

CINEMA E COMUNICAÇÃO: UMA ANÁLISE SOBRE A IMPORTÂNCIA DO AUDIOVISUAL DENTRO DA PRODUÇÃO EDITORIAL



<https://doi.org/10.22533/at.ed.5171125050315>

Data de aceite: 18/11/2025

Luíza Machado Teixeira

Acadêmico(a) do curso de Comunicação Social - Produção Editorial Universidade Federal de Santa Maria

Naura Letícia Nascimento Coelho

Professor orientador da Universidade Federal de Santa Maria.

RESUMO: O presente artigo buscou apresentar sobre o papel do cinema como material pedagógico para acadêmicos do curso de Produção Editorial, tendo como base os audiovisuais “Almost Famous” e “Sex and the City”, trazendo a relação do curso com as produções cinematográficas, mostrando como a comunicação social está inserida nelas, seja dentro ou fora das telas. No âmbito de uma pesquisa qualitativa e de natureza exploratória, foi investigado, através de uma abordagem teórica e com foco na análise fílmica e documental, como os principais temas inseridos nos audiovisuais, tanto nas suas produções quanto nas suas tramas, podem estar presentes dentro da sala de aula, na intenção de engrandecer o ramo do produtor editorial, propondo um novo olhar para professores e alunos do curso, ajudando na educação, no ensino e

no futuro profissional do estudante. O artigo concluiu que tanto o filme quanto a série são fontes de ensino, podendo ser aplicado em uma sala de aula, uma obra cinemática a ser analisada para mais do que a sua trama, mas sim pelos seus personagens, suas produções e suas experiências através de como foi feito até chegar ao resultado final.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema. Educação. Comunicação. Produção Editorial.

COMMUNICATION AND CINEMA: AN ANALYSIS OF THE IMPORTANCE OF AUDIOVISUAL WITHIN EDITORIAL PRODUCTION.

ABSTRACT: This article sought to present the role of cinema as a teaching material for students in the Editorial Production course, based on the audiovisuals “Almost Famous” and “Sex and the City”, bringing the relationship between the course and film productions, showing how social communication is inserted in them, whether on or off screen. Within the scope of a qualitative and exploratory research, it was investigated, through a theoretical approach and focusing on film and documentary analysis, how the main themes inserted in

audiovisuais, both in their productions and in their plots, can be present in the classroom, with the intention of enhancing the field of editorial production, proposing a new perspective for teachers and students of the course, helping in education, teaching and in the professional future of the student. The article concluded that both the film and the series are teaching sources, and can be applied in a classroom, a cinematic work to be analyzed for more than its plot, but rather for its characters, its productions and their experiences through how it was made until reaching the final result.

KEYWORDS: Cinema. Almost Famous. Sex and The city. Editorial Production.

INTRODUÇÃO

Que a comunicação social está presente em diversos cenários do dia a dia da sociedade já é de se saber, mas e a comunicação social dentro do audiovisual, principalmente no cinema, está inclusa?

Do exposto, desde a sua criação, o cinema expandiu o mundo da arte, da edição e, também, da comunicação, isto se deu pelo fato de exigir aspectos que transitam por diversos ramos até a sua concretização. A forma de se comunicar na produção do cinema é de suma importância para que estudantes na área de comunicação social tenham contato com essa sétima arte. Existem pesquisas dentro da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) que englobam o cinema com a educação nas quais são necessárias para estudos e conhecimento do assunto, como por exemplo o artigo *O cinema como inovação pedagógica na escola* (GARCIA, 2010), que analisa as formas de utilizar o cinema como ferramenta pedagógica e sua eficiência como recurso midiático educacional. Porém, há uma lacuna em relação a esse formato de ensino dentro da universidade, na área de comunicação social, principalmente no curso de Produção Editorial.

Conforme o supracitado, o presente artigo tem como objetivo geral falar sobre a relação da Produção Editorial com o audiovisual e como a comunicação social está inserida em uma produção cinematográfica, seja dentro ou fora das telas, em especial as produções dos anos 90/2000. Existem diversos filmes que trabalham com a comunicação social incluída no roteiro, na direção, na produção e na trama, utilizando como exemplo o filme “Almost Famous” dirigido por Cameron Crowe e a série “Sex and the City”, nos quais todos tem comunicadores, em diferentes setores, presentes nas suas histórias.

Com isso, o artigo pretende especificar o que os audiovisuais mencionados acima como exemplo transmitem para os comunicadores sociais e como esses podem ajudar durante a caminhada acadêmica e profissional de estudantes dessa área, assim trazendo uma maior inclusão sobre as produções cinematográficas dentro do curso de Produção Editorial, entendendo como o presente tema ajuda a desenvolver novas ideias e criações em relação a estudos e trabalho.

O presente artigo justifica-se pela importância e necessidade de incluir e tratar sobre este assunto na atualidade, no mundo globalizado em que se vive, onde a tecnologia está

inserida na vida de todos, onde a arte vive e persiste, e de alguma forma contribuindo para uma vida em sociedade cada vez mais crítica e construtiva. Neste contexto, a comunicação é o elo principal para estas relações, é a grande aliada para realizar esta construção de ideias e identidades visuais. A pesquisa contribui de forma positiva para estudantes e graduados na área de comunicação social que tenham interesse em incluir o cinema na sua vida acadêmica e futura vida profissional, como também oferece um novo olhar para comunicadores e professores da área, na intenção de abrir os horizontes para maior conhecimento no assunto.

REVISÃO DA LITERATURA

Para a construção desta revisão literária, foi realizada uma pesquisa com análise em artigos inseridos na base de dados, Google Acadêmico, utilizando os termos “cinema”, “comunicação social”, “Sex and the City” e “cinema na comunicação”. Com o propósito examinar e entender a importância do conhecimento do cinema como um meio de comunicação social, assim como seu papel dentro da educação, com foco nos cursos de comunicação social, especificamente o de Produção Editorial.

Dito isso, é importante destacar que o cinema é visto como um meio importante dentro da comunicação social, sendo uma mídia de massa impactante desde os finais do século XIX, demonstrando a necessidade de o cinema ser visto mais do que uma arte e uma forma de entretenimento, mas também como um grande exemplo da comunicação (Cunha, 2011).

Assim, é importante destacar alguns dos estudos encontrados na base supracitada, Quadro 1, a seguir.

Título	Autor (es)	Ano de Publicação	Link
Relações Públicas no Cinema: o Uso de Filmes e Séries Como Recursos Didáticos	Daniel Reis Silva e Marcio Simeone Henriques	2020	https://revistas.usp.br/organicom/article/view/167009/161259
Edição, Livros e Leitura no Cinema: um Olhar Editorial Sobre a Tela Grande	Letícia Santana Gomes	2024	https://periodicos.ufsm.br/gutenberg/article/view/85570/62860

Cinema e Educação: A Emergência do Moderno nos Anos 1920 e 1930	Rosana Elisa Catelli	2023	https://books.google.com.br/books?id=CGOqEAAAQBAJ&lp-g=PA1920&ots=ddLSzORT0H&dq=Cinema%20e%20Educa%C3%A7%C3%A3o%3A%20A%20Emerg%C3%AAncia%20do%20Moderno%20nos%20Anos%201920%20e%201930&lr&hl=pt-BR&pg=PA1920#v=onepage&q=Cinema%20e%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20A%20Emerg%C3%AAncia%20do%20Moderno%20nos%20Anos%201920%20e%201930&f=false
Product placement em Sex and the City: análise dos efeitos da técnica na 1ª temporada	Laís Garbin Paludo	2024	http://hdl.handle.net/10183/288544

Quadro 1- estudos encontrados na base de dados Google Acadêmico

Fonte: da Autora

Dos estudos supracitados, considero relevante destacar alguns pontos que contribuem com minha linha de pensamento: (Silva, Henriques, 2020), se baseiam no projeto de ensino chamado “Relações Públicas no Cinema” (2018), desenvolvido na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e retratam sobre a importância do uso de obras cinemáticas como material didático na área de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, mostrando que filmes e séries não são apenas entretenimento, mas também veículos para reflexão crítica e utilização pedagógica em cursos superiores de Relações Públicas. A pesquisa utiliza uma abordagem de suma importância que contribui na questão do cinema em conjunto com a educação, principalmente na área de comunicação social.

Também cabe destacar a resenha de (Gomes, 2024), que aborda sobre a complexidade da relação entre cinema e literatura, focando em filmes que falam diretamente do universo editorial. A presente resenha contém uma reflexão aprofundada sobre como o mundo editorial é representado nas telas, influenciando o público a conhecer o processo de produção literária, com relevância em estudos literários, cinemáticos e editoriais, sendo fundamental em pesquisas das áreas de letras, comunicação, cinema e editoração. A resenha cumpre a visão do que se trata o livro, trazendo a defesa de que o cinema pode ser utilizado no campo editorial e, também, como fonte de estudos.

Ao tratarmos o assunto, cinema, (Catelli, 2023), faz uma análise detalhada da relação do cinema com a educação no Brasil durante as décadas de 1920 e 1930, onde destaca o contexto do cinema como ferramenta pedagógica na Escola Nova, movimento educacional influenciado por John Dewey e por pensadores como Anísio Teixeira. A obra aborda o cinema como meio eficaz para a educação na época, modernizando o ensino e o tornando mais dinâmico, destacando também a Revista Cinearte, com um dos veículos

importantes no contexto social e educativo com a aplicação do cinema nas escolas, sendo uma ferramenta de transformação cultural, assim como o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) em 1937, que esteve presente no incentivo de institucionalizar o uso do cinema na educação brasileira. Concluindo, o livro resulta com uma compreensão aprofundada de como o cinema foi integrado à educação no Brasil nas referentes décadas, tendo em conta a importância do cinema no ensino com uma análise crítica sobre os projetos educacionais da época, entendendo as implicações sociais e políticas, sendo assim uma leitura essencial para interessados na história da educação e do cinema no país.

Cabe ainda, destacar o artigo de (Paludo, 2024), em que analisa a aplicação da publicidade indireta, exclusivamente na 1ª temporada da série *Sex and the City*, focando nas inserções de marcas de moda e na sua relação com a narrativa e a construção de cada personagem, investigando assim como as marcas foram inseridas, qual abordagem é usada e qual o contexto de suas aparições ao decorrer da série. Sendo assim, a análise demonstra a integração de marcas verdadeiras que contribui para a autenticidade da trama, dialogando com as personagens e suas personalidades, registrando os valores culturais da época e da série. O estudo também explora a interseção da moda e comunicação, gerando um recurso narrativo com identificação com o público, afim de enriquecer a experiência audiovisual.

Portanto, as pesquisas supracitadas contém importantes conteúdos, onde a maioria adapta o cinema como uma fonte de ensino, alguns em cursos de comunicação social, demonstrando diferentes e diversos formatos pedagógicos, na intenção de apresentar que a produção cinematográfica pode sim estar em conjunto com a educação, principalmente durante a caminhada acadêmica de futuros comunicadores sociais.

Dito isso, considero, frente aos resultados encontrados, que há lacunas em relação ao curso de Produção Editorial, pois dois dos artigos focam apenas em outros estudos da área, como por exemplo *Relações Públicas* (Silva, Henriques, 2020) e *Publicidade e Propaganda* (Paludo, 2024), como também apenas um dos artigos foca em obras cinematográficas específicas (Paludo, 2024), porém sem relação com a Produção Editorial, tendo uma lacuna nas produções dos anos 90/2000 com o curso citado.

Nenhuma pesquisa demonstra esse importante formato de ensino, que é o cinema, como também nenhum filme e/ou pesquisa em relação ao curso de Produção Editorial, tendo então essa lacuna na questão da representatividade do Editorial nas obras cinemáticas. Por isso, essa pesquisa é necessária para entender o consenso entre esses dois tópicos e o quanto eles conversam, tal qual o cinema com os outros cursos de comunicação social. Sendo assim, esse artigo visa suprir essas lacunas verificadas nos estudos, com a intenção de possibilitar maior conhecimentos em conjunto com as respectivas pesquisas.

MÉTODO

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, de natureza exploratória, com abordagem teórica e com foco na análise fílmica e documental. Tendo um estudo bibliográfico, o artigo analisa as pesquisas presentes na revisão de literatura de forma interpretativa e os audiovisuais “Almost Famous” e “Sex and the City”, com o objetivo de acrescentarem fontes de conhecimento e fundamentos no estudo.

Apesquisa foi conduzida seguindo os preceitos da abordagem, que visa compreender fenômenos a partir da interpretação de outros artigos. De acordo com Alves-Mazzotti (1998) e Lüdke & André (1986), a análise documental, no contexto da pesquisa qualitativa, constitui um método importante seja complementando informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema. O artigo trata-se também de uma investigação exploratória, uma vez que busca levantar informações e construir um entendimento inicial sobre o objeto de estudo, conforme definido por Gil (2008).

Com isso, a análise documental foi realizada através da coleta de dados utilizando o Google Acadêmico, selecionando com base em critérios de atualidade, autoria qualificada e relevância temática. Além disso, também foi feita uma análise fílmica a partir das obras citadas acima.

Por se tratar de uma pesquisa documental e fílmica, com base em fontes públicas, não houve envolvimento direto com seres humanos, não sendo necessário o envio de nenhum tipo de formulário. Além disso, os documentos e os audiovisuais foram analisados com base em princípios de integridade acadêmica, garantindo a citação adequada das fontes e evitando qualquer forma de plágio ou uso indevido de formações.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este artigo examinou o filme “Almost Famous” e a série “Sex and the City”, ambas produções dos anos 90/2000, utilizando tanto as suas histórias, quanto as suas formas de produção, afim de entender a forma de utilizá-los como fontes de estudos para o curso de Produção Editorial.

Verificou-se que, por serem audiovisuais com histórias de jornalistas e escritores, eles trazem diversas maneiras de um produtor editorial se encaixar nesses meios, na intenção de melhorar seus serviços, trazendo novas oportunidades e experiências para acadêmicos e graduados deste campo.

Dirigido por Cameron Crowe, o filme “Almost Famous” se passa na década de 1970, quando William Miller, um adolescente de 15 anos, tem a oportunidade de realizar o seu sonho acompanhando a turnê da banda Stillwater como jornalista. As matérias que o garoto cria chamam atenção da revista Rolling Stones, que convida para viajar com o grupo.

Tendo uma mãe superprotetora que acredita que o mundo do rock é dominado por drogas e sexo, William ignora os seus conselhos e faz amizade com os músicos, seus fãs e uma garota especial.

É importante destacar esse filme dentro do campo editorial, pois, além de sua história ser contagiante e inspirada em um acontecimento real do próprio diretor da trama, ele traz em questão a revista Rolling Stone (Figura 1 e Figura 2), existente na vida real, antiga e que faz fama desde os dias de hoje.

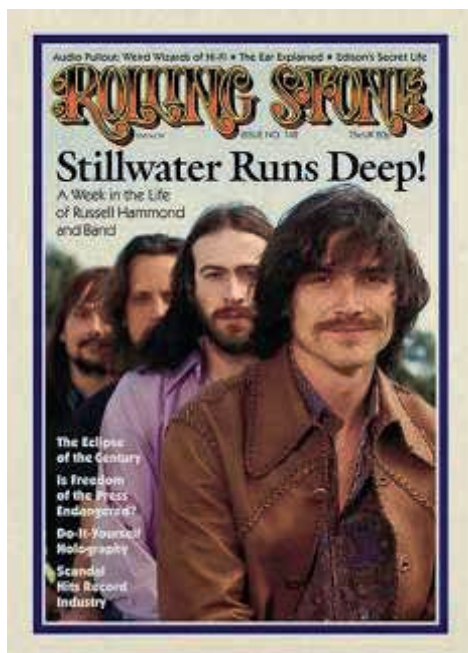


Figura 1: *Stillwater Rolling Stone Cover (Almost Famous)*

Fonte: Pinterest (perfil: Meghan Burke) Disponível em: <<https://pin.it/2v326puxZ>>

Acesso em: 20 jun, 2025.



Figura 2 - *Stillwater Rolling Stone* Cover (Almost Famous)

Fonte: Pinterest (perfil: Julia Phillips) Disponível em: <<https://pin.it/1SIO1TgVA>>

Acesso em: 20 jun, 2025.

Com isso, entende-se que sem a revista, nada dessas vivências ocorridas com o personagem William teriam acontecido. Em diversas cenas do filme a revista é destacada, mostrando o seu design, suas ideias de capas e a forma como a matéria do personagem deve ser contada para atrair os leitores, Figura 3 a seguir.



Figura 3 - *Almost Famous* (2000). Revista *Circus*.

Fonte: Pinterest (perfil: ClaudiaPaige) Disponível em: <<https://pin.it/2oPGhXgnu>> Acesso em: 20 jun, 2025.

Isso demonstra como é criado o processo de criação de conteúdo, enfatizando a pesquisa e a apuração de informações, a relação de Willian com fontes e a questão da redação e da edição. Além disso, outro ponto a destacar é a curadoria do produto e do conteúdo, dando foco no cuidado com a linha editorial, destacando temas fundamentais inclusos no curso de Produção Editorial, Figura 4.



Figura 4 - *Stillwater Rolling Stone Cover (Almost Famous)*

Fonte: Pinterest (perfil: Savannah Avitia) Disponível em: <<https://pin.it/5a3mg0Rbj>> Acesso em: 20 jun, 2025.

Dentro disso, o filme mostra uma ligação do mercado editorial com a imprensa cultural, Figura 5.



Figura 5 - Matéria do Jornal no filme: “Buy this fucking album!” (Almost Famous)

Fonte: Pinterest (perfil: Kayla Leonard) Disponível em: <<https://pin.it/jDrPpQI39>>

Acesso em: 20 jun, 2025.

A imagem supracitada, ajuda a entender tanto a função social da imprensa quanto como funcionavam as grandes revistas da época e qual eram as suas relações com artistas, gravadores, público e, principalmente, jornalistas/escritores. Além disso, a trama traz na tela, junto com a tensão de Willian para entregar a sua matéria, a questão da lealdade, ilustrando o papel do editor e do redator na entrega de conteúdos honestos e nos interesses comerciais e editoriais.

Por conta da história ser inspirada em um fato que realmente ocorreu e de incluírem uma revista que é existente até hoje, isso faz com que tanto a produção do filme quanto a história de seus personagens, Figura 6, podem ser inclusas nos materiais didáticos do curso de Produção Editorial, a fim de somarem na educação, nos estudos e nas demais pesquisas realizadas. A vivência do diretor traz uma trama com experiência, produção, escrita e sucesso, mostrando o quanto o ramo da comunicação é importante e consiste há anos no mercado.



Figura 6 - Michael Angarano (ator), Patrick Fugit (ator) e Cameron Crowe (diretor) - *Almost Famous*

Fonte: Pinterest (perfil: wups) Disponível em: <<https://pin.it/6LzHcLTiJ>> Acesso em: 20 jun, 2025.

Entrando na série “Sex and the City”, criada por Darren Atar, a história se passa em Nova York, onde a colunista Carrie Bradshaw e suas melhores amigas Samantha, Charlotte e Miranda exploram os altos e baixos do mundo dos solteiros na cidade. São mulheres bem-sucedidas, no auge de suas belezas e, principalmente, unidas por uma grande amizade.

O principal motivo da escolha da série para o artigo é o fato de se ter duas personagens principais que trabalham dentro da comunicação, sendo a Samantha, na qual trabalha com relações públicas e, principalmente, a Carrie: escritora, colunista do principal

jornal de Nova York com a coluna “Sex and the City” e, depois, autora de um livro. Embora o foco principal da série não seja a questão dos trabalhos das personagens, ela traz um foco enorme nas histórias escritas pela Bradshaw, mostrando a sua forma de escrever, suas fontes e vivências.

A série demonstra a narrativa editorial e a escrita de colunas, trazendo em questão o gênero editorial, o processo criativo e a leitura do público-alvo (Figura 7). Todos esses elementos mostram como a escrita de Carrie é realizada a partir da observação que a personagem faz do cotidiano e de suas experiências, transformando tudo isso em texto, com uma escrita subjetiva, tratando de temas sociais, afetivos e culturais, mas mantendo uma voz editorial consistente, as quais chamam mais atenção de mulheres independentes, jovens- adultas, sendo então uma linguagem adaptada ao público (Figura 8).



Figura 7 - Jornal “The New York Star” (SATC)

Fonte: Pinterest (perfil: S Davudova) Disponível em: <<https://pin.it/3SbgBvIJ5>> Acesso em: 20 jun, 2025.

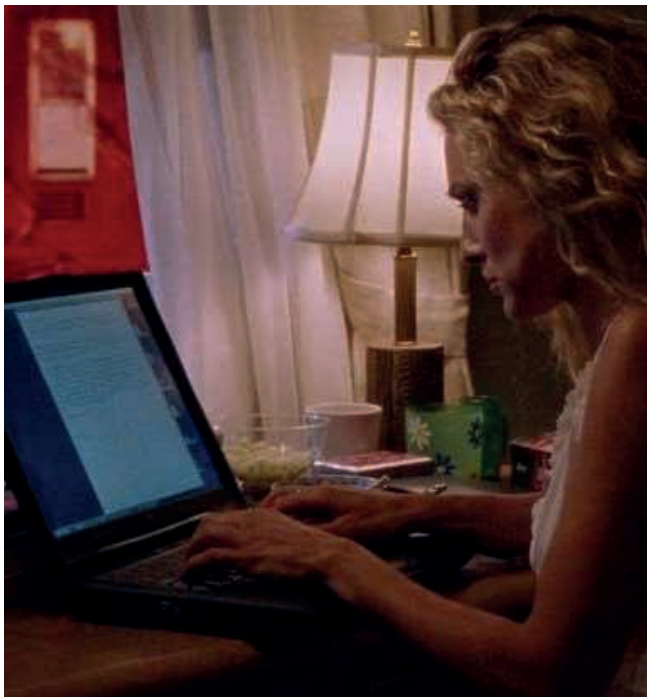


Figura 8 - “Carrie Bradshaw in season 2, episode 18 of satc” (SATC)

Fonte: Pinterest (perfil: every satc outfit) Disponível em: <<https://pin.it/77NmZvgf8>> Acesso em: 20 jun, 2025.

Trazendo essa linguagem subjetiva, a trama cria uma identidade editorial e estilo apenas da personagem, assim como uma identidade visual da série, com figurinos, cenários e trilha sonora, dando referência a uma linha editorial multimodal.

Sendo assim, vale destacar outro ponto importante que se passa na 4ª temporada da série, em que surge a personagem Enid Frick, editora-chefe da revista vogue e que se torna chefe de Bradshaw. A personagem representa a figura de editora que avalia e aprova o trabalho de Carrie (Figura 9 e Figura 10). Uma mulher mais velha e experiente que traz a grandeza que uma editora deve ter, mostrando o papel da mulher no campo editorial.



Figura 9 – Matéria *Sex an the City* da personagem Carrie Bradshaw no jornal (SATC)

Fonte: Pinterest (perfil: não encontrado) Disponível em: <não encontrado>



Figura 9 - "Carrie Bradshaw in season 4, episode 17 of satc" (SATC)

Fonte: Pinterest (perfil: every satc outfit) Disponível em: <<https://pin.it/1cNSV9uWS>> Acesso em : 20 jun, 2025.

Além disso, considera-se também que a série em si tem a presença de colunas impressas, revistas de moda, editoras de livro e eventos literários (Figura 11), colocando em cena o editorial nova-iorquino da época, trazendo relação entre moda, consumo e mídia. Esses temas se cruzam com a edição de revistas, branding e curadoria de tendências, que são de extrema relevância no campo da Produção Editorial (Figura 12).



Figura 11 - Capa do livro “Sex and the City” da personagem Carrie Bradshaw

(SATC) Fonte: Pinterest (perfil: Analia Alvira) Disponível em: <<https://pin.it/1TBCpFtjK>> Acesso em: 20 jun, 2025.

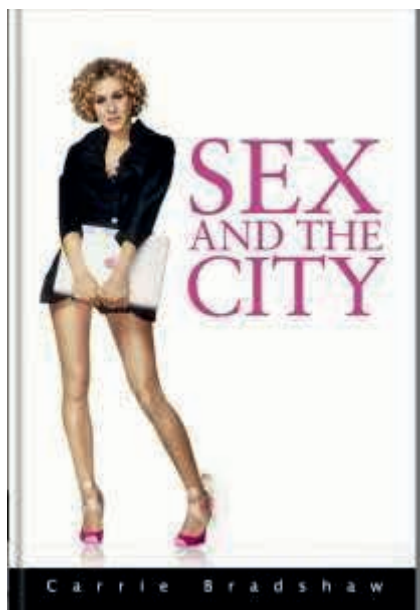


Figura 11 - Capa do livro “Sex and the City” da personagem Carrie Bradshaw

(SATC) Fonte: Pinterest (perfil: Elarmariodelubyjane Luyjane) Disponível em: <<https://pin.it/1tEJXrTW5>> Acesso em: 20 jun, 2025.

A série foi baseada na vida de Candace Bushnell, a verdadeira colunista de “Sex and the City”, a qual escrevia para o jornal The New York Observer. A série foi baseada no livro escrito pela própria colunista, também chamado de “Sex and the City”, que deu vida a Carrie Bradshaw, mostrando a força da mulher no mundo editorial e na escrita.

Por conta disso, tanto a trama em si quanto a produção da série são de suma importância para serem levadas dentro da sala de aula da Produção Editorial, servindo de material para professores e alunos, sendo uma fonte de ensino gigante com diversas referências do mercado editorial. Todas as temporadas da série acrescentam algo novo relacionado ao campo da Produção Editorial, o que engrandece essa profissão, mostrando o quão complexa e abrangente ela pode ser.

CONCLUSÃO

Com isso, conclui-se, a partir dessa análise fílmica realizada sobre as histórias dos referentes audiovisuais, entende-se que tanto o filme quanto a série podem ser muito mais do que apenas entretenimento e sim uma fonte de ensino, um estudo a ser aplicado em uma sala de aula, uma obra cinemática a ser analisada para mais do que a sua trama, mas sim pelos seus personagens, suas produções e suas experiências através de como foi feito até chegar ao resultado final.

Constatou-se também a revisão teórica realizada antes da análise profunda, onde, após feita a pesquisa do tema do artigo, observou-se lacunas na questão do cinema em relação ao curso de Produção Editorial, o que mostra a importância da realização dessa pesquisa, para que se tenham fontes de estudos com o cinema em todos os cursos inclusos na comunicação social.

Concluindo, o cinema jamais será apenas lazer, ele vai muito além disso. Ele engrandece o pensamento e a criatividade. É com o cinema que se multiplica as ideias que percorrem o corpo daquele que cria. Com ele, temos diversas referências e fontes nas quais fazem com que a imaginação se torne realidade. Trazer sobre o cinema, especificamente as duas obras escolhidas, não é apenas por gostar delas e querer aplicar, mas sim por acreditar que essas são materiais que podem ser colocados em prática dentro da sala de aula, principalmente para os amantes do audiovisual, trazendo assim um novo olhar para os acadêmicos e graduados do curso de Produção Editorial.

REFERÊNCIAS

Garcia, Dirce Adriana Sasso. “O cinema como inovação pedagógica na escola.” (2010).

Silva, Daniel Reis, and Marcio Simeone Henriques. “Relações públicas no cinema: o uso de filmes e séries como recursos didáticos.” Organicom (2020).

Gomes, Letícia Santana. "Edição, livros e leitura no cinema: um olhar editorial sobre a tela grande." Gutenberg-Revista de Produção Editorial 4.1 (2024).

Catelli, Rosana Elisa. Cinema e educação: A emergência do moderno nos anos 1920 e 1930. Edições Sesc SP, 2023.

Paludo, Laís Garbin. "Product placement em Sex and the City: análise dos efeitos da técnica na 1ª temporada." (2024).