

A memetização do eu: uma reflexão sobre identidades/identificações nas redes sociais

The memetization of the self: a reflection on identities/identifications on social network

Submetido em: 21/05/2023

Aceito em: 06/08/2023

Maria de Lourdes Rossi Remenche¹
Milian Cercal Daldegan²

Resumo: Este artigo tem por objetivo promover uma reflexão sobre identidades/identificações nas redes sociais. Para tanto, tomamos como *corpus* de análise um meme, lançado em janeiro de 2020 pela cantora americana Dolly Parton, que foi replicado por milhares de usuários, em suas mais variadas versões. Parte-se do princípio de que o sujeito pós-moderno veste-se de múltiplas identidades, reflexo do fenômeno da globalização, da cibercultura e da fragmentação produzida por esses fenômenos. A análise sustenta-se nas ideias de Hall (2006), Bauman (2005), Rüdiger (2013) e Knobel e Lankshear (2021) e evidencia que o gênero meme constitui-se em prática social para demarcar diferentes identificações.

Palavras-chave: Identidade; Cibercultura; Redes sociais; Meme.

Abstract: This article aims to promote a reflection on identities/identifications in social networks. To do so, we took as a corpus of analysis a meme, released in January 2020 by the American singer Dolly Parton, which was replicated by thousands of users, in its most varied versions. It starts from the principle that the postmodern subject wears multiple identities, a reflection of the phenomenon of globalization, cyberculture and the fragmentation produced by these phenomena. The analysis is based on the ideas of Hall (2006), Bauman (2005), Rüdiger (2013) and Knobel and Lankshear (2021) shows that the meme genre constitutes a social practice to demarcate different identifications.

Keywords: Identity; Cyberculture; Social media; Meme.

Introdução

Na contemporaneidade, os estudos de linguagem, especialmente na área de Linguística Aplicada, vêm mobilizando reflexões sobre identidade e relações/interações entre os sujeitos nos ambientes digitais. Isso ocorre porque, cada vez mais, as redes sociais são acionadas na vida cotidiana e os sujeitos tendem a construir versões diferentes de si mesmos pela forma como mobilizam mecanismos de identificação

¹ Pós-doutora em Ciências da Educação pela Universidade do Minho (UM/PT) e Doutora em Linguística pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP). Professora Associada do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6197033117159924>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3283-9890>. E-mail: mremenche@utfpr.edu.br

² Mestre em Estudos da Linguagem pelo PPGEL da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Lattes <http://lattes.cnpq.br/2206514809329522>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7140-4673>. E-mail: miliancdaldegan@gmail.com

como, por exemplo, fotos em situações variadas, postagens e compartilhamentos de assuntos de interesse, participação em grupos, curtidas, entre outros. Nessa dinâmica, as subjetividades vão se constituindo no e pelo outro e, nesse movimento, as redes sociais revelam diferentes momentos de identificação.

Nesse sentido, Hall (2006) argumenta que o sujeito pós-moderno assume diferentes identidades em momentos diversos. Para Woodward (2014), as identidades ganham sentido não só pela linguagem, mas também pelos sistemas simbólicos que as representam e podem ser classificadas como relacionais, pois dependem de outras identidades para existir. A pesquisadora afirma que as identidades são marcadas por signos, visto que é possível associar a identidade do sujeito às coisas que ele usa, por exemplo, uma roupa ou um objeto.

Isso ocorre porque os sujeitos não estão inseridos apenas em um universo meramente físico, de fatos concretos, naturais, mas também estão envoltos em suas emoções, ilusões e sonhos, portanto são capazes de criar formas simbólicas, que lhes garantem a existência, como: o mito, a religião, a arte, a história, a ciência e a linguagem. Ernst Cassirer (2012) classificou o homem como um animal simbólico e que se adapta ao mundo por meio da cultura. Para o estudioso, o homem se constitui por meio de um conjunto de discursos ditos sobre si próprio e os incorpora em seu processo de constituição.

Para Cassirer (2012), a principal marca distintiva entre o ser humano e os outros animais é sua capacidade de simbolizar, pois a realidade é única para o sujeito que experimenta o mundo a partir de quem é, ou seja, de sua singularidade, experiência de mundo e repertório cultural. Tal capacidade se revela, por exemplo, por meio dos mitos, das criações artísticas e, na contemporaneidade, na produção de conteúdo nas diferentes redes sociais, pois essa é uma das formas de simbolizar, de produzir sentidos e afetos. Para o filósofo, é por meio dessa habilidade que o sujeito tece a rede simbólica do emaranhado da experiência humana.

Nesse sentido, este artigo busca promover uma reflexão sobre momentos de identificação nas redes sociais, considerando os diferentes aspectos mobilizados nessas representações – vozes, gostos, posicionamentos, histórias e cultura – nas redes sociais, ambientes nos quais as diversas configurações do “eu” convergem.

A forma como o sujeito se relaciona com o mundo exterior e, também, como atua nesse mundo, é resultado de interações simbólicas. Suas ações são carregadas de significados, construídos com base em suas relações e tudo isso acaba sendo ampliado nas/pelas redes sociais das quais ele participa. Isso ocorre porque “A comunicação humana recria, caso a caso, o contexto da informação que está sendo transmitida, conferindo-lhe novos significados” (Rüdiger, 2013, p. 166).

Nessa perspectiva, selecionamos como *corpus* de análise um meme da cantora americana Dolly Parton, postado por ela em 2020, que mostra uma montagem com quatro fotos da cantora, em poses diferentes, representando quatro redes sociais: *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn* e *Tinder*. Essa postagem recebeu, na época, milhares de curtidas e foi compartilhada por inúmeros usuários, que fizeram suas próprias adaptações desse meme.

Para sustentar nosso percurso de reflexão, acionamos discussões sobre identidade (Hall, 2006; Bauman, 2005); cibercultura e redes sociais (Rüdiger, 2013; Recuero, 2014) e meme (Shifman, 2014; Knobel e Lankshear, 2021). Na sequência, apresentamos os resultados da análise do meme #DollyPartonChallenge e algumas de suas variações para, por fim, trazermos algumas considerações finais.

2. Fluidez e descentramento em identificações no espaço-tempo das redes sociais

A cibercultura, para Rüdiger (2013), pode ser compreendida como uma formação histórica de cunho prático e cotidiano que possui rápida expansão sustentada em redes telemáticas. As tecnologias digitais, nesse cenário, fazem emergir novas e fluidas relações e interações que, por sua vez, geram novas subjetividades, resultado de variações culturais contínuas e da rápida ascensão do digital. “É uma transformação do ambiente, que afeta as estruturas e as relações” (Merzeau, 2009 *apud* Paveau, 2021, p. 27).

A internet e os dispositivos digitais, como aparatos tecnológicos, possibilitam essa comunicação entre os indivíduos, hibridizam as fronteiras culturais, modificam as práticas de representação e a relação com os meios de comunicação, proporcionando informação e conhecimento especializado não só para alguns, mas

para todos. Para Paveau (2021), as ações e os efeitos do digital estão cada vez mais integrados à nossa existência.

Nessa dinâmica, a tecnologia constitui-se em um mecanismo que não só amplia as ações do homem no mundo, ajudando-o a adaptar-se ao meio, como também contribui para o seu desenvolvimento cognitivo. É preciso observar também que as inovações humanas não só favoreceram o avanço tecnológico, como fomentaram grandes movimentos e revoluções na história da humanidade. Nessa perspectiva, Lévy (1999, p. 22) argumenta que o surgimento do ciberespaço “acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização. Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas”.

Tal perspectiva relaciona-se ao fato de que o mundo está sempre em constante mudança e os indivíduos também, isto é, pensar identidades demanda considerar o processo e a incompletude dos sujeitos que vão fazendo escolhas, baseados no que querem ou não ser e ter, apostam em gostos e tendências e, até mesmo para se relacionarem com os outros, precisam construir discursos baseados nos contextos em que estão inseridos ou do qual querem fazer parte. Bauman (2005) argumenta que a questão de identidade está mais ligada à “comunidade fundida por ideias”, ou seja, pelo fato de os indivíduos circularem em um mundo diverso e “pluricultural”, unem-se ou atraem-se por comungarem das mesmas ideias em um movimento de identificação.

Esse caráter de mudança constante, de acordo Hall (2006), vem do processo de expansão das culturas pelo processo da globalização. A sociedade tornou-se mais abrangente, descentralizada e, com isso, os indivíduos passam a assumir diferentes papéis nesse mundo globalizado e, principalmente, digital, ocorrendo o que ele chama de “pluralização” de identidades, pois os sujeitos são atravessados por vozes que produzem identificações.

Hall (2006), ao discorrer sobre as “transformações associadas à modernidade” e chegando ao sujeito pós-moderno, descreve três concepções de identidade: o “sujeito do Iluminismo”, indivíduo centrado, dotado de razão, consciência e ação, um ser individual; o “sujeito sociológico”, aquele que já não era dependente de si próprio, mas de sua relação com os outros, refletindo em seus valores, sentidos e símbolos (a cultura); e, finalmente, o “sujeito pós-moderno”, objeto de discussão neste artigo, aquele sem identidade fixa, ao contrário, descentrado e heterogêneo, resultado da

influência das mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais. No sujeito pós-moderno, a identidade é flexível, mutante e plural, já não é própria do sujeito, nata, mas está em constante transformação, pois “O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas” (Hall, 2006, p. 12).

Na mesma linha, Bauman (2005, p. 91) argumenta que “A construção da identidade assumiu a forma de uma experimentação infundável” na qual o indivíduo torna-se reflexo de suas experiências e escolhas, resultado, em grande parte, de suas relações sociais.

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar — ao menos temporariamente. (Hall, 2006, p.13)

A configuração da identidade, segundo Hall (2006), surge também de uma falta de o indivíduo se sentir completo, de ter plenitude, o que o faz buscar os elementos que lhe faltam no exterior, por meio das formas pelas quais imagina ser visto pelos outros. Para Bauman (2005), o indivíduo pode assumir uma determinada identidade de acordo com o momento, e muitas outras surgirão, tudo vai depender de qual lhe caberá melhor e para sua satisfação.

Com a globalização, a expansão e o desenvolvimento das tecnologias digitais, principalmente o avanço da internet e, conseqüentemente, da informação e da comunicação, as práticas interacionais também sofreram alterações e estão em contínua e rápida transformação. Não há fronteiras, muros ou limites, e os modelos sociais, agora também virtuais, são cada vez mais diversos. Para Recuero (2009), uma das mais significativas mudanças que a internet trouxe foi a possibilidade de os indivíduos se expressarem e se socializarem por meio dos aparatos de comunicação mediados pelo computador, deixando “rastros” de suas conexões e visualização das redes sociais.

Para Sibilia (2016), o uso da tecnologia digital constitui-se em um subproduto da grande revolução comunicacional que possibilitou a todos encontrarem todos, em qualquer momento do dia e em qualquer lugar do mundo, ou ainda, participarem de movimentos sociais significativos, isto é, de um conjunto de invenções planejadas que suprem desejos criados pela sociedade do espetáculo. Isso ocorre porque o sujeito está inserido em diferentes ambientes e relaciona-se com um número cada vez maior de pessoas em contextos e locais diversos, resultando em um processo contínuo de ressignificação. Nesses espaços simbólicos distintos, as identidades ou momentos de identificação são construídos e, por meio das redes sociais, são estabelecidos laços afetivos e de representação.

Na era da internet, do digital, as redes sociais estabelecem-se como importantes mecanismos na construção das identidades pessoais, e nesses espaços, por meio de diferentes práticas sociais, sentidos e significações, os sujeitos formatam o seu modo de pensar e agir. Nessa linha, Recuero (2007) argumenta que os atores, ao estabelecerem laços sociais, passam a criar certas estruturas sociais nas quais moldam representações de si – não são os atores propriamente ditos, mas “construções identitárias do ciberespaço”.

As redes sociais digitais, como *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Linkedin* e tantas outras, são espaços amplos de construção de subjetividades, onde as pessoas podem mostrar quem são ou quem desejam ser. É um espaço-tempo de pertencimento, de fazer parte de uma determinada comunidade virtual ou se moldar para estar nela, de estar com quem compartilha os mesmos sentimentos, desejos e impressões, ou seja, um espaço-tempo de identificações.

As redes sociais digitais ampliaram os espaços de comunicação e de interação, criando redes de participação que fortaleceram a cibercultura. Indivíduos comuns têm espaço para produzirem conteúdo, serem formadores de opinião, transmitirem imagens e ideias e se engajarem politicamente, pois

Cada meio estimula uma forma de relação social: a mutação oriunda dos meios digitais nos conduz para uma época menos padronizada e mais democrática, porque, com base neles, cada um poderá se desenvolver em função das suas necessidades de informação, de seus hábitos de lazer e de suas próprias iniciativas individuais (Rüdiger, 2013, p. 28).

A rede mundial de computadores, ao interligar as relações sociais, diminuiu as distâncias, borrou fronteiras e estreitou laços, em uma virtualização dos espaços e processos sociais, provocando mudanças culturais. Os indivíduos, ao se relacionarem nesse ambiente virtual, acabaram criando seus próprios mecanismos de identificação dentro desse sistema. Lévy (1996) já discutia essas questões ao afirmar que é virtual toda entidade "desterritorializada", capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e espaços determinados sem, contudo, estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular. Para ele, o virtual é real e produz efeitos. Embora não se saiba onde, nem quando, a comunicação ocorre por meio de réplicas interpostas nesse "ambiente", que os usuários exploram e atualizam constantemente e onde ocorre a interação.

Assim, os indivíduos, ao se estabelecerem nas redes sociais, usam esses espaços para desenharem suas identidades e, em suas páginas pessoais, é possível perceber esses traços identitários, como nomeia Recuero (2009), em uma "narração do eu". Segundo Doring (2020 *on-line*, *apud* Recuero, 2009, p. 26): "A página pessoal está sempre em construção, pode ser regularmente atualizada para refletir as últimas configurações do 'self'".

Nesses espaços, os sujeitos inicialmente são reconhecidos por seus perfis e essas formas de identificação, muitas vezes, são diferentes em cada ambiente virtual. Nas redes sociais digitais, por exemplo, fotos, comunidades a que pertencem, o que curtem e compartilham ou amigos podem variar de acordo com as características daquela rede, refletindo nos traços identitários dos sujeitos. Nessa discussão, Recuero (2009) defende que os perfis nas redes sociais são pistas do(s) "eu(s)" que pode(m) ser visto(s) pelos demais, em múltiplas identidades.

Algumas práticas de linguagem do ciberespaço, como o gênero discursivo meme, são práticas interacionais relacionadas à construção da identidade dos sujeitos, pois estão ligadas, de certa forma, a valores simbólicos, sociais, culturais e linguísticos e podem ser entendidos como uma forma de capital social. Nessa linha, Recuero (2006, p. 7) esclarece que o capital social "constitui-se em um conjunto de recursos de um determinado grupo, obtido por meio da comunhão dos recursos

individuais, que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, e que está baseado na reciprocidade”.

Amplamente utilizados para transmitir ideias, conceitos e opiniões, de forma bem-humorada, os memes são disseminados em grande escala e se espalham rapidamente, por isso mesmo se constituem em um fenômeno social recorrente na internet.

De acordo com Shifman (2014), o termo “meme” passou a ser utilizado por Richard Dawkins, em 1976, para explicar a propagação das produções culturais, que se espalham de pessoa para pessoa por meio de cópia ou imitação – transmissão cultural. Segundo Knobel e Lankshear (2021), Dawkins propôs esse modelo baseado na replicação de ideias, de conhecimento e de outras informações por meio de imitação e transferência. Para esses autores, os usuários da internet empregam a palavra meme para descrever a rápida aceitação e disseminação de uma ideia particular, que pode ser um texto escrito, uma imagem, um vídeo, enfim, qualquer produção cultural. Recuero (2009), na mesma direção, argumenta que meme é o gene da cultura que é transmitido por seus “replicadores”, os indivíduos.

Outro atributo dos memes, de acordo com Shifman (2014), é a intertextualidade, que permite que essas unidades se relacionem umas com as outras, resultando em formas complexas, criativas e surpreendentes. Ainda, segundo a autora, os memes são poderosos agentes da globalização, moldam e refletem as mentalidades sociais gerais, são uma forma de reprodução cultural participativa impulsionada por cópia e imitação, uma prática comum na cultura digital contemporânea e peças essenciais da cultura *pop*. Os usuários têm um papel fundamental na distribuição, tradução e personalização dos memes na internet, o que ela chama de “globalização gerada pelo usuário”.

Knobel e Lankshear (2021) classificam os memes como padrões contagiosos de “informação cultural” que se espalham de mente para mente, transformam mentalidades e fazem surgir formas significativas de comportamento e ações de um grupo social. Por meio deles, são transmitidas frases de efeito, modas de roupas, estilos arquitetônicos, maneiras de fazer as coisas, ícones, estilos musicais, entre outros. Nessa perspectiva, no momento em que um indivíduo cria ou compartilha um meme, não está replicando uma mensagem de forma aleatória, ele está indicando suas preferências ou, ainda, tentando fazer parte de um grupo, ou mesmo pegar

carona em uma tendência, como forma de pertencimento ou afirmação. Como explica Recuero (2006, p. 6), “a publicização das ideias [...] é também uma forma de se construir e de interagir”. Nesse sentido, os memes são informações coletivas e a escolha do que será publicado ou replicado dialoga com os interesses dos sujeitos.

Para Rosaria Conte (2000 *apud* Shifman, 2014), as pessoas não são apenas vetores de transmissão cultural, mas atores desse processo, pois a disseminação de memes está baseada em agentes com poder de decisão. Recuero (2009) complementa afirmando que a propagação dos memes está ligada também à autoridade, isto é, à influência que determinados atores possuem e que impactam na difusão rápida de suas ideias, inclusive pode determinar a amplitude dessa difusão.

3. Descentramento e fragmentação em quatro movimentos de identificação: resultados da análise

Em janeiro de 2020, a cantora americana Dolly Parton, de 74 anos, divulgou em seu Instagram uma montagem com quatro fotos suas, associando cada uma delas a uma rede social digital diferente: *LinkedIn*, *Facebook*, *Instagram* e *Tinder*. A postagem (Figura 1) recebeu mais de 1 milhão de curtidas, viralizou e tornou-se um dos memes mais replicados naquele ano.

Figura 1 - Dolly Parton Challenge



Fonte: Perfil de Dolly Parton no Instagram³ (2021).

Acompanhada da legenda “Arranje uma mulher que pode fazer tudo⁴”, a colagem traz a cantora usando terninho, em uma imagem mais formal, representando o *LinkedIn*, já que essa plataforma é usada como rede profissional; na imagem para o *Facebook*, ela aparece vestida com um suéter de Natal, retratando uma imagem mais casual e familiar; para o *Instagram*, uma foto produzida, destacando o cenário, com filtro em preto e branco, com ela posando para a câmera. Por fim, Dolly aparece como Coelhinho da *Playboy*, em uma conotação mais sensual, para representar o *Tinder*, rede social utilizada para encontros amorosos e namoros.

A postagem fez tanto sucesso nas redes sociais que muitas versões dessa publicação foram compartilhadas por outros usuários, acompanhadas da *hashtag*⁵ #DollyPartonChallenge (Desafio da Dolly Parton), ou apenas #DollyParton (Figura 2), atingindo milhares de utilizações.

³ Disponível em: https://www.instagram.com/dollyparton/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 2 out. 2021.

⁴ Tradução minha de “Get you a woman who can do it all”, legenda da postagem de Dolly Parton.

⁵ Trata-se de um termo acompanhado pelo símbolo da cerquilha ou jogo da velha (#), uma espécie de *hiperlink* muito usado nas redes sociais, que direciona o usuário para publicações relacionadas a um tema ou discussão, facilitando também a pesquisa sobre o tópico desejado.

Figura 2 - *Ranking* do uso de *hashtags*



Fonte: Instagram (2021).

Os números associados a essas *hashtags*, e suas inúmeras derivações, constituem indicadores de replicação desse meme, inclusive em escala global, como especifica Shifman (2014) em seus estudos sobre o assunto. A autora explica que os memes de *internet* raramente se mantêm em uma localização geográfica determinada, eles se espalham amplamente e são as práticas e as escolhas dos usuários que determinam esse aspecto de globalização. Mas não se trata de um processo de homogeneização cultural, alerta Shifman (2014), pois surgem versões desses memes que incutem as culturas locais. Nesse sentido, Rüdiger (2013, p. 41) argumenta que a tecnologia estabelece uma relação dialética com algo não técnico, pois a comunicação, na cibercultura, não se desenvolveu apenas em termos funcionais e científicos, visto que “Desde o início, os elementos dessa natureza foram carregados com outros, de cunho mítico, simbólico, imaginário e metafísico, por diferentes grupos sociais”.

A propagação do meme nem sempre retrata a sua ideia original, mudanças e transformações são comuns e frequentes. Para Recuero (2009), pode-se comparar esse fenômeno às mutações genéticas, importantes para a sobrevivência dos memes, já Shifman (2014) afirma que os usuários optam por suas próprias versões de memes na internet.

No caso de #DollyPartonChallenge, versões dessa postagem foram replicadas por inúmeras personalidades, principalmente artísticas, gerando também alto índice de engajamento e compartilhamento. Na figura 3, temos as versões do meme divulgados

nos perfis oficiais do ator e político austro-americano Arnold Schwarzenegger, e da cantora brasileira Anitta, ambos com mais de 1 milhão de curtidas.

Figura 3 - Famosos aderem ao desafio Dolly Parton



Fonte: Perfis de Schwarzenegger e Anitta no Instagram⁶ (2021).

Os memes também não dependem de produções ou investimentos comerciais para se propagarem, apenas precisam cair no gosto dos internautas, que vão, ou não, se identificar com a mensagem que está sendo transmitida, tornando essa uma forma natural e gratuita de comunicação. Inclusive, muitas empresas também pegam carona na onda dos memes, adaptando-os para as mensagens que querem divulgar. Para o Desafio Dolly Parton, no Brasil, marcas como Gol Linhas Aéreas e Magazine Luiza, dentre outras, também fizeram suas versões da postagem (Figura 4).

⁶ Disponíveis em: <https://instagram.com/schwarzenegger?utm_medium=copy_link> e <https://instagram.com/anitta?utm_medium=copy_link>. Acesso em: 2 out. 2021.

Figura 4 - Empresas acompanham o desafio



Fonte: Perfis da Gol Linhas Aéreas e do Magazine Luiza no Instagram⁷ (2021).

A alta transmissão desse meme também pode revelar uma autoidentificação dos usuários com a(s) situação(ões) que o gênero revela. Mesmo em seu caráter irônico, próprio dos memes, a principal ideia é comparar as versões de si mesmos que os sujeitos revelam em cada rede social, jogando luzes sobre as diferentes identificações, ou seja, os sujeitos se veem e se mostram para os outros no ciberespaço, refletindo uma multiplicidade de identificações.

Nesse movimento, os sujeitos demarcam identificações que refletem suas escolhas, pois

[...] quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens [...] e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias [...]. (Hall, 2006, p. 75).

⁷ Disponíveis em: <https://instagram.com/voegoloficial?utm_medium=copy_link> e <https://instagram.com/magazineluiza?utm_medium=copy_link>. Acesso em: 2 out. 2021.

Além disso, o simples fato de replicar um meme já demonstra que o usuário deseja expressar-se de alguma forma, ser visto e participar. Como exemplifica Shifman (2014), quando o indivíduo posta um vídeo engraçado no *Facebook*, por exemplo, está distribuindo um item cultural e, ao mesmo tempo, expressando seus sentimentos sobre aquilo, desejando também que outros comentem e continuem replicando. Para a autora, compartilhar conteúdo – ou espalhar memes – é parte fundamental do que os usuários experimentam como esfera digital.

Considerações finais

A expansão dos espaços sociais e a interação que a cibercultura proporciona interferem diretamente no processo de construção das identidades, pois os indivíduos, em suas conexões com um mundo globalizado e em contato com outros indivíduos, línguas e culturas, experimentam a diminuição das diferenças e singularidades, fazendo que estejam sempre em constante transformação, evidenciando a fragmentação mencionada por Hall (2006).

Os memes podem ser classificados como reflexos de aspectos culturais e desempenham um papel fundamental na participação dos sujeitos no cenário político e globalização cultural (Shifman, 2014). A análise do meme #DollyPartonChallenge evidencia que, nas mídias sociais, os sujeitos assumem diferentes identificações de acordo com o contexto, explicitando não só preferências e características pessoais, como também demarcam posições em relação a determinados grupos ou espaços, buscando reconhecimento e aceitação. Em suma, os resultados da análise empreendida neste artigo revelam que as redes sociais possibilitam uma fluidez identitária, pois os sujeitos assumem versões diferentes de si mesmos a depender do ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*: entrevista concedida a Beneditto Vecchi. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- CASSIRER, Ernst. *Ensaio sobre o homem*: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

- FERNANDES, Rodrigo. LinkedIn, Facebook, Instagram e Tinder: montagem de fotos faz sucesso. *TechTudo*, 2020. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/01/linkedin-facebook-instagram-e-tinder-montagem-de-fotos-faz-sucesso.ghtml>>. Acesso em: 3 out. 2021.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaraciara Lopes Lobo. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HOFFMAN, Ashley. Dolly Parton Challenge lights up the internet and our lives with 4 versions of everyone's best self. *TIME USA*, California, 24 jan. 2020. Disponível em: <<https://time.com/5770992/dolly-parton-challenge/>>. Acesso em: 3 out. 2021.
- KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. *Online memes, affinities, and cultural production*. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/328389637>>. Acesso em: 3 out. 2021.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* Tradução Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.
- NUNES, Elisa A. M.; REMENCHE, Maria de Lourdes R. O riso no combate à desinformação sobre a covid-19: análise do gênero meme. *Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Linguística e Literatura Letra Magna*, n. 28, p. 88-106, 2021. Disponível em: <http://www.letramagna.com/artigos_28/05_28_88_106.pdf>. Acesso em: 8 out. 2021.
- OLIVEIRA, Jéssica. Marcas que aderiram ao #DollyPartonChallenge. *Propmark*, 2020. Disponível em: <<https://propmark.com.br/digital/marcas-que-aderiram-ao-dollypartonchallenge/>>. Acesso em: 3 out. 2021.
- PAVEAU, Marie-Anne. *Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas*. Campinas: Pontes Editores, 2021.
- QUEM é você em cada rede social? Famosos espalham meme surgido com cantora de 74 anos. *G1*, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/01/24/quem-e-voce-em-cada-rede-social-famosos-espalham-meme-surgido-com-cantora-de-74-anos.ghtml>>. Acesso em: 3 out. 2021.
- RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.
- RECUERO, Raquel. Memes e dinâmicas sociais em weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na internet. Porto Alegre, *Intexto* (UFRGS), v. 2, n. 15, p. 1-6, 2006. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4265>>. Acesso em: 30 set. 2021.
- RIBEIRO, José Carlos S. Múltiplas identidades virtuais: a potencialização das experiências exploratórias do “eu”. Niterói, *Revista Contracampo*, n. 12, p. 171-184, 2005. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17393>>. Acesso em: 4 out. 2021.
- RÜDIGER, Francisco. *As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2013.
- SHIFMAN, Limor. *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press, 2014.

SIBILIA, Paula. *O show do Eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2014.