
Biografia autorreflexiva do eu: a construção de uma persona pública em trânsito no caso de Felipe Neto.¹

Byanca Ribeiro²

Universidade Federal Fluminense - UFF

Resumo

Este trabalho analisa a trajetória pública do influenciador Felipe Neto a partir de sua encenação simbólica de uma pré-candidatura à presidência. O episódio é compreendido como gesto performático que revela estratégias de legitimação cultural e disputas de capital simbólico nas mídias digitais. A pesquisa articula os conceitos de identidade (Hall, 2006), performance (Goffman, 2018), autorreflexividade (Giddens, 2002) e distinção simbólica (Bourdieu, 2007) para compreender como Felipe constrói uma persona pública em constante transformação. Ao misturar discurso político, consumo cultural e entretenimento, sua atuação exemplifica os tensionamentos entre autenticidade e estratégia na cultura digital contemporânea.

Palavras-chave: Influenciadores Digitais; Identidade; Performance; Capital.

INTRODUÇÃO

Nas redes sociais digitais de Felipe Neto, são compartilhadas postagens sobre temas políticos e conteúdos exclusivamente vinculados ao entretenimento. Essa dinâmica tem um atravessamento social em que esses assuntos se misturam. Logo, seus seguidores consomem críticas sociais maquiadas de divertimento. Isso gera reflexões sobre como o consumo midiático, discurso político e o consumo cultural se aproximam nas novas dinâmicas de comunicação contemporânea. Sendo assim, “a figura do influenciador promove esse atravessamento, fazendo com que seus espectadores/seguidores façam o consumo de um conteúdo que tem consigo uma visão produzida, formatada e estetizada” (HORNHARDT, 2023, P. 18)

Ao construir sua imagem, Neto se apoia em dois tipos de impressões: aquelas que efetivamente transmite e aquelas que deseja transmitir ao outro (GOFFMAN, 2018). Para Goffman (2018), essas impressões são mobilizadas nas interações sociais como forma de controle da visibilidade e da percepção pública. Compreendo a imagem

¹ Trabalho apresentado no GP de Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense - UFF. E-mail: byancaribeiro@id.uff.br.

pública de Felipe Neto não como uma identidade estável, mas como uma encenação estratégica voltada à conquista de reconhecimento e autoridade no espaço digital, sua atuação como gestor de si mesmo se insere em uma lógica performática em que a visibilidade é cuidadosamente controlada e ajustada conforme o público e o momento. Giddens (2002) contribui para essa leitura ao destacar que os indivíduos moldam constantemente sua aparência e postura a partir das demandas percebidas em cada contexto social.

No caso de Felipe, isso se evidencia em momentos-chave de sua trajetória, como quando assume uma postura mais formal e politizada, o que revela um trabalho contínuo de gerenciamento da autoimagem, em busca de capital simbólico e legitimação. Esse processo está diretamente ligado à necessidade de manutenção de uma coerência identitária perante múltiplos públicos, mesmo diante de mudanças performáticas. Como destaca Giddens (2002, p. 96), “a manutenção de uma postura constante em vários ambientes de interação é um dos principais meios pelos quais a coerência da auto-identidade é em geral preservada”, sendo que “o potencial para o desvendar da auto-identidade é mantido sob controle porque a postura mantém um laço entre ‘sentir-se em casa no próprio corpo’ e a narrativa personalizada”. Assim, mesmo em contextos de deslocamento ou reinvenção de sua persona, Felipe preserva uma certa continuidade narrativa que ancora sua imagem pública e sustenta sua autoridade simbólica.

Esse esforço constante de gerenciamento performático ganha contornos ainda mais evidentes no episódio ocorrido em 03 de abril de 2025, quando o influenciador publicou em seu perfil oficial no Instagram um vídeo em que anunciava sua pré-candidatura à presidência da República. Ao final, revela se tratar de uma ação publicitária em parceria com a *Audible*, destinada à divulgação do *audiobook* do livro 1984, de George Orwell. A paródia, cuidadosamente roteirizada que misturava crítica política, performance midiática e capital cultural, sintetiza as múltiplas camadas de sua atuação pública — político, empresário e intelectual pop — como também evidencia os mecanismos contemporâneos de produção de autoridade e visibilidade nas plataformas digitais.

Assim, é a partir desse gesto performático que o presente trabalho se desenvolve, tomando-o como chave de leitura para analisar como Felipe Neto mobiliza

consumo cultural, discurso político e estratégias de legitimação simbólica na construção de sua persona pública em trânsito.

BIOGRAFIAS PÚBLICAS E IDENTIDADES EM TRÂNSITO

Hall (2006) afirma que vivemos uma “crise de identidade” marcada pela desestabilização das antigas estruturas que tradicionalmente organizavam os sujeitos — como classe social, nação, religião e gênero. Essa crise está ligada a transformações profundas provocadas pela globalização, pelos fluxos migratórios e pelo avanço das novas mídias, que tornam as fronteiras identitárias cada vez mais porosas. Segundo o autor, as identidades não são mais previsíveis, são múltiplas e fluídas (HALL, 2006). Nesse contexto, em que entretenimento e exposição pública se entrelaçam, e a intimidade se torna um recurso de visibilidade, autores como Polivanov (2019) dialogam com Hall (2006) para mostrar como o indivíduo contemporâneo constrói sua narrativa de si a partir das experiências cotidianas, convertendo a vida em performance e conteúdo.

Partindo dessas reflexões, Hall (2006) desenvolve o conceito de “celebração móvel” da identidade, enfatizando que é possível que sujeitos mobilizem diferentes identidades ao longo de suas trajetórias. Essa multiplicidade não nega a sensação de continuidade, mas revela que aquilo que percebemos como uma identidade unificada é, muitas vezes, o resultado de uma narrativa construída. Como afirma o autor: “se sentirmos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte, é apenas porque construímos uma cômoda história sobre nós mesmos ou uma confortadora ‘narrativa do eu’” (HALL, 2006, p. 13).

No caso de Felipe Neto, essa lógica da identidade como narrativa em constante (re)construção é evidente. Ao longo de sua trajetória pública, ele transita por diferentes personas: de youtuber irreverente a empresário bem-sucedido, de crítico ácido da cultura pop a militante político e promotor da leitura. Essa mobilidade identitária é sustentada por performances que se adaptam às expectativas do público e às demandas do contexto. Como observa Polivanov (2019), o cotidiano passa a ser matéria-prima da narrativa de si, e, nas redes, o sujeito performa sua vida de modo a construir uma coerência expressiva (SÁ E POLIVANOV, 2012), ainda que essa coerência esteja constantemente em negociação.

Para que um sujeito consiga sustentar uma identidade coerente na modernidade tardia, é necessário que construa seu "eu" de forma reflexiva — uma tarefa contínua, realizada a partir de múltiplas possibilidades e escolhas ao longo da vida (GIDDENS, 2002). Embora o cenário atual represente uma ampliação da liberdade individual, também impõe novos desafios: o sujeito passa a viver sob a pressão constante de escolher e justificar suas escolhas. Cada posicionamento público ou privado, passa a integrar uma narrativa pessoal cuja coerência precisa ser sustentada ao longo do tempo. Nesse processo, Giddens (2002) introduz a noção de "autoidentidade", entendida como um “projeto reflexivo do eu” que seria o esforço contínuo de construção e manutenção dessa identidade que exige autorreflexão constante sobre quem se é, quem se quer ser e quais escolhas serão feitas para sustentar essa imagem diante de si e dos outros.

Esse “projeto reflexivo do eu”, encontra um terreno fértil nas plataformas digitais, onde a visibilidade contínua e a interação com o público intensificam o processo de construção identitária. No caso de Felipe, esse projeto se manifesta em sua constante revisão de posicionamentos e reinvenção de papéis sociais ao longo do tempo. Neto constrói uma narrativa pública em que diferentes versões de si são organizadas, recontextualizadas e articuladas para responder às demandas de seus seguidores, aos movimentos do cenário político e às transformações do próprio ambiente digital. Tais mudanças são acompanhadas de retratações, o que evidencia não apenas a preocupação com a coerência de sua imagem, mas também o esforço constante de se manter alinhado com o tempo presente, uma exigência típica do sujeito hipermoderno que precisa narrar a si mesmo como projeto em andamento (GIDDENS, 2002).

Se, para Hall (2006), a identidade na contemporaneidade é múltipla e fragmentada, para Giddens (2002) essa fluidez exige que o sujeito se engaje continuamente na tarefa de construir e manter uma narrativa coerente sobre si mesmo. O episódio da pré-candidatura à presidência sintetiza esse movimento, pois condensa múltiplas dimensões da persona pública de Felipe Neto: o humorista, o cidadão engajado, o intelectual pop e o influenciador estratégico. Trata-se de um gesto que, ao mesmo tempo em que tensiona os limites entre autenticidade e encenação, reforça a fluidez e a reflexividade que marcam a identidade nas mídias digitais contemporâneas.

PERFORMANCE E PERSONA POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS

A partir das reflexões de Giddens (2002) e Hall (2006) sobre a construção identitária na modernidade tardia, compreende-se que, na ordem pós-tradicional, marcada por novas formas de mediação e exposição, a autoidentidade se configura como um empreendimento reflexivamente organizado. Segundo Giddens (2002), trata-se de um processo contínuo em que os indivíduos constroem suas identidades com base em escolhas conscientes e recorrentes. Mesmo aqueles em contextos de maior vulnerabilidade material estão implicados nesse esforço de elaboração do que apresentamos anteriormente como um “projeto reflexivo do eu”, que envolve a manutenção de “narrativas biográficas coerentes” — noções que dialogam com a “coerência expressiva” proposta por Sá e Polivanov (2012) ao analisarem as práticas identitárias nas redes sociais.

É importante destacar que, para Giddens (2002), essas escolhas identitárias estão profundamente ligadas ao consumo e aos estilos de vida, funcionando como marcadores simbólicos que orientam tanto os padrões de comportamento quanto a forma como os sujeitos desejam ser percebidos socialmente. Nesse processo, entra em cena a teoria de Goffman (2009), que compreende a identidade como performance: os sujeitos moldam suas autoapresentações de acordo com os contextos e com os públicos a que se dirigem, organizando cuidadosamente os “sinais dados” e “sinais emitidos” para manter a coerência entre o papel representado e a impressão que desejam causar.

No ambiente das redes sociais digitais, essa performance ganha novos contornos. Como destaca Karhawi (2022), os influenciadores digitais são atravessados por um “trabalho de autenticidade”. No entanto, essa autenticidade é menos uma essência e mais uma construção discursiva e performática. Para a autora, “a autenticidade é resultado de percepções, negociações e processos de legitimação instaurados, sobretudo, em espaços de visibilidade midiática, exposição de si e performances de si” (KARHAWI, 2022, p. 7). Assim, o influenciador precisa conciliar a pessoa que performa para o público e a que o público imagina que ele é “na realidade”, criando um *ethos* que pareça verossímil. Sá e Polivanov (2012) argumentam que a autenticidade deve ser entendida não enquanto verdade ontológica, mas como uma “história partilhada”, construída pelo ator e negociada com os outros.

No caso de Felipe Neto, sua persona política nas redes sociais é moldada justamente por essas dinâmicas de performance e autenticidade. A encenação³ de uma pré-candidatura, ainda que paródica, mobiliza elementos típicos de um discurso político tradicional (formalidade, vocativo à nação, expressão séria), tensionando os limites entre sinceridade e estratégia. Esse gesto performático pode ser lido como parte de um trabalho de autenticidade: uma forma de demonstrar engajamento político ao mesmo tempo em que promove um conteúdo cultural (o livro 1984, de Orwell). A parceria com a Audible para divulgação do *audiobook* de Orwell, se mostrou uma estratégia de marketing quase perfeita, gerando dúvidas em veículos de comunicação, como a CNN Brasil.⁴ Como aponta Karhawi (2022, p. 10), esse movimento trata-se da “sensação de autenticidade” construída por meio de marcas discursivas que visam gerar identificação e confiança no público, mais do que da “autenticidade materializada” ou essencial.

Essa performance não apenas evidencia a fluidez identitária proposta por Hall (2006), como também ilustra o que Goffman (2018) entende por representação do eu: um ato interativo, situado e dependente da leitura dos outros. Ao mesmo tempo, confirma o argumento de Sá e Polivanov (2012) de que o *self* digital é atravessado por negociações simbólicas constantes, que exigem dos sujeitos um delicado equilíbrio entre espontaneidade e cálculo, entre aquilo que se é e aquilo que se pretende ser aos olhos do outro. A construção da persona política digital está atravessada por lógicas de visibilidade, mercado e reconhecimento simbólico. A autenticidade, nesse contexto, não é um dado, mas uma construção relacional — ao mesmo tempo exigida, encenada e negociada entre influenciador e audiência.

A capacidade de Neto de conversar com sua audiência e performar autenticidade foi afirmada nesse episódio, que exemplifica com clareza a sofisticação estratégica de sua atuação pública. A encenação de uma pré-candidatura presidencial articula três dimensões fundamentais de sua atual persona: o ativista, o influenciador e o promotor da cultura. Ao unir o repertório simbólico de 1984, obra clássica sobre regimes autoritários, com um gesto performático de alto impacto e uma campanha de marketing,

³ Encenação da pré-candidatura de Felipe Neto via reels em seu perfil oficial do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DH_1A2PxLfK/?igsh=MWxpaTlucXlsaG5wbA%3D%3D> Acesso em Junho de 2025.

⁴ A CNN Brasil lança uma matéria comentando sobre a pré-candidatura de Felipe Neto e comunicando a situação com verdade, sem reconhecer o ato paródico do influenciador. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/felipe-neto-anuncia-pre-candidatura-a-presidencia-da-republica/>> Acesso em Junho de 2025.

Felipe tensiona os limites entre engajamento político real, discurso intelectual e entretenimento. A ação o posiciona como um agente cultural capaz de transformar uma publicidade em crítica social e, simultaneamente, usar o capital cultural da literatura para reforçar sua autoridade discursiva.

O fato de o vídeo ter confundido veículos de imprensa apenas reforça sua habilidade em produzir conteúdo ambíguo e eficaz, que gera engajamento, identificação e debate. Logo em seguindo Neto se retrata e anuncia a parceria explicando o porque da estratégia utilizada como um incentivo para os seus seguidores leiam a obra de Orwell⁵ Nesse gesto, o empresário atualiza a lógica do influenciador contemporâneo como um ator político-cultural que opera no cruzamento entre discurso comercial, autenticidade performada e mediação simbólica, performando uma narrativa de si que é, ao mesmo tempo, coerente, estratégica e culturalmente legitimada.

CAPITAL CULTURAL, DISTINÇÃO E AUTORIDADE SIMBÓLICA

A construção identitária nas redes não se limita à representação de si, mas também opera como estratégia de acumulação e conversão de diferentes formas de capital, sobretudo simbólico, cultural e midiático, conforme propõe Bourdieu (1986). No caso de Felipe Neto, sua trajetória revela um processo deliberado de reorganização simbólica, no qual marcas anteriores, como a figura do youtuber provocador, são ressignificadas em elementos legítimos de distinção. Ao se reposicionar como leitor, militante e cidadão engajado, Felipe amplia seu repertório de capital cultural, associando sua imagem a campos de maior prestígio simbólico sem perder o vínculo com sua base de seguidores.

Esse movimento pode ser compreendido, com base em Kamradt (2021), como um processo de reconversão de capital: uma tentativa de deslocar-se do campo único do entretenimento para o campo político e cultural, reformulando sua imagem pública ao mesmo tempo em que preserva seu capital simbólico acumulado nas mídias digitais. Ao articular visibilidade, engajamento e discurso qualificado, Neto busca legitimação simultânea em diferentes campos, posicionando-se como uma figura multifacetada e

⁵ Reels de Felipe Neto anunciando a parceria para a escolha estratégica do vídeo anterior de anúncio e candidatura falsa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/DIB121tRli-/?igsh=MXJqaTFmbWF4YTNhZA==>> Acesso em Junho de 2025.

com autoridade discursiva no ecossistema digital. A encenação de sua pré-candidatura à presidência exemplifica esse processo de reconversão e atravessamento de campos. Trata-se de uma ação performática que mobiliza códigos da política institucional dentro de uma lógica narrativa própria da cultura de influência.

Nessa operação, Felipe ativa não apenas o capital de influência⁶, entendido como acúmulo de visibilidade e autoridade simbólica de influenciadores digitais, capaz de ser reconvertido em diferentes campos sociais, mas também tensiona fronteiras entre política e entretenimento, estratégia e autenticidade. Como observa Bourdieu (1986, p. 242), “os tipos mais materiais de capital – aqueles que são econômicos no sentido mais restrito – podem se apresentar nas formas imateriais de capital cultural ou capital social, e vice-versa”. Kamradt (2021) argumenta que a celebridade contemporânea opera como um capital específico, com dinâmicas próprias de visibilidade, recorrência midiática e influência transversal entre campos. Não se trata apenas de uma subcategoria do capital simbólico, mas de uma forma de capital substantivamente distinta, que permite a seus detentores disputar legitimidade mesmo fora dos campos onde tradicionalmente atuavam.

Felipe Neto é exemplo dessa lógica: ele utiliza o capital de influência como atalho para disputar reconhecimento nos campos político e cultural, sem que precise, necessariamente, se institucionalizar formalmente nesses espaços. Ao se projetar como agente público preocupado com a educação, a cultura e a política, Felipe realiza exatamente esse tipo de transmutação, reforçando seu capital cultural e simbólico por meio da instrumentalização da atenção conquistada anteriormente. Com isso, não apenas amplia seu prestígio em novos campos, mas também se apresenta como um agente de ruptura na cultura digital, desestabilizando discursos tradicionais e disputando sentidos em torno da identidade política contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

⁶ Conceito em desenvolvimento pela autora em sua dissertação, em que a partir dos conceitos de capital de Bourdieu (1986) discutimos a construção de um metacapital para sujeitos oriundos da internet, como influenciadores digitais. Partindo da ideia de que, na sociedade digital, a visibilidade acumulada por influenciadores pode ser convertida em autoridade simbólica e política, sem que se percam os atributos performativos que caracterizam esses sujeitos, tendo em vista que o acúmulo dessa visibilidade e autoridade é capaz de ser reconvertido em diferentes campos sociais.

A análise da atuação pública de Felipe Neto, com ênfase no episódio de sua pré-candidatura à presidência, permitiu compreender como influenciadores digitais constroem, negociam e performam suas identidades a partir de lógicas específicas da cultura de visibilidade. Inserido em um contexto marcado por fluidez identitária (Hall, 2006), autorreflexividade (Giddens, 2002) e performances situadas (Goffman, 2018), Felipe se constitui como um agente social que se reposiciona estrategicamente para acessar diferentes formas de capital, atuando simultaneamente nos campos do entretenimento, da cultura e da política.

Sua presença digital mobiliza um conjunto de práticas que articulam autenticidade, cálculo e coerência expressiva, configurando um “projeto reflexivo do eu” voltado à manutenção de uma persona pública multifacetada e verossímil. A encenação da candidatura revela-se como um gesto performático que condensa distintas camadas de sua identidade — humorista, cidadão, leitor e figura pública — e evidencia sua competência em gerar e converter capitais. Como demonstrado, a celebridade digital é em si um tipo de capital (Kamradt, 2021), capaz de atravessar fronteiras entre campos e reposicionar seus detentores como figuras legítimas mesmo em espaços historicamente regulados por outras credenciais.

Felipe Neto exemplifica essa lógica ao reconfigurar sua visibilidade, instrumentalizando a atenção conquistada anteriormente para disputar significados, propor rupturas e tensionar os limites entre engajamento político, entretenimento e construção de autoridade. Em síntese, sua trajetória revela como o influenciador contemporâneo atua como um sujeito performático, reflexivo e estrategista, que faz da própria exposição um recurso político-cultural.

Ao analisar esse caso, compreende-se que as novas dinâmicas de comunicação digital não apenas remodelam os modos de consumir conteúdo e de se relacionar com o público, mas também reconfiguram profundamente os modos de construir, negociar e legitimar identidades públicas na sociedade midiaticizada.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **The forms of capital**. In: RICHARDSON, J. (Ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood, 1986. p. 241-258.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HORNHARDT, Nathalie de Almeida. **Faça o que eu falo, compartilhe o que eu faço**: uma análise da visibilidade midiática do influenciador digital Felipe Neto como fenômeno sociopolítico. 2023. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2023.

KAMRADT, João. **O capital celebridade e suas articulações em outros campos: a teoria de Bourdieu estendida e o caso de Felipe Neto**. Revista Brasileira de Ciência Política, n. 36, p. 1–32, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2021.36.246725>. Acesso em Maio 2025.

KARHAWI, Issaaf. **Autenticidade, intimidade e coconstrução: mapeamento das características da produção de conteúdo dos influenciadores digitais**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. Anais [...]. João Pessoa: Intercom, 2022. Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/congresso-nacional/2022-anais/>. Acesso em Maio de 2025

POLIVANOV, B. B.. Identidades na contemporaneidade: uma reflexão sobre performances em sites de redes sociais. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, v. 8, p. 103-119, 2019.

SÁ, Simone Pereira de; POLIVANOV, Beatriz. **Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais**. *Contemporânea: comunicação e cultura*, v. 10, n. 03, p. 574-596, set.-dez. 2012. ISSN 1809-9386. Disponível em: <http://www.contemporanea.poscom.ufba.br>. Acesso em Maio de 2025