



Da Convivência à Convergência das Mídias: as Representações do Mundo na BBC Brasil¹

Jamile Dalpiaz²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS – Porto Alegre/RS

Universidade Luterana do Brasil – Ulbra – Canoas/RS

Resumo

Este artigo descreve e analisa a produção de conteúdo da BBC Brasil na internet a partir de duas leituras. Uma delas está diretamente relacionada à concepção *comunicacional geográfica*, considerando que esta produção nos permite refletir sobre as *representações* do mundo narradas por meio de seu noticiário. A outra versa sobre as novas tecnologias da comunicação, que potencializam a articulação dos modos de produção e circulação de mensagens. O objetivo principal é identificar de que modo a BBC Brasil representa o mundo no seu noticiário. Para tanto, busca-se compreender dois contextos: a trajetória do Serviço Brasileiro à luz dos *ciclos comunicacionais e culturais* e a estrutura atual, centrada no espaço *on-line* e em políticas editoriais para divulgação cultural.

Palavras-chave

Representação; jornalismo internacional; geografias da comunicação

Introdução

A *British Broadcasting Corporation* (BBC)³ é reconhecida internacionalmente pela qualidade de suas produções, que se espalham pelo mundo através de vários serviços - elaborados em diversos idiomas - sejam de rádio, televisão ou internet. Nesse sentido, torna-se evidente que a trajetória - de mais de 70 anos - do Serviço Brasileiro da BBC é parte dessa história, que também integra a história dos meios de comunicação. No entanto, sabe-se que os meios enquanto tecnologias são neutros, somente se desenvolvem como veículos se enriquecidos por narrativas, conduta editorial e responsabilidade social no fazer jornalístico. A história da produção de conteúdo da BBC em português nos permite realizar duas importantes reflexões. A primeira está diretamente relacionada a uma concepção comunicacional geográfica⁴, no sentido em que esta produção nos leva a indagar sobre as representações do mundo, narradas por meio do noticiário. A segunda leitura versa sobre as novas tecnologias da comunicação (NTC), que

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social PUCRS e Professora do Curso de Comunicação Social da Ulbra, email: jadalpiaz@hotmail.com

³ Foi fundada, em 1922, por um grupo de seis empresas de telecomunicações com o nome de *British Broadcast Company* para fins de transmissões experimentais. Em janeiro de 1927, quando o modelo público é incorporado concretamente pela Carta Real, torna-se *British Broadcast Corporation*. Em 1932, surgem as transmissões televisivas em caráter experimental, as quais ganham regularidade somente quatro anos depois (LEAL FILHO, 1997).

⁴ Esta proposta trabalha a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, presente em David Morley (2000, 2007), que aborda a ideia de uma geografia virtual. Conforme aponta, esta 'geografia do novo' não é menos real e não exclui a anterior, apenas representa um diferente tipo de percepção ao oferecer, via mídia, acesso a um diálogo global num espaço narrativo virtual, o qual será melhor ilustrado na segunda seção desta pesquisa.



potencializam a articulação dos modos de produção e de circulação de mensagens com padrões diferentes de residência e mobilidades das audiências que as consomem, formando-se assim uma nova geografia virtual⁵.

O início da produção em português se deu - em 14 de março de 1938 - com uma notícia sobre o percurso que estaria levando o mundo à Segunda Guerra Mundial. Esta produção que, por diversos anos, se concentrou no rádio, hoje se converge no espaço digital em texto, áudio e vídeo por meio do *site* bbcbrasil.com⁶.

Portanto, o objetivo principal desta pesquisa será analisar de que modo a produção de conteúdo atual da BBC Brasil representa diferentes partes do mundo por meio do noticiário em português. Para tanto, faz-se necessário buscar compreender dois contextos. Inicialmente, identificar os principais momentos da trajetória do Serviço Brasileiro para, em seguida, estudar a estrutura atual, centrada na internet, assim como as políticas editoriais da empresa para a divulgação cultural internacional.

É possível afirmar que a BBC vem sendo objeto de pesquisas em termos bastante representativos, especialmente na Europa anglo-saxônica. Não caberia aqui enumerá-las, mas destacar que há referências importantes⁷. Com relação às abordagens temáticas em torno da produção brasileira, a contribuição do sociólogo Laurindo Lalo Leal Filho⁸ é indiscutível. Este pesquisador não apenas resgatou a memória da BBC Brasil, como também “traduziu” analiticamente um sistema de referência de televisão pública européia e britânica, baseado em padrões de conduta editorial, diferentes daqueles privados, praticados em terras brasileiras.

A produção jornalística da BBC, ao longo de sua história, ainda que tenha sido baseada em critérios rígidos de apuração e imparcialidade, sempre visou divulgar a cultura de diferentes povos para os britânicos e a cultura destes para o mundo. Há eventos e evidências que ratificam esta ideia, ou seja, o tratamento de dados *overseas* iniciou com a veiculação de informações para as colônias britânicas e se estendeu, no período entre as grandes Guerras, para as Américas e países árabes. Diante disso, constatou-se a necessidade de ilustrar também o interesse da presença brasileira neste contexto (cultural) institucional, que atualmente se materializa em uma sede em Londres e outra sucursal em São Paulo.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter reflexivo, cuja abordagem buscará cruzar referenciais das teorias da Cultura e da Comunicação com dados empíricos coletados

⁵ Cf. MORLEY, D. **Home territories. Media, mobility and identity**. London: Routledge, 2000, pp. 171-203.

⁶ A marca *BBC Brasil* foi criada em 2000, com a consolidação dos serviços via internet, cujo *site* foi lançado em 1999. Oficialmente chama-se Seção Brasileira da BBC, subordinada ao Serviço Mundial, no entanto, com o registro do domínio passa a ser conhecida como BBC Brasil.com (LEAL FILHO, 2008).

⁷ CARPENTIER, 2003; COTTLE & ASHTON, 1999; CURRAN & SEATON, 1997.

⁸ São elas: **A melhor TV do mundo**. São Paulo: Summus, 1997; **Vozes de Londres. Memórias brasileiras da BBC**. São Paulo: EDUSP, 2008.



aleatoriamente, por meio de uma análise das manchetes de sete edições do informativo *on-line*, veiculadas durante o mês de junho do corrente na internet⁹.

Esta pesquisa apóia-se, sobretudo, em três contextos teóricos norteadores. Primeiramente, na concepção de *ciclos comunicacionais e culturais*, depois naquela de *geografias da comunicação* e, por fim, no conceito de *representação*, todos abordados com o objetivo de verificar como se manifestam na produção da BBC Brasil.

A pesquisadora brasileira, Lucia Santaella, vem fazendo um esforço significativo em seus estudos¹⁰ em demonstrar a necessidade de se distinguir seis tipos de lógicas culturais que, conforme aponta, embora sejam sequenciais e distintas, foram gradativamente mesclando-se e interconectando-se de modo indissolúvel, são elas: a cultura oral, a escrita, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital. Com o intuito de melhor compreender a trajetória da produção da BBC em língua portuguesa, faz-se necessário entender esses ciclos culturais, sobretudo a *cultura das mídias*, que se caracteriza como um período transitório de passagem, funcionando como uma ponte entre a *cultura das massas* e a *digital*. Esses processos arrancaram o receptor da inércia da recepção de mensagens impostas de fora e prepararam a sensibilidade desses usuários para a chegada dos meios digitais¹¹. Portanto, ao se individualizar tais passagens torna-se possível traçar uma periodização da própria trajetória da produção da BBC para o Brasil.

David Morley¹², por seu turno, indica que é neste novo contexto que nossas ideias de localidade precisam ser repensadas. Este autor sugere que o aumento da mobilidade física é um importante aspecto da globalização hoje em curso, mas apenas para algumas categorias de pessoas, conforme argumenta, para muitas outras, na maioria das vezes, o impacto da globalização não é sentido em “viagens”, mas estando “em casa”. A experiência de localidade é transformada num banal e rotineiro processo de consumo de imagens de lugares distantes, as quais se tornam familiar nas suas formas genéricas. Mesmo que jamais tenham sido visitados, as imagens desses locais foram normalizadas no mundo mediado do expectador. Contudo, Morley¹³ destaca que a paradigmática experiência da modernidade global para muitas pessoas “está em permanecer num lugar, mas experimentando o des(loca)mento que a modernidade global traz a elas”. Acredita-se, portanto, que esta concepção nos permite entender a articulação que a BBC realiza na sua produção de conteúdo, narrando fatos de diferentes partes do mundo e assim criando uma nova geografia virtual que está permanentemente transgredindo fronteiras através da linguagem.

⁹ O *corpus* de análise é composto por manchetes publicadas de 16 a 22 de junho do corrente. Para melhor ilustrar estes dados coletou-se ainda sete edições da BBC News no mesmo período, que são utilizadas apenas na observação da “filtragem” do conteúdo veiculado pela BBC Brasil.

¹⁰ SANTAELLA, 1996, 2003 e 2007.

¹¹ SANTAELLA, 2007, p. 125.

¹² MORLEY, 2000, *op.cit.*

¹³ *Ibid*, p. 15.



Outro conceito crucial é o de representação, definido por Hall¹⁴ como uma parte essencial do processo de construção de sentido, produzido e intercambiado por membros de uma cultura. Este autor define representação “a produção de sentido e de conceitos nas nossas mentes por meio da linguagem. É a conexão entre os conceitos e a linguagem, que nos permite fazer referimento ao mundo ‘real’ ou ‘imaginário’ dos objetos, pessoas e eventos”¹⁵.

A mídia está constantemente produzindo representações do mundo ‘real’ visando dar sentido às mesmas em outros contextos e públicos. É importante a compreensão desse conceito, pois as imagens e as reproduções de mensagens produzidas – em português – de diferentes lugares são representações destes contextos.

Portanto, este estudo está dividido em duas partes. A primeira realiza uma leitura do Serviço Brasileiro da BBC buscando identificar os principais eventos à luz dos *ciclos comunicacionais*, abordando a passagem da *convivência* à *convergência*¹⁶ das mídias. Inclui-se nesta a estrutura *on-line* atual, a partir das políticas e reformulações propostas no *White Paper* institucional de 2006, o qual pretende inserir a BBC na era digital. A segunda parte, de caráter descritivo-analítico, estuda a produção de conteúdo da BBC Brasil *on-line* identificando a articulação das representações de diferentes locais que, no conjunto, criam uma concepção geográfica ampla e virtual.

O Serviço Brasileiro da BBC nas eras comunicacionais

De acordo com a periodização dos ciclos culturais, descritos por Santaella¹⁷, é possível afirmar que a trajetória de produção de conteúdo em português da BBC¹⁸ atravessou, pelo menos três dessas: o serviço nasceu numa *cultura de massas*, desenvolveu-se e consolidou-se na *cultura das mídias*, no entanto, é na “passagem” desta à *cultura digital* que hoje está atuando. Apresenta-se a seguir alguns eventos significativos dessa trajetória.

A produção de conteúdo para as massas

O Serviço Latino-Americano de rádio, em espanhol e português, nasceu em 14 de março de 1938, antes disso, as ondas da BBC lançavam somente informações em inglês e árabe. Este último - inaugurado três meses antes - foi o primeiro em língua estrangeira do Serviço Mundial,

¹⁴ HALL, S. **Representation: cultural representations and signifying practices**. London: Sage, 1997.

¹⁵ HALL, op.cit, p.17.

¹⁶ Este conceito é empregado no sentido em que JENKINS (2008, p. 27) dá ao termo, ou seja, refere-se ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação. A convergência, conforme o autor, define as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.

¹⁷ SANTAELLA, op. cit, 2007.

¹⁸ Para um aprofundamento da trajetória do Serviço Brasileiro ver especificamente LEAL FILHO (2008). Esta pesquisa embasa-se no levantamento histórico realizado por este autor, trazendo apenas passagens desse percurso, já que a tarefa de descrever esta história foi cumprida anteriormente.



na época, chamado de Serviço Imperial. Segundo Leal Filho¹⁹, a difusão de notícias, em inglês, de Londres para o mundo começou, em 1932, por meio de dois transmissores de ondas curtas instalados em Daventry, região central da Inglaterra. O objetivo da empresa era transmitir em outros idiomas. Em 1935, no Parlamento, John Reith, então diretor-geral da BBC, já salientava a necessidade de expandir o Serviço a fim de “disseminar a cultura inglesa”, a exemplo de outros países. A escolha inicial recaiu sobre estes três idiomas para concorrer com a Itália que transmitia em árabe com vistas a um movimento expansionista. Em contrapartida, países como - além da Itália - a Alemanha, a França e a Holanda estavam ocupando um importante espaço político na América Latina, sendo que os dois primeiros exerciam um papel de destaque no conjunto da população brasileira devido às colônias de imigrantes. Contudo, independentemente do idioma, os serviços internacionais da BBC resultam da guerra sonora que antecipou a verdadeira Guerra, travada nos anos seguintes. Na América do Sul, a batalha radiofônica acontecia, sobretudo, entre vozes alemãs e italianas; a BBC, neste sentido, pretendia abordar o contra-ponto, temendo a expansão de movimentos nazistas, fascistas e comunistas.

Inicialmente o quadro de funcionários era pequeno e a programação não passava de traduções de noticiários produzidos em inglês. Neste sentido, o autor destaca que:

Se os programas não obtiveram grande repercussão num primeiro momento, aos poucos foram se consolidando e criando ouvintes fiéis. No Brasil, a censura do Estado Novo e, em seguida, a eclosão da guerra na Europa eram motivos mais do que suficientes para garantir expressiva audiência à nova emissora²⁰.

Vale, portanto, destacar que, em 1939, a BBC transmitia três horas de programação em espanhol e português; além do noticiário, eram veiculadas crônicas e entrevistas com personalidades brasileiras que visitavam a Inglaterra, além de especiais e comentários sobre acontecimentos de cunho político-econômico e cultural. O rádio na década de 40 no Brasil torna-se um importante veículo de massa e o principal meio de unificação do país. Neste contexto, a BBC, ainda que em ondas curtas, passa a “interferir” no mercado brasileiro, pois o ouvinte vai buscar nas suas transmissões notícias confiáveis sobre a Guerra, em programas produzidos sob as regras do serviço público inglês, diferente do modelo comercial brasileiro. Neste período, as emissoras brasileiras também passam a retransmitir programas do Serviço Brasileiro em ondas médias. O Brasil entrou na Guerra, efetivamente, em 1944, fato este que permitiu à BBC de realizar uma cobertura singular ao manter o gaúcho Francis Hallawell, único correspondente do rádio brasileiro, no *front*. O Serviço Brasileiro, mesmo no pós-guerra, permaneceu acompanhando os principais eventos internacionais. Este já veiculava material elaborado por seus repórteres, ainda que, em alguns momentos, as tensões entre os interesses do governo britânico e a independência

¹⁹ LEAL FILHO, 2008, p.17.

²⁰ LEAL FILHO, op. cit., p. 21.



editorial da empresa se elevassem. O debate em torno dos custos e as reais necessidades para o país era frequente, no entanto, considera o autor, havia algo maior que o mantinha: “a exposição ao mundo, através do rádio, do modo britânico de viver é a justificativa mais utilizada pelos defensores da manutenção do serviço internacional da BBC”²¹.

O Serviço Mundial, do qual faz parte o brasileiro, consolidou-se como fonte de informações para países em regimes ditatoriais. A BBC, entre 1964 e 1985, recebeu diversos protestos do governo brasileiro sobre material veiculado, que contrariava interesses da ditadura em vigor²². No entanto, o Serviço Brasileiro não tratou apenas desta temática, manteve-se ainda na vanguarda transmitindo eventos esportivos (de futebol e automobilísticos) que ajudaram a atrair ouvintes brasileiros e passava a ser avaliado por pesquisas de opinião. Em 1976, uma consulta - feita nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e São Paulo - revelou que a BBC liderava em audiência entre as estrangeiras (6,1% e 4,5%, respectivamente) durante as 15h45 semanais médias de transmissão; seguida da *Voz da América* (4% e 4,6%) e *Rádio da Alemanha* (1,4% e 0,8%)²³.

Contudo, retomando Santaella²⁴, percebe-se - ao se reportar às características do Serviço Brasileiro neste período - uma projeção horizontal com relação à homogeneização da informação, veiculada por um meio de massa, neste caso, o rádio, numa faixa de repercussão nivelada por um receptor médio abstrato, comum na *cultura de massas*.

Esforço de convivência das mídias

No entanto, no início dos anos 80, o espaço da comunicação se reconfigura, novas características surgem a partir da oferta de dispositivos que permitem o aparecimento de uma “cultura do disponível e do transitório”. Trata-se do surgimento de equipamentos e tecnologias - desde fotocopiadoras, videocassetes até *walkman* - que culmina com o surgimento da TV a cabo. Salienta Santaella que “dessa multiplicidade [de mídias] resultou a intensificação da tendência a hibridização de linguagens que já se encontrava, por exemplo, nos suplementos de jornais e revistas, nas revistas de cultura e de arte, no jornalismo radiofônico, telejornal, etc”²⁵.

A BBC, de modo geral, também busca uma adaptação ao novo contexto. Leal Filho²⁶ destaca que, no Serviço Brasileiro, os anos 80 são marcados por fatores importantes que influenciam as transformações no rádio. Um deles é o fim da censura política, tirando das emissoras estrangeiras o privilégio de fornecer notícias proibidas internamente; o outro, é a popularização

²¹ Ibid, p. 50.

²² Sobre os principais eventos do Serviço Brasileiro da BBC ver também o texto institucional **BBC Brasil nasceu em 1938 com a notícia sobre Hitler**, disponível on-line em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/institucional/090120_sobrebbc_tc2.shtml, acesso em maio, 2009.

²³ LEAL FILHO, op. cit., p. 77.

²⁴ SANTAELLA, 2007, op. cit., pp. 124-125.

²⁵ Ibid, p.125.

²⁶ LEAL FILHO, 2008, op. cit., p. 85.



de receptores com faixas em ondas médias e frequência modulada, sem as ondas curtas, além do acesso amplo à televisão. A saída encontrada pela BBC foi a ampliação de parcerias com rádios brasileiras; em 1988, mais de trezentas retransmitiam programas do Serviço Brasileiro em AM e FM. Neste período, passou-se a trabalhar num projeto piloto de produção de material em vídeo em formato de telejornal para ser veiculado na televisão brasileira. Este, no entanto, se concretizará em 2005, quando a empresa firma um acordo de veiculação de reportagens com a Rede Bandeirantes de Televisão.

As novas formulações da BBC, propostas no início da década de 90 - identificadas como características da “nova era do *broadcasting*” - redefinem as áreas de atuação: *jornalismo* (ampliação de raio de alcance de noticiários), *entretenimento* (teatro, comédia e coberturas de eventos artísticos e esportivos, incluindo programação para jovens e crianças); *cultura* (especializada e generalista) e, por fim, *comunicação internacional*, cuja intenção é conectar o Reino Unido com o mundo por meio do *World News Service*, desenvolvendo a *World News Television*, aumentando a participação no mercado internacional através da venda de programas, além da produção de material que mostre o mundo para o público britânico²⁷. Os anos 90 são, portanto, orientados pelo *White Paper ‘O futuro da BBC – Servir a Nação, Competindo Mundiamente’*, no qual constam medidas destinadas a adaptação às imposições do mercado, sem deixar de resguardar as características do serviço público. Contudo, o final de século aponta para desafios comerciais e tecnológicos, tema a ser tratado a seguir.

A cultura do acesso e das misturas

Em 1994, o Serviço Mundial sofre outra reestruturação: o Serviço Latino-Americano deixa de existir e é substituído pelo Serviço das Américas, que cobre do Alasca à Patagônia, no qual está integrado o brasileiro. Enquanto os convênios de veiculação com emissoras brasileiras esbarram nas diferenças de estilo, de um lado a BBC, que defende o conteúdo de qualidade, de outro, o modelo comercial brasileiro, uma nova frente de atuação surge: a internet. O *site* da BBC Brasil é lançado, em 1999, inicialmente como forma de divulgação do serviço de rádio e, em seguida, se torna noticioso. A iniciativa empreendedora é atribuída a Márcia Pole, que assumiu a chefia do Serviço Brasileiro, em 1998, apostando no desenvolvimento de novos produtos, adequados ao mercado brasileiro, conforme o jornalista Ricardo Acampora:

Ela sacrificou a produção de alguns programas de rádio de baixa audiência canalizando os recursos liberados para a criação de um núcleo de produção experimental da página BBC Brasil. O pioneirismo da iniciativa permitiu que a seção se lançasse na vanguarda da produção profissional específica para web com o domínio gradual da linguagem, bem como da técnica de diagramação, utilização de imagem e dos *softwares* por toda a equipe²⁸.

²⁷ Sobre as políticas públicas e de desenvolvimento da BBC ver, além de LEAL FILHO, 1997, pp. 59-81, principalmente, CURRAN & SEATON, 1997 e BEARCHCROFT, 1946.

²⁸ Apud LEAL FILHO, 2008, p. 96.



Nesta fase, o Serviço Brasileiro passa a contar com maior participação orçamentária para garantir a sua expansão em equipe e equipamentos, com isso, além de ganhar um correspondente em São Paulo, instala-se em ampla ala da *Bush House*²⁹, abrindo espaço para uma redação jornalística moderna e funcional, com possibilidade de gravação de boletins de vídeo. Em 2000, a marca BBC Brasil é criada e assim deve aparecer nos *sites* noticiosos, nos jornais e nas emissoras de rádio e televisão brasileiras com as quais mantém parcerias de reprodução e retransmissão de informações. Atualmente investe em produção de material próprio, inclusive com a presença de enviados especiais na cobertura de eventos, além dos repórteres e redatores da *Central de Produção*, que elaboram matérias para o rádio e a internet, atualizando os noticiários 24 horas por dia³⁰. A equipe BBC Brasil é composta pela *redação de Londres*, que conta com 18 pessoas, entre editores e redatores; a *sucursal de São Paulo* comporta outros onze profissionais, entre eles, editores, repórteres e cargos administrativos, além do correspondente Gary Duffy. Completa a equipe os correspondentes de Brasília e Washington e, ainda, os colunistas Lucas Mendes (Nova Iorque) e Ivan Lessa (Londres)³¹.

Contudo, a extinção do serviço de rádio em ondas curtas, em 2005, dá espaço a uma produção multimídia convergente - propiciada pela internet - fazendo com que o *site* da BBC Brasil se torne, no ano seguinte, o segundo colocado em audiência no Serviço Mundial, perdendo apenas para o inglês³². No entanto, esses resultados, trazidos pelas NTC, representam também mudanças significativas na estrutura profissional da BBC, que anunciou a extinção de 1,8 mil postos de trabalho até 2013, para custear os desafios da inserção da empresa na era digital³³. Tais fatos decorrem das políticas institucionais apresentadas no *White Paper*, intitulado '*Serviço público para todos: a BBC na era digital*', apresentado ao Parlamento em março de 2006, o qual estabelecia medidas a serem tomadas diante da preocupação da empresa em inserir seus públicos na nova era³⁴. Entre os destaques abordados é possível salientar dois aspectos fundamentais para esta pesquisa. O primeiro está ligado aos esforços da BBC em representar nações, regiões e comunidades e, neste sentido, o documento define metas para os próximos anos: refletir e fortalecer a identidade cultural britânica, através de programas originais na programação local, regional e nacional, trazendo novas audiências para compartilhar essas experiências, além de

²⁹ Sede da BBC em Londres.

³⁰ LEAL FILHO, 2008, op. cit.

³¹ Os parceiros do Serviço Brasileiro hoje são os seguintes: na televisão, a Rede Bandeirantes de Televisão; no rádio, as emissoras CBN e Rádio Globo; na internet, são ao todo treze *sites*, entre os principais estão UOL, Folha On-line, Estadão, iG, MSN, G1, O Globo On-line e o Terra. Estes e outros dados estão à disposição no *site* BBCBrasil.com.

³² LEAL FILHO, *ibid.*

³³ Cf. matéria publicada no *site* do Serviço Brasileiro. **BBC anuncia 1,8 mil demissões até 2013**, disponível on-line em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/10/071018_bbc_demissoesrg.shtml, acesso junho 2009.

³⁴ Cf. WHITE PAPER (2006). **A public service for all: the BBC in the digital age**. London: HMSO. Disponível em: http://www.bbcharterreview.org.uk/have_your_say/white_paper/bbc_whitepaper_march06.pdf, acesso em maio 2009.



reconhecer diferenças culturais e pontos de vistas alternativos, por meio de conteúdo que represente as vidas de outras pessoas e comunidades no Reino Unido³⁵. O segundo trata da inclusão digital ao salientar o compromisso da empresa que, ao longo dos anos, foi responsável pela introdução de diferentes tecnologias da comunicação. A responsabilidade da BBC em integrar os britânicos ao novo contexto é expressa no documento:

Ao longo da história, a BBC auxiliou as audiências na introdução da televisão colorida, do rádio FM e, por fim, do rádio e TV digital e interativa. (...) A BBC, neste sentido, deve ser flexível e adaptar-se ao constante ambiente de mudanças da mídia ao longo do próximo período. Para tanto, deve ser capaz de não apenas de agir em favor das expectativas da audiência, mas antecipar e ajudar a dar forma a elas; isso será decisivo num mundo onde o conteúdo gerado por usuários chega para desempenhar um crescente e importante papel. Isto ajudará a criar oportunidades para toda a indústria e a explorar e salvaguardar a BBC para gerações futuras de contribuintes de taxas de licença³⁶.

Contudo, ainda que cada momento cultural da trajetória da BBC Brasil tenha apresentado características específicas, um não excluiu o outro, pelo contrário, atualmente convergem no *site*. O passo a seguir é buscar entender como isso se dá por meio desses fluxos informacionais internacionais, que têm originado culturas transnacionais e mediadoras entre culturas geograficamente distantes.

As representações geográficas na BBC Brasil on-line

As noções apresentadas no referencial teórico da presente pesquisa serão retomadas a seguir empiricamente. Reconhece-se que o desafio da BBC, ao longo deste percurso, não foi apenas aquele de incorporar as novas tecnologias à medida que elas foram surgindo, mas também de manter-se economicamente viável, oferecendo um conteúdo jornalístico de qualidade e credibilidade.

Busca-se na perspectiva de Morley, portanto, o embasamento necessário ao entendimento da articulação das representações³⁷ de diferentes localidades que, no conjunto, criam uma concepção geográfica ampla e virtual do mundo, presente no noticiário da BBC Brasil *on-line*. Para tanto, esta pesquisa procurou *pistas* em duas referências, as quais refletem também tendências de abordagens sobre espaços geográficos dos Estudos Culturais. Em *Home Territories*³⁸ este autor examina as mudanças na ideia de *home* [lar] e os modos nos quais a mídia tem contribuído para a construção de vários tipos de *home territories* [territórios lares]. Morley explora as relações entre lares, família, comunidade e nação - no contexto da cultura

³⁵ Este *White Paper* salienta ainda importância do Serviço Mundial ao fornecer conteúdo em inglês e em outras 42 línguas para 146 milhões de ouvintes por semana. Além de disponibilizar um dos *websites* mais visitados no mundo, os *sites* internacionais da BBC registram mais de 230 milhões de *page impressions* por mês.

³⁶ Cf. WHITE PAPER, 2006, item 3, pp. 9-21.

³⁷ Cf. HALL, 1997.

³⁸ MORLEY, op.cit, 2000.



pós-moderna - no qual as fronteiras domésticas ou nacionais foram desestabilizadas pelo exílio, diáspora, migração e novas tecnologias. Mais tarde, em *Media, modernity and technologies. The geography of the new*³⁹, ele retoma a preocupação diante da capacidade das novas tecnologias em transcender fronteiras geográficas, partindo da premissa que os estudos de mídia devem situar os desenvolvimentos atuais, tais como a constituição do ciberespaço, numa perspectiva histórica mais ampla e, ainda, compreender a tecnologia a partir de suas determinações, efeitos e usos.

Geografia virtual na interface bbcbrasil.com

Ao considerar abordagens de teóricos da pós-modernidade - tais como as de Anthony Giddens e Paul Virilio – Morley⁴⁰ destaca que hoje as imagens abundam no novo *status* desincorporado dentro da geografia virtual, na qual a convergência tempo-espaço trouxe indivíduos e famílias à presença de lugares antes desconhecidos. Conforme aponta, as interfaces de computadores ou veículos representam um canal de aumento rápido de efeitos óticos em torno do espaço, são visões distantes de viagens que se enfraquecem gradualmente atrás da chegada ao destino, uma chegada de imagens, de informação, que se posicionam numa constante mudança de local. Neste sentido, é possível individualizar alguns aspectos interessantes da interface BBC Brasil.com (figura 1), a qual trabalha com um visual leve e espaço amplo para os principais assuntos internacionais do dia. O menu - que pode ser acessado a partir da *Primeira Página [home]* não lista editorias normais do jornalismo tais como economia, política, cultura, etc, mas *Ciência & Saúde, Cultura & Entretenimento, Multimídia, Especial, Interatividade e Aprenda Inglês*. Estes são adequados à linguagem da nova mídia, ou seja, o conteúdo tradicional permanece presente, mas apresentado com uma outra nomenclatura. A geografia virtual é expressa, portanto, no conteúdo jornalístico e na forma convergente de se dispor as diferentes mídias. No alto da *Primeira Página* o internauta/leitor encontra os principais fatos do noticiário internacional, especialmente de política, economia ou meio ambiente, ou ainda de questões envolvendo o cenário brasileiro. Há uma outra seção, intitulada *Carrossel*, que exhibe assuntos curiosos ou relacionados ao cotidiano do cidadão de qualquer parte do mundo. As imagens, as quais se refere Morley⁴¹, também “abundam” no *site* por meio de uma vitrine de vídeos em formato *flash*. O mesmo ocorre com o conteúdo em áudio, que pode ser acessado em *Ouçá o boletim de notícias da BBC Brasil* situado no ângulo direito, no alto da página.

³⁹ MORLEY, D. *Media, modernity and technologies. The geography of the new*. Oxon: Routledge, 2007.

⁴⁰ MORLEY, op.cit, 2000, pp.171-2.

⁴¹ MORLEY, ibid.

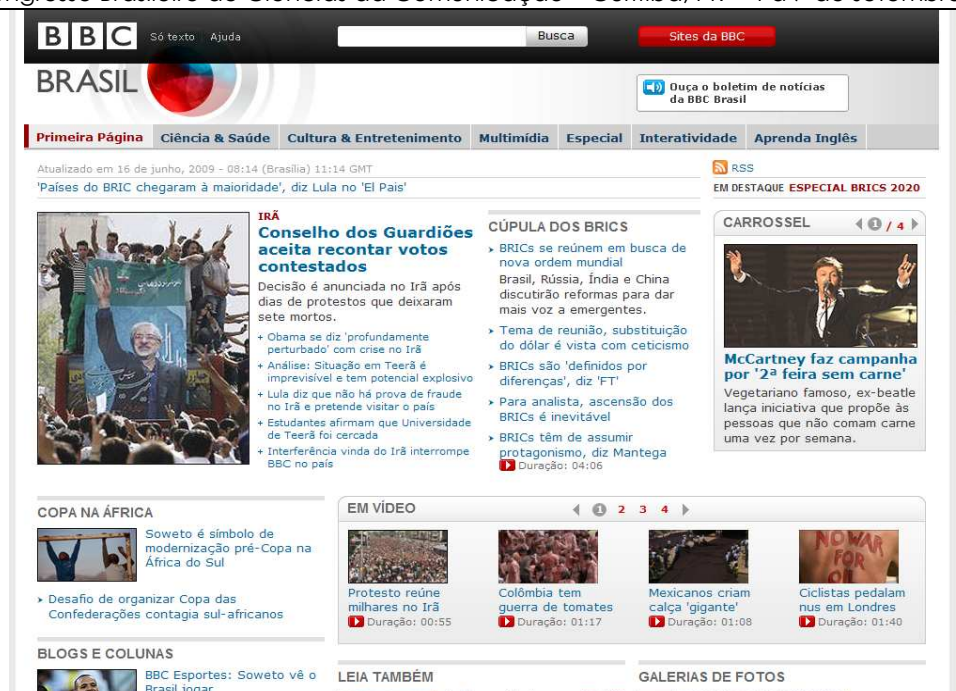


Figura 1 – Primeira página - BBC Brasil veiculada em 16 de junho 2009

Além das seções elencadas, pode-se afirmar que a *Primeira Página* funciona como uma espécie de “capa” do veículo. É nesta interface inicial que se encontram disponibilizados os destaques de cada um dos serviços dispostos no menu de acesso, descrito abaixo da marca BBC Brasil. Vale destacar também que o *site* apresenta todos os serviços de produção de conteúdo que - no passado eram veiculados separadamente - e no espaço da internet, convergem em texto, áudio e imagem. Ratificando a ideia de Jenkins, ao refletir sobre a cultura da convergência, este autor destaca que “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias”⁴².

Histórias internacionais

Ao se estudar as representações presentes no conteúdo das principais manchetes veiculadas no *site* da BBC Brasil é possível verificar que o mesmo privilegia assuntos que estão na pauta internacional mundial em detrimento de eventos que ocorrem no Brasil especificamente. O *corpus* de análise, individualizado entre os dias 16 e 22 de junho do corrente, demonstra que, nas sete edições, a principal manchete representa questões e eventos internos do Irã, além da repercussão internacional dos acontecimentos relacionados aquele país, seguindo o conteúdo veiculado no *site* da BBC News (figura 2). Vale, neste sentido, ressaltar algumas manchetes da BBC Brasil e BBC News, respectivamente: *Conselhos dos Guardiões aceita recontar votos contestados / Iran ‘to hold election recount’* (16 de junho); *Conselho de Guardiões analisa 646 queixas eleitorais no Irã / Iran probes 646 poll complains* (18 de junho); *Conselho dos*

⁴² JENKINS, op.cit., pp. 39-40.



Guardiões admite irregularidades em eleições / Iran Guards vow protest crackdown (22 de junho). Neste sentido, retoma-se Morley:

A articulação do familiar doméstico na ‘família simbólica’ da nação (ou amplo grupo) pode ser melhor entendida focando o papel da mídia e das tecnologias da comunicação. Essas tecnologias devem ser entendidas como transgressoras dos limites familiares – trazendo o público para o privado – e simultaneamente produtoras de uma coerente experiência social ampla, através do compartilhamento do tempo de transmissão e do ritual⁴³.

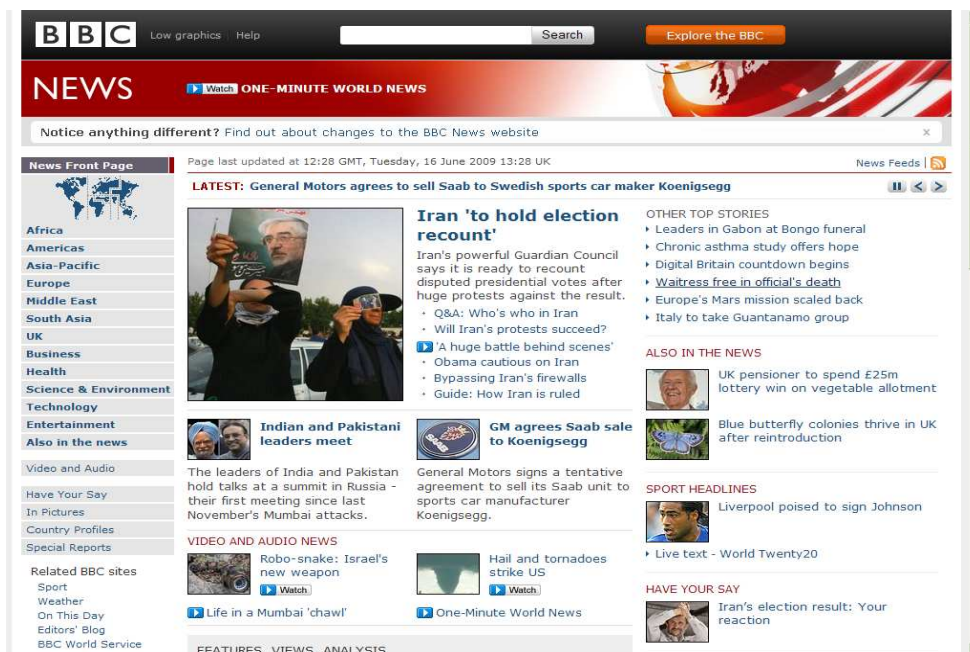


Figura 2 – Primeira página - BBC News veiculada em 16 de junho 2009

Verifica-se, portanto, que a produção de conteúdo da BBC Brasil na internet trabalha a partir de uma articulação de representações, isto é, histórias narradas a partir de um contexto específico e distante. Para melhor compreender esta articulação das representações, buscou-se também analisar as manchetes listadas abaixo da principal e aquelas intituladas *Outras Notícias*, que se localizam ao lado da principal. Estes espaços - juntos - compõem os destaques do noticiário produzido pelo veículo. Nas manchetes listadas abaixo da principal, na semana em questão, todas foram sobre o Irã, no entanto, observa-se ainda que estas cumprem a tarefa de contextualizar a notícia principal a partir de diversos pontos de vistas. Identificou-se, no entanto, que em apenas três edições o Brasil faz parte dessa ampliação, as mesmas são listadas a seguir: *Lula diz que não há prova de fraude no Irã e pretende visitar o país* (16 de junho); *Amorim: recontagem de votos no Irã é decisão ‘respeitável’*, sendo que esta última se repete em duas edições (17 e 18 de junho). Por fim, na análise do item *Outras Notícias* observa-se que a temática abordada é também internacional e ampla. Trata-se de assuntos de repercussão

⁴³ MORLEY, op.cit 2000, p. 3.



internacional, tais como a crise mundial e no parlamento britânico, BRICs, fome no mundo com dados da FAO, entre outros que variam entre curiosidades e fraudes nos Estados Unidos, roubos na Itália, Copa das Confederações, etc. O Brasil, por seu turno, está presente na pauta em apenas três edições: em 16 de junho *BRICs se reúnem em busca de nova ordem mundial, Brasil, Rússia, Índia e China discutirão reformas para dar mais voz a emergentes*; em 17 de junho, três manchetes, *‘Depois da crise ficamos mais iguais’ diz Lula no Cazaquistão*; *Lula: ‘denuncismo não tem fim e depois não acontece nada’*; *BRICs vão discutir proposta brasileira de comércio sem dólar*; por fim, em 22 de junho, registra-se *Banco Mundial prevê queda de 1,1% no PIB brasileiro em 2009*. Vale ressaltar que nenhuma delas se refere a questões ou eventos internos do país, são especificamente de caráter internacional. Neste sentido, o depoimento do atual diretor da BBC Brasil, Rogério Simões, sobre os princípios que regem a produção jornalística da empresa pública britânica é esclarecedor. Conforme aponta, as regras são tradicionalmente as mesmas desde 1938:

O texto da BBC Brasil, seja na internet, no rádio ou em vídeo, precisa ser objetivo, direto. Especialmente por tratar de assuntos complexos, de política internacional, economia, ciência ou meio ambiente, os textos precisam ser, dentro do possível, simples, diretos e de fácil compreensão. A objetividade pode ser buscada de várias formas, sobretudo com a descrição pura e simples dos fatos, evitando-se ao máximo o uso de adjetivos, seja em textos curtos dos boletins de rádio como em reportagens mais longas na internet. A linguagem utilizada pela BBC Brasil precisa ser correta, precisa e de fácil compreensão, para que a informação seja passada de forma objetiva, sem influenciar o posicionamento do leitor/ouvinte/telespectador⁴⁴.

Contudo, estes dados demonstram que o universo dessa ‘geografia virtual’, tal como se apresenta este noticiário internacional em português via internet, necessita ser lido a partir de dois binários para um aprofundamento maior, de um lado, tradição, cultura e ritual e, de outro, da modernidade mundial, economia, funcionalidade e racionalidade, ambos os contextos estão inscritos nas novas tecnologias⁴⁵. Buscou-se na presente pesquisa, dentro dos limites científicos de um artigo, sobretudo, identificar essas questões, que posteriormente podem ser ampliadas.

Linguagem e interatividade

A ligação do Serviço Brasileiro da BBC com a audiência se dá, sobretudo, através da veiculação de conteúdo em língua portuguesa e dos espaços de interatividade previstos no *site*. Conforme se observou anteriormente, o noticiário é predominantemente internacional. No entanto, abre-se espaço para debates em torno de questões importantes no cenário brasileiro e internacional. Alguns comentários são listados na *Primeira Página* e outros estão presentes nos fóruns propostos na página *Interatividade*. A partir da reprodução de um tema do fórum e citações de

⁴⁴ Pode ser consultado em http://www.bbc.co.uk/portuguese/institucional/2009/04/090423_jornalismobbc.shtml.

⁴⁵ Cf. MORLEY, 2007, *Fundamentals and premises*, p. 3.



opinião de leitores, é possível afirmar que se trata de assunto da pauta internacional da semana e, ainda, que os comentários apresentam sempre apreciações divergentes⁴⁶.

Fórum: *O Irã deve convocar novas eleições?*

Comentários:

“O governo iraniano deveria convocar novas eleições para dissipar as dúvidas”, Elvira Akchourin do Nascimento, Santos/SP

“Mesmo que tenha ocorrido fraude não deve ter outra eleição”, Ingo da Silva, Foz do Iguaçu/PR

Outros dois interessantes aspectos, também trazidos da abordagem de Morley⁴⁷, podem ser destacados a partir da temática trabalhada acima e servirem de ponto de partida para futuros estudos sobre esta específica audiência. Um deles resulta do modelo típico de representação dos “outros distantes” via mídia, as pessoas de lugares longínquos são frequentemente associadas a problemáticas mundiais – desastres sociais e naturais, epidemias ou quebra da ordem social – comum nos noticiários. O outro - intimamente ligado ao anterior - destaca que, embora a tecnologia traga representações de eventos distantes para dentro do espaço doméstico, estas permanecem, na maioria das vezes, longe do contexto prático do cotidiano por uma questão de impotência na intervenção significativa desses eventos. Conforme aponta, “não é apenas uma questão de distância (física, moral ou emocional), mas também de poder”⁴⁸.

Considerações finais

O presente estudo, visando refletir sobre a produção de conteúdo atual do Serviço Brasileiro da BBC, buscou individualizar contextos intrínsecos a este objeto. As perspectivas identificadas são pelo menos três. Primeiramente, destaca-se a amplitude histórica. Por meio da trajetória do Serviço Brasileiro foi possível verificar que, embora esta nova fase comunicacional e cultural digital esteja trazendo mudanças, ela não exclui as experiências anteriores, pelo contrário, estas se mesclam e convergem num espaço virtual propiciado pelas NTC. O conteúdo produzido, ao longo de sete décadas, permanece o mesmo em termos precisão da informação e busca constante da credibilidade da audiência, sob as rígidas regras das políticas culturais e institucionais do serviço britânico. A segunda perspectiva, norteadora deste estudo, reflete sobre as geografias comunicacionais, considerada, neste sentido, também fundamental na compreensão da permanência e da eficácia deste serviço britânico destinado a uma audiência brasileira. Ao se estudar este objeto, por meio de seu desenvolvimento e características atuais à luz dos Estudos

⁴⁶ Cf. <http://www.bbc.co.uk/portuguese/interatividade/>.

⁴⁷ MORLEY, 2000, pp. 183-185.

⁴⁸ Op. cit, p. 185.



Culturais, verifica-se que a própria teoria do campo revela que este deve ser lido a partir do contexto no qual está inserido. Neste caso, o Serviço Brasileiro é ilustrativo, a BBC o manteve tendo em vista suas políticas culturais expansionistas, no entanto, hoje enfrenta o desafio da passagem do *broadcast* para uma cultura digital de acesso. O (des)locamento da informação proveniente de diferentes partes do mundo não é algo novo para o Serviço Mundial da BBC, pois sempre trabalhou sob uma perspectiva (des)localizada de narração jornalística. Contudo, é necessário destacar que os estudos destes espaços, que se concentraram, durante muito tempo, na relação complexa das fronteiras “concretas” da nação, das etnias, das migrações, enfim, das questões do local e do global, entre outras abordagens, hoje devem também considerar a presença de um novo espaço, ou seja, aquele *virtual*, intimamente conectado com todos os demais contextos. A produção atual da BBC Brasil, ao veicular representações de diversas partes do mundo via internet, ilustra este (des)locamento que, ao narrar fatos de lugares distantes, mistura raízes sócio-culturais com transgressão de fronteiras, no sentido em que passam virtualmente a serem absorvidas por diferentes audiências, que necessariamente não ocupam o mesmo espaço geográfico. Portanto, verifica-se que aqueles “tradicionais” espaços não deixaram de existir, apenas que a eles integram-se novos, propiciados pelas NTC. Por fim, identifica-se a perspectiva interativa, ainda que mediada por editores, apresenta-se, neste objeto como uma *outra* forma de aproximação com a audiência. A inserção deste veículo de comunicação no contexto brasileiro realiza-se, sobretudo, através da língua portuguesa e, atualmente, também por meio desses espaços de comentários e debates, propiciados pela internet, que visam uma maior interação com o internauta/receptor.

Este estudo - por se tratar de um *working progress* – não buscou apontar respostas definitivas para temáticas complexas que envolvem cultura e novas tecnologias. No entanto, esta análise preliminar permite afirmar que o interesse da BBC no contexto brasileiro deve-se, sobretudo, as suas políticas de divulgação cultural que se concretizam em representações narradas a partir de diferentes espaços geográficos e convergem atualmente na internet, constituindo, deste modo, uma nova geografia virtual.

Referências bibliográficas

- CARPENTIER, N. **The BBC's Video Nation as a participatory media practice.** Signifying everyday life, cultural diversity and participation in an online community. In: International Journal of Cultural Studies. London: Sage, 2003, pp. 425-447.
- COTTLE, S. & ASHTON, M. **From BBC Newsroom to BBC Newscentre: On Changing Technology and Journalist Practices.** Disponível em: <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/5/3/22>, 1999, acesso em maio 2009.
- CURRAN, J. & SEATON, J. **Power without responsibility. The press and broadcasting in Britain.** London: Routledge, 1997.
- HALL, S. **Representation: cultural representations and signifying practices.** London: Sage, 1997.



JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

LAZAR, R. **From our own correspondent**. British Broadcasting Corporation. London: Jolly & Barber Ltd, 1980.

LEAL FILHO, L. L. **A melhor TV do mundo**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **Vozes de Londres. Memórias brasileiras da BBC**. São Paulo: EDUSP, 2008.

MORLEY, D. **Home territories**. Media, mobility and identity. London: Routledge, 2000.

_____. **Media, modernity and technologies**. The geography of the new. Oxon: Routledge, 2007.

SANTAELLA, L. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996, 2ª ed.

_____. **Culturas e artes do pós-humano** – Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2006, 4ª ed. Disponível on-line em: http://geolink.files.wordpress.com/2008/06/santos-milton_a-natureza-do-espaco.pdf, acesso junho de 2009.

T. O. BEACHCROFT. **British Broadcasting**. London: The British Council, 1946.

WHITE PAPER (2006). **A public service for all: the BBC in the digital age**. London: HMSO.

Disponível em:

http://www.bbccharterreview.org.uk/have_your_say/white_paper/bbc_whitepaper_march06.pdf, acesso em maio 2009.