

Comunicación y crisis del capitalismo en América Latina

César Bolaño

Resumen

En lo que sigue, trataré de buscar una articulación, de forma preliminar, entre la problemática que rodea a la comunicación en el capitalismo, que he desarrollado a lo largo de los años, y la discusión sobre la crisis actual, entendida como parte de la crisis estructural del capitalismo, que comenzó en la década de los 70, y su impacto, en particular, en América Latina. El fenómeno se puede entender a partir del concepto francés de modo de regulación. Consiste en la idea de que en determinadas situaciones el sistema capitalista encuentra una estabilidad que está relacionada con la estructura de la producción, de la circulación y del consumo, con la conformación del Estado y con las relaciones de hegemonía. Insisto en que la comunicación es parte importante en ese proceso, constituyéndose su organización institucional y sus relaciones con otros elementos del sistema, como uno de los factores determinantes de las condiciones de la relativa estabilidad de un determinado modo de regulación.

Palabras clave:

Comunicación, modo de regulación, capitalismo, América Latina.



Communication and the crisis of capitalism in Latin America

Abstract

This paper will attempt to find a preliminary link between the problems that surround communication in capitalism, a topic that has been developed over the years, and a discussion regarding the current crisis, understood as part of the structural crisis of capitalism, which began in the 1970's, and its impact, particularly, on Latin America. The phenomenon can be understood based on the French concept of regulation mode. This term states that, in certain situations, the capitalist system finds stability related to the structure of production, circulation and consumption, with the conformation of the

State and relations of hegemony. This paper holds that communication is an important part in that process, constituting its institutional organization and its relations with other elements of the system as one of the determining factors for conditions of relative stability in a certain regulation mode.

Key words:

Communication, regulation mode, capitalism, Latin America.

El concepto de modo de regulación será entendido aquí desde la perspectiva de la comunicación, porque son los medios de comunicación los que conforman la esfera pública, cumpliendo, a lo largo de todo el siglo XX, y hasta hoy, las funciones de propaganda y publicidad que articulan las relaciones entre capital, Estado y sociedad (Bolaño, 2000). El concepto francés de modo de regulación, que originalmente no incluye el tema de la comunicación, es interesante porque insiste precisamente en la existencia de una necesaria articulación de estos elementos para que el proceso económico y la dominación puedan ejercerse de forma relativamente tranquila.

Una tranquilidad, por supuesto, necesariamente precaria porque el proceso tiene siempre una contradicción, que va a aparecer a lo largo del tiempo, redundando, en algún momento, en el apareamiento de una crisis (la crisis del modo de regulación), en que todo lo sólido se esfuma y todo el consenso se vuelve discordia.

Así, a un modo de regulación siempre sucederá a una crisis y, para que otro modo de regulación llegue a constituirse, nuevos acuerdos, consensos, compromisos deberán encontrarse, con base en diferentes grados de diálogo y violencia. La idea de regulación, en ese sentido, incluye al Estado, pero va más allá de él. Las leyes, a cada momento, son la materialización de las relaciones de poder que se constituyen y permiten que el proceso de dominación se cumpla sin grandes perturbaciones durante más o menos tiempo.

Regulación, comunicación y crecimiento en el post 1945

El modo de regulación que se establece en el centro del capitalismo en la postguerra es el caso paradigmático, pues tenía por base formas de organización del capital y del Estado, en los países desarrollados, que mantenían entre sí gran coherencia y complementariedad. Lo que permitiría un proceso de acumulación muy intensivo, con distribución de renta e incorporación de la clase trabajadora a modos de consumo que antes eran limitados a los sectores de clase media y alta.

Esto sucede como consecuencia de la alta productividad del sistema, que permite conceder aumentos salariales y le facilita al Estado apropiarse de una parte significativa del excedente para realizar la política de *welfare state*. Así, en el momento en que se están implantando en nivel masivo, sectores enteros de bienes de consumo duradero, el Estado puede ofrecer gratuitamente servicios de salud, educación, sistemas públicos de financiación de la habitación popular, de forma que el salario se puede direccionar al consumo de los automóviles, electrodomésticos de línea blanca, electrónicos de masa, en fin, los productos de los sectores motores de un proceso de crecimiento acelerado e ininterrumpido de tres décadas.

Este círculo virtuoso estaba anclado internacionalmente en un sistema de financiamiento, fruto de los acuerdos de *Bretton Woods*, que suponía justamente toda una institucionalidad centrada en la hegemonía del dólar y su convertibilidad en oro. Por diferentes mecanismos, desde el final de la Segunda Guerra, ese sistema permitirá un financiamiento de la expansión, basado en la exportación de poder adquisitivo de EEUU hacia el resto del sistema, primero como ayuda directa a la construcción europea, luego vía préstamos y transnacionalización de la gran empresa norteamericana, y en un modelo de crédito al consumo, llevando a un endeudamiento generalizado a las familias, los gobiernos y los estados.

En términos de comunicación, el modo de regulación de la postguerra se caracteriza por la importancia fundamental de los grandes medios de comunicación de masas para la articulación de todo el modelo, al cumplir simultáneamente las funciones publicidad (económica) y propaganda (política). La televisión, una industria esencialmente nacional, organizada, como monopolio estatal o como oligopolio privado concentrado, es el centro del sistema de las industrias culturales.

La publicidad es una necesidad del capitalismo monopolista, pues la competencia entre los grandes capitales de los sectores y bienes de consumo ya no se da por medio de la reducción de precios, sino por diferenciación de productos. La televisión y los grandes medios de comunicación de masas deben cumplir, por tanto, esa función, de servicio de reproducción económica del sistema, pero también la otra, de legitimación de las estructuras de poder, sirviendo como máquina de propaganda, en el sentido de la comunicación política que el Estado y los sectores hegemónicos de la sociedad necesitan tener con la población.

La televisión es, por tanto, una industria nacional, de interés para el Estado nacional, pero que se articula con una organización internacional de la cultura, bajo la hegemonía de Hollywood y de las empresas norteamericanas del sector de la música. Entonces hay una relación entre el oligopolio global de la comunicación y los monopolios y oligopolios nacionales que reproducen el estilo de vida y el modo de consumo adecuado a las necesidades del gran capital transnacional, al cual las industrias nacionales de comunicación sirven, en la condición de vehículos de la publicidad.

Agotamiento de la expansión y crisis estructural

El modelo de crecimiento, centrado en la masificación de los bienes de consumo duradero, con fuerte presencia de los gastos en publicidad y endeudamiento generalizado acabaría, tarde o temprano, por encontrar sus límites. Con el tiempo, las industrias que comandan la expansión, van agotando su empuje dinámico, o sea, el potencial de crecimiento pasa a ser cada vez más grande que la capacidad de crecimiento de la demanda, en una situación en que los hogares ya se encuentran equipados con toda clase de bienes de consumo.

La continuidad de la expansión, en esas condiciones, llevará a una creciente separación entre la economía real y los flujos de capital ficticios, que es el fundamento último de la crisis. Esta llegará finalmente en los años 70, cuando los sucesivos déficits en la balanza de pagos de EEUU aparecen como un problema de máxima gravedad. La propia hegemonía norteamericana pasa a ser cuestionada cuando, ya en principios de los años 70, se declara el fin de la convertibilidad del dólar.

Los países endeudados del Tercer Mundo, especialmente en América Latina, sentirán primero los efectos de la crisis, en los años 80, justamente en el momento en que EEUU trata de retomar su hegemonía política, militar y monetaria, con la política de elevación de las tasas de interés. En seguida serán los países del bloque europeo oriental, especialmente la URSS, que no soportaría la carrera armamentista de los años Reagan. También Japón, que llegara a ser visto, en los 70, como el gran desafío a la industria norteamericana, pasaría en seguida por una crisis de dos décadas.

Hoy la crisis se instala en el centro del sistema, en Europa y Estados Unidos, y todo indica que la hegemonía está otra vez en riesgo. Los mismos mecanismos de regulación, por otra parte, impiden que la crisis llegue a sus últimas (catastróficas) consecuencias y así el problema se va trasladando indefinidamente hacia el futuro.

Crisis económica, crisis de Estado y su impacto en la comunicación

En el capitalismo monopolista, cuando la economía entra en crisis, el Estado también entra en crisis, y es natural que la ideología que fundamentaba la acción del Estado en el momento anterior, cuando el modo de regulación funcionaba de modo relativamente tranquilo, también entra en crisis. La ideología keynesiana, en el momento de la crisis estructural de los años 70, será sustituida por una ideología neoliberal, que tiene más capacidad de destruir el consenso que había sido la base de justificación del modo de regulación anterior, tan eficiente en su momento, pero que ahora ya no funcionaba más.

Entonces, los acuerdos anteriores, que habían permitido la constitución del modo de regulación, desaparecen y los gobiernos neoliberales van a permitir que la reestructuración ocurra, cargando los costos, por ejemplo, sobre la clase obrera, a través de la flexibilización de las leyes de protección al trabajo. La crisis se instala, por tanto, como crisis general: crisis de capital, crisis del pensamiento económico hegemónico, crisis del Estado, que no tiene condiciones de mantener las conquistas del *welfare state*, ni de mantener el sistema de intervención en la economía del periodo keynesiano.

Hay también crisis en la comunicación, en la medida en que la tendencia del sistema, en su totalidad, pasa a ser regresiva. Los grandes medios de comunicación sirven, como se ha dicho, para estimular el consumo masivo y en la estructura del sistema que había anteriormente, en un momento de casi pleno empleo, cuando la clase trabajadora, organizada en grandes sindicatos, con alto poder de presión, conquistaba avances económicos importantes que permitían elevar su capacidad de consumo, el gran paradigma comunicacional era el de la televisión de masas, abierta y gratuita.

A partir de la crisis hay un proceso de exclusión. La tendencia de la gran empresa es dirigirse especialmente a los sectores que siguen pudiendo consumir. Con eso la comunicación tiende a ser cada vez más dirigida a determinados segmentos de público. En Brasil, por ejemplo, por los años 80 el gran tema en el mercado publicitario era que la televisión brasileña era muy importante para el Estado, o para el país, porque llegaba casi en un cien por ciento a la gente, pero para los anunciantes eso no importaba. Lo que les interesaba era una comunicación dirigida.

Aparece en ese momento el tema de la segmentación. También surge la idea de que la tecnología podía generar formas más dirigidas y por tanto, más eficientes y segmentadas

para atender, según se decía, eufemísticamente, a los intereses del público. Hay ahí una crítica de la masificación distinta a la tradición frankfurtiana, por ejemplo. Una crítica de corte economicista, que se vincula con las necesidades inmediatas del propio capital de reestructuración de los sistemas de comunicación, en el sentido de la segmentación y de formas de comunicación más dirigidas a públicos específicos.

Pensamiento social-comunicacional y la nueva centralidad de la comunicación en el modo de regulación

La crítica, de hecho, es la manifestación de la conciencia de los actores, de un movimiento que ya se daba en la práctica, determinado por el cambio de sentido del propio sistema productivo, que busca excitar la demanda de los sectores más integrados, cuando la mayor parte de la población veía disminuir su capacidad de consumo como consecuencia de la crisis. A la tendencia de creciente jerarquización de los estándares de consumo se vinculan la sofisticación de la publicidad y de la comunicación de masas y el apareamiento de la televisión segmentada, por suscripción, que significa un cambio radical frente a la televisión gratuita, abierta, que se conocía antes.

Una parte del cuento, es que en aquel momento muchos colegas sostuvieron que aquella era la democratización de la televisión, apoyados en un cambio importante también en la ideología de la comunicación, que seguía el mismo camino del cambio en el pensamiento económico. Así, la tendencia hegemónica del pensamiento postmoderno se une al neoliberalismo para formar una especie de “pensamiento único” que, en general, buscaba reafirmar lo que se decía ya en el siglo XVIII y XIX: que ahora somos libres y la historia se acabó. Ahora, con la televisión de pago, se decía, ya no sería posible controlar la comunicación o manipular a la gente porque se podría elegir, entre 500 canales o más, lo que cada uno quisiera, en libertad.

La tecnología finalmente, una vez más, habría creado las condiciones para que el propio mercado pudiera garantizar la materialización de las promesas de la Revolución Francesa. La primera crítica demoledora a esa ideología se hizo en el siglo XIX, pero ya tenemos claro que habrá que repetirla siempre mientras el sistema exista. En nuestro caso, primero fue la televisión de pago y ahora es Internet, pero antes ya los frankfurtianos hicieron la crítica a la pretendida democratización que la comunicación de masas hubiera traído.

El dato concreto es que hay una tendencia de los medios de comunicación de organizarse para públicos específicos, porque las necesidades de comunicación de la empresa capitalista son necesidades que se vuelcan a una comunicación más eficiente, en el sentido de la publicidad. Esta pasa a ganar terreno de forma fundamental en relación con la propaganda.

La propaganda es directamente ideológica, mientras que la publicidad es ideológica, pero en un sentido derivado, aunque quizás más eficiente porque constituye modos de vida y patrones de comportamiento que se diseminan y prevalecen en el nivel de las relaciones de proximidad, o sea, como cultura en el sentido antropológico del término. La publicidad acaba siendo la gran victoriosa de todo el proceso que venimos analizando. De allí la posibilidad de que el papel ideológico del Estado, vía propaganda, disminuya, pues el propio capital, con la comunicación de masas, adquiere una capacidad de actuar directamente en lo ideológico y en el control de las masas.

Este es un cambio fundamental. La televisión disputa a la iglesia y a las autoridades anteriores del campo ideológico, como los sistemas públicos de educación, porque, como lo observara Williams (1974), le da una autonomía aparente a la familia, cuando de hecho esta autonomía está negada porque se aísla a la gente en su casa, para que los medios de comunicación la puedan controlar de modo más eficiente, más adecuados a las necesidades cambiantes de la acumulación del capital. Esto llegó a su forma radical con Internet. Llegamos a una situación en la que el individuo se conecta directamente con el sistema y las relaciones personales deben ser necesariamente mediadas.

Información, comunicación y nuevos procesos productivos

Si la crisis, como ya debe estar claro, es del capital, del Estado, de la estructura hegemónica, incluso de la estructura hegemónica internacional, y también de la comunicación, la coherencia del todo se vincula al proceso de reestructuración en curso. La introducción de las tecnologías de información y comunicación en los procesos productivos capitalistas es el primer indicativo de la importancia que tiene la comunicación en todo eso. Claro que eso tiene una historia tecnológica: la revolución microelectrónica, las posibilidades que trae, la informática. Pero lo fundamental es que el modo de producción capitalista se torna crecientemente informático y comunicacional.

En primer lugar, la microelectrónica y las TIC, la misma introducción del concepto de *software* en el funcionamiento de la producción capitalista (Bolaño, 1995), promueve una extensa robotización y expulsión de los trabajadores, concentración, desempleo estructural (lo que, además, en lo coyuntural, va a pesar en la capacidad de gasto de la clase trabajadora). En segundo lugar, hay un cambio esencial en el sentido de explotación del trabajo. Expulsada la clase trabajadora que existió a lo largo del siglo XX, con la robotización, prevalece un proceso de subsunción del trabajo intelectual y de generalización de la intelectualización de todos los procesos de trabajo convencionales (Bolaño, 2002).

Básicamente hay dos caminos. Uno de recalificación de la clase trabajadora anterior, de la cual se exige otra formación, más elevada, no necesariamente mejor, y otro de encuadramiento de los trabajadores intelectuales que tenían alguna autonomía en el trabajo. Eso es lo que he llamado más estrictamente la subsunción del trabajo intelectual, creativo, de coordinación, que pasa a ser crecientemente trabajo productivo y pasa a someterse a un sistema de control, permitido por el desarrollo de sistemas informáticos.

Es un proceso general en que el sistema exige de la clase trabajadora fundamentalmente la utilización de sus energías mentales, a través de herramientas cognitivas. La producción de la plusvalía no será tanto fruto de la explotación de las capacidades físicas como de las capacidades intelectuales del obrero. Esto crea otra clase trabajadora muy distinta de lo que fue aquella de los siglos XIX y XX.

El trabajo científico también va sufrir crecientemente ese proceso, lo que va a exigir cambios también en la universidad, que va a sufrir un ataque muy importante, que no había experimentado anteriormente, en su largo proceso de adecuación a la civilización industrial (Furtado, 1978). La reestructuración de la universidad se beneficiará también del desarrollo de las tecnologías de la información.

Comunicación, cultura y capitalismo

La comunicación y la información están por tanto en el centro mismo del proceso productivo capitalista. La formación de la clase trabajadora va a pasar no solamente por las fases convencionales de la educación, sino principalmente por los sistemas de información de masas, que se van a reorganizar en torno a Internet, generando una nueva cultura, que exalta todavía más al individuo, lo relaciona directamente con el sistema y lo seduce de una manera mayor que el sistema anterior.

El control del trabajo deja de ser rígido y fundamentalmente se sustenta en una especie de seducción. La misma máquina que nos explota es la máquina con la que nosotros nos divertimos, y a través de la cual nos relacionamos con nuestros semejantes. Esto demuestra a qué punto ha llegado la cultura capitalista y el sistema de control del capital sobre corazones y mentes. Ahora sí se puede pensar en interactividad y relaciones horizontales, porque vivimos plenamente en una sociedad de control en la que, además, es importante, para la reproducción del sistema, que las energías sean dirigidas al aparato técnico, que se va a valer de ellas de diferentes maneras.

Una función importante del uso social de las TIC es la formación del hábito de trabajar con ese aparato. Otra es su papel de medio de la publicidad, porque se trata de medios esencialmente publicitarios. Las redes sociales, por ejemplo, sirven básicamente para captar atención y transformarla en audiencia, a servicio de la publicidad. Esto, de forma distinta, en términos operacionales, de la vieja televisión de masas, dada la interactividad, la importancia de la creación de bancos de datos en el esquema, la comunicación asincrónica, pero el fondo es el mismo.

Muchas veces se entiende la actividad en las redes sociales virtuales solo como una forma de liberación social, pero de hecho, aunque haya posibilidades de liberación inherentes a la organización del modelo Internet (el desarrollo de las fuerzas productivas siempre abre esas posibilidades), estas no se realizan por la pura tecnología. Es necesario que el factor subjetivo se movilice y se plantee una solución contrahegemónica. Eso es lo fundamental. Se puede usar la nueva tecnología, pero para que se utilice en un sentido liberador es necesario un gran esfuerzo y cada vez más grande, en un momento en que las tecnologías tienen un sofisticado poder de control social y de publicidad.

Relaciones internacionales, especulación y derecho

El relanzamiento de la hegemonía norteamericana, en los años Reagan, basada en lo económico, en un aumento de las tasas de interés que llevaría América Latina y buena parte del llamado Tercer Mundo a la bancarrota, se ampliaría al campo político y militar, dado que las inversiones requeridas para la llamada Guerra en las Estrellas sería fatal para la antigua Unión Soviética. Con Bill Clinton y Al Gore, el relanzamiento de la hegemonía llegará a la política industrial, con el proyecto de las *Global Information Infrastructure* (GII) que se conecta directamente con el proceso que venimos analizando, de construcción de un nuevo modo de regulación, centrado en la subsunción del trabajo intelectual, en la información y la comunicación.

La reforma global de las telecomunicaciones, iniciada en 1984, con la reestructuración de AT&T por decisión judicial, será de crucial importancia para el logro, por fin, del

proyecto de las GII, que acaba por adaptar el sistema global de información a los intereses renovados de los EEUU, principales interesados en la digitalización general del mundo que se realizará desde entonces. En el nuevo modo de regulación, finalmente, las nuevas industrias de punta, son la informática, las industrias de contenido, la biotecnología, la economía del conocimiento, en fin, un bloque de sectores en los que EEUU mantiene importante delantera.

Pero esto no elimina el elemento central de la crisis estructural de que se habló más arriba y que llevará al recrudecimiento cíclico de la crisis que, a partir de 2008 se instaure decididamente en el centro del sistema. La nueva economía del conocimiento es una economía esencialmente especulativa, en la que la relación entre producción del valor económico y distribución es complicada. El carácter esencialmente colectivo e incuantificable de aquella producción exige, para el funcionamiento de la explotación capitalista, la centralidad de los derechos de propiedad intelectual. Se trata, por tanto, de una economía en la que la distribución del producto no tiene relación con la producción de valores, sino con la capacidad política que tienen ciertos actores sociales de ganar la disputa en términos de derecho.

En esa economía esencialmente especulativa y rentista, pero también fuertemente regulada, como vimos más arriba, de modo que la crisis no llega a cumplir su papel esterilizador, en el momento mismo en que esta se instala en el centro del sistema, en EEUU, es interesante que no se cuestiona la hegemonía del dólar, que se comporta como una especie de reserva, apoyada exclusivamente en la hegemonía internacional norteamericana, hoy profundamente cuestionada. Recuérdese que, con al finalizar la Unión Soviética, EEUU asume el papel de policía del mundo y esto hoy le resulta difícil por las inversiones que tiene que hacer en Afganistán y en Irak, lo cual deja ver que la crisis también llega a ser de índole militar.

Mientras EEUU se mantiene como potencia hegemónica, aunque con problemas crecientes, en lo que se refiere a la moneda de curso internacional, en la economía del conocimiento, de los derechos de propiedad intelectual, en ciencia y tecnología, o en el campo político y militar, la dinámica industrial se va desplazando fuertemente hacia China. Esta última podría representar un nuevo modelo de capitalismo, tanto cuanto el modelo norteamericano representó una alternativa al inglés en su momento. En ese caso, los sistemas de cultura y de comunicación también serán distintos y, de hecho, un problema de no menor importancia para una eventual futura hegemonía china es el de la construcción de su *soft power* a escala global. No me cabe entrar en especulaciones aquí sobre esos temas.

Superar el eurocentrismo

Lo importante es saber que el elemento cultural es siempre determinante y, en el caso de América Latina, los conceptos claves para entender el problema con el que nos enfrentamos en este momento son todavía los de desarrollo, subdesarrollo, dependencia, colonialidad. Conceptos elaborados en el marco del gran pensamiento social latinoamericano y que acabaron por salir de la agenda de las denominadas ciencias de la comunicación durante el largo período de hegemonía del pensamiento único, neoliberal y postmodernista.

Los cambios políticos y sociales por los que pasará el continente en el siglo XXI, con la llegada al poder de gobiernos democráticos y de izquierda, indica la necesidad de retomar, en el campo académico, el debate, inspirado, por ejemplo, por Aníbal Quijano (2005), sobre la colonialidad del poder y del saber, que es nuestra marca de origen. La formación de la ciencia europea moderna, como explica el autor, en función de las necesidades del capital mercantil, depende de la definición de un determinado concepto de raza y de clasificación de la gente que permite formas de explotación del trabajo que en Europa estaban en proceso de ser superadas.

América, primero, y Europa, luego, aparecen entonces como entidades definidas según conceptos de modernidad, progreso, desarrollo, a servicio de la dominación y de la explotación a escala internacional. A diferencia de otros lugares, y muy particularmente de la China, las elites blancas que llegan al poder en nuestros países, en el momento de la construcción de nuestros estados nacionales, son elites que tienen a Europa, a la ciencia europea y a su cultura como referencia.

Celso Furtado (1984), por ejemplo, recuerda que, de las tres culturas que constituyen originalmente el pueblo brasileño, la europea es la única que sigue articulada permanentemente con su matriz original, mientras que las otras dos son descalificadas y reducidas a la marginalidad. El aporte que dan va filtrado por la perspectiva eurocéntrica y colonial. Eso hace que la cultura popular esté siempre sometida y que las clases hegemónicas, en el caso de Brasil, pero se podría fácilmente generalizar para toda América Latina, son tales que siempre van a buscar la innovación, económica, política y social-institucional, según fórmulas copiadas, sea de Europa, sea de EEUU.

El desprecio de las élites blancas latinoamericanas por la cultura del pueblo hace prevalecer un sentimiento permanente de inferioridad, puesto que nuestras identidades nacionales solo pueden afirmarse, al fin y al cabo, como mestizas, pues esta es nuestra condición objetiva, frente a los centros hegemónicos del capitalismo, de modo que nuestro (sub)desarrollo sea siempre proyectado de forma imitativa. Así, la creatividad necesaria para la búsqueda de una alternativa nacional no se manifiesta, porque los temas de la nacionalización y de la democracia no llegan a construirse de forma plena en el continente. Este es el primer reto para los gobiernos surgidos de la gran ola democratizante de los años 1990 y 2000. Un reto cultural antes de todo.

Referencias Bibliográficas

Bolaño, César (1995). "Economía Política, globalização e comunicação". In: Bolaño César (org.), **Globalização e regionalização das comunicações**. (p. 73-95), São Paulo, Educ.

Bolaño, César (2000). **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**, São Paulo, Hucitec.

Bolaño, César (2002). Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo. A re-configuração do dator subjetivo na atual reestruturação produtiva, **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política** (SEP), 11, 53-78.

Furtado, Celso (1978). **Criatividade e Dependência na Civilização Industrial**. São Paulo, Paz e Terra.

Furtado, Celso (1984). **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. São Paulo, Paz e Terra.

Quijano, Anibal. “Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina”. In: LANDER, Edgardo (org.) **A colonialidade do saber. Eurocentrismo e Ciências Sociais. Perspectivas Latino-americanas.** (pp. 227-278), São Paulo: CLACSO.

Williams, Raymond (1974). **Televisione. Tecnologia e forma culturale.** Milano: Editori Riuniti, 2000 [traduzido da versão inglesa de 1990, revista por Ederyn Williams.