



## **Jornalismo e Blogs: A Nova Realidade da Imprensa<sup>1</sup>**

Érica Francisco Travain Aguiar<sup>2</sup>

Lais Fernanda Esteves<sup>3</sup>

Mariana Uberti Kohlrausch<sup>4</sup>

Marília Campos Munhoz<sup>5</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

### **Resumo**

Busca-se aqui apresentar a relação blog e mídia comercial no quesito liberdade de expressão sem as amarras de empresas patrocinadoras, publicitárias e governamentais que limitam e escolhem o que pautar para a sociedade seguindo o modelo de agendamento. Nesse aspecto, pega-se como principal objeto de estudo a nova face da comunicação midiática que coloca em estado de alerta o mundo capitalista do jornalismo mundial: blogs e o compromisso com a verdade. Este artigo tem por objetivo analisar os blogs *Vi O Mundo*, *Diário do Centro do Mundo* e *Blog do Josias* de modo a identificar o comportamento destes no quesito liberdade de expressão e desvinculação com a grande mídia. Utiliza-se o método Indutivo seguindo a linha metodológica que parte de particularidades, esses blogs específicos, para a globalidade, caráter da maior parte dos blogs.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Blogs; Imprensa.

### **O princípio da relação**

A internet desde seus primórdios evolui e impõe novos modelos de transferência de dados, educação, fonte de entretenimento, exposição pessoal e principalmente comunicação. Nascida em áreas militares e provida de dispositivos para uma ligação mundial, a internet, hoje, é

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Junior IJ1 - Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 03 a 05 de julho.

<sup>2</sup> Graduanda do curso de Jornalismo. Email: ericafta@gmail.com

<sup>3</sup> Graduanda do curso de Jornalismo. Email: ladicla@terra.com.br

<sup>4</sup> Graduanda do curso de Jornalismo. Email: mariana\_kol6@hotmail.com

<sup>5</sup> Graduanda do curso de Jornalismo. Email: mariliac\_munhoz@hotmail.com



uma ferramenta indispensável para a humanidade. Desenvolveu-se de tal modo que atualmente é possível ter informações do mundo todo em tempo quase real.

Nesse ambiente os blogs têm tomado espaço significativo como meio de comunicação, não somente como sua proposta inicial de diário virtual, como disse Justin Hall (1994), que “Nós necessitamos de mais amigos e mais ouvidos simpáticos, pessoas que possam ouvir nossas histórias e contar-nos as suas próprias, ou nos dizer onde elas foram mudadas [...] Nos ajudam a afirmar a nós mesmos”. Mas como instrumento de veiculação de notícias, posições ideológicas, pensamentos, críticas e liberdade de expressão.

Os blogs focam-se na publicação e no usuário, não na programação ou design gráfico e não tem intermediários segundo afirma José Luis Orihuela (2007). Em seus domínios, o blog tem um acordo direto entre leitor e escritor e coloca em voga o papel democratizante de aceitação ou não dos conteúdos delimitando, pra quem escreve, seu público alvo. Tal público escolhe quem segue através das ideias, posições, atitudes e qualidade das notícias apresentadas.

O blog é um meio a princípio pessoal (embora haja blogs em grupos), que funciona sem editores e sem prazos, sem fins lucrativos, e que é escrito, em geral, pelo prazer de compartilhar informações ou como veículo de expressão. Diante da “realidade jornalística”, o blog possui uma resposta mais rápida, mais impressionista e mais pessoal do que os meios de comunicação tradicionais e, por sua vez, contribui para ampliar as fronteiras da realidade midiática. [...] a agenda pública já não é exclusivamente marcada pelos grandes meios de comunicação. (ORIHUELA, 2007, p. 6).

A partir da delimitação relacionada à fins dos blogs e seu papel no jornalismo é possível traçar um panorama com mudanças que ambos os meios sofreram, a forma como se ajustaram e as controvérsias entre o jornalista e o blogueiro. Com tais ferramentas é possível diferenciar um ramo do outro e uni-los de forma que trabalhem em benefícios externos (para o público).

O jornalismo se modificou ao decorrer de sua existência para se moldar nos parâmetros de evolução exigidos pela sociedade. Com o advento da TV, os rádios tiveram de se adaptar para atrair o público e não perder sua posição no mercado. Já com o surgimento e expansão da internet, os meios acima mencionados foram obrigados a se ajustar criando canais que interligam o público diretamente com quem produz a notícia. Desse modo, o jornalismo tornou-se, na rede, uma conversação entre quem lê e quem escreve, sendo a opinião do leitor essencial para a manutenção do conteúdo reportado. Saindo do unidirecional (do meio midiático para o leitor) para o multidirecional (dos meios, blogs e jornalistas pra todo o público e deste para os meios).



A ética profissional é o que diferencia um blog de jornalismo sério de um blog que tem por objetivo somente incitar a opinião pública. O jornalista blogueiro e profissional tem o empenho de investigar os fatos, colher dados, a construir a notícia e disseminá-la com comprometimento.

De acordo com o que afirma Juan Varela (2007), não é caráter dominante dos blogs produzir jornalismo, existem vários ramos com maiores abrangências como a moda, a beleza, o comportamento e o entretenimento; não são os meios que definem essa característica, mas os valores e o modo como o fazem; o jornalismo necessita que a informação seja exclusiva, os blogs não; a publicação com baixos custos e facilidade beneficia todas as relações, desse modo, maior a liberdade adquirida.

Num âmbito competitivo entre blogueiros e jornalistas, estes se defendem como profissionais que acreditam que tem maior competência em relação ao jornalismo clássico. Blogs só se tornam de caráter jornalístico quando passam a ser empresas que se comprometem com o trabalho de informar.

Apresenta-se, seguindo essa linha, análises de caráter político, design visual, comprometimento com a informação de blogs como: *Vi O Mundo*, *Diário do Centro do Mundo* e *Blog do Josias*. A escolha de tais blogs se deu pelo grande destaque destes na rede e seu caráter revolucionário que busca tirar as vendas que a grande mídia colocou no seu público. Buscam expor o que realmente acontece fora do que se vê na imprensa. Formulam e constroem um olhar crítico do leitor fazendo com que este se independa, busque fontes confiáveis e seja cético ao tomar como verdadeira uma abordagem.

Tenta-se, a partir das análises, apresentar um jornalismo que busca a imparcialidade e mostra, sem medo das consequências, os mascaramentos construídos pelo jornalismo comercial.

Neste momento é alcançado o objetivo proposto por este artigo, que visa relacionar o jornalismo de blogs com sua independência de políticas limitadoras. Tal objetivo se baseou no atual contexto de luta por autonomia dos blogs escritos por jornalistas profissionais que frequentemente entram em choque com a grande mídia por reportar de maneira independente os assuntos mais polêmicos que a imprensa deixa de lado para honrar compromissos empresariais e mercadológicos.

A metodologia aplicada utilizou-se de pesquisa exploratória, com procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental para dar o embasamento teórico necessários, além de análises particulares dos blogs enfocados neste artigo, levando em conta a forma como abordam



as notícias sendo essa impessoal ou tendenciosa, os patrocínios que envolvem tais blogs visando assim classificá-los como totalmente ou parcialmente independente. O método Indutivo contribuiu largamente para tal análise, pois a partir dos blogs apresentados, pode-se fazer ligações com demais blogs de mesmo cunho. Desse modo, pode-se inferir uma característica geral aos blogs, que é a de apresentar a opinião de quem escreve segundo os temas abordados.

Nos dias atuais, com o advento midiático que nos cerca, a exposição de opiniões seguindo posicionamentos político-ideológicos pela linha editorial de meios impressos, radiodifusão em geral, cria certa desconfiança no público. A geração que perpetua, busca veracidade da imprensa, mas o engajamento político e os patrocínios das mídias tradicionais formulam certa renúncia a tais meios. Assim, o fio que liga os blogs ao jornalismo alcança essas massas desacreditadas no potencial da imprensa e apresenta um mundo em que ainda é essencial a transparência e a tentativa da imparcialidade. Os blogs ganham espaço e consolidam sua nova forma de democracia, jornalismo e compromisso social.

O que os meios sociais de comunicação ensinam à comunicação de massa é que ela precisa ser mais transparente, mais aberta, a necessidade de exalar confiança por meio de uma conduta visível, onde tudo seja comprovado por todos. O poder suave do verdadeiro sobre a sacralização do acesso a secreto, ao reservado a alguns poucos. (VARELA, 2007, p. 89).

Na busca por fontes confiáveis e por opiniões diversas, os leitores recorreram à Internet como meio de escape e encontraram a forma nascente de envolvimento público que são os blogs. Com a demanda destes na rede, surgiu, como em todos os ramos do capitalismo, a necessidade de lucrar com as postagens de forma indireta sem cobrar do público para acessar as mesmas. A publicidade cresce aos poucos e começa ditar, assim como na mídia convencional, o que se pública. Porém, o modo como os blogs reagirá determinará seu futuro e sua credibilidade.

### **Blogs e a publicidade**

Com relação à publicidade envolvida nos blogs, Julio Alonso (2007) afirma que a maioria dos blogs não possui grande público para que possa atrelar-se à publicidades como via de lucros. Do mesmo modo, há uma importante parte da blogosfera que diz ser uma traição ao espírito original dos blogs o fato de alterá-lo num apoio publicitário.



A partir dessas argumentações, enfoca-se neste artigo, o fato de jornalistas renomados brasileiros se apartarem da grande mídia e encontrarem nos blogs um meio de exposição de suas experiências restritivas e experimentarem uma nova forma de jornalismo menos comercial, mais receptivo com um *feedback* desejado por todo profissional da área: envolvimento populacional.

### **Análise do blog *Viomundo***

Blog iniciado em 2007, o *Viomundo*<sup>6</sup> tem grande destaque na internet como um dos blogs jornalísticos mais acessados e bem aceitos do meio online. Criado pelo jornalista Luiz Carlos Azenha como forma de escape da força das grandes corporações sobre a mídia, o blog é hoje um exemplo de meio midiático livre de recursos privados ou governamentais. Azenha trabalhou na Rede Globo de Telecomunicações até 2007, quando, insatisfeito com a parcialidade e tendência à manipulação da notícia feita pela empresa, pede demissão e passa a se dedicar à imprensa livre.

A principal característica do blog *Viomundo* é exatamente essa, não depender de corporações ou órgãos governamentais, com isso, a notícia é desvinculada de opiniões de empresas jornalísticas. A iniciativa de criação do blog veio de Azenha, mas hoje conta com um grande número de jornalistas colaboradores que também publicam no veículo. Teve início como um projeto pessoal que acabou se tornando profissional, na medida em que o blog crescia em acessos.

Com a tendência atual de crescimento das mídias alternativas, o *Viomundo* se fortaleceu no meio. Por ser gratuito, de fácil acesso e, principalmente, pela credibilidade dos publicadores, esse veículo teve grande aprovação do público internauta que procura por jornalismo de qualidade dentro da esfera online. Seus leitores prezam pelos aspectos antes citados e majoritariamente pela característica mais marcante do blog: ser livre das amarras das empresas jornalísticas.

Com publicações diárias e um conteúdo político-crítico, ele se tornou um dos principais meios de busca de informações alternativas e de visões diferenciadas daquelas difundidas pela grande mídia. Fatos ignorados ou ocultados por não atenderem aos interesses dessas empresas, podem ser noticiados em blogs como o *Viomundo*, que prezam pelo jornalismo livre.

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.viomundo.com.br>



Além de maior liberdade para o autor dos textos, os leitores também desfrutam de autonomia para comentar e discutir os assuntos abordados nas notícias. É possível perceber, ao analisar os comentários que, a maioria dos leitores, possui um senso crítico apurado e conhece os assuntos sobre os quais comenta. As discussões vistas nos comentários mostram diferentes opiniões entre os leitores, o que significa que pessoas de diferentes ideias políticas acompanham o blog.

Devido à sua característica fundamental e ao fato de depender, basicamente das contribuições dos leitores, o número de campanhas publicitárias é reduzido em comparação à outros blogs. O *layout* é simples e funcional, contribuindo para o melhor cumprimento de suas funções informativas e não deixando a publicidade e os conteúdos de entretenimento ofuscar o papel jornalístico que desempenha.

O blog é dividido em seções, cada uma responsável por um tipo de conteúdo, são elas: *Denúncias, Política, Entrevistas, Opinião do Blog, Você Escreve, Humor, Rádio e TV*. Cada uma dessas fica responsável por diferentes assuntos e até mesmo abordagens, dando variedade ao conteúdo do *Viomundo*.

Na página inicial do blog existe um link onde é possível fazer parte do grupo de patrocinadores. Basta fazer sua contribuição pela internet, ou mesmo pelo banco, e colaborar para a manutenção do blog. No fim da página inicial também são encontradas as notícias mais comentadas do mês e a seção *Baú do Azenha*, na qual encontram-se matérias de grande importância, novas e antigas, de autoria de Luiz Carlos Azenha. O *Viomundo* também conta com uma seção de saúde, com textos de autoria de Conceição Lemes.

Ao lado direito de cada notícia, existe uma imagem de apoio aos blogs que lutam contra a ditadura midiática. A imagem é seguida pelo texto: “Colabore para o fundo de apoio aos blogueiros em luta contra a ditadura midiática. Vários são alvos de processos absurdos e não têm como pagar as custas da Justiça. Esta é uma batalha coletiva.” Essa imagem é usada para que os leitores apoiem os blogs e colaborem para que estes se mantenham existentes.



Fonte: viomundo<sup>7</sup>

O blog foi acessado no dia 4 de maio de 2013, no qual a manchete principal da página era: “Marcos Coimbra: Por que a oposição cobra do PT práticas que nunca adotou?”<sup>8</sup> Além disso, o blog possui página no facebook para que se possa acompanhar as notícias publicadas pelo *Viomundo* e outras informações de relevância.

### **Diário do Centro do Mundo**

O *Diário do Centro do Mundo*<sup>9</sup> é um blog hospedado no *Wave Connect Ltda* desde 30 de junho de 2010. O *Diário* tem como objetivo fazer a filtragem e o resumo das notícias diárias mais importantes sobre diversas áreas (esportes, cinema, política, economia, etc.). Além disso, o blog oferece links para a consulta das melhores matérias (nacionais ou internacionais) sobre os assuntos em questão e oferece as opiniões e análises do seu grupo de jornalistas e blogueiros.

O blog tem como objetivo clarear as notícias, oferecer diferentes opiniões expondo novas pessoas e novas idéias, fazer a análise noticiosa com total independência ideológica e editorial, sem a pressão normal de um jornal comum, em que é necessário seguir uma linha editorial e defender a posição do meio midiático.

O *Diário do Centro do Mundo*, na seção *Sobre*, em que revela informações sobre o blog, diz acreditar em um jornalismo de primeira qualidade e defende a ideia de uma sociedade mais justa, feliz e sustentável, como o uso da bicicleta que é citado como um meio de transporte econômico, limpo e ecologicamente responsável. O *Diário* também apoia o fato de que governos

---

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.viomundo.com.br>

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.viomundo.com.br/politica/marcos-coimbra-2.html>

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br>



e instituições devem agir com transparência e acredita ser a internet, o meio mais democrático de difundir e dividir o conhecimento, onde é possível existir a liberdade de expressão e o compartilhamento de seus ideais por meio dos leitores.

O diretor do *Diário* é Paulo Nogueira e o diretor-adjunto é Kiko Nogueira. O grupo de colunistas é composto por Emir Ruivo, Pedro Nogueira, Camila Nogueira, Dagomir Marquezi, Jomar Moraes, Mauro Donato, Pedro Cohn, Diego Marques, Lex Dominum, Jota Pinto Fernandes, Scott Moore, Marília Beznos e Fumaça Jones. Erika Kazumi Nakamura é editora de Redes Sociais, enquanto Tiago Tadeu é o desenvolvedor Web.

O blog possui um visual muito ‘clean’, de fácil visualização e leitura, com fundo branco, letras na cor preta e algumas manchetes em vermelho. Ao abrir um editorial, é possível encontrar as notícias em uma lista, com as manchetes, data da publicação, número de comentários de leitores, autor da publicação e um trecho referente ao começo da notícia em sua descrição.

Do lado direito da página inicial, há um quadro com as 10 notícias mais importantes, indicadas por “O Essencial – As 10 notícias que você precisa ler agora” que ganham um grande destaque na página inicial do blog por possuírem grande relevância na mídia em geral.

No canto superior direito da página, há um sistema de busca que classifica as notícias por data da publicação, das mais recentes (em primeiro lugar) as mais antigas.

Ainda na página inicial, abaixo do quadro “O Essencial”, há um quadro para “Assinar Blog por Email”, em que você pode receber notificações de novas publicações em seu e-mail. Logo abaixo, existe o quadro de “Enquete” em que os leitores podem votar, opinando sobre as notícias e atitudes relacionadas a elas. Além desses, também é possível visualizar os comentários mais recentes da página, os últimos *tweets* relacionados às publicações do blog e as notícias mais acessadas do dia, mês, ano ou desde o começo do blog.

Ao acessar a página de uma notícia, o leitor encontra a notícia resumida nos primeiros parágrafos, a opinião do autor do texto, um quadro com informações sobre o autor, tags da publicação, como acontece na maioria dos blogs, comentários dos leitores, que, em sua maioria, são respondidos pelo autor, e links para compartilhar a publicação em outras redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*. Ainda há possibilidade do *Feed RSS*, um “mecanismo que permite o envio de conteúdo de uma página da Internet a um dispositivo móvel como um telefone celular.” (CASTRO, 2007, p.70)





Em relação à multimídia, o blog possui uma seção *Vídeo do dia*, na qual posta vídeos relacionados às notícias publicadas no blog e de grande relevância. Os vídeos, normalmente, estão hospedados no *Youtube* ou no *Vimeo* e podem ser visto diretamente na página do blog e como qualquer postagem, possuem tags para serem encontrados, posteriormente, em sites de busca. Os vídeos podem ser tanto publicados pelo perfil de cada colaborador, quanto pelo perfil do *Diário do Centro do Mundo*.

Em quatro de maio de 2013, a publicação mais popular da página era sobre a menina Julia Gabriele, de 11 anos, que sofreu cyberbullying nas redes sociais<sup>10</sup>. No mesmo dia, constava como a publicação mais comentada do blog a matéria “Um dia na vida do Perfeito Idiota Brasileiro” feita por Paulo Nogueira em 16 de fevereiro de 2013, com 253 comentários<sup>11</sup>.

### **Blog do Josias**

O Blog do Josias<sup>12</sup>, de autoria do jornalista Josias de Souza está hospedado no portal UOL. O conteúdo editorial diz respeito a temas políticos, através uma análise crítica do autor. O objetivo principal do blog é informar o leitor sobre os assuntos referentes à política brasileira utilizando uma linguagem clara, porém, por vezes, irônica.

O autor do blog Josias de Souza, é jornalista desde 1984 e trabalhou durante 25 anos na *Folha de São Paulo*. É coautor do livro “A História Real” que revela os bastidores da primeira eleição de Fernando Henrique Cardoso à Presidência da República.

O blog é atualizado diariamente, característica importante para manter os acessos. O formato das postagens é bem diversificado, contando com vídeos, notícias, links dos principais jornais do Brasil e algumas charges que tem o intuito de entreter o leitor sem perder o conteúdo informativo.

Frequentemente, o autor posta links dos principais jornais do país como: *O Estado de São Paulo*, *Estado de Minas*, *O Globo*, *Zero Hora*, entre outros. Os links dizem respeito às manchetes relacionadas aos assuntos abordados no blog, possibilitando debates e sugestões sobre

---

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-caso-de-julia-gabriele-11-anos-execrada-publicamente-nas-redes-sociais-por-causa-de-sua-sobrancelha/>

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/um-dia-na-vida-do-perfeito-idiota-brasileiro-2/>

<sup>12</sup> Disponível em: <http://josiasdesouza.blogosfera.uol.com.br/>



esses acontecimentos através das opiniões de outros jornais. Entretanto, revela uma padronização do conteúdo.

Muito da tendência à homogeneização deve-se ao comportamento dos jornalistas de atribuírem maior grau de credibilidade às agências de notícias oriundas da mídia tradicional. A concentração da informação nas mãos de poucos persiste até mesmo num campo de informação e comunicação por natureza livre e plural. (ALONGE, 2008, p.127).

O blog tem uma preocupação em manter o leitor atualizado em relação aos fatos noticiados, através de links inclusos nas postagens, onde se pode acessar notícias anteriores do próprio blog ou de outros sites de mídias tradicionais, como *Gazeta do Povo* e *ISTOÉ*, de modo que o leitor entenda o contexto presente.

O blog apresenta um *design* simples, seguindo os padrões do portal no qual está hospedado (Portal UOL). O fundo branco e as letras na cor preta possibilitam uma leitura fácil, com imagens inseridas na maioria das postagens, complementando os assuntos abordados nas notícias. A página inicial do blog contém as publicações mais recentes, de modo que o leitor fique atualizado sobre os acontecimentos do dia, semana ou mês. No canto superior direito há uma caixa de busca, onde pode-se pesquisar postagens antigas relacionadas aos assuntos que se deseja encontrar.

O lado direito da página apresenta algumas informações sobre o autor e sobre o blog, além de links relacionados ao Blog do Josias em redes sociais como o *Facebook* onde o leitor pode acompanhar a página no blog nessa rede social. Há também o *Twitter*, permitindo uma interação entre o leitor e o blog através de outros sites e também receber atualizações, sem necessariamente estar na página do portal.

Ainda ao lado direito da página inicial temos o “Top 5”, que refere-se às postagens mais comentadas e acessadas no blog, geralmente notícias atuais ou polêmicas. Encontramos também, abaixo do “Top 5”, a divisão do blog em seis categorias: Colunas, Dicionário, Entrevistas, Outros, Reportagens e Secos & Molhados.

Quanto à multimídia, a categoria Secos & Molhados, é composta por vídeos hospedados no próprio Portal UOL e apresentam um conteúdo relacionado à política, foco do Blog do Josias.

A seção “Colunas” apresenta assuntos variados sobre política e é postada todas as semanas. São textos longos, informativos e ao mesmo tempo opinativos. A seção “Reportagens”



não é postada com a mesma frequência da seção “Colunas” e tem uma linguagem voltada para o meio impresso.

Há também uma seção de “Entrevistas”, onde o autor conversa com personalidades políticas, dentre elas Henrique Alves, presidente da Câmara dos Deputados e o vice-presidente Michel Temer.

O Blogroll contém páginas vinculadas ao portal UOL, a maioria de assuntos variados, como blogs de cultura, esportes, música, entre outros. Caso o leitor queira encontrar outras páginas que apresentem os assuntos abordados no Blog do Josias, pode acessar os links denominados como “Recomendados” localizados do lado direito da página inicial que contém apenas dois links os quais direcionam o leitor para as páginas da organização não-governamental Transparência Brasil e do portal UOL.

Em relação ao conteúdo publicitário, podemos encontrar alguns anúncios da publicidade interna do próprio portal UOL, localizada na parte superior do blog e um *banner* que se localiza ao lado direito da página do blog o qual contém publicidade externa.

O Blog do Josias valoriza a opinião de seus leitores. Essa afirmação pode ser comprovada na própria descrição do blog, que estimula o leitor a comentar nas postagens. A própria ferramenta Internet, na qual o blog está inserido contribui para esta interação entre o leitor e os autores. A interação é muito importante para que autor tenha um retorno do seu trabalho, conheça o público que acessa o blog, melhore seu trabalho e fomenta discussões contribuindo dessa forma, para um maior número de acessos. O leitor também é beneficiado, pois sente que o autor considera relevante a sua opinião e tem a o direito de resposta. O número de comentários é bem variado. Algumas postagens apresentam 12 comentários e outras 499, dependendo do conteúdo das informações.

Os comentários passam por um moderador antes de serem visualizados pelo público e são de responsabilidade exclusiva do autor da mensagem. A identificação é outro pré-requisito para expor sua opinião no Blog do Josias. Há necessidade de ter um cadastro no Portal UOL ou criar um cadastro de visitante. Porém, é possível comentar através das redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*.

Nos comentários temos a presença de debates entre os próprios leitores, os quais colaboram para a democratização da opinião do público no blog.



## Considerações finais

As análises dos blogs apresentados levam a considerar que assim como a grande imprensa, as mídias alternativas também precisam de um apoio financeiro para manter os blogs como também a qualidade de notícia veiculada. Porém uma exceção aqui analisada é o site/blog *Viomundo* que devido ao seu histórico de independência financeira quase foi encerrado por Luiz Carlos Azenha, seu criador, após ter sido alvo de processo e multado por revelar assuntos censurados e confidenciais da grande mídia. Segundo Azenha, nossas opiniões são aprisionadas pelas grandes empresas. Isso e o apoio dos leitores o levaram a insistir na continuação do blog. Financeiramente, o blog não aceita doações de corporações e órgãos governamentais provando que a prioridade é a liberdade de expressão.

O jornalismo feito em blogs se volta para uma tentativa da imparcialidade na elaboração de notícias, onde links conectados podem transmitir outras informações e visões como acontece no *Diário do Centro do Mundo* em que o jornalista/blogueiro expõe sua opinião e, ao mesmo tempo, ela é conectada a outros sites que podem disponibilizar informações a mais ao leitor que tem a possibilidade de concordar ou discordar do autor.

A opção de comentar a notícia pertence ao leitor, que pode dar um *feedback* ao autor sobre as opiniões gerais do público e também possibilita a outras leitores a visão diferenciada e não única, como acontece em grandes meio midiáticos em que apenas uma visão (a do meio) é exposta. Em contrapartida aos blogs anteriormente citados, o *Blog do Josias* vinculado ao Portal UOL apresenta propagandas do próprio portal e outros anúncios de empresas variados, isso pode limitar as opiniões expressas no blog. Apesar disso, Josias de Souza possui uma linha de pensamento crítica e irônica. O autor publica no seu blog links das principais notícias da mídia tradicional e dessa forma revela que mesmo os blogs não desvalorizam a credibilidade das agências de notícias. Assim, percebe-se que a independência é parcial e se vê muito da grande imprensa nos blogs, o que leva a crer que as mídias alternativas ainda estão pautadas e limitadas pelas grandes corporações.

## Referências Bibliográficas

AZENHA, Luiz Carlos. **Viomundo**. Disponível em: (<http://www.viomundo.com.br/>) Acesso em: 04 mai. 2013 e 05/05/2013



BARBOSA, Elisabete; GRANADO, António. **Weblogs Diário de Bordo**. Portugal: Porto Editora. 2004.

CARTA Capital. **Base de dados**. Carta Capital Disponível em: (<http://www.cartacapital.com.br/politica/luiz-carlos-azinha-anuncia-o-fim-do-blog-viomundo/>). Acesso em: 05 mai. 2013.

CASTRO, Diego José Bachião de. **Consolidação dos blogs no Brasil**: Uma análise de blogs de política. 2007. 107 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru.

**DIÁRIO do Centro do Mundo**. Disponível em: (<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/>). Acesso em: 04 Mai. 2013.

FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Estatuto do Jornalista**. FENAJ. Disponível em: ([http://www.fenaj.org.br/federacao/estatuto\\_fenaj.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/estatuto_fenaj.pdf) ). Acesso em: 08 Mai. 2013.

ROJAS, Octavio I. et al. **Blogs: Revolucionando os Meios de comunicação**. Tradução Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

SILVA, Wagner Alonge. **Blogs entre o continuum e o degradé: um estudo de gêneros ciberjornalísticos e critérios de noticiabilidade**. 2008. 228 f. Tese (Mestrado em Jornalismo) – Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru.

SOUZA, Josias de. **Blog do Josias**. Disponível em: (<http://josiasdesouza.blogosfera.uol.com.br/>). Acesso em: 04 Mai. 2013 e 05 Mai. 2013.