

## **Segura Essa Transformação, Mon Amour: Análise Sobre Memes Transmídias da Internet<sup>1</sup>**

Clara Garnier Pires PICCOLI<sup>2</sup>  
Elisangela LASTA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

Este artigo tem como objetivo analisar as derivações transmidiáticas dos memes por meio dos seus gêneros articulados às suas características. A metodologia está baseada na pesquisa empírica mediada por computador de Johnson (2010), que consiste na triangulação de técnicas. O trabalho apresenta uma análise de cinco memes que tiveram repercussão no ambiente digital, que tornaram-se produtos e permaneceram também no ambiente *off-line*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Memes. Cultura Participativa. Cultura da Convergência. Transmídia.

### **INTRODUÇÃO**

O presente artigo, cujo título<sup>4</sup> traz uma apropriação e ressignificação do contexto original, tem sua temática delimitada aos memes da Internet que atingiram transformações transmidiáticas. Em meio a exposição diária aos conteúdos que “pipocam” nas nossas redes sociais e a construção colaborativa nos ambientes digitais, os memes despertam nosso interesse, pois eles podem perpassar as conexões digitais e tornarem-se relevantes a ponto de serem eternizados em diversos produtos que se encontram “*off-line*”. Assim, através de um ativo compartilhamento, os memes somam significações e adquirirão narrativas variadas e específicas para cada contexto.

Deste modo, objetivamos neste artigo, analisar as derivações transmidiáticas dos memes por meio das suas categorizações articuladas às suas características. E como

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na II05 - COMUNICAÇÃO MULTIMÍDIA do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019. Trabalho de conclusão de curso apresentado pelo curso de Publicidade e Propaganda da UFRGS em 18 de dezembro de 2018.

<sup>2</sup>Bacharela em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, email: cgarnier.piccoli@gmail.com

<sup>3</sup>Docente do Departamento de Comunicação - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Email: elisangela.lasta@ufrgs.br

<sup>4</sup> Frase adaptada para o contexto acadêmico, da cantora Inês Brasil, dita quando participou, sem saber, do quadro Telegrama Legal do programa Domingo Legal, exibido pelo SBT. Frase original: ‘Segura essa marimba, mon amour’.

metodologia, nos baseamos na pesquisa empírica mediada por computador de Johnson (2010), que consiste na triangulação de técnicas, que ocorreu a partir da observação encoberta e não participativa articulado com as categorizações dos memes de acordo com os gêneros de Neta (2016) com as características meméticas de Recuero (2009). Já o campo de estudo selecionado abrange o fenômeno dos memes, que sofreram transformações transmidiáticas. O *corpus* consiste em cinco memes que foram escolhidos de modo com que houvesse um exemplo de cada um para as categorizações. Optamos por analisar memes nessas categorizações para demonstrar as diferentes faces com que eles se apresentam.

O artigo está subdividido em 4 partes, sendo a primeira uma discussão acerca da “propagabilidade”, que estuda a influência da cultura participativa na produção ativa de conteúdos meméticos. A segunda conta com as explicações das características e dos gênero dos memes. Na terceira etapa consta a metodologia, na qual é explicado os caminhos da análise, e posteriormente, são apresentados os memes transmídiados e suas respectivas transformação. Por fim, na quarta parte apresentamos os resultados.

### **1. O que não se propaga morre: o entendimento do conceito de *spreadability***

Vivemos em um momento em que podemos construir e disseminar diversas narrativas e, conseqüentemente, também interagir com outras tantas. Nesse sentido, podemos perceber que há uma cultura participativa e convergente em constante expansão (JENKINS, 1992; 2009). Essa interação, que percebemos enquanto indivíduos, desencadeia a cultura da convergência, a qual é definida como: “[...] fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos” (JENKINS, 2009, p.27). Esses comportamentos e experiências ocorrem por meio da convergência, de modo com que cada um de nós, através dos “fragmentos de informação extraídos do fluxo midiáticos” (ibidem, p.28) consigamos construir recursos que nos façam compreender nossa vida cotidiana.

Dessa forma construímos as narrativas, que chamamos de narrativas transmídias, no qual proporcionam “[...] maneiras específicas de viver as narrativas para além do que

é apresentado no cinema ou na televisão” (JENKINS, 2009, p.38). Conseqüentemente, nos introduz ao termo ‘*spreadability*’ (JENKINS, FORD E GREEN, 2014), ou *propagabilidade* em português, que num contexto geral, trata-se de uma capacidade de propagação que é feita através das mídias com o intuito de conseguirem visibilidade pelos seus conteúdos para atingir objetivos próprios.

Depois da criação, colaboração e *remixes* feitos sobre os mais diversos assuntos, é necessário focar na propagabilidade desses conteúdos para que eles, então, atinjam outros indivíduos e assim façam com que essa produção de conteúdo não pare de acontecer. Segundo a conceituação de Jenkins, Ford e Green (2014, p.23), essa propagabilidade pode ser atribuída aos “recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação a outros”. Podemos associar esses recursos aos mais diferentes botões que encontramos nas redes sociais, por exemplo, o botão “compartilhar” do Facebook (forma direta), mas também de forma indireta, quando estamos em *blogs* ou *sites* e nos são oferecidos os ícones das redes sociais para que esse compartilhamento ocorra.

Jenkins, Ford e Green (2014) ainda afirmam que essa propagabilidade enfatiza a produção de conteúdo em formatos de fácil compartilhamento, e isso acaba por ser vital para que ocorra um engajamento efetivo daquele assunto em específico. A lógica participativa dessa ação de propagação, pela visão dos autores, faz com que o público use esse conteúdo de maneira inesperada e acabe por acrescentar reconfigurações a partir dos contornos de cada comunidade em particular.

Essa propagabilidade dotada de inúmeras visões e reconfigurações estão muito presentes no objeto central de análise deste trabalho: os memes. Por serem conteúdos altamente mutáveis e de fácil entendimento, os indivíduos se apropriam deles para propagar os mais diversos conteúdos intrínsecos daquela imagem, foto, desenho, vídeo ou frase engraçada, que circulam pela Internet. Sobre esses aspectos, Jenkins, Ford e Green (2014, p.54) apontam que “quando o material é propagado, ele é refeito: seja literalmente, ao ser submetido aos vários procedimentos de *remixagem* e *sampleamento*, seja figurativamente, por meio de sua inserção em conversas em andamento e através de diversas plataformas”. Como resultado dessa dinâmica, é possível trazer à tona o mote

da obra de Jenkins, Ford e Green (2014, p.19) que diz que “aquilo que não se propaga morre”. Nos compele assim, a reflexão da importância do engajamento e do compartilhamento em um momento em que os cliques e o alcance determinam a relevância dos conteúdos expostos nos ambientes digitais. Pois, estamos rodeados por esses conteúdos, formatos, narrativas e experiências.

## 2. Características e gêneros dos memes no ambiente digital

Para que os memes permaneçam em constante evolução, apresentando-se em novos formatos e atingindo novos públicos, algumas características são estudadas para que consigamos entender como tais memes se sobressaem em relação a outros. As características dos memes desmembradas por Recuero (2009), através de suas particularidades, trazem informações sobre suas personalidades, como explicitado na figura 1:

Figura 1: Características dos Memes



Fonte: Recuero (2009)  
Montagem: Autora (2018)

A primeira característica vista sobre os memes é a sua *longevidade*. Recuero (2009) divide-os em relação a esse ponto em memes *persistentes* e *voláteis*. Os *persistentes* "são memes que permanecem sendo replicados por muito tempo. [...] tais memes não são restritos a um *meme momentum*" (RECUERO, 2009, p.126), ou seja, podendo desaparecer em um certo momento e depois voltar e se replicar novamente. Já os *voláteis* "são aqueles que têm um curto período de vida e que, após replicar-se em um e outro *blog* são rapidamente esquecidos ou modificados" (RECUERO, 2009, p.127) tornando-se assim, um novo meme.

Quanto à *fecundidade*, Recuero (2009) os apresenta como *epidêmicos* e *fecundos*. Os *epidêmicos* “são aqueles com grande fecundidade, que se espalham amplamente por várias redes e *weblogs*” (ibidem, p.127), ou seja, eles podem surgir em uma rede social específica. Mas, sua popularidade é tanta que aparecem nas demais redes sociais. Já os *fecundos* são “memes que não se tornam epidêmicos, mas que se espalham por grupos menores, ou apenas por poucos *weblogs*” (ibidem, p.128). Nesse exemplo de meme, podemos fazer uma analogia às “piadas internas” que temos com um grupo restrito de pessoas e que neste contexto aquele conteúdo faz muito sentido quando é apresentado a nós.

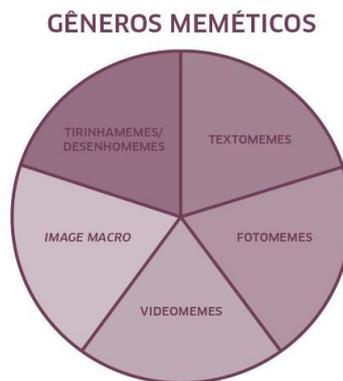
A respeito da *fidelidade à cópia*, Recuero (2007; 2009) faz uma subdivisão no estilo dessa fidelidade. O primeiro estilo apresentado por ela são os *replicadores*, que são memes que “apresentam como característica básica a reduzida variação, com alta fidelidade à cópia original” (RECUERO, 2009, p.124). O segundo estilo são os memes *metafóricos*, nesse caso, eles são “totalmente alterados e reinterpretados enquanto passados adiante” (RECUERO, 2009, p.125), são criados com o intuito do questionamento e da modificação de maneira proposital a ponto de tornarem-se mais difíceis de serem rastreados posteriormente.

O terceiro e último estilo de meme em relação a sua *fidelidade à cópia* são denominados de *miméticos*. Nesse caso “a essência do meme está na personalização, mantendo a essência e a ordem estabelecida. [...] são os memes que mantêm a estrutura, mas adaptam-se ao espaço onde estão divulgados” (RECUERO, 2009, p.126). Sendo assim, não há uma perda do seu real conteúdo, sendo ele adaptado a um contexto específico, tornando-se exemplos clássicos de imitações.

Por fim, Recuero (2009) propõe mais um ponto de estudo que classificou *quanto ao seu alcance*, no qual temos as categorias de *globais* e *locais*. Para os memes *globais*, a autora diz que “são memes que alcançam nós que estão distantes entre si dentro de uma determinada rede social [...]. Eles simplesmente aparecem em pontos não próximos” (ibidem, p.128), sendo até de difícil rastreio. Já os memes *locais*, “são propagados por pessoas que estão mais próximas e que interagem com mais frequência” (ibidem, p.129).

Essas principais características citadas por Recuero (2009) são apresentadas a partir de categorias de gêneros por Neta (2016), no qual ela se apropria do fenômeno dos memes através de cinco macro gêneros meméticos. Entretanto, considerando que “muitas vezes, os memes intercambiam-se entre elas” (NETA, 2016, p.87), as categorias, e que são analisados sob uma ótica da *memesfera global*, a autora define esses memes como “aqueles que têm mais tração no nosso contexto em termos de replicabilidade e que encontramos com certa regularidade no nosso cotidiano” (ibidem, p.87). Com uma estrutura que segue uma característica específica, que nos encaminham para o molde contido na figura 2 servirá para que possamos analisar os memes.

Figura 2: Gêneros Meméticos



Fonte: Neta (2016)  
Montagem: Autora (2018)

Os desenhomemes têm como característica “uma estrutura em quadros que desenvolve uma forma narrativa no estilo de tirinhas e uma baixa qualidade intencional de seus desenhos e traços” (NETA, 2016, p.88). Os desenhomemes são um tipo de meme que tem uma produção baseada em um mesmo formato ou padrão, com uma mesma estética sendo que o que difere é o conteúdo, podendo se basear em qualquer assunto. Os textomemes podem surgir de um vídeo viral, de um *tweet*, de uma imagem estática com uma frase impactante, de um programa de TV ou de rádio. Sendo assim, os “textomemes são aqueles que a partir do uso de um *código escrito* e de um *formato de texto pré-estabelecido*, vão sendo replicados, reapropriados, recontextualizados”. (NETA, 2016, p.90). O simples fato de extraí-las daquele seu contexto original e logo após recolocá-las no nosso contexto, além de fazer do próprio indivíduo do meme em

questão o seu produtor de conteúdo, acaba por tornar esse meme popular e dinâmico tendo em vista essa alta interação.

Já os fotomemes estão associados aos memes em que a intervenção dos indivíduos e o deslocamento do sentido original se dão através de montagens feitas por *softwares* de edição de imagens, sendo assim: “Tal gênero é ancorado na *apropriação de um elemento fotográfico através de recorte e/ou de justaposição*, gerando um desvio do significado original ao agregar novos contextos e valores através da adulteração da imagem” (NETA, 2016, p.92). Já os videomemes, são os “vídeos que contam com um amplo engajamento dos usuários na manipulação ou recriação do seu conteúdo através de dublagens, paródias, *remix* e toda a sorte de obras derivadas” (NETA, 2016, p.95).

A *image macro* é a forma mais simples e difundida dos memes na Internet. Possuem um mecanismo muito simples de produção, que possibilita até os menos aptos em relação à tecnologia produzir algo. Neta (2016, p.97) define que os memes *image macro* possuem uma “estrutura imagética-textual que dentro dessa dialética carrega uma qualidade icônica.”. Por ser a forma mais simples, acabam por seguir o mesmo padrão, essa sendo “um texto em caixa alta, em uma fonte *Impact* branca com sombreamento preto, superposto a uma imagem através de técnicas de *remix*”. (ibidem, p.98).

Estas apropriações dos conteúdos meméticos serão melhor apresentados a seguir quando observaremos que muitos dos memes até saíram do habitat digital e conseguiram agregar um valor maior do que uma piada e, tão logo, acabaram por adquirir novas ressignificações e tornaram-se algo maior e mais palpável através da cultura participativa.

### **3. Metodologia**

Como parte importante para o desenvolvimento da metodologia, utilizamos a pesquisa empírica mediada por computador proposta por Jonhson (2010), na qual ocorre através da triangulação de técnicas. Assim, optamos pela observação, que Jonhson (2010) destaca ser um dos pontos principais da análise, neste trabalho, ocorre de maneira encoberta e não participativa. Esse tipo de observação tem como característica colocar a responsabilidade do pesquisador apenas na observação, sem interferências ou

envolvimentos diretos. Partindo dessas considerações, o primeiro passo da observação encoberta e não participativa ocorre a partir da delimitação do campo de estudo, que neste estudo trata-se do fenômeno dos memes da Internet, que “sofreram” efeito transmídia e acabaram por serem “transportados” para além das telas de computadores, *smartphones* e *tablets*. Assim, ao observarmos o campo adentramos no *corpus* de estudo, que foi selecionado através das categorizações de gênero de Neta (2016) e analisado por meio das características propostas por Recuero (2009). A coleta dos memes transmídias ocorreu entre julho e outubro de 2018, conduzindo a um total de cinco memes, sendo eles:

Rage Comics (origem 2007 no site *4chan*): efeito transmídia ocorreu através de almofada; anel; boneco de pano; caderno; camiseta; campanha publicitária; caneca; case de celular; chinelo; estojo; gravata borboleta; hibridização de personagens; mochila; pingente e tequila como mostrado alguns exemplos na figura 3.

Figura 3: Rage Comics e sua derivações



Fonte<sup>5</sup>: 0 - Museu de Memes (2015); Fonte 1<sup>6</sup>: Alexnld (20--?); Fonte 2<sup>7</sup>: Etsy (20--?);  
Montagem: Autora (2018).

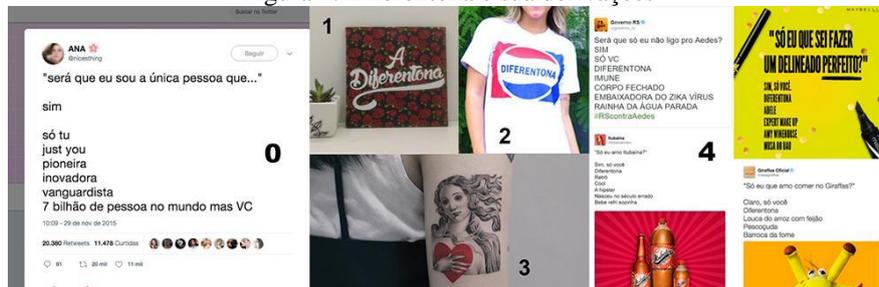
Diferentona (origem 2015 no *Twitter*): efeito transmídia ocorreu através de camiseta; campanhas publicitárias; quadro (de decoração) e tatuagem, como apresentado alguns exemplos na figura 4.

<sup>5</sup> Rage Comics. Museu dos Memes. 2015. Disponível em: <<http://www.museudememes.com.br/sermons/rage-comics/>> Acesso em: 17 ago. de 2018.

<sup>6</sup> Plush foam funny expression rage comic throw pillow bed chair cushion. Alexnld. 20--?. Disponível em: <<https://alexnld.com/product/plush-foam-funny-expression-rage-comic-throw-pillow-bed-chair-cushion/>> Acesso em: 02 out. de 2018.

<sup>7</sup> Rage Faces Meme - Hand painted shot glasses. Etsy. 20--?. Disponível em: <<https://www.etsy.com/listing/243291271/rage-faces-meme-hand-painted-shot>> Acesso em: 27 jul. de 2018.

Figura 4: Diferentona e suas derivações



Fonte 0<sup>8</sup>: @nicesthing (2015); Fonte 1<sup>9</sup>: Wonderwall – Decoração com Atitude! (20--?); Fonte 2<sup>10</sup>: Silk Modas (20--?); Fonte 3<sup>11</sup>: Instagram (2018) Fonte 4<sup>12</sup>: Plugicitários (2016);  
Montagem: Autora (2018).

Crying Kim Kardashian (origem em 2012 no *Reality Keeping Up with the Kardashians – Canal E!*): efeito transmídia ocorreu através de almofada; anel; aromatizante de carro; blusão; bolsa; botton; caderno; camiseta; caneca; case de celular; cartão de aniversário; cookie; copo térmico; emoji; GIF; maquiagem; patches; placa (de festival); pin; quadro (de decoração) e vestido, como mostrado alguns exemplos na figura 5.

Figura 5: Cry Kim Kardashian e suas derivações



Fonte 0<sup>13</sup>: VH1 (2016); Fonte 1<sup>14</sup>: RedBubble (20--?); Fonte 2<sup>15</sup>: Food&Wine (2017); Fonte 3<sup>16</sup>: Etsy

<sup>8</sup>Twitter de @nicesthing. Twitter. 2015. Disponível em: <<https://twitter.com/nicesthing>> Acesso em: 27 jul. de 2018.

<sup>9</sup>A Diferentona. Wonderwall Store. 20--?. Disponível em: <<http://www.wonderwallstore.com.br/pd-450f07-a-diferentona.html>> Acesso em: 25 jul. de 2018.

<sup>10</sup>Blusão Diferentona. Silk Moda. 2017. Disponível em: <<http://www.silkmoda.com.br/pd-58a327-blusao-diferentona.html?ct=1d41dc&p=1&s=2>> Acesso em: 25 jul. de 2018.

<sup>11</sup>Zipin Black. The Birth of Venus - Sandro Botticelli. 2018. Instagram: @zipinblack Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/BIFD4vTBJ\\_7/?utm\\_source=ig\\_share\\_sheet&igshid=l4lkwodjlv1](https://www.instagram.com/p/BIFD4vTBJ_7/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=l4lkwodjlv1)> Acesso em: 26 set. de 2018.

<sup>12</sup>ARAÚJO, Gabriela. Diferentona: o primeiro meme de 2016. Plugicitários. 2016. Disponível em: <<https://plugicitarios.com/blog/2016/01/13/diferentona-o-primeiro-meme-de-2016/>> Acesso em: 25 jul. de 2018.

<sup>13</sup>ROSA, Christopher. The most iconic ugly cries in pop culture history. Vh1. 2016. Disponível em: <<http://www.vh1.com/news/257341/ugly-crying-faces/>> Acesso em: 27 jul. de 2018..

<sup>14</sup>Kim Kardashian Merchandise. RedBubble. 20--?. Disponível em: <[https://www.redbubble.com/shop/kim+kardashian?ref=search\\_box](https://www.redbubble.com/shop/kim+kardashian?ref=search_box)> Acesso em: 27 jul. de 2018.

(2018); Fonte 4<sup>17</sup>: Etsy (2016); Fonte 5<sup>18</sup>: TeenVogue (2017); Fonte 6<sup>19</sup>: GIPHY (2016);  
Fonte 7<sup>20</sup>: Piximus (2017) Montagem: Autora (2018).

Carreta Furacão (origem em 2011 no *Youtube*): efeito transmídia ocorreu através de anime; bonecos; camisetas; campanha publicitária; case de celular; documentário; evento; filme; jogo app; pôster e quadro (de decoração), como apresentado na figura 6.

Figura 6: Carreta Furacão e sua derivações



Fonte 0<sup>21</sup>: YouTube (2010); Fonte 1<sup>22</sup>: Mercado Livre (20--?); Fonte 2<sup>23</sup>: Altas Risadas (2016);  
Fonte 3<sup>24</sup>: Colab55 (2017); Fonte 4<sup>25</sup>: Nerdolandia (2018); Montagem: Autora (2018).

<sup>15</sup>WHITE, Abbey. This Bakery Will Make You a Crying Drake or Smiling Beyoncé Cookie. 2017. Food&Wine. Disponível em: <<https://www.foodandwine.com/news/bakery-will-bake-you-crying-drake-or-smiling-beyonce-cookie>> Acesso em: 27 jul de 2018.

<sup>16</sup>Kim Kardashian Merchandise. RedBubble. 20--?. Disponível em: <[https://www.redbubble.com/shop/kim+kardashian?ref=search\\_box](https://www.redbubble.com/shop/kim+kardashian?ref=search_box)> Acesso em: 27 jul. de 2018.

<sup>17</sup>Kim Kardashian Merchandise. RedBubble. 20--?. Disponível em: <[https://www.redbubble.com/shop/kim+kardashian?ref=search\\_box](https://www.redbubble.com/shop/kim+kardashian?ref=search_box)> Acesso em: 27 jul. de 2018.

<sup>18</sup>Instagram Makeup Artist Re-creates Kim Kardashian's Crying Face. Teen Vogue. 2017. Disponível em: <<https://www.teenvogue.com/story/crying-kim-kardashian-eye-makeup>> Acesso em: 19 ago. de 2018.

<sup>19</sup>Governors Ball 2016 Gif By GOVBALL NYC. GIPHY. 20--?. Disponível em: <<https://giphy.com/gifs/govballnyc-l0K3YDaDRzvFm03Ty>> Acesso em: 27 jul. de 2018.

<sup>20</sup>People Love The Fact That Kanye West Has a Crying Kim Emoji In His Car. Piximus. 2017. Disponível em: <<https://piximus.net/others/people-love-the-fact-that-kanye-west-has-a-crying-kim-emoji-in-his-car>> Acesso em: 27 jul de 2018.

<sup>21</sup>ELVESZICA10. Trenzinho Carreta Furacão. 2010. (2min. 42seg.). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tmJ0tzAZ4aM>> Acesso em: 25 jul. de 2018.

<sup>22</sup>Camisa Camiseta Carreta Furacão - Road Fury 20--?. Mercado Livre. Disponível em: <<https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1143543869-camiseta-carreta-furacao-road-fury-JM?quantity=1&variation=30441338060>> Acesso em:25 jul. de 2018.

<sup>23</sup>Provando que a Carreta Furacão mudou a cultura popular brasileira. Altas Risadas. 2016. Disponível em: <<https://www.altasrisadas.com.br/blogs/nao-salvo/provando-que-a-carreta-furacao-mudou-a-cultura-popular-brasileira>>. Acesso em: 25 jul. de 2018.

<sup>24</sup>Case Tales of Carreta Furacão. Colab55. 20--?. Disponível em: <<https://www.colab55.com/@rustenico/cases/tales-of-carreta-furacao>> Acesso em: 25 jul. de 2018.

<sup>25</sup>Kit 4 Quadros Carreta Furacão. Loja Nerdolandia. 2018. Disponível em: <<https://www.lojanerdolandia.com.br/kit-4-quadros-carreta-furacao>> Acesso em: 9 out. de 2018.

ATA (origem em 2017 no *Twitter*): efeito transmídia ocorreu através de almofada; camiseta; caneca; case de celular e remixes, como na figura 7.

Figura 7: ATA e suas derivações



Fonte 0<sup>26</sup>: Museu dos memes (2017); Fonte 1, 2 e 3<sup>27</sup>: Colab55; Fonte<sup>28</sup>: Lojas Renner (2018)  
Montagem: Autora (2018)

#### 4. Resultados

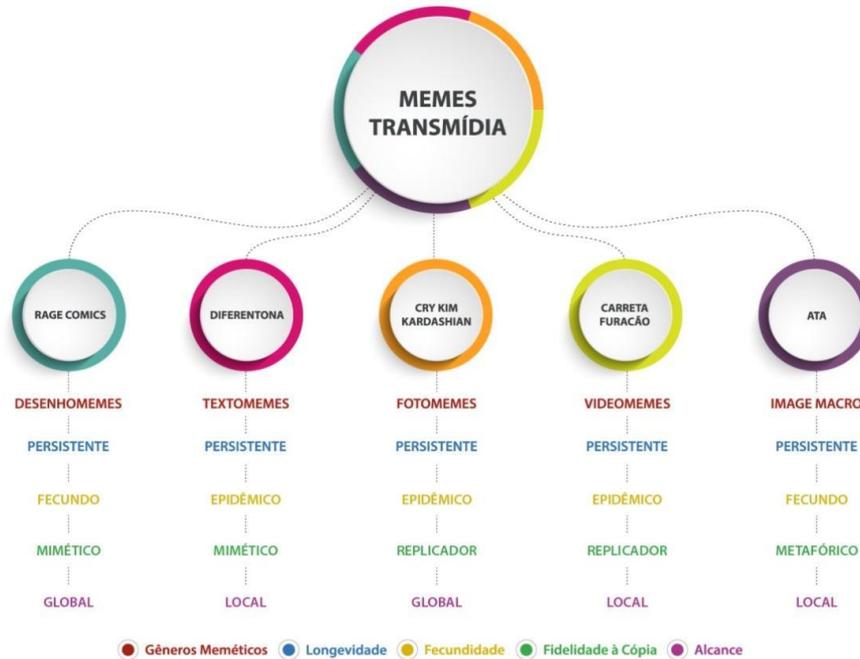
Juntando as teorias apresentadas neste artigo, chegamos ao infográfico que resume todo o contexto estudado. Na figura 8, é possível ver, de forma macro, a análise dos cinco memes transmídias, que estão contextualizados nas categorias expostas por Neta (2016) e, posteriormente, analisados conforme as suas características propostas por Recuero (2009).

<sup>26</sup>GIL, Tito Belo. ATA. 2017. Disponível em: <<http://www.museudememes.com.br/sermons/ata/>> Acesso em: 25 jul. de 2018.

<sup>27</sup>Produtos do meme ATA. Colab 55. 20--?. Disponível em: <<https://www.colab55.com/@elvisthg/pillows/meme-ata>> Acesso em: 30 jul de 2017.

<sup>28</sup>CAMISETA COM ESTAMPA ATA. 2018. Disponível em: <<https://www.lojasrenner.com.br/p/camiseta-com-estampa-ata/-/A-546533520-br.lr?sku=547012777>> Acesso em: 25 de jul. de 2018.

Figura 8: Infográfico Geral: Memes Transmídias



Fonte: PICCOLI (2018, p. 76)

Destacando a segunda legenda, que corresponde à *longevidade* e que está marcada em azul, percebemos que os cinco memes possuem a característica *persistente*. A *longevidade* ressalta o valor que o meme constrói em que é atingido por ele e todos os memes apresentados neste trabalho são *persistentes* por terem um tempo significativo de usabilidade no ambiente digital e fora dele. Todos têm, pelo menos, mais de um ano de vida, destacando os *Rages Comics* que tem 11 anos, em relação a sua origem e aparecem, conforme os exemplos de transformações, eternizados em objetos decoração, material escolar, vestuário e etc. Como ainda aparecem atualmente no ambiente digital, isso se torna raro pela velocidade com que as coisas se criam e se tornam efêmeras na Internet.

A terceira legenda, em amarelo, corresponde à característica da *fecundidade* e divide os memes analisados em memes *fecundos* e *epidêmicos*. A *fecundidade* dos memes, diz respeito à quantidade de memes, que surgem a partir do “meme mãe”. Os memes que apresentam a característica de serem *epidêmicos* foram os memes *Diferentona*, *Cry Kim Kardashian* e *Carreta Furacão*. Sobre esse aspecto, os memes *epidêmicos* analisados, foram assim descritos pela sua vasta replicabilidade em várias

redes e *sites*, atingindo indivíduos digitais diversos e de vários lugares do mundo, inclusive, tendo como característica principal um alto compartilhamento.

Já os memes *Rages Comics* e *ATA*, são considerados *fecundos*, pois, mesmo tendo um alto número de compartilhamento também, são assim classificados por se tratarem de memes que abraçam nichos menores de consumidores e entendedores sobre o contexto no qual o meme foi inserido. Como são memes que podem se modificar e se adequar em várias situações, esses memes são direcionados a grupos específicos, tornando-se exemplares de “piadas internas” ou característico de um acontecimento muito restrito que não fazem com que alcancem a categoria de *epidêmicos*.

A *fidelidade à cópia*, legenda em verde, traz as três subdivisões que são os *replicadores*, *metafóricos* e *miméticos*. Com o significado de definir o quão as transformações apresentadas seguem a ideia do meme original, classificamos os memes *Cry Kim Kardashian* e *Carreta Furacão* como *replicadores*. Em relação a essa característica, podemos dizer que esses memes foram os que levaram a ideia do meme original na maior parte das suas mudanças. Eles mantiveram a mesma estética, pois o meme é replicado da forma original.

Como memes *metafóricos*, observamos que o meme *ATA* contempla essa opção pela alta mutabilidade do meme. O poder de adequação que esse meme apresenta em comparação aos demais faz com que ele possa se distanciar totalmente do meme original, porém, por se tratar de um meme com bastante relevância no ambiente digital, é de fácil associação perceber de onde ele surgiu. O meme *ATA* contempla momentos icônicos da Internet e de acontecimentos ocorridos fora desse ambiente como alguma cena de novela impactante ou música famosa. Por fim, os memes *Rage Comics* e *Diferentona* contemplam a característica de *miméticos*. Tendo por base que ser um meme *mimético* é manter a sua estrutura, mas mudar o conteúdo em questão e assim acabam por se adaptar no espaço em que são divulgados, os *Rages Comics* e a *Diferentona* cumprem bem esse papel. Justamente por estarem aptos a receber uma variedade infinita de contexto e manter a mesma estrutura, até mesmo pelas categorias de memes em que estão classificados, os memes estudados sofreram transformações em que o conteúdo mudava radicalmente, mas a estrutura permanecia a mesma.

A legenda em rosa, diz respeito à característica de *alcance* e que nas teorias de Recuero (2009) são divididas em *globais* e *locais*. Os memes *Rage Comics* e *Cry Kim Kardashian* são classificados como memes *globais* por conseguirem expansão e interação entre vários nós distantes dentro de uma mesma rede social. Por sua vez, os memes *Diferentona*, *Carreta Furacão* e *ATA* são associados aos memes *locais* por estarem mais concentrados e pertencerem a uma zona menor de interação.

Notamos que cada meme possui uma particularidade diferente e que se torna único quando estudado juntamente com os demais. Percebemos também, que os memes sofreram transformações para além do ambiente digital e para além das suas narrativas originais.

## **Conclusão**

Através das expertises de cada indivíduo, as novas tecnologias vão se reconfigurando constantemente (JENKINS, 2009). Dessa forma, essas (re)configurações adentram no fenômeno dos memes, isto é, a Internet é uma catalisadora para que os memes se configurem como um dos conteúdos que mais se propagam atualmente. Consequentemente, a relevância da temática desenvolvida para esse trabalho baseou-se na necessidade de compreendermos acerca dessas transformações a partir das suas mais variadas formas de apresentação baseadas nas suas principais características.

A partir do infográfico desenvolvido, observamos que estes memes sofreram transformações constantes por meio da participação dos indivíduos, isto é, através da convergência midiática, da propagabilidade e das narrativas transmídias.

Sendo assim, nas derivações transmidiáticas observadas a partir da criação de diversos tipos e estilos de produtos, percebemos que os memes adquirem importâncias diferentes para quem os transforma. Sabemos que modificá-los no ambiente digital já gera um tipo de permanência desses conteúdos nesse ambiente, porém trazê-los para fora da Internet, resulta em uma perpetuação do meme em objetos.

## **REFERÊNCIAS**

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009

\_\_\_\_\_ ; FORD, Sam.; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.

\_\_\_\_\_. **Textual Poachers: television fans & participatory culture.** Nova York: Routledge, 1992.

NETA, Juracy. **A imagem técnico-memética no Facebook.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, p.51-71; 85-151. 2016.

JOHNSON, Telma. **Pesquisa social mediada por computador: questões, metodologia e técnicas qualitativas.** Rio de Janeiro: E-papers, 2010

RECUERO, Raquel. **Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. Conexões nas redes midiáticas.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 32, p. 23-31, abr. 2007.

\_\_\_\_\_. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina 2009.