

Narrativas Jornalísticas e Imaginário Social: A Análise da Cobertura do G1 e da Folha de S.Paulo sobre o Primeiro Mês do Governo Trump em 2025

Ana Laura Ayub Gomes¹
Ellen Cristiane Nogueira²

Resumo

Esta pesquisa analisa como narrativas jornalísticas moldam identidades no imaginário social a partir da cobertura do primeiro mês de governo de Donald Trump, em 2025, pelos veículos G1 e Folha de S.Paulo. O objetivo é compreender como, por meio de diferenças editoriais e narrativas, esses meios representaram Trump e influenciaram percepções públicas sobre sua gestão. A fundamentação teórica se baseia em Anthony Giddens, Cornelius Castoriadis, Manuel Castells, Stuart Hall e Ana Estela de Sousa Pinto. Metodologicamente, foram comparadas reportagens dos dois veículos por meio de uma nuvem de palavras e realizadas três entrevistas com jornalistas da Folha de S.Paulo, G1 e CNN. A partir disso, concluiu-se que as narrativas jornalísticas, ao selecionar e organizar acontecimentos, não apenas informam, mas também produzem significados políticos e moldam imaginários sociais.

Palavras-chave: Trump; narrativas; imaginário; sociedade; identidade.

Introdução

Somos não o que somos, mas o que fazemos de nós mesmos. Não seria correto dizer que o eu é visto como inteiramente vazio de conteúdo, pois há processos psicológicos de formação do eu e necessidades psicológicas, que fornecem os parâmetros para a reorganização do eu (Giddens, 2002, p. 74).

A partir dessa concepção, observa-se que o self, termo utilizado na literatura anglófona, encontra-se em constante processo de reconstrução, sujeito a variações identitárias e perceptivas decorrentes das interações sociais. No campo jornalístico, tal dinâmica manifesta-se por meio da linguagem, dos enquadramentos narrativos e dos contextos que estruturam as notícias. Como

¹ Ana Laura Ayub Gomes é estudante do 2º ano do curso de Jornalismo e pesquisadora do Centro Interdisciplinar de Pesquisa, CIP, da Faculdade Cásper Líbero. Email: analauraayub@gmail.com

² Mestra em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero e especialista em economia pela FIA. Docente do curso de Jornalismo na Faculdade Cásper Líbero. Email: ellencnog@gmail.com

destaca Hall (2016), os significados só podem ser compartilhados por meio de uma linguagem comum, que atua como sistema de representação, sendo central para a produção de sentido.

Nesse contexto, cada palavra, interpretação e organização textual assume significados distintos para o leitor, que, ao receber e interpretar essas mensagens, constrói compreensões específicas da realidade em diálogo com suas próprias vivências.

Dessa forma, o problema que orienta esta pesquisa consiste em investigar de que modo diferentes narrativas jornalísticas moldam identidades e imaginários sociais a partir da análise de 1.059 notícias produzidas pelos veículos G1 e Folha de S.Paulo. Justifica-se, portanto, a pertinência do estudo, uma vez que a compreensão das estratégias narrativas do jornalismo possibilita refletir criticamente sobre a influência midiática na configuração de sentidos e na produção de realidades sociais compartilhadas. Além disso, a pesquisa propõe estimular, entre os profissionais da área, uma reflexão sobre o papel do jornalismo, não apenas como transmissor de informações, mas também como agente constante de transformação social.

Metodologia

Para comprovar essa tese, o primeiro passo da pesquisa consistiu na revisão bibliográfica de autores que discutem identidade, representação e influência midiática, entre eles: Stuart Hall (2016), que destaca como as representações midiáticas moldam identidades por meio de sistemas de significação; Giddens (2002), que traz reflexões sobre como cada interação com diferentes meios dentro da sociedade molda nossa perspectiva; Castoriadis (1982), que aborda como as instituições e regras sociais são continuamente construídas e reinterpretadas através do imaginário coletivo; Castells (1999), onde ele explora a forma como o poder circula na sociedade através das redes sociais; e Ana Estela de Sousa Pinto (2019), que discute a construção das narrativas jornalísticas. A leitura sistemática dessas obras foi acompanhada da elaboração de fichamentos, que serviram como fundamento teórico para a análise das narrativas jornalísticas.

Na etapa seguinte, foi realizada a coleta de 1.059 notícias publicadas pelos portais G1 e Folha de S.Paulo que continham o termo “Trump” no título, no período de 20 de janeiro de 2025 a 20 de fevereiro do mesmo ano. As 392 notícias retiradas do G1 e as 667 notícias retiradas da Folha de S.Paulo compuseram um corpus textual utilizado na elaboração de uma nuvem de palavras, a qual permitiu identificar as 15 expressões mais recorrentes de cada veículo. Esse procedimento possibilitou observar padrões de linguagem e frequência lexical, evidenciando as escolhas narrativas de cada veículo.

Abaixo a nuvem de palavras do G1 e da Folha de S.Paulo respectivamente:

Figura 1 - Nuvem de palavras das notícias do G1 sobre Donald Trump



Fonte: Elaborado pelas autoras

Figura 2 - Nuvem de palavras das notícias da Folha de S.Paulo sobre Donald Trump



Fonte: Elaborado pelas autoras

A seguir, o ranking das palavras mais mencionadas dos veículos G1 e Folha de S.Paulo, respectivamente, evidenciando o termo usado (esquerda) e a quantidade de vezes que ele apareceu nas matérias analisadas (direita):

Tabela 1 - Ranking das palavras mais mencionadas do G1

G1	Quantidade
Trump	393
EUA	97
Diz	88
Tarifa	45
Governo	42
Imigrante	41
Brasil	36
Não	32
Posse	29
Presidente	23
Brasileiro	21
Vai	19
México	17
China / Gaza	16

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 2 - Ranking das palavras mais mencionadas da Folha de S.Paulo

Folha de São Paulo	Quantidade
Trump	666
EUA	96
Diz	94
Tarifa	92
Governo	50
Posse	42
Brasil	38
Não	37
China	33
Dólar	27
Ameaça	26
Vai	24
Biden	23
Acordo	22

Fonte: Elaborado pelas autoras

Por fim, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com três jornalistas: Valdo Cruz, colunista do G1; Fernanda Perrin, ex-correspondente internacional pela Folha de S.Paulo; e Lourival Sant’Anna, analista de política internacional da CNN. As entrevistas possibilitaram compreender o processo de apuração e o olhar profissional sobre a cobertura de Donald Trump. Valdo Cruz ressaltou a importância da objetividade na comunicação digital e da concisão para alcance imediato do público. Fernanda Perrin destacou o papel da interpretação contextualizada da Folha e ressaltou sua experiência ao cobrir as eleições de 2024 enquanto era correspondente internacional. Já Lourival Sant’Anna enfatizou a relevância de um bom jornalismo para a formação do imaginário social, observando o impacto das narrativas brasileiras em diálogo com a imprensa estrangeira.

O processo de construção narrativa

Antes de se aprofundar no tema central desta pesquisa, é necessário compreender os processos de transformação e construção de uma narrativa jornalística. A jornalista Ana Estela de Sousa Pinto, em Jornalismo Diário (2009), apresenta uma visão detalhada sobre as etapas que compõem a formação de uma notícia. Entender esse processo é fundamental para perceber como diferentes veículos de comunicação constroem versões específicas da realidade, moldando percepções e imaginários sociais.

O ponto de partida da narrativa jornalística é a pauta, que representa o primeiro recorte da realidade feito pelo jornalista. Como destaca a autora, “nossa trabalho é recortar a realidade. Existem infinitos assuntos e fatos no mundo. Nem todos são pauta ou renderão matérias. Apenas os que forem notícia” (Pinto, 2009, p. 59). Essa seleção inicial envolve escolhas editoriais, critérios de noticiabilidade e, sobretudo, a identificação do que será relevante para determinado público. Ao definir a pauta, os jornalistas determinam quais acontecimentos terão visibilidade e quais permanecerão à margem, estabelecendo, assim, os contornos narrativos que irão guiar a reportagem.

Essa decisão está diretamente ligada à definição do que é notícia. Para Ana Estela, uma informação se torna notícia quando reúne importância e interesse como elementos principais. “Além de serem uma novidade, notícias são uma combinação de: 1) importância; e 2) interesse. Uma informação será tanto mais forte – e atrairá mais o leitor – quanto mais dessas duas características tiver” (Pinto, 2009, p. 60). Esses critérios mostram que a construção da narrativa jornalística não depende apenas do acontecimento em si, mas de uma mediação realizada pelas redações, que avaliam a relevância dos fatos de acordo com parâmetros editoriais e contextuais.

Além disso, a influência de percepções públicas pode ser demandada da escolha narrativa de um veículo que busca a contextualização e a interpretação dos fatos. Como afirma Lourival Sant’Anna (2025), analista internacional pela CNN: “Acho que é uma obrigação nossa contextualizarmos. Eu sou contra o jornalismo declaratório, acho que a declaração foi preparada ou por aquela pessoa ou por algum assessor dela”. Essa perspectiva reforça a ideia de que a narrativa jornalística não se limita a transmitir informações, mas envolve uma postura ativa do repórter e do veículo em construir sentido a partir dos acontecimentos.

No entanto, a seleção das pautas e a definição do que é notícia não são universais, já que cada veículo de comunicação estabelece esses critérios a partir de seu público específico. Ana Estela lembra do Manual de Redação da Folha e afirma que “ao considerar esses aspectos, é preciso ter em mente que cada jornal escreve para um grupo particular dentro da sociedade, seu universo de leitores. Os interesses dos leitores mudam, ‘e o jornal participa de modo ativo desse processo’” (Pinto, 2009, p. 60). Isso significa que as narrativas jornalísticas não apenas refletem a realidade social, mas também participamativamente de sua construção, reforçando identidades coletivas e imaginários compartilhados. A escolha de pautas, enfoques e enquadramentos produz sentidos que dialogam com os valores e expectativas do público, ao mesmo tempo em que os influenciam.

Dessa forma, a notícia exerce um papel que vai além da simples transmissão de fatos, ela recorta e reorganiza a realidade segundo critérios editoriais e o interesse público, combinando importância e relevância para definir o que merece destaque. Cada veículo contextualiza os acontecimentos a partir de sua própria perspectiva, oferecendo diferentes interpretações de um

mesmo fato. Esse processo revela a constante adaptação das editorias ao público, que interpreta as narrativas de acordo com suas experiências e vivências sociais.

A força da narrativa

As narrativas jornalísticas não apenas relatam acontecimentos, mas também participam ativamente da construção de sentidos sobre o mundo. Por meio de escolhas discursivas, sejam elas temáticas, visuais ou linguísticas, o jornalismo molda percepções, define relevâncias e contribui para a formação de identidades coletivas. É nesse contexto que se torna possível compreender como a modernidade trouxe uma nova centralidade ao indivíduo e à sua relação com o social. Anthony Giddens (2002, p.74) destaca que a singularidade e as potencialidades sociais do sujeito são fenômenos relativamente recentes, surgidos a partir da modernidade e da complexificação da divisão do trabalho. Antes desse período, nas culturas pré-modernas, o indivíduo não ocupava papel de destaque; contudo, nas sociedades modernas, ele se tornou um ponto de atenção fundamental. Essa transformação marca o início de um processo em que a construção da identidade passa a ser influenciada por dinâmicas sociais cada vez mais complexas e interdependentes.

Essa dinâmica ganha uma nova dimensão nas sociedades pós-tradicionalis, caracterizadas pela reflexão constante sobre si mesmo e pelo impacto de sistemas abstratos, como a mídia e as tecnologias de comunicação, que conectam o local ao global. Para Giddens (2002, p.79), essa reorganização de tempo e espaço provoca uma mudança profunda no self, tornando-o mais fluido e sujeito a contínuas reconstruções. No entanto, essa mudança nem sempre ocorre de maneira homogênea. Como observa Lourival Sant'Anna (2025), embora o jornalismo deva servir como uma ponte entre o local e o global, na prática ele muitas vezes se restringe a um público mais intelectualizado. Essa limitação reduz a circulação dessa reflexividade para outras camadas da população, implicando que a transformação do self prevista por Giddens (2002) se manifeste de forma desigual na sociedade.

O papel do jornalismo, portanto, torna-se fundamental para a construção e reconstrução da identidade, uma vez que influencia o que as pessoas veem, entendem e, consequentemente, como se posicionam no mundo. O estilo de vida, que segundo Giddens (2002, p.80) está cada vez mais no centro da autoidentidade nas sociedades pós-tradicionalis, depende em grande medida do acesso e da interpretação das informações produzidas pela mídia. Quando esse acesso é desigual, as possibilidades de auto-reconstrução também são.

Essa influência exercida pelo jornalismo não se limita à seleção de temas ou à hierarquia das notícias, mas se estende à própria linguagem utilizada nas matérias. As palavras são o meio pelo

qual a mídia organiza o mundo e o torna compreensível, funcionando como instrumentos de mediação simbólica entre o real e o imaginário social.

As palavras escolhidas em uma matéria jornalística possuem um poder significativo na construção de sentidos e percepções sociais, atuando como elementos centrais na formação de identidades. A análise do ranking de palavras revelou que o G1 enfatizou termos como “tarifa”, “governo” e “imigrante”, o que demonstra uma abordagem voltada ao factual e às consequências imediatas das ações do governo Trump. Já a Folha de S.Paulo destacou palavras como “tarifa”, “acordo” e “ameaça”, evidenciando um interesse maior por interpretações analíticas e pelos desdobramentos diplomáticos e políticos. Essas escolhas lexicais, mais do que simples recursos de linguagem, operam como instrumentos simbólicos de construção da realidade. Quando a narrativa privilegia o termo “acordo”, sugere estabilidade e diplomacia; ao usar “ameaça”, reforça a ideia de conflito e insegurança; e ao destacar “imigrante”, atribui significados sociais e identitários a um grupo específico. Assim, o uso das palavras ultrapassa a função informativa e torna-se um ato de representação, um processo em que o jornalismo molda percepções coletivas e contribui para a criação de identidades sociais a partir de enquadramentos discursivos.

Essas escolhas discursivas também se inserem em uma lógica mais ampla de poder e influência, que define quais narrativas ganham destaque e quais permanecem à margem. Nesse cenário, Manuel Castells (1999, p.417) apresenta a mídia como um sistema moldado por poderes econômicos e políticos, refletindo o controle de governos e grandes oligopólios empresariais sobre as tecnologias de comunicação eletrônica. Essa concentração de poder gera um ambiente em que apenas determinados veículos, com maior alcance e prestígio, conseguem atrair as principais fontes e especialistas para suas coberturas. Fernanda Perrin (2025), ex-correspondente internacional pela Folha de S.Paulo, confirma essa lógica ao destacar a disputa por fontes no jornalismo internacional, onde os especialistas preferem conceder entrevistas para veículos de grande visibilidade, como o New York Times, em detrimento de meios estrangeiros menos conhecidos. Essa dinâmica reforça as desigualdades na circulação da informação e influencia diretamente quais narrativas ganham maior destaque no cenário global.

A relação entre essas perspectivas mostra que a força da narrativa jornalística está não apenas na construção dos conteúdos, mas também na estrutura de poder que determina quais vozes são amplificadas e quais ficam à margem. Assim, a capacidade do jornalismo de atuar como mediador entre o local e o global, entre diferentes públicos e identidades, está profundamente condicionada por essas hierarquias de prestígio e influência, o que afeta diretamente a formação do imaginário social.

Mensuração de resultados

A nuvem de palavras e o ranking supracitado indicam as diferenças de narrativas usadas pelos dois veículos, apesar de as cinco primeiras palavras serem as mesmas: “Trump”; “EUA”; “Diz”; “Tarifa” e “Governo” – o que reflete a busca comum do jornalismo pelos principais fatos e temas do dia –, as demais palavras presentes no ranking revelam variações significativas na forma como cada veículo constrói sua narrativa. O G1 aproximou-se do modelo anglo-saxão de jornalismo, marcado pela objetividade e pela factualidade, com ênfase em informações diretas sobre as ações de Trump, usando as palavras “tarifa”, “governo” e “imigrante” como as mais citadas nas notícias. Já a Folha de S.Paulo alinhou-se ao modelo francês, privilegiando análises políticas, interpretações institucionais e conflitos diplomáticos, utilizando palavras como “tarifa”, “acordo” e “ameaça”. Essa distinção também se refletiu no volume de publicações, enquanto o G1 registrou 392 notícias no período, a Folha contabilizou 667, o que evidencia mais textos além do factual, ou seja, mais análise das notícias.

As diferenças entre o modelo anglo-saxão e o modelo francês não se restringem apenas à forma de narrar, mas influenciam diretamente a construção de identidades e imaginários sociais. Enquanto o G1 transmite uma percepção de neutralidade e objetividade, a Folha privilegia interpretações políticas que posicionam o leitor diante de disputas de poder. Nesse contexto, à medida que o público se torna cada vez mais imerso na lógica das redes sociais, a objetividade do G1 se mostra adequada a essa demanda por informação rápida e direta, enquanto a Folha mantém um jornalismo de tom mais analítico e interpretativo, atraindo leitores interessados em reflexões mais aprofundadas. Como observa Castells (1999, p. 425), “Devido à diversidade da mídia e à possibilidade de visar o público-alvo, podemos afirmar que no novo sistema de mídia, a mensagem é o meio. Ou seja, as características da mensagem moldarão as características do meio”, evidenciando como G1 e Folha constroem narrativas distintas sobre o governo Trump, adaptando linguagem e abordagem conforme suas audiências e objetivos editoriais.

Dentro desse cenário, o jornalismo se encontra diante de um desafio de equilibrar a análise crítica com o compromisso de credibilidade. Como observa o jornalista Valdo Cruz (2025), colunista no G1, “uma crítica bem focada e equilibrada passa credibilidade, uma credibilidade que você conquista quando faz um comentário crítico, mas não apenas na base do vento que está soprando, e sim em dados analisados e pesquisados com profundidade.” Essa observação não se aplica apenas a um veículo específico, mas ao fazer jornalístico em sua essência. Ela reforça a importância da crítica informada como componente central da narrativa jornalística, mostrando que a confiança do público nasce da combinação entre análise e rigor factual.

As conclusões não se limitam apenas à quantidade de notícias, mas também na escolha do uso de determinadas palavras, que podem ser levadas para sentidos mais complexos, como explica Stuart Hall (2016, p. 109), “Producir sentido depende da prática da interpretação, e esta é ativamente sustentada por nós ao usarmos o código – codificando, colocando coisas nele – e pela pessoa do outro lado, que interpreta ou decodifica o sentido.” Nesse cenário, o significado das palavras e da organização do texto varia conforme a interpretação individual de cada leitor, que, a partir de suas vivências e perspectivas, constrói uma compreensão própria da realidade apresentada.

Nesse sentido, Castoriadis (1982, p.147) reforça a ideia de que certas imagens ou discursos só ganham sentido dentro de um imaginário político-cultural específico, já que os símbolos não possuem sentido universal, “Para uma sociedade, que conhece a existência desse animal, o leão significa a força. Imediatamente, a juba assume para ela uma importância simbólica que provavelmente nunca teve para os esquimós”. Trazendo para o contexto da pesquisa, a figura de Trump pode ser associada à “força” ou “ameaça”, dependendo do repertório simbólico da mídia e do público. Expressões como “acordo”, “tarifa”, ou “fake news” só têm peso simbólico dentro de certos contextos compartilhados.

Seguindo essa lógica, Lourival Sant’Anna (2025) concorda e cita que todas as palavras possuem um objetivo ao compor os caracteres de uma notícia, e que, se o objetivo dela corresponder aos fatos, deve ser usada.

Todas as palavras têm uma função, elas têm um significado. E eu acho que as palavras são insubstituíveis, acho que não existem sinônimos. Existem situações em que, de fato, alguém ameaça alguém, e realmente essa palavra deve ser usada. Então, não existem palavras proibidas no jornalismo. Não pode existir.

Todas essas análises sugerem que, se pequenas palavras já são capazes de influenciar pensamentos, matérias jornalísticas, ao apresentarem narrativas completas, podem efetivamente moldar o imaginário social. Nesse sentido, Castoriadis (1982, p.148) afirma:

A sociedade se depara constantemente com o fato de que um sistema simbólico qualquer deve ser manejado com coerência; quer ele o seja ou não, surge daí uma série de consequências que se impõem, quer tenham ou não sido conhecidas e desejadas como tais.

Assim, as narrativas midiáticas que apresentam Trump como ameaça funcionam como verdadeiros sistemas simbólicos. Ainda que os jornalistas não tenham a intenção de reforçar determinados sentidos, como medo, esperança ou risco à democracia, o uso recorrente de certos discursos gera efeitos sociais concretos, como a legitimação de uma identidade política ou a construção de um “inimigo”.

Nesse contexto, a prática jornalística se vê diante da necessidade de equilibrar a pluralidade de vozes e a responsabilidade de representar divergências políticas e ideológicas sem reforçar estigmas. Fernanda Perrin (2025) evidencia essa preocupação ao afirmar:

Eu acho que era muito importante tanto trazer a divergência de opiniões políticas sobre aquele tema³ quanto as pessoas que eram declaradamente afiliadas a um partido ou outro, porque eu estava cobrindo eleição, eu tinha que cobrir esses dois lados e também ouvir acadêmicos.

A fala de Perrin revela como o jornalismo, ao selecionar e organizar as vozes que compõem uma narrativa, ela assume um papel ativo na mediação simbólica da realidade a partir do momento que mostra diversas visões para público, possibilitando que múltiplas interpretações coexistam e que os leitores possam construir suas próprias compreensões críticas sobre os fatos, ao mesmo tempo em que influencia os sentidos coletivos atribuídos aos acontecimentos.

Essa perspectiva se alinha a ideia que Manuel Castells (1999, p. 422) traz, evidenciando que a mídia “é um sistema de feedbacks entre espelhos deformadores: a mídia é a expressão de nossa cultura, e nossa cultura funciona principalmente por intermédio dos materiais propiciados pela mídia.” Ao interpretar a mídia como esse sistema de espelhos, Castells reforça que as representações jornalísticas funcionam como instrumentos de retroalimentação cultural, elas mostram o mundo, mas também o modelam conforme os valores e disputas simbólicas de cada época. A coerência simbólica desses discursos contribui para moldar o imaginário social, influenciando a forma como a sociedade comprehende o papel da mídia, da democracia e do poder.

Considerações Finais

Por fim, a partir das análises teóricas e do ranking de palavras elaborado com base em 1.059 notícias coletadas dos veículos G1 e Folha de S.Paulo, foi possível comprovar, de forma concreta, como as narrativas jornalísticas contribuem para moldar o imaginário social e construir identidades. O levantamento revelou que, no G1, entre as palavras mais recorrentes foram “tarifa”, “governo” e “imigrante”, enquanto na Folha de S.Paulo destacaram-se “tarifa”, “acordo” e “ameaça”. A presença da palavra “acordo” sugere uma ênfase em negociações, diplomacia e tentativas de mediação política, apontando para uma narrativa que busca explorar o jogo de forças e compromissos no cenário internacional. Já o termo “ameaça” reforça a construção de um discurso

³ Fernanda Perrin refere-se à cobertura que realizou das eleições presidenciais americanas de 2024. A disputa eleitoral envolveu o então presidente, Donald Trump, pelo Partido Republicano, e Kamala Harris, candidata democrata após Joe Biden desistir da reeleição.

pautado no conflito e no risco, evidenciando uma linha narrativa que enfatiza tensões e potenciais perigos, tanto no âmbito interno quanto externo. Essa combinação indica que a Folha priorizou uma cobertura mais analítica e interpretativa, ao passo que o G1 se concentrou em passar os fatos de maneira objetiva e factual.

Ao relacionar esses achados à teoria, percebe-se que as narrativas jornalísticas operam como mecanismos de representação (Hall, 2016), configurando espelhos deformadores que mediam a experiência social (Castells, 1999) e instituem significados compartilhados (Castoriadis, 1982). Dessa forma, o jornalismo atua não apenas como transmissor de informações, mas como agente constitutivo de identidades e imaginários coletivos. Os resultados revelam não apenas diferenças na ênfase temática entre os dois veículos, mas também demonstram, de maneira prática, como a escolha lexical interfere diretamente na forma como a notícia é recebida e interpretada pelo público, influenciado por suas próprias vivências. Essa constatação, fruto de uma análise sistemática, reforça a relevância de compreender o discurso jornalístico como um agente ativo na construção de sentidos sociais e não apenas como mediador da informação.

Referências

SOUZA PINTO, Ana Estela de. **Jornalismo Diário: reflexões, recomendações, dicas e exercícios.** 1 ed. São Paulo: Publifolha, 2009, 336 p.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade.** 1. ed. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2002. 236 p.

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade.** 5. ed. Tradução: Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. Disponível em: <https://zlib.pub/book/a-instituicao-imaginaria-da-sociedade-5eff1m2np180>. Acesso em: 01 set. 2025.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** 5. ed. Tradução de Roneide V. Majer. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999. 620 p.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação.** 1 ed. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016, 260 p.