



UM ESTUDO COGNITIVO SOBRE A CATEGORIA *MENTIRA* E SUA REALIZAÇÃO POR MEIO DE *FAKE NEWS* RELATIVAS AO NOVO CORONAVÍRUS

A COGNITIVE STUDY ON THE CATEGORY *LIE* AND ITS
REALIZATION THROUGH *FAKE NEWS* RELATED TO THE
NEW CORONAVIRUS

Luiz Alexandre de Oliveira Freitas¹
Universidade Federal de Goiás

Leosmar Aparecido da Silva²
Universidade Federal de Goiás

Resumo: O presente artigo tem o objetivo de analisar, à luz dos estudos da Linguística Cognitiva sobre a mentira, *fake news* desmentidas por agências jornalísticas brasileiras. Para a pesquisa, selecionamos do *site* da Agência Lupa e do Uol Confere duas *fake news*, desmentidas por esses veículos jornalísticos. As *fake news* foram analisadas considerando-se as noções de prototipicidade, *frames*, *Gestalt* e compressão. Os resultados revelaram que as *fake news*, entendidas como manifestações verbais que simulam a estrutura jornalística, tendem a apresentar marcas de emoção e informalidade, bem como falsidade factual com relação ao conteúdo divulgado, com o propósito de enganar o interlocutor. Trabalhos dessa natureza contribuem para colocar em foco uma temática que vai ao encontro do contexto sanitário, social e político polarizado, vivido pelo Brasil no período de pandemia.

Palavras-Chave: Mentira; Fake news; Novo coronavírus; Cognição.

¹ Endereço eletrônico: luizalexandreufg@gmail.com

² Endereço eletrônico: silva515@ufg.br

Abstract: *This article aims to analyze fake news deemed by Brazilian journalistic agencies. The theoretical perspective is Cognitive Linguistics. We selected two fake news, deemed false by Agência Lupa and Uol Confere. These fake news were analyzed considering the notions of prototypicality, frames, Gestalt and compression. The results revealed that fake news, understood as verbal manifestations that simulate the journalistic structure, inserted in a context of polarized ideological clash, tend to present marks of emotion and informality, as well as factual falsehood regarding the disclosed content, with the purpose of deceiving the interlocutor. Works of this nature contribute to focus on a theme experienced by Brazil on a polarized political, social and sanitary context.*

Keywords: *Lie; Fake news; New coronavirus; Cognition.*

INTRODUÇÃO

Sabe-se que as capacidades comunicativas humanas não se limitam à transmissão de sinais codificados e que a linguagem abarca desde manifestações simples até as mais complexas interações humanas. Dada a gama de possibilidades potencialmente ilimitadas dos modos de interação humanos, o fenômeno da mentira surge como um importante tema de investigação da realidade linguística, que se atualiza de acordo com o contexto sócio-histórico em que se encontra. Assim sendo, é este fenômeno que se pretende explorar neste trabalho, em uma de suas manifestações específicas no campo midiático, no contexto de pandemia mundial: as *fake news*. O propósito é, então, estudar a noção de mentira e analisá-la em sua manifestação concreta nas *fake news*.

Do ponto de vista cognitivo, a mentira pode ser entendida como uma categoria conceitual estruturada por princípios cognitivos básicos, um modelo idealizado construído a partir da experiência do sujeito com o mundo. Nesse sentido, a partir de estudos como os de Coleman e Kay (1981), e depois em Biondo (1994), mentira se define a partir de um conjunto de parâmetros que organizam a categoria. É guiada por princípios de prototipicidade e gradiência, de modo que se revela ora mais próxima, ora mais afastada do centro prototípico.

Num contexto específico de debates fervorosos e de grande incerteza na esfera pública e institucional, como a presente situação de uma pandemia mundial de coronavírus, este trabalho justifica-se pela importância de

compreender-se a categoria *mentira* em seu atravessamento nas mídias brasileiras. Almeida e Santos (2020, p.58) corroboram essa justificativa ao afirmarem que “a propagação de opiniões sem fundamento científico e de *fake news* têm atingido resultados catastróficos, dificultando reter o avanço do novo vírus e da Covid-19”.

Isso ocorre, porque, segundo Mendonça (2013, p. 115), a mentira categoriza a realidade, veicula valor e, portanto, é estratégica. “Mente-se porque funciona, porque dá mais lucro, preserva a imagem, conserva o ‘status’”. A mentira e as *fake news* existem, ainda, porque deseja-se algo, porque, por meio delas, tem-se as informações necessárias para alcançar esse desejo. A dimensão linguística materializa a notícia falaciosa, utilizando-se de meios também estratégicos, seja em relação ao modo de argumentação, seja em relação à organização gramatical, seja na associação da narrativa mentirosa a um gênero do discurso, como a notícia, com o fim de dar-lhe credibilidade e suposta aproximação da noção de verdade.

É no entendimento cognitivo e social ligado aos fenômenos linguísticos que o presente trabalho busca aprofundar-se. Em uma realidade cultural como a brasileira, em que a mídia possui um papel de grande importância na produção e reprodução de ideologias e de conhecimentos de mundo (VAN DIJK, 2003) e constitui um campo comunicativo complexo, acredita-se que explorar os meandros da mentira nesse campo pode contribuir para a reflexão crítica sobre os interesses e relações de poder por trás de determinadas representações.

Para apresentar os resultados do estudo realizado, este artigo está dividido em três seções. Na primeira, discute-se o tratamento de mentira em dicionários de língua portuguesa e sua concepção como expressão sociocultural. Além disso, com base na perspectiva da Linguística Cognitiva (LC), apresentam-se, nessa seção, os conceitos de *frames*, prototipicidade e *Gestalt* e faz-se uma revisão de literatura, a partir de duas pesquisas empíricas sobre a mentira. Na

segunda seção, apresenta-se a metodologia utilizada neste artigo. Na terceira seção, analisam-se e discutem-se os resultados alcançados.

1 A MENTIRA E SUAS INTER-RELAÇÕES: ASPECTOS TEÓRICOS

Conforme o *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa* (CUNHA, 2010, p. 421), *mentir*, que significa “faltar com a verdade”, existe no português desde a origem dessa língua no século XIII. O verbo *mentir* veio do latim *mentire* (cláss. *mentíri*), cujo significado está relacionado a “imaginar”, “inventar”.

O dicionário *Aurélio online*³ assim registra a definição para o verbete *mentira*:

Ação ou efeito de mentir; engano, ludíbrio. Hábito, costume ou vício de mentir; falsidade. Afirmação que não condiz com a verdade nem com a realidade. Ideia equivocada; aspecto ou aparência que induz em erro. Aquilo que busca enganar, iludir; ilusão. [Popular] Manchinha branca na unha. [Culinária] Bolacha caseira e redonda feita com ovos, açúcar, com massa de pão de ló; mentirinha. [Culinária] Pastel vazio, sem recheio.

Como se vê, o dicionário Aurélio apresenta acepções importantes para o verbete *mentira* que destacam a sua faceta de informação falsa (*afirmação que não condiz com a verdade nem com a realidade*), a intencionalidade de *enganar, iludir* e a sua aparência de verdade *que induz ao erro*. Por ser uma prática recorrente, foi possível estender o seu sentido a outros domínios como o da culinária, em que é possível fazer uma bolacha e um pastel com o nome *mentira*, provavelmente, por ‘serem vazios’, sem recheio.

Sua produtividade nas práticas sociais pode ser comprovada também pela ampla gama de locuções e expressões em que *mentira* ocorre, tal como mostra Rocha e Rocha (2011, p. 586) em seu *Dicionário de locuções e expressões da língua portuguesa*: “detector de mentiras; mentira de grosso calibre; mentira de rabo e

³ Disponível em: <https://www.dicio.com.br/mentira/>. Acesso em: 26 jun. 2020.

cabeça; mentira descabelada; mentira deslavada (V. 'mentira descabelada'); mentira inocente; o pai da mentira" etc.

O registro nos dicionários ilustra como o conceito *mentira* firmou-se culturalmente ao longo do tempo e como materializou-se em expressões cotidianas, aparecendo como palavra comum no discurso popular e encabeçando expressões ou locuções. Tais registros revelam a categoria *mentira* como realidade sociocultural.

A ideia de que uma mentira é uma proposição falsa pode ser bem entendida a partir das máximas de Sweetser (1987)⁴, aqui parafraseadas, em seu estudo sobre a mentira no âmbito cultural:

I – Máxima da ajuda mútua: os sujeitos tendem a se ajudar a não se prejudicarem.

II – Máxima do conhecimento: mais conhecimento é útil.

III – Máxima combinada de (I) e (II): sujeitos tendem a compartilhar conhecimento que contribuam para ajuda mútua.

A mentira surge num conflito da realidade com as máximas da ajuda mútua e do conhecimento: o sujeito, ao compartilhar um conhecimento falso, prejudica, ao invés de ajudar, culminando num conceito negativo de mentira. A máxima III, em consequência, é prejudicada.

Como afirma Marcuschi (2007), a realidade não nos é apresentada como tal, como uma realidade objetiva diretamente analisável e representável por ela mesma, como defendem visões puramente representacionais da linguagem. A realidade é, ao invés, esquematizada pelos sujeitos que, em contato com seus corpos, com sua capacidade perceptual e com suas práticas culturais, com sua subjetividade, constroem essa realidade colaborativamente. A linguagem, nesse processo, segundo o autor, não é constituída de *objetos de mundo*, mas de *objetos de discurso*, já que a relação entre a palavra e a coisa é mediada pela cognição.

⁴ As máximas de Sweetser foram inspiradas em Grice (1975).

Linguagem e língua, então, são conceptualizações. Sendo a linguagem *objeto de discurso*, é possível fazer muito por meio dela, inclusive, mentir.

Assim, a mentira estabelece-se como uma categoria esquematizada cognitivamente, perpassada pela subjetividade dos sujeitos produtores/inventores de pensamento e de suposto conhecimento. Essa subjetividade pode revelar-se por meio da perspectiva de mundo desses sujeitos e por meio suas necessidades ocultas de esconder o que as sociedades estabeleceram consensualmente como verdade, mesmo com sua intrínseca relatividade. Dado o caráter cognitivo da mentira, é possível descrevê-la e problematizá-la com base em alguns importantes conceitos, tais como o de *frame*, protótipo, *Gestalt* e compressão.

Segundo Fillmore ([1982] 2009, p. 25), um *frame* pode ser conceituado como “um sistema de conceitos relacionados de tal modo que, para entender um conceito, é preciso entender toda a estrutura na qual se enquadram”⁵. Quando uma palavra é introduzida num texto, todos os conceitos a ela relacionados ficam disponibilizados automaticamente. Isso porque as experiências anteriores de interação são constitutivas do significado de uma palavra. A estrutura esquemática dos *frames* é contextual e preenchida semântica e pragmaticamente a cada diferente interação.

Utilizando a própria palavra *mentira* como exemplo, ao usarmos ou escutarmos tal palavra num determinado contexto comunicativo, não pensamos num significado isolado da palavra, mas num conjunto esquemático de significados ao qual associamos o item léxico. A palavra *mentira* pode nos remeter, por exemplo, a uma imagem mental (FAUCONNIER, 1985) de uma situação em que há um sujeito mentiroso, um sujeito enganado, a mentira propriamente dita, suas consequências etc. E também pode nos remeter a outros

⁵ Original inglês: “I have in mind any system of concepts related in such a way that to understand any one of them you have to understand the whole structure in which it fits”. (FILLMORE, 1982, p. 111)

itens lexicais, como *engano*, *manipulação*, *falsidade*, *desonestidade*, dentre outros, inclusive seu oposto, a *verdade*.

Todo esse esquema de relações acionadas a partir de um único termo é chamado *frame* e o significado do termo em si se constrói por esse esquema. Uma *fake news* que tenha como manchete *Coronavírus no ES: cartório registra primeira criança com nome “Alquingel”*⁶, por exemplo, mostra, por inferência, que o produto antisséptico *álcool em gel* integra, na atualidade, o *frame* de pandemia. Aplicando-se o raciocínio de Fillmore ([1982] 2009), para entender o conceito de *álcool em gel*, é preciso entender todo o contexto de pandemia vivido pelo mundo nos anos de 2020 e 2021. Isso mostra que os significados não são isolados na língua, mas inter-relacionados, e, portanto, são dados socioculturalmente.

A noção de *frame* é importante para o estudo das *fake news* porque a escolha de uma ou de outra palavra na manchete ou no corpo do texto direciona o raciocínio do leitor para um *frame* ou para outro, numa espécie de indução de significados pressupostos, com a finalidade de atingir os propósitos para os quais a mentira foi criada.

Como já foi dito, um *frame* é uma construção esquemática. Sendo esquemático, um *frame* toma como base o que o sujeito compreende como aspectos mais importantes associados ao conceito, que se pode chamar de *prototípicos*. Determinadas situações, nesse sentido, são tidas como *mais próximas de experiências ideais*, ou prototípicas, ao passo que determinadas situações são *mais afastadas desse ideal*, sendo, portanto, menos prototípicas. (COLEMAN; KAY, 1981; GEERAERTS, 2006).

Coleman e Kay (1981) definem três parâmetros para um esquema prototípico da categoria *mentira*, que, como vimos, é acionada por um *frame* numa situação específica de interação. São estes os parâmetros: a) falsidade da

⁶ Uma das *fake news* listadas por *Veja* por ocasião do dia da mentira em 2020 e noticiadas por *A gazeta*, disponível em: <https://www.agazeta.com.br/es/gv/no-dia-da-mentira-veja-lista-de-fake-news-sobre-o-coronavirus-0420>. Acesso em: 27 abr. 2020.

proposição; b) conhecimento do sujeito enunciador sobre a falsidade da proposição; c) intenção do sujeito enunciador de enganar o(s) outro(s) sujeito(s) com quem interage⁷.

Uma mentira exemplar, dentro da noção de prototipicidade como efeito da construção esquemática de um *frame*, corresponderia a uma experiência em que os três parâmetros estão presentes: o sujeito profere uma proposição falsa, sabe que a proposição é falsa e tem a pretensão de enganar. Uma mentira menos prototípica, afastada da centralidade esquemática de um *frame*, falharia em preencher um ou mais parâmetros, podendo ser vista como outro tipo de fenômeno, como *meia verdade*, ou o que se chama comumente de *mentira branca* (SWEETSER, 1987).

Pode-se pensar agora em exemplos, dadas duas situações hipotéticas: na primeira, o sujeito hipotético João afirma: *o Marcos morreu de infarto*. A realidade, porém, é a de que Marcos morreu de COVID-19. João sabe disso e quer enganar a pessoa com quem conversa para criar uma opinião distorcida sobre a morte de Marcos. Nesse caso, há preenchimento dos três parâmetros de Coleman e Kay (1981), de modo que se tem uma mentira prototípica. Na segunda situação, o sujeito hipotético Maria, ao passar um rápido olhar por uma notícia de jornal, diz para o sujeito hipotético Joana: *Na minha cidade, até hoje, morreram 57 pessoas de coronavírus*. O fato, porém, mostra que, até aquela data, foram 87 pessoas. Nesse caso, somente o primeiro parâmetro é preenchido, dado que Maria não tem consciência do erro e não pretende enganar Joana, culminando, portanto, numa mentira afastada do centro prototípico. A noção de protótipo da LC contribui, portanto, para a compreensão da mentira, ou, mais especificamente, das *fake news*, como fenômeno escalar, gradiente.

Coleman e Kay (1981) definem, também, uma rede hierárquica entre os três parâmetros, indo, do mais forte ao mais fraco: o parâmetro (b), passando pelo

⁷ Original inglês: “The prototypical lie, then, is characterized by (a) falsehood, which is (b) deliberate and (c) intended to deceive.” (COLEMAN; KAY, 1981, p. 28).

(c), chegando ao (a). Essa hierarquia é explicada em Sweetser (1987) por fatores culturais associados ao grau de importância conferido aos fatores informacionais e cooperativos. A cooperação intencional do sujeito numa dada interação é tida como uma máxima cultural, e o parâmetro (b) é, assim, o parâmetro de maior influência na determinação de algum evento tido como mentiroso.

A questão de importância dada a elementos específicos que constituem parte do *frame mentira* nos remete ainda a outra questão de ordem da interação, dada no conceito de *Gestalt*, e que pode influenciar o modo como um sujeito percebe ou deixa de perceber um ou mais parâmetros: a atenção topicalizada ou focalizada na construção de um enunciado.

Um sujeito, numa dada situação, pode elaborar seu enunciado de modo a ocultar algum aspecto: a sua intenção, o seu conhecimento sobre o que diz o enunciado ou uma falsidade inscrita no enunciado (com relação a algum valor de verdade determinado culturalmente). O interlocutor, desse modo, se vê inseguro quanto a categorizar um evento interacional como uma mentira ou como um engano sincero ou um efeito irônico. Alguém que, por exemplo, dê destaque maior à parte verdadeira de sua fala e coloque a parte falseável em segundo plano pode se justificar dizendo que falava de outro assunto e não do que é falso.

Pode-se pensar numa situação-exemplo: o sujeito hipotético João diz à sua namorada, Maria, que vai à padaria. No caminho para a padaria, João para num bar e permanece no local por meia hora, antes de efetivamente ir comprar pão e ir para casa. Ao ser abordado por Maria, que pretende tirar satisfações, João diz que fez o que disse que ia fazer e, que, portanto, não mentiu⁸. Aqui, tem-se, então, uma situação em que o sujeito se ancora numa omissão da situação total, mascarando uma potencial falsidade na materialidade sintática e semântica do enunciado inicial.

⁸ Exemplo inicialmente proposto em Biondo (1994).

O conceito de *Gestalt* também envolve as noções de *figura* (*foreground*) e de *fundo* (*background*). Ao categorizarmos, iluminamos certas propriedades dos objetos e dos eventos (*figura*), atenuamos ou escondemos outras (*fundo*), tal como explicam Lakoff e Johnson (2002).

Outro conceito importante para a análise dos dados é o de *compressão* conceptual, de Fauconnier e Turner (2002). Para os autores, no processo de mesclagem conceptual, ou seja, na junção de dois domínios diferentes para formar um só (como em *João é um cavalo*, em que se mesclam os domínios de humano e animal), emerge a compressão. Assim, a compressão diz respeito à integração de várias estruturas conceituais em uma única unidade conceptual, ou seja, todas as propriedades de *João* e todas as propriedades de *cavalo* são comprimidas na construção metafórica *João é um cavalo*.

As relações conceptuais, por exemplo, de espaço, tempo, causa-efeito, mudança e identidade que aparecem repetidamente na mesclagem, constituem compressão. Para Fauconnier e Turner (2002), a compressão maximiza as relações vitais que aparecem na mesclagem. Além disso, na compressão, um domínio particular pode ser tomado como todo o domínio.

Para além da LC, Van Dijk (2003), no âmbito da Análise Crítica do Discurso, apresenta importantes contribuições no que tange ao estudo de ideologias e como estas concretizam-se em atos discursivos. Dado que as *fake news* se manifestam como claramente ideológicas, torna-se necessário abordar o conceito de ideologia numa perspectiva que se aproxima, pelo menos em parte, da perspectiva da LC.

Para Van Dijk (2003), toda manifestação discursiva é ideológica na medida em que corresponde a um determinado conjunto de crenças e valores compartilhados por um grupo. Esse conjunto de crenças é manifestado em situações específicas por meio de atitudes e opiniões, que, se variam de membro a membro e ao longo do campo ideológico – flexível e não-rígido, como os demais fenômenos conceituais da cognição –, de um jeito ou de outro, conformam a esse

campo e servem à transmissão e reprodução do corpo de valores do grupo. Cada ato discursivo, em todos os seus níveis de manifestação linguística, transmite uma concepção ideológica profunda. A língua, portanto, é o material pelo qual se concretizam as atitudes e opiniões, e, por isso mesmo, as ideologias abstratas que conduzem o comportamento de indivíduos.

Pode-se observar tal manifestação ideológica no fenômeno de estratégia retórica denominado por Van Dijk (2003) como a separação em *Nós x Eles*. Discursos mais marcadamente ideológicos tendem a separar claramente os participantes em dois grandes grupos, um grupo no qual o sujeito se compreende como pertencente, junto dos demais sujeitos aos quais se relaciona ideologicamente, e o grupo dos sujeitos restantes, definidos como opostos ideologicamente.

A separação pode se manifestar no nível morfossintático do discurso, tendendo a posicionar o grupo *Nós* como sujeitos das orações, estando, portanto, em evidência. Também pode se manifestar no nível semântico, com a escolha nada fortuita de termos que valorizem o *Nós* em detrimento dos *Eles*, posicionando o grupo do sujeito discursivo como positivo e o grupo oposto como negativo. Ou, então, em relação aos papéis semânticos, estabelece-se o *Nós* com marcas agentivas em detrimento de um *Eles* paciente. A separação pode manifestar-se, ainda, no nível pragmático, pelo efeito já mencionado da saliência dos sujeitos do grupo *Nós*, em posições topicalizadas que conduzem à compreensão do texto pela perspectiva deste grupo.

É importante, ainda, apresentar trabalhos de pesquisa que investigaram o tema da *mentira* em perspectiva sociocultural e cognitiva. Seleccionamos dois importantes trabalhos. O primeiro é de 1994 e o outro realizado vinte anos depois, em 2014, e publicado em 2017, apesar de existirem outros como o de Matias et al. (2015), do campo da psicologia.

Biondo (1994), explorando a categoria *mentira* a partir dos parâmetros elaborados por Coleman e Kay (1981), verificou os efeitos prototípicos da mentira

na formação das categorias semânticas e contestou a visão clássica de categorização. Utilizando-se de questionários, solicitou que os participantes julgassem oito narrativas construídas como menos ou mais mentirosas. O autor dá grande enfoque às qualidades flexíveis das experiências, em que a mentira pode ser acionada como categoria e também à flexibilidade dos próprios parâmetros. Ele os define não como uma série de elementos discretos, mas elementos que são percebidos como mais ou menos ótimos pelos sujeitos envolvidos.

O sujeito em interação, de maneira geral, é observado com maior cuidado pelo autor, e, se a categoria é definida mental e cognitivamente em conformidade com Coleman e Kay (1981), os aspectos socioculturais do sujeito são postos em evidência na reestruturação sempre constante da categoria como um todo. O pesquisador demonstrou que fatores como gênero e profissão podem influenciar a organização interna da categoria *mentira*. Observa que, nas narrativas menos prototípicas, há uma certa variação no modo como participantes do gênero feminino registram suas opiniões sobre o grau de mentira em relação ao modo como participantes do gênero masculino registram suas opiniões sobre as mesmas histórias. Segundo o autor, os participantes parecem tender a projetar uma identificação pessoal nas histórias: um sujeito do gênero masculino classificaria mais facilmente como verdade uma das histórias protagonizadas por personagens homens em que há a presença de personagens mulheres; e o mesmo valeria para participantes mulheres.

Vinte anos depois do estudo inicial de Biondo (1994), um novo estudo proposto por Milan (2017) repetiu a metodologia do estudo original, abordando novas considerações e perguntas de pesquisa, tais como: o ato de fala de mentir e, por conseguinte, a categoria conceitual *mentira* sofreram mudanças substanciais na realidade brasileira nesses vinte anos de diferença entre as pesquisas?

Em relação à primeira pergunta, Milan (2017) conclui que houve mudança no julgamento dos participantes com relação aos graus de variação da categoria, ainda que o protótipo tenha se mantido intacto. No intervalo de duas décadas, a autora aponta que o efeito no interlocutor das narrativas julgadas como mentirosas é tratado diferentemente: na pesquisa de Biondo (1994), o engano do interlocutor é determinante para a categorização da proposição como *mentira*; já em Milan, o engano não é determinante, e os participantes da pesquisa percebem a mentira na narrativa independente disso.

Vê-se, portanto, que as pesquisas em torno do conceito de *mentira*, no Brasil, apresentam constatações produtivas nas quais novas pesquisas, como esta, podem se basear. Assim, pode-se afirmar que a mentira, tomada como um produto sociocultural e manifestado subjetivamente em diversas situações interacionais, depende do momento histórico em que os sujeitos envolvidos encontram-se, assim como pode depender de variáveis sociais, tais como a variável gênero.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tomando por base a categorização de Gil (2008), quanto à natureza, a pesquisa realizada foi aplicada, uma vez que analisou uma gama de material empírico coletado do campo jornalístico. Quanto aos objetivos, caracterizou-se como uma pesquisa descritiva e explicativa, já que mapeou as propriedades linguísticas e funcionais das *fake news* comentadas por *sites* especializados em desmenti-las, e analisou representações de mundo implícitas, bem como os efeitos provocados por elas nos interlocutores. Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa caracterizou-se por ser de levantamento e documental, dado que foram feitos levantamentos e análise de documentos que ainda não haviam recebido tratamento analítico. Quanto à abordagem, a pesquisa teve natureza

qualitativa, uma vez que foi produzida uma interpretação das múltiplas construções de realidade à luz de estudos teórico-científicos.

A pesquisa foi dividida em três momentos. No primeiro momento, foi feito um estudo teórico da literatura linguística sobre a conceituação de *mentira*, seus aspectos funcionais e composicionais e sua relação com as noções de protótipos semânticos, *frames*, *Gestalt* e compressão. Algumas considerações da Análise Crítica do Discurso de Van Dijk (2003) foram acrescentadas como referências adicionais para a abordagem, principalmente, da noção de ideologia, além da consulta em dicionários de língua portuguesa e etimológico.

No segundo momento, foi feita uma consulta a três *sites* diferentes: 1) *Agência Lupa*, organizado pelo jornal *Folha de São Paulo* (<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>); 2) *É isso mesmo?*, organizado pelo jornal *O Globo* (<https://blogs.oglobo.globo.com/eissomesmo/>); 3) *UOL confere*, organizado pelo portal UOL (<https://noticias.uol.com.br/confere/>). Esses veículos midiáticos foram escolhidos pelo fato de que são os que, em geral, são concebidos como ‘confiáveis’ e que, portanto, gozam de uma relativa credibilidade. Nesses *sites*, coletamos 60 *fake news* desmentidas em 2020 sobre política e saúde para constituir um *corpus*. Para as finalidades deste texto, selecionamos 2 notícias falsas relacionadas diretamente com o cenário da pandemia provocada pelo coronavírus.

No terceiro momento, foi feita a análise das *fake news* coletadas. Para isso, foram retomadas as noções de protótipo, *frame*, *Gestalt* e compressão da linguística cognitiva, e noções adjacentes complementares, exigidas pela natureza das *fake news*. As características estruturais e funcionais das *fake news* foram descritas e analisadas, bem como as representações de mundo implícitas nos textos e seus possíveis efeitos nas concepções ideológicas dos interlocutores das notícias.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Nesta seção, são analisadas duas *fake news* selecionadas para este artigo. A primeira delas apresenta-se na figura 1, a seguir:

Figura 1 - *Fake news* sobre suposto traficante morto por Covid-19



Fonte: Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/04/27/verificamos-traficante-globonews-covid-19/>. Acesso em: 19 mai. 2020.

Essa *fake news* foi desmentida pela *Agência Lupa*, que encontrou a reportagem original datada de 07 de fevereiro de 2019, sobre danos causados por tempestade no Rio de Janeiro. Segundo informações da Agência, a *fake news* circula em diversas redes sociais desde março de 2020. Marcada como urgente, consiste na composição de uma imagem digitalmente modificada de uma reportagem da *Globo News*, dos grupos Globo. A legenda da reportagem original era: *Decretado estágio de crise; 2 mortes confirmadas*. Tal legenda foi digitalmente modificada para: *Traficante armado com fuzil morre de Covid-19 após confronto com a polícia*.

O aspecto multimodal, que mescla imagem e texto escrito, não é uma característica secundária do conjunto linguístico da notícia, mas um aspecto definidor, já que comprime (FAUCONNIER; TURNER, 2002) em vários níveis seu sentido: a legenda da imagem, que tenta imitar, entre aspas, a frase modificada; a imagem da reportagem em si, um trecho estático de um vídeo, recortado de uma tela televisiva; as grandes setas vermelhas desenhadas pelo autor da *fake news* que apontam para a frase modificada, repetida logo abaixo; o enunciado, em primeira pessoa do singular na parte inferior da imagem: *Depois eu falo ninguém acredita!!*⁹

A falsidade é perceptível na frase modificada, construída de modo a gerar uma contradição entre o sujeito gramatical (*traficante armado de fuzil*) e os complementos circunstanciais que especificam o evento da morte do suposto traficante (*de Covid-19/após confronto com a polícia*). O aspecto contraditório se dá na especificação da morte do traficante em *morre de Covid-19 após um confronto com a polícia*, que carece de algum elemento causativo que relacione as duas circunstâncias (morte por COVID-19 e confronto).

O sujeito gramatical é salientado em suas características de *traficante e armado de fuzil*, postas como plano de frente (*foreground*) do enunciado, e que acionam *frames* (FILLMORE, 2009) específicos de criminalidade e do confronto armado. Em tais *frames*, o que se espera como notícia é que o sujeito *traficante armado* seja morto no confronto policial, e não de COVID-19. É nesse ponto em que a contradição se estabelece, intencionalmente.

O enunciado contraditório, elaborado pelo autor da mentira, dá a entender que o jornalismo da *Globo* hiperdimensiona as mortes por COVID-19, a ponto de que mortes causadas por outros motivos seriam associadas ao coronavírus e, no afã de atribuir a tal vírus todas as mortes, o jornalismo 'é surpreendido' em contradição.

⁹ No Português Brasileiro, a expressão *depois eu falo ninguém acredita* equivale a *depois, quando eu digo (isto) ninguém acredita*.

Considerando o contexto geopolítico brasileiro, o objetivo maior do produtor da *fake news* parece ser o descredibilizar a rede de TV, que tem se destacado em fazer denúncias sobre suposta omissão do governo em relação ao combate à COVID-19 no Brasil. É objetivo também do autor da *fake news* subestimar os dados da pandemia para criar uma ideia de estabilidade social. Dadas as características da *fake news* em análise, ela preenche os três parâmetros de Coleman e Kay (1981): há falsidade da proposição; há consciência da falsidade (uma vez que se trata de uma montagem, que implica deliberada manipulação de elementos significativos); há a intenção de enganar, por pretender conduzir no leitor uma determinada visão falsa acerca de veículos jornalísticos e suas práticas. Constitui, portanto, uma mentira prototípica.

A possibilidade de um absurdo lógico proposital é fortalecida pela legenda *Depois eu falo ninguém acredita!!*, sem manifestar explicitamente o que pretende-se dizer com isso. A significação surge a partir de uma representação que, segundo Van Dijk (2003), é ideológica e cognitiva. Ideológica, porque o enunciado está inserido num contexto de narrativas polarizadas. Cognitiva, porque movimenta o sistema de conhecimentos e crenças do interlocutor. Acionando *frames* e fazendo jogos gestálticos de figura e fundo, a pretensão é a de que o enunciado seja reinterpretado pelo interlocutor nos seguintes termos: *Depois eu falo [que as mortes por Covid-19 são forjadas] e ninguém acredita nisso*. O enunciado subentendido *Que as mortes por Covid-19 são forjadas* coloca em dúvida, então, a causa das mortes anunciadas como sendo por COVID-19.

O enunciado-síntese (*depois eu falo ninguém acredita*), com linguagem informal e tom apelativo, comprime a informação subentendida e o contexto sócio-histórico, atribuindo valor negativo ao trabalho da imprensa. A informalidade revela-se no uso de um período coordenado, sem conector aditivo ou uso de vírgula. O tom apelativo está comprimido em outro enunciado subentendido: *como estou mostrando as provas, você, interlocutor, precisa acreditar em mim*. O interlocutor que aceitar o que lhe é dito na *fake news* compreenderá toda

notícia de aferição de mortes por COVID-19 como falsa, a partir da representação comprimida oferecida pelo autor.

A segunda *fake news* trata da suposta criação intencional do coronavírus por parte do Partido Comunista Chinês. A figura 1, a seguir, reproduz o título da notícia e o veículo em que ela foi publicada:

Figura 2 - *Fake news* sobre a criação do coronavírus em laboratório.



Fonte: Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2020/03/30/coronavirus-nao-foi-criado-em-laboratorio-pelo-partido-comunista-da-china.htm>. Acesso em: 05 mar. 2021.

Esta *fake news*, diferente da anterior, foi publicada no portal jornalístico profissional *Agora Paraná* e foi assinada pelo jornalista governista Oswaldo Eustáquio no dia 28 de março de 2020. Atualmente, a notícia parece ter sido retirada do ar pelo jornal. Antes, porém, o texto aparecia no formato de notícia jornalística convencional, organizada na forma de texto entrecortado em parágrafos, com as divisões estruturais típicas de notícias (VAN DIJK, 2003).

O portal *Uol Confere* verificou, por meio de matéria assinada por Alex Tajra em 30 de março de 2020, a falsidade da notícia a partir de um estudo publicado pela revista *Nature Medicine* que comprova o surgimento natural do vírus, e também a partir de um pronunciamento da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), que nega a hipótese de que o vírus tenha sido criado em laboratório. A *fake news* toma como base um vídeo de um telejornal italiano republicado pelo ex-vice-premiê do país, Matteo Salvini, que afirma, com base num artigo da revista *Nature* em 2015, que pesquisas envolvendo agentes virais em morcegos desenvolvidas pela China seriam responsáveis pelo surto atual de coronavírus.

A notícia, publicada na seção *política* do jornal paranaense *Agora Paraná*, expressa o posicionamento do autor, que trata opinião como se fosse fato. Na manchete, *Coronavírus foi criado em laboratório ligado ao partido comunista da China em 2015, revela vídeo de TV italiana*, utiliza-se a voz passiva que topicaliza o sujeito gramatical *Coronavírus*, seguido da locução verbal *foi criado* sem nenhum operador modal que relativize a afirmação. Em seguida, tem-se o adjunto *em laboratório*, constituindo informação nova na matéria e elemento impactante por contrastar com o consenso do surgimento natural do vírus. Outra novidade da manchete é a especificação do laboratório: *ligado ao partido comunista da China*. O enunciador poderia optar por [...] *criado no Instituto de Virologia de Wuhan*, mas, em termos de *Gestalt*, dá-se relevo a um suposto aspecto político do laboratório, colocado como plano de frente. Isso contribui para a politização da pandemia, posta numa narrativa de guerra ideológica entre capitalistas x comunistas.

Além disso, há conexão causal implícita entre o coronavírus (evento negativo surgido no mundo) e o partido comunista, de modo a criar uma integração conceptual (FAUCONNIER; TURNER, 2002): o aspecto negativo do coronavírus é transportado para o partido. O resultado dessa integração é a compressão das duas entidades em uma única. Seguindo a lógica do texto, o Partido Comunista Chinês é transformado, assim, num inimigo mundial e responsável por milhões de mortes. Por fim, o enunciado *revela vídeo de TV italiana* funciona como um argumento de autoridade que reforça a credibilidade de todo o enunciado anterior, transferindo a responsabilidade do dito para a TV italiana, de modo que o autor da *fake news* ficaria supostamente isento da afirmação feita.

Logo após a manchete, há o olho da notícia:

(1) Um organismo modificado, inserindo uma proteína de Coronavírus através de uma molécula conhecida como SH C014 criou um super vírus, que de acordo com o laboratório da Academia de Ciências Chinesa, ligado ao partido comunista, o experimento serviria apenas para um estudo, conforme revela a reportagem da RAI realizada em 2015 e publicada nas redes sociais do senador italiano Matteo Salvini. (EUSTÁQUIO, 2020, s/p.)

No olho do texto, as informações sobre a modificação de um organismo, a inserção *de uma proteína de Coronavírus através de uma molécula conhecida como SH C014*, que supostamente *criou um super vírus*, funcionam como ativadores do *frame* de informação científica, colaborando superficialmente com o reforço de autoridade enquanto pretensão de credibilidade. Tais dados são utilizados com o propósito de aproximar o texto do protótipo de verdade, já que, no conhecimento de mundo do interlocutor, ciência e verdade mesclam-se e, portanto, a voz da ciência é a voz da verdade. Ainda no olho da notícia, assim como no título, aparece novamente a informação de que o *laboratório da Academia de Ciências Chinesa é ligado ao partido comunista*.

Na sequência, afirma-se no texto:

(2) O senador italiano Matteo Salvini causou grande polêmica em toda a Europa ao compartilhar em suas redes sociais um vídeo da RAI, uma das principais emissoras de televisão da Itália que *comprova* que o Coronavírus *foi criado* em um laboratório da Academia Chinesa de ciências, que *é ligado* ao Partido Comunista da China. (EUSTÁQUIO, 2020, s/p., destaque nosso).

Em (2), o autor do texto, Oswaldo Eustáquio, evidencia a RAI como a emissora responsável pela informação sobre a criação do vírus. Para isso, faz uso de um longo aposto, no qual utiliza as formas verbais *comprova*, *foi criado* e *é ligado*. Com isso, o autor conduz a interpretação do interlocutor para o *frame* da incontestabilidade acerca do que se afirma, na mesma medida em que descarta qualquer possibilidade de manifestação do contraditório. Além disso, a voz da RAI e a voz do autor do texto, estrategicamente, (con)fundem, misturam-se, comprimem-se a tal ponto que o leitor não sabe distinguir se a afirmação expressa como verdade incontestável é da emissora de TV italiana ou se é do autor do texto publicado no *Agora Paraná*. Ainda em (2), a oração explicativa *que é ligado ao Partido Comunista da China*, que integra o aposto, apresenta uma informação já contida no olho da notícia e no título. A reiteração de tal informação tem a função de fazer o leitor guardá-la na memória e “torná-la familiar e, inconscientemente, achamos que, por isso, deve ser verdade” (ABREU, no prelo). Contribui também

para tornar essa informação o plano de frente ou figura da notícia, em termos de *Gestalt*.

O texto prossegue:

(3) O senador pediu para que o governo italiano abrisse uma investigação sobre o caso, mas *foi abafado* pela esquerda e pela imprensa que prontamente “*achou*” um estudo *mirabolante* que diz que o vírus não sofreu alterações laboratoriais. (EUSTÁQUIO, 2020, s/p., destaque nosso).

Em (3), ao utilizar a forma verbal *foi abafado*, o autor sugere que a *esquerda* e a *imprensa* constituem obstáculos às investigações acerca da criação do vírus. Além disso, as aspas em *achou* indicam a desconfiança do produtor do texto em relação à resposta da esquerda e da imprensa à hipótese da criação artificial do vírus. As aspas conduzem o interlocutor a se questionar sobre seu significado, e *achou* acaba sendo conduzido a *inventou*, condução deduzida pela posição ideológica geral do autor ao longo do texto. O estudo é caracterizado como *mirabolante*. Tal adjetivação, além de desqualificar a veracidade das informações da imprensa italiana, ativa o *frame* relacionado à noção de irrealidade, fantasia, imaginação, corroborando com a sugestão implícita de invenção do estudo por parte dos sujeitos *esquerda* e *imprensa*.

O termo *abafado*, a menção à esquerda, o uso das aspas e do adjetivo *mirabolante* constituem importantes elementos linguísticos reveladores do ponto de vista do autor do texto sobre o tema tratado. A escolha de determinadas palavras, e não outras, constrói uma representação ideológica que dialoga com a estratégia *Nós x Eles*, proposta por Van Dijk (2003). Como já dito, a estratégia manifesta-se linguisticamente pela topicalização do sujeito que incorpora o grupo *Nós*, qualificado positivamente (como indica o trecho *O senador pediu para que o governo italiano abrisse uma investigação sobre o caso, mas foi abafado pela esquerda e pela imprensa que “achou” um estudo mirabolante [...]*), em relação ao *Eles*, qualificado negativamente por meio do uso das aspas em *achou* e pelo uso de *mirabolante*, adjetivo qualificador avaliativo e, portanto, subjetivo. O autor pretende construir uma visão propagandística do *Nós* numa construção

ideológica *Nós x Eles* mais do que pretende informar. O *Nós* conforma-se com os que compartilham da hipótese de uma criação artificial do vírus, e o *Eles* com a esquerda e a imprensa, maiores agentes da hipótese contrária de surgimento natural.

O aspecto que caracterizaria tal texto como uma *fake news* são as estratégias linguístico-discursivas utilizadas para fazer uma opinião parecer um fato, contrariando o requerido pela prática jornalística. A parcialidade indicativa de falsidade da notícia é posta com maior clareza em (4), a seguir:

(4) *Causa estranheza* [que a imprensa falseou a notícia publicada por Salvini], porque para classificar de fake news o caso, conseguiram em menos de 24 horas um estudo, mas a vacina a mesma imprensa disse demorar 18 meses. (EUSTÁQUIO, 2020, s/p., destaque nosso)

Em (4), os itens léxicos *causa estranheza* colocam as ações da imprensa italiana em suspeição. Ainda em (4), há uma correlação proposta pelo autor entre o falseamento da fala do senador (*porque para classificar de fake news o caso, conseguiram em menos de 24 horas um estudo*) e a busca por uma vacina contra o vírus (*mas a vacina a mesma imprensa disse demorar 18 meses*). Essa correlação constitui *objeto de discurso*, uma criação do produtor do texto, porque o autor coloca em relevo a distância temporal (*24 horas x 18 meses*) e secundariza os elementos da correlação (*estudo x vacina*), que não poderiam estar associados, já que a previsão de produção da vacina não é feita pela imprensa. A distância temporal seria, então, a figura e os elementos da correlação, o fundo.

O texto acusa a China, ou, mais especificamente, o Partido Comunista Chinês como o agente responsável e intencional por trás da criação e disseminação do vírus, ao lado da imprensa que serve de obstáculo para as investigações. Há, desse modo, o fenômeno da compressão das representações acerca da China e da imprensa, como sujeitos cuja única função é atuar contra o mundo ocidental, construído como paciente das ações maliciosas dos agentes. Utilizando-se da conotação já negativa que o termo *comunismo* ativa nas conceptualizações de uma parcela dos cidadãos do mundo, a *fake news* reforça

mais ainda essa conceptualização, com o diferencial de que procura transformar uma convicção ideológica em fato. Reatualiza, assim, por compressão, a noção reduzida – e ideologicamente motivada – de *comunismo* enquanto posição política que atua por mecanismos espúrios.

Conforme os parâmetros de Coleman e Kay (1981), a *fake news* em análise transmite algo factualmente falso. Dado o que se entende em Alves e Maciel (2019) sobre o papel das *fake news* num confronto ideológico polarizado, pode-se inferir que o terceiro parâmetro, o que trata da intenção de enganar o sujeito interlocutor, também está presente na *fake news*, posto que o texto busca conduzir no leitor uma representação ideológica específica. Não é possível dizer se o parâmetro de conhecimento do enunciador acerca da falsidade é preenchido, porque emerge da própria subjetividade do sujeito; Eustáquio, apesar de produzir e reproduzir falsidades factuais, poderia crer no que afirma, o que impossibilita a aferição objetiva acerca de seus conhecimentos. Isso nos impede, portanto, de afirmar que tal notícia é protótipo de uma mentira. Mesmo que o enunciador possa não saber que se trata de uma informação falsa, ele busca, de forma estratégica, causar uma transformação de valores ideológicos no leitor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho, apresentaram-se os resultados de um estudo sobre o fenômeno *fake news*, que nos últimos anos vem ganhando destaque na comunicação social, no campo político-eleitoral, na ciência. Pelo advento da internet e das redes sociais como *WhatsApp* e *Facebook*, notícias mentirosas reproduzem-se em larga escala. As *fake news*, como uma especificação da categoria *mentira*, constituem, portanto, uma categoria radial¹⁰, que se irradia a partir da mentira e busca solidificar seu valor de verdade pela autoridade social

¹⁰ Adaptamos aqui, para as *fake News*, a consideração de Lakoff (1987) de que a *mentira* é uma categoria radial.

e cultural da imprensa. Ela arrisca a confiabilidade de notícias jornalísticas reais e põe em risco a aferição objetiva dos fatos, comprometendo o debate sociopolítico e a seriedade de questões importantes. Daí, então, a importância de se discutir cientificamente o tema.

Partiu-se dos conceitos de *frames* (FILLMORE, 2009), protótipos (COLEMAN; KAY, 1981), *Gestalt* (LAKOFF; JOHNSON, 2002), compressão (FAUCONNIER; TURNER, 2002) e alguns conceitos de Van Dijk (2003) para analisar duas *fake news* neste artigo. Em termos de resultados, a análise das duas *fake news* apresentadas neste trabalho mostra que elas tendem a: i) utilizar linguagem apelativa e enfática e, por vezes, informal, com o propósito de criar aproximação de sujeitos que se identificam ideologicamente com o autor; ii) apresentarem-se numa configuração multimodal entre texto e imagem; iii) ter conotação emocional forte; iv) acompanhar pouca ou nenhuma fonte para aferir sua confiabilidade, deixando a critério do leitor a crença ou não no que se diz; v) posicionarem-se marcadamente num direcionamento ideológico específico em um contexto de polarização dos debates políticos, funcionando como ferramenta de ataque a ideologias contrárias ou divergentes; vi) colocar como *figura (foreground)* uma informação (em geral, falsa) alinhada ao posicionamento ideológico de seu produtor em detrimento de um *fundo (background)*, que pode ser a expressão da verdade; vii) manifestar-se em graus, ora constituindo o protótipo de uma mentira e atendendo os três parâmetros de Coleman e Kay (1981) ora apenas aproximando-se do protótipo e atendendo um ou dois parâmetros; viii) mesclar diferentes conteúdos informacionais, realizando, por compressão, uma síntese do posicionamento ideológico que se intenta transformá-lo em fato; ix) acionar determinados campos de conhecimento partilhado ou *frames* com o propósito de induzir o pensamento do interlocutor para determinada interpretação, e não outra.

Não se pretende, com isso, esgotar tudo o que se pode observar nas diversas manifestações do fenômeno *fake news*. Como todo fenômeno linguístico

vivo (e, por isso mesmo, social), a análise ajusta-se necessariamente ao momento presente de existência atual do fenômeno. Por isso, precisa ser aberta a possíveis desdobramentos e correções futuras.

REFERÊNCIAS

ABREU, A. S. *Figuras de construção e imagens: aspectos cognitivos e funcionalidade retórica*. No prelo.

EUSTÁQUIO, O. Coronavírus foi criado em laboratório ligado ao partido comunista da China em 2015, revela vídeo de TV italiana. *Agora Paraná*. Notícias. 28 de março de 2020.

AGÊNCIA LUPA. *Folha de S. Paulo*. #Verificamos: É falso que morte de traficante foi noticiada pela GloboNews como Covid-19 Por Plínio Lopes. 27 de abril de 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em: 19 fev. 2021.

ALMEIDA, A. A. D.; SANTOS, E. S. dos. Ciência, opinião e *fake News* em tempos de coronavírus: conceptualizações em memes sob a abordagem da linguística cognitiva. *Pensares em Revista*, São Gonçalo-RJ, n. 19, p. 56-76, 2020.

ALVES, M. A. S.; MACIEL, E. R. H. O fenômeno das fake News: definição, combate e contexto. *Internet&sociedade*, v. 1, n. 1, p. 144-171, 2019.

BIONDO, D. *A semântica da palavra Mentira e o seu protótipo cognitivo: Novas evidências empíricas*. 1994. 99f. Dissertação (Mestrado em Letras: Linguística de Língua Portuguesa) Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

COLEMAN, L.; KAY, P. Prototype semantics: the english word *lie*. *Language*, v. 57, n. 1. p. 26-44, 1981.

CUNHA, A. G. da. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. 4 ed. revista e atualizada. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

É ISSO MESMO. *O Globo*. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/eissomesmo/>. Acesso em: 19 fev. 2021.

FAUCONNIER, G. *Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language*. Cambridge, MA: MIT Press, 1985.

FAUCONNIER, G.; TURNER, M. *The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York, USA: basic book, 2002.

FILLMORE, C. Semântica de frames. *Cadernos de tradução*. Tradução por Galeno Fae da Silva. Ver. da Tradução por Danilo Nogueira Marra. Rev. Téc. Rove Chrisman. Instituto de Letras UFRGS. n. 25. p. 25-54. Jul/dez, 2009.

GEERAERTS, D. Prospects and problems of prototype theory. In: GEERAERTS, D.; DIRVEN, R.; TAYLOR, J. R. *Cognitive Linguistics Research: basic readings*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2006.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

-
- GRICE, P. Logic and conversation. In: COLE, P.; MORGAN, J.L. (Ed.). *Syntax and semantics*. New York: Academic Press, 1975. p. 41-59.
- LAKOFF, G. *Women, fire, and dangerous things: what categories reveal about the mind*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987.
- LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metáforas da vida cotidiana*. Coord. e trad. de Maria Sophia Zanotto. São Paulo: Mercado das Letras, 2002.
- MARCUSCHI, L. A. *Cognição, linguagem e práticas interacionais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.
- MATIAS, D. W. de S.; LEIME, J. L.; BEZERRA, C. W. A. G.; TORRO-ALVES, N. Mentira: Aspectos Sociais e Neurobiológicos. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. Brasília-DF, v. 31, n. 3, p. 397-401, jul./set. 2015.
- MENDONÇA, M. de O. L. C. *A mentira sob o ponto de vista da linguagem: um estudo, uma análise*. 2013. 190f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- MILAN, P. A compreensão do ato de fala de mentir pode mudar em duas décadas? E conforme gênero, escolaridade e idade? *Working Papers em Linguística*, Florianópolis. v. 18, n. 1, p. 157-177, set. 2017.
- ROCHA, C. A. de M.; ROCHA, C. E. P. de M. *Dicionário de locuções e expressões da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexikon, 2011.
- SWEETSER, E. E. The definition of "lie": an examination of the folk models underlying a semantic prototype. In: HOLLAND, D.; QUINN, N. (Eds.). *Cultural models in language and thought*. New York: Cambridge University Press, p. 43-66. 1987.
- UOL CONFERE. Notícias. Por Alex Tajra em 30 de março de 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/>. Acesso em: 19 fev. 2021.
- VAN DIJK, T. A. *Ideology and Discourse: a multidisciplinary introduction*. Barcelona: Pompeu Fabra University, 2003.

Nota do editor:

Artigo submetido para avaliação em: 14 de novembro de 2020.

Aprovado em sistema duplo cego em: 11 de fevereiro de 2021.