

**É verdade ou *fake news*?**  
**Estratégias linguísticas de manipulação**  
**em textos que promovem a desinformação**

*Luiza Prevedel Pereira*  
*Juliano Desiderato Antonio*





## resumo

As *fake news* têm se revelado um grande problema do mundo moderno pelo fato de se espalharem muito rapidamente pela internet e influenciarem muitas pessoas em assuntos como política, economia, ciência e saúde. No período da pandemia de covid-19, foi possível observar como as *fake news* podem ser danosas para a sociedade, levando à descrença nas vacinas por parte de muitas pessoas e ao uso de medicamentos ineficazes como forma de automedicação pela população. Dessa forma, é importante investigar características linguísticas dos textos que promovem a desinformação para encontrar padrões ou pistas que possam levar a uma maior compreensão sobre como as *fake news* são construídas. Neste artigo, procuramos apresentar duas estratégias linguísticas utilizadas na construção de *fake news* com a finalidade de manipular as informações.

**Palavras-chave:** *fake news*; desinformação; estratégias de manipulação; modalidade epistêmica; evidencialidade.

## abstract

*Fake news have become a major problem in the modern world due to the fact that they are spread very quickly over the internet and influence many people in matters such as politics, economics, science and health. During the covid-19 pandemic, it was possible to observe how fake news can be harmful to society, leading to disbelief in vaccines on the part of many people and the use of ineffective medicines as a form of self-medication by the population. Thus, it is important to investigate linguistic characteristics of texts that promote disinformation to find patterns or clues that may lead to a greater understanding of how fake news are constructed. In this article, we try to present two linguistic strategies used in the construction of fake news in order to manipulate information.*

**Keywords:** *fake news; misinformation; manipulation strategies; epistemic modality; evidentiality.*

**N**os últimos anos, a confiança e a credibilidade de diversos veículos de comunicação vêm caindo consideravelmente por parte do público em geral. De acordo com Mick (2019), a taxa de confiança popular nos meios de comunicação dos brasileiros está em declínio desde 2009.

Um possível efeito dessa descrença popular é a migração da preferência da população por outras fontes de conteúdo, como redes sociais (Facebook e Instagram, por exemplo) e aplicativos de mensagens (como o WhatsApp), em uma tentativa de fugir dos meios de comunicação mais tradicionais; e é essa fuga que leva muitos a terem acesso a informações distorcidas, falsas ou incompletas.

As *fake news* são um grande problema do mundo moderno. Apesar de rumores, teorias da conspiração e boatos sempre terem existido, atualmente, com a internet, eles influenciam muitas pessoas em um panorama de assuntos, como política, economia, ciência e saúde, de forma muito rápida (Allcott & Gentzkow, 2017). A expressão *fake news* se tornou mais popular durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, em que diversos artigos favorecendo ou atacando Hillary Clinton ou Donald Trump eram compartilhados em massa (Alba-Juez & Mackenzie, 2019). No período da pandemia de covid-19, foi possível observar como as

---

**LUIZA PREVEDEL PEREIRA** é mestre em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá.

**JULIANO DESIDERATO ANTONIO** é professor do Departamento de Teorias Linguísticas e Literárias e do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá.

*fake news* podem ser danosas para a sociedade, levando muitas pessoas à descrença nas vacinas, à depreciação da instituição científica e ao uso de medicamentos ineficazes como forma de automedicação.

De acordo com Van Swol (2014), são três os principais motivos que levam alguns a acreditarem em quaisquer informações que leem: primeiramente, as pessoas apresentam o chamado *truth-bias*, que, segundo Pantazi, Kissine e Klein (2018), consiste na tendência de acreditar em uma informação seja ela verdade ou não; ou seja, elas assumem, em geral, que a informação recebida é verdadeira. Em segundo lugar, as pessoas tendem a receber como verdade ideias sobre assuntos de que elas não entendem por completo. Além disso, elas também têm a tendência de aceitar como verdade somente proposições compatíveis com a sua forma de pensar (Van Swol, 2014).

Dessa forma, é importante investigar características linguísticas dos textos que promovem a desinformação para encontrar padrões ou pistas que possam levar a uma maior compreensão sobre como as *fake news* são criadas, desenvolvidas e compartilhadas. Neste artigo, apresentamos duas estratégias linguísticas utilizadas na construção das *fake news* com a finalidade de manipular as informações. Isso será feito por meio da análise de exemplos retirados de uma amostragem com textos verdadeiros e textos que promovem a desinformação alinhados pelo tópico principal tratado na notícia.

## CONSIDERAÇÕES ACERCA DAS *FAKE NEWS*

Apesar de ser tão utilizada nos últimos anos, a expressão “*fake news*” não é de

simples definição. Alba-Juez e Mackenzie (2019) afirmam que, na maioria dos casos, as *fake news* não são totalmente falsas, mas versões distorcidas de algo que realmente aconteceu ou versões manipuladas de fatos verdadeiros. Muito além de uma “mentira” e por nem sempre serem completamente falsas, Alba-Juez e Mackenzie (2019) afirmam que as *fake news* são um subgênero caracterizado pela comunicação enganosa. Analisando a situação discursiva em que as *fake news* se inserem, os autores sugerem que “o leitor pode ou não suspeitar que o texto é falso, mas se estiver alinhado com a sua visão política, filosófica ou pessoal e o faz se sentir bem, ele vai aceitá-lo e sintonizar-se com ele [...], independentemente de sua veracidade” (Alba-Juez & Mackenzie, 2019, p. 23, tradução nossa<sup>1</sup>).

Apesar do fato de que as pessoas sempre inventaram histórias, compartilhando informações incompletas e falsas como boatos, Alba-Juez e Mackenzie (2019) afirmam que a razão pela qual as *fake news* são um problema muito mais grave é a grande velocidade com que elas se espalham pela internet e pelas redes sociais. Os autores observaram que as *fake news* são mais compartilhadas que as notícias verdadeiras nos meios digitais por serem mais impactantes ou chocantes, apelando para a “tendência humana de prestar mais atenção a eventos negativos sensacionalistas” (Alba-Juez & Mackenzie, 2019, p. 24, tradução nossa<sup>2</sup>).

---

1 “[...] the reader may or may not know or suspect that the news is fake, but if it aligns with her political/philosophical/personal views and makes her ‘feel good’, she will accept it and tune into it [...], regardless of its veracity.”

2 “[...] the human tendency to pay more attention to sensational negative events”.

Em uma análise do discurso jornalístico e de seus recursos linguísticos, Alba-Juez e Mackenzie (2019, p. 28) afirmam que a persuasão possui o lado positivo de construir credibilidade a partir de argumentos lógicos, esclarecendo questões a partir das emoções dos leitores. Esse recurso é frequentemente utilizado por jornalistas para dar confiabilidade para os seus textos. Entretanto, nas *fake news*, os autores apelam para as emoções dos leitores com a prática da manipulação, uma estratégia discursiva que caracteriza as *fake news*.

Maillat e Oswald (2011) apresentam duas estratégias retóricas para fins manipulativos; a primeira consiste em recorrer à “voz” de um suposto especialista para apresentar um argumento como indiscutível e a segunda em apresentar um argumento como verdadeiro porque “todos dizem isso”. Além dessas estratégias, os autores utilizam outros recursos discursivos, como apresentar os defeitos de uma pessoa ao invés de suas opiniões, escrever sobre fatos que compactuam com as suas crenças ideológicas etc.

Após uma análise sobre o impacto de informações falsas nas eleições presidenciais estadunidenses de 2016, Allcott e Gentzkow (2017, p. 212, tradução nossa<sup>3</sup>) conceituam *fake news* como “sinais distorcidos não correlacionados com a verdade”, ou seja, textos intencionalmente e comprovadamente falsos que podem enganar os seus leitores. Em seu artigo, os autores diferenciam as *fake news* de seus outros “primos”, como erros de reportagem não intencionais, rumores que não se originam de uma determi-

nada notícia, teorias da conspiração (que são originadas por pessoas que acreditam que elas sejam verdadeiras), sátiras (que normalmente não são interpretadas erroneamente como factuais, como o jornal *O Sensacionalista*, no Brasil) etc. (Allcott & Gentzkow, 2017, p. 214).

Esses “parentes” ancestrais das *fake news* não eram compartilhados apenas oralmente em rodas de conversas informais, mas também em jornais impressos. Um exemplo histórico é “O grande engodo da Lua”, uma série de artigos publicados no jornal *New York Sun*, em 1835, sobre a suposta descoberta de vida na Lua que fez com que as vendas do jornal aumentassem consideravelmente (Allcott & Gentzkow, 2017). Alguns meses após as publicações, o jornal admitiu que os artigos não eram verdadeiros. Identificamos outro exemplo mais recente no cenário brasileiro em 2013, em que um boato de grande repercussão, que chegou a pelo menos 12 estados brasileiros, afirmava que os pagamentos do benefício Bolsa Família seriam suspensos. Mesmo que o boato tenha sido desmentido pelo governo, mais de 113 agências da Caixa registraram problemas por conta do grande fluxo de pessoas (Neri, 2013).

Na atualidade, as *fake news* não podem ser definidas como apenas uma notícia ou informação falsa, já que, como afirmam Allcott e Gentzkow (2017), elas são informações distorcidas, completamente ou parcialmente falsas, propagadas com o objetivo de manipular; portanto, nem sempre as *fake news* se apresentam em formato de “notícia”, mas também em forma de vídeo, imagem com textos, comentários ou outros gêneros. Outro fator importante a ser considerado é que as *fake news* podem

---

3 “[...] *distorted signals uncorrelated with the truth*”.

ser formadas a partir de um fato verídico deslocado de seu contexto original, como uma reportagem antiga compartilhada como sendo atual, ou tendo suas informações apenas parcialmente apresentadas. Verificamos, durante a pandemia de covid-19, vídeos de especialistas afirmando que as pessoas não precisavam se isolar em casa ou que não precisavam utilizar máscaras; os vídeos eram reais, mas foram publicados no início da descoberta do vírus, em que os casos só eram encontrados na China. Compartilhar esses vídeos em um outro contexto da pandemia, em que essas medidas são recomendadas, é uma forma de difundir a desinformação.

Allcott e Gentzkow (2017) afirmam que as *fake news* são mais baratas de se produzir e fornecer do que notícias verdadeiras; entretanto, elas impõem custos privados e sociais, tornando difícil para os consumidores inferirem o verdadeiro estado do mundo. Com relação à produção de *fake news*, os autores afirmam que muitos *sites* que publicam *fake news* são criados inteiramente para esse fim; normalmente, os nomes desses *sites* são escolhidos para se assemelharem aos de organizações de notícias legítimas. Outros publicam uma mistura de notícias verdadeiras, notícias com viés partidário e *fake news*. É comum que esses *sites* fiquem pouco tempo disponíveis na internet, dificultando o processo de rastreamento da origem desses textos.

Entretanto, muitas *fake news* são compartilhadas em outros meios digitais, como as redes sociais. Allcott e Gentzkow (2017) sugerem três possíveis razões pelas quais as redes sociais podem ser especialmente propícias para a propagação de *fake news*. Em primeiro lugar, os custos para entrar

no mercado das redes sociais e para produzir conteúdo são pequenos; isso aumenta a lucratividade das estratégias de pequeno prazo que são comumente utilizadas por produtores de *fake news*, reduzindo a necessidade de construir uma reputação de qualidade a longo prazo. O segundo fator é que o formato específico de postagens em redes sociais dificulta o julgamento da veracidade de um texto, já que é compartilhado em pequenos espaços por conta do formato de visualização em aparelhos celulares. Por último, os autores afirmam que nas redes sociais as pessoas estão mais propensas a ler e compartilhar textos que estão alinhados com as suas posições ideológicas, já que as suas redes de amigos são compostas de indivíduos com opiniões semelhantes. Dessa forma, as pessoas estão menos propensas a receber evidências sobre o verdadeiro estado do mundo, que muitas vezes não está alinhado com as suas próprias crenças individuais. Sobre as possíveis motivações para a criação e compartilhamento de *fake news*, Allcott e Gentzkow (2017) afirmam que, caso os textos se tornem virais nas redes, eles podem gerar uma receita publicitária significativa quando os seus leitores clicam no site original da publicação. Além disso, muitos provedores de *fake news* procuram promover candidatos políticos de sua preferência, além de difamar seus concorrentes. Essas publicações podem ser feitas por vontade própria ou patrocinadas por terceiros.

## **SOBRE A AMOSTRA ANALISADA**

Para este trabalho, utilizamos uma amostragem composta de cem *fake news* selecio-

nadas da coletânea de 3.500 *fake news* e 3.500 notícias verdadeiras intitulada *Fake.Br Corpus*. A coletânea foi criada por pesquisadores do Núcleo Interinstitucional de Linguística Computacional (Nilc) e publicada em 2018 (Monteiro et al., 2018). As *fake news* foram coletadas de quatro *websites*: Diário do Brasil, A Folha do Brasil, The Jornal Brasil e Top Five TV (Monteiro et al., 2018). Já as notícias verdadeiras foram coletadas dos jornais *GI*, *Folha de S. Paulo* e *Estadão*. Tanto as *fake news* quanto as notícias verdadeiras foram coletadas e verificadas manualmente; além disso, os criadores do *corpus* buscaram as notícias verdadeiras a partir de palavras-chave mencionadas em cada *fake news*, ou seja, elas estão alinhadas pelo tópico principal do texto. De acordo com Monteiro et al. (2018, p. 4, tradução nossa<sup>4</sup>), esse alinhamento “é relevante tanto para os estudos linguísticos quanto para fins de aprendizado de máquina, já que instâncias positivas e negativas são importantes para validar padrões linguísticos e para o aprendizado automático, dependendo da abordagem adotada”.

Além do alinhamento, os pesquisadores levaram outros fatores em consideração para a seleção dos textos, como estar totalmente em formato de texto (sem vídeos ou imagens com textos), ter um tamanho similar em números de palavras, ter o *link* original das notícias verdadeiras e das *fake news* etc. Ambos os tipos de textos coletados foram publicados de janeiro de 2016 até

janeiro de 2018. A coletânea *Fake.Br Corpus* disponibiliza não apenas os textos das notícias e *fake news*, mas também os seus *links* e os metadados, como os autores, data de publicação, quantidade de comentários e visualizações, quando disponível.

Observamos que, no geral, as *fake news* apresentam um conteúdo opinativo, como o gênero textual comentário, em que os autores emitem um juízo de valor sobre os assuntos tratados. Quanto ao tamanho dos textos, as *fake news* têm uma média de 150 a 400 palavras.

## DUAS ESTRATÉGIAS DE MANIPULAÇÃO DAS INFORMAÇÕES UTILIZADAS NA CONSTRUÇÃO DE *FAKE NEWS*

A primeira estratégia da qual trataremos é o uso da modalidade epistêmica, que, segundo Neves (2011), se refere ao conhecimento e à crença. Essa modalidade demonstra “o conhecimento do falante sobre o mundo” (Neves, 2011, p. 160). De acordo com Dall’Aglio-Hattner (1996, p. 171), “a modalidade epistêmica se reveste de diferentes funções na situação de interação. Ao qualificar epistemicamente uma proposição, o falante não só a avalia como certa ou possível, mas também se posiciona com relação a essa avaliação”. Ao utilizar a modalidade epistêmica, o falante se revela como a origem da informação, fazendo um julgamento sobre a informação apresentada na predicação; a avaliação epistêmica é feita, portanto, com base no conjunto de crenças e conhecimentos que o falante possui (Dall’Aglio-Hattner, 1996). Apresentamos a seguir alguns exemplos de como

---

4 “[...] is relevant for both linguistic studies and machine learning purposes, as positive and negative instances are important for validating linguistic patterns and automatic learning, depending on the adopted approach”.

a modalidade epistêmica é utilizada na construção das *fake news*.

- 1) Ué, mas se a expulsão é algo tão bom para seu currículo, por que tanta choradeira, Kátia? *Sabemos* o motivo. Provavelmente Kátia não tem valor para o PT.
- 2) E *todos sabem* que pecuaristas e agriculturas são vítimas de terrorismo causado pelo MST, movimento sanguinário apoiado pelo PT.
- 3) Dono de uma insuperável rejeição entre os paulistas, Maluf batia todos os adversários no primeiro turno, mas “*era sabido de antemão*” que o candidato seria presa fácil na segunda etapa do pleito.

Nas ocorrências 1, 2 e 3, observamos o verbo “saber” em três usos distintos; nestes casos, o objetivo dos autores é mostrar que a proposição apresentada seria de conhecimento de uma parcela da população. Ao utilizar a modalidade epistêmica nessas sentenças, os autores incluem todas as pessoas de seus respectivos contextos como portadoras dessas informações, tratando as proposições apresentadas como fatos. Na ocorrência 1, por exemplo, a modalização epistêmica da sentença “Sabemos o motivo” justifica a sentença seguinte, “Provavelmente Kátia não tem valor para o PT”; neste caso, o autor da *fake news* utiliza o mecanismo da modalização epistêmica para difamar Kátia.

O mesmo acontece na sentença 2, quando o autor pontua que “todos sabem que pecuaristas e agriculturas são vítimas de terrorismo causado pelo MST”; o verbo epistêmico justifica o que é dito na sentença, já que o autor considera a proposição como uma verdade. O mecanismo modal

é utilizado também para injuriar o MST, que, na ocorrência, é acusado de fazer terrorismo. Na sentença 3, a proposição que o autor considera como “sabido de antemão” mostra justamente a sua visão sobre o acontecimento; para o autor, Maluf seria “presa fácil” nas eleições.

- 4) A comemoração de um ano da morte do genocida em Havana não teve muitas solenidades. Os grupos comunistas, sempre sádicos, fizeram homenagens a Fidel. Mas é claro que a maioria do povo comemora por dentro.

No exemplo 4, o autor demonstra considerar a proposição óbvia ou certa ao utilizar a construção “mas é claro que”, manifestando a sua opinião sobre a informação dada, “que a maioria do povo comemora por dentro”, ao falar das homenagens a Fidel Castro. Além disso, o seu uso está ligado com a pressuposição desengatilhada nas sentenças anteriores, em que o autor afirma que não houve muitas solenidades; o sentido proposto pelo autor da *fake news* é de concessividade, refutando com a conjunção “mas” com a assunção “é claro que”. Em uma *fake news*, essa certeza que o autor demonstra em seu texto é utilizada para convencer os leitores de que a proposição é verdadeira.

A segunda estratégia que abordaremos é a evidencialidade, categoria linguística responsável pela indicação da fonte da informação (Aikhenvald, 2004; Bybee, 1985). Para Aikhenvald, os marcadores evidenciais podem ser manipulados de maneiras intrincadas para espalhar mentiras: “Ou a fonte da informação pode estar correta e a informação falsa, ou o contrário. A

proficiência dos falantes em evidenciais é muitas vezes um símbolo de seu *status* dentro de uma comunidade e indica o quão bem eles conhecem as convenções existentes” (Aikhenvald, 2004, p. 5, tradução nossa<sup>5</sup>).

Vejamos alguns exemplos de como os autores de *fake news* utilizam a evidencialidade na construção de seus textos.

- 5) Do jeito que ele falou, *parece que* o suposto “medo de venda aos chineses” é pretexto para evitar a privatização.
- 6) *Ao que parece*, com a saída do PGR, Rodrigo Janot passou a fase em que havia motivação apenas para tentar prender senadores que fossem adversários do PT.
- 7) Agora o jornal carioca *O Dia* divulga que Temer decidiu demitir Luislinda e dar um fim ao seu problema. *Ao que parece*, o presidente ainda busca uma saída honrosa para Luislinda.

Nos exemplos 5, 6 e 7, o verbo “parecer” é utilizado para demonstrar a fonte do conhecimento. De acordo com Freitag (2003, p. 114), a construção “parece que” ou “ao que parece” é “uma marca de informação indireta/comum a duas ou mais pessoas”, como uma constatação que o falante faz a partir do que observa do “mundo” que se coloca à sua frente. Para a autora, essa construção é um marcador de opinião e de percepção. Dessa maneira,

---

5 “Either the information source may be correct, and the information false; or the other way round. Speakers’ proficiency in evidentials is often a token of their status within a community and indicates how well they know the existing conventions.”

as proposições são tratadas como verdadeiras por serem “comuns”, isentando o autor da *fake news* da responsabilidade do que está sendo dito.

- 8) *Kátia Abreu diz que* vai colocar sua expulsão em uma moldura, mas não para de reclamar.
- 9) *Alckmin diz que* por ele PSDB “desembarca”, mas não explica se utilizará o aparelho do filme MIB.
- 10) *Segundo Dilma*, a expulsão de Kátia “é um jogo de cartas marcadas [...]”.
- 11) *Para João Doria*, o deputado federal Jair Bolsonaro é o reflexo de Lula [...].

Nos exemplos 8, 9, 10 e 11, podemos observar a evidencialidade sendo usada pelos autores a partir de um nome de uma personalidade conhecida no contexto brasileiro; nesses exemplos, a fonte do conhecimento é a própria personalidade, que é usada para atestar o que está sendo dito com as construções “diz que”, “segundo [pessoa]”, “para [pessoa]”. Os autores das *fake news* utilizam os nomes de personalidades conhecidas para passar alguma credibilidade do que está sendo dito. Nos exemplos, observamos quatro políticos conhecidos no Brasil: a ex-ministra Kátia Abreu, o ex-governador Alckmin, a ex-presidente Dilma e o ex-governador João Doria.

- 12) Um texto de Jorge Gauthier, para o blog *Me Salte*, do jornal *Correio 24 Horas*, acha que o pessoal está reclamando demais [...].
- 13) [...] acrescentou, em entrevista ao jornalista José Luiz Datena, na *Rádio Bandeirantes*.
- 14) As informações são da *Veja*.

- 15) Agora o jornal carioca *O Dia* divulga que Temer decidiu demitir Luislinda e dar um fim ao seu problema.

Nos exemplos 12, 13, 14 e 15, observamos a evidencialidade a partir da referência a meios de comunicação, como revistas, jornais e rádios brasileiros de renome. A fonte de informação vinda de um meio que é utilizado socialmente para transmitir notícias também passa credibilidade e exige o autor da *fake news* de qualquer relação com o que está sendo informado no texto. Encontramos outras inúmeras ocorrências com o mesmo perfil; menções a instituições jornalísticas como evidenciais. Em 12, o autor menciona o jornal diário do estado da Bahia *Correio Vinte Quatro Horas*; em 13, a Rádio Bandeirantes, da cidade de São Paulo; em 14, a conhecida revista *Veja*; e em 15, o jornal *O Dia*, da cidade do Rio de Janeiro.

- 16) [...] diz o deputado em um vídeo no qual divulga o curso.  
17) Vídeo mostra que o Professor Marco Antonio Villa, comentarista da Jovem Pan, é um verdadeiro farsante.  
18) [...] antecipou o fim do grupo de trabalho da Polícia Federal em Curitiba num post publicado em sua página do Facebook [...].  
19) Diversas páginas do Facebook tentam construir a imagem de um candidato com coragem de dizer o que pensa [...].

Nos exemplos de 16 a 19, observamos a evidencialidade proveniente do meio digital. Em 16 e 17, vídeos são utilizados como evidenciais nas sentenças. Nos exemplos 18 e 19, a rede social Facebook é utilizada como a fonte da informação das proposi-

ções apresentadas pelos autores. Como já mencionamos anteriormente neste trabalho, as *fake news* podem ser compartilhadas em vários formatos, como vídeos, postagens em redes sociais etc.

- 20) Segundo fontes próximas ao prefeito João Doria, a maior tendência é a migração para o DEM.  
21) Fontes próximas a família comentam sobre possibilidade de envenenamento.

Nos exemplos 20 e 21, observa-se que a fonte do conhecimento provém de pessoas que não foram nomeadas no texto, mas que supostamente possuem alguma relação com a pessoa apresentada nas proposições. Em 20, a fonte da informação é apresentada como “fontes próximas ao prefeito João Doria”, e em 21, a marca da evidencialidade é a forma verbal “comentam”, e a fonte da informação pode ser observada em “fontes próximas a (sic) família”. Os autores das *fake news* demonstram considerar os evidenciais escolhidos suficientemente válidos para dar credibilidade para os seus textos.

- 22) Em uma série de estudos realizados em Vancouver, as benzodiazepinas têm sido associadas a taxas de mortalidade mais altas do que as drogas ilegais, como a heroína ou a cocaína.  
23) [...] os cientistas apresentaram evidências de uma série de estudos nacionais e internacionais que identificaram os riscos à saúde [...].  
24) Em pesquisa da Universidade de Nevada, nos Estados Unidos [...].  
25) Temos registros de alguns estudos um pouco mais antigos, mas pesquisas epi-

*demiológicas* com evidências populacionais [...].

- 26) *Pesquisa realizada pelo Instituto Vox Popular* foi divulgada nesta segunda-feira [...].

Nas ocorrências de 22 a 26, os autores utilizam os termos “pesquisas”, “cientista” e “estudos” e o nome de algumas universidades como a fonte da informação, em uma tentativa de relacionar as suas proposições com algum embasamento científico. Em 22, os autores mencionam “uma série de estudos realizados em Vancouver”; em 23, a forma verbal “apresentaram” é a marca evidencial – na ocorrência, os autores afirmam que os supostos cientistas encontraram evidências a partir de estudos nacionais e internacionais; no entanto, o autor da *fake news* não apresenta essas evidências em seu texto; em 24, o autor menciona pesquisas na “Universidade de Nevada, nos Estados Unidos”; em 25, o autor afirma que existem “pesquisas epidemiológicas com evidências populacionais”; e em 26, é citada uma suposta pesquisa do “Instituto Vox Popular”. Entretanto, os textos não mencionam ou não dão informações detalhadas sobre as supostas pesquisas ou sobre os supostos cientistas, deixando evidente que os termos estão sendo empregados com o objetivo de convencer o leitor do que está sendo dito.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procuramos mostrar como os autores de *fake news* utilizam de estratégias linguísticas para manipular informações. A modalidade é empregada como estratégia para convencer os leitores de que as proposições apresentadas são de conhecimento público e/ou notório, e quem não sabe deve assimilá-las como verdades para não ser uma pessoa desinformada. Além disso, é utilizada para manifestar as opiniões e certezas do autor.

No que diz respeito à evidencialidade, a maioria das *fake news* analisadas identifica uma fonte de informação que, no geral, é conhecida pela população, como jornais, revistas e rádios populares, e fala de políticos ou outras fontes. Entretanto, os fatos ou citações apresentados por essas fontes estavam muitas vezes incorretos ou parcialmente incorretos. Observamos que algumas *fake news* partem de fatos ou acontecimentos verdadeiros, mas foram manipuladas pela forma como o autor apresenta a informação. Identificamos também ocorrências em que os autores apenas mencionavam instituições científicas, personalidades conhecidas ou veículos de comunicação, sem necessariamente relacioná-los com as proposições apresentadas, funcionando apenas como uma estratégia de manipulação.

## REFERÊNCIAS

- AIKHENVALD, A. Y. *Evidentiality*. New York, Oxford University Press, 2004.
- ALBA-JUEZ, L.; MACKENZIE, L. "Emotion, lies, and 'bullshit' in journalistic discourse: the case of fake news". *Ibérica*, n. 38. Madri, 2019, pp. 17-50.
- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. "Social media and fake news in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, 2017, p. 211-36.
- BYBEE, J. *Morphology: a study of the relation between meaning and form*. Amsterdam, John Benjamins, 1985.
- DALL'AGLIO HATTNER, M. M. "Uma análise funcional da modalidade epistêmica". *Alfa: Revista de Linguística*, v. 40, 1996.
- FREITAG, R. M. "O papel da frequência de uso na gramaticalização de *acho* (que) e *parece* (que) marcadores de dúvida na fala de Florianópolis". *Veredas*, v. 7, n. 1 e n. 2, 2003, pp. 113-32.
- MAILLAT, D.; OSWALD, S. "Constraining context: A pragmatic account of cognitive manipulation", in C. Hart (ed.). *Critical discourse studies in context and cognition*. Amsterdam, John Benjamins, 2011, pp. 65- 80.
- MICK, J. "Profissionalismo e confiança: o curioso caso do país que acredita mais nos jornalistas do que na mídia". *Política & Sociedade*, v. 18, n. 43, Florianópolis, 2019.
- MONTEIRO, R. A. et al. "Contributions to the study of fake news in Portuguese: new corpus and automatic detection results". *Proceedings of the 13th international conference on the computational processing of Portuguese (PROPOR)*. Canela, September, 2018, pp. 324-34.
- NERI, F. "Boato sobre Bolsa Família chegou a ao menos 12 estados, diz ministério". *G1*. 19/mai./2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/05/ministra-descarta-possibilidade-desuspensao-do-bolsa-familia.html>. Acesso em: 10/jul./2022.
- NEVES, M. H. de M. *Texto e gramática*. São Paulo, Contexto, 2011.
- PANTAZI, M.; KISSINE, M.; KLEIN, O. "The power of the truth bias: false information affects memory and judgment even in the absence of distraction". *Social Cognition*, vol. 36, n. 2, 2018, pp. 167-98.
- VAN SWOL, L. "Truth bias", in T. Levine (ed.). *Encyclopedia of deception*. California, Sage Publications, 2014, pp. 904-6.