



FREEFLAG – ONDE A INFORMAÇÃO TEM BANDEIRA LIVRE NA WEB¹

Marcos LEIVAS²
Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, RS

RESUMO

É um portal multimídia que concede a chance aos acadêmicos do curso de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da UCPel (Universidade Católica de Pelotas) de exercitarem um pouco o que aprendem em sala de aula, dando forma a um conteúdo informativo como base principal do Portal Freeflag – e complementar no que se diz respeito ao conteúdo publicitário de divulgação e manutenção do portal. A peça para análise encontra-se armazenada no seguinte endereço: <http://www.vetorial.net/~leivas/freeflag>.

PALAVRAS-CHAVE: portal; webjornalismo; notícias; freeflag.

INTRODUÇÃO

Com o surgimento da Internet em 1969, o primeiro jornal online que surgiu na Internet foi o *San Jose Mercy News*. Ao mesmo tempo, o *New York Times* digitalizava o título do dia e o colocava tal qual na Web. Já no Brasil, o *JB* foi o primeiro jornal e depois, no mesmo ano, em seguida vieram o *Estadão*, a *Folha de São Paulo* e a *Zero Hora* com cópias idênticas ao impresso – de modo transpositivo.

A partir dessas tomadas dos jornais também na Internet, em 1996, surgiu o *Uol* como o primeiro portal com notícias e entretenimento. Seguindo os novos modelos que apareciam na Web, foi criado em novembro de 1999 e iniciado os trabalhos em dezembro do mesmo ano o primeiro jornal criado para a Internet, o *Último Segundo*, do portal *iG*. Com notícias rápidas e curtas, em apenas uma linha. Era um jornal apenas de Internet, sem impressos.

Depois disso, com o surgimento desses veículos, outros portais apareceram não somente de Internet bem como a chegada também dos sites dos jornais impressos,

¹ Trabalho submetido ao XX Expocom, na categoria E, modalidade Portal, representante da Região Sul.

² Aluno autor e estudante do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social da UCPel, e-mail: leivas@vetorial.net.



umentando a quantidade desses veículos no ciberespaço. Segundo **MIELNICZUK**³, os jornais digitais sofreram uma adaptação, caracterizada pelas seguintes fases: *transpositiva, metáfora e webjornalismo*.

A **transpositiva** é o primeiro estágio. É quando os jornais colocavam os seus impressos de maneira idêntica na Internet. Um jornal sem movimento e, por consequência, sem velocidade, interatividade e hipertextualidade.

Já a segunda, a **metáfora**, é descrita quando os jornais começam a incorporar algumas características de velocidade e interatividade, adicionando novos espaços como o “Fale Conosco” para aproximar o leitor do veículo, mesmo assim, as notícias nos veículos seriam as mesmas ainda das dos jornal impresso.

E a última fase, a do **webjornalismo**, pode ser caracterizada segundo MIELNICZUK quando os jornais realmente se adaptam a linguagem de jornalismo on-line, abrindo espaço para dar novas notícias, criando uma redação própria para a Internet, incorporando todas as outras características tornando-se um jornal produzido especialmente para a rede.

Sendo assim, atendendo a necessidade da construção de um veículo comunicativo e também a carência de um portal agregando todas as características de jornalismo on-line – ou a grande maioria delas –, o *Freeflag* entra também nesse nicho de mercado digital trazendo a informação e a notícia como principais ferramentas, baseadas nos conceitos aprendidos durante o curso de Jornalismo, especialmente, nas cadeiras de Comunicação e Multimídia e também em Jornalismo Digital, ministradas pela Prof^a. Raquel Recuero.

Por fim, além de todas as características de jornalismo on-line presentes, de inédito, o *Freeflag* assume ser um espaço criado e mantido pelos conteúdos criados pelos universitários e traz a idéia de uma informação livre, de bandeira livre, de bandeira gratuita, como o próprio significado do nome em português caracteriza, concedendo aos leitores/visitantes a possibilidade de cópia dos dados – especialmente dos *podcasts* – para uso pessoal ou público em rádios convencionais.

³ MIELNICZUK, Luciana. *Características e Implicações do Jornalismo na Web*. URL: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/seminario/luciana.htm>. Acesso em 16 de abril de 2009.



2 OBJETIVO

Criar um novo meio de divulgação e publicação de matérias, informações, fotos, podcasts e até notícias televisivas realizadas pelos alunos do curso de Jornalismo da UCPel, para que os mesmos possam ter um espaço de exercício, colocando em prática o que veem em sala de aula através da plataforma do Freeflag.

3 JUSTIFICATIVA

A partir da disciplina de “Jornalismo Digital” da grade curricular do curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas (UCPel) surgiu a oportunidade de criar um veículo comunicativo sendo uma parte da prova prática de um dos trimestres. Tendo em vista a necessidade de uma quantidade mais significativa de espaços para os alunos dos cursos de Comunicação Social da UCPel colocarem em prática o conteúdo de sala de aula, criou-se o “Freeflag” – o bandeira livre, dando preferência ao inglês por dois motivos principais: a visibilidade no ciberespaço e pela agradável sonoridade das palavras.

Logo em seguida, analisando-se grande quantidade de veículos comunicativos on-line com conteúdo protegido (direitos autorais para reprodução em outros meios, enfim), o *Freeflag* recebeu justamente esse nome com o intuito de ser um veículo divulgador de notícias, especialmente *podcasts*, para o repasse das informações não somente no meio on-line através de web rádios, mas também no rádio convencional, em que as rádios poderão utilizar os *podcasts* do site como forma de preenchimento informativo de seus programas ou de sua grade de programação – dando chance aos universitários de terem seu trabalho reconhecido.

Freeflag significa-se traduzindo sua denominação para o português: bandeira livre, bandeira gratuita, fazendo a alusão às bandeiras utilizadas nos táxis como forma de cobrança. Esta, por sua vez, é livre, sem nenhum custo, ou seja, o leitor/visitante não pagará nada por reproduzir a informação em outros veículos – desde que as informações, ao menos os *podcasts*, não sejam alterados em suas edições e nem cortados os créditos audíveis de sua estrutura.

Por fim, criou-se um mecanismo de produção: *seleção de pautas / relevância para a região / editoria pré-final / correção / editoria final / publicação*, para que os conteúdos que saíssem assinados pelos universitários tivessem uma controladoria. Na primeira, reuniam-se uma vez na semana para estipular quais as pautas seriam



interessantes. A segunda realizava-se simultaneamente. Já a terceira era quando um profissional (um professor, o editor superior) apontava as possíveis alterações e dava o aval quase final. A seguinte dava o caráter correção ortográfica e também com os critérios estipulados por *lide – pirâmide invertida e formas de webjornalismo*. A quinta era quando o material voltava ao professor para dar o aval final para que aí sim passasse a sexta e última etapa, a publicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 Definição de Conteúdo:

Com base na necessidade de um portal informativo necessitar comportar os mais variados assuntos sobre temáticas do dia-a-dia foram criados os seguintes tópicos (canais) como métodos complementares de informação:

Artigos: Será o espaço destinado a colaboradores divulgarem seus artigos sobre os mais variados temas. Terá o espaço necessário para o artigo na íntegra. Será um dos espaços opinativos do *Freeflag* – mesmo que a opinião do dono do artigo não seja a mesma do site.

Beleza: Um canal onde serão abordados conceitos que envolvam a beleza e estética. O conteúdo deste canal abrigará os gêneros informativos e interpretativos.

Carros: Serão divulgadas todas as novidades no mundo das quatro-rodas. O conteúdo deste canal abrigará os gêneros informativos e interpretativos.

Cinema: É o canal onde além de serem divulgadas as informações também trará a atualização dos filmes em cartaz das cidades de Rio Grande (Cassino) e Pelotas. O conteúdo deste canal abrigará os gêneros informativos e interpretativos.

Culinária: É o canal que tratará não apenas de receitas, mas falará de matérias informativas e interpretativas de como levar a vida de maneira saudável.



Cultura: Será o canal onde se abordará todas as artes contemporâneas, desde o próprio cinema (outro canal do *Freeflag*) como também pintura e outras áreas. Também terá os gêneros informativos e interpretativos adotados.

Economia: Neste canal as matérias falarão somente da Economia, mas também de Política e todos os fatos que envolvam a relação entre as duas áreas. Serão adotados os gêneros informativos e interpretativos, porém, o gênero interpretativo será de maior uso devido ao grau um tanto quanto complexo do assunto deste canal.

Esportes: Um canal onde serão abordados todos os temas envolvendo o esporte nacional e internacional. Tratará dos assuntos com um enfoque mais informativo, devido a facilidade da temática deste canal.

Freeflag TV: É o principal espaço multimídia do portal. A *FreeFlag TV* levará ao leitor/visitante um resumo sobre os principais fatos da última semana. Usará uma linguagem sintética e, em grande parte, informativa.

Horóscopo: Este espaço será fantasioso não pela temática e sim para a inclusão do gênero opinativo e, sobretudo, da parte de humor do *Freeflag*.

Informática: Será um canal onde as matérias terão o gênero interpretativo devido a uma maior explicação do que é melhor e do que é pior dentro do assunto em questão.

Moda: Um canal informativo em que serão divulgadas as últimas notícias e informações acerca do mundo da moda.

Música: Será um canal multimídia do *FreeFlag*. Além de matérias informativas e interpretativas, também estará disponível uma web rádio on-line 24 horas.

Podcasts: Será o principal canal do site devido à política do site de informações livres. O leitor/visitante/instituição poderá apenas ouvir como também baixar os podcasts para seu computador e divulgar em outras mídias – outros veículos, web rádios e até em rádios convencionais.



Saúde: Será outro canal interpretativo do site. Terá como linha norteadora conceitos de uma vida saudável. Cuidados, prevenções, enfim.

Além desses tópicos também serão disponíveis outras sessões esporádicas no *Freeflag* de acordo com os espaços necessário e a importância da inclusão dos mesmos. Eles são:

Enquetes: Será um canal interativo do *Freeflag*. De acordo com a necessidade da aplicação de uma enquete na estrutura, será sempre colocada na página inicial do site, como mais uma ferramenta interativa, de aproximação entre o veículo e o leitor/visitante.

Blogs Pessoais: Este será outro canal interativo do *Freeflag* quando for confirmada a participação de outros membros. Terá um teor totalmente opinativo (colunas), que deverá basear-se em análises e crônicas acerca dos assuntos do dia-a-dia. Quando colocado, aparecerá na página inicial do site e também nos links do próprio blog do *Freeflag* que poderá ser acessado no guia rápido central da página ou diretamente pelo endereço: <http://portalfreeflag.blogspot.com>.

Política: Entendendo que a mídia televisiva, impressa e até digital aborda essa temática excessivamente, o *Freeflag* opta apenas para falar deste assunto quando o assunto for realmente relevante (por exemplo: Eleições Presidenciais) e não de CPIs o que é muito comum cenário brasileiro. Quando colocado, aparecerá na página inicial do site no menu à esquerda junto aos outros canais. Será um canal interpretativo, devido ao grau de complexidade e importância do assunto.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

5.1 BRIEFING:

Tipo: Website – Portal Multimídia

Sub-Categoria: Webjornal, Webjornalismo



Nome e Slogan: Freeflag - Onde a informação tem bandeira livre na Web!

Razão do Nome: Focando o trabalho livre e gratuito dos universitários que colocarão em prática as técnicas aprendidas em sala de aula e preencherão o site com conteúdo informativo (jornalismo) e também complementar (publicitários).

Objetivo: Criar um novo meio de divulgação e publicação de matérias, informações, fotos, podcasts e até notícias televisivas através do Freeflag.

Público-Alvo: Internautas a procura de notícias sobre os mais diversos canais e rádios para a procura de podcasts prontos para serem reproduzidos em suas programações.

Canais: O Freeflag terá canais de moda, esporte, cinema, política, economia, internet entre outros. *Podcasts* com as mais recentes notícias sobre cada tema. Haverá um dos canais interativos do portal: um espaço para o comentário dos usuários através do blog do site e no final de cada matéria, assim como ele também poderá avaliar de uma a cinco estrelas cada matéria realizada. E a Freeflag TV, que o site manterá e atualizará semanalmente com um programa clipping de notícias da respectiva semana.

Periodicidade/Atualização: Diária, tanto com as matérias escritas como nos *podcasts*, exceto com a Freeflag TV.

Abrangência: O raio de atuação do portal tem como principal praça de divulgação a região sul do RS, mas estende-se também aos outros estados brasileiros pela abrangência não só regional como também nacional das notícias contidas no site, sendo divulgado mundialmente através do mantimento de sua página no ciberespaço.

Diferencial: Por ser um trabalho de cunho acadêmico, terá todo o acompanhamento da Profª Orientadora, diferente dos veículos já existentes onde o intuito é apenas o lado comercial da questão. O *Freeflag* é uma ferramenta de aprendizado e aprimoramento do que aprendemos no dia-a-dia na faculdade, aplicando os conceitos e teorias na parte prática na produção das matérias, na checagem das fontes e na construção de notícias – escritas e faladas (*podcasts*) – e também construídas na Freeflag TV.



6 REFERENCIAL TEÓRICO

6.1 A Interatividade do Veículo Comunicativo *Freeflag*

Tendo em vista a criação de um veículo comunicativo pode-se compreender que ele necessita de elementos representativos no ciberespaço para que alcance os objetivos propostos na etapa de formulação de características, entre elas estão: interatividade, velocidade, hipermídia/multimídia, hipertextualidade, memória e personificação. Podendo-se neste projeto dar extrema importância para a ferramenta da interatividade como princípio elementar das atividades do site.

De acordo com as teorias e técnicas aprendidas na disciplina de Jornalismo Digital define-se a *interatividade* como uma forma de presença do leitor como também construtor de uma notícia, ou seja, um espaço caracterizado no site para que o leitor possa debater o fato, comentar a notícia ou ainda realizar uma construção de matérias na íntegra.

Com base na prioridade do site na construção de uma interatividade efetiva, Lévy (1999) diz que o termo interatividade em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo. “Mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho.” (LÉVY, 1999, p.79).

Ainda para Lévy, a criação e, especialmente, a medição da interatividade de um web site, pode-se utilizar eixos bem diferentes:

As possibilidades de *apropriação* e de *personalização* da mensagem recebida seja qual for a natureza dessa mensagem; a *reciprocidade* da comunicação (a saber, um dispositivo comunicacional “um-um” ou “todos-todos”; a *virtualidade*, que enfatiza aqui o cálculo da mensagem em tempo real em função de um modelo e de dados de entrar; a *implicação* da imagem dos participantes nas mensagens e a *telepresença*. (LÉVY, 1999, p.82).

Já para o conceito de velocidade, pode-se dizer que ele é muito importante para um veículo comunicativo, mas requer cuidados na hora de aplicá-lo no dia-a-dia. O lado bom é que manter um veículo, no caso deste trabalho o *Freeflag*, atualizado gera credibilidade aos leitores/visitantes. Porém, o lado ruim disso é que muita velocidade



acaba por gerar notícias falsas devido ao ato falho do responsável pela divulgação da matéria em checar as fontes e os dados descritos no corpo dela.

Em *hipermídia/multimídia* a possibilidade de conteúdo gera a possibilidade imediata que no veículo sejam colocadas ferramentas virtuais informativas com o interesse de informar através de um vídeo, de uma imagem ou de um som, misturando todas as mídias. Esse formato confere um dinamismo e uma fuga do convencional texto em bloco oferecido pelos veículos outrora.

A *hipertextualidade* será também um dos principais quesitos neste veículo já que a partir dela pode-se conectar as notícias ou pequenas palavras significativas do conteúdo a outras notícias ou significantes a partir de um hipertexto (hiperlink), cedendo ao leitor/visitante outra possibilidade de compreender o contexto ou a analogia da matéria ou também a compreensão de palavras até então não comuns no dia-a-dia.

Citando-se *memória* o *Freeflag* entende que a Internet é baseada nesse conceito de ter acesso à informações antigas, já que nela tudo é digital e se ocupa pouco espaço mantendo as informações no ciberespaço. Com isso, pretende-se criar o agrupamento de conteúdos antigos, fornecendo ao leitor/visitante a possibilidade de acesso a esses documentos como forma de bater dados, ou seja, a verificação dos mesmos.

Por último, a *personificação* aparece neste veículo em duas formas: a primeira pode-se dizer através do grau de seletividade do conteúdo por parte do idealizador e também por parte do leitor/visitante, fomentando a necessidade do crescimento de um jornalismo especializado (cultura, esporte, música, enfim) e o segundo como forma aberta de um espaço opinativo no veículo, levando aos leitores uma opinião definida acerca do assunto em destaque na matéria.

A partir dos conceitos citados, aparece outra questão no ciberespaço: a seleção no mundo virtual nos diferentes tipos de conteúdo. Lévy (1999) define duas grandes atitudes de navegação opostas pelos navegantes. Para ele a primeira é a “*caçada*”, onde o futuro receptor procura uma informação precisa que deseja obter o mais rápido possível. A segunda denomina como “*pilhagem*” definindo como os leitores, vagamente interessados por um assunto, mais prontos a desviar a qualquer instante de acordo com o clima do momento, não entendendo exatamente o que procura, acabando por sempre encontrar alguma coisa, deriva-se de site em site, de link em link, recolhendo coisas aqui e coisas ali de seu interesse.

Ligando-se a área por parte do criador/gerador de informações e conteúdo, ainda segundo Lévy, pode-se dizer que as páginas da web acabam por exprimir idéias,



desejos, sabores, ofertas de transação de pessoas e grupos humanos. Com isso, entende-se que por trás de um grande hipertexto fervilham a multiplicidade e suas relações.

Para Lévy (1999) no ciberespaço, o saber não pode ser mais concebido como algo abstrato ou transcendente. Ele se torna mais visível – e mesmo tangível em tempo real – por exprimir uma população. Sendo assim, Lévy ainda afirma:

As páginas da Web não apenas são assinadas, como as páginas de papel, mas freqüentemente desembocam em comunicação direta, por correio digital, fórum eletrônico ou outras formas de comunicação por mundos virtuais como os MUDs⁴ ou MOOs⁵. Assim, contrariamente nos leva a crer a vulgata midiática sobre a pretensa “frieza” do ciberespaço, as redes digitais interativas são fatores potentes de personalização ou de encarnação de conhecimento. (LÉVY, 1999, p.122)

Por fim, pode-se concluir este raciocínio das ferramentas comunicativas presentes neste veículo comunicativo criado para a disciplina de Jornalismo Digital, como mais um veículo carregado de técnicas interativas e dissipador de conteúdo que agrega valor em saber a partir da informação on-line com a possibilidade de ceder conexões múltiplas aos internautas que do veículo fizerem uso para fins de consulta ou atualização.

6.2 A definição da linguagem jornalística do veículo

A partir da necessidade de definição da linguagem jornalísticas do veículo *Freeflag* pode-se defini-la em três sub-linguagens, segundo Lage (2003): a primeira são os registros de linguagem; a segunda é o processo de comunicação e a terceira os compromissos ideológicos.

Ainda segundo Lage (2003), os registros de linguagem “não são conjuntos homogêneos e da linguagem se abrigam usos regionais”, discursos especializados e pelos menos dois registros de linguagem. Do ponto de vista da eficiência da comunicação, o registro coloquial seria sempre preferível, pois ele é mais acessível para as pessoas de pouca escolaridade – e que no caso do veículo deste trabalho seria o caso mais próximo, o de usar uma linguagem de fácil acesso para que todas as pessoas possam da informação absorver o máximo em relação à leitura e compreensão das palavras e, por conseqüência, da linguagem.

⁴ MUDs são Multi-User Dungeons, jogos de aventura com vários participantes.

⁵ MOO significa MUDs, Object Oriented, uma variantes dos MUDs originais. N. do T.)



Já o processo de comunicação, a atividade jornalística é, por definição, o referencial, isto é, fala de algo no mundo, exterior ao emissor, ao receptor e ao processo de comunicação em si. Sendo assim, ainda para Lage (2003) o domínio da referencialidade permite diferenciar a linguagem jornalística da linguagem didática, ainda que esta se proponha a divulgação do conhecimento ou da divulgação científica. Neste mesmo caráter do processo de comunicação, dentre outras ferramentas elementares para a formulação da linguagem jornalísticas, Lage ainda elenca a *identificação* ou *empatia* como forma de aproximação na retórica do jornalismo. Nela se apóiam:

“*Notícias sobre pessoas notáveis*, os olímpianos – habitantes do Olimpo da cultura de massas –, desde Pelé até o Papa. Há os olímpianos universais, nacionais e até regionais; *notícias sobre personagens que correspondem a estereótipos sociais*, como o malandro que engana a todos, o vingador destemido, o homem que se fez por si mesmo ou o herói revolucionário e romântico; *notícias que buscam vencer a barreira social* através de relações existenciais. Supõe-se que todos os pais se identificam com o pai de uma criança seqüestrada e que as mulheres se sentem desprezadas viverão intensamente o drama exemplar de uma delas, independentemente das posições de classe e *as notícias que articulam em torno de personagens que correspondem a aspirações coletivas*, àquilo que as pessoas gostariam de ser – mais alegres, mais saudáveis, mais ricas. O tempo de identificação pode ser uma característica comum, como o aspecto físico ou a faixa de idade.” (LAGE, 2003, p.49)

Então, pode-se dizer que o *Freeflag* baseado nos conceitos de Lage em relação à definição da linguagem jornalística usará nos textos jornalísticos uma linguagem clara e objetiva para que todas as pessoas possam ter acesso ao conteúdo informativo de forma não-restrita, ou seja, sem termos rígidos – e quando citados serão explicados devidamente no texto ou hiperlinkados a outros conceitos.

6.3 O veículo (*Freeflag*) como serviço de informação

Segundo Saracevic um sistema de informação pode ser denominado:

“Um sistema de informação seleciona do conhecimento existente, literatura/ou suas representações, organiza as seleções, de alguma forma, em arquivo e dissemina as seleções de alguma maneira para dado destino.” (SARACEVIC, 1975, cit. p.326)



Com base nisso, o *Freeflag* segue o conceito de que a informação é extremamente relevante para que o veículo tenha sucesso e obtenção de credibilidade no ciberespaço. Sendo assim, pode-se dizer que através do serviço de informação prestado em suas estruturas através de conhecimentos informativos, interpretativos e opinativos, desencadeará conteúdo de cunho seletivo para o leitor/visitante.

Ainda com base nisso, o veículo aqui trabalhado, o veículo terá a disponibilidade de conteúdo livre na Web para que ele seja divulgado em outros veículos, desde as matérias construídas, com conceitos, formas, fotos, ilustrações e links que venham a fazer parte dela tão bem como a disponibilidade dos *podcasts* relativo às matérias que serão o “carro-chefe” – diga-se assim – conforme o próprio nome do veículo traduzido: bandeira livre, bandeira gratuita. (*Ver briefing para compreender a idéia do nome*).

Os *podcasts*, segundo a Wikipédia⁶, são formas de publicação de áudio, vídeo e/fotos pela Internet que permite aos utilizadores acompanhar a sua atualização. A palavra “*podcasting*” é uma junção de iPod – um aparelho que toca arquivos digitais em mp3/mp4 – e broadcasting (transmissão de rádio ou tevê). Assim, pode-se dizer que *podcasts* são arquivos de áudio que podem ser acessados pela internet e contêm informações acerca de um assunto em questão.

Já para compreender os tipos de serviços utilizados pelos webjornais a seguinte tabela ilustra tais serviços e quantidades percentuais deles segundo uma pesquisa realizada em 1998 por Mannarino (2000):

Tabela de Jornais	147	%
Jornais com notícias gratuitas	124	84,3%
Jornais com notícias gratuitas – versão parcial	15	10,2%
Jornais com notícias incrementadas	7	4,7%
Jornais com notícias para assinantes	4	2,7%
Jornais com notícias incrementadas para assinantes	1	0,6%
Jornais com notícias on-line	15	10,2%
Jornais com notícias por e-mail	2	1,3%
Jornais que publicam fotos	15	10,2%
Jornais com imagem da primeira página	8	5,4%
Jornais com busca e recuperação da edição do dia	23	15,6%
Jornais com busca e recuperação em edições anteriores	38	25,8%
Jornais com busca e recuperação gratuita no arquivo	49	33,3%
Jornais com busca e recuperação no arquivo p/ assinantes	4	2,7%
Jornais com acesso gratuito a notícias recuperadas	33	22,4%

⁶ Enciclopédia virtual, disponível na Web, URL: <http://pt.wikipedia.org> – Já para o conceito de *podcast* na própria Wikipédia, está disponível na URL: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Podcasting> a definição sobre o conceito. Ambos acessados em 23 de abril de 2008 às 13h49m e aqui descritos na mesma data.



Jornais com acesso tarifado a notícias recuperadas	18	12,2%
Jornais com <i>webcasting</i>	18	12,2%
Jornais com <i>newsgroups</i>	17	11,5%
Jornais com grupos de discussão	7	4,7%
Jornais com enquetes	5	3,4%
Jornais com reportagens especiais	11	7,4%
Jornais com outros serviços	11	7,4%
Jornais que exigem cadastro do leitor	9	6,1%

Com base nessas análises, pode-se dizer que o *Freeflag* enquadra-se na grande maioria dos itens. Dos 22 itens, 17 são representativos em sua estrutura, assim como mostra a seguinte tabela:

Tabela de Jornais	SIM	NÃO
Jornais com notícias gratuitas	X	
Jornais com notícias gratuitas – versão parcial	X	
Jornais com notícias incrementadas	X	
Jornais com notícias para assinantes		X
Jornais com notícias incrementadas para assinantes		X
Jornais com notícias on-line	X	
Jornais com notícias por e-mail	X	
Jornais que publicam fotos	X	
Jornais com imagem da primeira página	X	
Jornais com busca e recuperação da edição do dia	X	
Jornais com busca e recuperação em edições anteriores	X	
Jornais com busca e recuperação gratuita no arquivo	X	
Jornais com busca e recuperação no arquivo p/ assinantes		X
Jornais com acesso gratuito a notícias recuperadas	X	
Jornais com acesso tarifado a notícias recuperadas		X
Jornais com <i>webcasting</i>	X	
Jornais com <i>newsgroups</i>	X	
Jornais com grupos de discussão	X	
Jornais com enquetes	X	
Jornais com reportagens especiais	X	
Jornais com outros serviços	X	
Jornais que exigem cadastro do leitor		X

Sendo assim, conclui-se que a “relevância é considerada como uma medida de eficácia de um contato entre uma fonte e um destino num processo comunicacional” (Saracevic, 1975, cit. p. 321). E é por esse papel significativo de relevância que o *Freeflag* condiciona-se a ter essas ferramentas para aproximar-se do leitor/visitante para adquirir credibilidade e dar mais dinamismo em relação aos concorrentes que possuem formatos distintos, diga-se já ultrapassados, em seus veículos comunicativos.



7 LAYOUT DO PORTAL



freeflag

ONDE A INFORMAÇÃO TEM BANDEIRA LIVRE NA WEB!

NEWSLETTER:

NOME COMPLETO:

E-MAIL:

[CADASTRAR](#) [REMOVER NEWSLETTER?](#)

Home | Edições Anteriores | Blog do Freeflag | Podcasts | Freeflag TV | Últimas Notícias | Termos de Compromisso

CANAIS:

- Artigos
- Beleza
- Carros
- Cinema
- Culinária
- Economia
- Esportes
- Freeflag TV
- Horóscopo
- Informática
- Moda
- Música
- Pesquisa
- Podcasts
- Política
- Saúde



ONDE A INFORMAÇÃO TEM BANDEIRA LIVRE NA WEB!

:: ÚLTIMOS PODCASTS

 # 01	Imunologia de Pingüins Entrevistado: Bruno Oliveira Duração: 2m55s
 # 02	Friches Industriais Entrevistado: Matheus Oliveira Duração: 3m23s
 # 03	Pastoral do Menor Entrevistado: Ana Pozzada Duração: 2m03s
 # 04	Curta Metragem Entrevistado: Max Cirne Duração: 2m02s
 # 05	Yôga em Pelotas Entrevistado: Pablo Madruga Duração: 3m45s

REVISTA DROPSUL

Portal Crítico-Informativo
Ele só cresce e você só ganha!

BLOG DO FREEFLAG



Entre e debata os temas mais polêmicos

CINEMA



Confira as previsões de Tetê Nosferramus

POLÍTICA



Marta Suplicy no páreo para prefeitura de SP

PESQUISA



Alunos da FURG aplicam técnica em pingüins

CARROS



Fique por dentro do mundo das quatro rodas

ESPORTE



Atualize-se: Tudo de esportes no Freeflag

MODA



Calças Jeans sempre em moda

MÚSICA



Pagode pelotense: Banda Vem Sambah

:: ÚLTIMAS MATÉRIAS ADICIONADAS Via Twitter: <http://twitter.com/freeflag>

Política - Marta Suplicy em entrevista coletiva afirma que concorrerá nas próximas ... [Leia mais >>](#)

Esporte - Gustavo Kuerten, mesmo com derrota, se despede das quadras na França... [Leia mais >>](#)

Música - Grupo Vem Sambah espalha o pagode por Pelotas e pela Internet via... [Leia mais >>](#)

Informática - Western Digital lança hds portáteis com conexão USB com tamanho... [Leia mais >>](#)

Horóscopo - Tetê Nosferramus publica as últimas previsões do zodiaco no Freeflag... [Leia mais >>](#)

GREENPEACE
greenpeace.org

Contato | Webmaster | Provedor | Copyright 2008 @ - Todos os direitos reservados



6 CONSIDERAÇÕES

A partir dos conceitos aprendidos na disciplina de Jornalismo Digital pretendeu-se aplicar tais definições e métodos neste Portal Multimídia. Levando-se, sobretudo, em consideração as características do Jornalismo On-line – interatividade, velocidade, hipermídia, hipertextualidade, memória e personificação – à risca para conceder ao **Freeflag** conteúdo de qualidade.

Levam-se também em consideração as teorias aqui descritas: por Lévy (1999), a interatividade; por Lage (2003) a definição da linguagem jornalística; por Saracevic (1975), o veículo como um sistema de informação; por Mielniczuk (2004), características e implicações sobre jornalismo na Web e para Manarino (2000), a representação do **Freeflag** como um novo webjornal/portal presente em 17 das 22 características dos outros veículos do mesmo segmento do ciberespaço – o único sendo construído e mantido por universitários, fornecendo material real e sendo mais um espaço para conteúdo informativo.

Pretendeu-se com este trabalho dar atenção especial a criação de um espaço para a parte prática dos universitários do curso de Comunicação da Social da UCPel, seguindo os conteúdos e características do webjornalismo presentes na web 2.0, propostos por MIELNICZUK.

Por fim, para mais informações e análises deste trabalho, basta acessar o Portal Freeflag no seguinte endereço: <http://www.vetorial.net/~leivas/freeflag>.

REFERÊNCIAS

LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*, 7ª edição. São Paulo: Ática, 2003.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MANARINO, Marcus Vinicius. *O Papel do Web Jornal – Veículo de Comunicação e Sistema de Informação*. Porto Alegre: Edipucrs, 2000.

MIELNICZUK, Luciana. *Características e Implicações do Jornalismo na Web*. URL: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/seminario/luciana.htm>.

SARACEVIC, Tefko. *A review of and a framework for the thinking on the notion in Information Science*, p. 321-343, Nov./Dec., 1975.

WIKIPEDIA – Enciclopédia virtual. Url: <http://pt.wikipedia.org>. <Acesso em 16 de abril de 2009>.