

Felipe Neto presidente? Imprensa transforma sátira em desinformação na era da desordem informacional ¹

Adriana BARSOTTI²

Resumo

Ancorado na análise de conteúdo, este artigo analisou 45 títulos de 36 veículos jornalísticos publicados no dia 3 de abril de 2025 a respeito da suposta candidatura de Felipe Neto à Presidência da República, anunciada pelo influenciador em vídeo publicado em seu perfil no Instagram. O vídeo era uma sátira ao livro 1984, de George Orwell, e foi produzido para divulgar o lançamento da obra em audiobook pela plataforma Audible. Os resultados revelam que 28 dos 45 títulos reproduziram como fato o anúncio da candidatura fake. Apenas 17 lançaram desconfiança sobre a veracidade do comunicado do influenciador. Os achados levantam questões sobre a credibilidade jornalística em meio a um cenário de desordem informacional. Em vez de combater a desinformação, o jornalismo contribuiu para a sua disseminação no episódio em questão.

Palavras-chave

Imprensa; sátira; fake news; desinformação; desordem informacional

Introdução

No dia 3 de abril de 2025, o influenciador Felipe Neto publicou um vídeo em seu perfil no Instagram anunciando que seria candidato a presidente. No vídeo, ele informa também que criará a rede social Nova Fala e compara-a a uma espécie de Ministério da Verdade. No texto do post, ele anuncia: “Meu pronunciamento e anúncio oficial. Amanhã, ao meio-dia, tudo isso começa. Uma nova forma de você obter mais do verdadeiro conhecimento...” Acompanhado do texto, vinham as hashtags #FelipeNetoPresidente #NovaFala #Anúncio #Lançamento. O vídeo, que contava com 609 mil e 931 likes até o dia 18 de junho, não passava de uma ação de marketing para a divulgação do audiolivro *1984*, de George Orwell, na plataforma Audible, como o influenciador revelaria no dia seguinte.

Apesar das explícitas referências à obra distópica, a imprensa não captou a sátira, transformando-a em fato e contribuindo para ampliar a desinformação (Wardle, 2017). No contexto da desordem informacional, manchetes das principais organizações jornalísticas do país reportaram que Felipe Neto anunciara sua candidatura à presidência da República. Alguns veículos, como o UOL Notícias, chegaram a repercutir a “notícia” com seus comentaristas de

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

² Professora Adjunta do Departamento de Comunicação da UFF e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF). E-mail: adrianabarsotti@id.uff.br

política. *O Tempo*, de Minas Gerais, ouviu um cientista político para avaliar as chances de Felipe Neto na corrida presidencial.

Ancorado na análise de conteúdo (Bardin, 2020), este artigo analisou 45 títulos de 36 veículos jornalísticos publicados no dia 3 de abril a respeito da suposta candidatura de Felipe Neto. Os resultados revelam que 28 dos 45 títulos reproduziram como fato o anúncio da candidatura *fake*. Apenas 17 lançaram desconfiança sobre a veracidade do comunicado do influenciador. Os achados levantam questões sobre a credibilidade jornalística em meio a um cenário de desordem informacional (Wardle; Derakhshan, 2023). Em vez de combater a desinformação, o jornalismo contribuiu para a sua disseminação no episódio em questão.

Desordem da informação, jornalismo declaratório e agenda invertida

Wardle e Derakhshan (2023) propuseram uma estrutura conceitual para analisar a desordem informacional do contexto contemporâneo em substituição ao termo *fake news*. Para os autores, a desordem informacional é composta por: 1) informação falsa; 2) desinformação; 3) informação maliciosa. A informação falsa (no original, em inglês, *mis-information*) ocorre “quando informação falsa é compartilhada sem a intenção de causar dano”. A desinformação (no original, em inglês, *dis-information*) ocorre quando a “informação falsa é deliberadamente compartilhada com a intenção de causar danos”. Já a informação maliciosa (no original, em inglês, *mal-information*) ocorre “quando informação genuína é compartilhada com a intenção de causar danos”, muitas vezes com o vazamento de informações destinadas a permanecer privadas (2023, p.12).

Os autores também argumentam que é preciso examinar separadamente os elementos da desordem informacional: o agente, as mensagens e os intérpretes. Além dos elementos, a classificação de Wardle e Derakhshan (2023) também leva em conta as fases da desordem informacional: a criação, a produção e a distribuição. A criação é a etapa em que a mensagem é criada. A produção é a etapa em que a mensagem é transformada em produto de mídia e a distribuição é a etapa em que o produto é tornado público.

Por fim, precisamos examinar como as informações falsas, a desinformação e as informações maliciosas estão sendo consumidas, interpretadas e postas em prática. Elas estão sendo compartilhadas como o agente original pretendia? Ou elas estão sendo compartilhadas com uma mensagem de oposição anexada? Os rumores continuam a viajar *on-line* ou se movem *off-line* para conversas pessoais, que são difíceis de capturar? (2023, p. 14).

No caso em questão, há dois processos em curso. No primeiro, Felipe Neto é o agente que cria, produz e distribui uma mensagem e seus seguidores são os intérpretes, que divergem na

interpretação da mensagem que o influenciador criou, produziu e distribuiu. Não é o propósito deste artigo analisar a recepção da mensagem, mas a leitura de algumas dezenas de comentários apontam para a dissonância entre o público. No segundo processo, a imprensa produz mensagens dissonantes a partir de mais de uma interpretação pelos jornalistas da mensagem criada por Felipe Neto e as distribui para seu público. Os internautas, por sua vez, também divergem na interpretação das mensagens veiculadas pelas organizações jornalísticas e retroalimentam os jornalistas, que produzem novas mensagens a partir das interpretações do público.

Em *'Fake News. It's Complicated'*, Wardle descreve sete categorias da desordem informacional, apontando para o amplo espectro de conteúdos com potenciais de causar danos. São eles: 1) sátira – sem intenção de causar danos, mas tem potencial para enganar; 2) conteúdo tendencioso – uso enganoso de informações; 3) conteúdo impostor – quando fontes genuínas são personificadas; 4) conteúdo fabricado – projetado para enganar e prejudicar; 5) conexão falsa – quando títulos, recursos visuais ou legendas não são compatíveis com o conteúdo; 6) contexto falso – quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informações contextuais falsas; 7) conteúdo manipulado – quando informações ou imagens genuínas são manipuladas para enganar. No caso em tela, Felipe Neto produziu uma sátira sem intenção de causar danos, mas que efetivamente causou. A imprensa não interpretou a mensagem como tal e contribuiu para espalhar desinformação. Hartmann, Carvalho e Pavanello (2025) demonstraram como uma capa *fake* da revista *Time* criada pelo *designer* Patrick Mulder – uma sátira que associava Putin a Hitler – foi apropriada pelos usuários de redes sociais como verdadeira, fomentando a desordem informacional.

Um segundo conceito para ajudar na análise do episódio de Felipe Neto é o de jornalismo declaratório, embora ele ainda careça de uma solidez conceitual, como notaram Chagas e Cruz (2022). Para Rubim e Colling (apud Chagas e Cruz, 2022), caberia ao repórter “apenas a tarefa de coletar as declarações das fontes, sem nenhuma preocupação em saber se as informações são verdadeiras ou não”. Oliveira (2018, p. 55) defende que as declarações são necessárias para o jornalismo e aponta que o problema é quando elas não são verificadas, o que pode ser uma “arma midiática letal”. Chagas e Cruz (2022, p.109) concluem que uma das características do jornalismo declaratório é “colocar as declarações contidas nas notícias como se fossem fatos concretos, que falam por si só”. Barsotti (2023) demonstrou que o jornalismo declaratório ajudou a espalhar desinformação sobre o meio ambiente durante o governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, que declarava mentiras sistematicamente.

Pollacchinni e Benetti (2025) apontam que o jornalismo declaratório sem contextualização é uma “distorção do fazer jornalístico”. Ao transformar declarações em fatos, o jornalismo abre mão de seu papel de mediar, investigar e explicar aos leitores, apontam as autoras.

O jornalismo não pode se abster dos seus deveres em nome de uma percepção enganosa de objetividade. Não basta que o jornalista “repasse” a declaração ao leitor, como se não tivesse responsabilidade sobre a circulação de seu teor. Isso é especialmente importante no caso de declarações falsas, inexatas ou meramente especulativas (2025, p. 241).

A ausência de explicação, verificação e contextualização do episódio da candidatura *fake* de Felipe Neto pelos veículos jornalísticos foi compensada pela participação do público em um fenômeno denominado agenda invertida, conceito que surgiu para atualizar a teoria do agendamento (McCombs, 2009) no contexto da internet. Como Saperas aponta (2020), a agenda invertida considera a formação de novos processos para estabelecer a agenda em que participam tanto os meios tradicionais quanto os cidadãos através das plataformas digitais. O *agenda-setting*, nesse caso, tende a não desaparecer, mas “deixa de ser possível a sua existência institucionalmente profissionalizada e independente das pessoas comuns, dos cidadãos que agora dispõem de plataformas para gerar temas de agenda”(2020, p.192). Gera-se um fluxo inverso de informação vindo de sites e redes sociais que pode ter a capacidade de influenciar a agenda da mídia como fonte de informação e impor temas à pauta.

Metodologia

Antes de explicitar a metodologia para a coleta do *corpus* para este artigo, cabe descrever o vídeo em que Felipe Neto anunciou sua candidatura *fake* à presidência em seu perfil no Instagram e apontar as referências a *1984*. Publicado no dia 3 de abril de 2025, o vídeo tem um card de abertura com os dizeres “Anúncio oficial”. Nele, o apresentador informa que tem dois anúncios a fazer: sua candidatura à presidência da República e a criação de uma nova rede social chamada Nova Fala, numa clara alusão à “novilíngua” ou “novafala”, idioma criado no livro *1984*, que tem como objetivo cercear o pensamento crítico dos cidadãos. “Esse não é um gesto de vaidade, porque eu construí um legado financeiro e na comunicação que já me alimenta o estômago e o ego pelo resto da vida”, afirma o influenciador no vídeo. “Eu quero ser presidente porque eu, embora seja um homem de fora da política, tenho ao meu lado a maior arma do nosso tempo, o uso das redes”, complementou. O perfil de Felipe Neto no Instagram tem 17,3 milhões de seguidores.

O vídeo faz diversas referências ao livro *1984*, de George Orwell, incluindo expressões como “irmão mais velho”, “Ministério da Verdade”, “Nova Fala” e “vigilância”. A história de *1984* se passa na fictícia Oceânia, onde tudo gira em torno do Grande Irmão. O Big Brother é o líder máximo que monitora a população por meio de teletelas espalhadas em casas e lugares públicos. O protagonista da obra é Winston Smith, funcionário do Departamento de Documentação do Ministério da Verdade, um dos quatro que governam Oceânia. O Ministério da Verdade manipula fotografias e arquivos históricos para apagar da história desafetos do regime ditatorial do Grande Irmão. Smith é secretamente contra o regime e faz anotações em seu diário.

No vídeo, Felipe Neto afirma que “assim como um pai precisa vigiar seu filho para educá-lo bem, é isso que precisa fazer o líder de uma nação”. O influenciador diz que quer ser “um pai tão generoso quanto vigilante” para o povo brasileiro. “Ou, se eu for jovem demais para isso, quero ser como um irmão mais velho”, complementou o influenciador, unindo referências à vigilância e a “irmão”. Neto também faz alusão ao diário de Smith. Ele afirma que, após um período de “profunda reflexão” e “estudos documentados” em seu diário, que o acompanha “desde o início dessa jornada”, está anunciando sua pré-candidatura à presidência da República.

Depois de “anunciar” sua candidatura, o influenciador prossegue afirmando que tem ao seu lado “a maior arma de nosso tempo: o uso das redes”. E comunica que está lançando a rede Nova Fala. “A Nova Fala é uma espécie de laboratório onde cada cidadão, enquanto interage com os conteúdos, cede voluntariamente informações para que nós possamos saber as reais preferências e necessidades do povo brasileiro”, informa Neto. “Essa rede seria algo como um ministério – ainda vou definir qual, talvez o da Verdade. No mínimo, ela ajudaria a gente a entender qual é a opinião da maioria sobre cada momento da história e aí os livros didáticos retratariam a vontade da maioria, como deve ser numa democracia”, acrescenta o influenciador, numa referência à manipulação de dados operada pelo Ministério da Verdade no livro de Orwell.

Na edição de relançamento de *1984* pela Companhia das Letras, em 2009, há um apêndice dedicado à “novilíngua”, que Alexandre Hubner e Heloisa Jahn traduziram como “novafala”, devido à maior proximidade com o termo original em inglês, *newspeak*. A “novafala” é a língua criada pelo governo autoritário em *1984*. Ao contrário das outras línguas, que se expandem com a criação de novas gírias e conceitos, a novilíngua se caracteriza pela condensação e remoção de palavras e de seus sentidos, com o objetivo de reduzir o escopo do pensamento humano. Uma vez que as pessoas não pudessem se referir a algo com palavras, esse algo deixaria de existir. Assim, por meio do controle sobre a linguagem, o governo era capaz de controlar o pensamento das pessoas, impedindo que ideias indesejáveis viessem a surgir.

No dia seguinte, tal como prometido, o influenciador postou um novo vídeo em seu perfil no Instagram. Nele, o influenciador informa que o vídeo anterior se tratava de uma ação de marketing para divulgar a edição de *1984* em *audiobook* na plataforma Audible:

É óbvio que eu não vou me candidatar a coisa alguma. E eu espero, do fundo do coração, que vocês não tenham acreditado. O que eu queria era chamar a sua atenção. Tudo que eu falei naquele vídeo é oposto do que eu acredito. Foram falas autoritárias que eu fiz de propósito e, se você gostou, talvez você precise ler um pouco mais (Neto, 2025).

No segundo vídeo, Felipe Neto afirmou que fez suas falas inspiradas no livro *1984* e afirmou que um de seus principais objetivos é incentivar a leitura. Ele também negou qualquer intenção de lançar uma nova rede social para monitorar os usuários, o que, segundo ele, "já acontece". Em entrevista à Rádio CBN no dia 22 de maio, o influenciador distinguiu sátira de desinformação:

Existe uma diferença muito grande entre desinformar e satirizar. [...] quem está assistindo aquilo, confundir com uma notícia, a gente tem que começar a se preocupar um pouco com a interpretação. O grande problema aqui é porque o vídeo onde eu, entre aspas, anuncio a candidatura à presidência é inteiramente satirizado [...] Quando eu anuncio no dia seguinte a ação de marketing, também fica muito visível que estava tudo engatado (Simão, 2025).

Importante notar que a assessoria de imprensa de Felipe Neto foi procurada por alguns veículos e respondeu com ironia: "Em breve terá mais novidades e informações..... rsrs. Não posso falar nada, mas amanhã ao meio dia você saberá", informou a assessoria ao G1. Ainda assim, a maioria das organizações jornalísticas anunciaram a candidatura *fake* como fato. Para analisar o comportamento da imprensa diante do episódio, foram coletados 45 títulos de 36 veículos jornalísticos. O *corpus* foi obtido a partir de buscas na aba Notícias do Google, com as palavras-chave "Felipe Neto" e "presidência". Foram recolhidos os resultados referentes apenas ao dia 3 de abril – data da publicação do primeiro vídeo de Felipe Neto, em que anunciava sua candidatura *fake* à presidência – nas dez primeiras páginas dos resultados de busca.

A partir da coleta do material, os títulos foram classificados em duas categorias: títulos que reproduziram o anúncio *fake* e títulos que desconfiaram do anúncio *fake*, conforme a tabela 1. Como alguns veículos publicaram mais de uma notícia sobre o anúncio de Felipe Neto, seus títulos podem figurar nas duas colunas.

Tabela 1: Veículos jornalísticos e quantidade de títulos que reproduziram e/ou desconfiaram do anúncio *fake* de Felipe Neto

Veículo	Títulos que reproduziram candidatura <i>fake</i>	Títulos que desconfiaram de candidatura <i>fake</i>
Terra	3	2
Poder 360	1	2
O Tempo	2	
UOL	1	1
O Dia	1	1
CNN Brasil	1	
Congresso em foco	1	
GZH	1	
Veja	1	
G1		1
Valor		1
Jovem Pan	1	
Correio do Povo		1
Quem	1	
Correio Braziliense	1	
Notícias da TV		1
Brasil 247		1
Metrópoles	1	
Revista Oeste	1	
A Tarde	1	
Tribuna de Minas	1	
NSC Total		1
Vogue		1
Portal Uai	1	
Isto é	1	
Folha de Pernambuco		1
Revista Fórum		1
Diário do Centro do Mundo	1	
O Povo		1

SBT News	1	
Gazeta de São Paulo	1	
R7	1	
Rádio Itatiaia	1	
Agora RN	1	
Diário Gaúcho	1	
Info Money		1
Total	28	17

Fonte: elaboração da autora

Resultados

Embora os três maiores jornais do país estejam ausentes da tabela – *O Globo*, a *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo* – é possível inferir que ao menos *O Estado de S.Paulo* e a *Folha de S.Paulo* reproduziram o anúncio da candidatura *fake* como se fosse fato. No caso da *Folha*, o conteúdo foi removido, mas não os comentários dos leitores, que estão sob o título: “Felipe Neto diz que é pré-candidato à Presidência em 2026”. No caso de *O Estado de S.Paulo*, o jornal distribuiu a notícia via Estadão Conteúdo, sua agência de notícias. As notícias publicadas no *Gaúcha Zero Hora* e no *Diário Gaúcho*, cujos títulos reproduziram a falsa candidatura de Felipe Neto, têm como fonte o Estadão Conteúdo.

Dos 28 títulos que deram o *status* de notícia à sátira, 15 deles seguiram o mesmo modelo: “Felipe Neto anuncia pré-candidatura à presidência”. Eles foram publicados pelos seguintes veículos: CNN, Congresso em Foco, *Veja*, Jovem Pan, *Correio Braziliense*, *O Tempo*, Revista Oeste, *A Tarde*, *Tribuna de Minas*, Portal Uai, *Gaúcha Zero Hora*, SBT News, R7, Rádio Itatiaia e Agora RN. Outros 4 títulos reproduziram o anúncio e acrescentaram a informação de que a pré-candidatura do influenciador seria às eleições de 2026. Foram eles *O Tempo*, o Portal Uai, o Diário do Centro do Mundo e o SBT News. É digno de nota que Felipe Neto não fez qualquer menção ao ano de 2026 no vídeo que deu origem às notícias. Metrôpoles, Terra e *Gazeta de S.Paulo* utilizaram “candidatura”, dando um passo além da suposta pré-candidatura de Neto.

Gaúcha Zero Hora e R7 destacaram nos títulos, além da candidatura, o lançamento da suposta nova rede social do influenciador. Outros 6 títulos utilizaram “diz que” ou “afirma que” para comunicar o lançamento da pré-candidatura à presidência de Felipe Neto, como se a utilização dos verbos atribuindo a informação à fonte os isentasse da responsabilidade pela publicação. Foram eles: UOL, Poder 360, *Quem*, Terra, IstoÉ e Diário do Centro do Mundo.

Alguns veículos publicaram mais de uma notícia no dia 3 de abril em torno do episódio. O portal Terra liderou a lista, com 5 publicações, seguido do Poder 360, com 3 e de *O Tempo*, o UOL e *O Dia*, com 2 notícias cada. *O Tempo* chegou a repercutir a notícia com um cientista político avaliando as chances de Felipe Neto. O UOL, em uma de suas postagens, publicou um vídeo avaliando a notícia com dois comentaristas: Andreza Matais e Ricardo Kotscho. Matais pontuou que se o influenciador estava fazendo uma brincadeira “com algo tão sério” deveria esclarecer o quanto antes. Kotscho, embora tenha aberto a sua fala dizendo que não acreditava no anúncio, comentou que, “nos últimos tempos, qualquer um acha que pode ser candidato” e afirmou que o fato de alguém ter milhões de seguidores não significa que terá milhões de eleitores e chegou a citar o exemplo de Pablo Marçal, derrotada na campanha para a Prefeitura de São Paulo.

O Poder 360, em um primeiro momento, reproduziu o anúncio da candidatura *fake*. Mas postou outros dois conteúdos levantando suspeitas sobre o episódio. “Internautas expõem dúvidas sobre pré-candidatura de Felipe Neto” e “Felipe Neto faz ao menos 5 referências a 1984 em vídeo”. Além do Poder 360, o G1, o NSC total, a *Vogue* e *O Dia* se ancoraram na reação dos internautas ao lançarem dúvidas sobre a candidatura, revelando a importância da agenda invertida (Saperas, 2020) para o jornalismo. “Felipe Neto se lança pré-candidato à Presidência e fãs perguntam se anúncio é real” foi o título publicado pelo G1. “Felipe Neto anuncia candidatura à Presidência e intriga web”, divulgou o NSC total. “Felipe Neto confunde web ao anunciar candidatura à Presidência”, pontuou a *Vogue*. “Candidatura à presidência sugere pegadinha de Felipe Neto nas redes sociais”, afirmou *O Dia*.

Apenas cinco veículos destacaram as referências a 1984 ou a George Orwell no vídeo de Felipe Neto. Foram eles o *Valor*, o *Correio do Povo*, o Notícias da TV, o Poder 360 e o Info Money. “Em vídeo com referência a 1984, Felipe Neto diz estar lançando pré-candidatura à Presidência e nova rede social”, destacou o Valor. O *Correio do Povo* seguiu um caminho parecido: “Felipe Neto afirma que será candidato à Presidência em vídeo com referência ao livro 1984”. “Real ou *fake*? Felipe Neto lança pré-candidatura à Presidência com referência a Orwell”, sinalizou o Info Money. Entre os que citaram as referências à obra literária, o Notícias da TV foi o mais incisivo: “1984 e Big Brother: Felipe Neto dá dica que candidatura à presidência é balela”.

Entre os que cogitaram ou apontaram que o vídeo tratava-se de uma sátira estão o Brasil 247 e a Revista Fórum. “Felipe Neto diz que se lança a presidente, mas não se sabe se é sério ou deboche”, apontou o Brasil 247. Já a Revista Fórum, além de ter cravado que o vídeo era uma sátira, ridicularizou os bolsonaristas. “Deboche: Felipe Neto ‘lança’ pré-candidatura à Presidência e bolsonaristas acreditam”.

Considerações finais

Nem mesmo a imprensa tem escapado das armadilhas da desordem informacional. O episódio do anúncio da falsa candidatura de Felipe Neto à Presidência demonstra como o jornalismo ficou refém de uma ação de marketing do influenciador, tratando como fato o vídeo em que Neto anuncia uma suposta candidatura à Presidência da República. O evento confirma que sátiras podem ser mal interpretadas, contribuindo para ampliar o cenário de desinformação, conforme apontado por Wardle (2017).

Uma segunda observação diz respeito ao jornalismo declaratório, em que jornalistas reproduzem falas de fontes sem contestá-las. Uma primeira desconfiança em relação ao episódio poderia ter sido ao menos levantada: o fato de que Felipe Neto não é filiado a partido político. Tal observação foi apontada somente em um dos títulos do Terra: “Pré-candidato a Presidência? Felipe Neto nunca foi filiado a partido político”. Embora o veículo tenha sinalizado para a lacuna, publicou 3 outros títulos chancelando a falsa candidatura.

Por fim, foi observado que os internautas contribuíram para gerar desconfiança em alguns veículos, que destacaram a reação dos leitores em seus títulos. Se, por um lado, as plataformas contribuem para o espalhamento da desinformação, por outro permitem a participação dos usuários no processo de *gatekeeping*, contribuindo para a expansão do *agenda setting*, com a agenda invertida (Saperas, 2020).

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2020.

BARSOITI, A. As mentiras de Bolsonaro e o jornalismo declaratório: como a imprensa contribuiu para ampliar a desinformação sobre o meio ambiente. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 26, n. 01, p. 79–104, 2023. DOI: 10.29146/eco-ps.v26i01.28026. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28026. Acesso em: 19 jun. 2025.

CHAGAS, Luã José Vaz; CRUZ, Marcio Camilo da. Jornalismo declaratório e fontes oficiais. **Sur le Journalisme**, v.11, n.2, 2022, p. 108-123. Disponível em <<https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/view/494/460>>. Acesso em: 6 mar. 2023.

HARTMANN, C.; MENEZES CARVALHO, L. .; BIANCHINI PAVANELLO, A. Mimetização de elementos do jornalismo na circulação plataformizada de uma capa fake. **Mídia e Cotidiano**, v. 19, n. 2, p. 168-186, 11 jun. 2025.

MC COMBS, M. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

NETO, Felipe. Anúncio oficial. Rio de Janeiro, 3 abril 2025. Instagram: @felipeneto. Disponível em https://www.instagram.com/p/DH_1A2PxLfK/. Acesso em 22 jun. 2025.

OLIVEIRA, Israel Dias. *Jornalismo declaratório*. São Paulo: Casa Flutuante, 2018.

POLLACCHINNI, R.; BENETTI, M. Jornalismo declaratório e tipologia das declarações: asserções avaliativas, descritivas e prescritivas. **Mídia e Cotidiano**, v. 19, n. 2, p. 237-262, 11 jun. 2025.

SAPERAS, E. Novas direções na investigação sobre o agendamento – os processos de agendamento na era digital. In: CAMPONEZ, C; FERREIRA, G.B.; RODRIGUEZ-DIAZ, R. (Orgs.) *Estudos do agendamento: teoria, desenvolvimentos e desafios - 50 anos depois*. Covilhã: LabCom Books, 2020, p.171-208.

SIMÃO, Clara. Felipe Neto revela qual foi o maior erro da carreira e defende vídeo com sátira sobre candidatura à presidência. **CBN**, 22 maio 2025. Disponível em <https://cbn.globo.com/programas/estudio-cbn/entrevista/2025/05/22/felipe-neto-revela-qual-foi-o-maior-erro-da-carreira-e-defende-video-com-satira-sobre-candidatura-a-presidencia.ghhtml>. Acesso em 22 jun. 2025.

WARDLE, C. Fake News. It's Complicated. **First Draft News**, 16 fev. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>

WARDLE, Claire; DERA KHSHAN, Hossein. **Desordem informacional: para um quadro interdisciplinar de investigação e elaboração de políticas públicas**. Tradução de Edu Carvalho e Marco Aurélio Vannucchi. Strasbourg: Conselho da Europa, 2023. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/11609-desordem-informacional-para-um-quadro-interdisciplinar-de-investigacao-e-elaboracao-de-politicas-publicas.html>. Acesso em: 2 maio 2025.