode estar relacionado a um problema de fundo maior: "[...] à incapacidade que o Jornalismo tem tido para se renovar, pois continua atrelado a convenções desenvolvidas, em sua maioria, no Século XIX" (MEDITSCH, 2012, p. 20).

Como mostra o estudo "What is happening to television news?", do Reuters Institute (NIELSEN; SAMBROOK, 2016), essas implicações do declínio da tevê tradicional não serão sentidas imediatamente, contudo, é preciso reconhecer agora este desafio para que os telejornais possam se reinventar e encontrar este público jovem e conectado. "Noticiários de televisão como os conhecemos, de boletins noturnos a canais

de notícias 24 horas, servem cada vez mais ao passado, não ao futuro, e os telejornais têm que experimentar novos formatos e formas de distribuição se quiserem continuar a ser relevantes" (NIELSEN; SAMBROOK, 2016, p. 6).

Neste contexto, as plataformas móveis são uma oportunidade para os telejornais inovarem em processos e narrativas e não perderem espaço no mercado. Esta ideia vai ao encontro da perspectiva apontada por Pavlik (2013) de que a chave para a permanência do jornalismo na era digital é a inovação. O autor esclarece que a ação de inovar se dá em quatro dimensões: 1) produzindo e divulgando notícias de qualidade; 2) envolvendo o público em narrativas interativas; 3) empregando novos métodos para relatar as informações no ambiente digital; e 4) desenvolvendo novas estratégias organizacionais para este universo digital, em rede e móvel (PAVLIK, 2013).

O período de transição pelo qual atravessa a tevê e a importância da inovação ressaltada por Pavlik (2013) implicam na ampliação do próprio conceito de televisão e de telejornalismo, como sugerem Serra e Francisco (2013) e Emerim, Finger e Cavenaghi (2015). Os autores portugueses propõem considerar televisão não como o aparelho televisor, mas como o conteúdo televisivo (SERRA; FRANCISCO, 2013). Delineando a questão a partir da perspectiva do jornalismo, Emerim, Finger e Cavenaghi (2015) também abordam o telejornal para além do suporte, definindo-o como "[...] *um jornalismo para as telas, incluindo televisão, computador, smartphone, celular, tablets ou os demais dispositivos e suportes que se utilizem de uma tela de visão ou de uma tela refletiva para exibir dados*" (EMERIM; FINGER; CAVENAGHI, 2015, p. 4, grifos das autoras).

Algumas emissoras de televisão já atentaram para essa extensão do suporte de base do conteúdo televisivo/telejornalístico e investiram na elaboração de aplicativos com produtos audiovisuais e multimidiáticos para dispositivos móveis. Estes *apps* são voltados a diferentes finalidades: alguns se assemelham aos portais de notícia, apresentando as informações em formato multimídia; outros também incluem transmissões ao vivo; e há, ainda, aqueles que são destinados à interação com o usuário, criando, por exemplo, um espaço para envio de sugestões de pauta, realização de enquetes, publicação de comentários e compartilhamento nas redes sociais.

Diante desse cenário, esta pesquisa busca avaliar os aplicativos televisivos com conteúdos telejornalísticos com o objetivo de identificar os recursos interativos

disponibilizados por esses *apps*. Entende-se por interatividade a possibilidade de intervenção dos usuários no conteúdo (PAULINO; OLIVEIRA, 2013), tomando-se como base a definição de "interatividade comunicativa" proposta por Rost (2014), que integra as possibilidades comunicativas entre público e emissora. Para tanto, desenvolve-se uma pesquisa exploratória, com observação e descrição geral de características observadas nos aplicativos. Os procedimentos metodológicos são descritos na terceira seção do artigo.

A seguir, explana-se sobre os *smartphones* e *tablets* como ferramentas de interação entre público-programa/veículo. Detalha-se também o entendimento de interatividade adotado neste artigo.

2 Interatividade em aplicativos televisivos para *smartphones* e *tablets*

Antes de abordar os recursos interativos disponíveis nos aplicativos televisivos para dispositivos móveis, é preciso trazer a definição de interatividade aqui adotada. Sabe-se da complexidade do fenômeno e da necessidade em se problematizar o conceito; contudo, como este não é o objetivo do trabalho, e também em função do espaço limitado para o artigo, opta-se por apenas apontar o entendimento do qual se parte.

Isto posto, destaca-se que se compreende a interatividade[4] como as possibilidades de intervenção do público sobre o conteúdo (PAULINO; OLIVEIRA, 2013). Na década de 1960, McLuhan já pensava a interação da audiência com a mídia ao propor uma classificação dos meios de comunicação a partir dos termos "frio" e "quente". Segundo o autor, um meio frio envolve mais sentidos humanos e permite mais participação do que um quente, como é o caso da televisão. E um meio quente utiliza, de forma geral, apenas um dos sentidos e deixa poucas brechas para a participação, como é o caso do rádio (MCLUHAN, 1969).

Pensando a partir do contexto do webjornalismo, Rost (2014) sugere que há duas formas de interatividade nos meios de comunicação: a) a "interatividade seletiva", que se refere à capacidade de um veículo de dar maior liberdade ao público para a seleção e

[4] Os termos "interatividade", "interação" e "interativo" são empregados como sinônimos.

controle da recepção dos conteúdos, o que pode acontecer, por exemplo, através de links, *tags*, ferramentas de busca, e, especificamente nas plataformas móveis, por meio da tactilidade (PALACIOS; CUNHA, 2012); e b) a "interatividade comunicativa", na qual se integram as possibilidades de comunicação da audiência com o meio e com outros usuários daquele conteúdo, isto é, os canais de diálogo disponibilizados ao público, tais como espaços para publicações de comentários, *chats* e envio de sugestões ao veículo (ROST, 2014).

No panorama televisivo, anteriormente à disseminação dos dispositivos móveis, já ocorria um apelo para a utilização da internet e dos celulares como uma forma de conexão entre o público e os programas de tevê. Um exemplo é o caso dos *reality shows*, que se popularizaram em todo o mundo nos anos 1990 e contavam com a participação dos espectadores para a escolha do vencedor da temporada (BACCHIN, 2008). A votação ocorria por telefone e, posteriormente, com o envio de mensagens de texto (SMS) e sites na internet. Atualmente, são criados aplicativos para preencher essa função, como, por exemplo, nos *reality shows* brasileiros A Fazenda, Big Brother Brasil e The Voice Brasil.

Além da função para votação, alguns aplicativos possuem atividades interativas simultâneas ao programa e a disponibilização de conteúdos complementares, como enquetes, informações extras, galerias de fotos, entre outros. Há também aqueles que contam com outras ferramentas para quando o recurso de interação não está ativo, como transmissão ao vivo e acesso aos vídeos mais recentes divulgados pelo canal.

O uso de um aplicativo para *smartphones* e *tablets* enquanto se assiste à televisão, ou até mesmo qualquer dispositivo com acesso à internet de forma simultânea (um computador, por exemplo), como forma de interação ou consumo de conteúdos complementares, é o que alguns autores classificam como "segunda tela". Finger e Souza (2012) esclarecem que:

> A segunda tela pode ser qualquer dispositivo que permita o acesso à internet como smartphones, tablets, notebooks, entre outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas. Uma experiência que potencializa a repercussão do conteúdo e o laço social, e tem se tornado cada vez mais comum (FINGER; SOUZA, 2012, p. 384).

Nem todos os aplicativos móveis relacionados à televisão disponibilizam a ferramenta de segunda tela. Entretanto, é possível identificar outros recursos interativos, como a possibilidade de envio de conteúdos para as emissoras (fotos, vídeos, sugestões de pauta etc.), bem como a disponibilidade de funções como transmissão ao vivo e consumo diferido dos conteúdos exibidos na tevê, por exemplo. Há, ainda, aqueles *apps* que apenas disponibilizam vídeos e/ou a programação dos canais, sem possibilitar a interação usuário-emissora.

Para atender ao objetivo de identificar os recursos interativos de aplicativos televisivos, com foco nos conteúdos telejornalísticos, a seguir explana-se uma proposição de categorias para classificar estes *apps* no que tange à interatividade proporcionada ao telespectador.

3 Identificação de recursos interativos em *apps* de emissoras de tevê

A identificação dos recursos interativos de aplicativos televisivos, com atenção especial aos conteúdos telejornalísticos, ocorreu por meio de uma pesquisa exploratória. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 51-52), este tipo de pesquisa "tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto", e em geral envolve análise de exemplos que ajudem a compreender o fenômeno pesquisado. Os procedimentos metodológicos desta pesquisa exploratória foram divididos em quatro etapas.

Na primeira etapa, realizou-se a busca e a seleção de aplicativos relacionados a emissoras de televisão brasileiras de canal aberto ou fechado. A pesquisa pelos *apps* foi realizada a partir das palavras-chave "televisão", "telejornal" e "TV", nas lojas de aplicativos Google Play e App Store, as quais disponibilizam *apps* para *smartphones* e *tablets* com sistemas operacionais Android e iOS, respectivamente. Esta busca foi realizada no dia 06 de julho de 2017.

Após a identificação dos aplicativos, a segunda etapa consistiu na realização do *download* de todos aqueles que apresentavam no título ou na descrição a sua relação com emissoras de televisão de origem brasileira ou com transmissão no Brasil em língua portuguesa. Como critério, selecionou-se apenas os *apps* que oferecem versões tanto para *smartphones* quanto para *tablets*, triagem que resultou na identificação de 17 aplicativos: Globo Play; Globo News; Band News; FOX Sports; MTV Play; RecordTV;

Band; Roda Viva; TV Diário; TVSBT; Você na TV Sergipe; QVT; Bem na Hora; Tem Você; VC no RJTV; VC no RNTV; e VC no MG Inter TV.

Com este mapeamento, na terceira etapa observou-se as funcionalidades presentes nos 17 aplicativos, o que permitiu perceber que existem diferentes modelos de *apps* vinculados a programas específicos ou a emissoras de modo geral. Durante a observação, identificou-se os recursos interativos em comum para sugerir uma categorização a estes aplicativos. O foco para a elaboração das categorias partiu do entendimento de "interatividade comunicativa" proposta por Rost (2014) e abordada anteriormente, a qual está relacionada aos canais de interação entre usuários e veículos (ROST, 2014). Na categorização, integrou-se, ainda, os aplicativos que não apresentam ferramentas interativas a fim de apontar que também existe este tipo de produção e, até mesmo, para diferenciar os *apps* encontrados.

Trazendo a compreensão de interatividade comunicativa para o universo dos aplicativos que foram observados, sugere-se a divisão dos *apps* inicialmente em "estáticos" e "dinâmicos", como uma forma de diferenciar os aplicativos interativos dos não-interativos. Durante a pesquisa exploratória, verificou-se que alguns *apps* disponibilizavam formas distintas de interatividade, desta forma, subdividiu-se a categoria "dinâmicos" em duas subcategorias, as quais foram denominadas como "interativo síncrono" e "interativo assíncrono".

O uso dos termos "síncrono" e "assíncrono" é amplamente utilizado em pesquisas referentes à interatividade nos ambientes de ensino EAD (SANTOS, 2002); e, neste trabalho, foram trazidos para complementar a definição de interatividade comunicativa de Rost (2014). A expressão "síncrono" denomina as atividades que garantem ao usuário a sensação de grupo e presença, como salas de bate-papos e *chats*. Já o termo "assíncrono" está relacionado às ferramentas que independem do tempo e espaço e não transmitem a sensação de participação ativa, como fóruns e listas de discussão.

Assim, com base nos aplicativos mapeados e nos recursos oferecidos, sugere-se a seguinte categorização dos *apps* produzidos para dispositivos móveis relacionados a emissoras de televisão:

- **Aplicativo estático:** Não possui espaço para interação do usuário com a emissora. Costuma caracterizar-se como um guia de programação e/ou repositório de vídeos e notícias.
- **Aplicativo dinâmico:** possui algum nível de interatividade entre público e emissora e oferece mais recursos ao usuário. Aplicativos dinâmicos podem ser divididos em duas subcategorias:
    - *Interativo síncrono:* possui atividades interativas que ficam ativas durante a exibição do programa, com interação simultânea à transmissão. Podem, também, disponibilizar recursos interativos não-simultâneos.
    - *Interativo assíncrono:* disponibiliza a opção para que o usuário envie conteúdos ou sugestões para o programa, mas não garante uma participação efetiva do usuário em tempo real. Podem disponibilizar também outros recursos, como transmissão ao vivo e acesso aos vídeos exibidos pela emissora.

Após esta proposta de categorização, a quarta e última etapa corresponde a uma descrição geral dos aplicativos de cada categoria. Esta etapa foi realizada a partir das versões dos *apps* disponíveis em 06 de julho de 2017. Na Tabela 1, inserida a seguir, apresenta-se os aplicativos relativos a cada categoria identificados a partir da busca nas lojas Google Play e AppStore.

Tabela 1 - Exemplos de aplicativos para as categorias propostas

Categoria		**Exemplos**
Aplicativo estático		Globo Play; Globo News; Band News; FOX Sports; MTV Play; RecordTV.
Aplicativo Dinâmico	*Interativo síncrono*	Band; Roda Viva; TV Diário.
	Interativo assíncrono	TVSBT; Você na TV Sergipe; QVT; Bem na Hora; Tem Você; VC no RJTV; VC no RNTV; VC no MG Inter TV.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

3.1 Aplicativo estático: Globo Play, Globo News, MTV Play, RecordTV, Band News e FOX Sports

Os seis *apps* dessa categoria têm em comum o fato de funcionarem como uma espécie de televisão personalizada na palma das mãos, tornando possível que o usuário escolha assuntos de seu interesse para assistir a hora que quiser. Contudo, não oferecem canais para interação do público com o programa/emissora.

No caso do *app* Fox Sports, o grau de personalização é bastante avançado, sendo possível escolher os campeonatos, times e programas que o assinante deseja obter notificações quando os mesmos forem transmitidos ao vivo pelo canal Fox Sports na televisão. Além disso, oferece notícias e estatísticas sobre os jogos.

Já o aplicativo Globo Play disponibiliza aos usuários o arquivo recente dos programas exibidos pela TV Globo, os quais podem ser assistidos a qualquer hora pelo usuário nas plataformas móveis, desde que ele esteja conectado à internet. Nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, também é possível assistir à transmissão ao vivo da emissora. O *app* oferece, ainda, serviços exclusivos para assinantes, como a visualização de grande parte dos arquivos na íntegra e seriados em primeira-mão. Os usuários que optam pela versão gratuita de acesso precisam acompanhar anúncios antes da exibição dos vídeos.

Apesar de disponibilizar as opções de compartilhamento nas redes sociais e, até mesmo, permitir a publicação de comentários pelo usuário, o aplicativo Globo Play não garante a interação direta do público com a emissora ou a sua participação na programação. Devido a esta carência de interatividade, classifica-se o *app* como "estático", pois ele não oferece opções para que o usuário "interfira" de alguma forma no conteúdo, aspecto esse que também é observado no *app* Fox Sports.

Os aplicativos Band News, Globo News, MTV Play e RecordTV, referentes às emissoras homônimas, funcionam como um repositório de vídeos e notícias relativas aos programas que já foram exibidos pelos canais, não sendo possível interagir com a programação, apenas compartilhar os conteúdos disponíveis no *app* via e-mail e redes sociais, por exemplo. O *app* MTV Play permite também o login via operadora de tevê por assinatura Sky para acesso às atrações na íntegra.

3.2 Aplicativo dinâmico interativo síncrono: Band, Roda Viva e TV Diário

Os três aplicativos referentes a essa categoria podem ser denominados como segunda tela, pois oferecem interatividade em tempo real, isto é, recursos interativos simultâneos à exibição dos programas na televisão. A função em comum em todos eles é a publicação de enquetes relativas ao conteúdo que está sendo transmitido na tevê, em que o usuário interage a partir de seu *smartphone* ou *tablet*.

O *app* Band, em específico, possui a possibilidade de fazer postagens no Twitter e ler os tuítes dentro do próprio aplicativo da emissora utilizando uma *hashtag* padrão, como por exemplo #bandtv. Apresenta, ainda, a possibilidade de envio de sugestões, fotos e vídeos para os programas, sendo possível selecionar para qual deles se deseja fazer contato.

No que se refere ao *app* Roda Viva, do programa de entrevistas de mesmo nome exibido pela TV Cultura, o telespectador tem, inclusive, a possibilidade de enviar perguntas para o entrevistado da noite. Além disso, o aplicativo oferece um acervo dos programas que já foram ao ar e um pequeno currículo do entrevistado da semana.

Já o aplicativo TV Diário (emissora de Fortaleza (CE) pertencente ao Sistema Verdes Mares de comunicação) permite ao usuário publicar comentários, assistir às transmissões ao vivo, conferir a grade de programação, favoritar conteúdos e agendar programas. A classificação do *app* como interativo síncrono se deve pelo fato de este conter aba denominada “tempo real”, embora tal função não estivesse disponível no momento da observação realizada para este trabalho.

3.3 Aplicativo dinâmico interativo assíncrono: TVSBT, Você na TV Sergipe, QVT, Bem na Hora, Tem Você, VC no RJTV, VC no RNTV, VC no MG Inter TV

Os aplicativos dinâmicos interativos assíncronos TVSBT, Você na TV Sergipe, QVT, Bem na Hora, Tem Você, VC no RJTV, VC no RNTV, VC no MG Inter TV têm como característica em comum a possibilidade de envio de conteúdos para os programas de suas respectivas emissoras.

O aplicativo TVSBT funciona como um guia de programação do canal SBT. O *app* possibilita assistir a programas ao vivo; compartilhar conteúdos nas redes sociais;

acessar a edições que já foram ao ar; e criar notificações para quando o programa favorito começar. Porém, a única forma de interação com a programação é por meio do envio de sugestões de pauta, não sendo possível interagir diretamente com o programa que está no ar.

Os *apps* Você na TV Sergipe, QVT (TV Anhanguera, Goiás), Bem na Hora (TV Morena, Mato Grosso do Sul), Tem Você (TV TEM, São Paulo), todas afiliadas da Rede Globo, apresentam as mesmas funcionalidades. A principal função interativa corresponde à possibilidade de enviar fotos, vídeos, comentários e sugestões de pautas para a emissora. Há também um espaço destinado a enquetes; contudo, como a ferramenta não estava disponível no momento da análise, não há como determinar se a interação ocorre simultaneamente às transmissões – por esta razão, classificou-os como "interativos assíncronos". Além destes recursos, há a aba de "notícias", que exibe as informações publicadas no site G1 de cada região.

Já os aplicativos VC na RJTV (Rio de Janeiro), VC no RNTV (Rio Grande do Norte) e VC no MG Inter TV (Minas Gerais) – todos referentes a telejornais de emissoras pertencentes à rede Inter TV, afiliada da Rede Globo – apresentam exatamente a mesma estrutura e interface, possibilitando apenas sugerir pautas a partir do envio de fotos ou vídeos.

Após a descrição geral dos aplicativos, apresenta-se na próxima seção as considerações gerais sobre o trabalho e os *apps* observados.

4 Considerações

A internet e os dispositivos móveis estão alterando a forma como os telespectadores consomem e se relacionam com a televisão. Levantamentos abordados nesta pesquisa mostram que os usuários têm demonstrado cada vez mais interesse em assistir vídeos através das telas dos *smartphones* e *tablets*, enquanto as emissoras vêm registrando declínio em sua audiência. Da mesma maneira, pesquisadores apontam que o caminho para o jornalismo e a televisão é a inovação (PAVLIK, 2013; NIELSEN; SAMBROOK, 2016).

Um dos caminhos para a inovação e para um maior alcance do programas televisivos e telejornais é a produção de conteúdos para aplicativos móveis e o

desenvolvimento de canais de interação da audiência com as emissoras, a exemplo de alguns aplicativos mapeados neste trabalho. É preciso ressaltar, porém, que grande parte dos *apps* encontrados pouco trazem de novo ao usuário: tratam-se apenas de reproduções dos conteúdos exibidos pela emissora na televisão. Ainda, especificamente no que se refere ao telejornalismo, observou-se que quase a totalidade dos aplicativos não apresentou novidades em relação ao que já se oferece em sites, por exemplo – a única exceção é o *app* Roda Viva (que não pertence a um telejornal, mas refere-se a um programa jornalístico), o qual permite a interação simultânea à exibição do programa. Ao que parece, os aplicativos de tevê noticiosos tendem a ser mais facilitadores ao acesso virtual do que uma inovação no jornalismo propriamente dito. Por esta razão, a partir desta pesquisa é possível apontar que os *apps* com conteúdo telejornalístico devem buscar a inovação nos formatos e em seus recursos, como o uso da segunda tela, que pode ajudar a atrair a atenção do público para a televisão.

Observa-se ainda uma tendência no desenvolvimento de aplicações que disponibilizam o conteúdo televisivo nos dispositivos móveis, tornando possível assistir à televisão ao vivo ou *on demand* em qualquer lugar, como acontece com os exemplos dos *apps* Globo Play e FOX Sports – uma tendência que foi marcada pelo serviço de *streaming* da Netflix e agora é apropriada pelas emissoras de televisão.

Outro apontamento importante refere-se à ampliação do próprio conceito de televisão e telejornalismo. Compreendê-los a partir do seu conteúdo, e não do seu suporte de base, é imprescindível na atualidade, pois acredita-se que é a partir do conteúdo que se pode pensar a permanência da tevê e dos telejornais neste período de transição. A importância da tecnologia é inegável neste processo de reconfiguração, mas o fato é que ela deve funcionar a favor do jornalismo, isto é, como ferramenta que permita potencializar as narrativas telejornalísticas e elaborar novas linguagens e formatos para o telejornalismo. Considera-se que a academia pode exercer um papel central neste cenário, analisando crítica e reflexivamente o que vem sendo produzido e avaliando as possibilidades de inovação para o telejornalismo na era digital.

Vale destacar, também, que os exemplos classificados neste artigo não necessariamente irão permanecer imutáveis nas categorias propostas. Conforme suas atualizações, os *apps* podem passar a oferecer funções interativas ou deixar de oferecê-las. Um exemplo é o caso do aplicativo TVSBT, que antes do desenvolvimento desse

trabalho poderia ser classificado como "estático", pois não oferecia opção para interação, e, com a atualização, passou a disponibilizar a interatividade assíncrona. Da mesma forma, podem surgir outras ferramentas que levem à criação de novas categorias.

Salienta-se, ainda, que as categorias criadas neste artigo não têm como objetivo tipificar os aplicativos para limitá-los a um padrão. O que se propõe é uma forma de facilitar a identificação e a organização dessas produções partindo da perspectiva da interatividade, o que também pode ser positivo aos estudos na área ao ampliar a bibliografia sobre o tema.

Por fim, ressalta-se a importância em se expandir os estudos relacionados à televisão, telejornalismo e mobilidade, o que permitirá ampliar e complexificar o debate da problemática. Entre as possibilidades de trabalhos, destaca-se, por exemplo, a abordagem sobre o panorama internacional dos aplicativos, a interface/design das aplicações, bem como a investigação sobre o consumo de informações pelos usuários nas plataformas móveis.

Referências

BACCHIN, Rodrigo B. **Reality-show: a TV na era da globalização**. 2008. 172 p. Dissertação - Universidade Estadual Paulista. Araraquara, 2008. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/98962/bacchin_rb_me_arafcl.pdf?sequence=1&isAllowed=y >. Acesso em: 27 jul. 2016.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. 2016. Disponível em: <http://www.pesquisademidia.gov.br/>. Acesso em: 25 abr. 2017.

CALLADO, Pedro. **TV começa declínio devido a influência da web e desconfiança do público**. Revista Nordeste. 2016. Disponível em: <http://revistanordeste.com.br/noticia/brasil/tv+comeca+declinio+devido+a+influencia+da+web+e+desconfianca+do+publico+-14033>. Acesso em: 06 jul. 2017.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **Información televisiva:** Mediaciones, contenidos, expresión y programación. Madri: Editorial Síntesis, 1998.

EMERIM; Cárlida; FINGER, Cristiane; CAVENAGHI, Beatriz. Metodologias de Pesquisa em Telejornalismo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 13., 2015, Campo Grande. **Anais eletrônicos...** Campo Grande: SBPJor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2015. Disponível em: <http://soac.unb.br/index.php/ENPJor/XIIIENPJor/paper/view/4593/1100>. Acesso em: 15 mai. 2016.

FGV. **28ª Pesquisa Anual do Uso de TI.** 2017. Disponível em: <http://eaesp.fgvsp.br/ensinoeconhecimento/centros/cia/pesquisa>. Acesso em: 10 jun. 2017.

_____. **27ª Pesquisa Anual do Uso de TI.** 2016. Disponível em: <http://eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/pesti2016gvciappt.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2017.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Revista FAMECOS,** Porto Alegre, 2012, v. 19, n. 2, p. 373-389. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12320>. Acesso em: 20 mai. 2016.

GOOGLE. **Pesquisa Video Viewers 2016: Como o brasileiro assistiu a vídeos esse ano?**. 2017. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-2016-como-o-brasileiro-assistiu-a-videos-esse-ano/>. Acesso em: 25 jun. 2017.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira:** uma visão econômica, social e política. 5. ed. rev. e ampl. Petrópolis: Vozes, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e Pesquisa para o Jornalismo que está por vir:** A função social da Universidade e os obstáculos para a sua realização. Florianópolis: Insular, 2012.

NIELSEN, Rasmus Kleis; SAMBROOK, Richard. **What is happening to television news?**. Digital News Project 2016. 2016. Reuters Institute. Disponível em: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/What%20is%20Happening%20to%20Television%20News.pdf >. Acesso em: 28 jul. 2016.

PALACIOS, Marcos Silva; CUNHA, Rodrigo. A tactilidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. **Contemporânea | Comunicação e cultura,** Salvador, v. 10, n. 3, set-dez, p. 668-685, 2012. Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6575/4672>. Acesso em: 12 out. 2015.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro; OLIVEIRA, Vivian Rodrigues de. Construção e estrutura da notícia nas interfaces dos tablets. **e-Com,** Belo Horizonte, v. 6, n. 1, 2013. Disponível em: <http://revistas.unibh.br/index.php/ecom/article/view/1015/580>. Acesso em: 08 fev. 2015.

PAVLIK, John. Innovation and the future of journalism. **Digital Journalism,** v. 1, n. 2, p. 181–193, 2013.

PEW RESEARCH. **Digital: News Sources for Americans by Platform.** 2013. Disponível em: <http://www.journalism.org/media-indicators/where-americans-get-news/>. Acesso em: 22 jan. 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo:** 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom Books, 2014.

SANTOS, Edméa Oliveira. Ambientes virtuais de aprendizagem: por autorias livres, plurais e gratuitas. **Revista da FAEEBA,** Salvador, v. 11, n. 18, jul-dez, 2002. Disponível em: <http://www.uneb.br/revistadafaeeba/files/2011/05/numero18.pdf >. Acesso em: 29 jul. 2016.

SERRA, J. Paulo; FRANCISCO, Nuno. Televisão: Do grande ecrã coletivo aos dispositivos móveis. In: FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. **Comunicação Digital:** 10 anos de investigação. Covilhã: Livros Labcom, 2013.

UOL. Tv e Famosos. **Jornais da TV têm queda recorde de Ibope; a culpa é da internet?**. 2013. Disponível em: <http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2013/09/17/jornais-da-tv-tem-queda-recorde-de-ibope-a-culpa-e-da-internet-opine.htm>. Acesso em: 14 out. 2015.