

Paradigma associado ao estudo da ilusão de verdade

Rita Silva
Pedro Figueira
Teresa Garcia-Marques
ISPA – Instituto Universitário

Resumo

Neste artigo apresentamos o paradigma subjacente ao efeito de ilusão de verdade – o fenómeno que demonstra que afirmações familiares são julgadas como mais verdadeiras do que afirmações novas. O paradigma base é aqui descrito em detalhe, sendo também descritas as principais variáveis moderadoras do efeito e as principais teorias que tentam explicá-lo.

Palavras-chave: Familiaridade, Fluência, Ilusão de verdade, Repetição.

Abstract

In this paper we present the paradigm that underlies the illusion of truth effect – the phenomenon showing that familiar statements are judged as truer than new ones. The basic paradigm is described in detail, as well as the main moderator variables of the effect and the main theories that attempt to explain it.

Key-words: Familiarity, Fluency, Illusion of truth, Repetition.

“There’s nothing so absurd that if you repeat it often enough, people will believe it”.

William James (1842-1910)

O efeito de ilusão de verdade ficou conhecido e definido como tal após um estudo de Hasher, Goldstein e Topino (1977), que demonstrou que afirmações repetidas são consideradas mais verdadeiras do que afirmações apresentadas uma única vez (e isto independentemente das frases serem objectivamente verdadeiras ou falsas). Em 1979, Bacon (o heterónimo de um grupo de investigadores encabeçado por Ian Begg) publica um artigo que avança as primeiras explicações teóricas para o efeito, estabelecendo-o definitivamente na literatura.

Nota do autor: Este trabalho foi realizado como parte dos trabalhos do projecto PTDC/PSI-PCO/121916/2010 financiado pela FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia e dos trabalhos de doutoramento da primeira autora financiados pela mesma instituição (SFRH/BD/39153/2007).

A correspondência relativa a este artigo deverá ser enviada para: Teresa Garcia-Marques, UIPCDE – Unidade de Investigação em Psicologia Cognitiva, do Desenvolvimento e da Educação, ISPA – Instituto Universitário, Rua Jardim do Tabaco, 34, 1149-041 Lisboa; E-mail: gmarques@ispa.pt

O estabelecimento do efeito: Os estudos originais

O estudo pioneiro de Hasher et al. (1977) introduziu as bases do paradigma experimental associado ao efeito de ilusão de verdade. Neste estudo, em três ocasiões diferentes com um intervalo de 2 semanas entre cada, foi apresentado aos participantes um conjunto de 60 afirmações plausíveis mas provavelmente não familiares e desconhecidas quanto ao seu estatuto de verdade. A tarefa dos participantes era ouvir cada uma das frases e avaliar o quão verdadeiras eram numa escala de 7 pontos. 20 das afirmações foram aleatoriamente escolhidas para serem apresentadas em todas as três ocasiões, em conjunto com outras 40 afirmações sempre novas. Os resultados transpareceram o efeito de ilusão de verdade na medida em que as afirmações repetidas tenderam a ser percebidas como mais verdadeiras após cada repetição, assim como as afirmações repetidas foram sistematicamente consideradas mais verdadeiras que as novas. Os autores concluíram que a frequência de ocorrência é um critério para inferir a validade de afirmações plausíveis.

Os estudos do grupo Bacon (1979) procuraram explicar as bases cognitivas para a ocorrência deste efeito, e acabaram por definir as características mais determinantes do paradigma experimental associado ao efeito de ilusão de verdade. Nestes estudos foi pedido aos participantes que para além dos julgamentos de verdade indicassem também se consideravam que as afirmações eram repetidas de uma fase anterior ou se eram novas. Os resultados demonstraram que as afirmações consideradas repetidas foram também julgadas como mais verdadeiras do que as afirmações consideradas novas (independentemente de serem repetidas ou não), salientando deste modo a relevância da familiaridade subjectiva (em detrimento da objectiva) como um factor relevante para a ocorrência da ilusão de verdade.

A definição do paradigma

Ao longo dos anos diferentes estudos têm focado o efeito de ilusão de verdade. Os seus procedimentos e delineamentos têm uma rotina que definimos aqui como o paradigma experimental do efeito de ilusão de verdade.

Participantes

De acordo com a metanálise de Dechêne, Stahl, Hansen e Wänke (2010), o efeito da ilusão de verdade apresenta uma magnitude moderada, com os intervalos de confiança do indicador da magnitude de efeito d a variarem entre $d=.32$ e $d=.59$. A dimensão da amostra do grupo de 51 estudos que foi analisado nesta metanálise apresentou uma média de $M=46,78$ ($D.P.=25,59$) e uma mediana de $m=40$. Os efeitos são claramente detectados com amostras de 20 participantes.

A variável independente: A repetição

A repetição das afirmações é a variável independente por excelência do paradigma. Esta variável é manipulada intra-sujeitos, sendo o mais comum a comparação entre apenas duas classes de estímulos: as afirmações novas e as previamente apresentadas.

Medida(s) dependente(s)

A medida original usada por Hasher e colegas (1977) foi uma escala ímpar de 7 pontos na qual os participantes assinalavam o seu grau de certeza quanto à veracidade/falsidade das afirmações

(1-Definitivamente falso; 2-Provavelmente falso; 3-Possivelmente falso; 4-Incerto; 5-Possivelmente verdadeiro; 6-Provavelmente verdadeiro; e 7-Definitivamente verdadeiro). Bacon (1979) fez uso da mesma escala mas de forma invertida (i.e., 1-Definitivamente verdadeiro e 7-Definitivamente falso). Outros estudos (e.g., Parks & Toth, 2006) têm apresentado escalas de verdade pares de 6 ou 4 pontos (nas quais valores mais elevados representam itens avaliados como mais verdadeiros), e outros ainda (e.g., Unkelbach, 2007) têm usado medidas dicotômicas, nas quais os participantes têm de decidir se consideram cada estímulo verdadeiro ou falso.

Materiais

A maioria dos estudos utiliza como material afirmações que têm uma versão verdadeira e uma versão falsa e que em pré-teste se demonstra serem avaliadas pela população de participantes como tendo igual probabilidade de ser verdadeiras em qualquer uma dessas duas versões. Designam-se estas de “afirmações neutras”. A necessidade de ter este tipo de estímulos ambíguos quanto ao seu estatuto de verdade está relacionado com o facto de que quando os participantes têm conhecimento factual sobre as afirmações, então irão responder com base nesse conhecimento, tornando-se imunes aos efeitos da repetição sobre as suas respostas (Dechêne et al., 2010).

Procedimento

Fase de exposição prévia. Esta é a fase em que se procede à primeira apresentação dos estímulos que mais tarde os participantes irão avaliar relativamente ao seu grau de verdade. As razões que são dadas aos participantes para justificar esta apresentação prévia das afirmações variam na literatura: em alguns estudos não é apresentada nenhuma justificação específica e pede-se apenas aos participantes que leiam um conjunto de afirmações (e.g., Unkelbach, 2007, exp. 3); outros pedem avaliações do grau de interesse das frases (e.g., Begg, Anas, & Farinacci, 1992, exp. 2); ou julgamentos de compreensibilidade (e.g., Hawkins, Hoch, & Meyers-Levy, 2001); havendo ainda estudos que pedem julgamentos de verdade logo no primeiro encontro com os estímulos (e.g., Dechêne, Stahl, Hansen, & Wänke, 2009).

Fase de avaliação. Nesta fase, é pedido aos participantes que façam os seus julgamentos de verdade relativamente a uma nova lista de afirmações. Esta lista é composta por estímulos da fase de exposição prévia (estímulos repetidos) e por estímulos novos. Na generalidade, as afirmações são apresentadas uma a uma e pede-se aos participantes que façam a sua avaliação sobre cada uma.

Análises estatísticas

Frequentemente, os estudos utilizam como medida escalas de vários pontos (pares ou ímpares) num contínuo de verdade/falsidade. Desta forma, as avaliações feitas pelos participantes nos ensaios de cada condição experimental são agrupadas numa média geral. O efeito associa-se ao contraste de duas medidas repetidas: média de veracidade de afirmações novas *versus* média de veracidade das afirmações repetidas. Tipicamente, porque são manipuladas outras variáveis, este contraste incorpora uma análise de variância (ANOVA) e espera-se a existência ou não de um efeito principal significativo da repetição, que reflecta o efeito de ilusão de verdade.

Alguns investigadores têm usado uma escala de decisão binária (responder ou verdadeiro ou falso), pelo que se agrupam os julgamentos em termos da proporção do total de estímulos de cada

nível da variável independente que foram considerados “verdadeiros” e “falsos” (e.g., Begg et al., 1992). Estas proporções, por indivíduo, tendem a ser igualmente analisadas por uma ANOVA¹.

Mais informativa será a análise dos dados de proporções pelo seu significado. As respostas podem assim ser agrupadas em proporções de “acertos” (responder “verdadeiro” a afirmações efetivamente verdadeiras) e de “falsos alarmes” (responder “verdadeiro” a afirmações que são falsas; é conceptualmente semelhante ao que acontece com os estímulos repetidos e novos nos estudos sobre memória de reconhecimento). Com as proporções de acertos e falsos alarmes calculadas para cada classe de estímulos (i.e., repetidos e novos) os investigadores podem derivar parâmetros da Teoria de Detecção de Sinal (ver por exemplo, Van der Kellen, Nunes, & Garcia-Marques, 2008), sendo o índice informativo do processo o *critério* que os participantes usaram para decidir que uma afirmação é verdadeira (parâmetro C); ou o enviesamento que os participantes demonstram ter para considerar uma afirmação verdadeira (parâmetro β ; para mais detalhes sobre este método de análise, ver Unkelbach, 2007).

Variações do paradigma

Contextos de apresentação dos estímulos

Dentro do paradigma do efeito de verdade podem ser definidos dois contextos de apresentação/avaliação dos estímulos (Dechêne et al., 2010): o mais frequentemente encontrado define-se como um *contexto heterogéneo*, no qual os participantes são expostos a uma lista mista de estímulos repetidos e novos (e.g., Arkes, Hackett, & Boehm, 1989; Unkelbach, Bayer, Alves, Koch, & Stahl, 2011). Neste contexto, o efeito de verdade é analisado numa comparação entre as avaliações dos estímulos repetidos e as avaliações dos estímulos novos, isto é, uma comparação *entre-ítems* (Dechêne et al., 2010). Diferentemente, num *contexto homogéneo* os participantes fazem os julgamentos de verdade relativamente a um mesmo conjunto de estímulos apresentados na fase de exposição e repetidos nas fases subsequentes (e.g., Dechêne et al., 2009; Schwartz, 1982). Aqui, o efeito de verdade é analisado nas comparações das avaliações feitas na primeira exposição com as avaliações feitas nos momentos posteriores, isto é, uma comparação *intra-ítems* (Dechêne et al., 2010).

Outras variações

Para além do contexto de apresentação dos estímulos, outras características do paradigma têm sido variadas, mantendo a presença do efeito (o que sugere a robustez do fenómeno).

O efeito de verdade foi demonstrado não só com as afirmações triviais e ambíguas mais frequentemente usadas (e.g., Bacon, 1979), mas também com mensagens publicitárias sobre produtos (e.g., Hawkins et al., 2001), ou mensagens que representam opiniões de um indivíduo (e.g., Arkes et al., 1989).

A velocidade de apresentação dos estímulos tem sido diversa, sendo o efeito encontrado tanto quando essa velocidade é controlada pelos próprios participantes (e.g., Hansen, Dechêne, & Wänke, 2008), como quando as apresentações são tão rápidas quanto 1 s ou 3 s por frase (Unkelbach, 2007, exp.3), ou quando variam entre 5 s e 12 s (e.g., Gigerenzer, 1984)².

A emergência do efeito tem também mostrado ser consistente com diferentes modalidades de apresentação dos estímulos, como auditiva (e.g., Gigerenzer, 1984; Hasher et al., 1977), visual (e.g.,

¹ Uma vez que dados expressos em proporções seguem uma distribuição binomial, aconselha-se os investigadores a realizarem uma transformação de arco-seno aos valores, a fim de aproximarem a sua distribuição da curva normal.

² Apesar de não ser estatisticamente significativa, a metanálise de Dechêne et al (2010) demonstrou existir uma tendência para o efeito ser menor quando a velocidade é controlada pelos participantes.

Hilbig, 2012), e até um misto entre as duas, como é o caso em que a primeira apresentação (i.e., na fase de exposição prévia) é feita oralmente e a segunda (i.e., na fase de avaliação) por escrito (e.g., Bacon, 1979; Begg & Armour, 1991).

Variáveis Moderadoras

A metanálise de Dechêne e colaboradores (2010) permite identificar um conjunto de variáveis que efectivamente se constituem como moderadores do efeito. Entre essas variáveis encontram-se as seguintes:

<i>Modalidade da recolha das avaliações: estudos em computador vs. "papel-e-lápis"</i>	Estudos que recorrem à modalidade "papel-e-lápis" exibem efeitos maiores do que aqueles que fazem uso do computador (mas apenas foram considerados estudos com análise do efeito entre-itens).
<i>Níveis de processamento dos julgamentos efectuados na fase de familiarização (i.e., exposição prévia)</i>	O efeito é maior nas condições em que as afirmações são processadas superficialmente.
<i>Escalas usadas: Escalas pares vs. ímpares</i>	Escalas pares associam-se a efeito com uma magnitude significativamente maior do que quando os estudos são feitos com escalas ímpares ³ .
<i>Intervalo entre a fase de exposição e a fase de avaliação</i>	Quando o efeito é analisado intra-itens existe uma tendência marginalmente significativa para que o efeito ser mais fraco quando as duas sessões são administradas no mesmo dia, em comparação a pelo menos um dia de intervalo.
<i>Repetição literal vs. Repetição do tópico (gist)</i>	O efeito é mais acentuado quando a repetição das afirmações é feita palavra por palavra, quando apenas se repete o tópico das frases (e.g., Arkes, Boehm, & Xu, 1991) ⁴ .
<i>Idade dos participantes</i>	A metanálise de Dechêne e colegas (2010) sugere-a como não moderadora por inconsistência de resultados. No entanto, é encontrada uma forte tendência para o efeito ser mais forte nos idosos (e.g., Law, Hawkins, & Craick, 1998; Skurnik, Yoon, Park, & Schwarz, 2005).
<i>Enquadramento das afirmações: Positivo vs. Negativo⁵</i>	Recentemente, Hilbig (2009, 2012) demonstrou que o enquadramento positivo vs. negativo da afirmação poderá moderar o efeito, sendo o efeito associado às afirmações com enquadramento negativo mais forte do que o associado a afirmações com enquadramento positivo.

Variáveis tipicamente associadas ao paradigma

Tendo em conta que as principais explicações teóricas (ver secções abaixo) têm por base processos de memória como a familiaridade e a experiência de fluência de processamento, muitos estudos adicionam medidas ao paradigma a fim de testarem e obterem evidências para as suas hipóteses

³ É de referir que numa análise prévia na qual se comparam mais tipos de escalas (i.e., as duas versões da escala de 7 pontos, escalas de 6 pontos, escala de 9 pontos, escalas contínuas de 16 cm e escalas dicotómicas), apenas a escala de 7 pontos na forma original (1-falso a 7-verdadeiro) revelou produzir efeitos de magnitude significativamente menor que as restantes, quando o efeito de verdade é analisado entre-itens; enquanto as escalas de 6 pontos parecem originar um efeito de verdade significativamente maior que as restantes quando a análise é feita intra-itens.

⁴ Os autores apenas puderam tirar conclusões sobre esta variável nos estudos com análise das avaliações entre-itens.

⁵ Por enquadramento positivo ou negativo aqui entende-se o enquadramento dado às próprias afirmações, como por exemplo dizer "20% dos jovens que entram na universidade não terminam o curso" (enquadramento negativo) vs. "80% dos jovens que entram na universidade terminam o curso" (enquadramento positivo).

explicativas. Assim, para determinar as influências do sentimento subjectivo de familiaridade nos julgamentos de verdade, é usual pedirem-se julgamentos de reconhecimento das afirmações (e.g., Bacon, 1979) ou do grau de familiaridade sentida com as mesmas (e.g., Boehm, 1994). Relativamente à exploração do papel da fluência de processamento, é agora habitual registarem-se os tempos de latência dos julgamentos de verdade (e.g., Hilbig, 2012; Unkelbach, 2007), uma vez que o tempo que se demora até dar uma resposta tem sido associado e usado como um indicador (ainda que indirecto) da facilidade com que processamos um estímulo (maior dificuldade levará a tempos de leitura/resposta mais longos; mas ver Reber, Wurtz, & Zimmerman, 2004, sobre a utilização desta medida como indicador de fluência).

Alguns exemplos do uso do paradigma

Begg, Armour e Kerr (1985). Estes autores apresentam uma das primeiras investigações sobre o papel da familiaridade enquanto processo subjacente ao efeito de verdade. Neste estudo, averiguaram se afirmações relativas a tópicos previamente apresentados são julgadas como mais verdadeiras do que afirmações cujos tópicos não tinham sido abordados anteriormente. A familiarização prévia com os tópicos foi feita de duas formas diferentes: numa condição, a familiarização foi feita colocando-se questões sobre os tópicos, e noutra condição foi feita com a apresentação de afirmações sobre os mesmos. Os dados corroboraram a hipótese dos autores, replicando-se o efeito de ilusão de verdade nas duas condições de familiarização. Isto é, as afirmações referentes a tópicos familiares foram percebidas como mais verdadeiras do que as afirmações relativas a tópicos não apresentados previamente, mesmo quando a familiarização foi feita através da apresentação de questões irrelevantes sobre a informação contida nas afirmações em teste.

Skurnik e colaboradores (2005). Estes autores utilizaram o paradigma de ilusão de verdade na área da Psicologia do Consumidor. Pretendiam investigar o impacto em posteriores julgamentos de verdade de se identificar repetidamente (*vs.* apenas uma vez) como falsas um conjunto de afirmações sobre produtos. Testaram a hipótese junto de participantes adultos jovens e adultos idosos, manipulando ainda o tempo decorrido entre a fase de exposição e a fase de avaliação (um dia *vs.* três dias). Enquanto na condição de apenas um dia de intervalo tanto os adultos jovens como os adultos idosos beneficiaram das afirmações terem sido repetidas três vezes, lembrando-se da sua falsidade, na condição em que o intervalo foi de três dias a repetição dos avisos sobre a falsidade das frases prejudicou os adultos idosos – este grupo de participantes recordou erradamente como verdadeiras 40% das afirmações que anteriormente tinham sido repetidamente apresentadas como falsas.

Dechêne e colaboradores (2009). Neste estudo o paradigma foi usado com o objectivo de testar o impacto do contexto na experiência de fluência associada ao processamento de afirmações repetidas e não repetidas. Para isso, os autores variaram o contexto de apresentação dos estímulos, sendo este ou heterogéneo (*i.e.*, frases repetidas e novas), ou homogéneo (*i.e.*, só frases repetidas). A hipótese testada e suportada pelos seus resultados foi a de que a fluência de processamento promovida pela repetição é mais saliente num contexto heterogéneo, induzindo maiores julgamentos de verdade das afirmações em teste (seguindo a hipótese da atribuição da discrepância de Whittlesea & Leboe, 2003; ver também Whittlesea & Williams, 1998, 2000, 2001a,b).

As explicações teóricas

Quando Hasher e colaboradores (1977) realizaram o primeiro estudo sistemático a investigar o efeito da ilusão de verdade avançaram uma explicação assente na ideia de que os indivíduos usam a frequência de exposição como um critério para decidirem sobre o estatuto de verdade de uma afirmação. Esta teoria foi rapidamente posta à prova, tendo surgido outras explicações assentes em processos de memória como a familiaridade (e.g., Bacon, 1979; Begg et al., 1992) e, mais recentemente, na experiência de fluência de processamento promovida pela repetição (e.g., Reber & Schwarz, 1999; Reber & Unkelbach, 2010).

O papel das atribuições explícitas à memória

A explicação avançada por Bacon (1979) refere que nós fazemos julgamentos de uma afirmação como verdadeira por reconhecermos que “sabemos”, “temos conhecimento” do facto descrito. O facto de acedermos explicitamente a esse conhecimento na nossa memória corrobora a sua ocorrência, logo a sua verdade. Este papel da memória explícita nos julgamentos de verdade teve suporte no facto das afirmações julgadas como repetidas na fase de exposição serem também as que foram avaliadas como mais verdadeiras do que as afirmações julgadas como novas, independentemente de serem realmente repetidas.

Suporte na mesma direcção é encontrado nos estudos de Boehm (1994), que sugerem que as avaliações explícitas de familiaridade (relativas às afirmações apresentadas) medeiam positivamente o impacto da repetição nos julgamentos de verdade. Adicionalmente, este autor demonstra que os indivíduos peritos no tópico a que se referem as afirmações são mais sensíveis ao efeito do que os não peritos (ver também Arkes et al., 1989, em cujos estudos o efeito de verdade foi eliminado quando os tópicos das afirmações coincidiam com tópicos sobre os quais os participantes se declararam pouco conhecedores). Tal refere a necessidade de se atribuir a experiência consciente de familiaridade à presença do registo de informação na memória.

O papel da familiaridade – Memória implícita

Mas se a memória tem um papel relevante no efeito de ilusão de verdade, não é necessariamente ou apenas através da sua componente explícita. Begg e colaboradores (1992) sugerem que a componente relevante para estes julgamentos é a experiência de familiaridade. Nos seus estudos, os autores dissociam as influências não intencionais da familiaridade das influências de processos de memória mais controlados, como a recolocção da fonte das afirmações, dando suporte a este pressuposto. Assim criaram condições em que a avaliação de verdade das afirmações repetidas poderia ser feita com base tanto na recordação correcta da fonte – que era ou uma fonte “sincera” ou uma fonte “mentirosa” – como com base no sentimento implícito de familiaridade promovida pela repetição. O facto de os participantes terem demonstrado a mesma tendência para considerarem as afirmações repetidas como mais verdadeiras do que afirmações novas mesmo quando provinham da fonte falsa (efeito que foi eliminado quando as fontes foram tornadas extremamente memoráveis), estabeleceu mais uma vez a relevância da familiaridade enquanto mecanismo explicativo do fenómeno.

A fluência de processamento

Tendo a experiência de familiaridade duas componentes (segundo Begg et al., 1992) – registo mnésico e fluência de processamento – autores como Reber e Schwarz (1999) e Reber e Unkelbach (2010) têm

sugerido que é a componente de fluência a responsável pelo efeito. Com base nos trabalhos de Jacoby e colaboradores (e.g., Jacoby, 1991; Jacoby & Dallas, 1981) e de Whittlesea e colaboradores (e.g., Whittlesea, 1993; Whittlesea, Jacoby, & Girard, 1990), aqueles autores propõem que é a facilidade que sentimos ao (re)processar um estímulo familiar a variável que medeia e está na base do efeito que a repetição tem nos julgamentos de verdade.

Reber e Schwarz (1999) fornecem suporte a esta hipótese, tendo replicado o efeito de verdade com a manipulação do contraste das letras com o fundo (fluência perceptiva) num paradigma de exposição única. Isto é, as afirmações apresentadas com elevado contraste (i.e., elevada fluência) foram julgadas como mais verdadeiras que as afirmações apresentadas com baixo contraste (i.e., baixa fluência).

Unkelbach (2007) demonstrou ainda que a associação entre a fluência de processamento e o estatuto de verdade de um estímulo é dependente do contexto. Nos seus estudos, a associação entre fluência e verdade foi invertida através de um processo de aprendizagem, o que consequentemente provocou uma inversão do efeito da ilusão de verdade – as afirmações repetidas foram julgadas como falsas e as afirmações novas foram julgadas como verdadeiras (ver também Unkelbach & Stahl, 2009).

Sumário

No paradigma base do efeito de ilusão de verdade é pedido aos participantes que julguem quão verdadeiras são afirmações repetidas e novas, sendo as afirmações repetidas consistentemente julgadas como mais verdadeiras do que as novas. São vários os estudos que desde a primeira demonstração deste fenómeno (Hasher et al., 1977) procuraram compreender os processos cognitivos que lhe estão subjacentes, bem como os seus limites. A metanálise recentemente feita por Dechêne e colegas (2010) clarificou algumas das variáveis moderadoras, como por exemplo o tipo de escalas de resposta usadas como medida dependente, o intervalo decorrido entre a fase de exposição e o julgamento de verdade, ou o tipo de repetição usada. Tratando-se de um efeito originado pela repetição dos estímulos, processos de memória têm sido avançados como os processos que lhe estão subjacentes. A importância da familiaridade subjetiva (e não a repetição objetiva das afirmações) foi sublinhada logo desde os estudos do grupo Bacon (1979) como a variável fulcral para o efeito ocorrer, sendo que as explicações mais actuais atribuem o impacto da familiaridade à experiência de fluência de processamento que a repetição origina (e.g., Reber & Schwarz, 1999; Reber & Unkelbach, 2010).

Artigos a ler

- Bacon, F. T. (1979). Credibility of repeated statements: Memory for trivia. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 5, 241-252.
- Begg, I., Anas, A., & Farinacci, S. (1992). Dissociation of processes in belief: Source recollection, statement familiarity, and the illusion of truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 121, 446-458.
- Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J., & Wänke, M. (2010). The truth about the truth: A meta-analytic review of the truth effect. *Personality and Social Psychology Review*, 14, 238-257.

- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16, 107-112.
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 8, 338-342.
- Reber, R., & Unkelbach, C. (2010). The epistemic status of processing fluency as source for judgments of truth. *Review of Philosophy and Psychology*, 1, 563-581.
- Unkelbach, C., & Stahl, C. (2009). A multinomial modeling approach to dissociate different components of the truth effect. *Consciousness and Cognition*, 18, 22-38.

Referências

- Arkes, H. R., Boehm, L. E., & Xu, G. (1991). Determinants of judged validity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 576-605.
- Arkes, H. R., Hackett, C., & Boehm, L. (1989). The generality of the relation between familiarity and judged validity. *Journal of Behavioral Decision Making*, 2, 81-94.
- Bacon, F. T. (1979). Credibility of repeated statements: Memory for trivia. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 5, 241-252.
- Begg, I., & Armour, V. (1991). Repetition and the ring of truth: Biasing comments. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 23, 195-213.
- Begg, I., Anas, A., & Farinacci, S. (1992). Dissociation of processes in belief: Source recollection, statement familiarity, and the illusion of truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 121, 446-458.
- Begg, I., Armour, V., & Kerr, T. (1985). On believing what we remember. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 17, 199-214.
- Boehm, L. E. (1994). The validity effect: A search for mediating variables. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 285-293.
- Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J., & Wänke, M. (2009). Mix Me a list: Context moderates the truth effect and the mere exposure effect. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 1117-1122.
- Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J., & Wänke, M. (2010). The truth about the truth: A meta-analytic review of the truth effect. *Personality and Social Psychology Review*, 14, 238-257.
- Gigerenzer, G. (1984). External validity of laboratory experiments: The frequency-validity relationship. *American Journal of Psychology*, 97, 185-195.
- Hansen, J., Dechêne, A., & Wänke, M. (2008). Discrepant fluency increases subjective truth. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 687-691.
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16, 107-112.
- Hawkins, S. A., Hoch, S. J., & Meyers Levy, J. (2001). Low-involvement learning: Repetition and coherence in familiarity and belief. *Journal of Consumer Psychology*, 11, 1-11.
- Hilbig, B. E. (2012). Good things don't come easy (to mind): Explaining framing effects in judgments of truth. *Experimental Psychology*, 59, 38-46.

- Hilbig, B. E. (2009). Sad, thus true: Negativity bias in judgments of truth. *Journal of Experimental Social Psychology, 45*, 983-986.
- Jacoby, L. L. (1991). A process dissociation framework: Separating automatic from intentional uses of memory. *Journal of Memory and Language, 30*(5), 513-541.
- Jacoby, L. L., & Dallas, M. (1981). On the relationship between autobiographical memory and perceptual learning. *Journal of Experimental Psychology: General, 3*, 306-340.
- Law, S., Hawkins, S. A., & Craik, F. I. M. (1998). Repetition-induced belief in the elderly: Rehabilitating age-related memory deficits. *Journal of Consumer Research, 25*, 91-107.
- Parks, C. M., & Toth, J. P. (2006). Fluency, familiarity, aging, and the illusion of truth. *Aging, Neuropsychology, and Cognition, 13*, 225-253.
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition, 8*, 338-342.
- Reber, R., & Unkelbach, C. (2010). The epistemic status of processing fluency as source for judgments of truth. *Review of Philosophy and Psychology, 1*, 563-581.
- Reber, R., Wurtz, P., & Zimmermann, T. E. (2004). Exploring "fringe" consciousness: The subjective experience of perceptual fluency and its objective bases. *Consciousness and Cognition, 13*, 47-60.
- Schwartz, M. (1982). Repetition and rated truth value of statements. *American Journal of Psychology, 95*, 393-407.
- Skurnik, I., Yoon, C., Park, D. C., & Schwarz, N. (2005). How warnings about false claims become recommendations. *Journal of Consumer Research, 31*, 713-724.
- Unkelbach, C. (2007). Reversing the truth effect: Learning the interpretation of processing fluency in judgments of truth. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 33*, 219-230.
- Unkelbach, C., Bayer, M., Alves, H., Koch, A., & Stahl, C. (2011). Fluency and positivity as possible causes of the truth effect. *Consciousness & Cognition, 20*, 594-602.
- Unkelbach, C., & Stahl, C. (2009). A multinomial modelling approach to dissociate different components of the truth effect. *Consciousness and Cognition, 18*, 22-38.
- Van der Kellen, D., Nunes, L. D., & Garcia-Marques, L. (2008). Sensibilidade e bom senso: Princípios fundamentais da teoria de detecção de sinal na investigação em Psicologia. *Laboratório de Psicologia, 6*, 73-89.
- Whittlesea, B. W. A. (1993). Illusions of familiarity. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 19*, 1235-1253.
- Whittlesea, B. W. A., & Leboe, J. P. (2003). Two fluency heuristics (and how to tell them apart). *Journal of Memory and Language, 49*, 62-79.
- Whittlesea, B. W. A., & Williams, L. D. (1998). Why do strangers feel familiar, but friends don't? A discrepancy-attribution account of feelings of familiarity. *Acta Psychologica, 98*, 141-165.
- Whittlesea, B. W. A., & Williams, L. D. (2000). The source of feelings of familiarity: The discrepancy-attribution hypothesis. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 26*, 547-565.
- Whittlesea, B. W. A., & Williams, L. D. (2001a). The discrepancy-attribution hypothesis: I. The heuristic basis of feeling of familiarity. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 27*, 3-13.

- Whittlesea, B. W. A., & Williams, L. D. (2001b). The discrepancy-attribution hypothesis: II. Expectation, uncertainty, surprise, and feelings of familiarity. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 27, 14-33.
- Whittlesea, B. W. A., Jacoby, L. L., & Girard, K. A. (1990). Illusions of immediate memory: Evidence of an attributional basis for feelings of familiarity and perceptual quality. *Journal of Memory and Language*, 29, 716-732.

