

# A utilização dos blogs pelo site da rádio Eldorado ESPN

Ricardo Stabolito Júnior  
Faculdade Social da Bahia

## Índice

1	O canal ESPN Brasil . . . . .	2
2	Os blogs . . . . .	3
2.1	Características dos blogs . . . . .	5
2.2	Blog-jornalismo . . . . .	6
3	Os blogs no site Eldorado ESPN . . . . .	9
3.1	Utilização e conteúdo . . . . .	10
	Considerações finais . . . . .	13
	Bibliografia . . . . .	15

## Resumo

O trabalho pretende analisar a utilização dos blogs pelo site da rádio Eldorado ESPN, emissora coligada a um dos principais canais segmentados do país – a ESPN Brasil. Inicialmente, vamos apresentar um pequeno perfil do veículo estudado. Em seguida, aprofundaremos conhecimentos sobre os blogs, no intuito de identificar suas características e as particularidades do jornalismo praticado neste suporte (blogjornalismo). Com a reunião de tais dados, finaliza-se o estudo com a análise da incorporação desta ferramenta ao site da rádio, pontuando os diversos aspectos que definem o conteúdo dos blogs da Eldorado ESPN.

**Palavras-chave:** Blogs, site, rádio Eldorado ESPN

## 1 O canal ESPN Brasil

**A** rádio Eldorado ESPN fez sua primeira transmissão em 14 de abril de 2007, durante as finais do Campeonato Paulista de futebol. A emissora é resultado de uma parceria entre um dos mais importantes canais televisivos esportivos por assinatura do país (ESPN Brasil – franquia nacional da ESPN) e a Rede Eldorado de rádio, sediada em São Paulo e que pertence ao Grupo Estado – responsável pela publicação do jornal *O Estado de São Paulo*. A Eldorado ESPN pode ser acessada nas frequências 700 AM e 107,3 FM. Além destas opções, existe também a possibilidade de ouvir a rádio pelos sites da ESPN Brasil<sup>1</sup> ou da Rede Eldorado<sup>2</sup>.

A partir da extensão de suas atividades para o ambiente radiofônico em parceria com a Rede Eldorado, a ESPN Brasil passou a poder cobrir e transmitir eventos sobre os quais não possui direitos de exibição para a televisão, como o Campeonato Brasileiro de futebol e a Taça Libertadores da América. Por sua vez, a rádio Eldorado ganhou o reforço da equipe de profissionais (apresentadores, narradores, analistas) da ESPN Brasil – uma das mais conceituadas e premiadas da imprensa esportiva nacional – em suas jornadas esportivas.

Segundo dados divulgados pelo próprio veículo, em 2009, a equipe Eldorado ESPN contava com 29 profissionais – incluindo âncoras, comentaristas, locutores, repórteres, coordenadores, produtores e editores. Alguns deles conciliam suas atividades na rádio com televisão e/ou internet (Paulo Vinícius Coelho e Everaldo Marques, por exemplo), enquanto outros atuam exclusivamente na Eldorado ESPN (como Reinaldo Costa e Sérgio Loredó). Os responsáveis pela direção geral da emissora radiofônica são José Trajano e Miriam Chaves.

O conteúdo disponibilizado no site da rádio Eldorado ESPN<sup>3</sup> pode ser dividido em três categorias: notas, matérias com áudio e produção para blogs. As notas são pequenos textos que não trazem qualquer tipo

<sup>1</sup> Endereço do site da ESPN Brasil: <http://espnbrasil.terra.com.br/radio>

<sup>2</sup> Endereço do site da Rede Eldorado de rádio: [www.territorioeldoradoam.com.br/](http://www.territorioeldoradoam.com.br/)

<sup>3</sup> Endereço do site da rádio Eldorado ESPN: <http://espnbrasil.terra.com.br/radioeldoradoespn>

de áudio relacionado, geralmente utilizadas para avisos, como a divulgação de promoções e resultados de sorteios. Já as matérias com áudio são textos mais extensos com parágrafos intercalados por arquivos de áudio que podem ou não ser ouvidos pelos leitores. São trechos de entrevistas com os personagens das matérias, que adicionam detalhes ou complementam as informações cedidas no texto. Vale ressaltar que as sonoras disponibilizadas no site não são transposição das matérias veiculadas na programação da rádio Eldorado ESPN ou trechos de entrevistas necessariamente utilizados em tais matérias.

Sobre os aspectos que norteiam a produção dos conteúdos disponibilizados nos blogs do site da rádio Eldorado ESPN, discutiremos de forma aprofundada no decorrer deste artigo, a partir da observação do uso desta ferramenta e a forma como complementa e/ou dialoga com os demais materiais publicados no portal. No entanto, antes de tentarmos identificar detalhes sobre o uso dos blogs, cabe revisarmos as características desta ferramenta e sobre o jornalismo praticado na mesma.

## **2 Os blogs**

O termo blog nasce da contração da palavra *weblog*, resultado da fusão de *Web* e *log* (diário, em inglês), para definir a ferramenta que permite que qualquer usuário tenha um espaço de publicação pessoal na rede. Segundo a pesquisadora Raquel Recuero, o blog surgiu “como uma ferramenta simples de criar conteúdo dinâmico em um *website*” (2003b, p.2), baseado em sistema de publicação de fácil uso e que não exigia do usuário um profundo conhecimento técnico de informática.

O blog é uma das ferramentas-pilares do fenômeno denominado por André Lemos como “liberação do pólo emissor” – os usuários da internet são alçados de meros consumidores em potenciais produtores de conteúdo e pólo emissor de informação. “Os *blogs* vem permitir algo novo, algo que os *media* de massa não podiam dar, pelo menos com total plenitude: a possibilidade de cada um dar a sua opinião sobre um determinado assunto” (RODRIGUES, 2006, p.21).

Com o surgimento dos blogs, a capacidade de postagem de conteúdo de qualquer natureza na internet deixa de ser uma exclusividade

de um grupo limitado de internautas que dispõe de conhecimento da linguagem HTML e tempo para tornar-se uma real possibilidade para qualquer usuário interessado. Cria-se, portanto, um espaço que acaba por “estimular a participação dos cidadãos na criação de conteúdos em rede” (VARELA, 2007, p.54).

Existem várias versões sobre o aparecimento do primeiro blog, o que deixa a comunidade acadêmica longe de um consenso sobre um possível pioneiro. Exemplos iniciais são creditados a diferentes profissionais ou empresas – entre 1992 (Tim Berners-Lee) e 1999 (Pyra Labs). Sobre os primeiros blogs, Recuero pontua que eram, antes de tudo, “filtros de conteúdo na Internet” (2003b, p.2), baseados em links, dicas de *websites* e comentários simples.

A crescente popularização da ferramenta nos primeiros anos do século XXI fez com que Willian Quick concebesse um novo conceito – blogosfera:

Termo recorrente para designar o todo, ou seja, o conjunto de blogs existentes na Internet, ou as partes, como comunidades ou grupos formados por blogs com temáticas semelhantes, a blogosfera mantém-se em expansão desde 1999, quando apareceram as primeiras ferramentas facilitadoras de publicação. (GARAVELLO, 2008, p.1)

A expansão da blogosfera não pode ser creditada unicamente ao aparecimento e aperfeiçoamento das ferramentas de publicação (Blogger e Wordpress, por exemplo). Outro fator que contribuiu para este crescimento são as interconexões constantes entre os blogs e seus gestores. O blogueiro não é um indivíduo isolado e/ou limitado aos seus próprios dados, pelo contrário. “Geralmente, um blogueiro visita outros blogs, deixando comentários e indicando o endereço de sua página. Assim, fortifica-se e se mantém um ciclo de visitação” (DREVES, 2004, p.15). Esta ligação existente entre os produtores e os seus blogs fortalece a teia crescente que forma a blogosfera.

## 2.1 Características dos blogs

Como já ressaltamos anteriormente, uma das principais características dos blogs é o gerenciamento por um mecanismo de fácil uso e atualização, simples, que “tira” a possibilidade de criação e publicação de conteúdo na rede unicamente das mãos dos usuários com conhecimento técnico da linguagem HTML. Tais sistemas transformam a criação, composição e tratamento em um privilégio dos próprios usuários (QUADROS; SPONHOLZ, 2006).

(...) os blogs são uma ferramenta de fácil criação e utilização. Não precisa ser um profundo conhecedor de sistemas para montar um. Os serviços de hospedagens específicos para blogs já oferecem toda a condição facilitada e gratuita, basta um endereço de e-mail, disposição para escrever e atualizá-lo sempre (FERREIRA, 2008, p.50).

Outra característica importante ligada aos blogs é o caráter pessoal que possuem. Adquirindo a forma de um espaço de expressão no ciberespaço, os blogs, geralmente, “possuem uma temática definida e são escritos por um único autor, ou por um coletivo de autores” (ZAGO, 2008, p.15) e “oferecem espaços de opinião impossíveis de concretizar nos *media* tradicionais” (RODRIGUES, 2006, p.22). Na prática, o gestor da página passa a ter o controle sobre todo o processo de criação e publicação de conteúdo – desde a concepção do tema até forma como o material será apresentado na tela.

Raquel Recuero (2003b, p.3) aponta outros dois aspectos nos quais as atividades dos blogs estão baseadas: microconteúdo e atualização frequente. Microconteúdo faz referência à publicação de pequenas porções ou trechos de textos por vez, em postagens sucintas. Estes pequenos textos, “chamados de *posts*, são curtos e publicados em blocos que são organizados cronologicamente” (FERREIRA; VIEIRA, 2007, p.3). Hoje, os moldes do microconteúdo estão ainda mais demarcados dentro do grupo de ferramentas de publicação conhecidos como *microblogs* (Twitter, por exemplo).

A questão da atualização frequente refere-se ao fato de que os blogs “podem ser atualizados diariamente, quinzenalmente ou, até mesmo, a

toda hora, sem padrão específico” (DREVES, 2004, p.15). Por não existir um período de tempo mínimo ou máximo obrigatório entre postagens e os sistemas de gerenciamento das páginas serem simples e facilmente manipuláveis, o ritmo de atualização dos blogs – seja editando um *post* antigo ou adicionando um novo – fica totalmente sujeito à vontade e disposição do gestor.

## 2.2 Blog-jornalismo

Desde o surgimento dos blogs, houve quem identificasse um possível potencial da ferramenta para a prática jornalística. Jose Luis Orihuela (apud GARAVELLO, 2006, p.1) aponta o jornalismo como uma das áreas em que os blogs causam maior impacto, uma vez que traz “novos padrões de consumo e interação na produção jornalística” (SATUF, 2008, p.13). O progressivo aumento de blogueiros fez com que o volume de informação disponível na rede crescesse em proporções nunca vistas anteriormente. Mas, como bem aponta a pesquisadora Catarina Rodrigues, é preciso estabelecer distinções entre a blogosfera e o jornalismo:

De facto, existem *blogs* que se caracterizam sobretudo pela informação que transmitem, expõem opiniões e alguns fazem mesmo entrevistas o que em tudo os aproxima do jornalismo. No entanto, estas são duas áreas distintas que não devem ser confundidas, apesar de poderem ser complementares ou até alternativa. (...) Os *blogs* são um meio que pode ser utilizado para os mais diversos fins e nesse âmbito podem ser utilizados para publicação de um diário pessoal, para a exposição de opiniões, para a divulgação de fotografias e até para a prática jornalística. Mas o jornalismo é uma actividade profissional, que deve obedecer regras específicas em qualquer meio que seja exercida (2006, p.46).

O blog-jornalismo traz uma mudança profunda nos processos de construção da informação e de publicação. Nas mídias tradicionais,

a matéria finalizada é resultado da ação de diversos profissionais – o pauteiro concebe a pauta, o repórter apura e produz a peça jornalística, o editor aprova o material e o revisor checa os dados. Ou seja, apesar de ser o agente produtor de conteúdo, o repórter é apenas um dos (vários) envolvidos no processo de concepção e publicação da matéria. Nos blogs, porém, as “grandes redações jornalísticas e suas especificidades dão lugar a uma prática diferente, uma vez que o blogueiro passa a ser a figura central tanto na produção quanto na divulgação da notícia” (SATUF, 2008, p.1). Nesta nova ferramenta, com uma nova forma de produzir, o gestor é soberano sobre todas as etapas do processo: define o tema, produz o material e publica.

Esta autonomia absoluta do blogueiro pode dar a entender que ele é um agente solitário e isolado no ciberespaço, o que não é verdade. Como já tratado anteriormente, os blogs e seus gestores estão em constante interação, formando um “ciclo de visitação” que sustenta o conceito de blogosfera. A construção da informação é uma ação coletiva, que envolve internautas oscilando entre o posto de produtor (emissor) e leitor (receptor). Nos blogs, a interatividade se faz presente por meio dos comentários e “através deles, o leitor não é apenas leitor, mas contribui para manter o blog mais dinâmico”, ganhando a possibilidade de “discordar, concordar, sugerir, criticar, complementar, elogiar, corrigir, o conteúdo publicado” (FERREIRA, 2008, p.52).

O blog-jornalismo é uma prática jornalística realizada na rede e, por isso, está compreendida dentro do webjornalismo. A interatividade é uma das seis características do webjornalismo apontadas pelo pesquisador Marcos Palacios (2002, p.2), em conjunto com: multimídia/ convergência, hipertextualidade, personalização, memória e atualização contínua. Sobre este último quesito, já discutimos anteriormente neste artigo como um dos aspectos que caracterizam o suporte blog.

A questão da multimídia refere-se “à convergência de formatos das mídias tradicionais (imagem, texto, som) na narração do fato jornalístico”, possível por causa “do processo de digitalização da informação e sua posterior e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade” (PALACIOS, 2002, p.3). Podemos dizer que o blog é uma ferramenta multi-

mediática porque dispõe de elementos que permitem a inserção de textos, vídeos, áudios, gráficos, imagens, animações, entre outros recursos.

Marcos Palacios define hipertextualidade como a possibilidade de se estabelecer “interconexão entre textos através de *links* (hiperligações)” (2002, p.3). Os *links* são o elemento principal do hipertexto, uma vez que direcionam os leitores para um ambiente externo ao blog ou página, onde exista conteúdo complementar ao que se apresenta. “A hipertextualidade é extremamente presente nos *blogs*. Cada *post* tem a sua URL (endereço) própria e permanente, o que facilita a inserção de uma mensagem em outro *post* através de links” (FERREIRA, 2008, p.54).

Já a personalização ou customização de conteúdo consiste na “opção oferecida ao Utente para configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses individuais” (PALACIOS, 2003, p.3). Trata-se da capacidade oferecida por certos sites de manipulação pelos usuários, reorganizando sua hierarquia e visual para melhor servir aos interesses do visitante. No entanto, Raquel Recuero aponta que a personalização em blogs adquire outro aspecto:

A característica de personalização em *blogs*, como procuramos apontar, não é exatamente assim. Refere-se principalmente, ao outro lado da relação comunicativa: o lado do jornalista. O *blog* personaliza informação ao incluir nela aspectos da personalidade ou da visão do jornalista/blogueiro. Portanto, trata-se de um tipo diferente de personalização. Essa personalização de que trata a informação veiculada pelo blog tem a particularidade de gerar empatia, ou seja, instigar a compreensão e a visão, por parte do leitor, de que do outro lado do veículo existem pessoas, ou seja, que ela trabalha com identificação entre o leitor e o blogueiro, enquanto indivíduos, seres humanos (2003a, p. 6-7).

O quesito memória diz respeito ao arquivamento dos conteúdos postados na página, permitindo (ao produtor e ao visitante) o fácil acesso a materiais já publicados anteriormente. Os blogs “são organizados em função do tempo, ou seja, com as últimas atualizações aparecendo na parte superior do sítio e as mais antigas logo abaixo, organizadas de

acordo com a data de publicação do bloco de texto” (SILVA, 2003, p.21).

### 3 Os blogs no site Eldorado ESPN

Observando pela primeira vez a página inicial do site da rádio Eldorado ESPN já é possível constatar que os blogs são tratados com grande importância pelo veículo. Na página de abertura, existem quatro possíveis formas de se acessar os blogs do grupo. O primeiro encontra-se na barra de opções principal do site, na parte superior da página. “Blogs” é a segunda opção desta barra – atrás apenas de “Programação” e à frente, por exemplo, de ícones importantes, como “Vídeos” e “Tabelas”. Analisando a arquitetura e hierarquia da página, podemos concluir que os blogs só não ocupam espaço mais “nobre” do que as notícias destaque do site.

The image shows a screenshot of the ESPN Eldorado website. At the top, there is a navigation bar with links for ESPN Brasil, ESPN 360, EXPN, Twitter ESPN, Revista ESPN, Rádio Eldorado / ESPN, Mobile, and a login/register option. Below this is a main header with the ESPN logo and the site name /radioeldoradoespn. A secondary navigation bar contains links for PROGRAMAÇÃO, BLOGS, TALENTOS DA CASA, FÃ DO ESPORTE, ÁUDIOS, VÍDEOS, TABELAS E RESULTADOS, and MINHA ESPN. The main content area features a large article titled "Deixe o seu comentário para Palmeiras x Atlético-MG, pela Rádio Eldorado/ESPN" with a photo of two men. To the right, there are several news snippets under a "NOTÍCIAS" header, including "Série Brazucas: Voltamos ao país da Copa do Mundo 2010", "ÁUDIO: Ronaldo esquece psicológico e pede mais vitórias 'no coração e na raça'", and "ÁUDIO: Ricardo Oliveira se revolta com fintas de Dentinho, que não polemiza". There are also promotional banners for "OUÇA AGORA! Participe do nosso mural" and "ACOMPANHE OS GOLOS DA RODADA".

A segunda chamada para o acesso aos blogs encontra-se logo abaixo

do espaço ocupado pelas notícias destaque do site. Trata-se de um box retangular onde o internauta pode escolher as opções “Todos os blogs” ou “Últimos *posts*” (que ordena as postagens mais recentes de blogueiros). Mais abaixo, à direita, há mais um box, de cor cinza, que lista todos os blogs da Eldorado ESPN de forma simples, constituindo a terceira área de chamada e acesso. O quarto e último ponto encontra-se no fim da página. É apresentado em forma de organograma, onde o órgão central (a rádio Eldorado ESPN) é interligado ao nome de 12 profissionais da equipe – oito deles possuem blogs e, quando clica em seus nomes, o usuário é direcionado para seus blogs.

Se o usuário entrar na sessão de blogs da barra principal do site, vai se deparar com mais de 20 blogs. Isso acontece porque este setor do site reúne as páginas ligadas à rádio Eldorado ESPN e também ao canal de televisão ESPN Brasil. Os nove blogs que vão ser considerados como objeto de análise neste trabalho são aqueles listados no box acinzentado do site, pois são os identificados como diretamente relacionados ao trabalho da rádio. Nove profissionais da emissora radiofônica (apresentadores e comentaristas) são os gestores dos blogs: Carlos Lima, Conrado Giulietti, Eduardo Affonso, Everaldo Marques, José Trajano, Marcelo di Lallo, Mauro Cezar Pereira, Paulo Calçade e Paulo Vinicius Coelho.

### 3.1 Utilização e conteúdo

O primeiro aspecto que pode ser identificado dentro do grupo de nove blogs analisados é que se tratam de páginas pessoais, a ponto de não terem um nome próprio, apenas incorporarem o do seu gestor. Esta medida, que parece típico narcisismo comum entre os blogueiros, porém, pode ser justificada pela preocupação com a credibilidade jornalística na rede. A pesquisadora Catarina Rodrigues pontua que “com a quantidade, cada vez maior de informação, que é disponibilizada *online*, é necessário um cuidado acrescido no sentido de identificar o que é ou não credível” (2006, p.45). Neste cenário, o nome dos profissionais junto ao blog transmite a credibilidade do jornalista para o conteúdo

publicado naquele espaço, alçando-o automaticamente ao patamar de material credível aos olhos do leitor.

Vale ressaltar que o fato dos blogs da Eldorado ESPN serem páginas pessoais não quer dizer que se revelem diários individuais virtuais ou relatos do dia a dia dos jornalistas. Como um produto situado em um site jornalístico, o conteúdo publicado nestes blogs são de cunho jornalístico, informativo e/ou crítico. Nos casos analisados neste estudo, o caráter pessoal dos blogs refere-se a uma identidade jornalística.

Sobre a aparência dos blogs, Raquel Recuero pontua que também podem servir como indicativos de individualização, pois “outras características, como a parte gráfica do blog, também podem ser indicativos de personalização” (2003a, p.6). Porém, é impossível identificar qualquer característica ou traço de individualidade no visual dos blogs dos profissionais da rádio Eldorado ESPN porque as páginas seguem um padrão visual ditado pela organização. As únicas marcas de diferenciação visual entre os nove blogs estudados (excetuando, logicamente, o conteúdo) residem na imagem da descrição do gestor. Esta padronização (com as cores e formato gráfico da Eldorado ESPN) visa mais demarcar a identidade do veículo do que dos profissionais que mantêm os blogs.

Um aspecto importante sobre o conteúdo veiculado nos blogs da Eldorado ESPN é que se trata de material majoritariamente opinativo. Esta parece ser uma tendência do blog-jornalismo, uma vez que a “opinião é, sem dúvida, o principal da blogosfera” (RODRIGUES, 2006, p.36). O caráter pessoal das páginas – que, do ponto de vista visual, é reprimido pela padronização do site – fica visível na natureza dos conteúdos, que manifestam o posicionamento, interpretação e opinião dos jornalistas/blogueiros sobre as principais notícias do momento (noticiadas pelo site da Eldorado ESPN).

Desta forma, os blogs adquirem um papel essencial por constituírem o espaço da opinião dentro do site, pois não existe nenhuma outra área que se dirija à veiculação deste tipo de conteúdo na Eldorado ESPN. É preciso dizer que todos os nove blogueiros possuem, durante a programação da rádio Eldorado ESPN (Conrado Giulietti e Eduardo Affonso, por exemplo) ou do canal ESPN Brasil (como Paulo Vinicius Coelho e Mauro Cezar Pereira), oportunidades de expor seus posicionamentos e opiniões, mas, dentro do site, o único espaço destinado para este fim

são os blogs. Este é um detalhe que deve ser observado, afinal nem todo o internauta que visita o site da Eldorado ESPN é, de forma obrigatória, ouvinte da rádio.

Observando o volume de utilização dos blogs por seus mantenedores, percebem-se diferenças acentuadas. Existem blogueiros que atualizam diariamente suas páginas – até mais de uma vez por dia, em algumas ocasiões –, como é o caso de Paulo Vinicius Coelho e Mauro Cezar Pereira. Outros, não têm presença diária, mas acumulam três ou quatro *posts* por semana: Edu Affonso e Conrado Giulietti são exemplos. Somente um dos nove blogs analisados tem atualizações com intervalo maior do que uma semana – a página de Carlos Lima.

Em relação à produção e veiculação de conteúdos multimídia nos blogs, também é possível identificar diferentes perfis entre os blogueiros. Ainda existem profissionais que trabalham apenas com texto e imagem estática (fotos) em suas postagens, como são os casos de Paulo Calçade, Paulo Vinicius Coelho e Marcelo di Lallo. Mas, mesmo que de forma tímida, a maior parte dos blogueiros da Eldorado ESPN disponibiliza materiais multimídia para o internauta.

Outro padrão a ser observado dentro dos blogs é o uso apenas os chamados *links* intratextuais, ou seja, aqueles “que remetem para lexias dentro do site” (MIELNICZUK, 2005, p.10). Todos os *links* utilizados nas páginas direcionam o usuário para conteúdos publicados dentro de site da Eldorado ESPN ou, no máximo, do grupo ESPN. O acesso aos conteúdos postados anteriormente no blog (memória) é viabilizado por meio de um calendário localizado à direita da página.

Cientes do papel essencial que a interação com o público exerce dentro do blog-jornalismo, os blogs da Eldorado ESPN não só possuem a caixa de comentários, mas os blogueiros são figuras participantes nas discussões suscitadas pelos leitores, intervindo nos debates e adquirindo a possibilidade de obter um *feedback* (RODRIGUES, 2006, p.55). Além disso, as questões levantadas pelos usuários ganham corpo, muitas vezes, independente da presença do gestor de conteúdo nos comentários, o que transforma o blog “uma ferramenta multilateral” (FERREIRA, 2008, p.52).

Sobre os jornalistas que se utilizam multimídia possibilitada pelos blogs, podemos dizer que o nível de exploração apresentado é bastante tímido. Basicamente, é possível dividi-los em dois grupos: os

que postam vídeos e aqueles oferecem material em áudio. Um dos casos merece destaque: a página do jornalista José Trajano é um videoblog, então a presença de conteúdo audiovisual é mais uma condição de existência do que propriamente uma opção do gestor.

Dos cinco blogueiros restantes, três utilizam vídeos em suas postagens (Carlos Lima, Mauro Cezar Pereira e Everaldo Marques) e os outros dois dão preferência para as faixas de áudio em seus *posts* (Eduardo Affonso e Conrado Giulietti). Esta divisão é importante para a análise em questão porque revela uma tendência de produção: os três profissionais que usam vídeos são exatamente aqueles que, apesar de estarem na equipe da rádio Eldorado ESPN, possuem participação mais ativa na programação do canal de televisão ESPN Brasil. Por outro lado, Affonso e Giulietti – que optam pelo áudio – são profissionais com atuação muito mais destacada na cobertura das jornadas radiofônicas do que televisivas. Nenhum dos blogueiros utiliza os dois recursos (áudio e vídeo) de forma simultânea, somente um dos dois combinados com texto e (nem sempre) imagem estática.

É importante ressaltar que a programação da Eldorado ESPN e os profissionais da emissora são agentes participantes na divulgação e circulação dos conteúdos postados nos blogs. Constantemente, os apresentadores lembram ao ouvinte que, no site, podem ter acesso a comentários mais detalhados dos principais comentaristas do canal. Desta forma, os blogueiros e suas páginas não são apenas divulgados na rádio, mas também servem para complementar o que é discutido durante a programação.

## **Considerações finais**

Os blogs são ferramentas fascinantes para a prática jornalística, possibilitando a exploração de potencialidades do ambiente *web* a partir de um sistema simples e de fácil compreensão. O site da rádio Eldorado ESPN parece reconhecer a singular capacidade deste recurso ao entregar-lhe a função de área para veiculação da opinião especializada dentro da página. Os jornalistas têm, nos blogs, um espaço onde podem

expressar suas impressões e se posicionar sobre os principais assuntos do mundo esportivo.

Não há dúvidas de quem existem aspectos bem explorados no uso dos blogs, como a interatividade proporcionada pelos comentários (que funcionam efetivamente na mediação do contato entre blogueiros e leitores) e a organização de conteúdos postados anteriormente na página – a memória do blog. Porém, existem questões – tanto do ponto de vista técnico, quanto de conteúdo – que poderiam ser trabalhadas pela rádio Eldorado ESPN e seus profissionais com mais eficiência.

Dois questões problemáticas são merecedoras de atenção: a padronização visual e multimídia. Todos os blogs da Eldorado ESPN são, visualmente, iguais – seguindo um padrão imposto pela organização (branco e vermelho, com foto e perfil do blogueiro à direita da página, arquivo do blog em forma de calendário, além de outros detalhes). Sabendo que a aparência das páginas também é um sinal de personalização e possíveis traços da individualidade do blogueiro, a possibilidade do gestor poder optar por outros moldes, templates ou hierarquização de elementos poderia ser um eficiente artifício para reforçar a idéia de espaço pessoal dos blogs, que, até o momento, no caso estudado, fica restrita ao nome e natureza do conteúdo. Isso implica na impressão de que, apesar de serem espaços de opinião, os blogs dos profissionais da ESPN Eldorado são espaços a serviço da manifestação – direta ou indiretamente – também da posição da empresa em relação aos assuntos tratados.

A multimídia ainda aparece de forma muito discreta dentro dos blogs da Eldorado ESPN, revelando até mesmo alguns profissionais que não vão além do uso de texto e imagem estática em suas postagens. Outros chegam a disponibilizar material em áudio e vídeo, mas nunca de forma combinada. Esta constatação não deixa de ser uma decepção, uma vez que analisamos blogs ligados ao site de uma rádio, o uso tão tímido de conteúdo em áudio – em especial – é uma falha particularmente grave e pode ser considerado um desperdício, diante do volume de informação produzido pela rádio Eldorado ESPN diariamente. Este é um indicativo de que a ESPN Eldorado tem ainda muito a aprimorar na utilização dos blogs como um espaço singular de manifestação no site.

## Bibliografia

- DREVES, Aleta Tereza. *Blog e jornalismo on line: potencialidades profissionais na contemporaneidade tecnológica*. Pato Branco (PR), 2004.
- FERREIRA, Débora Branquinho. *Blog como ferramenta da comunicação empresarial*. Rio de Janeiro, 2008.
- FERREIRA, Aletéia; VIEIRA, Josiany. *A moda dos blogs e sua influência na cibercultura: do diário virtual aos posts comerciais*. Curitiba, 2007.
- GARAVELLO, Murilo. *O papel dos blogs na cobertura da campanha presidencial pelos portais brasileiros*. São Paulo, 2008. Disponível em: ([www.bocc.ubi.pt/pag/garavello-murilo-o-papel-dos-blogs-na-cobertura-da-campanha.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/garavello-murilo-o-papel-dos-blogs-na-cobertura-da-campanha.pdf)). Acessado em: 28 de agosto de 2010
- MIELNICZUK, Luciana. *O link como recurso da narrativa jornalística hipertextual*. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Computação, 2005.
- PALACIOS, Marcos. *Jornalismo online, Informação e Memória: Apontamentos para debate*. Salvador, 2003.
- QUADROS, Claudia Irene de; SPONHOLZ, Liriam. *Deu no blog jornalístico: é notícia?*, Porto Alegre, 2006
- RECUERO, Raquel. *Warblogs: os blogs, a guerra no Iraque e o jornalismo online*. Trabalho apresentado no Núcleo de Tecnologias da Informação e da Comunicação – XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte, 2003a.
- . *Weblogs, Webrings e comunidades virtuais*. BOCC, 2003b.
- RODRIGUES, Catarina. *Blogs e a fragmentação do espaço público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006.

SILVA, Jan Alyne. *Mãos na mídia: Weblogs, apropriação social e liberação do pólo de emissão*. Salvador, 2003.

VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0. In: ORDUNA, Otavio I. Rojas (Org). *Blogs: revolucionando os meios de comunicação*. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

ZAGO, Gabriela da Silva. *Dos blogs ao microblogs: aspectos históricos, formatos e características*. Pelotas, 2008.