Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

O Imaginário, os Símbolos e a Construção da Realidade[1]
The Imaginary, Symbols, and the Construction of Reality

Beatriz Lima de Oliveira[2]

Palavras-chave: Comunicação; Imaginário; Midiatização.

Resumo: Este artigo aborda a relação entre comunicação, imaginário, símbolos e tecnologia na construção da realidade social, com foco especial na influência da mídia. Objetivou-se analisar como a comunicação, por meio da midiatização e das tecnologias do imaginário, molda percepções e comportamentos, utilizando como exemplo a Onda Coreana (Hallyu), baseada nas perspectivas de autores como Braga (2011), Durand (2012), Silverstone (2002) e Jung (2016, 2011. Os resultados indicam que a mídia atua na formação de significados e identidades coletivas, utilizando as "tecnologias do imaginário" para influenciar estilos de vida e valores. Conclui-se que o imaginário, os símbolos, a mídia, os arquétipos e a imaginação são elementos interligados que desempenham um papel crucial na construção da realidade.

Abstract: This article explores the relationship between communication, the imaginary, symbols, and technology in constructing social reality, with a particular focus on media's influence. The objective was to analyze how communication, through mediatization and technologies of the imaginary, shapes perceptions and behaviors, using the Korean Wave (Hallyu) as an example. This analysis is based on the perspectives of authors such as Braga (2011), Durand (2012), Silverstone (2002), and Jung (2016, 2011). The findings indicate that media actively participates in the

[1] Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP.

[2] Doutoranda no PPGCOM da ESPM; Mestre em Comunicação e Consumo pela ESPM, bolsista Capes Integral, boliveira.ciso@gmail.com.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

formation of meanings and collective identities, leveraging "technologies of the imaginary" to influence lifestyles and values. It is concluded that the imaginary, symbols, media, archetypes, and imagination are interconnected elements playing a crucial role in reality construction.
Keywords: Communication; Imaginary; Mediatization.

INTRODUÇÃO

A comunicação transcende a mera transmissão de informações, configurando-se como um processo dinâmico e fundamental na edificação de significados e identidades sociais. Conforme postulado por Braga (2011), a comunicação atua como um vetor através do qual indivíduos e grupos sociais compartilham e constroem suas visões de mundo, normas e valores. Nesse sentido, Braga (2011, p. 1) afirma que a comunicação é "um processo dinâmico essencial para a construção de significados e identidades sociais". Essa perspectiva ressalta a intrínseca ligação entre a comunicação e a formação da realidade social.

A relevância da comunicação para a sociedade reside em sua capacidade de permitir a negociação, o compartilhamento e o ajuste das interpretações da realidade entre os indivíduos. Tal processo culmina na formação de uma compreensão coletiva e na construção de narrativas e símbolos que alicerçam a interação social. A influência da mídia, nesse contexto, estende-se para além das interações interpessoais, permeando a sociedade em um cenário de midiatização (Braga, 2011). A mídia, portanto, não se restringe à função de transmitir informações, mas assume um papel ativo e crucial na construção de significados, moldando a percepção da realidade e influenciando a formação de opiniões e valores. Segundo Braga (2011, p. 1), a midiatização "implica uma transformação profunda na dinâmica social, na qual a mídia se torna onipresente e exerce um poder considerável na construção da cultura e na configuração das relações sociais".

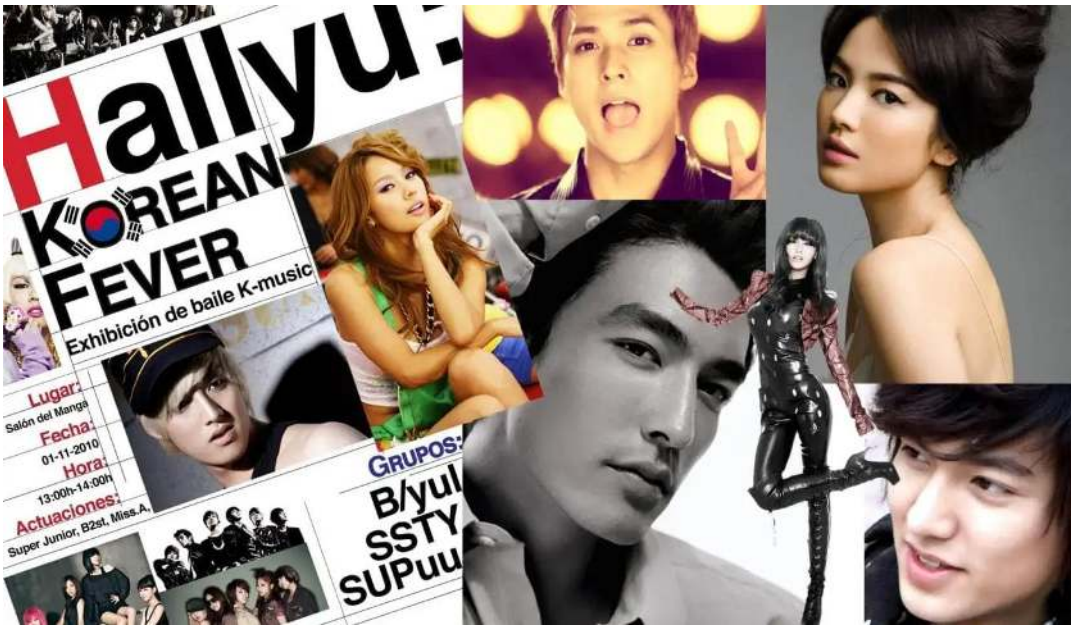
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

A mídia opera como um agente ativo na moldagem e organização das trocas sociais, intervindo diretamente na construção de significados e na determinação dos temas e discursos que adquirem proeminência. Silverstone (2002, p. 1) aprofunda essa análise ao enfatizar "o papel crucial da mídia na organização e gestão dos fluxos simbólicos que perpassam a sociedade". Esses fluxos, compostos por informações, imagens, narrativas e valores, são essenciais na construção tanto da identidade individual quanto da coletiva. A mídia, ao atuar como um filtro e um amplificador desses fluxos, exerce uma influência significativa na maneira como os indivíduos se percebem e se relacionam com o mundo circundante. A seleção, organização e apresentação de conteúdos pela mídia contribuem para a formação de representações sociais, delineando a percepção de diferentes grupos, eventos e questões sociais. Essas representações, por sua vez, influenciam a identificação dos indivíduos com determinadas categorias sociais e a construção de seus próprios sistemas de valores e crenças.

Um exemplo notório da atuação da mídia na gestão de fluxos simbólicos é a "*Hallyu*", ou Onda Coreana. O fenômeno, impulsionado pela globalização e pela proliferação de plataformas digitais, transcendeu as fronteiras geográficas, disseminando não apenas produtos culturais como *K-pop* e *K-dramas,* mas também valores, estéticas e narrativas específicas da Coreia do Sul. A mídia, nesse caso, atua como um vetor que organiza e amplifica a percepção de uma cultura, influenciando o imaginário global sobre a Ásia e suas manifestações contemporâneas. Conforme Chung (2011), a Onda Coreana é uma discussão das inter-relações entre o governo coreano, a mídia de massa coreana e a cultura pop coreana. A crescente popularidade dos doramas (dramas televisivos sul-coreanos) no Brasil, por exemplo, oferece um campo fértil para o estudo da interculturalidade entre Coreia do Sul e Brasil, refletindo o uso estratégico de narrativas audiovisuais como ferramenta de *soft power* (NYE JR., 2004) pela Coreia do Sul (MARTEL, 2012).

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Figura 1: Onda Coreana (*Hallyu*)



Fonte: Site Facha em todo lugar[3]

A mídia (televisão, internet, redes sociais, plataformas de *streaming*) não é apenas um canal de distribuição para o *K-pop*, *K-dramas* e filmes coreanos; ela é o próprio ambiente tecnológico que permitiu que esses produtos culturais se tornassem um fenômeno global. Durand (2012, p. 51) sublinha a importância da mídia e dos meios de comunicação ao introduzir o conceito de imaginário, afirmando que "é no ambiente tecnológico humano que vamos procurar um acordo entre os reflexos dominantes e o seu prolongamento ou confirmação cultural". Essa proposição sugere que a tecnologia funciona como um espaço onde os reflexos dominantes humanos – compreendidos como comportamentos, respostas instintivas e ações habituais – podem manifestar-se e expandir-se culturalmente. Nesse contexto, a tecnologia não se limita a um conjunto de ferramentas, mas constitui um ambiente que possibilita a expressão e a confirmação das

[3] Disponível em: https://emtodolugar.facha.edu.br/2021/02/05/hallyu-onda-coreana/. Acesso em 17 de julho de 2025.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

estruturas profundas do imaginário humano, as quais são compostas por símbolos e arquétipos.

Os reflexos dominantes humanos que Durand menciona podem ser interpretados, no contexto da *Hallyu*, como a busca por entretenimento, identificação com narrativas e personagens, fascínio por novas estéticas, e a aspiração a certos estilos de vida e valores veiculados pela cultura pop coreana. A mídia, nesse sentido, atua como amplificadora e disseminadora, - ela leva os símbolos e arquétipos presentes na *Hallyu* (como a beleza idealizada, a dedicação ao trabalho, o romance ideal, a resiliência) a um público vastíssimo, atravessando barreiras geográficas e culturais - criadora de experiências coletivas - as plataformas de mídia social, em particular, permitem que fãs de diferentes partes do mundo compartilhem sua paixão pela *Hallyu*, criem comunidades e participem de discussões, confirmando e reforçando esses reflexos e símbolos em um nível coletivo - e espaço de ressonância - é nesse ambiente tecnológico que os elementos da cultura coreana, desde a moda e a culinária até os valores de amizade e família, ressoam com o imaginário global, sendo adaptados, imitados e incorporados por diferentes culturas. A tecnologia facilita essa assimilação e a constante realimentação dos fluxos simbólicos.

Braga (2011) descreve a mídia como um agente ativo na formação de significados, processo facilitado pela tecnologia que molda a comunicação midiatizada. Durand (2012) discute o ambiente tecnológico, que não apenas reflete, mas também prolonga e transforma os reflexos sociais e culturais por meio de novas formas de interação e comunicação. Os fluxos simbólicos da mídia, organizados por Braga (2011), integram esse prolongamento cultural analisado por Durand (2012).

Assim, os processos simbólicos de comunicação mediados pela tecnologia são determinantes na definição do que é relevante, quais narrativas prevalecem e como os significados são negociados e renovados. Durand (2012) e Braga (2011) convergem na compreensão de que a comunicação, particularmente em um ambiente mediado por

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

tecnologia, é crucial para a criação e transformação dos imaginários coletivos e das estruturas culturais da sociedade.

2 O IMAGINÁRIO E AS TECNOLOGIAS

As tecnologias do imaginário, conforme definidas por Silva (2003), constituem os motores que impulsionam a disseminação e a consolidação do imaginário social. Esses dispositivos, que abrangem desde narrativas míticas e visões de mundo até estilos de vida e padrões de consumo, são responsáveis por moldar a percepção e a interpretação do mundo pelos indivíduos. Ao produzir e disseminar esses elementos, as tecnologias do imaginário contribuem para a construção de uma realidade social compartilhada, que se manifesta em crenças, valores, normas e comportamentos coletivos.

Durand (2012, p. 2) complementa essa perspectiva ao conceituar o imaginário como "uma narrativa introjetada do real e um modo de ser compartilhado". O imaginário, portanto, não se configura como um reflexo passivo da realidade, mas sim como uma construção ativa que molda e transforma a própria realidade. Essa dinâmica implica que a realidade não é um dado objetivo e imutável, mas uma construção social permeada pelas lentes do imaginário.

As tecnologias do imaginário desempenham um papel fundamental na construção e na manutenção do imaginário social. Ao produzir e disseminar narrativas, visões de mundo e estilos de vida, essas tecnologias moldam a percepção e a interpretação do mundo pelos indivíduos, contribuindo para a construção de uma realidade social compartilhada. Essa realidade social, por sua vez, manifesta-se em um modo de ser coletivo, que se expressa em crenças, valores, normas e comportamentos compartilhados. A televisão, o cinema, a internet e as redes sociais são exemplos

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

proeminentes de tecnologias que exercem essa influência, delineando nossos estilos de vida, padrões de consumo e visões de mundo.

A Coreia do Sul, via uma política nacional estratégica (a *Hallyu*), utilizou essas tecnologias de forma intencional para não apenas diversificar sua economia, mas também para consolidar sua posição como potência cultural global. Isso significa que o governo e a indústria coreana entenderam o poder dessas tecnologias para influenciar o imaginário social em escala mundial. Assim, a indústria do *K-pop* emprega tecnologias do imaginário na idealização de figuras de ídolos, onde a imagem e a narrativa do artista são construídas e disseminadas para consumo global, influenciando aspirações e padrões estéticos. Um exemplo de como a indústria do *K-pop* emprega tecnologias do imaginário na idealização de figuras de ídolos é a criação e gestão de imagem dos membros do grupo BTS.

A agência *Big Hit Music* (atualmente parte da *HYBE Corporation*) demonstrou uma proficiência na construção não apenas da imagem musical do BTS, mas também de suas "personas" e narrativas individuais e coletivas. Essa construção é disseminada globalmente mediante uma diversificada gama de mídias, as quais atuam como tecnologias do imaginário.

Primeiramente, a produção audiovisual do grupo. Os videoclipes do BTS são frequentemente concebidos com uma qualidade cinematográfica. Esses vídeos imergem os espectadores em histórias interconectadas com o universo ficcional do grupo, conhecido como "*Bangtan Universe - BU*"[4]. Essa estratégia convida os fãs a decifrar mistérios e a aprofundar-se na "*lore*" dos artistas, veiculada principalmente no YouTube, plataforma importante para a viralização do *K-pop* e, consequentemente, do BTS em nível global.

Em segundo lugar, o uso estratégico de redes sociais e plataformas de comunicação. O BTS e sua agência utilizam intensivamente plataformas como *Twitter*

[4] Saiba mais em: https://www.usbtsarmy.com/bangtan-universe-guide.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

(X), *Instagram, TikTok* e *Weverse* (uma plataforma de comunicação exclusiva para fãs). Nesses canais, os membros compartilham vislumbres de seu cotidiano (ainda que curados, mas com aparência de autenticidade), interagem diretamente com o público, disseminam mensagens sobre temas como amor-próprio e saúde mental, e participam de desafios virais. Essa interação constante e a percepção de proximidade criam um forte senso de comunidade e lealdade entre os fãs, denominados "*ARMY*", o que reforça a idealização dos ídolos como figuras acessíveis e inspiradoras.

Adicionalmente, a criação de personagens e narrativas transmídia expande o alcance do imaginário do grupo. Além da música, a narrativa do BTS se estendeu para outras mídias, como *webtoons* (quadrinhos digitais), jogos e animações, nas quais os membros são representados por personagens com personalidades e histórias específicas. Um exemplo são os BT21, personagens desenvolvidos pelos próprios membros em parceria com a *Line Friends*, que se tornaram uma linha de produtos de popularidade global. Essa expansão transmídia solidifica a "realidade social compartilhada" do universo do grupo, aprofundando o engajamento dos fãs e a imersão nesse imaginário.

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Figura 2: Membros do BTS e os personagens do BT21



Fonte: *Pinterest*[5]

Ou seja, o imaginário não se restringe a um mero conjunto de memórias; ele configura uma rede interligada de experiências individuais. Opera como um reservatório

[5] Disponível em: https://emtodolugar.facha.edu.br/2021/02/05/hallyu-onda-coreana/. Acesso em 17 de julho de 2025.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

que guarda a marca do indivíduo no mundo e, simultaneamente, como um motor que impulsiona novas ações e comportamentos, conferindo significado à realidade e incentivando novas atitudes. Para Durand (2012, p. 30), o ato de imaginar é essencial para interpretar a realidade e refleti-la nas narrativas, atuando como uma conexão entre a obra e o público, o que lhe confere credibilidade e popularidade: "a imaginação é potência dinâmica que 'deforma' as cópias pragmáticas fornecidas pela percepção, e esse dinamismo reformador das sensações torna-se o fundamento de toda a vida psíquica".

3 O SÍMBOLO E A PSICANÁLISE

A experiência sensorial do símbolo atua diretamente sobre o indivíduo, evocando seu significado sem a necessidade de uma convenção pré-estabelecida. Durand (2012, p. 31) argumenta que o símbolo possui um "essencial e espontâneo poder de repercussão", o que o situa em uma "semântica especial", transcendendo os limites da semiologia. Essa repercussão é atribuída à capacidade do símbolo de evocar emoções e significados profundos. A imaginação humana "organiza" a experiência, estabelecendo uma conexão intrínseca entre a forma do símbolo e seu sentido. Essa não é uma construção artificial, mas emerge das profundezas da psique humana.

Durand (2012, p. 30) não concebe a imaginação como uma mera reprodução da realidade. Pelo contrário, ela é uma força ativa que "deforma as 'cópias pragmáticas' fornecidas pela percepção – as sensações brutas que recebemos do mundo exterior". A imaginação intervém "deformando" essas sensações, moldando-as em imagens simbólicas carregadas de sentido. Essa ação de "deformar" é, na realidade, um processo de reforma, de transformação. A imaginação não destrói as sensações, mas as reelabora, conferindo-lhes nova forma e significado. Trata-se de um dinamismo constante, que constitui a base da vida psíquica. O autor também aborda o modo como a imaginação organiza as imagens. As "leis da representação" são os princípios que governam a

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

criação e a organização das imagens na mente. Para ele, essas leis são "homogêneas" – atuam da mesma forma em todos os níveis da psique – e "metafóricas" – a imaginação opera por analogias, estabelecendo conexões entre diferentes elementos.

Jung (2016, p. 17) estabelece uma distinção crucial para a psicologia analítica entre sinais e símbolos. "Assim, uma palavra ou uma imagem é simbólica quando implica alguma coisa além do seu significado manifesto e imediato. Esta palavra ou esta imagem tem um aspecto 'inconsciente' mais amplo, que nunca é precisamente definido ou inteiramente explicado." Sinais, como placas de trânsito, são imagens ou palavras com significados claros e definidos. Símbolos, por outro lado, carregam conotações adicionais, vagas e desconhecidas, evocando ideias e emoções diversas em diferentes indivíduos. Essa distinção sinaliza a diferença entre racionalização e imaginação: sinais como produtos do imaginável e símbolos como produtos da imaginação.

Os significados dos símbolos residem no inconsciente, um domínio vasto e desconhecido que influencia pensamentos, sentimentos e comportamentos. O inconsciente manifesta-se de diversas maneiras, incluindo sonhos, fantasias, lapsos de linguagem e sintomas neuróticos. Jung (2011, p. 22) identifica mitos, contos de fadas, sonhos e várias formas de expressão cultural como manifestações do inconsciente, revelando a herança psicológica comum da humanidade. Ele concebia o inconsciente como um reservatório de arquétipos, imagens primordiais e modelos inatos que moldam nossa percepção do mundo e de nós mesmos. Jung (2011, p. 20) afirma que o inconsciente coletivo "não é de natureza individual, mas universal; isto é, contrariamente à psique pessoal, ele possui conteúdos e modos de comportamento, os quais são *cum grano salis* os mesmos em toda parte e em todos os indivíduos."

Jung (2011, p. 22) descreve esses temas recorrentes, que se manifestam de forma quase idêntica, como arquétipos, designação que indica "certas formas e imagens de natureza coletiva, que surgem por toda parte como elementos constitutivos dos mitos e, ao mesmo tempo, como produtos autóctones individuais de origem inconsciente. Os

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

temas arquetípicos provêm, provavelmente, daquelas criações do espírito humano transmitidas não só por tradição e migração como também por herança".

Nesse contexto, a popularidade dos dramas coreanos na Ásia é um exemplo de como a mídia e os arquétipos podem colaborar para a popularização de imaginários. A ênfase desses dramas na vida familiar e nas relações sociais, são frequentemente baseadas em valores e ideologias confucionistas. Essa trama ativa e reafirma símbolos e padrões comportamentais que, embora possam ser expressos de maneiras culturalmente específicas (como o confucionismo), têm uma base em arquétipos como o arquétipo da Família/Clã. A centralidade da família, o respeito aos mais velhos, os laços fraternos e a lealdade familiar são temas recorrentes nos doramas. Estes espelham a importância arquetípica da comunidade e do pertencimento, um reflexo dominante no inconsciente de muitas culturas asiáticas influenciadas pelo confucionismo, mas também compreensível em um nível mais universal.

Outro exemplo é o arquétipo do Herói/Sacrifício. Muitas narrativas apresentam personagens que se esforçam, superam adversidades e fazem sacrifícios pelo bem da família, do grupo ou de um ideal. Esses enredos ativam o arquétipo do herói e a ressonância com a luta humana por significado e propósito.

Por fim, o arquétipo da Ordem Social/Hierarquia, também pode ser aplicado. Os valores confucionistas que permeiam os dramas coreanos enfatizam a hierarquia, a harmonia social e o papel de cada indivíduo dentro da estrutura social. Esses temas, embora culturalmente específicos, podem ativar arquétipos relacionados à necessidade de ordem, estrutura e interdependência social que residem no inconsciente coletivo.

Assim, os dramas coreanos funcionam como espelhos culturais que refletem e validam os conteúdos do inconsciente coletivo de seus espectadores, especialmente na Ásia (PARK, 2006). Jung (2011) e Durand (2012) convergem na compreensão da importância do símbolo na psique humana e em sua transcendência da experiência individual. Jung (2011) localiza os arquétipos no inconsciente coletivo, que é inato e universal, composto por conteúdos que nunca estiveram na consciência individual e são

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

compartilhados por toda a humanidade. Durand (2012), por sua vez, busca a origem do imaginário nas estruturas antropológicas do ser humano, relacionadas à sua experiência corporal e à sua interação com o mundo.

Ambos os autores, contribuidores significativos para a compreensão do simbolismo e do imaginário, apresentam teorias com notáveis semelhanças e diferenças. Jung postula que os arquétipos, figuras simbólicas universais, residem no inconsciente coletivo, uma camada compartilhada da psique humana. Em contraste, Durand (2012) busca a origem do imaginário nas estruturas antropológicas, sugerindo que a experiência humana e as estruturas sociais moldam o nosso imaginário. Além disso, Jung (2011) concebe os arquétipos como estruturas abstratas e primordiais que se manifestam em diferentes formas por meio de símbolos e mitos. Durand (2012), por outro lado, enfatiza a importância da imagem como elemento central do imaginário e propõe um sistema de classificação baseado em regimes de imagem, destacando a natureza visual e simbólica do imaginário.

4 A MÍDIA E A CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

A mídia, em sua complexidade e onipresença, assume um papel central na construção da realidade social. Não se trata apenas de um canal de transmissão de informações, mas de um agente ativo que molda e organiza as trocas simbólicas na sociedade. Silverstone (2002, p. 1) argumenta que a mídia "gerencia os fluxos simbólicos, que são compostos por informações, imagens, narrativas e valores". Esses fluxos são cruciais para a formação da identidade, tanto individual quanto coletiva. A mídia, ao selecionar, organizar e apresentar conteúdos, contribui para a formação de representações sociais, delineando a percepção de diferentes grupos, eventos e questões sociais. Essas representações, por sua vez, impactam a forma como os indivíduos se identificam com categorias sociais e constroem seus sistemas de crenças e valores.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

A midiatização, conceito desenvolvido por Braga (2011), descreve o processo pelo qual a mídia se torna um elemento central na vida social, permeando as interações e influenciando a construção da realidade. Nesse cenário, a mídia não apenas reflete a realidade, mas a produz e a transforma. Braga (2011, p. 1) enfatiza que "a influência da mídia se propaga para além das interações interpessoais, permeando a sociedade em um cenário de midiatização". A tecnologia, nesse contexto, é um facilitador da comunicação midiatizada, permitindo que a mídia alcance um público cada vez maior e exerça uma influência mais abrangente.

A relação entre mídia, imaginário e tecnologia é intrínseca. Durand (2012, p. 51) destaca que "o ambiente tecnológico humano é o local onde os reflexos dominantes se prolongam e se confirmam culturalmente". Isso significa que a tecnologia não é neutra; ela é um espaço onde as estruturas profundas do imaginário humano, compostas por símbolos e arquétipos, se manifestam e se expandem. Os fluxos simbólicos da mídia, organizados por Braga (2011), fazem parte desse prolongamento cultural que Durand (2012) analisa.

A mídia, portanto, atua como um mediador entre o imaginário individual e o coletivo. Ela oferece narrativas e símbolos que são internalizados pelos indivíduos, contribuindo para a formação de um imaginário social compartilhado. Esse imaginário, por sua vez, influencia a forma como os indivíduos interpretam o mundo e atribuem significado às suas experiências. A capacidade da mídia de moldar narrativas e discursos dominantes é um indicativo de seu poder na construção da realidade social.

O cinema sul-coreano tem se destacado globalmente, não apenas por sua qualidade estética e narrativa, mas também por sua capacidade de abordar temas sociais complexos com profundidade. Filmes como Parasita (2019), dirigido por Bong Joon-ho, são exemplos de como a sétima arte pode servir como um espelho para a sociedade, expondo as fissuras e tensões geradas pela desigualdade social. Parasita, em particular, utiliza sua narrativa para ilustrar a dicotomia entre riqueza e pobreza, e as consequências devastadoras que essa disparidade pode ter nas relações humanas.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Além do cinema contemporâneo que explora as questões sociais, a Coreia do Sul também possui uma tradição em dramas históricos. Essas produções desempenham um papel na reinterpretação e difusão de eventos passados. Ao dramatizar períodos e figuras históricas, esses dramas entretêm e podem moldar a percepção histórica e cultural de audiências tanto domésticas quanto internacionais. Eles podem resgatar eventos pouco conhecidos, dar voz a personagens marginalizados pela história oficial ou oferecer novas perspectivas sobre acontecimentos já estabelecidos. Essa abordagem artística da história contribui para uma compreensão mais matizada do passado e, consequentemente, do presente da Coreia do Sul, fortalecendo sua identidade cultural no cenário global.

O engajamento do *fandom* global em torno da cultura pop coreana, facilitado por redes sociais e plataformas de *streaming*, revela um papel transformador da mídia. Ela capacita o público a participar ativamente da cocriação e disseminação dessas narrativas. Este é um ponto para entender o fenômeno da *Hallyu*, e os dramas sul-coreanos, em particular, ilustram isso.

A essência do sucesso dos dramas sul-coreanos, conforme apontam Madureira, Monteiro e Urbano (2014), reside em sua natureza híbrida. Isso significa que as narrativas desses dramas não se prendem rigidamente a uma única esfera cultural, mas incorporam e mesclam influências tanto das culturas asiáticas quanto ocidentais. Essa fusão cria um produto cultural que é ao mesmo tempo, familiar e inovador para audiências diversas, potencializando sua ressonância global.

Doramas frequentemente exploram temas universais como amor, família, amizade, ambição, justiça e superação. No entanto, eles os envolvem em contextos e valores culturais sul-coreanos, muitas vezes influenciados pelo confucionismo ou por aspectos contemporâneos da sociedade coreana. Essa combinação permite que espectadores de diferentes origens se identifiquem com os dilemas e emoções dos personagens, enquanto são expostos a uma nova estética e modo de vida.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Como a forma que os personagens se relacionam, os arcos narrativos e até mesmo o ritmo dos enredos podem apresentar elementos que ressoam com convenções narrativas ocidentais, enquanto ainda mantêm características narrativas mais presentes em culturas asiáticas, ou a produção visual dos doramas, com sua cinematografia, trilhas sonoras e moda elaborada, muitas vezes dialoga com padrões de produção ocidentais e mantém elementos distintivos da estética asiática. Isso torna o conteúdo visualmente atraente para públicos acostumados com produções de Hollywood, por exemplo.

A hibridização facilita o engajamento global. Quando uma narrativa é híbrida, ela se torna mais acessível a uma gama maior de públicos porque encontra pontos de contato em diferentes imaginários culturais. Esse é o ponto onde o *fandom* entra em cena. As redes sociais e as plataformas de *streaming* (como *Netflix* ou *Viki*) são canais de consumo também são espaços de interação, interpretação e propagação. Os fãs, ao compartilharem suas análises, teorias, *fanarts*, *memes* e traduções, não estão apenas consumindo: eles estão ativamente cocriando o significado e a relevância dessas narrativas. Eles validam e amplificam os símbolos e imaginários apresentados nos dramas, tornando-os parte de uma conversa cultural transnacional.

Em essência, a natureza híbrida dos dramas sul-coreanos, aliada à capacidade das mídias digitais de fomentar o engajamento do *fandom*, permite que a cultura pop asiática transcenda barreiras. Isso não só demonstra o poder da mídia em construir realidades compartilhadas, mas também como ela se tornou um ambiente onde a audiência assume um papel ativo na modelagem e disseminação dessas mesmas realidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O imaginário social desempenha um papel fundamental na forma como os indivíduos se comunicam e interagem com o mundo. Os símbolos, com seus

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

significados amplos e ressonâncias emocionais profundas, constituem a base da comunicação no domínio do imaginário. Eles transcendem a linguagem puramente racional e acessam o inconsciente, abrindo caminho para a construção de narrativas e representações sociais. A mídia, nesse contexto, desempenha um papel crucial, organizando e direcionando fluxos simbólicos e moldando narrativas que se tornam dominantes na sociedade. Através da manipulação de símbolos e da construção de narrativas, a mídia exerce uma influência significativa na forma como os indivíduos percebem o mundo e a si mesmos.

O imaginário atua como uma ponte entre o indivíduo e a realidade, influenciando a interpretação e a atribuição de significado às experiências do cotidiano. Ao internalizar o real e construir um imaginário social compartilhado, ele molda o modo de ser e estar no mundo, bem como as interações sociais. Esse imaginário social compartilhado é fundamental para a coesão social e para a construção de uma identidade coletiva.

As "tecnologias do imaginário" influenciam os estilos de vida, padrões de consumo e visões de mundo. A televisão, o cinema, a internet e as redes sociais são exemplos de tecnologias que moldam o imaginário e influenciam as ações e comportamentos.

A imaginação desempenha um papel fundamental na construção da realidade. Ela pode transformar as "cópias pragmáticas" da percepção, que são representações fiéis, mas desprovidas de significado, em imagens simbólicas e significativas, estabelecendo assim um elo entre a realidade e o significado que lhe é atribuído. A imaginação permite ir além da mera percepção e criar um mundo rico em significados e possibilidades.

Assim, o imaginário, os símbolos, a mídia, os arquétipos e a imaginação são elementos interligados que desempenham um papel crucial na construção da realidade e na compreensão do mundo. Eles permitem ir além da mera percepção e criar um mundo rico em significados e possibilidades.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Referências

ALBUQUERQUE, F.; URBANO, K. *K-pop*: a onda coreana que conquistou o mundo. Revista Brasileira de Cultura e Comunicação, v. 7, n. 2, p. 256-272, 2015.

BRAGA, José Luiz. Para começar um projeto de pesquisa. Comunicação & Edução, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 288-296, 2005.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. E-Comps, Brasília, v. 14, n. 1, p. 1-33, 2011.

BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. Verso e Reverso, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 62-77, 2011.

CAMPBELL, Joseph. O poder do mito. Org. Betty Sue Flowers. Trad. Carlos Felipe Moiss. São Paulo: Editora Palas Athena, 1991.

CHUNG, Y. The Korean Wave: A discussion of the interrelations among Korean government, Korean mass media and Korean pop culture. Journal of Korea Studies, v. 16, n. 1, p. 83-101, 2011.

CIRINO, Lina. Quem é a imaginação na fila do pão do fim do mundo? Anais da XXXII COMPS, São Paulo, 2023. Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/quem-e-a-imaginacao-na-fila-do-pao-do-fim-do-mundo?lang=pt-br

DURAND, Gilbert. As estruturas antropológicas do imaginário. 4. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

ELIADE, Mircea. Mito e realidade. Tradução de Pola Civelli. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

HALL, Stuart. A Identidade em Questão. In: _____. (Org.). A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 07-22.

JONGHOE, Y. *The Korean Wave (Hallyu) in East Asia: A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audiences Who Watch Korean Television Dramas. Development and Society*, v. 36, n. 2, p. 183-207, 2007.

JUNG, Carl Gustav et al. O homem e seus símbolos. 3. ed. especial. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2016.

JUNG, Carl Gustav. Os arquétipos e o inconsciente coletivo. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

JUNG, Carl Gustav. Psicologia e religião. Petrópolis: Editora Vozes, 1978.

MADUREIRA, A.; MONTEIRO, I.; URBANO, K. Telenovelas Asiáticas: Uma Análise Comparativa das Estruturas Narrativas de Novelas da Coreia do Sul e do Japão. Estudos em Comunicação, n. 15, p. 145-166, 2014.

MARTEL, F. Mainstream: Uma Investigação Global Sobre a Guerra da Cultura e o *Soft Power.* Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

NYE JR., J. S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Nova York: Public Affairs, 2004.
ORTEGA, F. O Amor e a Europa: Relações de Gênero no Imaginário Europeu. São Paulo: Summus Editorial, 2010.
PARK, Y. *The Korean Wave (Hallyu): The Seoul of Asia. Seul: Korean Culture and Information Service, Ministry of Culture and Tourism,* 2006.
SAID, E. W. Orientalism. Londres: Penguin Books, 2007.
SILVA, Juremir Machado da. As tecnologias do imaginário. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.
SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? Tradução de Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002.