

## A semiose do meme *Slender Man* na plataforma *Tumblr*: circulação e transformação de sentidos na internet<sup>1</sup>

Alice de Freitas GOMES<sup>2</sup>  
Geane Carvalho ALZAMORA<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Minas Gerais

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo apresentar o conceito de memes de internet, proposto por Limor Shifman (2013), como fundamento para a compreensão dos fenômenos de propagação e transformação de ideias no ambiente digital. Enfatizamos relações entre o conceito de meme de internet e a noção peirceana de semiose como perspectiva metodológica para averiguar o processo de circulação e transformação do meme *Slender Man* na plataforma *Tumblr*, aqui entendido como dinâmica transmídia do referido meme.

**Palavras-chave:** memes de internet; semiose; semiótica peirceana; dinâmica transmídia; *Slender Man*.

### Introdução

Em seu sentido popular, memes são conteúdos como imagens, vídeos e piadas, propagados via internet através do compartilhamento dos usuários. Memes de internet frequentemente atraem a participação criativa dos usuários, que podem alterar certos conteúdos, através de remixes e imitações, por exemplo, antes de passá-los adiante. (SHIFMAN, 2012, 2013).

A circulação de memes na internet cresce em contextos variados da vida cotidiana, como circulação de notícias falsas (ALZAMORA & BICALHO, 2018) e ativismo. Um exemplo é o meme “*pepper spraying cop*”, utilizado frequentemente em crítica à brutalidade policial <sup>4</sup> (SHIFMAN, 2013).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, e-mail: [alicefreitas@ufmg.com.br](mailto:alicefreitas@ufmg.com.br)

<sup>3</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC SP), bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq, e-mail: [geanealzamora@ufmg.br](mailto:geanealzamora@ufmg.br)

<sup>4</sup> Em 2011, um oficial de polícia atacou, com spray de pimenta, manifestantes pacíficos do movimento *Occupy*, na Universidade da Califórnia. Uma fotografia do momento em que o policial, aparentemente de modo casual, aperta a lata de spray na direção dos manifestantes, se popularizou, gerando o meme “*Pepper spraying cop*”, que consiste na inserção da imagem deste policial e seu spray em diferentes imagens e vídeos. Como Shifman (2013) aponta, algumas edições que fazem parte deste meme trazem críticas à brutalidade policial no país.

---

A indústria do entretenimento também exhibe influências dos memes em sua lógica de funcionamento, como é o caso do meme *Slender Man*, que se originou na internet como uma *creepypasta*,<sup>5</sup> história de terror que circula no ambiente digital através das ações de compartilhamento e engajamento criativo dos usuários (ASIMOS, 2019), e foi adaptado para o cinema no longa-metragem *Slender Man: Pesadelo Sem Rosto* (2018). Este meme será detalhado à frente, como estudo de caso aqui apresentado.

Outro exemplo é o quadro de humor “Isso a Globo Não Mostra”, do programa Fantástico, da Rede Globo, estreado em 2019 e inspirado em um meme homônimo, que remete à suposta manipulação arbitrária de informações exibidas pela rede de televisão. Em sua construção de humor, o quadro utiliza linguagens próprias à internet, em uma aparente tentativa de gerar novos memes (MÓR, 2020).

Em um episódio do “Isso a Globo Não Mostra”, foi exibido um trecho do programa “É de Casa”, no qual a apresentadora Ana Furtado conversava com a artesã Raquel Motta sobre o custo de confecção das carteiras feitas por ela: três reais. A conversa foi editada de modo a repetir inúmeras vezes as frases “três?”, “três reais?” e “três reais!”, gerando efeito cômico. O vídeo rapidamente se popularizou, sendo compartilhado em diferentes redes sociais on-line e gerando diversos conteúdos derivados (MÓR, 2020). Um destes conteúdos foi o anúncio do McDonald’s, que se utilizou das frases principais do meme para sua promoção de duas casquinhas de sorvete por três reais (STRAZZA, 2019). Isto nos leva ao terceiro e último exemplo da influência dos memes na vida cotidiana: seu uso pelas marcas para *branding* e publicidade.

Sara Cannizzaro (2016) aponta para esta prática, utilizando como exemplos o comercial<sup>6</sup> de 2013 do *Lloyds Bank*, que utiliza o meme “*Grumpy cat*” (a imagem de um gato com aparente expressão de insatisfação) e o vídeo<sup>7</sup> promocional produzido pela Universidade de Roehampton em 2013, que utiliza o meme *Downfall*, no qual uma cena do filme *Der Untergang* (2004) (em português, “A Queda! As Últimas Horas de Hitler”) é legendada com textos que não correspondem às falas dos atores. A autora assinala que “[...] memes foram incorporados à cultura comercial associada à comunicação de massa

---

<sup>5</sup> O termo deriva do neologismo “*copypasta*”, que indica conteúdos que se espalham pela internet através da função “copy and paste”, em português, “copiar e colar”. O termo “*creepy*” significa “arrepiaante”. Assim, *creepypastas* compõem um subgênero das *copypastas*, específico a conteúdos de terror.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FGE4AOBRii0>. Acesso em 09 out. 2020.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QH03LmqgH4g>. Acesso em 09 out. 2020.

e broadcast media [...]” (CANNIZARO, 2016, p.563, tradução nossa<sup>8</sup>) e salienta que, quando instituições como as citadas acima utilizam-se de memes em sua comunicação, mesmo que para finalidades de marketing, “[...] é seguro considerar que esta tendência agora representa um fenômeno maduro, que convida uma investigação sistemática da mídia” (CANNIZARO, 2016, p.563, tradução nossa<sup>9</sup>), argumento do qual compartilhamos.

Embora os memes de internet se mostrem cada vez mais enredados às práticas comunicacionais atuais, estudos sobre este tema refletem o status controverso do conceito na comunidade acadêmica (SHIFMAN, 2013). Esta investigação<sup>10</sup> sobre o meme *Slender Man* no *Tumblr* fundamenta-se na semiótica peirceana como estratégia metodológica de análise.

### **Meme: um conceito controverso**

Em 1976, o etólogo<sup>11</sup> Richard Dawkins publicou o livro “O Gene Egoísta” (no original, em inglês, *The Selfish Gene*), no qual ele fala sobre a evolução biológica em sua relação com os genes. Segundo o autor, genes são replicadores capazes de influenciar o comportamento de seres vivos (chamados por Dawkins de “máquinas de sobrevivência”) para garantir a sua continuidade. Em determinado momento do livro, o etólogo propõe que a transmissão cultural é análoga à transmissão genética, no sentido que, embora seja conservadora, também abre espaço para uma evolução que ocorre, em geral, de maneira muito mais rápida (DAWKINS, 2006).

Ao traçar este paralelo entre evolução cultural e evolução genética, Dawkins apresenta a noção de “meme” como o replicador que age de maneira análoga ao gene no processo de evolução cultural. Ele define este novo replicador como:

[...] uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação.  
[...] Exemplos de memes são melodias, ideias, bordões, modas de roupas, modos de fazer vasos ou construir arcos. Assim como genes se propagam no *pool* genético, saltando de corpo em corpo através de espermatozoides ou óvulos, memes também se propagam no *pool* memético saltando de cérebro em cérebro através de um processo que,

<sup>8</sup> “[...] memes have been incorporated into the commercial culture associated with mass communication and broadcast media.”

<sup>9</sup> “[...] it is safe to assert that this trend now poses a mature cultural phenomenon and invites systematic media scrutiny.”

<sup>10</sup> Parte da pesquisa de mestrado em desenvolvimento no PPGCOM - UFMG.

<sup>11</sup> Profissional da etologia, especialidade da biologia que estuda o comportamento animal.

---

em um sentido mais amplo, pode ser chamado de imitação. Se um cientista escuta ou lê uma boa ideia, ele a passa adiante para seus colegas e estudantes. Ele a menciona em seus artigos e palestras. Se a ideia se populariza, pode-se dizer que ela se propaga, se espalhando de cérebro para cérebro. (DAWKINS, 2006, p. 192, tradução nossa<sup>12</sup>)

A noção de meme proposta por Dawkins fomentou um novo campo de investigação: a memética. (CHESTERMAN, 2005; SHIFMAN, 2013). O desenvolvimento da memética não se deu sem obstáculos. O estudo dos memes vem atraindo ataques da academia desde os seus estágios iniciais (SHIFMAN, 2013). Dentre as principais críticas, quatro se destacam: a ambiguidade do meme, o limite da analogia com a biologia, o agenciamento humano e o potencial de acréscimo (CHESTERMAN, 2005; SHIFMAN, 2013).

A primeira crítica diz respeito à instabilidade do conceito. Dawkins (2006) aponta para as possíveis confusões em relação à definição de meme, e sugere que o consideremos como uma unidade de conveniência. O autor utiliza uma frase da nona sinfonia de Beethoven como exemplo de tal unidade de conveniência, que se for “[...] distinta e memorável o suficiente para ser extraída do contexto da sinfonia completa, e usada como jingle de uma estação de radiodifusão britânica enlouquecedoramente intrusiva, então, nesta medida, ela pode ser considerada um meme” (DAWKINS, 2006, p. 195, tradução nossa<sup>13</sup>). No entanto, apesar dos esforços de Dawkins para esclarecer o que quer dizer com “unidades de imitação”, as definições de memes são muito diversas e escorregadias, e não há consenso sobre o que são, de fato, estas unidades (CHESTERMAN, 2005; SHIFMAN, 2013).

O segundo ponto criticado é o fato de que a aproximação entre a biologia e a cultura é, por vezes, demasiadamente forçada. A busca por equivalentes culturais de conceitos da genética, como fenótipo e genótipo, limita o olhar para a cultura a um ponto de vista biológico, simplificando comportamentos humanos complexos (SHIFMAN, 2013).

---

<sup>12</sup> “[...] a unit of cultural transmission, or a unit of imitation. [...] Examples of memes are tunes, ideas, catch-phrases, clothes fashions, ways of making pots or of building arches. Just as genes propagate themselves in the gene pool by leaping from body to body via sperms or eggs, so memes propagate themselves in the meme pool by leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation. If a scientist hears, or reads about, a good idea, he passes it on to his colleagues and students. He mentions it in his articles and his lectures. If the idea catches on, it can be said to propagate itself, spreading from brain to brain.”

<sup>13</sup> “[...] sufficiently distinctive and memorable to be abstracted from the context of the whole symphony, and used as the call-sign of a maddeningly intrusive European broadcasting station, then to that extent it deserves to be called one meme.”

---

A questão do agenciamento humano está relacionada à linguagem utilizada pelos estudos em memética, que se referem a memes como entidades providas de vontade própria (CHESTERMAN, 2005; SHIFMAN, 2013). Assim como na primeira crítica, Dawkins (2006) também abordou este problema em seu texto original, ressaltando que se trata de uma linguagem metafórica, utilizada para facilitar a compreensão das ideias por ele expostas. Entretanto, a crítica persiste, pois, além de esta linguagem poder causar equívocos, como aponta Chesterman (2005), Shifman (2013) salienta que uma vertente dos estudos da memética de fato considera seres humanos como “[...] ‘máquinas de memes’, controladas pelos inúmeros memes que eles hospedam e espalham constantemente” (SHIFMAN, 2013, p. 366, tradução nossa<sup>14</sup>).

A última crítica, grande desafio para a memética, como sugere Chesterman (2005), é a afirmação de que este campo de investigação não oferece nenhuma contribuição que não possa ser alcançada por outras disciplinas, como a antropologia cultural e a linguística, por exemplo (CHESTERMAN, 2005; SHIFMAN, 2013).

Reconhecemos o mérito das críticas apontadas acima e, de fato, percebemos como tais dificuldades conceituais representam um desafio para a aplicação da noção de meme em estudos acadêmicos. No entanto, isso não significa que acreditamos que o conceito deva ser descartado. Pelo contrário, como Shifman sugere: “enquanto apoiadores argumentam que o meme explica tudo e seus oponentes afirmam que ele não explica e muda absolutamente nada, talvez valha a pena questionar se o conceito de meme pode ser útil para *algo*” (2013, p. 362, grifo da autora, tradução nossa<sup>15</sup>). Em nossa pesquisa, o conceito de meme se mostrou extremamente útil para compreender as dinâmicas de circulação de conteúdos na internet, entretanto, foi necessário encontrar uma abordagem teórico-metodológica adequada para este “encrenqueiro conceitual” (SHIFMAN, 2013, p.362). Assim, utilizamos o conceito de meme de internet, proposto por Shifman (2013), conforme a perspectiva teórico-metodológica da noção peirceana de semiose.

---

<sup>14</sup> “[...] ‘meme machines’ operated by the numerous memes they host and constantly spread.”

<sup>15</sup> “While enthusiastic advocators argue that the meme explains everything and their opponents assert it explains and changes absolutely nothing, it might be worth asking whether the meme concept may be useful for *something*.”

---

## A semiose dos memes

O conceito de memes de internet proposto por Shifman visa oferecer uma ferramenta útil para a compreensão de certos aspectos da cultura contemporânea, ao mesmo tempo em que desassocia o termo de certos significados e implicações não profícuos, aderidos ao longo dos anos (SHIFMAN, 2013). Diferente da antiga noção de “unidade”, de cultura, imitação ou conveniência, a autora propõe que pensemos memes de internet como aglomerados de conteúdos do ambiente digital, que possuem características semelhantes, são criados com consciência um do outro e são circulados e transformados, através da internet, por vários usuários (SHIFMAN, 2013). Sendo assim, para que os conteúdos digitais sejam considerados parte de um mesmo meme, eles devem possuir algum atributo em comum e, ao mesmo tempo, apresentar diferenças entre si, caso contrário, não se trata de um meme e sim de um viral, conteúdo propagado pela internet, através da ação de usuários, mas que não sofre mudanças significativas (SHIFMAN, 2012). Nesta definição, notamos dois movimentos que parecem antagônicos, mas que trabalham juntos no impulsionamento da dinâmica de circulação de memes de internet: a conservação e a variação de características. Estes movimentos remetem aos conceitos de signo e semiose, de Charles Sanders Peirce.

Na semiótica peirceana, o signo é descrito como uma relação triádica que envolve os seguintes correlatos: signo, objeto e interpretante. O signo, chamado também de “*representamen*”, é aquilo que “[...] representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez, um signo mais desenvolvido” (CP 2.228 apud SANTAELLA, 1995, p.23). Aquilo que o signo busca representar é o segundo correlato desta relação, o objeto, que, na teoria de Peirce, está conectado à noção de realidade. Esta representação gera um efeito na mente interpretadora, denominado interpretante, que, por sua vez, se torna o signo da tríade seguinte, fazendo com que os três correlatos se engendrem em um processo infinito de autogeração, denominado semiose (SANTAELLA, 1995).

A representação do objeto pelo signo ocorre de maneira parcial, uma vez que o signo “não é nunca completamente adequado ao objeto, não se confunde com o objeto, nem pode prescindir dele.” (SANTAELLA, 1995, p.36). Desta diferenciação decorre a subdivisão em “objeto dinâmico” e “objeto imediato”. O primeiro é a realidade por trás do signo, que independe deste, e que só podemos acessar de forma mediada e,

---

consequentemente, parcial. Já o segundo é a parte da realidade que consegue ser inscrita no signo. (NÖTH, 2011). Esta distinção é o que garante a contínua geração de novos significados na cadeia de semiose. Isso ocorre porque o interpretante herda do signo apenas a parte do objeto por ele recoberta. Para que o interpretante seja gerado, a mente interpretadora necessita da experiência colateral, que nada mais é do que uma familiaridade prévia com o objeto que o signo busca denotar (SANTAELLA, 1995). Disto decorre que a mente interpretadora acessa signos adjacentes e os agrega à tríade para a geração dos interpretantes. Estes signos, que variam de acordo com o repertório pessoal de cada mente interpretadora, fazem emergir novos significados na cadeia de semiose, garantindo sua perpétua expansão.

Ao mesmo tempo em que o interpretante está relacionado à multiplicidade de sentidos gerados na semiose, o objeto atua na preservação de um referencial. Como evidencia Santaella (1995, p. 37) “[...] por mais que a cadeia semiótica se expanda, em signos-interpretantes gerando signos-interpretantes, o vínculo com o objeto não é nunca perdido, uma vez que o objeto é justamente aquilo que existe e resiste na semiose ou ação do signo”. Nota-se, novamente, os movimentos de conservação e variabilidade, trabalhando, aqui, no impulsionamento da semiose.

É patente que a descrição do processo de semiose é extremamente abstrata, característica intrínseca à semiótica peirceana, fruto da intencionalidade de Peirce em conceber uma ciência geral, capaz de abranger todo e qualquer fenômeno (SANTAELLA, 1995; 2004). Tal abstração não significa que a semiose se encontra apenas no campo das operações mentais, fadada à eterna incorporalidade: ela pode ser percebida empiricamente nos processos de comunicação, afinal, todos eles são permeados por signos (SANTAELLA, 1995). Argumentamos que os conteúdos que compõem memes de internet podem ser considerados como signos, cujas dinâmicas de conservação e mutação de significados são manifestações empíricas dos engendramentos da tríade sîgnica no processo semiose.

As manifestações empíricas da semiose nas ações de comunicação estão intrinsecamente ligadas às diferentes subdivisões dos interpretantes. A primeira subdivisão diz respeito aos interpretantes imediato, dinâmico e final. O interpretante imediato é:



---

[...] um interpretante interno ao signo, propriedade interna do signo. possibilidade de interpretação ainda em abstrato, ainda não-realizada: aquilo que o signo está apto a produzir como efeito numa mente interpretadora qualquer. [...] É a impressão total inanalizada que se espera que o signo possa produzir, antes de haver qualquer reflexão crítica sobre ele. (SANTAELLA, 1995, p. 97)

Este nível do interpretante diz respeito à “propriedade objetiva do signo” (SANTAELLA, 1995, p. 42), que no âmbito da comunicação, relaciona-se à intencionalidade nele inscrita. Já o segundo nível do interpretante, o dinâmico, está relacionado ao efeito propriamente dito, produzido na mente interpretadora:

É o efeito efetivamente produzido pelo signo num ato de interpretação concreto e singular. É o efeito real produzido sobre um dado intérprete, numa dada ocasião e num dado estágio de sua consideração sobre o signo. [...] Corresponde, enfim, ao que se pode chamar de significado do signo *in concreto*, isto é, o fato empírico de apreensão do signo, uma realização particular do significado, ou aquilo que comumente poderia ser referido como sendo o significado psicológico do signo, sendo, portanto, o único interpretante que funciona diretamente num processo comunicativo. (SANTAELLA, 1995, p. 98)

O último nível da primeira subdivisão, interpretante final, é “[...] um interpretante *in abstracto*, fronteira ideal para a qual os interpretantes dinâmicos (interpretantes *in concreto*) tendem a caminhar, no longo curso do tempo” (SANTAELLA, 1995, p. 100). Tratando-se de um ideal, ele norteia o curso da semiose, mas nunca é de fato alcançado. Voltamo-nos, então, para o interpretante dinâmico, do qual surge uma segunda subdivisão.

O primeiro nível dessa subdivisão é o interpretante emocional. Como o próprio nome sugere, trata-se da qualidade de sentimento provocada pelo signo. O segundo nível é o energético, que diz respeito ao esforço, ou gasto de energia, envolvido no processo de interpretação. O último nível, interpretante lógico, é o efeito lógico que o signo provoca no intérprete, ou seja, o efetivo entendimento do signo. (SANTAELLA, 1995; ALZAMORA & GAMBARATO, 2014). Uma vez que fazem parte do interpretante dinâmico, que está no domínio da concretude, estas subdivisões são particularmente importantes para a compreensão de como operações mentais envolvidas na semiose se materializam em ações de comunicação.



---

Com base nesses aspectos, que conformam a transformação sógnica, ou semiose, procederemos à análise da dinâmica transmídia do meme *Slender Man* na plataforma *Tumblr*.

### **Estudo de caso: a dinâmica transmídia do meme *Slender Man* no *Tumblr***

No dia 8 de junho de 2009, no site *Something Awful*, um usuário criou um fórum para promover um concurso de edição de imagens sobrenaturais. Dois dias depois, Eric Knudsen, sob o nome de usuário “Victor Surge” postou, neste fórum, duas imagens editadas por ele. As imagens mostram dois grupos de crianças em espaços abertos, e ao fundo, uma criatura alta, esguia, sem rosto, com braços e pernas extremamente finos e longos. Na descrição das fotos, Erick se refere à criatura como “*Slender Man*”. Nos dias seguintes à sua primeira contribuição, Knudsen postou mais imagens editadas com o *Slender Man*, acompanhadas de misteriosas legendas.

Em pouco tempo, o personagem ganhou notoriedade e se propagou para diversas plataformas on-line, como *Youtube*, *Deviantart* e *4Chan* (LOVITT, 2016). Esta propagação ocorreu através da ação criativa dos fãs, que criaram conteúdos como webséries, ilustrações e teorias sobre o personagem. A popularização de *Slender Man* foi tamanha que parte do folclore em torno da criatura foi adaptada para o cinema, no filme “*Slender Man: Pesadelo Sem Rosto*” (2018). Consideramos *Slender Man* como um meme de internet, devido à sua propagação pelo ambiente digital, com conteúdos que sempre mantêm certos aspectos do personagem constantes (a imagem da criatura alta, magra e sem rosto) ao mesmo tempo em que trazem um amplo espectro de mutações, que vão desde a extração do personagem do contexto do horror até a criação de novos personagens que agregam sua narrativa. Sob a ótica da pesquisa, a propagação desse meme é considerada como uma dinâmica transmídia, que é caracterizada pela circulação de conteúdos em espaços midiáticos pela ação coletiva da audiência (ALZAMORA & GAMBARATO, 2014), diferentemente da noção tradicional de narrativa transmídia (JENKINS, 2009), que é mais voltada para histórias criadas e distribuídas por grandes empresas da indústria do entretenimento.

Busca-se compreender a dinâmica transmídia do meme *Slender Man* e o modo pelo qual essa narrativa se expande pela ação coletiva no *Tumblr*, que foi escolhido como locus de pesquisa por ser esta plataforma um epicentro de engajamento criativo de fãs on-

---

line (HILLMAN, PROCYK & NEUSTAEDTER, 2014; KOHNEN, 2018). Consideramos que, para alcançar o objetivo proposto, precisamos analisar a rede de significados que se prolifera em torno de *Slender Man* e os modos de engajamento dos fãs envolvidos nesta proliferação.

O corpus da pesquisa é composto por 141 postagens, marcadas com a tag “*slenderman*” realizadas no *Tumblr* entre 2010 e 2020 (período que se inicia no ano das primeiras postagens recuperadas sobre o tema na plataforma e se encerra no prazo final para o fechamento do corpus). Nossos esforços analíticos se iniciaram com a investigação dos sentidos emanados na rede formada em torno de *Slender Man*. Tal como a definição de meme de internet estabelece, todas as postagens analisadas compartilham alguns elementos, no nosso caso, as características básicas do personagem (o nome “*Slender Man*”, e a figura esguia e sem rosto). Como salientamos anteriormente, esta referência narrativa é característica do objeto, enquanto a variabilidade de significados está ligada às associações sígnicas envolvidas na geração de interpretantes. No caso do nosso objeto de pesquisa, a mutabilidade é extrema. Se por um lado as características básicas da aparência do *Slender Man* se mantêm, literalmente todos os outros aspectos das postagens variam. Esta foi uma dificuldade encontrada pela pesquisa, pois, se buscamos analisar os sentidos proliferados em torno de *Slender Man*, este empreendimento, em sua totalidade, é inconcebível, devido ao caráter infinito da semiose. Optamos, então, por focar nos sentidos que oferecem pistas mais relevantes sobre a transmidialidade do objeto. Sendo assim, consideramos as postagens analisadas como signos, e buscamos identificar nos interpretantes imediatos de cada uma, ou seja, na intencionalidade comunicativa inscrita no signo, elementos do universo de *Slender Man* e de outros universos narrativos que foram evocados. A partir desta primeira análise, elaboramos 14 “nuvens de sentidos”, como as mostradas na Figura 1, diagramas semelhantes a nuvens de palavras, que mostram os principais significados identificados nas postagens.

Esta visualização dos significados proliferados em torno de *Slender Man* nos auxiliou muito na compreensão da expansão do nosso objeto empírico. É possível perceber, antes de tudo, quais produções criativas relacionadas a *Slender Man* aparecem com maior frequência nas postagens analisadas. Um exemplo é a websérie “*Marble Hornets*”, que aparece em 9 das 14 nuvens de sentido produzidas. “*Slender: The Eight Pages*” também se destaca nesta visualização: desde seu lançamento em 2012, o jogo estimula a produção de conteúdos como vídeos e *fan arts* dentro do universo de *Slender*



---

*Marble Hornets*, *EverymanHybrid* e *TribeTwelve*, originadas no *Youtube*, e o seriado *Doctor Who*, exibido na televisão pela emissora BBC. Nesta perspectiva, as nuvens de sentido expõem, também, como a semiose do meme *Slender Man* no *Tumblr* se manifesta em uma dinâmica transmídia, abordagem que leva em conta o engajamento da audiência na circulação transmidiática de conteúdos. Tal engajamento está conectado ao interpretante dinâmico e suas subdivisões, os interpretantes emocional, energético e lógico, que, como salientamos anteriormente, são particularmente profícuos para explorar materializações da semiose em ações de comunicação (ALZAMORA & GAMBARATO, 2014).

### **Considerações Finais**

Memes de internet são parte importante da cultura digital e se mostram cada vez mais presentes em diversos âmbitos da vida cotidiana, desde a política até o entretenimento e a publicidade. A participação dos memes nestes processos de comunicação demonstra a importância de investigações sobre este tema para a nossa área. No entanto, comunicólogos que se propõem a estudar estes objetos encontram desafios, que vão desde ao status controverso do conceito na academia até as dificuldades metodológicas envolvidas em lidar com a dispersão e volubilidade desses objetos. Em nossa pesquisa de mestrado, que busca investigar a dinâmica transmídia do meme *Slender Man* na plataforma *Tumblr*, nos deparamos com tais dificuldades, e encontramos no conceito de memes de internet proposto por Shifman (2013), trabalhado sob a luz da semiótica peirceana, caminhos para contornar tais obstáculos.

O conceito proposto por Shifman desvincula o termo “meme” de diversas implicações negativas associadas a ele ao longo dos anos. A noção deixa de se referir a uma grande teoria da evolução cultural, análoga à evolução biológica, e passa a ser uma útil ferramenta para identificar as dinâmicas de circulação e transformação de conteúdos no ambiente digital. Tais dinâmicas de circulação e transformação remetem aos conceitos de signo, objeto e interpretante, de forma que o modo de ação dos memes pode ser considerado como uma manifestação tangível do processo de semiose, que é o modo de ação dos signos (SANTAELLA, 1995). Este processo se materializa em uma dinâmica transmídia, na qual o engajamento da audiência cria e movimenta conteúdos através de múltiplas plataformas e ambientes midiáticos. Ao considerarmos memes de internet como

signos, e o seu processo de expansão transmidiática como materialização da semiose, avistamos os percursos para lidar com a complexibilidade e da mutabilidade desses objetos, uma vez que a teoria de Peirce já expõe e trabalha o infinito caráter de crescimento e transformação do processo de autogeração dos signos.

## Referências Bibliográficas

ALZAMORA, G. C.; BICALHO, L. A. G. A dinâmica transmídia de fake news: interações sociais em torno da concepção pragmática de verdade. *In: Encontro Anual da Compós*, 27., 2018, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2018. p. 1-18.

ALZAMORA, G. C.; GAMBARATO, R. R. Peircean semiotics and transmedia dynamics: communicational potentiality of the model of semiosis. **Ocula**, [s. l.], v. 15, p. 1-13, nov. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2GNDA4n>. Acesso em: 10 out. 2020

ASIMOS, V. M. Creepypasta and Mythology. *In: ASIMOS, V. M. The Slender Man Mythos: a structuralist analysis of an online mythology*. 2019. Tese (Phd em Teologia e Religião) - Universidade de Durham, Durham, 2019. Disponível em: [http://etheses.dur.ac.uk/12962/1/Full\\_Draft.pdf?DDD32+](http://etheses.dur.ac.uk/12962/1/Full_Draft.pdf?DDD32+). Acesso em 11 out. 2020

CANNIZZARO, S. Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. **Sign Systems Studies**, [s. l.], v. 44, n. 4, p. 562-586, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3iQLasb>. Acesso em 11 out. 2020

CHESTERMAN, A. The memetics of knowledge. *In: DAM, H. ENGBERG, J. GERZYMISCH-ARBOGAST, H. (Ed). Knowledge systems and translation*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2005, p. 17-30.

DAWKINS, R. Memes: the new replicators. *In: DAWKINS, R. The Selfish Gene*. 30th anniversary edition. New York: Oxford University Press, 2006. p. 189-201.

HILLMAN, S.; PROCYK, J.; NEUSTAEDTER, C. Tumblr Fandoms, Community & Culture. *In: ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 17., 2014, Baltimore. **Anais eletrônicos [...]**. Baltimore: CSCW, 2014, p. 285-288 Disponível em: <https://bit.ly/2JMe1is>. Acesso em 11 out. 2020.

JENKINS, H. Em busca do unicórnio de origami. *In: JENKINS, H. Cultura da Convergência*. Tradução Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009, p. 135- 186.

KOHNEN, M. E. S. Tumblr Pedagogies. *In: BOOTH, Paul (ed.) A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 2018, p. 351-367.

LOVITT, B. Slender Man: From Horror Meme to Inspiration for Murder. **Rolling Stone**, [s. l.], 3 ago. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2NAB6pE>. Acesso em 11 out. 2020.

MÓR, R. M. Isso a Globo não mostra. **#MuseuDeMemes**, [s. l.], 1 set. 2020. Disponível em: <https://www.museudememes.com.br/sermons/isso-a-globo-nao-mostra/>. Acesso em 10 out. 2020.

---

NÖTH, W. Representation and Reference According to Peirce. **International Journal of Signs and Semiotic Systems**, v. 1, n.2, p. 28-39, Jul.-Dez. 2011.

SANTAELLA, L. **A Teoria Geral dos Signos**: Semiose e Autogeração. São Paulo: Ática, 1995.

SANTAELLA, L. **O Método Anticartesiano de C.S. Peirce**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

SHIFMAN, L. An anatomy of a YouTube meme. **New Media & Society**, [s. l.], v. 14, n. 2, p. 187-203, Mar. 2012. Disponível em: <https://bit.ly/3lBF40t>. Acesso em 11 out. 2020.

SHIFMAN, L. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. **Journal of Computer-Mediated Communication**, [s. l.], v.18, n.3, p. 362-377, Abr. 2013. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcc4.12013>. Acesso em 11 out. 2020.

STRAZZA, P. McDonald's cria promoção de casquinhas em cima do meme dos 3 reais. **B9**, [s. l.], 4 fev. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2FiwGU2>. Acesso em 11 out. 2020.