



## **Indústria do Cinema na Argentina: História, produção e distribuição<sup>1</sup>**

Maíra GAMARRA<sup>2</sup>

Faculdades Integradas Barros Melo (AESO), Olinda, PE

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo apresentar as principais características da cinematografia argentina a partir de uma necessidade de uma visão mais sistêmica do desenvolvimento da cadeia produtiva do audiovisual daquele país. A questão nos fez percorrer por vários conceitos teóricos, sobretudo aqueles ligados ao pensamento da Escola de Frankfurt. Além de princípios norteadores, como “Indústria Cultural” e “Indústria do Cinema”, o texto discorre sobre o perfil da produção, distribuição, exibição, diretores e do fundamental papel do Estado na recuperação do mercado cinematográfico da Argentina, que, hoje, é, sem dúvida, um dos mais importantes da América Latina.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Cinema Argentino; Indústria Cultural; Indústria do Cinema; América Latina.

O cinema produzido na Argentina ganhou o *status* de importante cinematografia da América Latina, sobretudo, na passagem dos anos 90 para os 2000, em função de obras que colocavam em relevo histórias simples e extremamente humanas, com forte presença de elementos narrativos e estéticos do típico melodrama latino-americano. Filmes como “O Filho da Noiva” (2001) e “Clube da Lua” (2004), de Juan José Campanella, com exibições nos grandes cinemas multiplex ao redor do mundo e portanto de marcada vocação comercial, se apresentavam, lado-a-lado, de obras como “O Pântano” (2001) e “A Menina Santa” (2004), da cineasta “cult” Lucrécia Martel, que transitava por festivais como o de Cannes e mostras internacionais mais alternativas. Coincidentemente, a Argentina, na passagem dos anos 90 para os 2000, viveu seu mais conturbado período econômico, com o “achatamento” da classe média e a gradual “quebra” de importantes bancos, fazendo com

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluna da graduação do Bacharelado em Fotografia das Faculdades Integradas Barros Melo (AESO). Trabalho realizado em parceria com os alunos Natuza Ferreira, Fernanda Mafra, Ana Creuza Fischer e Júlio Rangel.



que o aparente “pedaço da Europa na América do Sul”, perdesse relevância no cenário econômico mundial.

Neste contexto de crise econômica, a Argentina vê o seu cinema ganhar espaço e reconhecimento mundial, via críticas e grandes festas de premiações. O que seria, um aparente contra-senso, passa a funcionar como um lugar privilegiado para reconhecer como, de fato, o cinema argentino se sustentou ao longo da história e como ele chegou aos anos 2000, ao lado das cinematografias brasileira e mexicana, como relevante pólo de produção filmica. Para isso, este artigo se utiliza de conceitos do pensamento da Escola de Frankfurt, notadamente a idéia de Indústria Cultural para perceber como se processaram as inúmeras instâncias que deram sustentação ao cinema na Argentina. Um dos mais interessantes mecanismos do pensamento da Escola de Frankfurt é justamente perceber como o capitalismo age sobre as formas produtivas e culturais.

### **Indústria cultural: um conceito em expansão**

Por Indústria Cultural entende-se o conjunto de empresas, organizações e instituições que tem como atividade a produção da cultura visando fins comerciais, lucrativos e mercantis. A obtenção do lucro é lógica máxima da Indústria Cultural seguindo os mesmos objetivos da lógica capitalista. O termo foi empregado inicialmente por Adorno e Horkheimer, na obra “Dialética do Iluminismo”, de 1947, em que os autores discorrem sobre a reificação e alienação que esse tipo de cultura, oriunda desses processos industriais, gera. Surge num contexto dominado pela revolução industrial, capitalismo liberal, economia de mercado e sociedade de consumo. Tornando, assim, inevitavelmente, a cultura num produto comercializável.

Theodor Adorno chama de Indústria Cultural ao que anteriormente definia-se como "cultura de massa". Não é um tipo de cultura que surja espontaneamente do povo, nem que se possa considerar como cultura popular. A Indústria Cultural é dirigida para o consumo das massas segundo um plano preestabelecido, seja qual for a área para a qual essa produção se dirija (rádio, TV, cinema, entretenimento), onde há uma estreita relação entre a produção e o consumo. Em termos culturais, essa relação faz com que aquilo que é culturalmente produzido assemelhe-se a qualquer produto industrializado, objetivando levar esse produto ao público consumidor. Para a Indústria Cultural, tanto faz que este produto seja de qualidade ou não, o que importa é que chegue às massas. Toda essa estratégia de divulgação e consumo propicia a manipulação também dos meios de



comunicação, os quais têm o poder de criar, no público-alvo, necessidades de consumo. (WOLF, 1999, p. 98)

Nesse contexto, é interessante observar o inegável e constante crescimento, estruturação e solidificação dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Que se modificam a cada dia, adquirem novas formas, se adaptam as novas tecnologias e formas de vida, são mutáveis e precisos, estão presentes no nosso cotidiano agindo sempre a serviço do capital, determinando e influenciando cada vez mais a sociedade, seja na moda, na música, no cinema, na TV, numa busca constante por novos mercados, impondo valores e visões de mundo. Os produtos da Indústria Cultural, o cinema, o rádio, a televisão, as artes gráficas são controlados pelos produtores capitalistas (e muitas vezes também “monopolistas”), que são, em grande maioria, pertencentes à ordem dominante e hegemônica. Como essa produção é centralizada no interesse lucrativo, impõe-se um determinado padrão a ser mostrado.

“A Indústria Cultural produz uma padronização e manipulação da cultura, reproduzindo a dinâmica de qualquer outra indústria capitalista, a busca do lucro, mas também reproduzindo as idéias que servem para a sua própria perpetuação e legitimação e, por extensão a sociedade capitalista como um todo”. (VIANA, 2003, p.01).

Assim, é neste intrincado contexto que o cinema e sua Indústria Cinematográfica estruturam-se, passando a fazer parte do sistema da Indústria Cultural, ficando nas mãos dos modelos capitalistas de criação, distribuição e exibição dos produtos.

### **Sobre a Indústria do Cinema**

Por Indústria do Cinema devemos entender que é o conjunto de empresas envolvidas nas diversas etapas de fabricação de produtos artísticos e técnicos de cinema, vídeo e outros meios audiovisuais. Estas empresas são, entre outros, das seguintes naturezas: estúdios cinematográficos, produtoras de cinema e vídeo, distribuidoras, circuitos e salas de exibição, prestadoras de serviço a produções, aluguel de figurinos, aluguel de cenários e peças cenográficas, aluguel de equipamentos de fotografia, luz e som, aluguel de animais treinados, dublês. A “fantasia” do cinema que mexe com a imaginação das pessoas é a mesma que movimenta bilhões de dólares na economia global.



O filme é, ao mesmo tempo, obra de arte e empreendimento comercial, criação do espírito e produto duma técnica de recursos delimitados. Durante a gestação de uma obra cinematográfica intervêm, sem cessar, contingências financeiras, econômicas, materiais, que impõem limites à sua concepção e métodos à sua realização. (CLAUDE, 1982).

A indústria cinematográfica se transformou em um negócio importante em países como os Estados Unidos e a mais poderosa indústria cinematográfica do planeta: Hollywood (maior produtor em número de filmes por ano e o que possui a maior economia cinematográfica tanto em seu mercado interno quanto no volume de exportações). No entanto, em outras partes do mundo, sobretudo em países ditos periféricos, vemos uma vocação cinematográfica que tenta se assemelhar aos modelos de produção de Hollywood: na Índia, com a “Bollywood”, a “Hollywood” de Bombaim, com seus filmes musicais e a Nigéria, com a “Nollywood”.

A concorrência na indústria, a descentralização da produção, o surgimento de novos modelos de distribuição, a crescente internacionalização da indústria cinematográfica, tanto em termos de público quanto de talentos para a produção cinematográfica; o surgimento de um estilo mais pessoal de produção cinematográfica independente nos últimos anos; o mercado para filmes estrangeiros; e os efeitos da internet e da revolução digital no modo como os filmes são feitos e distribuídos são alguns exemplos dos debates e novos caminhos que cercam esta indústria.

“Cabe esclarecer que a sétima arte foi fruto da Revolução Industrial, das inovações tecnológicas ocorridas no século XIX, inovações que foram patrocinadas pela burguesia. A Indústria Cinematográfica nas primeiras décadas do século XX desenvolve-se rapidamente e toda lógica interna, seja nas distribuições das películas ou nas montagens dos mesmos, voltam-se para a reprodução da ideologia dominante e da obtenção e repetição do sucesso nas bilheterias capazes de agradar o público e promover o lucro.” (SANTOS, 2006).

A indústria cinematográfica tem como grande parte da fonte de renda o merchandising e patrocínios que o filme recebe de determinadas empresas ou pessoas interessadas em endossar o projeto de filmagem. Os países desenvolvidos fazem questão de implementar políticas para a sobrevivência do cinema. E todos os países que têm cinematografia, com exceção dos EUA e alguns países asiáticos, têm financiamento do Estado, seja esse direto ou indireto; ao contrário, os países subdesenvolvidos não podem se dar ao luxo de manter uma política para o setor.



Em meio a toda essa discussão de produção capitalista (e suas indústrias) é importante fazer uma reflexão crítica sobre os meios de comunicação e da atuação da Indústria Cultural em nosso cotidiano.

O fato é que os meios de comunicação de massa efetivamente oferecem as condições básicas para a divulgação dos elementos reais de uma cultura, mesmo de uma cultura de massa, mesmo de uma cultura oriunda de uma indústria. Mas seus receptores têm de estar preparados para eles. (COELHO, 1987, p. 103).

### **Fragmentos da história do cinema argentino**

A história do cinema argentino guarda como marco inicial o dia 18 de julho de 1896. No Teatro Odeón, em Buenos Aires, aconteceu a primeira exibição cinematográfica no país, usando-se, para tal, a tecnologia emprestada dos irmãos Lumière. Em seguida, começou a importação de câmeras francesas, que abririam espaço para os primeiros entusiastas, como Eugène Py, que veio a se tornar o primeiro a realizar ali uma filmagem – o curta “La Bandera Argentina”. O século XX chegou junto com a inauguração das primeiras salas de exibição. Ganham destaque, naquele momento, noticiários como “La Revista de La Escuadra Argentina” (1901) e “Las Exéquias de Mitre” (1906).

Em 1907, ocorreram os primeiros ensaios de cinema sonoro, onde a imagem era acoplada a um registro sonoro. As temáticas dos filmes limitavam-se a refletir eventos sociais, paisagens, desfiles militares e grandes funerais. O primeiro a realizar uma filmagem de ficção foi Mario Gallo, com “El Fusilamiento de Dorrego”, em 1909. Após essa produção, seguiu-se uma série de trabalhos de caráter histórico, como “La Revolución de Mayo”, primeiro filme de ficção com atores profissionais, e “La Batalla de Maipú”. Neste contexto inicial, ganha destaque no âmbito ficcional o diretor Júlio Raúl Alsina, que faria uma síntese dos atos realizados durante os festejos dos cem anos da Revolução de Maio, com “Facundo Quiroga” e “Cielo Centenário”. Na parte documental, Frederico Valle foi relevante com seu noticiário semanal “Filme Revista Valle”, publicado entre 1916 e 1931.

Os primeiros longas-metragens do país surgiram em 1914 e 1915, com “Amália”, de Enrique García Velloso, e “Nobleza Gaúcha”, de Humberto Cairo. Em 1917, a Argentina produzia o primeiro longa-metragem de animação do mundo “El Apóstol”, de Frederico Valle, que ainda faria “Una Noche de Gala en El Colón”, uma caricatura das



celebridades da época, representadas através de marionetes. As temáticas oscilavam entre dramas, policiais, romance e temas campestres.

### **O tango e o clichê da identidade argentina**

Sabendo que uma das características da Indústria Cultural é se apropriar de elementos identitários de localidades exóticas ou longínquas com o intuito de formatar e facilitar a inserção em mercados transnacionais, o tango, marca mais evidente da identidade “porteña”, não poderia ficar de fora da indústria do cinema. Vale destacar que a temática do tango entra na cinematografia argentina exatamente no momento em que a produtora Argentina Sono Film começa a despertar para esta perspectiva. Nos anos 30, o tango atingiu seu auge na Indústria Fonográfica e a Indústria Cinematográfica “pega carona”. A nova produtora Argentina Sono Film, embora com algumas experimentações não concluídas, produziu o filme “Tango”, em 1933. Esse musical, dirigido por Luis Moglia Barth, contando com atores e cantores como Azucena Maizani, Luis Sandrini, Libertad Lamarque, Mercedes Simone, Tita Merello, Pepe Arias e Juan Sarcione, foi a primeira produção sonora integral para um filme argentino. No mesmo ano, a companhia Lumilton estreou o filme “Los Tres Berretines”, de Enrique Susini, em que apareciam retratados o tango, o futebol e o cinema. Luis Sandrini tornara-se a grande estrela do cinema argentino. O cinema era cada vez mais popular e integrado com a vida cotidiana dos espectadores. As citadas produtoras já contavam com estúdios particulares e produziam dezenas de filmes por ano, exportando-os para toda a América latina.

Vale destaque o diretor Augustín Ferreyra, especialista em filmes com temas de tango sobre uma atmosfera suburbana. Entre seus trabalhos, “Muñequitas Porteñas” foi o primeiro filme com áudio e voz sincronizada rodado na Argentina. Alguns autores e filmes de destaque na época: Manuel Romero (“La Vida es Un Tango”, “La Muchacha del Circo”, “Fuera de la Ley”, “Noches de Buenos Aires”, “Los Muchachos de Antes no Usaban Gomina”); Mario Soffici (“Prisioneros de la Tierra”), Leopoldo Torres Ríos (“La Vuelta al Nido”, “Aquello que Amamos”), Luis César Amadori (“Dios se Lo Pague”, “Almafuerte”, “Hay que Educar a Nini”) e Francisco Mugica (“Así es La Vida”, “Los Martes”, “Orquídeas”).

Neste contexto, também se multiplicaram as comédias leves e dramas, especialmente dirigidos para o público feminino, que lotava as salas. Nos anos 40, surgiu a cooperativa Artistas Argentinos Asociados, onde se agrupou grande parte da indústria

cinematográfica do país. Na extensa filmografia desta época, vale destaque especial para o filme de “Lucas Demare, La Guerra Gaucha” (1942), um retrato da epopéia do cinema argentino. Entretanto, a chegada da Segunda Guerra Mundial prejudicou sensivelmente a importação de matéria prima, o que motivou a crescente intervenção do Estado no financiamento e distribuição de filmes virgens. Foi uma época sofrível para o cinema argentino.

## **O Estado entra em cena**

Em 1957, foi promulgada a Ley de Cine, e criou-se o Instituto Nacional de Cinematografía (INC), que antecedeu o atual Instituto Nacional do Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Nesta época, diretores como Leopoldo Torre Nilsson (“La Casa del Ángel”, “La Mano en la Trampa”) e a dupla composta por Fernando Ayala e Héctor Olivera (“El Jefe”, “El Candidato”), firmaram-se e abriram caminho para a chamada “Generación del 60”, com diretores independentes que atuavam fora do sistema de estúdios. Outros nomes desta geração: Simón Feldman (“El Negoción”), José Martínez Suárez (“Dar la Cara”), René Mugica (“El Hombre de la Esquina Rosada”), Lautaro Murúa (“Shunko”) e Manuel Antín (“La Cifra Ímpar”).

No fim da década de 60, começou a aparecer o cinema alternativo e experimental, conduzido por diretores que vieram da publicidade e de cinema de denúncia social, que teve como ícone o grupo Liberación, do qual participaram Fernando Pino Solanas e Octavio Gettino (“La Hora de los Homos”), liberando inclusive seus trabalhos para exhibições clandestinas. Fernando Birri iniciou o cinema documental de conteúdo social (“Tire Dié”, “Los Inundados”) e também nesta época teve início a carreira do ator, cantor e diretor Leonardo Favio (“Crónica de Un Niño Solo”, “El Dependiente”).

Com o retorno da democracia, em 1973, o cinema argentino teve um grande momento, tanto no âmbito da crítica quanto no âmbito popular. Foi o fim à censura da ditadura e o INC passou a ser presidido por um homem do cinema: Manuel Antín. Foi um momento de regeneração, tanto para autores reintegrados ao país quanto para os que estavam surgindo. María Luisa Bemberg e Luis Puenzo concorreram ao Oscar com “Camila” e “La Historia Oficial”, respectivamente. Fernando Pino Solanas retornou ao país (“Tango: El exilio de Gardel”) e surgiram Eliseo Subiela (“Hombre Mirando al Sudeste”) e Miguel Pereira (“La Deuda Interna”), entre outros. Todos eles ganharam prêmios internacionais, sendo elogiados pela crítica e público em várias partes do mundo.



Em 1995, com a sanção da Nueva Ley de Cine, que obriga ao cinema e à televisão a captar recursos para financiar produções, estabelecendo regimes de co-produção internacionais, a filmografia argentina tomou um novo rumo. Surgiu então uma nova geração de autores que renovaram, estética e argumentalmente, o cinema do país. Entre eles vale, o destaque para Fabián Bielinsky (“Nueve Reinas”), Lucrecia Martel (“La Ciénaga”), Pablo Trapero (“Mundo Grúa”) e Juan José Campanella (“El Hijo de La Novia”). Estes novos produtores obtiveram inúmeros prêmios e estão trazendo um novo horizonte para a produção cinematográfica argentina do vigente século XXI.

### **Produção, exibição e distribuição**

Na década de 70, com o fechamento das salas de cinema com ingresso reduzido e a abertura dos sistemas comerciais de exibição, houve o privilégio de um perfil de consumidores de cinema de classes mais altas, o que acabou fortalecendo a rentabilidade comercial das grandes *majors*, que são distribuidoras filiadas aos estúdios americanos. As empresas exibidoras estrangeiras costumam a apresentar filmes *blockbuster*, que estreiam simultaneamente em centenas de cidades nos cinco continentes.

Com o intuito de defender o cinema nacional diante do domínio do cinema norte-americano, o qual ocupava quase 90% das salas, o INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales), em 1994, assinou uma resolução que regulamenta a cota de exibição. Segundo as novas normas, os exibidores são obrigados a estreiar e manter filmes nacionais em cartaz, assim abrindo um terreno para o crescimento da produção cinematográfica interna. A resolução determinava que os cinemas deveriam garantir pelo menos um filme nacional por sala de estréia em cada trimestre, o que significa dizer que por exemplo, um multicine com 12 salas, teria que estreiar 12 filmes por trimestre. Apesar de reduzidas, o INCAA, também administra salas próprias na capital, que exibiam filmes nacionais.

Outras medidas foram tomadas pelo INCAA, como o Fundo de Fomento Cinematográfico, taxas que geram receitas. Essas taxas são cobradas de três fontes: 10% sobre o preço da bilheteria do cinema; 10% sobre venda ou aluguéis em locadoras de fita e DVD; 25% da renda do Comitê Federal de Radiodifusão, que regula o rádio e a televisão. Os subsídios disponibilizados à produção estão diretamente ligados com os resultados de bilheteria. No caso, filmes de melhor resultado de bilheterias podem ter orçamentos mais elevados. Mas é o subsídio de Recuperação Industrial, no qual os filmes são selecionados





por uma comissão para poder adquiri-lo, que a maioria dos cineastas independentes utilizam para a produção de seus filmes.

Essa medida possibilitou o financiamento, através de créditos e subsídios, de produções nacionais e o incentivo ao surgimento de novos realizadores. Festivais surgiram tornando-se grandes centros de difusão de jovens cineastas da “nova onda argentina”. Primeiro, o Festival de Mar Del Plata, que voltou à ativa depois de mais de 20 anos, em seguida outros, como o Festival de Cinema Independente de Buenos Aires (Bafici).

Nos últimos anos, os filmes dos jovens realizadores argentinos têm tido uma grande importância nos festivais de cinema, graças a quantidade de filmes exibidos fora do país, aos prêmios obtidos, gerando assim expectativas de críticos e de programadores internacionais. A Argentina vive um momento importante em sua escala de reocupação do produto nacional. Hoje, os filmes argentinos têm lugar garantido em circuitos de arte no mundo inteiro.

### **Entre o comercial e o alternativo**

Desde os anos 40, o cinema argentino é tido como vigoroso pela crítica latino-americana e européia. Não podemos esquecer que sem o trabalho dos diretores nada disso teria ocorrido. Inspirados pela crise que assolou a Argentina há poucos anos, os diretores proporcionaram ao país a chamada “buena onda”, nome de batismo dado a nova safra de filmes latino-americanos e que teve seu “boom” por volta do ano 2000. Filmando em 35mm, eles nos apresentam histórias focadas no ser humano, daquelas que poderiam ocorrer com qualquer um e em qualquer lugar do mundo, utilizando, como pano de fundo, os efeitos da crise no país.

Algumas vezes criticados por não fazerem um cinema que apresenta um engajamento político consciente e definido, os novos diretores afirmam que nunca tiveram tal interesse. Adrian Caetano, um de seus representantes, sempre declarou sua preferência pelo cinema de gênero e afirmou que só se aproximou da realidade porque esta lhe pareceu inevitável. Retratar o que estava acontecendo não foi uma opção planejada e sim um movimento natural. Ao longo deste trabalho, identificamos dois grupos de obras argentinas que dialogam com o conceito de Indústria Cultural: uma essencialmente mais comercial e que é exibida nos circuitos do Multiplex e outra, mais alternativa, que está sempre nos cinemas de arte ou no circuito de exibição menos *mainstream*.



## **Um diretor mais comercial**

Juan José Campanella seria um cineasta mais comercial na tradição contemporânea do cinema argentino. Nasceu em 1959, em Buenos Aires e seu primeiro filme, “Prioridad Nacional”, foi rodado em 1979. Passou quatro anos estudando nos Estados Unidos e após finalizar, lançou seu segundo longa, “Victoria 392”. Em 1999, de volta à Argentina, Campanella filmou “O Mesmo Amor, a Mesma Chuva”, firmando a primeira de três parcerias com o ator Ricardo Darín, repetindo a fórmula em “O Filho da Noiva” (2001) e “Clube da Lua” (2004). Juan José Campanella é o que se pode reconhecer como um cineasta comercial argentino. Seus filmes têm marcações de gênero (comédias dramáticas e romances) e ocupam sistemas de exibição comerciais transnacionais.

## **Uma diretora mais alternativa**

Lucrecia Martel é o que podemos reconhecer como uma diretora mais “cult” e “de arte” do cinema argentino. Nascida a 1966 na cidade de Salta, começou a se envolver logo cedo com o ato de filmar: ainda na infância seu pai resolveu comprar uma câmera para registrar imagens familiares. Assim, Martel passou a filmar a movimentação dos moradores da casa, deixava a câmera ligada na cozinha por horas seguidas esperando que as pessoas passassem na frente dela; era quase compulsividade, como a mesma definiu. Filmou seu primeiro longa, “O Pântano”, em 2001, em que a linguagem surge com uma postura quase documental (câmera na mão, corte abrupto, falta de rigor no enquadramento). Em seu segundo filme, “A Menina Santa”, de 2004, Lucrecia toca em pontos delicados como sexualidade e religião de um modo muito sutil. Pela temática e pelo circuito de exibição, podemos notar a vocação mais alternativa da cineasta.

## **Apontamentos de conclusão**

A história da indústria cinematográfica da Argentina vai da visita ao país dos irmãos Lumière até a atualidade, quando são estreadas quase sessenta obras por ano. Hoje, o país tem seu lugar reservado nos principais festivais do mundo: Berlim, Cannes, San Sebastián e Veneza. Nos últimos anos, conseguiu importantes prêmios e indicações em cada um deles. Três palavras vêm à mente quando se fala de cinema argentino: prêmios, talento, criatividade. Um bom termômetro para medir a importância que a Argentina dá ao cinema é a considerável quantidade de festivais e outras exibições. A formação de leis



audiovisuais, além das iniciativas de co-produção são essenciais para o desenvolvimento do cinema argentino.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; BENJAMIN, W.; LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. 3.ed. Rio de Janeiro: EUD, 1982.

CLAUDE, Robert. BACHY, Victor. TAUFOR, Bernard. **A panorâmica sobre a 7ª arte**. 1.ed. São Paulo: Edições Loyola, 1982.

COELHO, T. **O que é indústria cultural**. 7.ed. São Paulo: Kosmos, 1985.

LUNA, F. **Argentina: de Perón a Lanusse : 1943-1973**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974.

RIBEIRO, M.; MORAES, A. **Tango**. 8.ed. São Paulo: Érica, 1998.

SANTOS, Jean Isídio. **O Cinema e a Indústria Cultural**. In: Revista Crítica do Cinema. ano01, n.1, dezembro.2006.

SARLO, B. **Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, Arte e Vídeo-Cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

TURNER, G. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997.

VIANA, Nildo. **Reflexões sobre a Indústria Cultural**. In: Revista Humanidades em Foco. n° 3, abril/junho.2004.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 5.ed. Lisboa: Presença, 1999.