



---

## O Imaginário, os Símbolos e a Construção da Realidade<sup>1</sup> The Imaginary, Symbols and the Construction of Reality

Beatriz Lima Oliveira

**Palavras-chave:** Imaginário; Comunicação; Mídia.

A comunicação, mais do que uma mera transmissão de informações, é um processo dinâmico essencial para a construção de significados e identidades sociais. De acordo com Braga (2011), ela serve como meio para indivíduos e grupos sociais compartilharem e construírem suas visões de mundo, normas e valores.

A comunicação é fundamental para a sociedade, pois através dela as pessoas negociam, compartilham e ajustam suas interpretações da realidade, formando uma compreensão coletiva e construindo narrativas e símbolos. A perspectiva de Braga (2011) ressalta que a influência da mídia se propaga para além das interações interpessoais, permeando a sociedade em um cenário de midiaticização. Nesse contexto, a mídia não se limita a 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. A midiaticização, portanto, 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.

A mídia é um agente ativo que molda e organiza as trocas sociais, intervindo na construção de significados e determinando quais temas e discursos se tornam dominantes. Silverstone (2002) aprofunda essa perspectiva ao enfatizar o papel crucial da mídia na organização e gestão dos fluxos simbólicos que permeiam a sociedade. Esses fluxos simbólicos, compostos por informações, imagens, narrativas e valores, são fundamentais na construção tanto da identidade individual quanto da coletiva. A mídia, atuando como um filtro e um amplificador desses fluxos, exerce uma influência significativa na maneira como as pessoas se percebem e se relacionam com o mundo ao seu redor.

Através da seleção, organização e apresentação de conteúdos, a mídia contribui para a formação de representações sociais, moldando a percepção de diferentes grupos, eventos e questões sociais. Essas representações, por sua vez, influenciam como as pessoas se identificam com determinadas categorias sociais e constroem seus próprios sistemas de valores e crenças.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao VII Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.



# Anais de Resumos Expandidos VII Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 7 (2025)

---

Durand (2012, p. 51) destaca a importância da mídia e dos meios de comunicação ao apresentar o conceito de imaginário, afirmando: “É no ambiente tecnológico humano que vamos procurar um acordo entre os reflexos dominantes e o

---

seu prolongamento ou confirmação cultural”. Ele sugere que a tecnologia serve como um espaço onde os reflexos dominantes humanos – ou seja, comportamentos, respostas instintivas e ações habituais – podem se manifestar e se estender culturalmente. Nesse contexto, a tecnologia não é apenas um conjunto de ferramentas, mas sim um ambiente que permite a expressão e confirmação das estruturas profundas do imaginário humano, compostas por símbolos e arquétipos.

Braga (2011) descreve a mídia como um agente ativo na formação de significados, facilitada pela tecnologia que molda a comunicação midiaticizada. Durand (2012) discute o ambiente tecnológico, que não só reflete, mas também prolonga e transforma os reflexos sociais e culturais, mediante novas formas de interação e comunicação. Os fluxos simbólicos da mídia, organizados por Braga (2011), fazem parte desse prolongamento cultural que Durand (2012) analisa.

Assim, os processos simbólicos de comunicação mediados pela tecnologia definem o que é relevante, quais narrativas dominam e como os significados são negociados e renovados. Durand (2012) e Braga (2011) concordam que a comunicação, principalmente em um ambiente mediado por tecnologia, é crucial para criar e transformar os imaginários coletivos e as estruturas culturais da sociedade.

As tecnologias do imaginário, como definidas por Silva (2003), são os motores que impulsionam a disseminação e a consolidação do imaginário social. Esses dispositivos, que podem incluir desde narrativas míticas e visões de mundo até estilos de vida e padrões de consumo, são responsáveis por moldar como as pessoas percebem e interpretam o mundo ao seu redor. 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) complementa essa perspectiva ao conceituar o imaginário como uma narrativa projetada do real e um modo de ser compartilhado. O imaginário, portanto, não é apenas um reflexo passivo da realidade, mas sim uma construção ativa que molda e transforma a própria realidade.

Assim, 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 como as pessoas percebem e interpretam o mundo, contribuindo para a construção de uma realidade social



---

compartilhada. Essa realidade social, por sua vez, se manifesta em um modo de ser coletivo, que se expressa em crenças, valores, normas e comportamentos compartilhados.

O imaginário não é apenas um conjunto de memórias, mas uma rede interligada de experiências individuais. Ele funciona como um reservatório que guarda a marca do indivíduo no mundo e, ao mesmo tempo, como um motor que impulsiona novas ações e comportamentos, significando a realidade e incentivando novas atitudes. Para Durand (2012), o ato de imaginar é essencial para interpretar a realidade e refleti-la nas narrativas, atuando como uma ligação entre a obra e o público, conferindo-lhe credibilidade e popularidade.

A experiência sensorial do símbolo age diretamente sobre nós, evocando seu significado sem a necessidade de uma convenção. Durand afirma que o símbolo tem um poder de repercussão essencial e espontâneo, o que o coloca em uma "semântica especial", além da semiologia. Essa repercussão se deve à capacidade do símbolo de evocar emoções e significados profundos. Nossa imaginação "organiza" a experiência, conectando a forma do símbolo ao seu sentido. Não é algo artificial, mas surge das profundezas da psique humana.

Durand não vê a imaginação como mera reprodução da realidade. Ela é uma força ativa que deforma as "cópias pragmáticas" fornecidas pela percepção - sensações brutas que recebemos do mundo exterior. A imaginação entra em cena "deformando" essas sensações, moldando-as em imagens simbólicas, carregadas de sentido. Essa ação de "deformar" é, na verdade, um processo de reforma, de transformação. A imaginação não destrói as sensações, mas as reelabora, dando-lhes nova forma e significado. É um dinamismo constante, que está na base da nossa vida psíquica. O autor também se refere ao modo como a imaginação organiza as imagens. As "leis da representação" são os princípios que regem a 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 trabalha por analogias, criando conexões entre diferentes elementos.

Jung (2016) faz uma distinção crucial para a psicologia analítica entre sinais e símbolos. 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 reino vasto e desconhecido que influencia pensamentos, sentimentos e comportamentos. O inconsciente se manifesta de várias maneiras, incluindo sonhos, fantasias, lapsos de linguagem e sintomas neuróticos. Jung (2012) identifica mitos, contos de fadas, sonhos e várias formas de expressão cultural como manifestações do inconsciente, revelando a herança psicológica comum da humanidade. Ele via o inconsciente como um reservatório



---

de arquétipos, imagens primordiais e modelos inatos que moldam nossa percepção do mundo e de nós mesmos.

A estes temas [que se repetem de forma quase idêntica] dei o nome de arquétipos, designação com a qual indico 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 temas arquetípicos provêm, provavelmente, daquelas criações do espírito humano transmitidas não só por tradição e migração como também por herança (Jung, 2012, p. 65).

Jung (2012) e Durand (2012) concordam com a importância do símbolo na psique humana e que ambos transcendem a experiência individual. Jung (2012) localiza os arquétipos no inconsciente coletivo, que é inato e universal, composto por conteúdos que nunca estiveram na consciência individual e são compartilhados por toda a humanidade. Durand (2012), por outro lado, 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 contribuintes 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 (2012) vê os arquétipos como estruturas abstratas e primordiais que se manifestam em diferentes formas mediante 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.

Assim, como considerações parciais, entendemos que o imaginário social desempenha um papel fundamental na forma como nos comunicamos e interagimos com o mundo. Os símbolos, com seus 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 percebemos o mundo e a nós 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 nosso modo de ser e



estar no mundo, bem como nossas 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 nossos 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 nosso imaginário e influenciam nossas 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 atribuímos a ela. A imaginação nos 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 nossa realidade e na nossa compreensão do mundo. Eles nos permitem ir além da mera percepção e criar um mundo rico em significados e possibilidades.

## Referências

- BRAGA, José Luiz. **Para começar um projeto de pesquisa**. Comunicação & Educação, 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-Compós**, 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 Moisés. São Paulo: Editora Palas Athena, 1991.
- CIRINO, Lina. **Quem é a imaginação na fila do pão do fim do mundo?** Anais da XXXII COMPÓS, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/quem-e-a-imaginacao-nafila-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.



**Anais de Resumos Expandidos  
VII Seminário Internacional de Pesquisas  
em Miatização e Processos Sociais**

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 7 (2025)

- 
- HALL, Stuart. A Identidade em Questão. In: \_\_\_\_\_. (Org.). **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 07 – 22.
- 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.
- SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. 1a. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Tradução de Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002.