

# Aspectos teóricos sobre a vida e a obra de Sérgio Capparelli

Ingrid Cristina dos Santos<sup>1</sup>  
Cárlida Emerim<sup>2</sup>

## Resumo

Este artigo apresenta aspectos da obra de Sérgio Capparelli, autor brasileiro que contribuiu para fortalecer a pesquisa em Comunicação e Jornalismo no país. Além dos estudos acadêmicos, Capparelli transitou por áreas como a Literatura e a Literatura Infantil, tendo sido atuante também como repórter em jornais de referência do RS. Seus escritos teóricos e analíticos sobre os meios abrangem o campo econômico, político, cultural e social. Recebeu o Prêmio Jabuti em Ciências Humanas em 1983 com o livro dedicado a compreender e analisar a tevê brasileira, "Televisão e Capitalismo no Brasil", sendo um dos estudos pioneiros do campo. Por meio de uma revisão bibliográfica das principais obras de Capparelli, além de uma entrevista concedida por ele a uma das autoras, este artigo tem como objetivo ajudar a compreender o mote de seus pensamentos, traçando sua trajetória pessoal, profissional e acadêmica.

Palavras-chave: Jornalismo e Comunicação. Sérgio Capparelli. Revisão bibliográfica.

## Abstract

This article presents some aspects of the work of Sérgio Capparelli, a Brazilian author who contributed to strengthen the research in Communication and Journalism in the country. In addition to his academic studies, Capparelli went through areas such as Literature and Children's Literature, and also worked as a

---

<sup>1</sup> Jornalista, especialista em Comunicação e Marketing digital, mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. E-mail: ingridcris@gmail.com

<sup>2</sup> Jornalista, mestre em Semiótica, doutora em Processos Midiáticos, professora e pesquisadora da graduação e pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina; líder do grupo interinstitucional de pesquisa em Telejornalismo GIPTele e vice-coordenadora da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo - Rede Telejor. E-mail: carlida.emerim@ufsc.br

---

reporter in reference newspapers of the RS. His theoretical and analytical writings on the media cover the economic, political, cultural and social field. He received the Jabuti Prize in Human Sciences in 1983 with the book dedicated to understanding and analyzing Brazilian TV, "Television and Capitalism in Brazil", being one of the pioneer studies in the field. Through a bibliographical review of Capparelli's main works, besides an interview granted by him to one of the authors, this article aims to help understand the motto of his thoughts, tracing his personal, professional and academic trajectory.

Keywords: Journalism and Communication. Sérgio Capparelli. Literature review.

### **A trajetória de um pensador**

A produção de conhecimento científico no campo das Ciências Sociais e Humanas no Brasil sofre ainda preconceitos que questionam a sua cientificidade, não só a partir de seus resultados um tanto atravessados por subjetividades, como em razão da tradição empírica dos métodos mais fundantes das investigações humanísticas. Em tempos de dificuldades de se efetivar a comunicação e o jornalismo como campos de conhecimento, Sérgio Capparelli foi um dos pioneiros dessas discussões, produzindo análises, contribuindo na proposição de metodologias e mapeamentos da área e de seus desenvolvimentos, articulando a produção brasileira com aquilo que estava em pauta nas ciências da comunicação em outras regiões do mundo, sobretudo com os países e escolas da América Latina.

Sérgio Capparelli está entre os pesquisadores que contribuíram para a sedimentação<sup>3</sup> da pesquisa em comunicação no país, pautando sua trajetória na investigação dos meios de comunicação, sobretudo, a mídia televisiva, chegando a ser apontado como um dos precursores desses estudos. Sua produção científica fundamenta-se na análise do contexto cultural, social, econômico e político no qual os meios de comunicação estão inseridos, destacando a consciência crítica e o interesse pelos estudos empíricos. O próprio autor enfatiza, em entrevista concedida a uma das autoras deste artigo, que é central na sua obra a preocupação social, tanto nas escolhas de

---

<sup>3</sup> Em "Memória das Ciências da Comunicação no Brasil: o grupo gaúcho", organizado por José Marques de Melo e Maria Beatriz F. Rahde, é feita uma classificação dos pesquisadores estudados em três grupos: desbravadores, sedimentadores e continuadores. Capparelli é incluído entre os sedimentadores, que são dedicados a sedimentar as bases lançadas pelos pioneiros e institucionalizar o campo de conhecimento nas universidades.

temas, como na obtenção dos dados e na definição do estilo da narrativa científica e literária (CAPPARELLI, 2018).

Essa multiplicidade de interesses e habilidades o levou a transitar por diferentes áreas, exercendo atividades como jornalista (atuando como repórter nos dois principais jornais impressos do Rio Grande do Sul, Correio do Povo e Zero Hora), pesquisador e professor, lecionando na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), poeta e escritor literário. São mais de 40 livros publicados que lhe renderam quatro vezes o Prêmio Jabuti, da Câmara Brasileira do Livro: três vezes de Literatura e uma vez de Ensaio em Ciências Humanas - Televisão. Ganhou também, por três vezes, o Prêmio Odylo Costa Filho, da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ) e sete vezes o Prêmio Açorianos, de melhor livro infantil de Porto Alegre. É integrante da Lista de Honra da *Internacional Board on Books for Young People (IBBY)* e recebeu uma Láurea de Excelência da Universidade de Montreal.

No campo da pesquisa em comunicação, sua obra mais importante é “Televisão e Capitalismo no Brasil”, publicada em 1982 e considerada “uma das mais abrangentes e completas análises da televisão brasileira já feita e publicada na forma de livro”, conforme escreveu Murilo César Ramos (2000, p. 120). A publicação, que investiga o surgimento e expansão da tevê no Brasil, abordando-a como um instrumento de produção econômica e ideológico-política, foi a que garantiu ao pesquisador a conquista do Prêmio Jabuti em Ciências Humanas, em 1983.

A produção teórica mais intensa de Capparelli coincide com o período final da ditadura militar no Brasil, momento em que buscava entender o papel da comunicação e do jornalismo naquele contexto. O golpe de 1964 e a posterior democratização, bem como a ânsia por compreendê-los, contribuíram para que ingredientes como censura, ideologia e propaganda política fizessem parte das temáticas abordadas em sua obra. A produção do autor nessa época traz também conceitos relacionados à economia política Marxista e à Teoria da Dependência e do Imperialismo.

O pesquisador obteve reconhecimento de seu trabalho acadêmico em 1999, com o recebimento do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, na categoria Maturidade Acadêmica, conferido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). No ano seguinte, foi um dos três pesquisadores

---

homenageados do IV Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-americana (Celacom 2000), realizado em maio de 2000 em São Paulo.

Visando organizar um percurso teórico em torno das contribuições de Sérgio Capparelli para o campo da comunicação, este artigo fundamenta-se em estudo de revisão bibliográfica e na sistematização proposta pelo método quali-quantitativo. A pesquisa bibliográfica “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental” (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007, p. 60). Para este trabalho, foram identificadas as obras mais relevantes de autoria de Sérgio Capparelli; livros e textos que tratassem dos estudos e da vida do autor, bem como entrevistas feitas com ele, publicadas em texto e em vídeo.

Além disso, para estruturar este artigo, foi realizada com Capparelli uma entrevista – técnica usada para ter acesso a informações que não podem ser encontradas em registros ou fontes documentais (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007). O primeiro contato foi feito com o autor no dia 9 de janeiro de 2017 via e-mail. Com o aceite para a realização da entrevista por e-mail, foram enviadas dez perguntas no dia 12 de janeiro. Quinze dias depois, Capparelli enviou mensagem com as respostas a 9 questões encaminhadas a ele. O intuito da entrevista foi entender a visão do autor sobre sua própria produção científica e investigar de que maneira ele percebe a relação entre sua obra e a contemporaneidade.

Assim, com o objetivo de compreender as principais ideias, pensamentos e contribuições de Sérgio Capparelli para o campo da comunicação, este artigo traça sua trajetória pessoal e profissional, tanto como acadêmico quanto como jornalista, apresentando os principais aspectos de sua produção intelectual. Por fim, analisa essas proposições científicas à luz da contemporaneidade.

### **De Uberlândia à Porto Alegre: origem e percurso**

Sérgio Capparelli nasceu em 1947 em Uberlândia (MG)<sup>4</sup>. Seu pai, o caixeiro-viajante Emanuele Capparelli, passava dias vendendo produtos no Norte de Goiás,

---

<sup>4</sup> Informações sobre a vida do autor estão disponíveis em seu site oficial: < <http://capparelli.com.br/>>. Acesso em 05 jan 2018.

enquanto a mãe, Cecília Guimarães, cuidava dos dez filhos em uma casa de dois quartos. Por ter estudado em seminário e em escolas católicas, Emanuele sabia falar francês e tinha o hábito de ler histórias para os filhos quando não estava viajando. Além do pai, uma tia de Sérgio, que era costureira e grande apreciadora de livros, foi quem instigou nele o gosto pela leitura, emprestando-lhe livros de autores como Dostoiévski, Machado e Fernando Pessoa antes dos doze anos de idade.

Em 1963, Capparelli mudou-se para Goiânia com a família, e lá permaneceu até ser expulso da escola onde estudava por ser considerado “uma maçã podre no cesto do novo Brasil”, no início do regime militar. Foi então morar em uma pensão em Curitiba. Lá concluiu o segundo grau no Colégio Rio Branco, no Batel, e em seguida mudou-se para Porto Alegre. Na capital gaúcha, começou a estudar Teatro, pedindo transferência um ano depois para o curso de Jornalismo do Instituto de Filosofia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

A vivência universitária, no auge da repressão militar, talvez tenha influenciado muito seu trabalho tanto profissional quanto de pesquisa, nas duas décadas seguintes. Mas a base para realizar uma análise dos meios de comunicação ainda não estava sólida e a busca por uma fundamentação mais consistente deu-se primeiramente em Munique, em círculo de exilados argentinos, chilenos e bolivianos, onde também manteve um contato mais intenso e efetivo com a literatura marxista e economia política crítica (STUMPF, 2000, p. 110).

Depois de formar-se, Capparelli decidiu ir para Paris, onde passou a estudar como aluno de doutorado no Instituto Francês de Imprensa da Universidade de Paris II em 1973. Naquela época, vivia entre Paris e Munique, pois era na cidade alemã que conseguia emprego para se sustentar. Publicou um livro nesse período, de forma artesanal, chamado “Favela SA”.

Voltou ao Brasil para tentar conseguir uma bolsa de estudos. Sem sucesso, passou a trabalhar em jornais, tendo atuado em Zero Hora, Folha da Manhã e Coojornal. Em 1974, conquistou o Prêmio ARI de Reportagem após internar-se no Hospital Psiquiátrico São Pedro, em Porto Alegre, como indigente, produzindo uma série de reportagens para o Jornal Folha da Manhã, sobre as instituições psiquiátricas. Pouco tempo depois, casou-se com a jornalista Eva Oyarzábal de Castro, com quem teria a

primeira filha, Livia Capparelli, em 1978, e Daniel de Castro Capparelli, em 1983, ano em que Eva faleceu, em Porto Alegre.

Antes disso, em 1976, foi convidado a ministrar aulas na Pontifícia universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e, em seguida, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). A partir de 1979, iniciou sua carreira na Literatura infantil, com a publicação de “Os Meninos da Rua da Praia”<sup>5</sup> — fábula narrada por uma tartaruga de casco verde sobre garotos pobres da principal rua do centro de Porto Alegre. No mesmo ano, publicou também seu primeiro livro em comunicação que o tornaria conhecido no meio acadêmico, “Comunicação de Massa sem Massa”. Em 1980, retornou a Paris para defender sua tese de doutorado.

Ao voltar, foi aprovado em concurso público e passou a lecionar na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), a partir dessa época intensificou sua produção científica no campo da comunicação. Desse período, sua obra referencial é “Televisão e Capitalismo no Brasil”, uma análise do surgimento e desenvolvimento da tevê no país, publicado em 1982. Quatro anos depois, retornou à França e lá permaneceu até 1989, para fazer um pós-doutorado na Universidade de Grenoble, quando estendeu seus estudos para os países do Cone Sul e publicou, em 1991, a obra “Ditaduras e Indústrias Culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai”.

Capparelli decidiu cursar um novo pós-doutoramento, desta vez na Universidade de Montreal, no Canadá. Esse momento é complexo na vida do pesquisador, pois, desencantado com os rumos das pesquisas no país, pensou em se afastar e, até mesmo, viver fora do Brasil dedicando-se a sobreviver com outra profissão, quando cogitou ser taxista. Por essa razão, sua produção decaiu no início da década de 1990.

Em 1991, comecei a jogar meus livros fora. Estava no Canadá, tinha desistido da universidade e queria, logo que voltasse ao Brasil, entrar novamente na prática jornalística. Era uma noite fria, como fria é a maioria das noites de Montreal. E eu ia jogando os livros no lixo, um por um. A paixão havia desaparecido e era como se quisesse me separar de toda uma época. O sentimento era de desorientação. Há pouco tempo tinha caído o muro de Berlim. O muro (de) concreto, no entanto, pouco importava. Conhecia a dificuldade de viver as utopias, bem como o desfiguramento dessas utopias ao se tornarem realidade. O que havia era uma paixão que se diluía no cotidiano. De se descobrir num mundo

---

<sup>5</sup> Esta publicação foi reeditada várias vezes, em 2003 estava na 22ª edição.

---

veloz e voraz em termos de interpretações. De estar sozinho naquilo que se acredita (CAPPARELLI, 2000, p. 98).

Na volta ao Brasil, em 1993, as negociações para trabalhar novamente no jornal Zero Hora não se efetivaram. Nesse momento, a crise intelectual, juntamente com sua experiência internacional, fez Capparelli perceber a vontade e a necessidade de trabalhar em grupo, de trocar ideias e de desenvolver projetos de forma coletiva. Surge a oportunidade de fazer parte do grupo que criou o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS, do qual foi o primeiro coordenador, de 1996 a 2000.

No ano seguinte, cursou um novo pós-doutorado em Paris e, em 2005, aposentou-se do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. Aposentado, o espírito inquieto foi buscar novos horizontes, partiu para China, onde começou a atuar na agência de notícias Xinhua News Agency, em Pequim, até 2007. Atualmente mora na Itália e dedica-se, exclusivamente, à literatura infanto-juvenil.

As escolhas que uma pessoa faz na vida têm a ver com o jogo de forças entre o indivíduo que é, ou procura ser, e a realidade em que está inserido. A afirmação parece simples, mas não é. Cada pessoa vive os acontecimentos de maneira peculiar. E cada um é também diversamente influenciado por esses acontecimentos. Hitler foi eleito e manteve-se no poder, depois de eliminar a oposição, com o apoio também de trabalhadores. As milícias fascistas de Mussolini contavam com o apoio de pequenos agricultores e de trabalhadores. Revendo minha trajetória e o que escrevi, acho que minha vivência influenciou minhas escolhas, tanto na literatura quanto nos objetos de meus estudos. Enxergo hoje com clareza as minhas opções que fiz no campo da Comunicação, mas tenho dúvidas quanto às formas de tratamento do campo literário. A trajetória pessoal de um autor pauta apenas parte do que ele escreve porque a narrativa literária detesta enquadramentos, modelos e de até mesmo a lógica ou a coerência (CAPPARELLI, 2018).

Ao longo de sua trajetória nos estudos da comunicação, vista por ele de forma multidisciplinar (STUMPF, 2000, p. 117), Sérgio Capparelli destacou-se por características como acuidade, rigor, coerência, estilo e modéstia — conforme descreveu Murilo César Ramos (2000, p. 123). No entanto, apesar de ser apaixonado pela pesquisa, Capparelli sente mais entusiasmo pela escrita ficcional, por considerá-la “uma atividade mais prazerosa do que um dever a ser cumprido” (CAPPARELLI, 2000, p. 99). Por essa razão,

---

após aposentar-se, foi aos poucos abandonando a comunicação e dedicando-se prioritariamente à literatura.

Faço as contas e descubro que há mais de 15 anos não leio livros da área de Comunicação e, conseqüentemente, não escrevo sobre o tema. Confesso que após 2005, depois de me aposentar, fiz incursões nesse campo. Por exemplo, trabalhei durante quase três anos na Agência de Notícias Xinhua, de Pequim, a mesma criada por Mao Zedong durante a Longa Marcha. Dois anos depois dessa experiência, mudei-me de Porto Alegre para São Paulo. E logo em seguida, passei a viver 6 meses no Brasil e 6 meses na Itália. Sempre escrevi livros de literatura infantil. Veio-me então a ideia de escrever sobre Televisão, Internet e Criança. Comecei a trabalhar no projeto, mas logo depois o abandonei. Tomava-me um tempo que podia dedicar à literatura. Ao lado desse conflito, tinha a certeza de só poder escrever sobre Comunicação se me mantivesse atualizado em seus estudos, acompanhando tudo através de bibliografia especializada. No fim, priorizei outro tipo de escritura (CAPPARELLI, 2018).

Seus livros mais recentes foram “ABC dos Abraços”, “Byron em Fernando de Noronha” e, em 2018, trabalhava na obra “De volta para casa”.

Essa trajetória de idas e vindas proporcionou ao autor vivências e experiências variadas, o que se reflete na sua capacidade de pensar criticamente, estabelecendo relações entre o contexto político-social e o dia a dia concreto das pessoas. Ao mesmo tempo em que o olhar atento construía reflexões sobre a influência política na mídia, a interferência do capitalismo nas rotinas de trabalho e na qualidade do jornalismo e, até nas obras da comunicação, também refletia, em seus trabalhos voltados à literatura, as condições sociais, culturais e econômicas, de jovens e adultos envoltas em tramas ficcionais, de relatos sensíveis e lúdicos. Uma forma específica de militar pela cultura e pelo conhecimento.

### **O teórico da comunicação e seu tempo**

A obra científica de Sérgio Capparelli é permeada pela preocupação em compreender teoria e prática como elementos complementares, não de forma descolada, mas com ambas caminhando juntas, potencializando o aprendizado e a reflexão sobre a realidade. É assim que analisa os meios de comunicação, com o olhar voltado para o que há de concreto, inserindo-os em sua realidade social, econômica e política. Em seus três primeiros livros publicados — “Comunicação de Massa sem Massa” (1980), “Televisão e **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

---

Capitalismo no Brasil” (1982) e “Ditaduras e Indústrias Culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai” (1989) — dedica-se a estudar a comunicação, com foco maior na televisão, sob a ótica crítica da ordem capitalista e dos regimes de ditaduras militares em que viviam os países analisados.

Lançado em um momento em que as pesquisas em Comunicação ainda eram incipientes, “Comunicação de Massa sem Massa” alcançou significativa receptividade, com três reimpressões, e fez com que o autor se tornasse conhecido nos meios acadêmicos. Trata-se de uma coletânea de textos sobre a televisão, o rádio e a imprensa no Brasil, seguidos de uma análise a respeito da situação da pesquisa em Comunicação no país.

O título do livro traz expressão semelhante a que Aníbal Pinto empregou no estudo da economia latino-americana: “economia de massa sem massa”, conforme observa Stump (p.111, 2000). Isso significava, no contexto da obra de Capparelli, que as empresas jornalísticas brasileiras já dispunham, na época, de condições tecnológicas para a produção massiva de jornais, mas o consumo foi sempre impedido pelas condições de analfabetismo e da situação econômica da população. Por essa razão, para o autor, o jornal permanecia restrito a uma elite letrada, enquanto a TV consolidava-se como meio de comunicação nacional, e o rádio, alcançava públicos regionais (STUMPF, 2000).

Seu livro de estreia já divide o modelo brasileiro de expansão da televisão em duas fases, de 1950 a 1964, do surgimento da tevê até o golpe militar, e de 1964 a 1980, época que corresponde à implementação da Rede Globo (RJ) e do declínio da TV Tupi (SP). A publicação alcançou significativa receptividade, com três reimpressões, não só porque preenchia uma lacuna crítica e analítica da época como também trazia luz à muitas discussões que estavam sendo travadas nas escolas de comunicação. Esse livro ajudou a projetar Capparelli nos meios acadêmicos, tanto no Brasil como em alguns países da América Latina.

A classificação dos períodos de estudos empregada no livro de 1982 é retomada e ganha mais detalhamento em sua segunda obra, “Televisão e Capitalismo no Brasil”, publicado em 1982. O livro traz uma análise realizada com base em dados da pesquisa nacional sobre televisão, produzida em 1978, pela Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (Abepec), entidade que reunia as pesquisas em comunicação na época. O estudo tem como embasamento teórico uma articulação entre a Teoria da

Dependência, a Teoria do Imperialismo e a Teoria de economia política de Marx, respaldadas pelas ideias e posicionamentos ligados à Escola de Frankfurt.

Nesse sentido, Capparelli (1982) considera a televisão como um agente que reflete a sociedade capitalista, condicionando o processo de desenvolvimento do meio, no Brasil, dividido em duas fases. A primeira, denominada “O império Chateaubriand”, abrange o período que vai de 1950 até 1964, e caracteriza-se pelo oligopólio dos Diários Associados de Assis Chateaubriand. Para Capparelli (1982), a chegada da televisão ao Brasil, em 1950, ocorreu dentro de uma esfera de influência, copiando o modelo de exploração comercial implantado nos Estados Unidos, mas com uma estrutura administrativa defasada em relação aos modelos dos centros hegemônicos.

Dessa forma implantado, segundo o autor, esse modelo não poderia sobreviver (como não sobreviveu) ao novo contexto do país após o Golpe Militar de 1964. Antes disso, ainda durante a primeira fase, o preço dos aparelhos receptores — que inicialmente era alto, elitizando o acesso à tevê — sofre uma queda, com a fabricação de televisores pela indústria nacional. Para o estudioso, “à expansão do capitalismo no Brasil, a partir do que se convencionou chamar Centro-Sul, corresponde igual expansão de sua indústria cultural, no setor televisivo” (CAPPARELLI, 1982, p. 24).

O período de transição da primeira para a segunda fase, chamado de “O capital estrangeiro”, foi marcado pela entrada de capital internacional em todos os setores da economia e, também, na indústria cultural como se exemplifica, principalmente, com o acordo estabelecido com a Rede Globo de Televisão e o Grupo Time/Life; a ascensão e a queda da TV Excelsior de São Paulo e o declínio do Grupo Diários Associados.

A segunda etapa, intitulada “Internacionalização do Mercado”, teve como características a chegada de capital estrangeiro ao país em grande quantidade, resultando em fortalecimento e crescimento de empresas específicas e de mudança nas temáticas e tratamentos de informações. Tudo isso culminou com o oligopólio da Rede Globo de Televisão; com a norte-americanização da televisão nacional (e aqui não só a Rede Globo), com a adoção de padrões de administração fundados nas práticas americanas de controle e comercialização de conteúdo, produção e programação, não só na mídia televisiva, mas também nas empresas que adotaram esse modelo para a gestão.

É por essas razões que, para Capparelli, a televisão trouxe ao Brasil, juntamente com a produtividade econômica, uma produtividade política em favor dos interesses norte-americanos e de políticos, bem como de elites culturais que passaram a utilizar o veículo **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

como suporte e aporte de projeção e de reiteração de opiniões e de direcionamentos. O pesquisador considera a tevê um instrumento de classe, que exerce nesse período uma função de controle ideológico, a partir do ponto de vista dos grupos dominantes – modelo que vai, ao longo do tempo, se fortalecendo no país. Essa visão do autor sobre a televisão é, para Stumpf, o grande mérito da obra.

Pode-se dizer que a grande contribuição do livro para a Comunicação é porque delinea a dupla condição da televisão brasileira que de um lado opera como uma unidade de produção inserida dentro da economia capitalista e, portanto, integrando a estrutura da sociedade, e por outro porque assume uma função político-ideológica, funcionando ao nível de superestrutura (STUMPF, 2000, p. 115).

No contexto de um país dependente, o pesquisador estabelece finalidades da televisão brasileira, que vão além de divertir ou instruir, como se dispôs nas legislações forçadas para o veículo desde o seu surgimento no Brasil. A primeira delas é a ampliação da produção, oferecendo novas possibilidades ao capital e, a segunda, é a propaganda para os produtos e serviços, uma vez que a televisão exerce uma função importante no processo capitalista de valoração, como veículo para a publicidade de mercadorias e serviços produzidos. Para o autor, no momento em que o telespectador assiste a um programa de televisão, ele está sendo vendido enquanto audiência, pelo dono do canal de TV a um anunciante. Para explicar essa lógica, Capparelli também analisa o jornal impresso.

É um produto que tem uma função de valor — um produto posto no mercado para venda — e uma função ideológica, pelo fato de veicular um conteúdo simbólico. Estas duas funções estão entrelaçadas, na medida em que a comparação desse bem simbólico com um bem material vai revelar certas especificidades. Em outras palavras, as características apresentadas pelo produto jornal estão relacionadas com as características de seus empresários, produtores, etc., e pelas características específicas de seus anunciantes (CAPPARELLI, 1982, p. 78).

É preciso deixar claro que toda a produção cultural e de imprensa, desde os primórdios, sempre tem ligado ao seu processo a questão mercadológica e que, essa condição, não é, efetivamente, aquilo que a define como manipuladora e/ou mercantilista, a partir do entendimento do autor. Há uma indústria que sustenta as práticas de produção de informação e faz girar o mercado, mantém as empresas em funcionamento e a **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

contratação de profissionais qualificados. Para explicitar melhor essa consideração, detalha-se o esquema de jornal impresso proposto pelo autor.

Para ele, o jornal é a articulação de três setores: capital do editor, capital do anunciante e capital do consumidor. São empregados para cobrir parte dos custos o capital do editor e o capital do anunciante — este último, sob forma de pagamento para anunciar seu produto. Segundo Capparelli, o capital do leitor tem origem quando ele paga pelo produto para informar-se. Esses aspectos estão interligados, pois se um jornal contém pouco texto e muitos anúncios, o leitor perceberá um valor de uso muito baixo no produto. Um jornal sem publicidade — ainda que representasse maior liberdade editorial — teria um valor de troca muito elevado para o leitor. Conforme explicita o autor, situação semelhante ocorre também no rádio e na televisão, explorados no mesmo regime capitalista.

Para defender o conceito de televisão dependente, o pesquisador aponta ainda mais finalidades dessa modalidade como a terceira função que é a de ampliação do mercado e do setor de comunicação, expandindo o consumo às camadas da sociedade que não participavam antes dele. E, a quarta e última finalidade, a difusão e o reforço da ideologia dominante, funcionando como um instrumento de classe. Essa última função é a mais importante para o pesquisador, que analisa a contribuição de cada um dos seguintes formatos para a propagação da ideologia da classe dominante: telejornal, telenovela, *tapes* e filmes não comerciais e a propaganda ostensiva.

Em relação ao papel do telejornal, o autor cita a dependência de agências de notícias internacionais como um dos fatores que contribuem para o caráter ideológico dos noticiários. No entanto, pondera que as reportagens internacionais compõem apenas uma parte dos telejornais e que as notícias nacionais, tampouco, são neutras e destituídas de interesses particulares, na maneira de apresentação e técnicas de diluição de certos valores em detrimento de outros.

Qualquer análise da notícia, no jornal, rádio ou televisão, faz surgir obrigatoriamente conceitos como verdade, objetividade, neutralidade, pelo menos como valores jornalísticos dos meios de comunicação ocidental. E, geralmente, a televisão, ao contrário do jornal, é tida como isenta, pela impossibilidade de distorção, já que, através da câmera, o telespectador vê os acontecimentos, comprovando a veracidade ou não do que está sendo dito pelo apresentador. Em outras palavras, a televisão existiria permanentemente dentro dos limites da objetividade (CAPPARELLI, 1982, p.123).

Dessa forma, defende que o conceito de objetividade deva ser questionado, uma vez que os filtros que selecionam as notícias estão sujeitos a uma realidade subjetiva. Indaga também o papel dos antecedentes culturais e raciais na transmissão ou distorção das notícias, além de abordar a chegada da televisão a cores como um incentivo ao espetáculo televisivo, influenciando os critérios de noticiabilidade. Para o pesquisador, tanto o conteúdo quanto a técnica de capturar imagens podem ser ideológicos.

Na busca da verdade, os responsáveis pela televisão brasileira, desde que o telejornal apareceu no vídeo, nunca se preocuparam com sofisticções conceituais a respeito da objetividade ou busca da verdade, porque todas as suas energias deslocavam-se para a simples sobrevivência, no contexto de uma pressão ideológica manifesta pela censura oficial ou oficiosa. Nos momentos em que o telejornal procurou desgarrar-se da ideologia que lhe foi traçada, alguns canais vestiram-se de luto, porque a verdade da classe dominante traduziu-se em supressão física dos que se lhe opunham, como foi o caso do jornalista Wladimir Herzog, do telejornalismo da TV Cultura (CAPPARELLI, 1982, p.126).

Capparelli elenca procedimentos mais comuns para o uso das notícias segundo objetivos ideológicos, de forma consciente ou não: a diluição, que significa banalizar um fenômeno, separando-o de seu contexto social, para que apareça como um incidente isolado; a recuperação, relato de um fenômeno potencialmente perigoso para justificar a necessidade do sistema social existente e seus valores; o aluvião informativo, emissão de um grande número de notícias em um curto espaço de tempo, sem pausa para que o telespectador exerça a consciência crítica; a descontextualização, fatos mostrados fora de seus contextos, aproximando-se da técnica da diluição; a etiquetagem, uso de expressões que induzem o telespectador à interpretação pretendida; a a-historicização, priorização de ocorrências a-históricas em detrimento de fatos históricos; a espetacularização, formas de apresentação da notícia que garantem que o telespectador é, de fato, apenas um telespectador; o fazer notícias, junção de fatos isolados como se representassem um todo.

Além de considerar o sistema televisivo tradicional como unidade de produção ideológica, por procurar justificar o que é injusto, o autor o vê como uma unidade de produção econômica, por buscar o lucro, a mais-valia, produzindo e vendendo bens culturais. Para a pesquisadora Sônia Bertol, ao ter sua obra marcada pela situação conjuntural pela qual passava o país, Capparelli trabalha dentro do paradigma teórico-**Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

crítico, seguida por nomes como Armand Mattelart, Ariel Dorfman e Althusser, mas sem acirrar a perspectiva negativa e intransponível dos processos de mudança e de paradigma trazidos por esses teóricos mais clássicos, como bem afirma Bertol (2000):

E Capparelli, de certa forma, discorda de Althusser por ver seu conceito sobre os meios de comunicação como aparelhos ideológicos do Estado num sentido bastante pessimista, sem saída, num cenário em que existem esses aparelhos e é importante lutar contra eles. Ele identifica-se com Gramsci, que fala de aparelhos hegemônicos, ou seja, os meios de comunicação são vistos “como um campo de lutas muito maior, onde há acordos, onde a ideologia dominante não é necessariamente a ideologia dos grupos dominantes, mas fruto de um acordo entre diversos grupos dominados” (BERTOL, 2000, p. 107).

Nesse sentido é que se afirma que embora a visão de Capparelli pareça pessimista na maior parte do texto de “Televisão e Capitalismo no Brasil”, ele deixa claro, nas conclusões, que enxerga possibilidades na integração da televisão aos mecanismos democráticos sociais. Isso seria possível não apenas com núcleos populares, mas também em um contexto de uma sociedade mais participativa, que possa desenvolver e cobrar a criação de modelos que atendam também aos interesses de comunidades que estão invisíveis nesse processo. Em entrevista a uma das autoras deste artigo, em 2018, o pesquisador explicou a importância do livro no contexto dentro do qual foi elaborado:

O livro de minha autoria que considero importante no estudo do campo da Comunicação é “Televisão e Capitalismo no Brasil”. Ele tem origem em uma pesquisa realizada com uma equipe da Intercom, quando essa sociedade científica ainda estava no início. Sem o grupo da Intercom, o livro não teria existido. É importante por ser um dos pioneiros do estudo da televisão no Brasil. O país vivia ainda sob a ditadura militar. Apesar disso, já havia sinais da ascensão da Rede Globo e de seu projeto conservador. Considero que o livro é importante também pela perspectiva teórica adotada, o das indústrias culturais, constituindo uma nota musical dissonante nos concertos musicais funcionalistas. Posto em perspectiva, o tema é atual. Seus objetivos, a teoria subjacente e o fenômeno estudado pediam e pedem este tipo de estudo. Mas lido hoje, o texto revela vieses de uma época também enviesada (CAPPARELLI, 2018).

Muito embora seja um livro de referência, trata-se de uma obra datada – assim como assume o autor em trecho anterior –, forjada num período intelectual fortemente influenciado pela Teoria Crítica voltada para as questões político-ideológicas. É necessário considerar também o fluxo de autores estrangeiros que subsidiavam as

---

discussões e pesquisas da época, bem como o período da ditadura militar, que impôs diversas restrições e alternativas não democráticas de sobrevivência aos meios.

Foi uma época de fechamento de muitas empresas e de perseguição de intelectuais e integrantes da imprensa, sendo a televisão e o rádio os veículos de maior popularidade e que mais receberam incentivos junto ao governo. Não obstante o olhar crítico daquela época, que é fruto de intenso envolvimento de investigação de Capparelli, na atualidade esses estudos permitem revisar os processos e ajudam a refletir sobre as produções e processos, na busca incessante de qualificar e de democratizar com mais eficácia e eficiência os meios de comunicação.

Outra obra que merece destaque é a publicada no período pós-regime militar, em 1989, “Ditaduras e Indústrias Culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai”, livro de Capparelli que amplia o foco da análise dos meios de comunicação para além dos brasileiros, inserindo também os países do chamado Cone Sul. O autor identifica a maneira como rádio, televisão e imprensa se desenvolveram sob a égide de Estados autoritários, bem como as características comuns a toda a região e as peculiaridades da realidade de cada país.

Na continuação dessa discussão, Capparelli organiza, a partir da reunião de textos de diferentes autores, a publicação “Enfim sós: a nova televisão no Cone Sul”. Lançada em 1999, traz reflexões sobre os efeitos das políticas neoliberais nas instituições regionais de comunicação. O último capítulo é escrito por Capparelli e trata da periodização nos estudos de televisão. Ele apresenta algumas periodizações propostas por autores brasileiros e estrangeiros sobre o desenvolvimento da tevê, para em seguida fazer reflexões sobre a periodização – que considera um dos princípios organizativos mais importantes da história, que, por sua vez, é uma das disciplinas comumente procuradas para dar conta de complexidade do objeto de estudo da comunicação. Entre os problemas apontados por Capparelli estão o desafio de periodizar algo que faz parte do presente recente, a falta de um fio explicativo que costure as fases propostas pelo pesquisador e a ausência de periodização em estudos relacionados à análise do discurso ou nas pesquisas de audiência.

Cabe ressaltar que essas dificuldades apontadas por Capparelli ainda assombram os investigadores de televisão no Brasil, principalmente os que se debruçam sobre as produções jornalísticas (em especial os telejornais) haja vista a dificuldade em se acessar os materiais televisivos antigos produzidos pelas empresas de comunicação do Brasil que **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

não possuem acervos abertos (públicos) e que detêm, em departamentos e arquivos próprios, um material rico em história e trajetória, mas que só são disponibilizados para as produções de seus respectivos profissionais ou para pouquíssimos pesquisadores, a maioria quando as temáticas interessam às corporações.

Esse contexto não está previsto em lei, e a realização de campanhas por parte de instituições de pesquisa, na busca pela liberação desses arquivos, não tem alcançado sucesso. Mas é demanda imprescindível que esse acervo seja revertido para a qualificação e a potencialização das pesquisas históricas sobre televisão no Brasil, uma vez que se trata de um direito público, em uma sociedade democrática, e na qual a legislação de concessão é de um serviço público.

Dessa forma, as críticas apresentadas pelo autor nessa publicação ainda permanecem atuais. Muitas das situações de não representatividade de minorias, e da sociedade de forma mais democratizada, também ganharam mais força, infelizmente, nos últimos tempos, sendo os movimentos de abertura muito mais utilizados para responder a demandas comerciais de interesse lucrativo do que de atendimento a anseios de cunho social.

### **A globalização, a televisão a cabo e as implicações ao mercado brasileiro**

Com um mercado em desenvolvimento rápido e o acirramento do modelo capitalista no mundo, a partir dos anos 2000, os estudos de Capparelli voltam-se para a globalização e como tal fenômeno se manifesta no setor de comunicações, atrelado ao interesse em investigar um novo produto: o desenvolvimento e a regulamentação da televisão a cabo no Brasil. Em “Comunicação e Televisão: Desafios da Pós-Globalização”, o pesquisador, juntamente com Venício A. de Lima, analisa a tevê no país no contexto dessa pós-globalização, termo cunhado pelos autores para referir-se à “continuidade da globalização, só que agora sem as ilusões de um discurso justificador”, no qual a principal ilusão seria a de que a globalização “transformaria o mundo provocando o desenvolvimento, o bem-estar e a harmonia entre os povos” (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p 11).

Fiel à ideia de que os meios de comunicação existem de forma concreta, não podendo ser isolados de seu contexto — como já preconizava em seus livros da década de 80 — Capparelli retoma, juntamente com Lima, alguns temas anteriormente estudados, **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

como a descrição das funções da televisão brasileira no contexto capitalista e a análise da expansão do mercado televisivo no país, passando pela ascensão e queda do império de Assis Chateaubriand até o surgimento e a consolidação da Rede Globo de Televisão.

A pesquisa observou a tendência de médio e longo prazo para as comunicações no país e se foram de continuidade ou mudança, entendendo continuidade como a manutenção de características como a concentração da propriedade familiar, o vínculo com elites políticas, a exclusão (ou mascaramento) da cidadania, ausência de uma política de desenvolvimento científico e tecnológico para o setor, entre outras. A conclusão dos autores é de que, embora tenha havido algumas mudanças, a continuidade predominou.

“Comunicação e Televisão: Desafios da Pós-Globalização” utiliza o mesmo método de análise usado em livros anteriores, o da economia política, mas enfatiza as limitações que a escolha de uma única teoria impõe. A Teoria da Dependência, presente em outras obras de Capparelli, que é empregada para questionar o novo contexto da televisão brasileira, mostrou que a dependência da TV brasileira em relação ao exterior não permaneceu ao longo dos anos, uma vez que o país se tornou exportador de programas, como as telenovelas, além de ter adquirido canais estrangeiros.

Desde 1982 Capparelli já vislumbrava a tevê a cabo como a terceira fase da televisão nacional e retoma o tema em “Enfim sós: a nova televisão no Cone Sul”, de 1999. Mas é na obra de 2004, juntamente com Lima, que Capparelli traz um panorama completo da televisão a cabo no Brasil, tratando da expansão e da regulamentação do serviço, criticando de forma contundente a regulamentação do setor, afirmando que esse modelo de negócio contribuiu para um fenômeno de concentração horizontal, vertical, cruzado e “em cruz”: “Somos o paraíso da radiodifusão ‘desregulamentada’, submetida apenas às regras do mercado” (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 52).

Ao comparar a televisão por assinatura com a televisão massiva, os autores citam algumas peculiaridades da primeira, como a presença maciça de capital estrangeiro; uma produção mais centralizada de programas, transformando o Rio de Janeiro e São Paulo em periferia dos centros de produção norte-americanos e europeus; tendências fortes à concentração de operadoras, entre outros. Afirmam ainda que, ao ser implementada no fim dos anos 1990, a televisão segmentada já iniciou mediante uma aliança de grupos nacionais e internacionais:

O advento dessas televisões por assinatura não significou uma nova televisão, mas a exploração de novas possibilidades a partir da convergência de tecnologias. Há quem fale em um conflito entre a novíssima e a velha geração de televisão, tal como vem ocorrendo na Europa ou nos Estados Unidos, onde, de um lado, a geração “narrowcasting”, fragmentada, ocupando um lugar privilegiado para aplicação de capital e, do outro, a televisão “broadcasting”, tradicional, de massa, que dá sinais de esgotamento em alguns países, perdendo telespectadores e assistindo à erosão de investimentos publicitários. No Brasil e, por extensão, no Cone Sul, esse conflito parece não existir, já que os grandes empresários da televisão tradicional são os mesmos que passaram a investir na televisão por assinatura, capitaneados, em certos casos, por conglomerados do setor financeiro da comunicação, ou das telecomunicações, e parecem ser os mesmos que controlarão a televisão digital (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 134).

A televisão por assinatura volta a ser debatida em “TV, Família e Identidade”, livro coordenado por Sérgio Capparelli ao lado de Nilda Jacks, que estuda o comportamento das audiências na cidade de Porto Alegre a partir do surgimento da tevê segmentada no Brasil. É nessa fase que se observa, com mais profundidade, a preocupação de Capparelli com as audiências, ou seja, com a sociedade e a reflexão sobre essa sociedade na mídia por ele entendida como democrática. Os estudos de recepção e audiência no Brasil carecem de um olhar mais específico à televisão, de modo a compreender, de fato, as possibilidades e restrições dessa relação possível. Aqui também se evidencia as contribuições de Capparelli ao campo, visto que ao final de sua carreira, ele dá um importante exemplo de sagacidade e compreensão de sua função dentro do pensamento crítico da comunicação.

Retomando a publicação de 2006, a obra de Capparelli e Jacks faz uma análise no âmbito macroestrutural do sistema de comunicação e sua oferta de produtos, mas também no âmbito microestrutural das práticas cotidianas e do consumo cultural, tendo como objetivo entender o consumo ou recepção dessas produções a partir dos espectadores. Os três subprojetos da pesquisa contemplaram a análise da programação televisiva; pesquisa e entrevistas com famílias; além do acompanhamento de quatro famílias selecionadas: a judaico-gaúcha, teuto-gaúcha, ítalo-gaúcha e afro-gaúcha.

Diante desse escopo, os resultados do estudo extrapolaram o objetivo inicial, trazendo dados complexos sobre o contexto cultural e o cotidiano das famílias investigadas. Por exemplo, em relação ao uso da tevê a cabo, os núcleos familiares estudados diferiram entre si, pois “os espaços simbólicos de identidade referem-se em grande parte aos mundos aos quais as famílias têm tido acesso através das novas **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

tecnologias, especialmente da TV a cabo e da Internet” (JACKS; CAPPARELLI, 2006, p. 238).

Um ano antes de coordenar a publicação de “TV, Família e Identidade”, Capparelli ainda participou da organização do livro “A Comunicação revisitada”, um conjunto de textos apresentados durante a XIII Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) — realizada em São Bernardo do Campo no ano de 2004 — que têm em comum a busca por uma identidade teórico-epistemológica da Comunicação, mas na qual ele não tem nenhum capítulo publicado.

### **Estudos de Capparelli à luz do contexto atual**

Ao revisitar a obra de Sérgio Capparelli, é possível perceber que – guardadas as devidas considerações sobre o momento histórico, conforme já citado neste artigo – suas ideias permanecem atuais, possibilitando reflexões relevantes sobre o contexto contemporâneo do país. Apesar do crescimento e popularização da internet, a importância da televisão como fonte de informação segue inquestionável: quase 90% dos brasileiros afirmam que se informam sobre o que acontece no país pela TV, sendo que, para 63% deles, a mídia televisiva é o meio preferido, conforme pesquisa da Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal<sup>6</sup>. Outro estudo<sup>7</sup>, feito pelo Instituto Ibope em 2018, mostrou que 62% dos eleitores utilizaram a TV para conhecer os candidatos que disputaram as eleições no Brasil – 25% deles se informaram apenas pela televisão.

Além da importância da tevê como meio de informação, outra questão abordada por Capparelli, em seus estudos sobre comunicação, que permanece com poucas alterações atualmente é a concentração dos meios nas mãos de poucos grupos empresariais. Uma pesquisa da organização não-governamental Repórteres sem Fronteiras (RSF)<sup>8</sup> de 2017 – que abrangeu os 50 veículos nacionais de comunicação com

---

<sup>6</sup> Os dados são da “Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira”, disponível em: <[http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book\\_PBM\\_2016.pdf](http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book_PBM_2016.pdf)>. Acesso em 20 nov 2018.

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/ibope-tv-e-principal-meio-usado-por-eleitor-para-saber-sobre-candidatos>>. Acesso em 20 nov 2018.

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/midia-no-brasil-ainda-e-controlada-por-poucos-diz-estudo,d3f0e0330108eb3944b6ed9fe681066b94j2hbbv.html>>. Acesso em 20 nov 2018.

maior audiência e os 26 grupos econômicos que os controlam – constatou que o Brasil tem a pior situação em relação ao nível de concentração da mídia entre os 11 países analisados. No setor de televisão, o levantamento mostrou que mais de 70% da audiência nacional é concentrada em quatro grandes redes. Apesar de a Constituição proibir o controle de empresas de mídia por parte de políticos, a RSF verificou que 32 deputados federais e oito senadores possuem meios de comunicação, ainda que não sejam seus proprietários formais.

Essas duas características, o grande alcance da TV como fonte de informação e o oligopólio no setor, demonstram a pouca variedade de conteúdos a que os brasileiros têm acesso diariamente. Controladas por grupos em sua maioria conservadores, as emissoras apresentam programações bastante semelhantes entre elas, reproduzindo e repetindo rotineiramente determinadas visões de mundo. A situação é ainda mais grave ao observar que políticos detêm meios de comunicação, casos em que os interesses por trás das perspectivas e pontos de vista veiculados são ainda mais preocupantes. Tudo isso sem que a maior parte da população tenha consciência, uma vez que não há um mecanismo regulatório que exija transparência na divulgação dos proprietários dos meios, conforme a pesquisa da RSF também apurou.

Embora o conceito de objetividade e a teoria do espelho já estejam ultrapassados, os veículos jornalísticos no Brasil se utilizam dessas premissas ao descrever seus produtos, como se as notícias não fossem construções sociais da realidade. Ainda que se deva buscar o equilíbrio e isenção possíveis nas rotinas de trabalho, a clareza em relação a interesses e posicionamentos por parte dessas empresas beneficiaria o público, facilitando a interpretação do noticiário de cada emissora. Isso raramente é feito. Muitas vezes, os editoriais abordam temas burocráticos e questões superficiais, que possivelmente vão ao encontro das opiniões do público ao qual a publicação se destina, sem posicionar-se de maneira contundente sobre assuntos de relevância para o país.

Somam-se a esse cenário os níveis de escolaridade brasileiros. Três em cada dez jovens e adultos de 15 a 64 anos no Brasil – cerca de 38 milhões de pessoas – são considerados analfabetos funcionais, ou seja, têm muita dificuldade de entender e se expressar por meio de letras e números<sup>9</sup>. Se em 1980, ao escrever “Comunicação de

---

<sup>9</sup> Dados são do Ibope Inteligência. Notícia disponível em:

<<https://www.correiodopovo.com.br/Noticias/Ensino%202018/8/657938/Brasil-tem-cerca-de-38-milhoes-de-analfabetos-funcionais>>. Acesso em 21 nov 2018.

massa sem massa”, Capparelli já considerava o jornal um meio restrito às elites letradas, devido ao analfabetismo, e afirmava que a tevê seria o veículo nacional, também em função da escolaridade no país, o panorama atual ainda guarda semelhanças com o período a que o autor se referia. Com uma dieta informacional restrita e alta taxa de analfabetismo funcional, a capacidade crítica de uma grande parcela da população torna-se limitada. Ao comparar a década de 1980 com o momento atual, Capparelli ressalta as semelhanças e diferenças entre as duas épocas:

Apesar de uma polarização política e social no país, a qualidade dessa polarização é muito diferente nas duas épocas. A televisão não tem mais o monopólio da narrativa. Outros meios e outros atores passaram a fazer parte do cenário. Os estudos de Comunicação também avançaram. As sociedades científicas consolidaram-se. As teorias renovaram-se diante de uma realidade renovada. Os temas principais do campo da Comunicação não mudaram muito. Entre eles, a continuidade da concentração de poder, aliado aos interesses financeiros e industriais, tanto nacionais como internacionais. Mais ainda. Os meios tradicionais e os novos trabalharam conscientemente para a criação de uma fratura social. O discurso anterior buscava uma legitimação em simulacros, mas o discurso atual opera de outra forma, empregando a sofisticação técnica e a barbárie. (CAPPARELLI, 2018).

A chegada da internet propiciou o surgimento de outras vozes além daquelas que ecoavam nos meios tradicionais, como rádio, tevê e jornais impressos. Como define o sociólogo espanhol Manuel Castells, “a internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos para muitos em tempo escolhido e a uma escala global” (2004, p. 16). Assim, a capacidade de expressão do público foi potencializada. O receptor tornou-se mais ativo, passou a ter uma relação menos verticalizada com marcas, empresas e veículos de comunicação, convertendo-se também em produtor e emissor, e não apenas consumidor de informações.

Ao mesmo tempo em que abre novas possibilidades, a internet provoca exclusão, principalmente para aqueles que dela não usufruem. No Brasil, cerca de 61 milhões de indivíduos<sup>10</sup>, o que representa 30% da população, ainda estão à margem da World Wide Web. Além disso, enquanto rádio e tevê sempre foram mídias de massa, a internet segmenta públicos, cria nichos. Assim como Capparelli, alguns autores contemporâneos como o francês Dominique Wolton criticam a intensificação das diferenças sociais e

<sup>10</sup> Disponível em: < <https://www.internetworldstats.com/stats15.htm#south>>. Acesso em 31 out de 2018.

culturais gerada pela rede. “A pura lógica da demanda resulta em uma comunicação com dois pesos e duas medidas, de baixa qualidade e gratuita para o povão; cara e de alta qualidade para os meios sociais favorecidos”. (WOLTON, 2003, p. 195).

Ainda em “Televisão e Capitalismo no Brasil”, Capparelli (1982) descrevia como o telespectador era vendido, enquanto audiência, pelo dono do canal de tevê a um anunciante. No cenário atual, isso ocorre, de maneira semelhante, com gigantes da tecnologia. Empresas como Google e Facebook – potentes distribuidores do conteúdo jornalístico na atualidade – vendem os dados fornecidos por seus usuários para fins publicitários. Os modelos de negócio mudam, mas a lógica capitalista permanece.

Certos pressupostos econômicos ou políticos no campo da comunicação existiam nos anos 1980 e existem até hoje. Neste momento de crise, novas tecnologias integram o cenário, mas o modelo é apenas adaptado para se compor com outras lógicas do capital. Claro, tanto Google como Facebook são recentes, mas multiplicam-se as avaliações de seus impactos nas eleições, no acirramento das tensões sociais, na polarização política ou na rediscussão do que é o jornalismo e qual o seu papel. (CAPPARELLI, 2018).

O cenário atual de desinformação, a proliferação das chamadas “fake news” e o impacto provocado pela tecnologia no jornalismo são temas frequentes nos estudos contemporâneos em comunicação. Quase 40 anos atrás, a conjuntura de censura, propaganda política intensa e rechaço ao regime militar se refletia nas temáticas abordadas nas pesquisas comunicacionais. Os objetos de estudo mudam ao longo dos anos, as tecnologias se transformam, mas as questões de fundo – concentração de poder, desigualdades sociais, falta de cidadania – permanecem as mesmas, tanto na realidade como na pesquisa em comunicação, como não poderia deixar de ser.

No ensaio “Economia política da paixão pela pesquisa”, Capparelli (2000) faz uma reflexão sobre o trabalho da pesquisa com base em sua própria experiência e retoma a relação entre trajetória pessoal e escolhas profissionais.

Acredito que minha biografia esteja clara enquanto opção em *Comunicação de Massa sem Massa* (1980) e em *Televisão e Capitalismo no Brasil* (1982). Um e outro refletem a época que vivia, com suas interrogações e suas angústias. E refletem as minhas interrogações e as minhas angústias daqueles anos. Aquelas abordagens estão ultrapassadas? Não acredito. Porque as perspectivas de análise não avançam cronologicamente, umas se substituindo às outras. Tanto os temas quanto as abordagens são recorrentes, entram em declínio devido

---

à dinâmica da realidade, são ultrapassadas, renovam-se e voltam ao centro dos interesses. (CAPPARELLI, 2000, p. 95).

### Considerações finais

Se as preocupações de Sérgio Capparelli foram, como o próprio se autodefine, com a perspectiva do social e do ser social dentro do processo comunicativo, seja ele um produtor ou um espectador, a sua obra tangencia o jornalismo, muito embora seja focada nos processos comunicacionais. As análises dos telejornais bem como das empresas a partir do desenvolvimento sócio-econômico-político no Brasil e na América Latina, são referências básicas para se compreender o mercado jornalístico, as suas mazelas e enfrentamentos ao longo do processo de consolidação da imprensa dos últimos 40 anos. A crise que se apresenta ao mercado de jornalismo que é, também, uma crise de parâmetros sociais e políticos evidencia-se em construção ou quase prospecção nas análises propostas por Capparelli e seus parceiros de investigação desde os anos 80.

Diante da Teoria da Dependência e seus desdobramentos, o autor vislumbrou a possibilidade de mudanças que partam dessa mesma sociedade através do conhecimento e da análise crítica da programação televisiva bem como dos processos e produtos da mídia e seus veículos, de forma geral. Capparelli também aponta a comunicação como um elemento fundamental para a mudança social, para o desenvolvimento de sociedades mais democráticas e os caminhos metodológicos que permite, aos estudiosos interessados, buscar respostas e contribuir para o fortalecimento do jornalismo como um campo específico de conhecimento, fundado no processo comunicacional como elemento formador e reflexivo das práticas em prol de relações mais integradas e produtivas com a sociedade, objetivo fim de todo o trabalho, assim como defende Capparelli.

E essas análises, temas abordados e escolhas teóricas do autor são fruto, em grande parte, de suas experiências pessoais e do contexto em que vivia, conforme ele mesmo afirmou em trechos citados neste artigo. Desde a infância no interior de Minas Gerais, o incentivo do pai e da tia ao hábito da leitura, a vivência como repórter em jornais diários de Porto Alegre, até a convivência com exilados latino-americanos na Alemanha, o trabalho exercido em plena época da ditadura militar brasileira, a desilusão com a queda do muro de Berlim; tudo isso se refletiu nos escritos de Capparelli, sejam eles acadêmicos ou literários.

Assim, a indignação com as injustiças sociais, a preocupação com as populações menos favorecidas e a luta por meios de comunicação mais inclusivos e com programações voltadas à cidadania são constantes em suas obras. Tais questões perpassam “Televisão e Capitalismo no Brasil” (1982), com a crítica ao modelo brasileiro de tevê desde sua implantação; estão presentes em “Comunicação e Televisão: Desafios da Pós-Globalização”, quando aponta a manutenção de características da mídia televisiva no país como a concentração dos meios e o vínculo com elites políticas; e são retratadas em livros de ficção como “Os meninos da rua da praia”, inspirado em crianças que vendiam jornal no centro de Porto Alegre, por onde Capparelli passava em suas andanças como repórter.

A sensibilidade e a empatia do autor, que se traduzem em um olhar cuidadoso para o outro, são marcantes em sua trajetória. Em tempos de intolerância e de saudosismos em relação ao período do regime militar, os valores, críticas e análises de Sérgio Capparelli permanecem atuais e têm muito a ensinar ao Brasil contemporâneo.

### Referências

BERTOL, Sônia. Resenha biobibliográfica de Sérgio Capparelli. In: PIGNATARI, Décio; SODRÉ, Muniz; CAPPARELLI, Sérgio; MARQUES DE MELO, José (Org); GOBBI, Maria Cristina (Org); SANTOS, Marli (Org). **Contribuições brasileiras ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco: Umesp, 2000.

CAPPARELLI, Sérgio (org.); SODRE, Muniz (org.); SQUIRRA, Sebastião (org.). **A comunicação revisitada**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **Comunicação de Massa Sem Massa**. São Paulo: Summus, 1979.

\_\_\_\_\_. **Ditaduras e Industrias Culturais No Cone Sul da América Latina**. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1991.

\_\_\_\_\_. Economia política da paixão pela pesquisa. In: PIGNATARI, Décio; SODRÉ, Muniz; CAPPARELLI, Sérgio; MARQUES DE MELO, José (Org); GOBBI, Maria Cristina (Org); SANTOS, Marli (Org). **Contribuições brasileiras ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco: Umesp, 2000.

\_\_\_\_\_. **Entrevista a uma das autoras**. Florianópolis, 27 jan. 2018.

\_\_\_\_\_. **Site oficial de Sérgio Capparelli**. Disponível em: <<http://www.capparelli.com.br>>. Acesso em 01 jan 2018.

- \_\_\_\_\_. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM Editores, 1982.
- CAPPARELLI, Sérgio e outros. **Enfim, Sós. A Nova Televisão No Cone Sul**. Porto Alegre: L&PM Editores, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; DA SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CORREIO DO POVO. **Brasil tem cerca de 38 milhões de analfabetos funcionais**. Correio do Povo. Porto Alegre, 5 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/Noticias/Ensino%20/2018/8/657938/Brasil-tem-cerca-de-38-milhoes-de-analfabetos-funcionais>>. Acesso em 21 nov 2018.
- EXAME. **Ibope: TV é principal meio usado por eleitor para saber sobre candidatos**. Exame. São Paulo, 2 ago. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/ibope-tv-e-principal-meio-usado-por-eleitor-para-saber-sobre-candidatos>>. Acesso em 20 nov 2018.
- INTERNET WORLD STATS. **World Internet Users and 2018 Population Stats**. 2018. Disponível em: <<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>>. Acesso em: 28 nov. 2018.
- JACKS, Nilda; CAPPARELLI, Sérgio. **TV, Família e Identidade: Porto Alegre fim de século**. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2006.
- LePM EDITORES. **Sérgio Capparelli: Palavra de Escritor! - L&PM WebTV**. Porto Alegre, 9 out 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vY-pCb3ymqM>>. Acesso em 01 jan 2018.
- LIMA, Venício. A.; CAPPARELLI, Sérgio. **Comunicação e Televisão: Desafios da Pós-Globalização**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.
- MARQUES DE MELO, José (Org); RAHDE, Maria Beatriz F. (Org). **Memória das Ciências da Comunicação no Brasil: o grupo gaúcho**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.
- MIELNICZUK, Luciana; FERRARETTO, Luiz Artur. **Sérgio Capparelli: a diferença entre distribuir e construir o saber**. In: Intexto: Edição especial 20 anos do PPGCOM UFRGS, n. 34, set./dez. 2015. Porto Alegre, 12 nov 2015. Disponível em <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/60002>>. Acesso em 01 jan 2018.
- PIGNATARI, Décio; SODRÉ, Muniz; CAPPARELLI, Sérgio; MARQUES DE MELO, José (Org); GOBBI, Maria Cristina (Org); SANTOS, Marli (Org). **Contribuições brasileiras ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano**: São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco: Umesp, 2000.
- RAMOS, Murilo César. Sérgio Capparelli: a centralidade de uma trilogia. In: PIGNATARI, Décio; SODRÉ, Muniz; CAPPARELLI, Sérgio; MARQUES DE MELO, José (Org); GOBBI, Maria Cristina (Org); SANTOS, Marli (Org). **Contribuições brasileiras ao Pensamento** *Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*, Ponta Grossa v.5, n.2, p106-131, Jul/Dez 2018.

---

**Comunicacional Latino-Americano.** São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco: Umesp, 2000.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO GOVERNO FEDERAL. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira.** Brasília, jan. 2017. Disponível em: <[http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book\\_PBM\\_2016.pdf](http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book_PBM_2016.pdf)>. Acesso em 20 nov 2018.

STUMPF, Ida Regina Chitto. Ideias comunicacionais de Sérgio Capparelli. In: PIGNATARI, Décio; SODRÉ, Muniz; CAPPARELLI, Sérgio; MARQUES DE MELO, José (Org); GOBBI, Maria Cristina (Org); SANTOS, Marli (Org). **Contribuições brasileiras ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano.** São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco: Umesp, 2000.

TERRA. **Mídia no Brasil ainda é controlada por poucos, diz estudo.** Terra. São Paulo, 31 out. 2017. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/midia-no-brasil-ainda-e-controlada-por-poucos-diz-estudo,d3f0e0330108eb3944b6ed9fe681066b94j2hbbv.html>>. Acesso em 20 nov 2018.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.** Porto Alegre: Sulina, 2003.

Recebido em: 11/06/2018

Publicado em: 21/12/2018