

A EPC e o Estado como forma política¹

A virada dialética de *Indústria cultural, informação e capitalismo*

Manoel Dourado BASTOS²

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

RESUMO

No ano em que *Indústria cultural, informação e capitalismo* (BOLAÑO, 2000) faz 20 anos, cumpre destacar sua importância na configuração da Economia Política da Comunicação (EPC) no Brasil. Publicado num contexto de profundas transformações do Estado e de descrédito acadêmico do marxismo, resultantes da crise do capital que se desdobra desde a década de 1970, o livro encontra justamente numa teoria marxista do Estado (o chamado derivacionismo) a chave para lidar com as lacunas deixadas em *Mercado Brasileiro de Televisão* (BOLAÑO, 2004 [1988]), livro fundador da EPC publicado em 1988. No presente texto, apresentamos a solução inicial do livro de 1988 (a ideia do “duplo caráter” da Comunicação) para, em seguida, compreender o papel do Estado na dialética da forma-comunicação conforme o livro de 2000.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Política da Comunicação; César Bolaño; Estado; duplo caráter da comunicação; forma-comunicação.

APRESENTAÇÃO

Em 2018, comemorou-se os 30 anos da EPC (Economia Política da Comunicação) no Brasil, por conta da publicação de *Mercado Brasileiro de Televisão* (BOLAÑO, 2004 [1988]). Dois anos depois é hora de se comemorar os 20 anos do livro que proporcionou à EPC um decisivo salto dialético. Publicado em 2000, *Indústria cultural, informação e capitalismo* (BOLAÑO, 2000) é originalmente a Tese de Doutorado de César Bolaño defendida em 1993 junto ao Instituto de Economia da Unicamp com o título *Capital, Estado, Indústria cultural*, sob orientação de João Manuel Cardoso de Mello. Foi com esse livro que a EPC alcançou a solidez conceitual que vinha se consolidando com o esforço de diferentes autores com suas diversas publicações e atividades institucionais ao longo dos anos 1990.

¹ Trabalho apresentado no GP de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da UEL, e-mail: manoel.bastos@uel.br

Do conjunto desse esforço coletivo, destacamos a centralidade do livro de Bolaño (2000), que ofereceu uma formulação contundente de uma teoria *marxista* da comunicação, em parâmetros distintos daqueles apresentados até então, tanto pelas resultantes do materialismo vulgar quanto pelo aproveitamento de perspectivas como a de frankfurtianos ou althusserianos. Ao prefaciá-la, Marcos Dantas não mediu palavras para dar conta do passo dado por Bolaño: o “[...] livro de Bolaño não vem apenas preencher uma lacuna, mas a estante inteira!” (DANTAS, 2000, p. 12). Se com *Mercado Brasileiro de Televisão* (BOLAÑO, 2004 [1988]) a EPC podia se dar por organizada ao encontrar um método adequado para lidar com um conceito de Indústria Cultural coerente com o “capitalismo tardio”, foi com *Indústria cultural, informação e capitalismo* (BOLAÑO, 2000) que a EPC sedimentou sua fundamentação na crítica da economia política e lapidou uma abordagem dialética.

Um dos aspectos relevantes para a virada dialética da EPC esteve no providencial encontro de Bolaño com um debate desenvolvido na Alemanha nos anos de 1960, com ressonância na Inglaterra nos anos de 1970, cuja configuração de uma teoria marxista do Estado se fundamentava na categoria dialética da forma, que viabiliza derivar o Estado como forma a partir da substância do capital. A chamada teoria de derivação se mostrou o caminho adequado para resolver duas dificuldades elaboradas no livro de 1988: a) identificar uma teoria que integre os níveis econômico e político; e b) elaborar uma abordagem que não reduza a comunicação a um aspecto instrumental.

No texto a seguir, darei atenção especial a um conjunto restrito de aspectos teóricos e de método do livro, pautados exclusivamente pela questão do Estado na configuração da EPC, observando tanto a contextualização histórica quanto a organização lógica da questão. Para isso, inicialmente irei remeter a alguns resultados próprios ao livro de 1988, em que Bolaño (2004 [1988]) sistematizou uma série de discussões que vieram a lume entre os anos 1970 e 1980. Na sequência, elaboro a questão do Estado na formulação do conceito de forma-comunicação, conforme apresentado no livro de 2000, observando-o segundo as dimensões contextuais em que o próprio Estado mudou sua configuração histórica.

O que se apresenta aqui é uma primeira elaboração, a ser desenvolvida de maneira mais acurada em texto posterior, no qual outras dimensões da importante obra de César Bolaño serão avaliadas.

O “DUPLO CARÁTER” DA COMUNICAÇÃO

Considera-se *Mercado Brasileiro de Televisão*, de César Bolaño (2004 [1988]), um marco na consolidação da Economia Política da Comunicação (doravante, EPC) no Brasil. O achado teórico decisivo do livro, cuja primeira edição é de 1988, está na elaboração de fundamentos conceituais e de método coerentes com um estudo da Comunicação cuja fundamentação se fixa na Economia Política (BASTOS, 2020). O trabalho de Bolaño aparece na sequência de um conjunto significativo de pesquisas que, de um modo ou de outro, formulava suas exposições baseadas em algum princípio que resvalava no que Bernard Miège (2000) chama de “o lado econômico” da Comunicação.

Assim o era, por exemplo, com a matriz argumentativa do funcionalismo da “Comunicação para o Desenvolvimento”, de Wilbur Schramm, que nos chegou como um projeto político que se utilizava da Comunicação como ferramenta para fomentar, entre outras, o que ficou conhecido como “Revolução Verde” (BASTOS, 2016). Numa reviravolta deste raciocínio, num tom mais progressista, as chamadas Teorias da Dependência ou Imperialismo Cultural passaram a criticar o uso da comunicação e cultura como instrumentos de dominação estrangeira, mormente estadunidense, sobre os países latino-americanos. Algo desse interesse, mesmo que incipiente, pelo “lado econômico” da Comunicação também esteve presente, de certa forma, nas formulações daquilo que se consolidou como “Sociologia da Comunicação”, de viés ainda mais avesso ao funcionalismo e cujo fundamento na Teoria Crítica a levava a conduzir seus argumentos centrados no conceito de “Indústria Cultural”. Contudo, nenhuma dessas vertentes possuía atributos conceituais e de método para colocar no centro da análise e exposição os problemas gerados por uma abordagem que se interesse pelo “lado econômico” da Comunicação.

Com sua obra clássica de 1988, Bolaño, num viés que aprofundava e consolidava a crítica à noção de “Comunicação para o Desenvolvimento”, resolveu tanto as inconsistências das Teorias da Dependência ou do Imperialismo Cultural, incapazes de se desvencilhar do funcionalismo e que, por isso, adentravam no terreno próprio ao marxismo vulgar, quanto as insuficiências das abordagens da “Sociologia da Comunicação”, interessadas pelo “lado econômico” da Comunicação, mas incapazes de dar um estatuto conceitual à Indústria Cultural que permitiria superar suas fragilidades

de método diante das especificidades do objeto no contexto nacional. Nos dois casos anteriores à obra de Bolaño, o problema estava em uma espécie de economicismo que, ao fim e ao cabo, relegava a Comunicação a uma dimensão de segunda ordem na lógica da socialização capitalista, fundamentalmente político-ideológica. O livro de Bolaño, ao reafirmar a dificuldade em sintetizar os momentos político e econômico da Comunicação, apontava justamente para uma necessidade de concentrar o argumento no aspecto econômico.

O fundamento para o raciocínio de Bolaño está no reconhecimento da publicidade como o elo teórico entre Indústria Cultural e Capitalismo Monopolista, cacifando o seu argumento na obra de Maria Arminda do Nascimento Arruda (1985). Nesse sentido, estabelecida pela publicidade uma relação entre público e meios de comunicação, a Indústria Cultural viabiliza o consumo massivo e opera como elemento no processo de crescimento das empresas (BOLAÑO, 2004, p. 35). Contudo, Bolaño está ciente de que a relação entre público e meios de comunicação também envolve um conjunto de elementos próprios da reprodução ideológica do capitalismo e da dominação social que não podem ser deduzidos imediatamente das relações econômicas. Por esse motivo, Bolaño (2004, p. 35) destaca que a Indústria Cultural ocupa uma “dupla posição dentro do sistema capitalista”:

[...] como empresas capitalistas na mais estrita acepção do termo, não há nada o que distinga os oligopólios culturais de quaisquer outros oligopólios. Mas essas empresas têm também um papel ideológico que pode adquirir importância crucial numa situação em que os “aparelhos” tradicionais têm um poder de penetração limitado.

Logo adiante, Bolaño aponta que os pesquisadores são levados a estabelecer objetivos muito amplos (bem como, vale ressaltar, a confusões entre os níveis) por conta desse “duplo caráter”, ressaltando que o caso é de reconhecê-lo para poder isolar analiticamente um dos níveis. Criticando a confusão entre os níveis econômico e político numa nota de rodapé, Bolaño (2004, p. 37) afirma que “(...) o melhor seria limitar o alcance da análise, já que não se dispõe de uma teoria que integre os dois níveis”.

Ao proceder a esse isolamento analítico, levando em consideração tal “duplo caráter” como fundamento, Bolaño conseguiu dar atenção especificamente ao nível

econômico da Comunicação sem incorrer no economicismo que era objeto de suas críticas nas teorias anteriores. Pelo contrário, utilizando-se de instrumentos analíticos da microeconomia, como, por exemplo, a categoria de “barreiras à entrada”, Bolaño conseguiu desenvolver o estudo de um mercado específico como o de televisão no Brasil atentando para elementos propriamente comunicacionais tal dinâmicas econômicas, fugindo, assim, de qualquer determinismo.

Após efetivar, na análise do objeto concreto, a superação dos determinismos e confusões que marcaram os diversos e difusos interesses pelo “lado econômico” da Comunicação, encontrando um método de análise que finalmente fazia jus ao nome de Economia Política da Comunicação, Bolaño retornou ao marxismo para reconhecer que numa leitura mais atenta de *O Capital* estavam os apontamentos essenciais para superação dos maniqueísmos que imperavam ante o “duplo caráter” da Comunicação. Para isso, foi preciso justamente recuar e encontrar o fundamento deste “duplo caráter”, tarefa que acertadamente Bolaño havia deixado de lado até ali.

A DIALÉTICA DA FORMA SOCIAL DA COMUNICAÇÃO

O contexto de consolidação da Economia Política da Comunicação no Brasil, entre final dos anos 1980 e início dos anos 1990, foi marcado por pelo menos três aspectos relevantes, mais ou menos interligados: 1) o fim do “ciclo ideológico” do desenvolvimento (BIELSCHOWSKY, 2000) e a chegada do neoliberalismo ao governo desde a eleição de Collor; 2) a crise do socialismo realmente existente, com a queda do Muro de Berlim e o fim da URSS; e 3) o crescente descrédito acadêmico do marxismo. Também foi nesse contexto em que se deu a institucionalização da EPC em associações e fóruns acadêmicos, nacionais e internacionais, como a Intercom, a Alaic e a IAMCR. De um modo ou de outro, a construção conceitual e de método desenvolvida por Bolaño (2000) em *Indústria cultural, informação e capitalismo* lidou com os problemas colocados pelo contexto. Veremos que eles estão ligados de diferentes maneiras ao problema do Estado.

O primeiro aspecto contextual remete mais especificamente à época de elaboração de *Mercado Brasileiro de Televisão* (BOLAÑO, 2004[1988]). A busca por um conceito de Indústria Cultural adequado ao “capitalismo tardio”, fundamento da Escola de Campinas de Economia Política, se deu justamente num período em que os

aportes teóricos sobre o desenvolvimento foram fortemente contestados no debate público econômico. Na medida em que a Escola de Campinas de Economia Política era tributária do estruturalismo latino-americano (Rodríguez, 2009), com o seu método histórico-estrutural de análise e interpretação da realidade econômica, que era, por sua vez, um dos vetores decisivos do “ciclo ideológico” do desenvolvimento (BIELSCHOWSKY, 2000), o estudo de Bolaño precisava lidar não só com a confirmação dos aportes teóricos escolhidos em área distinta, como também reconhecer o descompasso histórico entre tais aportes e o contexto de baixa do desenvolvimentismo.

Vimos que em *Mercado Brasileiro de Televisão* o método que Bolaño (2004 [1988]) fundamentou na Escola de Campinas o levou a forjar um conceito de Indústria Cultural visando escapar do problema desdobrado do economicismo da Teoria da Dependência ou Imperialismo Cultural, que levava, contraditoriamente, a fixar Comunicação e Cultura como algo circunscrito à ideologia, logo, a um reducionismo do político. A fim de fugir do problema, Bolaño recorre ao conceito de “duplo caráter”, apontando para a presença da política e da economia na base da Comunicação. Indicando a ausência de uma teoria que pudesse sintetizar esses dois polos, Bolaño se fixa num estudo da história econômica da televisão, na qual o Estado tem uma função relevante. Mas, a própria relação entre Estado e Comunicação não é tematizada.

Dessa forma, Bolaño conseguiu lidar com os entraves contextuais de dois modos. Primeiro, porque foi possível estudar um ciclo relativamente completo da história econômica da televisão no Brasil, que corresponde à ascensão do monopólio midiático da Rede Globo, justamente porque esse ciclo faz parte do conjunto dinâmico do desenvolvimento de uma maneira bastante peculiar. Na mesma medida em que a Escola de Campinas tematizava a dinâmica peculiar do capitalismo no Brasil a partir da conceituação de um “capitalismo tardio” (em que se tratava não apenas de apontar os impedimentos das estruturas de subdesenvolvimento, mas de identificar a especificidade de da industrialização tardia em uma sociedade capitalista peculiar), Bolaño se recusa a transformar seu estudo numa plataforma de ordenação política, pela via do Estado, da dinâmica de mercado da televisão no Brasil. Assim, em segundo lugar, as perspectivas desenvolvimentistas saem de cena e, com elas, uma preocupação concentrada no papel

do Estado, a não ser como agente econômico, o que muda de figura, mas não deixa de existir com o fim do ciclo desenvolvimentista.

Na América Latina, aquilo que Bielschowsky entende como fim do ciclo ideológico do desenvolvimento corresponde, com diversos desníveis temporais, ao processo de ascensão do neoliberalismo. A mudança na perspectiva do Estado não é um fenômeno circunscrito à forma política de Estado, muito pelo contrário. Em vez de uma compreensão de que o problema do Estado em meio à ascensão neoliberal se resolveria numa ação de reordenação, reequilíbrio e retomada de suas premissas políticas, numa defesa dos principais elementos dos anos subsequentes à 1945 até sua crise em meados dos anos 1970, uma abordagem materialista e dialética do neoliberalismo recomenda encontrar seus fundamentos na substância contraditória do próprio capital e sua expressão histórica concreta não só na dinâmica econômica como também em sua expressão no Estado. Assim, ao recusar uma recaída desenvolvimentista em meio a seu ocaso, Bolaño também conseguiu estar preparado para não cair nas armadilhas impostas pelo neoliberalismo. Fiando-se metodologicamente em duas escolas relevantes do pensamento crítico (a teoria da derivação e a teoria da regulação), cuja presença não dogmática do marxismo era decisiva, Bolaño não só fugiu dos problemas da recaída desenvolvimentista e das armadilhas neoliberais, como também encontrou o lastro para superar o maniqueísmo presente nos estudos materialistas em Comunicação.

Depois de demarcar a presença decisiva do marxismo não-dogmático dessas duas escolas teóricas, cumpre ressaltar que a ascensão do neoliberalismo é o correlato histórico da crise do socialismo realmente existente. A derrocada dos governos socialistas se deu num ambiente de políticas de austeridade, que encontraram tanto nos países do Leste quanto nos países ocidentais um terreno fértil, visto que, de ambos os lados, o foco principal era a desconfiguração do movimento organizado de trabalhadores, quer seja atacando os sindicatos visando uma pressão sobre os salários, quer seja incitando-os a uma via liberal de ofensiva contra o comunismo. Um resultado significativo desse processo se deu na aparição dos assim chamados novos movimentos sociais, com mudanças na lógica da organização política permeada por conflitos relacionados variados sobre a condução dos rumos de luta da esquerda. O principal elemento pode ser reconhecido num progressivo deslocamento de trabalho e classe como motes organizativos.

Não nos compete elaborar essa questão aqui de maneira mais profunda, mas apenas destacar que a postura crítica adotada por Bolaño encaminhou uma abordagem que tinha por fundamento justamente a recusa a esse deslocamento dos temas relativos a trabalho e classe. Quer dizer, de certo modo, o passo dado para aprofundar as questões postuladas por *Mercado Brasileiro de Televisão* (BOLAÑO, 2004 [1988]), na medida em que se pôs a tarefa de configurar conceitos e métodos próprios a uma Economia Política da Comunicação, exigia lidar com os temas relativos a trabalho e classe. Mas, não era o caso de simplesmente repor o conjunto de argumentos anteriores próprios ao materialismo vulgar que reduziram a argumentação apresentada por Marx (2008) no “Prefácio de 1859” ao livro *Contribuição à Crítica da Economia Política* a uma relação mecânica entre base (econômica), superestrutura (política e jurídica) e formas ideológicas correspondentes. Lidar com os temas relativos a trabalho e classe significava retomar o cerne da crítica dialética do valor apresentada por Marx em *O Capital*. Bolaño encontrou uma estratégia metodológica para dar conta desse retorno a Marx nas perspectivas teóricas derivacionista e regulacionista. Assim, elas permitiram não só um olhar crítico sobre o neoliberalismo que entendia a reconfiguração do Estado não como uma anomalia, mas como um desenvolvimento adequado aos fundamentos do capital e seus aspectos históricos particulares, como também viabilizaram uma abordagem que fugia daquela visão maniqueísta do Estado, que o avalia como mero instrumento de classe, passando a entendê-lo como uma *forma social*.

Cada qual a seu modo, as estratégias metodológicas derivacionista e regulacionista permitiram um aprofundamento do conceito de Indústria Cultural, que exigia um olhar mais atento à crítica dialética do valor de Marx. Elas proporcionaram a Bolaño um suporte de método de análise nesse retorno teórico a Marx no exato momento em que o marxismo vivia um profundo descrédito acadêmico do marxismo. Seguindo o colapso do socialismo realmente existente, cresceu no âmbito acadêmico as produções que tinham por mote uma crítica ao marxismo. Vale mencionar que se o marxismo adquiriu alguma relevância acadêmica ao longo do século XX, não é exato afirmar que havia se tornando preponderante no âmbito universitário. Desse modo, o descrédito acadêmico do marxismo não foi apenas uma perda de sua relevância no contexto de produção intelectual universitária, mas principalmente o aparecimento de um conjunto extenso e coordenado de obras interessadas em tomar o marxismo como

uma teoria a ser desacreditada. Também não nos compete aprofundar a questão, mas o fato é que esse descrédito acadêmico do marxismo ressoou até onde ele é fundador, como é o caso da EPC. Sem entrar nos detalhes da ideia, vale indicar que o processo de institucionalização da EPC no âmbito internacional sofreu fortemente o impacto desse descrédito, alargando, deslocando ou deturpando princípios gerais da Crítica da Economia Política na definição de temas, métodos e objetos de estudo. Se é verdade que se era necessária uma crítica ao materialismo vulgar que se fez presente na Comunicação, tal crítica não necessitava vir alinhada a um esforço de desmanche do próprio marxismo. Pelo contrário, era justamente uma atenção mais rigorosa ao pensamento de Marx que possibilitava uma crítica condizente do materialismo vulgar.

No caso nacional, as ressonâncias geradas pelo descrédito acadêmico do marxismo ainda se juntaram às lacunas de diversas ordens do marxismo no Brasil, que se desdobrava na significativa fragilidade da visada materialista sobre a Comunicação, bem como na presença recessiva dos aportes conceituais e de método necessários para a superação dos problemas colocados tanto pelo contexto histórico quanto pelos limites teóricos das abordagens anteriores. É verdade que ele pode buscar indicações gerais sobre as possibilidades de uma visada dialética num parco conjunto heterodoxo de discussões produzidas no Brasil, de que a obra de Ruy Fausto (1983 e 1987) é um exemplar decisivo (veja-se, por exemplo, o rico debate sobre o Estado desenvolvido por Fausto, que aproveita significativamente da teoria derivacionista). Mas, o quadro geral não oferecia grandes possibilidades de teoria e método. Desse modo, ao elaborar os aportes constitutivos da dialética materialista da EPC, Bolaño se tornou um dos estudiosos pioneiros das decisivas abordagens da derivação e da regulação, viabilizando uma observação surpreendente de Marx, o que faz de sua obra algo ainda mais significativa.

A questão estava justamente na compreensão do método de análise e de exposição da obra de Marx segundo o princípio dialético da forma social. Particularmente, o debate alemão sobre o derivacionismo coloca o problema do Estado segundo os fundamentos da teoria do valor, dando atenção aos aspectos fundantes da obra de Marx como o necessário ponto de partida para a análise da forma política. Tratava-se, em linhas gerais, de observar o Estado a partir de sua derivação da forma elementar do capitalismo, iniciando no âmbito mais abstrato e caminhando rumo aos

elementos mais concretos, tal qual Marx (2017) avalia desde a mercadoria até a Grande Indústria em *O Capital*. Nesses termos, o Estado deixa de ser compreendido de maneira instrumental, sendo a forma de socialização política no modo de produção capitalista que pode só pode ser compreendido se se reconhece nele uma expressão da autovalorização do valor. Assim, o ponto crítico se apresenta justamente numa teoria capaz de articular dialeticamente o nível do econômico com o nível do político.

Duas coisas Bolaño conquista com a estratégia metodológica do derivacionismo. Primeiro, ele encontra um caminho adequado para a compreensão da Comunicação fora do maniqueísmo do materialismo vulgar. A abordagem mecanicista do modelo base e superestrutura, distante destas preocupações e enrijecendo o materialismo de Marx, leva a uma avaliação carente de qualquer fundamentação dialética. Um dos problemas gerados por essa abordagem está na visão funcionalista do Estado, encarado como uma determinação em segunda instância da base econômica. Visando uma abordagem dialética do Estado que superasse o viés funcionalista, desdobrou-se ao longo dos anos 1970 na Alemanha o chamado “debate sobre o derivacionismo” (para uma tradução em espanhol dos principais textos do debate, cf. BONNET e PIVA, 2017. Uma avaliação pormenorizada do debate se encontra em CALDAS, 2015). Tratava-se de superar a abordagem que encontrava em Marx uma análise do “lado econômico das relações sociais”, restando um estudo determinista das funções políticas e ideológicas exercidas pelo Estado. Os autores da escola lógica do derivacionismo, ao sintetizarem o assim chamado “método da derivação das formas”, entenderam que Marx não se concentrou no “*lado econômico* das relações sociais”, mas na “forma básica dessas relações no capitalismo” (BOLAÑO, 2015, p. 181).

Em segundo lugar, Bolaño encontra uma solução para a dimensão do Estado na Comunicação como forma social. Depreendemos a partir da leitura de Bolaño (2000), num exercício em alto grau de abstração, que em um primeiro momento lógico (circulação simples de mercadorias), os proprietários de mercadorias, formalmente livres e iguais, estabelecem um intercâmbio de informações diretas e objetivas visando a troca de mercadorias, o que aponta para um elemento próprio ao fluxo contínuo de informações. Num segundo momento lógico (terreno oculto da produção), esses proprietários se transmutam em capitalista e trabalhador, estabelecendo um intercâmbio hierarquizado de informações diretas e livres visando a produção de mercadorias, o que

aponta para um controle do fluxo de informações. No terreno oculto da produção, a informação se bifurca numa afeita às relações de classe características do processo produtivo e noutra tornada insumo deste mesmo processo produtivo, momento em que ela passa a funcionar sob a forma de mercadoria.

Como forma de mercadoria, essa informação se reconfigurará dentro da Indústria Cultural desempenhando os papéis de publicidade ou de propaganda. No âmbito da autovalorização do valor, a dinâmica formal da comunicação ganha o nome de publicidade, em que está em jogo a concorrência entre capitais individuais visando a realização da mercadoria, ou seja, nesta função a informação se apresenta a serviço dos interesses econômicos. No âmbito do Estado como capital geral ideal, a dinâmica formal da comunicação ganha o nome de propaganda, em que está em jogo o aspecto efetivamente ideológico do modo de produção capitalista. Embora a ideologia capitalista também perpassa a lógica da publicidade, é na função propaganda que ela atende aos interesses políticos de maneira direta. Assim, aquele “duplo caráter” enunciado na primeira obra (BLAÑO, 2004) pode ser enfim compreendido. Com isso, na sequência a adoção da estratégia metodológica regulacionista lida com o caráter concreto das funções mercantis e as funções de Estado da Comunicação.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, M.A. do N. **A embalagem do sistema**: a publicidade no capitalismo brasileiro. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1985.

BASTOS, M. Colonização do inconsciente, colonização da natureza: elementos para uma crítica da articulação entre comunicação rural, revolução verde e indústria cultural. In: BASTOS, M. e CANOVA, F. (orgs.). **Comunicação e disputa de hegemonia**: a indústria cultural e a reconfiguração do bloco histórico. São Paulo: Outras expressões, 2015.

BIELSCHOWSKY, R. **Pensamento econômico brasileiro**: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

BOLAÑO, C.. **Campo aberto**: para a crítica da epistemologia da comunicação.

Aracaju, Edise, 2015.

BOLAÑO, C. (2004). **Mercado Brasileiro de Televisão**. 2ª. ed. rev. e ampl. São Cristóvão/SE: Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: EDUC. [1ª. ed.: (1988) Aracaju: Programa Editorial da UFS]

BOLAÑO, C. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BONNET, A. e PIVA, A. (ed.). **Estado y Capital**: El debate alemán sobre la derivación del Estado. Buenos Aires: Ediciones Herramienta, 2017.

CALDAS, C. O. **A teoria da derivação do estado e do direito**. São Paulo: Outras Expressões, 2015.

DANTAS, M. Prefácio. In: BOLAÑO, C. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

FAUSTO, R. **Marx: lógica e política**. Tomo I. São Paulo: Brasiliense, 1983.

FAUSTO, R. **Marx: lógica e política**. Tomo II. São Paulo: Brasiliense, 1987.

MARX, K. **O capital**: o processo de produção do capital. 2ª. ed. São Paulo: Boitempo, 2017.

MARX, K. **Contribuição à Crítica da Economia Política**. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

Miège, B. **O pensamento comunicacional**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2000.