



INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DE LISBOA

---

Comer pão engorda? O impacto da especialização da fonte na correção de informações repetidas sobre nutrição.

Sílvia Andreia Lopes Caldeira

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Professora Doutora Rita R. Silva, Investigadora Integrada,  
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Professora Doutora Marília Prada, Professora Auxiliar,  
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Julho, 2022



Departamento de Psicologia Social e das Organizações

Comer pão engorda? O impacto da especialização da fonte na correção de informações repetidas sobre nutrição.

Sílvia Andreia Lopes Caldeira

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Professora Doutora Rita R. Silva, Investigadora Integrada  
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Professora Doutora Marília Prada, Professora Auxiliar  
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Julho, 2022



*“It always seems impossible until it’s done.”*

Nelson Mandela



## **Agradecimento**

O meu primeiro agradecimento é direcionado à minha mãe, por me mostrar sempre que com força conseguimos tudo o que ambicionamos e o quanto é importante lutar por aquilo que queremos. Por me ajudar a acreditar em mim própria e pelos abraços longos que fazem parar o tempo, obrigada.

Aos meus avós, pelo amor infinito e apoio incondicional. Nunca conseguirei agradecer tudo o que fizeram e fazem por mim. Se cheguei até aqui, foi por eles e porque os tenho ao meu lado. São os melhores avós do mundo!

Aos meus padrinhos e primos que são como irmãos, Maria, Matilde, Martim e Mateus, obrigada pelo cuidado e amor, pela motivação constante e pela força que não me deixam perder.

Ao meu namorado, Diogo, por ter estado sempre a meu lado, nos meus dias mais felizes, mas também nos meus dias mais tristes. Por isto e por todos estes anos de partilha, cuidado e amor, obrigada por me fazeres sorrir sempre.

Às minha amigas, pela confiança e positividade que me transmitiram, pela coragem que me deram e por todas as palavras de incentivo. Em especial à Moni, por me fazer rir até me doer as bochechas, pelas mensagens a horas tardias e por ouvir as minhas constantes preocupações não me deixando, nunca, desistir. À Mariana e à Alice, por termos feito esta caminhada em conjunto que não seria tão especial se não as tivesse encontrado, obrigada pela ajuda constante, pelo encorajamento e por me fazerem acreditar que sou capaz. À Odília e à Mia, por todo o carinho, pelos conselhos que me deram e pelo incentivo constante para fazer mais e melhor.

Finalmente, e não menos importante, à Professora Doutora Rita Silva e à Professora Doutora Marília Prada, pela compreensão e empatia em todos os momentos, pelo conhecimento partilhado, pela motivação e apoio constante, pela paciência, e acima de tudo, por acreditarem em mim.

Sou muito grata. A todos, muito obrigada por me ajudarem a chegar até aqui.



## **Resumo**

Nem tudo em que acreditamos é verdade. Como a quantidade de informações divulgadas aumentou substancialmente com o crescimento dos meios digitais, é crucial que se faça uma avaliação sobre a veracidade potencial dessas informações. A exposição repetida influencia os julgamentos de verdade já que informações repetidas são percebidas como mais verdadeiras do que informações novas, traduzindo um efeito de ilusão de verdade, e informações contraditórias às apresentadas anteriormente são consideradas menos verdadeiras em comparação com informações novas refletindo um efeito de ilusão de falsidade. Também a especialização da fonte pode influenciar os julgamentos de verdade, sendo que as fontes especializadas aumentam a verdade percebida das informações. O principal objetivo do estudo consistiu na compreensão do impacto da especialização da fonte na ilusão de verdade e na ilusão de falsidade de informações sobre alimentação e nutrição. Para isso, os participantes leram um conjunto de afirmações sobre alimentação e, de seguida, julgaram a veracidade de afirmações repetidas, novas e contraditórias às apresentadas na fase anterior em conjunto com o perfil de LinkedIn de uma nutricionista ou o perfil de Instagram de uma influencer. Os resultados demonstraram a existência de um efeito significativo do tipo de afirmação, revelando-se na presença de um efeito de ilusão de falsidade e, contrariamente ao esperado, na ausência de um efeito de ilusão de verdade. A fonte de especialização não mostrou ter impacto nos julgamentos de verdade bem como não revelou ser um moderador do efeito de ilusão de verdade e do efeito de ilusão de falsidade.

### **Palavras-Chave**

Repetição; Familiaridade; Fluência de processamento; Ilusão de verdade; Ilusão de falsidade; Especialização da fonte

### **Códigos de Classificação da APA**

2340 Processos Cognitivos

3040 Percepção Social e Cognição



## **Abstract**

Not everything that we believe is true. As the amount of information disclosed has increased substantially with the growth of digital media, it is crucial to evaluate the potential veracity of this information. Repeated exposure influences truth judgments once repeated information is perceived as more truthful than new information, translating an illusory truth effect, and information contradictory to the previously presented is considered less true compared to new information reflecting a falseness effect. Also, source expertise can influence judgments of truth, with expert sources increasing the perceived truth of information. The main purpose of this study was to understand the impact of source expertise on the illusion of truth and the illusion of falseness of information about food and nutrition. For this, the participants read a set of statements about food and then judged the truth of repeated statements, new statements, and statements that are contradictory to those seen in the previous phase, presented with a LinkedIn profile of a nutritionist or an Instagram profile of an influencer. The results showed the existence of a significant effect of the type of statement, revealing itself in the presence of an illusion of falseness and, not expectedly, in the absence of an illusory truth effect. The source expertise didn't show to have an impact on the judgments of truth, nor did not reveal to be a moderator of the illusion of truth and the illusion of falseness.

### **Keywords**

Repetition; Familiarity; Processing fluency; Illusion of truth; Illusion of falseness; Source expertise

### **APA Classification Codes**

2340 Cognitive Processes

3040 Social Perception & Cognition



# Índice

Agradecimento	iii
Resumo	v
Abstract	vii
Introdução	1
Capítulo 1. Revisão da Literatura	5
1.1. Efeito de Ilusão de Verdade	6
1.2. Efeito de Ilusão de Falsidade	13
1.3. Especialização da Fonte de Informação	15
1.4. O presente estudo: Ilusões de verdade e de falsidade e a correção de mitos sobre nutrição	18
Capítulo 2. Método	21
2.1. Pré-Teste	21
2.1.1. Participantes	21
2.1.2. Material	21
2.1.3. Procedimento	22
2.1.4. Resultados	22
2.2. Estudo Principal	23
2.2.1. Participantes e design	23
2.2.2. Material	24
2.2.2.1. Conjunto de afirmações selecionadas no pré-teste	24
2.2.2.2. Versões do Estudo	24
2.2.2.3. Especialização da fonte: Perfil de LinkedIn e Perfil de Instagram	26
2.2.3. Procedimento	26
Capítulo 3. Resultados	29
3.1. Plano de Análise de Dados	29
3.2. Examinando efeitos de verdade/ falsidade em função da especialização da fonte	30

Discussão	33
Limitações e Estudos Futuros	41
Conclusão	44
Referências Bibliográficas	45
Anexos	49
Anexo A - Lista de afirmações sobre alimentação e nutrição	49
Anexo B - Versão A e B do pré-teste	53
Anexo C - Resultados do pré-teste	59
Anexo D - Afirmações selecionadas para o estudo principal	71
Anexo E - Versões do Estudo Principal	73
Anexo F - Esquema ilustrativo da construção das versões do estudo	81
Anexo G - Exemplificação da estrutura do questionário (e.g., versão A1 nutricionista)	83

## Introdução

Tal como Oscar Wilde afirmou “A verdade nunca é pura e raramente simples” (Silva et al., 2017), por isso, nem tudo em que acreditamos é verdade (Hassan & Barber, 2021).

Com o crescimento da utilização dos meios digitais, a quantidade de informações divulgadas aumentou substancialmente, mais especificamente, a proliferação de notícias falsas que atingiu um nível preocupante (Hocevar et al., 2017; Ismagilova et al., 2020; Nadarevic et al., 2020; Sinatra & Lombardi, 2020). Estas notícias falsas e rumores sobrevivem e prosperam quando são percebidos como verdadeiros (Fragale & Heath, 2004). Assim, uma das tarefas mais importantes com que as pessoas são confrontadas todos os dias é o julgamento da verdade das informações que lhes chegam (Unkelbach et al., 2019), o que torna essencial a identificação de pistas e variáveis que possam sinalizar o valor de verdade da informação recebida (Brashier & Marsh, 2020; Fazio, 2020; Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020).

Porque é que as crenças em mitos e notícias falsas persistem, mesmo quando são negadas? Um fator que contribui grandemente para este fenómeno está relacionado com o facto de as pessoas serem expostas repetidamente a essas informações (Brashier & Marsh, 2020; Fazio et al., 2015; Hassan & Barber, 2021; Nadarevic et al., 2020). Consistentemente, vários estudos mostraram que informações repetidas são percebidas como mais verdadeiras do que informações novas, levando a um efeito de ilusão de verdade induzido pela repetição (e.g., Arkes et al., 1989; Bacon, 1979; Begg et al., 1992; Brashier & Marsh 2020; Fragale e Heath, 2004; Garcia-Marques et al., 2015; Garcia-Marques et al., 2017; Hasher et al., 1977; Hassan & Barber, 2021; Parks & Toth, 2006; Silva et al., 2017; Unkelbach, 2007; Unkelbach & Stahl, 2009). O efeito de verdade baseado na repetição é mediado por processos de memória, como por exemplo, a memória para a frequência do estímulo (Hasher et al., 1977), a familiaridade (e.g., Arkes et al., 1989; Bacon, 1979; Begg et al., 1992; Parks & Toth, 2006; Silva et al., 2012; Unkelbach, 2007), ou a fluência de processamento promovida pela repetição (e.g., Alter & Oppenheimer, 2009; Begg et al., 1992; Brashier & Marsh, 2020; Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020; Reber & Schwarz, 1999; Unkelbach, 2007; Unkelbach & Stahl, 2009; para revisões, ver Dechêne et al., 2010; Unkelbach et al., 2019).

Criticamente, a literatura demonstrou ainda que as afirmações contraditórias às apresentadas anteriormente são consideradas menos verdadeiras em comparação com

afirmações completamente novas e, conseqüentemente, que as próprias afirmações repetidas, refletindo um efeito de ilusão de falsidade associado à contradição (Bacon, 1979; Garcia-Marques et al., 2015; Silva et al., 2017; Unkelbach & Rom, 2017). Na verdade, é notoriamente difícil corrigir uma informação ouvida anteriormente de forma repetida já que a correção mais recente é esquecida, para além de que, por norma, as contradições atingem menos pessoas do que a desinformação original (Brashier & Marsh, 2020). Assim, as ilusões de verdade por repetição e as ilusões de falsidade por contradição tornam a correção de informações falsas uma tarefa muito exigente e difícil.

Para além da repetição e da contradição, é essencial compreender que outras pistas do contexto podem ter impacto na verdade percebida das informações, permitindo-nos ter um melhor entendimento sobre a disseminação de notícias falsas (Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020). A fonte de informação, mais especificamente, a credibilidade da fonte ao nível da sua especialização, pode influenciar os julgamentos de verdade, sendo que as fontes especializadas aumentam a verdade percebida das informações (Clark et al., 2012; Dechêne et al., 2010; Ismagilova et al., 2020; Machackova & Smahel, 2018; Meinert & Krämer, 2022; Nadarevic et al., 2020; Reimer et al., 2004). A especialização da fonte pode ser inferida através da sua profissão por intermédio da experiência e formação que a mesma apresenta (Hocevar et al., 2017; Ismagilova et al., 2020).

O principal objetivo do estudo é investigar o impacto da especialização da fonte no efeito de ilusão de verdade associado à repetição e no efeito de ilusão de falsidade associado à contradição, de informações sobre alimentação e nutrição. Mais especificamente, pretende-se compreender se quando a fonte de informação tem conhecimento especializado no tópico da alimentação e nutrição em comparação com uma fonte com baixa especialização, há uma maior aceitação de informações que sejam contraditórias a informações falsas passadas anteriormente, o que nos permitiria desconstruir algumas informações nutricionais incorretas.

O foco no contexto da alimentação e nutrição surge pelo aumento da procura de informações sobre esta temática, destacando a necessidade de um melhor entendimento sobre os fatores que influenciam a forma como as pessoas processam este tipo de informações (Chan et al., 2020; Schuldt et al., 2016). Na prática, o meio digital tem demonstrado ser o meio preferencial para as pessoas acederem a informações gratuitas e de fácil acesso relacionadas com saúde, nomeadamente, alimentação e nutrição (Chan et al., 2020; Hocevar et al., 2017; Machackova & Smahel, 2018; Schuldt et al., 2016). Sabendo que a ingestão alimentar saudável é essencial para a manutenção da saúde e do bem-estar (Lesser et al., 2015; Sinatra & Lombardi,

2020), é crucial desconstruir informações alimentares falsas, pelo seu potencial de prejudicar a saúde (Machackova & Smahel, 2018).

Sabendo que uma maior especialização da fonte está associada a uma maior persuasão e, portanto, a um processo de mudança atitudinal (Hocevar et al., 2017), as pessoas avaliam as informações que provêm da fonte com elevada especialização como mais credíveis e confiáveis (Clark et al., 2012; Fragale & Heath, 2004; Ismagilova et al., 2020; Machackova & Smahel, 2018; Meinert & Krämer, 2022; Reimer et al., 2004) em comparação com uma fonte com baixa especialização. Assim, espera-se que informações repetidas apresentadas por uma fonte com elevada especialização sejam consideradas mais verdadeiras em comparação com informações repetidas apresentadas por uma fonte com baixa especialização, aumentando a magnitude do efeito de ilusão de verdade (Henkel & Mattson, 2011; Nadarevic et al., 2020). Da mesma forma, é esperado que as informações contraditórias apresentadas por uma fonte especialista sejam consideradas mais verdadeiras do que as informações contraditórias apresentadas por uma fonte não especialista, havendo uma atenuação do efeito de ilusão de falsidade.

Nas páginas seguintes será apresentada uma revisão de literatura com enfoque no efeito de ilusão de verdade, no efeito de ilusão de falsidade e na especialização da fonte de informação. Seguidamente, no Capítulo 2 será descrita a metodologia utilizada no pré-teste de material (i.e., afirmações verdadeiras e falsas sobre alimentação e nutrição) e no estudo principal, e no Capítulo 3 serão apresentados os principais resultados. Por fim, será feita uma discussão com base nos resultados obtidos, refletindo sobre as suas implicações, bem como sobre as limitações associadas a este estudo e sugestões para próximas investigações.



## CAPÍTULO 1

# Revisão da Literatura

Nem tudo em que acreditamos é verdade (Hassan & Barber, 2021). Uma das tarefas mais importantes que enfrentamos todos os dias é o julgamento da verdade das informações que nos chegam (Unkelbach & Rom, 2017; Unkelbach et al., 2019). Diariamente, somos expostos a inúmeras informações sobre o mundo (Fazio, 2020; Fragale & Heath, 2004) sendo que, na era caracterizada pela utilização massiva da internet, com a digitalização em progresso e o aumento do uso recorrente das redes sociais, a quantidade de informações divulgadas teve um aumento substancial (Hocevar et al., 2017; Ismagilova et al., 2020; Nadarevic et al., 2020; Sinatra & Lombardi, 2020). Assim, encontramos mais informações do que as que podemos avaliar adequadamente (Nadarevic et al., 2020).

As pessoas confiam no meio digital para obter respostas rápidas (Brashier & Marsh, 2020) e, conseqüentemente, a qualidade variável das informações disponíveis na internet aumentou a necessidade de se fazer uma avaliação da veracidade das mesmas. Por exemplo, podemos já ter ouvido a informação falsa que “Os suplementos de vitamina D podem prevenir e até tratar a COVID-19” (ver CUF, 2021, para uma desmistificação de informações falsas sobre a pandemia). Na verdade, com o aparecimento da pandemia por COVID-19, mitos e informações falsas sobre as medidas e os comportamentos a adotar para mitigar ou minimizar as sequelas desta doença foram amplamente divulgados (Hassan & Barber, 2021). Os meios digitais promovem a disseminação de informações falsas e, por conseguinte, a *desinformação* e a *informação incorreta* (i.e., misinformation) alcançam um ritmo alarmante (Brashier & Marsh, 2020; Fragale & Heath, 2004; Sinatra & Lombardi, 2020). Por desinformação entende-se todo o tipo de informações produzidas com um conteúdo intencionalmente falso e concretizado para provocar danos. Por sua vez a misinformation implica a partilha de conteúdo falso ainda que não necessariamente com um intuito propositadamente enganoso (Sinatra & Lombardi, 2020). Assim, a probabilidade elevada de serem encontradas informações enganosas que têm o potencial de afetar importantes decisões e até prejudicar a saúde (Brashier & Marsh, 2020; Fazio et al., 2015; Machackova & Smahel, 2018) torna crucial a exploração de estratégias eficientes da sua correção.

Como é que as pessoas sabem no que acreditar? É crucial que este entendimento resulte de um julgamento sobre a veracidade potencial das informações (Sinatra & Lombardi, 2020). De

facto, algumas das informações divulgadas são verdadeiras e outras são falsas. Sabendo que com a utilização das plataformas digitais a quantidade de informações falsas divulgadas aumentou, é essencial que as pessoas consigam determinar se o conteúdo da informação que recebem é provavelmente verdadeiro ou falso (Nadarevic et al., 2020; Sinatra & Lombardi, 2020). Pela rapidez com que as notícias falsas são divulgadas (Brashier & Marsh, 2020), é fundamental que haja uma maior compreensão dos fatores e variáveis que interferem na avaliação da veracidade das informações disponíveis (Sinatra & Lombardi, 2020) uma vez que têm uma influência significativa nos julgamentos, nas opiniões e nas escolhas (Unkelbach et al., 2019).

### **1.1. Efeito de Ilusão de Verdade**

Décadas de trabalho de investigação descrevem os processos básicos que as pessoas utilizam para distinguir as informações verdadeiras das falsas, sendo que por verdadeiro e falso referimo-nos aos julgamentos subjetivos das pessoas sobre a verdade das informações (Brashier & Marsh, 2020). Idealmente, não devemos aceitar uma informação como verdadeira sem que tenhamos uma evidência factual sobre a sua veracidade (Begg et al., 1992). Deste modo, já que vivemos num mundo de notícias falsas e “factos alternativos”, é essencial compreender os processos psicológicos que levam as pessoas a perceber uma determinada informação como verdadeira ou falsa (Unkelbach et al., 2019).

Para perceber melhor o porquê de as pessoas acreditarem em notícias falsas e em que situações é mais provável que isso aconteça, é de grande interesse o estudo dos processos cognitivos subjacentes ao processamento de informações, assim como a identificação de pistas e de variáveis que predizem a sua verdade percebida (Brashier & Marsh, 2020; Fazio, 2020; Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020). A literatura tem identificado vários preditores dos julgamentos de verdade, nomeadamente, a exposição repetida às informações (Brashier & Marsh, 2020; Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020). Portanto, a repetição afeta os julgamentos de verdade (Hassan & Barber, 2021).

As pessoas tendem a perceber as informações como mais verdadeiras se já foram expostas às mesmas (Hassan & Barber, 2021). Consistentemente, a investigação mostrou que informações repetidas são percebidas como mais verdadeiras do que informações novas, fenómeno este conhecido como *efeito de ilusão de verdade* (e.g., Arkes et al., 1989; Bacon, 1979; Begg et al., 1992; Brashier & Marsh 2020; Dechêne et al., 2010; Fragale & Heath, 2004; Garcia-Marques et al., 2015; Garcia-Marques et al., 2017; Hasher et al., 1977; Hassan & Barber,

2021; Parks & Toth, 2006; Silva et al., 2017; Unkelbach, 2007; Unkelbach & Stahl, 2009). Este efeito é universal, altamente robusto e frequentemente replicado (para revisões, ver Dechêne et al., 2010; Unkelbach et al., 2019).

O mais comum é que o efeito de ilusão de verdade seja analisado numa comparação entre os julgamentos de verdade de estímulos repetidos e os julgamentos de verdade de estímulos novos. Assim, num paradigma típico para estudar o fenómeno, é apresentado, num primeiro momento, um conjunto de afirmações ambíguas relativamente ao seu estatuto de verdade (i.e., os participantes não têm conhecimento se uma dada afirmação é factualmente verdadeira ou falsa). Num segundo momento, são apresentadas afirmações repetidas do momento anterior intercaladas com afirmações novas (i.e., nunca antes vistas na experiência), pedindo-se aos participantes que façam julgamentos de verdade sobre cada uma dessas afirmações (para revisão, ver Dechêne et al., 2010; Unkelbach et al., 2019).

A primeira evidência do efeito de ilusão de verdade associado à exposição anterior foi fornecida por Hasher et al. (1977). Nesse estudo, os autores apresentaram aos participantes um conjunto de 60 afirmações plausíveis, mas provavelmente desconhecidas, sobre diversos tópicos (e.g., história, desporto, ciência política, biologia e medicina) sendo que metade eram factualmente verdadeiras e a outra metade eram factualmente falsas (e.g., como afirmação verdadeira “Cairo, Egipto tem uma população maior do que Chicago, Illinois.” vs. “Nos EUA, as pessoas divorciadas superam as viúvas.” como afirmação falsa). Foram realizadas três sessões, separadas por intervalos de duas semanas, sendo que na segunda e terceira sessões os participantes ouviram as afirmações originais da primeira sessão e afirmações completamente novas. Foi-lhes pedido que ouvissem as afirmações, uma a uma, e avaliassem as mesmas numa escala de 7 pontos (1 = *Definitivamente falso* a 7 = *Definitivamente verdadeiro*, sendo o ponto médio identificado como *incerto*). Os participantes consideraram as afirmações repetidas como mais verdadeiras e mais válidas do que as afirmações novas e, portanto, a exposição repetida de uma afirmação aumentou a percepção subjetiva de que a afirmação é verdadeira (Hasher et al., 1977). Os investigadores concluíram, assim, que a frequência de exposição é utilizada como uma pista para julgar o estatuto de verdade de uma afirmação. Um estudo de Bacon (1979) replicou o efeito de ilusão de verdade. Os resultados apoiaram a conclusão de que a repetição influencia os julgamentos de verdade já que as afirmações repetidas foram classificadas como mais verdadeiras do que as novas, independentemente de as afirmações serem realmente verdadeiras ou falsas.

Ao longo do tempo, tem sido amplamente demonstrada a existência do efeito de ilusão de verdade com diferentes tipos de afirmações e em diferentes contextos de julgamento. Por

exemplo, Fazio et al. (2015) utilizaram quatro tipos de afirmações sobre conhecimento geral, nomeadamente, verdades conhecidas, falsidades conhecidas, verdades desconhecidas e falsidades desconhecidas. Os participantes classificaram as afirmações repetidas da fase anterior como mais verdadeiras do que as afirmações novas, independentemente de as afirmações serem conhecidas ou desconhecidas. Demonstraram, assim, que o efeito de ilusão de verdade observa-se mesmo para afirmações que supostamente sabemos serem verdadeiras ou falsas. Da mesma forma, Silva et al. (2017), num dos seus estudos, compararam os julgamentos de verdade entre repetições literais, paráfrases dessas repetições e afirmações completamente novas, no qual os participantes consideraram as repetições literais e as paráfrases como mais verdadeiras do que as novas afirmações. Logo, a repetição do significado das afirmações parece ser central para o efeito de ilusão de verdade, sendo que a sobreposição perceptiva incorporada na repetição literal não pareceu produzir nenhum efeito adicional à repetição do significado das afirmações originais que está presente nas paráfrases.

O efeito de ilusão de verdade persiste sob diferentes condições (Dechêne et al., 2010). Por exemplo, ilusões de verdade surgem independentemente do tempo entre as repetições, isto é, o intervalo pode ser de minutos (Arkes et al. 1989) ou até de semanas (Hasher et al. 1977). O efeito foi demonstrado para diferentes tipos de afirmações, incluindo afirmações sobre cultura geral (e.g., “Helsínquia é a capital da Finlândia”; Fazio et al., 2015), opiniões sociopolíticas (e.g., “Os juízes são muito brandos com os criminosos”; Arkes et al., 1989), opiniões sobre empresas ou produtos de consumo (e.g., “O ChapStick contém sete por cento de cera”; Parks & Toth, 2006), bem como questões sociais como educação (e.g., “A UiO é a instituição de investigação e ensino superior mais antiga da Noruega, com 27.000 alunos e 6.000 funcionários”; Nadarevic et al., 2020). Ainda, quanto mais vezes as afirmações são apresentadas, mais os julgamentos de verdade são inflacionados (Hasher et al., 1977), bem como a repetição exerce aumentos equivalentes na verdade percebida de afirmações com um estatuto factual verdadeiro e falso (Dechêne et al., 2010; Hasher et al. 1977; Hassan & Barber, 2021; Silva et al., 2012). O efeito de ilusão de verdade pode ser mais robusto quando existe alguma ambiguidade em relação ao estatuto de verdade das afirmações, já que, desta forma, a veracidade das afirmações não será julgada com base no conhecimento factual dos participantes, o que poderia diminuir o impacto da repetição (Dechêne et al., 2010; Silva et al., 2012).

Podemo-nos questionar sobre o porquê de as pessoas acreditarem mais em informações repetidas, existindo várias explicações psicológicas para o fenómeno (Unkelbach & Rom, 2017; Unkelbach et al., 2019). Logicamente, a repetição não deve aumentar a verdade subjetiva por

si só (Unkelbach et al., 2019), e por isso, é fundamental analisar os processos cognitivos por detrás do efeito de ilusão de verdade (Brashier & Marsh, 2020; Parks & Toth, 2006; Unkelbach, 2007). Por definição, o efeito de ilusão de verdade baseado na repetição é mediado por processos de memória (Garcia-Marques et al., 2017; Hasher et al., 1977). Diferentes processos mnésicos foram discutidos, como por exemplo, a memória para a frequência do estímulo (Hasher et al., 1977; Unkelbach et al., 2019). Efetivamente, Hasher e colegas (1977) argumentaram que uma maior frequência de ocorrência confere uma maior validade a afirmações repetidas em comparação com novas afirmações, demonstrando que a frequência desempenha um papel importante na atribuição de veracidade a afirmações plausíveis.

Por meio de processos automáticos, o impacto da repetição de informações está também associado a processos de memória como a familiaridade (e.g., Bacon, 1979; Begg et al., 1992). Arkes e colegas (1989) sugeriram que as pessoas podem julgar informações repetidas como mais verdadeiras em comparação com informações novas porque lhes parecem mais familiares. Assim, a familiaridade foi hipotetizada como mediando a relação entre a repetição e a veracidade julgada das afirmações (Arkes et al., 1989; Bacon, 1979; Begg et al., 1992; Parks & Toth, 2006; Silva et al., 2012; Unkelbach, 2007), havendo um sentimento implícito de familiaridade promovida pela repetição (Silva et al., 2012). A relação da memória com a verdade parece basear-se especialmente em sentimentos de familiaridade gerados pela exposição anterior e não necessariamente numa lembrança consciente ou conhecimento semântico específico sobre os enunciados (Garcia-Marques et al., 2017). Hasher et al. (1977) foram dos primeiros a explorar a ideia de que o facto das afirmações serem percebidas como familiares gera verdade, demonstrando que a heurística da familiaridade ocorre inconscientemente, levando à falsa suposição de ter ouvido a afirmação num contexto diferente anteriormente, o que, posteriormente, aumenta a crença na veracidade da afirmação.

Primeiramente, é importante fazer uma distinção entre memória da fonte (i.e., *source memory*) e memória do item (i.e., *item memory*). Relativamente à memória da fonte, se nos lembrarmos de ouvir uma afirmação de uma fonte específica (e.g., um especialista), esta informação fornece validade referencial e provavelmente promoverá um julgamento da verdade das afirmações mais elevado (e.g., Brashier & Marsh, 2020). Por outro lado, e referente à memória do item, se apenas nos lembramos de ouvir a própria afirmação sem a informação sobre a fonte, pode também haver um aumento nos julgamentos de verdade e, por isso, a lembrança da visualização de uma informação anteriormente transmite validade convergente (Arkes et al., 1989; Dechêne et al., 2010; Hasher et al., 1977; Unkelbach & Stahl, 2009). A segunda distinção indispensável é entre processos de memória explícita e implícita. É claro que,

para que os efeitos de validade referencial ou convergente ocorram, é necessário um reconhecimento explícito de uma afirmação, estando assente em processos de memória explícita. Ainda assim, é possível que uma parte não referencial do efeito de ilusão de verdade seja observada na ausência de lembrança explícita (Bacon, 1979), é este processo de memória implícita – designada por familiaridade - que se pensa ser impulsionado pela fluência de processamento (Begg et al., 1992; Reber & Schwarz, 1999; Unkelbach, 2007).

Deste modo, e no que diz respeito à memória explícita, Bacon (1979) levantou a hipótese de que os indivíduos usam a familiaridade como base para o reconhecimento. Posto isto, os julgamentos acerca da veracidade das afirmações ocorreriam por reconhecermos que “temos conhecimento” do facto descrito, corroborando a sua verdade. Isto é, o facto de nos lembrarmos – ainda que falsamente – de termos ouvimos ou lido uma afirmação anteriormente irá influenciar os julgamentos de verdade sobre a mesma (Silva et al., 2017). Mas o papel da memória no efeito de ilusão de verdade, não se resume à sua componente explícita (Silva et al., 2012). Begg e colaboradores (1992) dissociaram as influências dos processos de memória mais controlados (e.g., recordação da fonte das afirmações) das influências não intencionais da familiaridade que mostraram contribuições independentes da recordação e familiaridade na verdade nominal das afirmações. De igual forma, propuseram que a recordação requer uma intenção enquanto a familiaridade aumenta automaticamente com a repetição não sendo intencional (Unkelbach, 2007). É importante ter em conta, no entanto, duas considerações que sugerem problemas com o uso da familiaridade como um diagnóstico de verdade: nem todas as afirmações que encontramos são verdadeiras e o sentimento de familiaridade pode ser uma ilusão (Parks & Toth, 2006). Mais ainda, as memórias semânticas estão associadas ao conhecimento factual que possuímos sobre o mundo e, por definição, normalmente têm informações empobrecidas sobre o contexto em que essa informação foi adquirida (Henkel & Mattson, 2011).

A literatura sugere que a fluência de processamento está subjacente ao efeito de ilusão de verdade. Assim, também a fluência de processamento demonstrou mediar os efeitos de verdade promovidos pela repetição (e.g., Dechêne et al., 2010; Reber & Schwarz, 1999; Unkelbach, 2007), levando a um aumento na veracidade percebida das afirmações por meio de mecanismos de aprendizagem adaptativa que associam fluência de processamento com verdade (Begg et al., 1992, Unkelbach, 2007; Unkelbach & Stahl, 2009). Por fluência de processamento entende-se a facilidade experimentada de processos cognitivos perceptivos ou conceptuais em funcionamento durante o processamento de informação, que pode ser conseguida através, por exemplo, da facilidade linguística ou da facilidade perceptiva (Alter & Oppenheimer, 2009;

Unkelbach, 2007). No que concerne à fluência conceptual, esta está associada à facilitação do processamento de informações por haver uma semelhança entre conceitos semanticamente relacionados. Por sua vez, a fluência perceptiva implica a facilidade com que as pessoas são capazes de perceber os estímulos alvo (Alter & Oppenheimer, 2009).

A repetição torna as afirmações mais fáceis de processar, isto é, mais fluentes em relação a novas afirmações, levando as pessoas à falsa conclusão de que são mais verdadeiras (e.g., Alter & Oppenheimer, 2009; Begg et al., 1992; Brashier & Marsh, 2020; Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020; Reber & Schwarz, 1999; Unkelbach, 2007; Unkelbach & Stahl, 2009). Ou seja, o processamento de uma afirmação repetida é experimentado como inesperadamente fluente (Dechêne et al., 2010) já que fluência e verdade são frequentemente correlacionadas no mundo real (Garcia-Marques et al., 2015; Unkelbach, 2007). De facto, há uma grande probabilidade de as pessoas encontrarem informações verdadeiras de forma repetida ou com mais frequência do que informações falsas, por isso, essas informações são processadas com maior fluência, dando a entender que existe esta relação positiva entre fluência de processamento e verdade (Unkelbach, 2007). Há também evidências de que a fluência de processamento é uma experiência positiva, levando a avaliações mais favoráveis dos estímulos. Isto é, uma maior fluência está associada ao desenvolvimento de afeto positivo por um estímulo, sendo que esta reação positiva manifestar-se-á em julgamentos de verdade mais elevados (Hasher et al., 1977; Unkelbach, 2007; Winkielman & Cacioppo, 2001). Desta forma, as pessoas aprendem a utilizar a fluência de processamento como um marcador de veracidade (Hassan & Barber, 2021; Unkelbach, 2007).

Por exemplo, Reber e Schwarz (1999) manipularam a fluência de processamento, não repetindo as afirmações, mas manipulando o contraste da cor em que as afirmações eram apresentadas com o fundo. Particularmente, foram apresentadas afirmações em diferentes cores que as tornavam mais fáceis de compreender (e.g., azul e vermelho) ou menos fáceis (e.g., verde, amarelo e azul-claro) contra um fundo branco, manipulando assim a facilidade de processamento associada à fluência perceptiva, independentemente da frequência de exposição. Por ser difícil isolar o papel da fluência perceptiva em paradigmas de exposição repetida, uma vez que esta última permite que os participantes pensem mais sobre a afirmação, este procedimento de exposição única possibilita o isolamento do papel da fluência perceptiva e dificulta a interpretação semântica das afirmações. Após a apresentação da afirmação, os participantes tiveram de escolher se a afirmação era verdadeira ou falsa, e era esperado que as afirmações fossem julgadas como mais verdadeiras quando apresentadas numa cor altamente visível em comparação com uma cor pouco visível. Os resultados corroboraram esta hipótese,

permitindo concluir que a fluência perceptiva afeta os julgamentos da verdade independentemente da frequência de exposição (Reber & Schwarz, 1999). Estes resultados foram replicados por Unkelbach (2007) num estudo de fluência perceptiva com afirmações conhecidas e desconhecidas, apresentadas com cores de alto versus baixo contraste, verificando-se que os participantes classificaram afirmações fluentes como verdadeiras com uma maior frequência em comparação com afirmações pouco fluentes. Não obstante, a exposição anterior também induz fluência perceptiva devido à criação de uma representação do estímulo baseada em determinadas características (e.g., visuais) o que poderá facilitar a codificação e o processamento da afirmação quando encontrada uma segunda vez (Silva et al., 2017).

Parks e Toth (2006), no Estudo 1, manipularam a fluência perceptiva utilizando afirmações com uma letra fácil de ler (i.e., fluentes) em comparação com afirmações com uma letra difícil de ler (i.e., não fluentes), concluindo que as variações na fluência perceptiva produziram uma pequena influência nos julgamentos de verdade. Por outro lado, no Estudo 2, apresentaram afirmações em conjunto com um parágrafo de contexto congruente com as mesmas (i.e., fluentes) em oposição a afirmações apresentadas num parágrafo de contexto incongruente (i.e., não fluentes), das quais as afirmações fluentes receberam classificações de verdade significativamente mais elevadas do que as afirmações não fluentes. Esta descoberta é coerente com a ideia de que a fluência perceptiva e a conceptual podem produzir ilusões de verdade, sendo que a magnitude do efeito foi maior no Estudo 2 comparativamente ao Estudo 1. Desta maneira, os autores demonstraram que a manipulação da fluência conceptual teve um impacto maior nos julgamentos de verdade do que a manipulação da fluência perceptiva. Este resultado é consistente com o estudo de Silva et al. (2017) que demonstrou ser a repetição do significado das afirmações e não das suas características perceptivas o aspeto central para o efeito de ilusão de verdade.

Uma explicação adicional do porquê de a repetição aumentar a fluência de processamento surge da Teoria Referencial da Verdade de Unkelbach e Rom (2017). Estes autores afirmaram que os julgamentos de verdade são informados pela quantidade e pela coerência das referências que estão presentes na memória e que correspondem às afirmações. A teoria afirma que na fase de exposição, a afirmação apresentada é processada e armazenada na memória e, portanto, se os elementos da afirmação tiverem referências correspondentes, serão vinculados e formarão uma rede de informações localizada. Posteriormente, na fase onde são realizados os julgamentos de verdade, as afirmações repetidas passam a ter, em média, mais referências correspondentes que estão coerentemente ligadas devido à apresentação prévia. Por sua vez, as

afirmações novas têm, em média, menos referências correspondentes que estão coerentemente ligadas e por isso serão consideradas relativamente menos verdadeiras, embora não necessariamente falsas (Unkelbach & Rom, 2017). Como muitas vezes são utilizadas informações desconhecidas, as afirmações repetidas terão referências correspondentes mais coerentes do que as novas afirmações (Unkelbach et al., 2019). Desta forma, os julgamentos de verdade ocorrem em função do número de referências correspondentes e da sua coerência (Unkelbach et al., 2019). Logo, a repetição pode aumentar a coesão dos conceitos representados na memória e essa coesão será utilizada como um sinal de verdade (Unkelbach & Rom, 2017). De acordo com Hassan e Barber (2021), quando uma afirmação é repetida, essa repetição serve para aumentar a coerência entre os elementos de referência o que faz com que a afirmação seja processada de forma mais fluente e, portanto, percebida como mais verdadeira.

No mundo atual onde as informações falsas são abundantes, muitas vezes repetidas (Fazio, 2020) e potencialmente prejudiciais, é crucial compreendermos as implicações da verdade por repetição (Unkelbach et al., 2019). Ainda que tentemos ser factuais e precisos nas nossas comunicações, diversos mitos, rumores e falsidades são disseminados (Fazio & Sherry, 2020; Fragale & Heath, 2004). Assim sendo, a robustez do efeito de ilusão de verdade pode ser preocupante se considerarmos que a informação nos dias de hoje pode ser estrategicamente repetida (Hassan & Barber, 2021; Unkelbach, 2007; Unkelbach et al. 2019).

## **1.2. Efeito de Ilusão de Falsidade**

Um outro tipo de afirmações que é mencionado na literatura são as contradições. As afirmações contraditórias mantêm o tópico e as características perceptivas das afirmações originais, embora difiram entre si relativamente ao seu significado (e.g., Bacon, 1979; Garcia-Marques et al., 2015; Silva et al., 2017). Por exemplo, para a afirmação “Os crocodilos dormem com os olhos abertos”, a versão contraditória é “Os crocodilos dormem com os olhos fechados” (e.g., Garcia-Marques et al., 2015; Silva et al., 2017).

Afirmações contraditórias às apresentadas anteriormente são consideradas menos verdadeiras em comparação com afirmações completamente novas e, conseqüentemente, que as próprias afirmações repetidas, refletindo um *efeito de ilusão de falsidade* associado à contradição (Bacon, 1979; Garcia-Marques et al., 2015; Silva et al., 2017; Unkelbach & Rom, 2017). Este efeito tem sido amplamente replicado. Bacon (1979) apresentou afirmações repetidas, afirmações novas e afirmações contraditórias e os participantes foram informados de que metade das afirmações eram factualmente verdadeiras e metade eram factualmente falsas,

sabendo, assim, que as afirmações repetidas não tinham mais probabilidade de serem verdadeiras do que as novas e que as afirmações contraditórias tinham a mesma probabilidade de serem verdadeiras (i.e., contradizendo uma afirmação repetida falsa) como falsas (i.e., contradizendo uma afirmação repetida verdadeira). Mesmo assim, as afirmações repetidas foram percebidas como mais verdadeiras do que as afirmações novas, e as afirmações contraditórias foram percebidas como mais falsas do que as afirmações novas. Também Garcia-Marques et al. (2015) pediram aos participantes para fazerem os seus julgamentos de verdade a respeito de um conjunto de afirmações repetidas, novas e contraditórias, numa mesma sessão ou com um intervalo de uma semana. Quando nos referimos às afirmações contraditórias em comparação com as afirmações novas, os participantes atribuíram classificações de verdade mais elevadas às afirmações novas do que às contraditórias quando os julgamentos foram feitos na mesma sessão, refletindo um efeito de falsidade. Contudo, após um atraso de uma semana, as afirmações contraditórias foram julgadas como mais verdadeiras do que as afirmações novas. Isto é, quando passa algum tempo e os detalhes das afirmações são esquecidos, basta que as afirmações repitam o conteúdo geral das afirmações originais para serem aceites como verdadeiras, ainda que tenham um significado contraditório. Portanto, as pessoas que se lembram de ter ouvido uma determinada afirmação aceitaram a sua versão anterior como verdadeira e, por isso, rejeitaram a afirmação que a contradiz. Assim, o efeito de falsidade parece depender de as pessoas conseguirem recordar-se do significado exato das afirmações que receberam antes.

Mais tarde, Silva et al. (2017) desenvolveram um estudo em que comparam quatro tipos de afirmações: repetições literais, paráfrases das repetições, afirmações contraditórias e paráfrases das afirmações contraditórias, misturadas com afirmações completamente novas. Esta diferenciação permitiu a existência de mudanças no próprio texto das repetições literais, mantendo o seu significado (i.e., paráfrases), mudanças no significado das afirmações mantendo a maior parte da sua redação e o seu tópico (i.e., afirmações contraditórias) e mudanças na redação e no significado das afirmações, mantendo o tópico principal (i.e., paráfrases contraditórias). Com a comparação entre os diferentes tipos de repetição, foi possível testar até que ponto é que os indivíduos contam com os diferentes níveis de semelhança perceptiva e conceptual nos julgamentos. Os resultados do Estudo 2 mostraram que emergiu um efeito de ilusão de falsidade marginalmente significativo para afirmações que contradiziam o significado das afirmações originais, sendo que as contradições foram julgadas como menos verdadeiras do que as afirmações novas, e conseqüentemente, menos verdadeiras do que as afirmações originais. Este padrão foi semelhante para as afirmações contraditórias e para as

paráfrases contraditórias, demonstrando, mais uma vez, que o mais importante não é a repetição literal das características perceptivas das afirmações, mas antes a repetição do significado das mesmas. Resumidamente, a fluência conceptual ocorre porque a exposição prévia cria condições para que seja formada uma representação baseada no significado da afirmação que irá facilitar a codificação, o processamento e a recuperação da mesma em encontros posteriores, sendo que este tipo de fluência pode advir da ativação do significado da afirmação, ou de uma estrutura de conhecimento mais geral como o seu tema ou assunto (Silva et al., 2017).

Assim sendo, parece haver evidências que demonstram a importância dos mecanismos de memória controlada, uma vez que as ilusões de falsidade associadas a contradições parecem estar dependentes da recordação consciente dos detalhes associados ao significado das afirmações originais (Silva et al., 2017). Mais ainda, as pessoas acreditam naquilo que tem uma correspondência com informações recuperadas da memória e rejeitam inconsistências (Brashier & Marsh, 2020). Ou seja, as pessoas estão predispostas a acreditar em afirmações que parecem confirmar o conhecimento que têm e a não acreditar em afirmações que contradizem o mesmo (Bacon, 1979).

O efeito de falsidade tem por base uma explicação de fluência de processamento porque fluência e memória predizem efeitos opostos da exposição repetida na veracidade de afirmações que contradizem as encontradas anteriormente (Garcia-Marques et al., 2015). Por outro lado, e assente na Teoria Referencial da Verdade (Unkelbach & Rom, 2017), este efeito de falsidade surge porque as informações contraditórias são incompatíveis com a rede referencial estabelecida (Unkelbach et al., 2019). As implicações do efeito de ilusão de falsidade têm consequências na manutenção de falsas crenças e nas diferentes formas de mudar falsas crenças potencialmente prejudiciais, demonstrando o interesse teórico, mas também prático do presente estudo (Hassan & Barber, 2021; Unkelbach et al. 2019).

### **1.3. Especialização da Fonte de Informação**

Para além da repetição e da contradição, há pistas do contexto associadas à comunicação que parecem ter impacto na verdade percebida das informações (Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020). De facto, vários atributos da fonte de informação moderam o efeito de ilusão de verdade e de falsidade (e.g., Brashier & Marsh, 2020; Dechêne et al., 2010; Fazio, 2020; Fragale & Heath, 2004; Henkel & Mattson, 2011; Machackova & Smahel, 2018; Meinert & Krämer, 2022; Miller & Levine, 2019). A credibilidade é uma das diversas características da fonte de informação que as pessoas consideram ao formar julgamentos de verdade (Fazio, 2020;

Ismagilova et al., 2020; Miller & Levine, 2019; Nadarevic et al., 2020), sendo que afirmações atribuídas a fontes de maior credibilidade são classificadas como mais válidas e mais verdadeiras (Arkes et al., 1989). A credibilidade da fonte é também um forte preditor da capacidade de persuasão da informação que é transmitida (Miller & Levine, 2019; Nadarevic et al., 2020), sendo as pessoas mais persuadidas por fontes de alta credibilidade (Fragale & Heath, 2004).

Ainda que seja habitualmente estudada como um construto unidimensional, a credibilidade subdivide-se na confiabilidade e na especialização da mesma (Hocevar et al., 2017; Machackova & Smahel, 2018; Miller & Levine, 2019; Nadarevic et al., 2020). Quanto à confiabilidade da fonte, definida como o grau de confiança que o destinatário tem na mensagem transmitida pelo comunicador de informações (Ismagilova et al., 2020), influencia a validade percebida da informação recebida, sendo que as pessoas têm tendência para a classificarem como mais verdadeira e confiável em comparação com informações originárias de uma fonte não confiável (Begg et al., 1992; Fragale & Heath, 2004; Henkel & Mattson, 2011; Ismagilova et al., 2020; Nadarevic et al., 2020).

Por sua vez, a especialização da fonte define-se como o grau em que uma fonte é capaz de fornecer informações corretas sobre uma determinada temática, por intermédio da sua experiência e formação (Hocevar et al., 2017; Ismagilova et al., 2020). A especialização da fonte tem um forte impacto na utilidade e credibilidade que é atribuída às informações (Clark et al., 2012; Dechêne et al., 2010; Ismagilova et al., 2020; Machackova & Smahel, 2018; Meinert & Krämer, 2022; Reimer et al., 2004). As informações que advém de uma fonte com alto nível de especialização são assumidas como mais credíveis, pois o recetor da informação não tem motivos para duvidar da exatidão da mesma, dado o conhecimento e competência da fonte que a transmitiu (Ismagilova et al., 2020). Isto é, se a informação for apoiada por uma fonte especializada, as pessoas ficam mais inclinadas para confiar nela (Machackova & Smahel, 2018; Reimer et al., 2004), o que influenciará positivamente a adoção da informação (Ismagilova et al., 2020). A especialização da fonte pode ser um importante influenciador da interpretação de informações ambíguas (Reimer et al., 2004). De facto, o atributo da especialização da fonte foi considerado uma pista muito relevante uma vez que as sugestões de perícia foram escolhidas com mais frequência do que alternativas, como por exemplo, as classificações de outros utilizadores ou a fotografia do perfil (Meinert & Krämer, 2022).

Relacionado com a associação entre fontes de elevada especialização e informações confiáveis e verdadeiras está a heurística da expertise, que pressupõe que as afirmações partilhadas por especialistas podem ser confiáveis, fazendo com que a mera indicação ou

percepção de uma fonte como com elevada especialização aumente as percepções de credibilidade (Fragale & Heath, 2004; Meinert & Krämer, 2022; Reimer et al., 2004). Assim, as pessoas parecem ser mais motivadas a atender a, e até a serem mais persuadidas por uma fonte com elevada especialização, em comparação com os não especialistas, já que as informações provindas das mesmas provavelmente serão consideradas mais válidas, credíveis e corretas (Clark et al., 2012).

A verdade percebida das informações é influenciada pela credibilidade da fonte de informação, mesmo em situações em que essas informações aparecem de forma repetida (Henkel & Mattson, 2011). Begg e colaboradores (1992) investigaram os efeitos da credibilidade da fonte com a repetição de informações. De facto, quando a fonte é recordada e quando comparadas afirmações repetidas de uma fonte credível, afirmações repetidas de uma fonte não credível e afirmações novas, as afirmações repetidas da fonte credível foram consideradas mais verdadeiras em comparação com as afirmações repetidas da fonte não credível, mas também as afirmações repetidas da fonte não credível foram consideradas mais verdadeiras do que as afirmações novas dessa mesma fonte (Begg et al., 1992). Mais recentemente, Nadarevic e colegas (2020) manipularam a exposição repetida das afirmações e a credibilidade da fonte relacionada com a sua especialização em questões sociais como educação, saúde e política. Para isso, foi associada a cada afirmação apresentada uma fonte especialista (i.e., fontes institucionais e revistas científicas associadas ao tema, por exemplo, Universidade de Oslo), uma fonte não especialista (i.e., nomes fictícios em conjunto com uma posição ou atividade que não está relacionada com o conteúdo da afirmação, por exemplo, Restaurador Ingvild Fosse) e uma condição sem qualquer fonte. Primeiramente, o Estudo 1 teve como objetivo compreender o efeito da especialização da fonte sobre a verdade percebida das afirmações. Desta forma, os resultados mostraram que os participantes tiveram em consideração a especialização da fonte ao formar julgamentos de verdade, na medida em que as afirmações da condição especialista foram consideradas mais verdadeiras, seguida da condição sem fonte e, por último, a condição da fonte não especialista que teve as afirmações com valores de verdade mais baixos. Isto sugere que as informações fornecidas por não especialistas foram menos aceites como verdadeiras por comparação à fonte especialista. A exposição repetida foi também incluída no Estudo 2, onde foram utilizadas afirmações repetidas e afirmações novas e no qual os resultados mostraram que os efeitos da fonte de especialização e da repetição foram aditivos, logo, as pessoas integraram informações de origem e a fluência de uma afirmação ao formar julgamentos de verdade. No Estudo 4, a manipulação da credibilidade da fonte passou a ser pela confiabilidade da mesma, através de uma fonte confiável (e.g., um nome e um

logótipo de uma fonte de notícias confiável e real) e uma fonte não confiável (e.g., um nome e um logótipo de uma fonte de notícias não confiável e falsa) e foram utilizadas afirmações contraditórias para além de afirmações repetidas e afirmações novas. Na verdade, os resultados revelaram um efeito da confiabilidade da fonte em que as fontes confiáveis obtiveram julgamentos de verdade superiores aos das fontes não confiáveis. No entanto, o resultado mais relevante a ter em consideração é que, apesar da especialização da fonte ter tido impacto nos julgamentos de verdade, em nenhum dos estudos moderou o impacto da repetição. Isto é, verificou-se a existência de um efeito de ilusão de verdade e um efeito de ilusão de falsidade já que as afirmações repetidas foram consideradas mais verdadeiras do que as afirmações novas e as afirmações contraditórias foram consideradas menos verdadeiras do que as afirmações novas, e conseqüentemente, que as afirmações repetidas, independentemente da especialização da fonte.

#### **1.4. O presente estudo: Ilusões de verdade e de falsidade e a correção de mitos sobre nutrição**

Com o aumento do uso da internet como fonte de informações gratuitas e de fácil acesso relacionadas com saúde (Hocevar et al., 2017; Machackova & Smahel, 2018; Schuldt et al., 2016), milhões de pessoas procuram um acesso rápido a conselhos de saúde confiáveis e credíveis. Mais especificamente, tem sido documentada a crescente popularidade de sites relacionados com alimentação e nutrição, como blogs sobre alimentação ou até determinadas redes sociais que normalmente apresentam fotografias de alimentos acompanhadas de um texto descritivo sobre práticas a implementar (Chan et al., 2020; Rowe & Alexander, 2017; Sabbagh et al., 2020; Schuldt et al., 2016).

Quando nos referimos a informações sobre saúde, nomeadamente, alimentação e nutrição, as questões da confiabilidade dessas informações é bastante relevante, já que a utilização e adoção de práticas baseadas em informações de baixa qualidade pode ter um impacto muito negativo ao nível individual e da comunidade (Machackova & Smahel, 2018). Mais ainda, a prática de uma ingestão alimentar saudável é fulcral para a manutenção da saúde e do bem-estar, para a prevenção de doenças crónicas e para a otimização da esperança média de vida (Lesser et al., 2015; Sinatra & Lombardi, 2020).

Como já foi referido, não podemos negar o facto de que muitas pessoas utilizam os meios digitais para procurar informações sobre alimentação e nutrição, mesmo que essas informações possam vir de inúmeras fontes e possuir uma precisão variável (Chan et al., 2020; Hocevar et

al., 2017). Assim, são as pessoas com menos conhecimento que utilizam estes meios para suprimir as suas dúvidas e para encontrarem informações gratuitas facilmente (Hocevar et al., 2017; Machackova & Smahel, 2018; Schuldt et al., 2016). Mais ainda, sabendo que as pessoas especialistas num determinado tópico podem ser menos suscetíveis ao efeito de ilusão de verdade já que possuem conhecimentos diretamente relacionados com as afirmações (Fazio et al., 2015), é crucial que consideremos as pessoas com um conhecimento menos aprofundado em alimentação e nutrição. Além disso, a consideração da especialização da fonte de informação pode ser ainda mais importante ao avaliar a credibilidade das informações de saúde do que de outros tipos de informações (Hocevar et al., 2017).

Desta forma, o presente estudo pretende investigar o impacto da especialização da fonte no efeito de ilusão de verdade associado à repetição e no efeito de ilusão de falsidade associado à contradição, de informações sobre alimentação e nutrição. As pessoas tendem a perceber as informações a que são expostas de forma repetida como mais verdadeiras (Hasher et al., 1977; Hassan & Barber, 2021), nomeadamente, informações sobre alimentação e nutrição. A repetição influencia a verdade subjetiva através de diferentes mecanismos mnésicos, tornando-se aparente como é que mesmo informações flagrantemente falsas podem vir a fixar-se de tal forma que no final são aceites como verdades (Unkelbach et al., 2019).

À medida que as pessoas recorrem aos meios digitais para obter informações sobre alimentação e nutrição, é imperativo entender melhor os fatores que influenciam os julgamentos de verdade sobre as mesmas (Chan et al., 2020; Schuldt et al., 2016), por ser um meio que não expõe apenas informações de uma única fonte, mas diversas fontes podendo até transmitir informações incorretas (Hocevar et al., 2017). De facto, é importante evitar que informações falsas se instalem, uma vez que são extremamente difíceis de corrigir. As pessoas armazenam simultaneamente as correções e a desinformação original sendo que a correção mais recente é esquecida num ritmo mais rápido do que a informação falsa mais antiga (Brashier & Marsh, 2020). Assim sendo, é essencial compreender o papel da especialização da fonte de informação nos julgamentos de verdade de diferentes tipos de afirmação, pelo risco potencialmente alto do uso de informações de baixa qualidade na saúde (Henkel & Mattson, 2011; Machackova & Smahel, 2018). Para isso, manipulámos o tipo de afirmação, o estatuto de verdade das afirmações e a especialização da fonte através da sua profissão.

É esperado que as informações repetidas apresentadas pela fonte com elevada especialização sejam consideradas mais verdadeiras do que informações repetidas provenientes de uma fonte com baixa especialização (Nadarevic et al., 2020). Assim, prevê-se que a magnitude do efeito de ilusão de verdade aumente nas condições em que a fonte tem elevada

especialização em comparação com a fonte com baixa especialização (Henkel & Mattson, 2011; Nadarevic et al., 2020). Adicionalmente, tendo em conta que informações que provém de uma fonte especialista são percebidas como mais credíveis (Clark et al., 2012; Fragale & Heath, 2004; Ismagilova et al., 2020; Meinert & Krämer, 2022) e confiáveis (Machackova & Smahel, 2018; Reimer et al., 2004) em comparação com uma fonte não especialista, a probabilidade de as pessoas adotarem e serem persuadidas por essas informações aumenta (Hocevar et al., 2017; Ismagilova et al., 2020). Assim, neste estudo pretende-se compreender se quando a fonte de informação tem um conhecimento especializado no tópico da alimentação e nutrição em comparação com uma fonte com baixa especialização, há uma maior aceitação de informações que sejam contraditórias a informações falsas passadas anteriormente, o que nos permitiria desconstruir algumas informações nutricionais incorretas. Desta forma, espera-se que contradições apresentadas por uma fonte com elevada especialização sejam consideradas mais verdadeiras do que contradições apresentadas por uma fonte com baixa especialização, traduzindo-se numa atenuação do efeito de ilusão de falsidade nessa condição.

## CAPÍTULO 2

# Método

### 2.1. Pré-teste

#### 2.1.1. Participantes

O pré-teste foi realizado por 58 participantes com idades compreendidas entre os 18 e os 69 anos ( $M = 27.90$ ,  $DP = 12.31$ ). Destes, 79.31% são do género feminino, 18.97% são do género masculino e 1.72% preferiu não responder. Os participantes reportaram um nível de conhecimento em nutrição baixo a moderado ( $M = 3.67$ ,  $DP = 1.29$ , IC 95% [3.33, 4.00],  $n = 57$ , um participante não respondeu), numa escala de 1 = *Muito reduzido* a 7 = *Muito elevado*.

#### 2.1.2. Material

Foram criadas duas listas compostas por 64 pares de afirmações sobre nutrição com uma versão verdadeira e uma versão falsa. Desta forma, as versões verdadeiras e as versões falsas contradizem-se no significado, mas são em tudo o resto muito semelhantes entre si (e.g., Bacon, 1979; Fazio et al., 2015; Garcia-Marques et al., 2015). Por exemplo, “Comer banana engorda.” versus “Comer banana não engorda.”. Deste total, foram seleccionadas 59 afirmações verdadeiras e 59 afirmações falsas (Anexo A). As afirmações foram seleccionadas a partir de artigos e livros sobre alimentação e nutrição assim como de outras fontes de informação, nomeadamente blogs e páginas de internet sobre mitos e verdades alimentares (e.g., BBC, 2015; Casazza et al., 2013; Halpern & Mendes, 2021; Lesser et al., 2015; Murray, 2002; Navarro & Pérez-Llamas, 2013; Santos, 2021).

Foram criadas duas versões de material ( $n_{versãoA} = 30$ ;  $n_{versãoB} = 28$ ), contrabalançadas tendo por base o estatuto de verdade da afirmação para que as duas versões da mesma afirmação não fossem apresentadas na mesma versão do pré-teste (e.g., Garcia-Marques et al., 2015; Hassan & Barber, 2021; Silva et al., 2017). Assim, se na versão A do pré-teste aparece uma afirmação na sua versão verdadeira (e.g., “O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.”), na versão B aparecerá a versão falsa dessa afirmação (e.g., “O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.”). Para a escolha das afirmações que compõem cada uma das versões foi feita uma aleatorização dos 59 pares verdadeiro-falso e foram definidas as 29 afirmações com estatuto verdadeiro que foram utilizadas na versão A do pré-teste e que,

consequentemente, definiram as 30 afirmações verdadeiras presentes na versão B (consultar Anexo B para visualização de ambas as versões do pré-teste).

### **2.1.3. Procedimento**

O pré-teste foi programado com o software online *Qualtrics* e realizado por via online. A hiperligação do estudo foi divulgada por contactos próximos através das redes sociais (e.g., Whatsapp). Os participantes foram informados sobre a confidencialidade, o anonimato das suas respostas e a possibilidade de interromperem a sua participação a qualquer momento do estudo, dando o seu consentimento informado para participação no mesmo. Foi pedido que indicassem a sua idade e o seu género.

De seguida, foi explicado aos participantes que iriam visualizar um conjunto de afirmações e que teriam que as avaliar em dois aspetos: familiaridade e veracidade. A familiaridade refere-se a quanto é que uma afirmação é familiar para o participante, utilizando uma escala de 7 pontos, de 1 = *Nada familiar* a 7 = *Muito familiar*. Os julgamentos de verdade implicam caracterizar quanto é que o participante considera que a afirmação é falsa ou verdadeira utilizando uma escala de 7 pontos, de 1 = *Definitivamente falso* a 7 = *Definitivamente verdadeiro*.

Assim, cada participante visualizou 59 afirmações (i.e., 29 verdadeiras e 30 falsas ou 30 verdadeiras e 29 falsas) conforme a versão aleatoriamente atribuída. As afirmações foram apresentadas uma a uma, no centro do ecrã branco, com letra preta e com as escalas abaixo e também centradas. Os participantes foram ainda questionados sobre a perceção que têm do seu conhecimento em nutrição e no final agradeceu-se a sua participação. O pré-teste teve uma duração média de 8 minutos.

### **2.1.4. Resultados**

Para cada afirmação foi calculada a média dos julgamentos de verdade e de familiaridade. Quando os participantes têm um conhecimento factual sobre as afirmações responderão tendo por base esse conhecimento. Por este motivo, existe uma necessidade de selecionar afirmações neutras, e por isso, com alguma ambiguidade em relação ao seu estatuto de verdade, minimizando a possibilidade de os participantes se tornarem imunes aos efeitos da repetição (Dechêne et al., 2010; Silva et al., 2012). Assim, os critérios de seleção das afirmações a utilizar no estudo principal incluíram, no caso dos julgamentos de verdade, uma diferença de médias entre a versão falsa e a versão verdadeira das afirmações entre -1.50 e 1.50 pontos e quanto aos

julgamentos de familiaridade, uma diferença de médias entre a versão falsa e a versão verdadeira entre -1.50 e 2.00 pontos.

Esta categorização permitiu-nos obter um conjunto de 30 pares de “afirmações neutras” em termos de julgamentos de verdade ( $M = 3.90$ ,  $DP = 1.74$ , IC 95% [3.27, 4.53]) e de familiaridade ( $M = 4.17$ ,  $DP = 1.88$ , IC 95% [3.48, 4.85]), uma vez que a versão verdadeira e a versão falsa de cada afirmação demonstrou ser avaliada pela população de participantes como tendo uma probabilidade semelhante de ser verdadeira em qualquer uma dessas duas versões (Bacon, 1979; Garcia-Marques et al., 2015; Garcia-Marques et al., 2017; Silva et al., 2012; Silva et al., 2017) (para aceder aos resultados detalhados do pré-teste, ver o Anexo C).

## 2.2. Estudo Principal

### 2.2.1. Participantes e design

Foi realizada uma análise de poder à priori utilizando o G-Power 3.1 e considerando um teste de medidas repetidas com uma interação *within-between*, que perante o tamanho do efeito de  $f = .15$ , com  $\alpha = .05$  e poder de  $1-\beta = .80$ , indicou um mínimo de 218 participantes<sup>1</sup>. De um total de 339 participantes, apenas 205 completaram o questionário até ao fim. Destes, 82.0% são do género feminino e 18.0% são do género masculino com idades entre os 19 e os 77 anos ( $M = 38.70$ ,  $DP = 14.82$ ). Dos 205 participantes, excluámos 76 participantes que falharam a verificação da manipulação de especialização da fonte, ou que indicaram área de estudos e/ou área profissional relacionada com a área da nutrição e alimentação uma vez que pessoas especialistas num determinado tópico podem ser menos suscetíveis ao efeito de ilusão de verdade por possuírem um conhecimento objetivo sobre as afirmações (Arkes et al., 1989; Fazio et al., 2015). Assim, a nossa amostra final conta com 129 participantes<sup>2</sup>, com idades entre os 19 e os 77 anos ( $M = 37.43$ ,  $DP = 14.33$ ), 82.9% são do género feminino e 17.1% são do género masculino. Ainda, 1.6% têm o 4º ano, 1.6% tem o 6º ano, 5.4% têm o 9º ano, 20.2% têm o Ensino Secundário, 3.9% têm um Curso Técnico-Profissional, 46.5% têm Licenciatura, 19.4% têm

---

<sup>1</sup> O tamanho médio do efeito de ilusão de verdade relatado anteriormente por Dechêne et al. (2010) apresenta uma magnitude moderada, com os intervalos de confiança do indicador da magnitude do efeito a variarem entre  $d = .32$  e  $d = .59$ . Ainda assim, de acordo com Nadarevic et al. (2020) e considerando a interação da credibilidade da fonte e da repetição das afirmações, foi considerado um tamanho de efeito de  $f = .25$ . Tendo em conta que no presente estudo a especialização da fonte foi manipulada entre-participantes, fomos mais conservadores e definimos um tamanho do efeito mais pequeno.

<sup>2</sup> Considerando como referência o tamanho do efeito de  $f = .25$  reportado por Nadarevic et al. (2020), com  $\alpha = .05$  e poder de  $1-\beta = .80$ , a análise de poder à priori indicou um mínimo de 82 participantes e, desta forma, a amostra recolhida seria suficiente.

Mestrado e 1.6% têm Doutorado. Em geral, a nossa amostra reporta um baixo conhecimento em nutrição ( $M = 3.09$ ,  $DP = 0.98$ , IC 95% [2.92, 3.26]), numa escala de 1 = *Muito reduzido* a 6 = *Muito elevado*.

A amostra foi recolhida por conveniência, através da partilha por contactos próximos, pelo LinkedIn, Whatsapp, Facebook e Instagram, entre 22 de fevereiro e 16 de março de 2022, e tivemos como critério de inclusão ter mais de 18 anos.

Os participantes foram aleatoriamente distribuídos pelas condições de um desenho fatorial misto 3 (tipo de afirmação: repetida vs. nova vs. contraditória) X 2 (estatuto de verdade da afirmação: verdadeira vs. falsa) X 2 (especialização da fonte: elevada, nutricionista vs. baixa, influencer), com o último fator manipulado entre-participantes.

## **2.2.2. Material**

### **2.2.2.1. Conjunto de afirmações selecionadas no pré-teste**

A partir do pré-teste foram selecionados 30 pares de afirmações verdadeiras-falsas que cumpriam os critérios acima descritos, compondo a lista de estímulos (consultar a lista completa das afirmações no anexo D).

### **2.2.2.2. Versões do Estudo**

Este tipo de estudos é composto por duas fases: a fase de exposição e a fase de teste. A fase de exposição é o primeiro contacto dos participantes com um conjunto específico de afirmações, servindo para fazer a indução do estatuto de repetição e contradição das afirmações que serão posteriormente avaliadas relativamente à sua veracidade (Silva et al., 2012).

Do conjunto de 30 pares de afirmações, duas foram previamente definidas como afirmações novas (ambas na sua versão falsa uma vez que a versão verdadeira dessas afirmações não cumpria o critério de ambiguidade relativamente ao estatuto verdadeiro-falso, sendo muito dúbias) e dos restantes 28 pares, foram selecionadas aleatoriamente oito afirmações para serem utilizadas também como “novas”. Por terem sido definidas duas afirmações que seriam utilizadas apenas na sua versão falsa, destas oito afirmações, também duas foram designadas aleatoriamente para serem utilizadas apenas na sua versão verdadeira. Os restantes 20 pares de afirmações verdadeiras-falsas foram utilizadas como afirmações repetidas e contraditórias.

Na fase de exposição, foram criadas duas versões (Versão A e Versão B) compostas por 20 afirmações (10 verdadeiras e 10 falsas) e contrabalançadas entre si pelo estatuto de verdade da afirmação (e.g., Garcia-Marques et al., 2015; Hassan & Barber, 2021). Ou seja, se na versão A

da fase de exposição uma afirmação está na sua versão verdadeira, então na versão B da fase de exposição estará na sua versão falsa (e.g., “Beber água em jejum não faz perder peso.” na versão A vs. “Beber água em jejum faz perder peso” na versão B). As afirmações foram aleatoriamente selecionadas e isso definiu a composição de cada versão (ver tabela E1 e E2, Anexo E).

A fase de teste foi composta pela apresentação de 30 afirmações. Dez dessas 30 afirmações são repetições literais das afirmações apresentadas na fase de exposição (cinco verdadeiras e cinco falsas), outras 10 são contradições das afirmações apresentadas também na fase de exposição (cinco verdadeiras e cinco falsas) e as últimas 10 são consideradas novas (cinco verdadeiras e cinco falsas, comuns a todas as versões do material). As versões concebidas foram contrabalançadas tendo por base o estatuto de verdade da afirmação e o tipo de afirmação (e.g., Garcia-Marques et al., 2015; Hassan & Barber, 2021; Nadarevic et al., 2020; Reber & Schwarz, 1999; Silva et al., 2017) dando origem a quatro diferentes versões (A1, A2, B1, B2) (consultar o Anexo E para a visualização da constituição de cada versão). Por comparação, a versão A1 e B1 equilibram o estatuto de verdade das afirmações, já que se na versão A1 uma afirmação está na sua versão verdadeira (e.g., “O jejum desacelera o metabolismo.”) na versão B1 a afirmação aparece na sua versão falsa (e.g., “O jejum acelera o metabolismo.”). Ainda, a versão A1 e A2 equilibram factualmente o tipo de frase repetidas/contraditórias e por isso, se na versão A1 uma afirmação aparece como repetida da fase de exposição (e.g., “Pão tostado engorda menos que pão normal.”), na versão A2 a afirmação que aparece é contraditória à visualizada na versão A da fase de exposição (e.g., “Pão tostado engorda mais que pão normal.”).

Sabendo que as versões da fase de teste que foram construídas sucedem das versões A e B da fase de exposição, se o participante na fase de exposição visualizar a versão A terá que aceder à versão A1 ou à versão A2 na fase de teste (definido aleatoriamente), e o mesmo se aplica caso tenha acedido à versão B na fase de exposição (i.e., terá de visualizar a versão B1 ou B2, definido aleatoriamente). Mais ainda, como o fator da especialização da fonte foi manipulado entre-participantes, cada uma das quatro versões foi “multiplicada” por duas (uma vez que o fator tem dois níveis), dando origem a oito versões de material: nutricionista - versão A1 ( $n = 18$ ), influencer - versão A1 ( $n = 16$ ), nutricionista - versão A2 ( $n = 15$ ), influencer - versão A2 ( $n = 19$ ), nutricionista - versão B1 ( $n = 18$ ), influencer - versão B1 ( $n = 13$ ), nutricionista - versão B2 ( $n = 19$ ) e influencer - versão B2 ( $n = 11$ ).

Em suma, dependendo da condição experimental, na fase de teste, todos os participantes avaliaram 10 afirmações repetidas, 10 afirmações novas e 10 afirmações contraditórias,

variando entre-participantes a fonte que transmitia essas informações (para visualizar um esquema ilustrativo da construção das versões do estudo, consultar Anexo F).

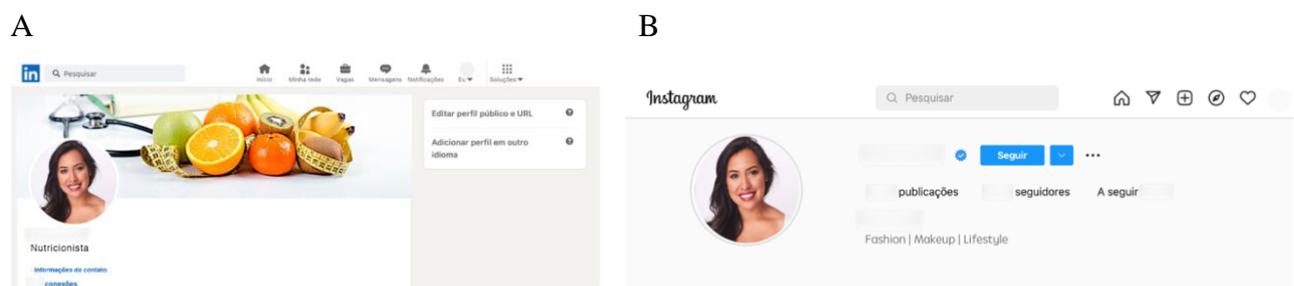
### 2.2.2.3. Especialização da fonte: Perfil de LinkedIn e Perfil de Instagram

Para a manipulação da especialização da fonte através da profissão foram construídos dois perfis de redes sociais online: um perfil de LinkedIn, para operacionalização da elevada especialização e um perfil de Instagram, para a operacionalização da baixa especialização (ver painel A e B da Figura 1, respetivamente).

Ambos os perfis apresentaram a imagem de um indivíduo do género feminino, de aparência relativamente natural na sua essência, tendo sido avaliados pelos investigadores como realistas no contexto de uma nutricionista e de uma influencer. A informação apresentada no perfil da fonte com elevada especialização realça pistas associadas à profissão de nutricionista (e.g. imagem alusiva a nutrição e saúde) e a fonte de baixa especialização destaca atividades que não estão claramente relacionadas com temas de alimentação e nutrição (e.g., foco no interesse em moda e lifestyle) (e.g., Nadarevic et al., 2020). As informações do nome, número de conexões/seguidores e outras informações pessoais foram ocultadas, de forma a promover o foco na profissão.

### Figura 1.

*Perfil de LinkedIn (A) e Perfil de Instagram (B)*



### 2.2.3. Procedimento

O estudo foi programado com o software online *Qualtrics* e realizado por via online. Antes dos participantes iniciarem a colaboração no estudo foram informados sobre a confidencialidade e

o anonimato das suas respostas e foi-lhes também dada a opção de desistir a qualquer momento do preenchimento do mesmo, dando assim o seu consentimento informado. Primeiramente, os participantes foram informados que o estudo era composto por duas tarefas. A primeira consistiu na leitura de um conjunto de afirmações sobre alimentação e nutrição, e a segunda incluiu a leitura de um novo conjunto de afirmações sobre o mesmo tópico e a classificação do grau em que são consideradas verdadeiras. De seguida, os participantes iniciaram a participação no estudo (para exemplificação do questionário, ver Anexo G).

Foi pedido aos participantes que indicassem a sua idade, o seu género e as suas habilitações literárias. Posteriormente, iniciou-se a fase de exposição. Os participantes tiveram acesso a uma de duas versões atribuída aleatoriamente (Versão A ou Versão B), visualizando 20 afirmações em que metade eram verdadeiras e metade eram falsas. Cada afirmação foi apresentada uma vez, no centro do ecrã branco e a negrito (a ordem das afirmações foi determinada aleatoriamente para cada participante). Os participantes foram apenas informados de que havia informações verdadeiras e falsas. Foi-lhes pedido que lessem cada afirmação e carregassem na seta para passarem para a afirmação seguinte.

Imediatamente após a fase de exposição, foi iniciada a fase de teste. Os participantes foram distribuídos aleatoriamente por uma das duas condições de especialização da fonte. Dependendo da condição experimental, os participantes foram informados que iriam visualizar um novo conjunto de afirmações sobre alimentação e nutrição e que as mesmas teriam sido divulgadas por uma nutricionista ou por uma influencer, juntamente com o perfil correspondente, isto é, um perfil de LinkedIn ou um perfil de Instagram, respetivamente (e.g., Nadarevic et al., 2020). Os participantes visualizaram 30 afirmações (10 repetidas, 10 novas e 10 contraditórias) que foram apresentadas uma a uma e de forma aleatória. Foi-lhes pedido que avaliassem a veracidade deste novo conjunto de afirmações utilizando uma escala de 6 pontos, desde 1 = *Definitivamente falso* a 6 = *Definitivamente verdadeiro*<sup>3</sup> (e.g., Fazio, 2020; Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020). O perfil de LinkedIn ou de Instagram da fonte das afirmações apareceu em conjunto com cada afirmação a ser avaliada (e.g., Nadarevic et al., 2020).

No final do estudo foi pedido aos participantes que respondessem a algumas questões de controlo. Primeiro, os participantes indicaram uma avaliação do seu conhecimento em nutrição e se a sua área de estudos e/ ou área profissional está relacionada com a área da nutrição e alimentação. Como verificação da manipulação de especialização da fonte, foram questionados

---

<sup>3</sup>As escalas pares estão associadas a um efeito com uma magnitude significativamente maior em comparação com escalas ímpares (Dechêne et al., 2010).

sobre a profissão da pessoa que tinha apresentado as informações visualizadas na fase de teste (e.g., Fragale & Heath, 2004), indicando se era nutricionista, influencer, médica de clínica geral, instrutora de fitness, outra profissão não mencionada, ou se não se recordavam. Por último, indicaram em que medida essa pessoa era perita em nutrição (e.g., Koch & Zerback, 2013), utilizando uma escala de 6 pontos de 1 = *Nada perita* a 6 = *Muito perita*. Após a conclusão da tarefa, os participantes foram esclarecidos sobre o objetivo do estudo e agradeceu-se a sua participação. O estudo teve uma duração entre 10 e 12 minutos.

## CAPÍTULO 3

# Resultados

### 3.1. Plano de Análise de Dados

Na análise de dados foram apenas incluídos os participantes que responderam ao questionário por completo e acertadamente à verificação da manipulação, bem como indicaram não ter área de estudos e/ou área profissional relacionada com a alimentação e nutrição, resultando na análise das respostas de 129 participantes.

Uma vez que este estudo utiliza uma escala num contínuo de verdade - falsidade, “as avaliações feitas pelos participantes nos ensaios de cada condição experimental são agrupadas numa média geral” (Silva et al., 2012, p. 225). O efeito de ilusão de verdade reflete-se no contraste de duas medidas repetidas, nomeadamente, a média da veracidade atribuída às afirmações repetidas e a média da veracidade atribuída às afirmações novas. Por sua vez, o efeito de ilusão de falsidade reflete-se também no contraste de duas medidas repetidas, especificamente, a média da veracidade atribuída às afirmações contraditórias e a média da veracidade atribuída às afirmações novas.

Era esperada a existência de um efeito de ilusão de verdade evidenciado por julgamentos de verdade mais elevados para afirmações repetidas do que para afirmações novas. Ainda, esperava-se que as afirmações contraditórias promovessem uma ilusão de falsidade sendo avaliadas como menos verdadeiras do que as afirmações novas e, conseqüentemente, que as afirmações repetidas. Além disso, era esperado que quando a fonte de informação tivesse uma elevada especialização no tópico da nutrição (i.e., nutricionista) levasse a julgamentos de verdade mais elevados do que a fonte com baixa especialização (i.e., influencer). Também era esperado que quando a fonte de informação fosse especialista em comparação com a fonte não especialista, levasse a uma maior aceitação de afirmações repetidas (i.e., um aumento na magnitude do efeito de ilusão de verdade) e de afirmações contraditórias às afirmações apresentadas anteriormente (i.e., uma atenuação do efeito de falsidade).

Assim, as médias dos julgamentos de verdade foram analisadas com uma ANOVA mista definida por 3 (tipo de afirmação) X 2 (estatuto de verdade da afirmação) X 2 (especialização da fonte), sendo este último manipulado entre-participantes. As comparações múltiplas realizadas no âmbito desta análise foram ajustadas com a correção de Bonferroni. Para a análise de dados utilizou-se o SPSS-27.

### 3.2. Examinando efeitos de verdade/ falsidade em função da especialização da fonte

Os resultados revelaram um efeito principal do tipo de afirmação na avaliação da veracidade das afirmações,  $F(2, 254) = 14.23, p < .001, \eta_p^2 = .101$ , sugerindo a existência de diferenças na avaliação dos três tipos de afirmações. Ao contrário do que era expectável, a diferença entre afirmações repetidas e afirmações novas não foi significativa e as médias não apresentaram o sentido esperado ( $M_{repetidas} = 3.56, EP = 0.07; M_{novas} = 3.59, EP = 0.05; p = 1.000$ ), não se verificando a presença do efeito de ilusão de verdade. No entanto, tal como esperado, a diferença entre afirmações contraditórias e afirmações novas foi significativa ( $M_{contraditórias} = 3.20, EP = 0.06; p < .001$ ), bem como a diferença entre afirmações contraditórias e afirmações repetidas ( $p = .001$ ), reproduzindo o efeito de ilusão de falsidade. Assim, apenas as afirmações contraditórias se diferenciaram dos restantes tipos de afirmações.

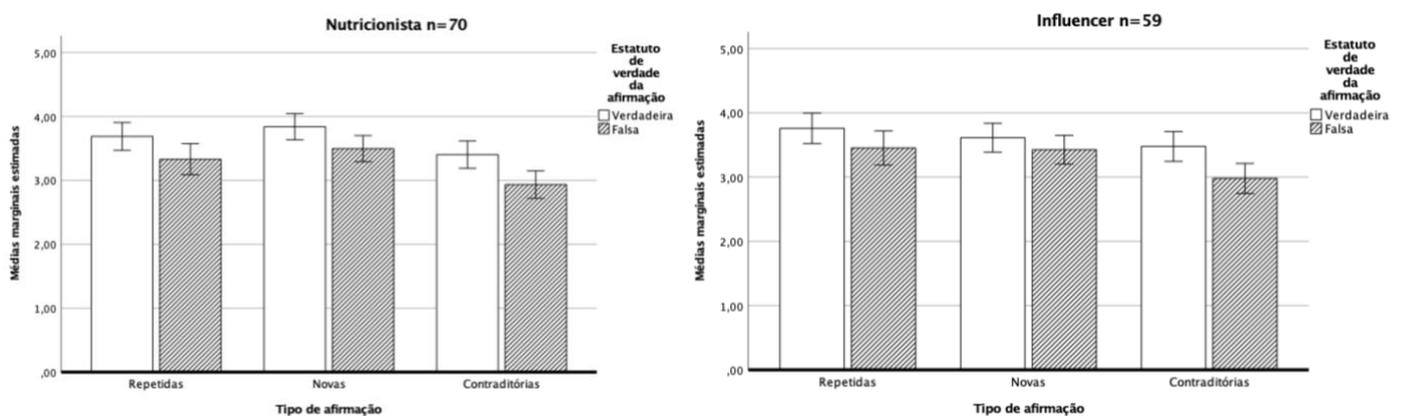
Encontrámos também um efeito principal do estatuto de verdade da afirmação na avaliação da veracidade das afirmações,  $F(1, 127) = 18.30, p < .001, \eta_p^2 = .126$ . Especificamente, tal como encontrado noutros estudos (e.g., Hasher et al., 1977; Unkelbach & Stahl, 2009), as afirmações efetivamente verdadeiras foram consideradas mais verdadeiras do que as afirmações efetivamente falsas ( $M_{verdadeiras} = 3.63, EP = 0.05; M_{falsas} = 3.27, EP = 0.06; p < .001$ ). No entanto, não se verificou nenhuma interação entre este efeito do estatuto de verdade da afirmação e o tipo de afirmação,  $F(2, 254) = 1.84, p = .161, \eta_p^2 = .014$ . Tal sugere que a (pequena) vantagem em termos de julgamentos de verdade para as afirmações factualmente verdadeiras é igual independentemente do tipo de afirmação (i.e., se são repetidas, novas ou contraditórias). Ainda, este fator também não interagiu significativamente com o fator da especialização da fonte,  $F(1, 127) = 0.13, p = .724, \eta_p^2 = .001$ .

Apesar da verificação da manipulação ter demonstrado, como esperado, que a fonte nutricionista foi tida como mais credível do que a fonte influencer ( $M_{nutricionista} = 3.94, DP = 1.28; M_{influencer} = 2.49, DP = 1.07$ ),  $t(127) = 6.89, p < .001, d = 1.22$ , como podemos observar, ambas as médias são baixas. Esta atribuição de baixa especialização às duas fontes pode ajudar a explicar o facto de não termos encontrado um efeito significativo deste fator na avaliação da veracidade das afirmações,  $F(1, 127) = 0.00, p = .967, \eta_p^2 = .000$ , sendo que os julgamentos de verdade foram semelhantes quando a fonte era nutricionista ( $M = 3.45, DP = 0.05$ ) e quando a fonte era influencer ( $M = 3.45, DP = 0.05$ ). Do mesmo modo, a interação entre a especialização da fonte e o tipo de afirmação não atingiu significância estatística,  $F(2, 254) = 1.30, p = .275, \eta_p^2 = .010$ .

Finalmente, também a interação entre os três fatores relevantes do nosso estudo (tipo de afirmação x estatuto de verdade da afirmação x especialização da fonte) não foi estatisticamente significativa,  $F(2, 254) = 0.32$ ,  $p = .728$ ,  $\eta_p^2 = .003$ . A Figura 2 ilustra o padrão de médias geral observado.

## Figura 2

*Classificações médias dos julgamentos de verdade por tipo de afirmação (repetidas vs. novas vs. contraditórias) e por estatuto de verdade da afirmação (verdadeira vs. falsa), com base na especialização da fonte (alta especialização – nutricionista vs. baixa especialização – influencer).*



*Nota.* As barras de erro representam os erros padrão das médias (+/-2EP). Atenção que a interação não é significativa e por isso visualizamos que os padrões representados são muito semelhantes.



## Discussão

O principal objetivo deste estudo consistiu na compreensão do impacto da especialização da fonte no efeito de ilusão de verdade associado à repetição e no efeito de ilusão de falsidade associado à contradição, de informações sobre alimentação e nutrição. As pessoas tendem a considerar as informações a que foram repetidamente expostas como mais verdadeiras em comparação com informações novas (Hasher et al., 1977; Hassan & Barber, 2021) e a classificar como menos verdadeiras as informações que contradizem essas informações originais (Bacon, 1979; Garcia-Marques et al., 2015; Silva et al., 2017; Unkelbach & Rom, 2017). Sabendo que a observação do impacto da especialização da fonte de informação pode ser relevante na avaliação da credibilidade e veracidade das informações sobre alimentação que nos chegam (Hocevar et al., 2017), investigámos se na situação em que a fonte de informação tem um conhecimento especializado no tópico da alimentação e nutrição, em comparação com uma fonte com baixa especialização, há uma maior aceitação de informações que sejam contraditórias a informações falsas passadas anteriormente.

Há uma longa tradição de investigações que têm como foco o efeito de ilusão de verdade, nas quais, consistentemente, as informações repetidas foram consideradas mais verdadeiras do que as informações novas (e.g., Arkes et al., 1989; Bacon, 1979; Begg et al., 1992; Brashier & Marsh, 2020; Dechêne et al., 2010; Fragale e Heath, 2004; Garcia-Marques et al., 2015; Garcia-Marques et al., 2017; Hasher et al., 1977; Hassan & Barber, 2021; Parks e Toth, 2006; Silva et al., 2017; Unkelbach, 2007; Unkelbach & Stahl, 2009). Ao contrário do esperado, no presente estudo não foram encontradas diferenças nos julgamentos de verdade entre afirmações repetidas e afirmações novas. Dado o suporte alargado para a existência recorrente do efeito de ilusão de verdade na literatura, é surpreendente que não tenha sido replicado no nosso estudo (para revisões, ver Dechêne et al., 2010; Unkelbach et al., 2019). Assim, os nossos resultados desafiam a ideia de que o efeito de ilusão de verdade é um efeito universal, que ocorre para todas as pessoas e todos os estímulos (Fazio & Sherry, 2020), e que persiste sob diferentes condições (Dechêne et al., 2010).

Uma das razões possíveis para a ausência do efeito de ilusão de verdade poderá estar assente na utilização de mitos como estímulos para a realização dos julgamentos de verdade, ainda que tenha sido feito um esforço para pré-testar as afirmações sobre alimentação e nutrição e que

tenham sido selecionadas as que apresentaram uma familiaridade média e que foram consideradas como tendo uma probabilidade semelhante de serem julgadas como verdadeiras na sua versão verdadeira e falsa (Bacon, 1979; Garcia-Marques et al., 2015; Garcia-Marques et al., 2017; Silva et al., 2012; Silva et al., 2017). Em muitos dos estudos realizados, as afirmações falsas foram inventadas em oposição a afirmações de conhecimento factual (e.g., Begg et al., 1992; Garcia-Marques et al., 2015; Hasher et al., 1977; Unkelbach, 2007), e por isso, efetivamente certas ou efetivamente erradas. Quando falamos de mitos referimo-nos a informações ou explicações ficcionais que foram relatadas e divulgadas como verdadeiras (Dicionário Priberam, 2022), representando conceitos que são pouco apoiados por evidências científicas (Lesser et al., 2015; Machackova & Smahel, 2018; Verbanac et al., 2019) e, assim, com um estatuto de verdade variável no tempo. Por isso, como durante a nossa vida aprendemos, em muitos contextos, a associar a experiência subjetiva de facilidade com verdade (e.g., Garcia-Marques et al., 2017; Unkelbach, 2007) e como as pessoas estão mais dispostas a acreditar numa afirmação se esta lhe parecer familiar independentemente de ser repetida ou não (Arkes et al., 1989), as afirmações novas podem já ter sido ouvidas noutros contextos e por isso foram consideradas tão verdadeiras quanto as afirmações repetidas.

O próprio tema escolhido, isto é, a alimentação e a nutrição pode introduzir algumas dúvidas. A constante evolução das temáticas da saúde, alimentação e nutrição promove o aparecimento de desafios crescentes para fornecer informações precisas e confiáveis. Ainda que sempre tenham existido notícias falsas sobre alimentação e nutrição, o que difere para o momento atual é a velocidade com que a informação e a desinformação viajam (Rowe & Alexander, 2017). Assim sendo, o tema da alimentação e nutrição está em constante mudança em consonância com as constantes descobertas que têm vindo a ser feitas sobre os mais diversos assuntos alimentares, o que pode fazer com que as pessoas se tornem mais céticas em relação às informações que são partilhadas sobre a temática. Tendo em conta que pessoas com maior tendência a exibir ceticismo podem ser menos suscetíveis ao efeito de verdade (Dechêne et al., 2010), este poderá ter sido um fator contributivo para a ausência de ilusões de verdade que observamos no nosso estudo.

Sabe-se, também, que a relação da verdade com a memória pode favorecer ou impedir ilusões de verdade (Garcia-Marques et al., 2017). A utilização da memória como base para a decisão sobre a veracidade de uma afirmação funciona como uma heurística (Arkes et al., 1989). Por conseguinte, ao julgar o valor de verdade de afirmações ambíguas, confiamos no quão familiares elas nos parecem porque acreditamos que a informação que mantemos na memória é verdadeira (Bacon, 1979; Parks & Toth, 2006; Unkelbach & Stahl, 2009). Esta

sensação de familiaridade pode surgir da experiência associada ao processamento de estímulos que encontramos no passado, dando a impressão de que já lemos ou ouvimos uma determinada afirmação anteriormente, ainda que não possamos recordá-la na íntegra (Silva, 2014). Desta forma, o facto de as informações nutricionais serem mutáveis no tempo (e.g., já ouvimos que “O alimento com mais vitamina C é a laranja.”, assim como já ouvimos “Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.”) e, por vezes, não conhecermos o estatuto de verdade factual das mesmas, faz com que quando as pessoas se deparam com frases repetidas e novas, possam considerar que todas são verdadeiras porque em algum momento já ouviram ou leram essa informação.

Efetivamente, teorias como a Teoria Referencial da Verdade (Unkelbach & Rom, 2017) podem ajudar a perceber a ausência de um efeito de ilusão de verdade verificada neste estudo. A teoria sugere que é esperada uma maior atribuição de verdade para afirmações repetidas em comparação com novas afirmações, pois, estas últimas têm, em média, menos referências correspondentes que ainda não estão vinculadas. As afirmações que trazem informações completamente novas, ou seja, informações nunca antes representadas na rede, farão com que novas ligações surjam (Unkelbach & Rom, 2017). No entanto, podemos pensar se no caso em que nos referimos a informações novas que já foram vistas e ouvidas anteriormente, se estas não terão já redes estabelecidas. Desta forma, a experiência da fluência depende do ajustamento de uma afirmação com a rede semântica de um destinatário, ou seja, quanto mais coerente a afirmação se interligar na rede e quanto mais referências a afirmação partilhar com a rede, mais fluentemente ela será processada na reexposição e maior a probabilidade de ser julgada como verdadeira. Além disso, os participantes julgaram afirmações novas como mais provavelmente verdadeiras quando estas compartilhavam referências com afirmações vistas anteriormente (Unkelbach & Rom, 2017). Como estamos a falar de mitos e de informações nutricionais amplamente divulgadas e que, por sua vez, podem já ter sido vistas anteriormente, isto implica que as estruturas já estivessem representadas na memória – mesmo que fossem novas na sucessão de afirmações que apareceram na experiência – e por isso os julgamentos de verdade podem ser mais semelhantes entre as afirmações repetidas e as afirmações novas. Não obstante, o simples facto de a própria temática ser alimentação e nutrição e o tipo de afirmações utilizadas serem, no geral, algo com que as pessoas já foram confrontadas (independentemente de serem mitos divulgados anteriormente ou não, portanto, apenas familiaridade com a temática), podem ser condições suficientes para que haja quase tantas referências coerentes ativadas para afirmações novas como para as repetidas no contexto da experiência. Deste modo, a Teoria Referencial destaca o papel da fluência conceptual em vez da percetiva, sabendo que os efeitos

da fluência conceptual sobre a verdade percebida demonstraram ser mais robustos (Parks e Toth 2006).

Existem outras explicações que podem contribuir para a não existência de diferenças na verdade julgada de afirmações repetidas e afirmações novas. Por exemplo, no estudo de Brashier et al. (2020), quando os participantes estavam ativamente envolvidos na “verificação de factos” das afirmações apresentadas, mostraram um efeito de ilusão de verdade reduzido. Novamente, o foco deste estudo na alimentação e nutrição poderá ter favorecido uma tomada de posição por parte dos participantes mais ativa na verificação do conteúdo das afirmações a que foram expostos, podendo diminuir a magnitude do efeito de ilusão de verdade. Ainda que não se tenha verificado, de todo, a presença deste efeito, é possível que esta averiguação consciente possa ter contribuído para que tal ocorresse.

Por outro lado, também o conhecimento que os participantes têm sobre o tópico das afirmações parece impactar a presença das ilusões de verdade. Fazio e colegas (2015) afirmaram que os especialistas num determinado tópico produziram um efeito de ilusão de verdade numericamente menor do que os não especialistas. Em contraste, foi demonstrado que a perícia aumentava a suscetibilidade à ilusão. Arkes e colaboradores (1989) expuseram os participantes a afirmações de diversos domínios (e.g., entretenimento, literatura) e, em seguida, pediram que classificassem os seus conhecimentos sobre esses tópicos. Efetivamente, o efeito de ilusão de verdade esteve presente para afirmações de tópicos nos quais tinham um alto conhecimento, mas não para afirmações de domínios de baixo conhecimento. Isto está relacionado com o facto de que as afirmações, quando são da área de especialização da pessoa, serão mais facilmente lembradas do que as afirmações fora dessa área. Tendo em conta que a familiaridade é uma das bases para a verdade julgada, os autores hipotetizaram que a influência da repetição pode ser maior nos tópicos em que temos mais conhecimentos, uma vez que as pessoas têm uma melhor memória para afirmações da sua área, o que, conseqüentemente, trará julgamentos de verdade mais elevados. Deste modo, o efeito da repetição não surgiu para tópicos sobre os quais os participantes declararam ter menos conhecimento (Arkes et al., 1989), tal como no presente estudo em que a amostra, no geral, apresenta um nível de conhecimento sobre alimentação e nutrição baixo.

Ainda relativamente às perceções subjetivas que cada participante fez sobre o seu próprio conhecimento em nutrição, é de atender que este autorrelato pode ser problemático devido a um enviesamento cognitivo conhecido como efeito Dunning-Kruger. Este efeito está associado a uma sobrevalorização que os indivíduos menos informados fazem sobre o seu próprio conhecimento, considerando-se mais aptos do que realmente são (Kruger & Dunning, 1999).

Por outro lado, o viés de autosseleção (self-selection bias) está associado a uma maior participação em estudos por parte de indivíduos com interesse no tema de investigação. Este enviesamento tem o potencial de minar significativamente quaisquer efeitos e tornar o campo da ciência da nutrição vulnerável (Young et al., 2020). Se esta sobrevalorização do conhecimento ocorre em amostras que normalmente estão motivadas para participar em investigações sobre uma determinada temática e que, eventualmente, até têm mais conhecimentos sobre a mesma (Young et al., 2020), no caso específico deste estudo em que a amostra foi recolhida por conveniência, a média do conhecimento percecionado poderá ser ainda mais baixa. Em adição, sabendo que a motivação para atender a determinadas informações pode variar de acordo com o envolvimento que o participante tem com o problema em questão (Hocevar et al., 2017), e se a amostra não sente necessariamente uma ligação ao tema, poderá também contribuir para os resultados obtidos.

Finalmente, é importante refletir também na possibilidade do próprio desenho do estudo ter contribuído para a ausência do efeito de ilusão de verdade. Isto é, na fase de exposição foi pedido aos participantes apenas que lessem cada afirmação e carregassem numa seta para passarem para a afirmação seguinte. Por exemplo, Unkelbach (2007) não apresentou nenhuma justificação específica para a apresentação das afirmações, ao passo que noutras situações foram pedidas avaliações do grau de interesse das afirmações (e.g., Begg et al., 1992; Garcia-Marques et al., 2015; Hassan & Barber, 2021; Fazio, 2020; Fazio et al., 2015) e até a realização de uma tarefa de preenchimento não verbal (e.g., Nadarevic et al., 2020). O facto de não ter sido pedida nenhuma avaliação ou tarefa em conjunto com as afirmações poderá ser problemático por não ter permitido uma codificação suficiente das afirmações que seriam depois as afirmações repetidas na fase dos julgamentos de verdade. Por sua vez, a realização de uma tarefa poderia fazer com que os participantes prestassem uma maior atenção às afirmações na fase de exposição, aumentando, possivelmente, a probabilidade de observarmos um efeito de ilusão de verdade. Ainda assim, se não tivesse havido uma codificação suficiente das afirmações na fase de exposição então também não deveríamos ter observado o efeito de ilusão de falsidade associado às afirmações contraditórias dessas afirmações iniciais.

Os resultados obtidos estão de acordo com as investigações anteriores sobre o efeito de ilusão de falsidade, que pressupõe que as afirmações contraditórias às apresentadas anteriormente são consideradas menos verdadeiras em comparação com afirmações completamente novas e, naturalmente, que as próprias afirmações repetidas (Bacon, 1979; Garcia-Marques et al., 2015; Silva et al., 2017; Unkelbach & Rom, 2017). Este resultado é consistente com a Teoria Referencial, que afirma que como as afirmações contraditórias têm

referências incoerentes com a rede referencial estabelecida durante a fase de exposição, levará a julgamentos de verdade mais baixos do que para afirmações completamente novas (Unkelbach & Rom, 2017). Portanto, ainda que não se tenha verificado a presença de um efeito de ilusão de verdade, a ilusão de falsidade mantém-se, demonstrando a importância dos mecanismos de memória controlada, como a recordação para a rejeição de contradições como informações verdadeiras (Silva et al., 2017). Este padrão é concordante com a ideia de que a memória serve de base para a atribuição de verdade e por isso as pessoas aceitam informações que se enquadram com factos armazenados na memória e duvidam de informações que as contradizem, rejeitando essas incompatibilidades (e.g., Bacon, 1979; Begg et al., 1992; Brashier & Marsh, 2020; Fazio et al. 2015). Além do mais, poderá estar na origem da permanência do efeito de ilusão de falsidade o facto de terem sido utilizadas afirmações contraditórias com elevada similaridade percetual com as afirmações originais, já que são desconsideradas por conterem pistas de recordação que diminuem a verdade atribuída a essa mesma contradição (Silva et al., 2017).

Os resultados deste estudo estão também de acordo com investigações anteriores que mostraram que as afirmações factualmente verdadeiras são consideradas mais verdadeiras do que as afirmações factualmente falsas (Hasher et al., 1977; Unkelbach & Stahl, 2009). De acordo com Unkelbach e Stahl (2009), esta diferença pode estar relacionada com o facto de as afirmações factualmente verdadeiras serem mais fáceis de processar e julgadas como mais familiares. Ainda que tenha sido feito o pré-teste onde foram reunidas afirmações de estatuto de verdade ambíguo e de familiaridade média, as afirmações factualmente verdadeiras poderiam ser um pouco mais plausíveis do que as afirmações factualmente falsas (Hasher et al., 1977). Além do mais, não foi obtida uma interação entre o tipo de afirmação e o estatuto de verdade da afirmação, tal como se verificou no estudo de Hasher e colegas (1977).

Concluimos ainda que não existiu um efeito significativo da fonte de especialização nas classificações de verdade atribuídas, contrariando os resultados obtidos por Nadarevic e colaboradores (2020). Primeiramente podemos refletir sobre as possíveis vantagens de, em estudos futuros, acrescentar à fonte especialista e à fonte não especialista, uma condição sem fonte. Concretamente, Nadarevic et al. (2020) demonstraram que a verdade percebida das afirmações aumentou quando se tratava de uma condição de fontes especializadas e confiáveis em comparação com uma condição sem fonte. Por sua vez, as afirmações acompanhadas de uma fonte não especialista ou não confiável foram consideradas menos verdadeiras do que as afirmações apresentadas sem referência a nenhuma fonte, sugerindo que as informações fornecidas por não especialistas ou fontes não confiáveis foram desconsideradas. Assim sendo,

ao introduzirmos uma condição sem fonte, poderia permitir-nos fazer uma reflexão sobre se a condição sem fonte produziria mais ou menos efeitos em comparação com a condição especialista e não especialista, compreendendo, desta forma, qual o impacto da presença de uma fonte na atribuição de verdade a informações sobre alimentação e nutrição, que de acordo com o que tem vindo a ser investigado é grande (Fazio et al., 2015; Nadarevic et al., 2020).

Por vezes, as pessoas desconsideram sinais “mais diretos” de verdade, como a credibilidade da fonte associada à sua confiabilidade e especialização (Fazio, 2020; Fazio & Sherry, 2020; Fazio et al., 2015). Relacionado com a ausência de um efeito da especialização da fonte poderá estar a credibilidade atribuída a cada uma das fontes utilizadas no estudo, nomeadamente, uma nutricionista e uma influencer. Ainda que a fonte nutricionista tenha sido considerada como mais credível em comparação com a fonte influencer, ambos os valores de credibilidade foram baixos. Vários estudos sugeriram que a especialização da fonte afetou a credibilidade atribuída à informação, ou seja, uma pessoa considerará uma informação mais credível e verdadeira se a mesma vier de uma fonte especializada no tema, conhecedora e experiente (Clark et al., 2012; Dechêne et al., 2010; Ismagilova et al., 2020; Machackova & Smahel, 2018; Meinert & Krämer, 2022; Reimer et al., 2004). Por exemplo, algumas pessoas podem considerar que uma fonte de uma revista científica tem maior credibilidade enquanto outras pessoas invalidam as informações que dela provêm porque entram em conflito com as crenças de um grupo confiável (Sinatra & Lombardi, 2020). Na verdade, poderá estar a ocorrer um processo semelhante já que tanto a plataforma de LinkedIn como do Instagram estão associadas aos meios digitais e, com a quantidade de informações erradas que surgem da internet (Brashier & Marsh, 2020; Fazio et al., 2015; Machackova & Smahel, 2018; Sabbagh et al., 2020), é possível que as pessoas desconsiderem ambas as fontes. Efetivamente, temos uma tendência para confirmar as nossas crenças, o que pode ser preocupante se considerarmos que isto afetará a forma como as pessoas recolhem e interpretam informações (Sinatra & Lombardi, 2020). Por isso, se considerarmos que todas as informações que provêm dos meios digitais têm uma menor credibilidade poderemos estar a recusar atender a pistas cruciais que nos ajudarão a confirmar a veracidade de uma determinada informação. Como neste caso específico é possível que estejam a ser desconsideradas informações ditas por uma nutricionista, com formação na área alimentar e nutricional, apenas porque a sua representação está associada aos meios digitais (Sabbagh et al., 2020). Sabendo ainda que, independentemente da experiência profissional, qualquer pessoa pode divulgar informações nutricionais através dos meios digitais, isto dificulta o discernimento daquilo que é confiável e baseado em evidências de todas as outras informações (Chan et al., 2020), promovendo a descredibilização das fontes associadas a estes meios.

Adicionalmente, é plausível que existam algumas barreiras em termos de acessibilidade ou fatores pessoais que estão na origem da descredibilização dos meios digitais, como a idade. Por exemplo, daqueles que recorrem aos meios digitais, são os jovens adultos que se destacam pela sua elevada utilização (Chan et al., 2020). Apesar da média de idades da amostra deste estudo não ser muito alta, podemos refletir sobre o impacto dos adultos mais velhos não saberem o que é o LinkedIn, não o utilizarem tanto ou não o verem como uma plataforma associada à empregabilidade e demonstração da especialização da área de cada pessoa, nos resultados obtidos. De facto, à medida que os meios digitais se expandiram, a sua utilidade potencial também aumentou. Especificamente, o LinkedIn, que tem demonstrado ser uma importante ferramenta associada à contratação de profissionais credíveis (Baker et al., 2013; Crant, 2014; Ollington et al., 2013). O perfil de LinkedIn funciona como um “folheto” que ajuda a construir a credibilidade e a reputação do profissional (Crant, 2014), contudo, a acessibilidade e a utilização média desta plataforma por parte de adultos mais velhos é diminuta (Baker et al., 2013). Por outro lado, os adultos mais velhos também utilizam menos ou desconhecem mesmo o que é o Instagram e por isso a credibilidade atribuída a esta fonte poderá ser afetada pelo desconhecimento. O Instagram é uma das plataformas utilizadas para a satisfação das necessidades de entretenimento, para demonstração de afeto, para seguir as tendências de moda e demonstrar sociabilidade (Laor, 2022; Rhee et al., 2021), sendo que são os indivíduos mais jovens que utilizam o Instagram com maior frequência (Laor, 2022), em comparação com os utilizadores mais velhos. De forma a contornar esta questão, poderia ser importante colocar a idade como critério de inclusão no estudo (e.g., selecionar apenas jovens).

No que diz respeito à interação entre o tipo de afirmação e a fonte de informação, não foi significativa, ou seja, o padrão dos julgamentos de verdade das afirmações repetidas, novas e contraditórias é igual independentemente da fonte de informação. Este resultado é congruente com o trabalho de Nadarevic et al. (2020) no qual foi possível observar que o efeito da fonte de especialização e o efeito da repetição nos julgamentos de verdade foram apenas aditivos. Ainda que a especialização da fonte tenha tido impacto nos julgamentos de verdade, não moderou o impacto da repetição. Mais ainda, o efeito da repetição nos julgamentos de verdade foi mais forte do que o efeito da especialização da fonte. Por outro lado, Begg e colaboradores (1992) demonstraram que a credibilidade da fonte moderou o tamanho do efeito, mas não erradicou por completo o efeito de ilusão de verdade.

Assim sendo, e voltando à Teoria Referencial, quando a credibilidade percebida de uma afirmação é concordante com a credibilidade da fonte que a transmitiu, há uma ativação das referências coerentes na rede de informações, o que faz com que aumente a verdade percebida

das informações repetidas (Unkelbach & Rom 2017). Desta forma, era esperado que as informações repetidas que foram apresentadas em conjunto com a fonte de elevada especialização fossem consideradas mais verdadeiras do que as informações repetidas provenientes de uma fonte com baixa especialização (Henkel & Mattson, 2011; Nadarevic et al., 2020). Por conseguinte, era também esperado que as contradições apresentadas por uma fonte com elevada especialização fossem consideradas mais verdadeiras do que contradições apresentadas por uma fonte com baixa especialização, o que originaria uma atenuação do efeito de ilusão de falsidade. Uma vez mais, a hipótese foi refutada. Ou seja, a exposição a contradições diminuiu a sua verdade percebida, independentemente da fonte apresentada (Nadarevic et al., 2020). Porém, por se considerar que a especialização da fonte afeta a adoção da informação (Ismagilova et al., 2020) e promove uma maior atenção pelas maiores expectativas de validade e precisão das informações divulgadas (Clark et al., 2012), seria expectável que os julgamentos de verdade aumentassem quando as afirmações fossem apresentadas em conjunto com o perfil correspondente à fonte com elevada especialização.

As possibilidades apontadas acima para a inexistência de um efeito significativo da fonte de informação contribuem, logicamente, para a ausência da moderação da fonte de informação no efeito de ilusão de falsidade. Esta ausência de interação é relevante, na prática, na medida em que as mensagens que contradizem as informações passadas anteriormente atingem menos pessoas do que a desinformação original (Brashier & Marsh, 2020), e com a tentativa da fonte de informação especializada promover uma maior aceitação destas contradições estaríamos a caminhar no sentido da desmistificação de várias informações alimentares e nutricionais erradas que são divulgadas. Ainda, é preocupante que as pessoas não prestem atenção suficiente às informações sobre a fonte (Henkel & Mattson, 2011), já que o papel das pistas de credibilidade, e especificamente, da especialização da fonte, no processo de avaliação da verdade potencial das informações pode ser ainda mais pronunciado no ambiente online e nos meios digitais (Machackova & Smahel, 2018).

## **5.1. Limitações e Estudos Futuros**

Este estudo apresenta algumas limitações. Primeiramente, teria sido importante a realização de um pré-teste aos perfis que operacionalizaram a especialização da fonte, uma vez que nos permitiria obter a percepção de credibilidade associada a cada um deles (à semelhança do que foi feito por Nadarevic et al., 2020). Sabendo que a ponderação e atenção sobre as pistas em relação à fonte de informação parecem depender da sua representação e proeminência, tornar

as fontes especialistas e não especialistas mais distintivas pode ser uma intervenção promissora para combater as notícias falsas (Nadarevic et al., 2020; Sinatra & Lombardi, 2020). Assim, sugerimos que num estudo futuro seja reforçada a profissão das fontes em que os participantes seriam informados, por exemplo, dos anos de experiência da fonte de informação na área de interesse (e.g., “Há 10 anos a ensinar como comer.”) ou poderíamos colocar o seu background mais evidenciado ou até uma nota biográfica (Clark et al., 2012; Henkel & Mattson, 2011; Ismagilova et al., 2020; Reimer et al., 2004). Aumentando a relevância da fonte de informação, poderíamos compreender se é condição suficiente para evidenciar e promover um efeito significativo nos julgamentos de verdade, o que seria interesse não só do ponto de vista teórico, mas também do ponto de vista prático (Nadarevic et al., 2020). Ainda assim, é necessário ter em atenção e considerar que no mundo real nem sempre temos uma descrição tão clara e distinta da especialização das diferentes fontes de informação que nos comunicam sobre uma diversidade de tópicos, nomeadamente, alimentação e nutrição (Sinatra & Lombardi, 2020).

Ainda relacionado com a fonte de informação, no futuro podem ser desenvolvidos estudos em que a manipulação das fontes de informação incidisse sobre a aparência física, uma variável muito importante no domínio da alimentação. As pessoas consideradas fisicamente mais atraentes são caracterizadas com traços de personalidade socialmente mais desejáveis e avaliadas mais positivamente (Mckee, 1982), existindo um preconceito e uma visão negativa em relação a pessoas obesas ou com excesso de peso (Horsburgh-McLeod et al., 2009; Mckee, 1982; Zemanek et al., 1998). As pessoas com excesso de peso têm uma menor credibilidade por receberem avaliações mais negativas do que as pessoas com peso normal (Horsburgh-McLeod et al., 2009; Mckee, 1982; Schuldt et al., 2016). Da mesma forma, Harris et al. (1982) descobriram que pessoas obesas são consideradas como menos ativas, inteligentes, trabalhadoras, atraentes e bem-sucedidas do que pessoas de peso normal (citado por Zemanek et al., 1998), assim como menos confiáveis (Zemanek et al., 1998). De facto, há alguns estudos de avaliação que caem sobre a pessoa com excesso de peso reportando as consequências dos estereótipos associados ao peso sobre a forma como as próprias pessoas são percebidas (Schuldt et al., 2016). Assim, uma alternativa à manipulação do presente estudo, seria utilizar uma fonte com excesso de peso versus uma fonte com peso adequado enquanto moderador de julgamentos de verdade sobre a temática da alimentação.

A própria metodologia da recolha de dados influencia a magnitude dos efeitos que procurámos. Sabendo que a concretização de um estudo sobre o efeito de ilusão de verdade e a ilusão de falsidade produz efeitos menores quando o mesmo é realizado no computador em comparação com papel e lápis (Dechêne et al., 2010), poderíamos ter ponderado a alteração da

metodologia. Ainda assim, os estudos sobre ilusão de verdade e falsidade mais recentes têm sido praticamente todos realizados em computador e muitos online, tendo conseguido replicar os efeitos. Por outro lado, como o ambiente experimental não é controlado, não conseguimos garantir que os participantes realizam a tarefa como solicitado. Em relação ao tamanho da amostra, com a exclusão daqueles que não responderam corretamente na verificação da manipulação e dos que mencionaram ter a área de estudos ou a área profissional relacionada com a alimentação e nutrição, perdemos um número considerável de participantes. Assim, de acordo com a análise de poder realizada à priori, seria importante termos recolhido um maior número de respostas. Isto está também relacionado com as preocupações de não representatividade (Andreeva et al., 2015), e, por isso, estudos futuros devem ter em conta o recrutamento de maiores amostras e mais heterogêneas (Prada et al., 2021). O tempo de apresentação das afirmações é um critério a que também é necessário ter atenção, ainda que na literatura não tenham sido encontradas diferenças significativas entre a apresentação das afirmações por um tempo igual ou inferior a oito segundos, por um tempo superior a oito segundos ou ao ritmo do participante. No entanto, a um nível descritivo, a apresentação ao ritmo do participante parece produzir os menores efeitos (ver Dechêne et al., 2010).

Por último, também a idade dos participantes tem sido investigada como uma potencial variável moderadora do efeito de ilusão de verdade, não havendo um consenso por inconsistências entre os resultados (Dechêne et al., 2010). Contudo, foi documentada uma maior suscetibilidade à ilusão da verdade em adultos mais velhos (Parks & Toth, 2006). No presente estudo, apenas dois por cento da amostra tinha idade superior a 70 anos, não sendo possível analisar o impacto da idade nesta experiência. Assim sendo, propõe-se que, futuramente, seja realizado um estudo exploratório com jovens adultos e adultos mais velhos, verificando se estes últimos serão mais afetados pela fonte de informação, ou se, por terem a memória de origem prejudicada e apresentarem um declínio na capacidade de recordar informações episódicas (Garcia-Marques et al., 2017; Parks & Toth, 2006), seriam ainda menos afetados por essa pista e veríamos apenas o esperado efeito de verdade. Contudo, tendo em conta que a recordação do significado das afirmações promove o surgimento do efeito de ilusão de verdade (Parks & Toth, 2006; Silva et al., 2017), talvez esse efeito fosse mais reduzido com os participantes mais velhos.

## 5.2. Conclusão

Embora muitas questões permaneçam em aberto, este estudo contribui para um crescente corpo de trabalho sobre o efeito de ilusão de verdade, o efeito de ilusão de falsidade e o impacto da especialização da fonte nos julgamentos de verdade. Mais especificamente, há indicações sobre a ausência de um efeito de ilusão de verdade que põe em questão a sua ampla replicação, fenômeno este que deve ser analisado com muita atenção.

Este estudo sugere também que a especialização da fonte não revelou ter impacto nos julgamentos de verdade. Ainda que tenha sido considerada uma pista muito relevante na avaliação da veracidade das informações a que somos expostos (Nadarevic et al., 2020), à medida que mais informações sobre alimentação e nutrição circulam nos meios digitais (Chan et al., 2020; Rowe & Alexander, 2017; Sabbagh et al., 2020), também a avaliação da credibilidade e especialização das fontes se torna mais complexa (Hocevar et al., 2017). Mais ainda, a exposição repetida teve impacto nos julgamentos de verdade para todos os tipos de afirmações, independentemente da especialização da fonte (Fazio, 2020; Fazio & Sherry, 2020; Henkel & Mattson, 2011; Nadarevic et al., 2020). Concordantemente, neste estudo, foi demonstrado que a especialização da fonte não revelou ser um moderador do efeito de ilusão de verdade e do efeito de ilusão de falsidade.

## Referências Bibliográficas

- Alter, A. L., & Oppenheimer, D. M. (2009). Uniting the tribes of fluency to form a metacognitive nation. *Personality and Social Psychology Review*, 13(3), 219-235. <https://doi.org/10.1177/1088868309341564>
- Andreeva, V. A., Salanave, B., Castetbon, K., Deschamps, V., Vernay, M., Kesse-Guyot, E., & Hercberg, S. (2015). Comparison of the sociodemographic characteristics of the large NutriNet-Santé e-cohort with French Census data: the issue of volunteer bias revisited. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 69(9), 893-898. <http://doi.org/10.1136/jech-2014-205263>
- Arkes, H. R., Hackett, C., & Boehm, L. (1989). The generality of the relation between familiarity and judged validity. *Journal of Behavioral Decision Making*, 2(2), 81-94. <https://doi.org/10.1002/bdm.3960020203>
- Bacon, F. T. (1979). Credibility of repeated statements: Memory for trivia. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 5(3), 241-252. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.5.3.241>
- Baker, P. M. A., Bricout, J. C., Moon, N. W., Coughlan, B., & Pater, J. (2013). Communities of participation: A comparison of disability and aging identified groups on Facebook and LinkedIn. *Telematics and Informatics*, 30(1), 22-34. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.03.004>
- BBC. (2015, julho 3). Dez Mitos Sobre Dietas. *Bem Estar*. <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2015/07/dez-mitos-sobre-dietas.html>
- Begg, I. M., 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(4), 446-458. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.121.4.446>
- Brashier, N. M., & Marsh, E. J. (2020). Judging truth. *Annual Review of Psychology*, 71, 499-515. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050807>
- Casazza, K., Fontaine, K., Astrup, A., Birch, L. L., Brown, A. W., Brown, M. M. B., Durant, N., Dutton, G., Foster, E. M., Heymsfield, S. B., McIver, K., Mehta, T., Menachemi, N., Newby, P. K., Pate, R., Rolls, B. J., Sen, B., Smith Jr, D. L., Thomas, D. M., & Allison, D. B. (2013). Myths, presumptions, and facts about obesity. *The New England Journal of Medicine*, 368(5), 446-454. <https://doi.org/10.1056/NEJMsa1208051>
- Chan, T., Drake, T., & Vollmer, R. L. (2020). A qualitative research study comparing nutrition advice communicated by registered Dietitian and non-Registered Dietitian bloggers. *Journal of Communication in Healthcare*, 13(1), 55-63. <https://doi.org/10.1080/17538068.2020.1749351>
- Clark, J. K., Wegener, D. T., Habashi, M. M., & Evans, A. T. (2012). Source expertise and persuasion: The effects of perceived opposition or support on message scrutiny. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(1), 90-100. <https://doi.org/10.1177/0146167211420733>
- Crant, J. (2014). Using LinkedIn to boost top financial careers. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 25(3), 19-23. <https://doi.org/10.1002/jcaf.21935>
- CUF. (2021, março 26). 10 mitos sobre a COVID-19. *COVID-19*. <https://www.cuf.pt/mais-saude/10-mitos-sobre-covid-19>
- 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(2), 238-257. <https://doi.org/10.1177/1088868309352251>

- Dicionário Priberam (2022). *Mito*. <https://dicionario.priberam.org/mito>
- Fazio, L. K. (2020). Repetition increases perceived truth even for known falsehoods. *Collabra: Psychology*, 6(1), 1-7. <https://doi.org/10.1525/collabra.347>
- Fazio, L. K., & Sherry, C. L. (2020). The effect of repetition on truth judgments across development. *Psychological Science*, 31(9), 1150-1160. <https://doi.org/10.1177/0956797620939534>
- Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology*, 144(5), 993-1002. <https://doi.org/10.1037/xge0000098>
- Fragale, A. & Heath, C. (2004). Evolving informational credentials: The (mis)attribution of believable facts to credible sources. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(2), 225-236. <https://doi.org/10.1177/0146167203259933>
- Garcia-Marques, T., Silva, R. R., & Mello, J. (2017). Asking simultaneously about truth and familiarity may disrupt truth effects. *Análise Psicológica*, 35(1), 61-71. <https://doi.org/10.14417/ap.1121>
- Garcia-Marques, T., Silva, R. R., Reber, R., & Unkelbach, C. (2015). Hearing a statement now and believing the opposite later. *Journal of Experimental Social Psychology*, 56, 126-129. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2014.09.015>
- Halpern, B., & Mendes, T. B. (2021). Intermittent fasting for obesity and related disorders: unveiling myths, facts, and presumptions. *Archives of Endocrinology and Metabolism*, 65(1), 14-23. <https://doi.org/10.20945/2359-3997000000322>
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*, 16(1), 107-112. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(77\)80012-1](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(77)80012-1)
- Hassan, A. & Barber, S. J. (2021). The effects of repetition frequency on the illusory truth effect. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 6(38), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s41235-021-00301-5>
- Henkel, L. A., & Mattson, M. E. (2011). Reading is believing: The truth effect and source credibility. *Consciousness and Cognition*, 20(4), 1705-1721. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2011.08.018>
- Hocevar, K. P., Metzger, M., & Flanagin, A. J. (2017). Source credibility, expertise, and trust in health and risk messaging. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.287>
- Horsburgh-McLeod, G., Latner, J., & O'Brien, K. (2009). Unprompted generation of obesity stereotypes. *Eating and Weight Disorders*, 14, 153-157. <https://doi.org/10.1007/BF03327815>
- Ismagilova, E., Slade, E., Rana, N. P., & Dwivedic, Y. K. (2020). The effect of characteristics of source credibility on consumer behaviour: A meta-analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.005>
- Koch, T., & Zerback, T. (2013). Helpful or harmful? How frequent repetition affects perceived statement credibility. *Journal of Communication*, 63(6), 993-1010. <https://doi.org/10.1111/jcom.12063>
- Kruger, J. M., & Dunning, D. (1999). Unskilled and unaware of it: how difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1121-1134. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.77.6.1121>
- Laor, T. (2022). My social network: Group differences in frequency of use, active use, and interactive use on Facebook, Instagram and Twitter. *Technology in Society*, 68, 101922. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101922>

- Lesser, L. I., Mazza, M. C., & Lucan, S. C. (2015). Nutrition myths and healthy dietary advice in clinical practice. *American Family Physician*, 91(9), 634-638.
- Machackova, H., & Smahel, D. (2018). The perceived importance of credibility cues for the assessment of the trustworthiness of online information by visitors of health-related websites: The role of individual factors. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1534-1541. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.021>
- Mckee, K. D. (1982). *The impact of counselor status and weight on perceived counselor expertness, attractiveness, and trustworthiness*. [Tese de Doutoramento]. Universidade de Oklahoma.
- Meinert, J., & Krämer, N. C. (2022). How the expertise heuristic accelerates decision making and credibility judgments in social media by means of effort reduction. *PLoS ONE*, 17(3), 1-26. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264428>
- Miller, M. D., & Levine, T. R. (2019). Persuasion. In D. W. Stacks, M. B. Salwen, & K. C. Eichhorn (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (3<sup>rd</sup> ed., pp. 261-275). Routledge.
- Murray, B. (2002). Sport drinks: Myths and facts. *Gatorade Sports Science Institute*. [http://www.sportmedab.ca/uploads/files/Documents/resources/infohandouts/Nutrition\\_sport\\_drinks.pdf](http://www.sportmedab.ca/uploads/files/Documents/resources/infohandouts/Nutrition_sport_drinks.pdf)
- Nadarevic, L., Reber, R., Helmecke, A. J., & Köse, D. (2020). Perceived truth of statements and simulated social media postings: an experimental investigation of source credibility, repeated exposure, and presentation format. *Cognitive Research: Principles and Implication*, 56(5), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00251-4>
- Navarro, S. Z., & Pérez-Llamas, F. (2013). Errors and myths in feeding and nutrition: Impact on the problems of obesity. *Nutrición Hospitalaria*, 28(5), 81-88. <https://doi.org/10.3305/nh.2013.28.sup5.6922>
- Ollington, N., Gibb, J., & Harcourt, M. (2013). Online social networks: an emergent recruiter tool for attracting and screening. *Personnel Review*, 42(3), 248-265. <https://doi.org/10.1108/00483481311320390>
- Parks, C. M., & Toth, J. P. (2006). Fluency, familiarity, aging, and the illusion of truth. *Aging, Neuropsychology, and Cognition*, 13(2), 225-253. <https://doi.org/10.1080/138255890968691>
- Parks, C. M., & Toth, J. P. (2006). Fluency, familiarity, aging, and the illusion of truth. *Aging, Neuropsychology, and Cognition*, 13(2), 225-253. <https://doi.org/10.1080/138255890968691>
- PORDATA. (2021). População residente, segundo os censos, com o ensino superior completo em % da população residente: total e por sexo. [https://www.pordata.pt/Portugal/População+residente++segundo+os+Censos++com+o+ensino+superior+completo+em+percentagem+da+população+residente+total+e+por+sexo-677-6949](https://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente++segundo+os+Censos++com+o+ensino+superior+completo+em+percentagem+da+popula%C3%A7%C3%A3o+residente+total+e+por+sexo-677-6949)
- Prada, M., Saraiva, M., Sérgio, A., Coelho, S. , Godinho, C. A., & Garrido, M. V. (2021). The impact of sugar-related claims on perceived healthfulness, caloric value and expected taste of food products. *Food Quality and Preference*, 94, 104331. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104331>
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 8(3), 338-342. <https://doi.org/10.1006/ccog.1999.0386>
- Reimer, T., Mata, R., & Stoecklin, M. (2004). The use of heuristics in persuasion: Deriving cues on source expertise from argument quality. *Current Research in Social Psychology*, 10(6), 70-83.

- Rhee, L., Bayera, J. B., Lee, D. S., & Kuru, O. (2021). Social by definition: How users define social platforms and why it matters. *Telematics and Informatics*, 59, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101538>
- Rowe, S., & Alexander, N. (2017). On post-truth, fake news, and trust. *Nutrition Today*, 52(4), 179-182. <https://doi.org/10.1097/NT.0000000000000224>
- Sabbagh, C., Boyland, E., Hankey, C., & Parrett, A. (2020). Analysing credibility of UK social media influencers' weight-management blogs: A pilot study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23), 1-17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17239022>
- Santos, T. (2021). Guia prático - 39 mitos alimentares com os quais deve ter cuidado. *Medicare*. <https://www.medicare.pt/guias/Guia-Pratico-39-mitos-alimentares.pdf>
- Schuldt, J. P., Guillory, J. E., & Gay, G. K. (2016). Prejudice and the plate: Effects of weight bias in nutrition judgments. *Health Communication*, 31(2), 182-192. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.940674>
- Silva, R. R. (2014). “The truth is never pure and rarely simple”: Understanding the role of repetition and processing fluency on the illusion of truth effect. [Tese de Doutorado]. ISPA – Instituto Universitário.
- Silva, R. R., Figueira, P., & Garcia-Marques, T. (2012). Paradigma associado ao estudo da ilusão de verdade. *Laboratório de Psicologia*, 10(2), 223-233. <https://doi.org/10.14417/lp.672>
- Silva, R. R., Garcia-Marques, T., & Reber, R. (2017). The informative value of type of repetition: Perceptual and conceptual fluency influences on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 51, 53-67. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2017.02.016>
- Sinatra, G. M., & Lombardi, D. (2020). Evaluating sources of scientific evidence and claims in the post-truth era may require reappraising plausibility judgments. *Educational Psychologist*, 55(3), 120-131. <https://doi.org/10.1080/00461520.2020.1730181>
- 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(1), 219-230. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.33.1.219>
- Unkelbach, C., & Rom, S. C. (2017). A referential theory of the repetition induced truth effect. *Cognition*, 160, 110-126. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2016.12.016>
- Unkelbach, C., & Stahl, C. (2009). A multinomial modeling approach to dissociate different components of the truth effect. *Consciousness and Cognition*, 18(1), 22-38. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2008.09.006>
- Unkelbach, C., Koch, A., Silva, R. R., & Garcia-Marques, T. (2019). Truth by repetition: Explanations and implications. *Current Directions in Psychological Science*, 28(3), 247-253. <https://doi.org/10.1177/0963721419827854>
- Verbanac, D., Males, Z., & Barisic, K. (2019). Nutrition – facts and myths. *Acta Pharmaceutica*, 69, 497-510. <https://doi.org/10.2478/acph-2019-0051>
- Winkielman, P., & Cacioppo, J. T. (2001). Mind at ease puts a smile on the face: Psychophysiological evidence that processing facilitation elicits positive affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 989-1000. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.989>
- Young, L. M., Gauci, S., Scholey, A., White, D. J., & Pipingas, A. (2020). Self-selection bias: An essential design consideration for nutrition trials in healthy populations. *Frontiers in Nutrition*, 7, 1-5. <https://doi.org/10.3389/fnut.2020.587983>
- Zemanek, J. E., Jr., McIntyre, R. P., & Zemanek, A. (1998). Salespersons' weight and ratings of characteristics related to effectiveness of selling. *Psychological Reports*, 82, 947-952. <https://doi.org/10.2466/PR0.82.3.947-952>

## Anexos

### Anexo A – Lista de afirmações sobre alimentação e nutrição

Código	Versão Falsa	Código	Versão Verdadeira
1F	Comer banana engorda.	1V	Comer banana não engorda.
2F	O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.	2V	O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.
3F	Beber água durante as refeições faz aumentar o peso.	3V	Beber água durante as refeições não faz aumentar o peso.
4F	Beber água em jejum faz perder peso.	4V	Beber água em jejum não faz perder peso.
5F	Comer pão branco faz aumentar o peso.	5V	Comer pão branco não faz aumentar o peso.
6F	Comer pão integral leva a perder peso.	6V	O pão integral não leva a perder peso.
7F	Alimentos light fazem diminuir o peso.	7V	Os alimentos light não são isentos de calorias, logo não fazem perder peso.
8F	O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	8V	O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.
9F	Todos os tipos de fibra são benéficos.	9V	Nem todos os tipos de fibra são benéficos.
10F	Alimentos integrais saudáveis são mais caros do que os alimentos ultraprocessados.	10V	Alimentos integrais saudáveis podem ser mais baratos do que alimentos ultraprocessados.
11F	Tomar o pequeno-almoço diariamente protege contra a obesidade.	11V	Tomar o pequeno-almoço diariamente não tem efeito na obesidade.
12F	Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	12V	Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.
13F	Comer mais frutas e vegetais resulta sempre em perda de peso.	13V	Comer mais frutas e vegetais não resulta sempre em perda de peso.
14F	“Petiscar” contribui para o aumento de peso e obesidade.	14V	Não existe uma ligação entre “petiscar” e o aumento de peso e obesidade.
15F	As bebidas desportivas têm mais açúcar e calorias do que os sumos de fruta.	15V	As bebidas desportivas têm metade do açúcar e das calorias dos sumos de fruta.
16F	Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.	16V	Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.
17F	O jejum intermitente diminui a sensação de fome em comparação com as dietas tradicionais.	17V	Não há diferença na sensação de fome entre o jejum intermitente e as dietas tradicionais.

18F	O consumo de hidratos de carbono leva necessariamente ao aumento de peso.	18V	O consumo de hidratos de carbono não leva necessariamente ao aumento de peso.
19F	Existe uma associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.	19V	Não existe associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.
20F	Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.	20V	Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.
21F	O glúten é prejudicial até para quem não tem alergia.	21V	O glúten não é prejudicial para quem não tem alergia.
22F	Consumir fruta em grandes quantidades não é prejudicial, pois a frutose é um açúcar saudável.	22V	Consumir fruta em grandes quantidades é prejudicial, pois a frutose (açúcar da fruta) em excesso não é saudável.
23F	A manteiga magra é uma gordura melhor e por isso não engorda.	23V	A manteiga magra continua a possuir um elevado teor de gordura e, por isso, engorda.
24F	Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.	24V	Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.
25F	Os produtos light têm sempre menos calorias.	25V	Os produtos light nem sempre têm menos calorias.
26F	Os produtos light são a melhor escolha para quem quer perder peso.	26V	Os produtos light nem sempre são a melhor escolha para a perda de peso.
27F	Os alimentos light podem ser consumidos sem restrição.	27V	Os alimentos light não podem ser consumidos sem restrição.
28F	A água com gás não é tão boa para a saúde como a água sem gás.	28V	A água com gás é tão boa para a saúde como à água sem gás.
29F	Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	29V	Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.
30F	A congelação dos alimentos retira-lhes valor nutricional.	30V	A congelação dos alimentos não lhes retira valor nutricional.
31F	Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.	31V	Um número excessivo ou deficiente de refeições diárias prejudica, de igual forma, o funcionamento do organismo.
32F	O alimento com mais vitamina C é a laranja.	32V	Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.
33F	Cozinhar alimentos diminui necessariamente o seu valor nutricional.	33V	Cozinhar alimentos não diminui necessariamente o seu valor nutricional.
34F	O consumo de cenouras promove melhor visão noturna.	34V	O consumo de cenouras não promove melhor visão noturna.
35F	A fruta biológica tem maior valor nutricional do que a fruta não biológica.	35V	A fruta biológica tem o mesmo valor nutricional que a fruta não biológica.
36F	Comer fruta ou beber sumo de fruta é nutricionalmente equivalente.	36V	Comer fruta é nutricionalmente mais rico do que beber sumo de fruta.
37F	A fruta desidratada e a fruta fresca têm o mesmo valor nutricional.	37V	A fruta desidratada tem um menor valor nutricional do que a fruta fresca.
38F	Só se deve comer fruta até ao início da tarde.	38V	Podemos comer fruta em qualquer altura do dia.
39F	Os produtos light ou magros não engordam.	39V	Os produtos light ou magros podem até ter menos gordura mas não quer dizer que não engordem.

40F	O pão integral tem menos calorias do que o pão branco.	40V	O pão integral e o pão branco são equivalentes em calorias.
41F	Beber água morna com limão faz perder peso.	41V	Beber água morna com limão não faz perder peso.
42F	O sumo de beterraba tem tanto ferro que combate a anemia.	42V	O sumo de beterraba não é particularmente rico em ferro e por isso não combate a anemia.
43F	O azeite é uma gordura natural e por isso não engorda.	43V	O azeite, apesar de natural, é uma gordura e por isso pode engordar.
44F	O leite é o alimento onde podemos obter mais cálcio.	44V	Há alimentos em que podemos obter mais cálcio do que o leite.
45F	O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.	45V	O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.
46F	O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.	46V	O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.
47F	A soja tem menos calorias que a carne bovina.	47V	A carne bovina tem menos calorias que a soja.
48F	Pão tostado engorda menos que pão normal.	48V	Pão tostado engorda mais que pão normal.
49F	Cortar nos hidratos de carbono emagrece.	49V	Cortar nos hidratos de carbono não emagrece mas leva a perda de massa muscular.
50F	Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.	50V	Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.
51F	Beber muita água elimina a gordura.	51V	Beber muita água não elimina a gordura.
52F	O chá verde não faz emagrecer.	52V	O chá verde ajuda a emagrecer.
53F	Comer chocolate negro não é benéfico para a saúde.	53V	Comer chocolate negro é benéfico para a saúde.
54F	O jejum acelera o metabolismo.	54V	O jejum desacelera o metabolismo.
55F	É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	55V	Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.
56F	Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.	56V	Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.
57F	Os espinafres aumentam a massa muscular.	57V	Os espinafres não aumentam a massa muscular.
58F	Os laxantes e diuréticos emagrecem.	58V	Os laxantes e diuréticos não emagrecem.
59F	Comer sempre os mesmos alimentos é benéfico para a saúde.	59V	Comer sempre os mesmos alimentos é prejudicial para a saúde.



## Anexo B – Versão A e B do pré-teste

### Tabela B1.

#### *Versão A do pré-teste*

<b>Código</b>	<b>Afirmações</b>
8V	O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.
53V	Comer chocolate negro é benéfico para a saúde.
51V	Beber muita água não elimina a gordura.
25V	Os produtos light nem sempre têm menos calorias.
42V	O sumo de beterraba não é particularmente rico em ferro e por isso não combate a anemia.
11V	Tomar o pequeno-almoço diariamente não tem efeito na obesidade.
32V	Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.
48V	Pão tostado engorda mais que pão normal.
31V	Um número excessivo ou deficiente de refeições diárias prejudica, de igual forma, o funcionamento do organismo.
41V	Beber água morna com limão não faz perder peso.
38V	Podemos comer fruta em qualquer altura do dia.
10V	Alimentos integrais saudáveis podem ser mais baratos do que alimentos ultraprocessados.
43V	O azeite, apesar de natural, é uma gordura e por isso pode engordar.
45V	O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.
17V	Não há diferença na sensação de fome entre o jejum intermitente e as dietas tradicionais.
58V	Os laxantes e diuréticos não emagrecem.
26V	Os produtos light nem sempre são a melhor escolha para a perda de peso.
1V	Comer banana não engorda.
29V	Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.

- 28V A água com gás é tão boa para a saúde como à água sem gás.
- 19V Não existe associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.
- 39V Os produtos light ou magros podem até ter menos gordura mas não quer dizer que não engordem.
- 2V O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.
- 16V Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.
- 54V O jejum desacelera o metabolismo.
- 12V Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.
- 13V Comer mais frutas e vegetais não resulta sempre em perda de peso.
- 50V Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.
- 52V O chá verde ajuda a emagrecer.
- 30F A congelação dos alimentos retira-lhes valor nutricional.
- 27F Os alimentos light podem ser consumidos sem restrição.
- 46F O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.
- 5F Comer pão branco faz aumentar o peso.
- 56F Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.
- 35F A fruta biológica tem maior valor nutricional do que a fruta não biológica.
- 40F O pão integral tem menos calorias do que o pão branco.
- 44F O leite é o alimento onde podemos obter mais cálcio.
- 24F Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.
- 55F É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.
- 47F A soja tem menos calorias que a carne bovina.
- 57F Os espinafres aumentam a massa muscular.
- 22F Consumir fruta em grandes quantidades não é prejudicial, pois a frutose é um açúcar saudável.
- 15F As bebidas desportivas têm mais açúcar e calorias do que os sumos de fruta.

- 9F Todos os tipos de fibra são benéficos.
- 21F O glúten é prejudicial até para quem não tem alergia.
- 59F Comer sempre os mesmos alimentos é benéfico para a saúde.
- 33F Cozinhar alimentos diminui necessariamente o seu valor nutricional.
- 7F Alimentos light fazem diminuir o peso.
- 23F A manteiga magra é uma gordura melhor e por isso não engorda.
- 3F Beber água durante as refeições faz aumentar o peso.
- 36F Comer fruta ou beber sumo de fruta é nutricionalmente equivalente.
- 18F O consumo de hidratos de carbono leva necessariamente ao aumento de peso.
- 14F “Petiscar” contribui para o aumento de peso e obesidade.
- 34F O consumo de cenouras promove melhor visão noturna.
- 49F Cortar nos hidratos de carbono emagrece.
- 6F Comer pão integral leva a perder peso.
- 4F Beber água em jejum faz perder peso.
- 20F Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.
- 37F A fruta desidratada e a fruta fresca têm o mesmo valor nutricional.
- 

## **Tabela B2.**

### *Versão B do pré-teste*

<b>Código</b>	<b>Afirmações</b>
8F	O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.
53F	Comer chocolate negro não é benéfico para a saúde.
51F	Beber muita água elimina a gordura.

- 25F Os produtos light têm sempre menos calorias.
- 42F O sumo de beterraba tem tanto ferro que combate a anemia.
- 11F Tomar o pequeno-almoço diariamente protege contra a obesidade.
- 32F O alimento com mais vitamina C é a laranja.
- 48F Pão tostado engorda menos que pão normal.
- 31F Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.
- 41F Beber água morna com limão faz perder peso.
- 38F Só se deve comer fruta até ao início da tarde.
- 10F Alimentos integrais saudáveis são mais caros do que os alimentos ultraprocessados.
- 43F O azeite é uma gordura natural e por isso não engorda.
- 45F O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.
- 17F O jejum intermitente diminui a sensação de fome em comparação com as dietas tradicionais.
- 58F Os laxantes e diuréticos emagrecem.
- 26F Os produtos light são a melhor escolha para quem quer perder peso.
- 1F Comer banana engorda.
- 29F Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.
- 28F A água com gás não é tão boa para a saúde como a água sem gás.
- 19F Existe uma associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.
- 39F Os produtos light ou magros não engordam.
- 2F O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.
- 16F Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.
- 54F O jejum acelera o metabolismo.
- 12F Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.
- 13F Comer mais frutas e vegetais resulta sempre em perda de peso.

- 50F Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.
- 52F O chá verde não faz emagrecer.
- 30V A congelação dos alimentos não lhes retira valor nutricional.
- 27V Os alimentos light não podem ser consumidos sem restrição.
- 46V O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.
- 5V Comer pão branco não faz aumentar o peso.
- 56V Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.
- 35V A fruta biológica tem o mesmo valor nutricional que a fruta não biológica.
- 40V O pão integral e o pão branco são equivalentes em calorias.
- 44V Há alimentos em que podemos obter mais cálcio do que o leite.
- 24V Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.
- 55V Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.
- 47V A carne bovina tem menos calorias que a soja.
- 57V Os espinafres não aumentam a massa muscular.
- 22V Consumir fruta em grandes quantidades é prejudicial, pois a frutose (açúcar da fruta) em excesso não é saudável.
- 15V As bebidas desportivas têm metade do açúcar e das calorias dos sumos de fruta.
- 9V Nem todos os tipos de fibra são benéficos.
- 21V O glúten não é prejudicial para quem não tem alergia.
- 59V Comer sempre os mesmos alimentos é prejudicial para a saúde.
- 33V Cozinhar alimentos não diminui necessariamente o seu valor nutricional.
- 7V Os alimentos light não são isentos de calorias, logo não fazem perder peso.
- 23V A manteiga magra continua a possuir um elevado teor de gordura e, por isso, engorda.
- 3V Beber água durante as refeições não faz aumentar o peso.
- 36V Comer fruta é nutricionalmente mais rico do que beber sumo de fruta.

- 18V O consumo de hidratos de carbono não leva necessariamente ao aumento de peso.
- 14V Não existe uma ligação entre “petiscar” e o aumento de peso e obesidade.
- 34V O consumo de cenouras não promove melhor visão noturna.
- 49V Cortar nos hidratos de carbono não emagrece mas leva a perda de massa muscular.
- 6V O pão integral não leva a perder peso.
- 4V Beber água em jejum não faz perder peso.
- 20V Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.
- 37V A fruta desidratada tem um menor valor nutricional do que a fruta fresca.
-

## Anexo C – Resultados do pré-teste

**Tabela C1.**

*Resultados da veracidade percebida associada a cada afirmação pré-testada*

Código	Afirmações (versão verdadeira)	Medidas de Dispersão			Código	Afirmações (versão falsa)	Medidas de Dispersão		
		<i>M</i>	<i>DP</i>	95% IC [LI, LS]			<i>M</i>	<i>DP</i>	95% IC [LI, LS]
1V	Comer banana não engorda.	3.40	1.50	[2.86, 3.94]	1F	Comer banana engorda.	2.89	1.59	[2.30, 3.48]
2V	O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.	4.00	1.65	[3.41, 4.59]	2F	O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.	3.04	1.50	[2.48, 3.59]
3V	Beber água durante as refeições não faz aumentar o peso.	4.54	1.88	[3.84, 5.23]	3F	Beber água durante as refeições faz aumentar o peso.	3.00	1.55	[2.45, 3.55]
4V	Beber água em jejum não faz perder peso.	4.50	2.06	[3.74, 5.26]	4F	Beber água em jejum faz perder peso.	3.27	1.86	[2.60, 3.93]
5V	Comer pão branco não faz aumentar o peso.	2.36	1.61	[1.76, 2.95]	5F	Comer pão branco faz aumentar o peso.	4.47	1.80	[3.82, 5.11]
6V	O pão integral não leva a perder peso.	4.39	1.76	[3.74, 5.04]	6F	Comer pão integral leva a perder peso.	3.43	1.78	[2.80, 4.07]
7V	Os alimentos light não são isentos de calorias, logo não fazem perder peso.	4.21	1.92	[3.50, 4.92]	7F	Alimentos light fazem diminuir o peso.	2.80	1.58	[2.23, 3.37]
8V	O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	4.00	2.13	[3.24, 4.76]	8F	O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5.36	1.29	[4.88, 5.83]
9V	Nem todos os tipos de fibra são benéficos.	4.75	1,48	[4.47, 5.03]	9F	Todos os tipos de fibra são benéficos.	4.07	1.39	[3.57, 4.56]
10V	Alimentos integrais saudáveis podem ser mais baratos do que alimentos ultraprocessados.	3.67	2.05	[2.93, 4.40]	10F	Alimentos integrais saudáveis são mais caros do que os alimentos ultraprocessados.	5.57	1.76	[4.92, 6.22]
11V	Tomar o pequeno-almoço diariamente não tem efeito na obesidade.	4.73	1.97	[4.03, 5.44]	11F	Tomar o pequeno-almoço diariamente protege contra a obesidade.	4.29	1.77	[3.63, 4.94]

12V	<b>Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.</b>	3.73	2.06	[2.99, 4.47]	12F	<b>Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.</b>	4.07	2.00	[3.33, 4.81]
13V	Comer mais frutas e vegetais não resulta sempre em perda de peso.	5.53	1.82	[4.88, 6.18]	13F	Comer mais frutas e vegetais resulta sempre em perda de peso.	3.89	1.84	[3.21, 4.57]
14V	Não existe uma ligação entre “petiscar” e o aumento de peso e obesidade.	2.43	1.80	[1.76, 3.10]	14F	“Petiscar” contribui para o aumento de peso e obesidade.	5.13	1.86	[4.47, 5.80]
15V	As bebidas desportivas têm metade do açúcar e das calorias dos sumos de fruta.	3.29	1.56	[2.71, 3.86]	15F	As bebidas desportivas têm mais açúcar e calorias do que os sumos de fruta.	5.10	1.64	[4.51, 5.69]
16V	<b>Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.</b>	3.37	2.04	[2.64, 4.10]	16F	<b>Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.</b>	4.25	1.82	[3.57, 4.93]
17V	<b>Não há diferença na sensação de fome entre o jejum intermitente e as dietas tradicionais.</b>	3.07	1.63	[2.48, 3.65]	17F	<b>O jejum intermitente diminui a sensação de fome em comparação com as dietas tradicionais.</b>	3.89	1.84	[3.21, 4.57]
18V	O consumo de hidratos de carbono não leva necessariamente ao aumento de peso.	5.25	1.86	[4.56, 5.94]	18F	O consumo de hidratos de carbono leva necessariamente ao aumento de peso.	3.30	1.83	[2.65, 3.95]
19V	<b>Não existe associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.</b>	3.40	1.58	[2.83, 3.97]	19F	<b>Existe uma associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.</b>	4.04	1.66	[3.42, 4.65]
20V	<b>Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.</b>	3.46	1.61	[2.87, 4.06]	20F	<b>Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.</b>	4.03	1.76	[3.40, 4.66]
21V	<b>O glúten não é prejudicial para quem não tem alergia.</b>	4.00	1.91	[3.29, 4.71]	21F	<b>O glúten é prejudicial até para quem não tem alergia.</b>	2.93	1.48	[2.40, 3.46]
22V	Consumir fruta em grandes quantidades é prejudicial, pois a frutose (açúcar da fruta) em excesso não é saudável.	5.68	1.31	[5.19, 6.16]	22F	Consumir fruta em grandes quantidades não é prejudicial, pois a frutose é um açúcar saudável.	2.57	1.54	[2.01, 3.12]

23V	A manteiga magra continua a possuir um elevado teor de gordura e, por isso, engorda.	5.21	1.24	[4.76, 5.67]	23F	A manteiga magra é uma gordura melhor e por isso não engorda.	2.17	1.39	[1.67, 2.66]
24V	<b>Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.</b>	<b>4.75</b>	<b>1.90</b>	<b>[4.05, 5.45]</b>	24F	<b>Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.</b>	<b>4.20</b>	<b>1.90</b>	<b>[3.52, 4.88]</b>
25V	Os produtos light nem sempre têm menos calorias.	5.87	1.41	[5.36, 6.37]	25F	Os produtos light têm sempre menos calorias.	3.14	1.96	[2.42, 3.87]
26V	Os produtos light nem sempre são a melhor escolha para a perda de peso.	5.47	1.48	[4.94, 6.00]	26F	Os produtos light são a melhor escolha para quem quer perder peso.	3.25	1.88	[2.55, 3.95]
27V	Os alimentos light não podem ser consumidos sem restrição.	4.79	1.99	[4.05, 5.52]	27F	Os alimentos light podem ser consumidos sem restrição.	1.93	1.21	[1.50, 2.37]
28V	A água com gás é tão boa para a saúde como à água sem gás.	2.27	1.55	[1.71, 2.82]	28F	A água com gás não é tão boa para a saúde como a água sem gás.	4.75	2.18	[3.94, 5.56]
29V	<b>Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.</b>	<b>5.30</b>	<b>1.73</b>	<b>[4.68, 5.92]</b>	29F	<b>Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.</b>	<b>4.43</b>	<b>1.99</b>	<b>[3.69, 5.17]</b>
30V	<b>A congelação dos alimentos não lhes retira valor nutricional.</b>	<b>3.54</b>	<b>1.61</b>	<b>[2.94, 4.13]</b>	30F	<b>A congelação dos alimentos retira-lhes valor nutricional.</b>	<b>3.70</b>	<b>1.85</b>	<b>[3.04, 4.36]</b>
31V	Um número excessivo ou deficiente de refeições diárias prejudica, de igual forma, o funcionamento do organismo.	5.87	1.65	[5.28, 6.46]	31F	<b>Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.</b>	<b>5.46</b>	<b>1.76</b>	<b>[4.81, 6.12]</b>
32V	<b>Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.</b>	<b>5.03</b>	<b>1.56</b>	<b>[4.48, 5.59]</b>	32F	<b>O alimento com mais vitamina C é a laranja.</b>	<b>4.21</b>	<b>1.80</b>	<b>[3.55, 4.88]</b>
33V	Cozinhar alimentos não diminui necessariamente o seu valor nutricional.	4.68	1.71	[4.04, 5.31]	33F	Cozinhar alimentos diminui necessariamente o seu valor nutricional.	3.27	1.86	[2.60, 3.93]

34V	O consumo de cenouras não promove melhor visão noturna.	4.71	1.60	[4.12, 5.31]	34F	O consumo de cenouras promove melhor visão noturna.	2.43	1.45	[1.91, 2.95]
35V	A fruta biológica tem o mesmo valor nutricional que a fruta não biológica.	3.18	1.79	[2.51, 3.84]	35F	A fruta biológica tem maior valor nutricional do que a fruta não biológica.	5.17	1.65	[4.57, 5.76]
36V	Comer fruta é nutricionalmente mais rico do que beber sumo de fruta.	5.32	1.77	[4.66, 5.98]	36F	Comer fruta ou beber sumo de fruta é nutricionalmente equivalente.	2.27	1.59	[1.70, 2.84]
37V	A fruta desidratada tem um menor valor nutricional do que a fruta fresca.	4.43	1.86	[3.74, 5.12]	37F	A fruta desidratada e a fruta fresca têm o mesmo valor nutricional.	2.47	1.41	[1.96, 2.97]
38V	Podemos comer fruta em qualquer altura do dia.	5.87	1.38	[5.37, 6.36]	38F	Só se deve comer fruta até ao início da tarde.	2.82	1.67	[2.20, 3.44]
39V	Os produtos light ou magros podem até ter menos gordura mas não quer dizer que não engordem.	6.00	1.18	[5.58, 6.42]	39F	Os produtos light ou magros não engordam.	2.00	1.04	[1.62, 2.38]
40V	O pão integral e o pão branco são equivalentes em calorias.	2.75	1.40	[2.23, 3.27]	40F	O pão integral tem menos calorias do que o pão branco.	4.33	2.20	[3.55, 5.12]
41V	<b>Beber água morna com limão não faz perder peso.</b>	<b>4.50</b>	<b>2.05</b>	<b>[3.77, 5.23]</b>	41F	<b>Beber água morna com limão faz perder peso.</b>	<b>3.79</b>	<b>1.95</b>	<b>[3.06, 4.51]</b>
42V	O sumo de beterraba não é particularmente rico em ferro e por isso não combate a anemia.	2.73	1.31	[2.26, 3.20]	42F	O sumo de beterraba tem tanto ferro que combate a anemia.	4.43	1.08	[4.03, 4.83]
43V	O azeite, apesar de natural, é uma gordura e por isso pode engordar.	5.17	1.69	[4.56, 5.77]	43F	O azeite é uma gordura natural e por isso não engorda.	2.39	1.45	[1.86, 2.93]
44V	Há alimentos em que podemos obter mais cálcio do que o leite.	5.61	1.45	[5.07, 6.14]	44F	O leite é o alimento onde podemos obter mais cálcio.	3.30	2.16	[2.53, 4.07]
45V	<b>O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.</b>	<b>3.53</b>	<b>1.36</b>	<b>[3.05, 4.02]</b>	45F	<b>O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.</b>	<b>3.89</b>	<b>1.68</b>	<b>[3.27, 4.51]</b>

46V	<b>O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.</b>	3.46	1.50	[2.91, 4.02]	46F	<b>O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.</b>	2.90	1.60	[2.33, 3.47]
47V	A carne bovina tem menos calorias que a soja.	3.25	1.43	[2.72, 3.78]	47F	A soja tem menos calorias que a carne bovina.	4.73	1.67	[4.14, 5.33]
48V	<b>Pão tostado engorda mais que pão normal.</b>	2.30	1.37	[1.81, 2.79]	48F	<b>Pão tostado engorda menos que pão normal.</b>	3.39	1.70	[2.76, 4.02]
49V	Cortar nos hidratos de carbono não emagrece mas leva a perda de massa muscular.	3.54	1.76	[2.88, 4.19]	49F	Cortar nos hidratos de carbono emagrece.	5.00	1.86	[4.33, 5.67]
50V	<b>Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.</b>	3.67	1.83	[3.01, 4.32]	50F	<b>Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.</b>	4.00	1.75	[3.35, 4.65]
51V	<b>Beber muita água não elimina a gordura.</b>	4.63	1.91	[3.95, 5.32]	51F	Beber muita água elimina a gordura.	3.79	2.16	[2.99, 4.59]
52V	O chá verde ajuda a emagrecer.	4.43	1.69	[3.83, 5.04]	52F	O chá verde não faz emagrecer.	3.89	1.82	[3.22, 4.57]
53V	Comer chocolate negro é benéfico para a saúde.	5.77	1.23	[5.33, 6.21]	53F	Comer chocolate negro não é benéfico para a saúde.	2.50	1.59	[1.91, 3.09]
54V	<b>O jejum desacelera o metabolismo.</b>	3.67	1.81	[3.02, 4.32]	54F	<b>O jejum acelera o metabolismo.</b>	4.11	1.40	[3.59, 4.62]
55V	<b>Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.</b>	3.50	1.99	[2.76, 4.24]	55F	<b>É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.</b>	3.47	2.29	[2.65, 4.29]
56V	<b>Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.</b>	3.50	1.05	[3.11, 3.89]	56F	<b>Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.</b>	2.77	1.31	[2.30, 3.23]
57V	<b>Os espinafres não aumentam a massa muscular.</b>	3.93	1.51	[3.37, 4.49]	57F	<b>Os espinafres aumentam a massa muscular.</b>	3.73	1.98	[3.02, 4.44]
58V	<b>Os laxantes e diuréticos não emagrecem.</b>	4.37	2.06	[3.63, 5.10]	58F	Os laxantes e diuréticos emagrecem.	3.32	1.96	[2.59, 4.05]

59V	Comer sempre os mesmos alimentos é prejudicial para a saúde.	5.18	1.63	[4.58, 5.78]	59F	Comer sempre os mesmos alimentos é benéfico para a saúde.	2.03	1.54	[1.48, 2.58]
-----	--	------	------	--------------	-----	---	------	------	--------------

Nota. As afirmações selecionadas são apresentadas a negrito.

## Tabela C2.

### Resultados da familiaridade associada a cada afirmação pré-testada

Código	Afirmações (versão verdadeira)	Medidas de Dispersão			Código	Afirmações (versão falsa)	Medidas de Dispersão		
		<i>M</i>	<i>DP</i>	95% IC [LI, LS]			<i>M</i>	<i>DP</i>	95% IC [LI, LS]
1V	<b>Comer banana não engorda.</b>	4.63	1.43	[4.12, 5.14]	1F	<b>Comer banana engorda.</b>	3.82	2.17	[3.02, 4.63]
2V	<b>O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.</b>	4.57	1.89	[3.89, 5.24]	2F	<b>O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.</b>	3.54	1.99	[2.80, 4.27]
3V	Beber água durante as refeições não faz aumentar o peso.	4.89	1.80	[4.23, 5.56]	3F	Beber água durante as refeições faz aumentar o peso.	4.60	2.09	[3.85, 5.35]
4V	<b>Beber água em jejum não faz perder peso.</b>	4.50	2.11	[3.72, 5.28]	4F	<b>Beber água em jejum faz perder peso.</b>	4.67	1.70	[4.06, 5.27]
5V	Comer pão branco não faz aumentar o peso.	4.75	2.15	[3.95, 5.55]	5F	Comer pão branco faz aumentar o peso.	5.77	1.36	[5.28, 6.25]
6V	<b>O pão integral não leva a perder peso.</b>	4.75	1.48	[4.20, 5.30]	6F	<b>Comer pão integral leva a perder peso.</b>	5.20	1.70	[4.59, 5.81]
7V	Os alimentos light não são isentos de calorias, logo não fazem perder peso.	4.21	2.18	[3.41, 5.02]	7F	<b>Alimentos light fazem diminuir o peso.</b>	4.87	1.86	[4.20, 5.53]
8V	<b>O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.</b>	3.90	2.18	[3.12, 4.68]	8F	<b>O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.</b>	4.96	1.92	[4.25, 5.67]
9V	<b>Nem todos os tipos de fibra são benéficos.</b>	3.64	1.87	[2.95, 4.34]	9F	<b>Todos os tipos de fibra são benéficos.</b>	3.97	1.87	[3.30, 4.64]

10V	Alimentos integrais saudáveis podem ser mais baratos do que alimentos ultraprocessados.	4.30	1.86	[3.63, 4.97]	10F	Alimentos integrais saudáveis são mais caros do que os alimentos ultraprocessados.	6.18	1.54	[5.61, 6.75]
11V	<b>Tomar o pequeno-almoço diariamente não tem efeito na obesidade.</b>	<b>4.73</b>	<b>1.79</b>	<b>[4.09, 5.37]</b>	11F	<b>Tomar o pequeno-almoço diariamente protege contra a obesidade.</b>	<b>4.04</b>	<b>2.11</b>	<b>[3.25, 4.82]</b>
12V	<b>Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.</b>	<b>4.33</b>	<b>1.94</b>	<b>[3.64, 5.03]</b>	12F	<b>Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.</b>	<b>4.68</b>	<b>1.85</b>	<b>[3.99, 5.36]</b>
13V	Comer mais frutas e vegetais não resulta sempre em perda de peso.	4.07	2.11	[3.31, 4.82]	13F	Comer mais frutas e vegetais resulta sempre em perda de peso.	5.39	1.72	[4.76, 6.03]
14V	Não existe uma ligação entre "petiscar" e o aumento de peso e obesidade.	4.89	1.99	[4.16, 5.63]	14F	"Petiscar" contribui para o aumento de peso e obesidade.	5.63	1.35	[5.15, 6.12]
15V	As bebidas desportivas têm metade do açúcar e das calorias dos sumos de fruta.	3.11	1.78	[2.45, 3.77]	15F	As bebidas desportivas têm mais açúcar e calorias do que os sumos de fruta.	4.20	2.10	[3.45, 4.95]
16V	<b>Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.</b>	<b>4.67</b>	<b>2.02</b>	<b>[3.94, 5.39]</b>	16F	<b>Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.</b>	<b>4.21</b>	<b>1.35</b>	<b>[3.72, 4.71]</b>
17V	<b>Não há diferença na sensação de fome entre o jejum intermitente e as dietas tradicionais.</b>	<b>3.47</b>	<b>1.91</b>	<b>[2.78, 4.15]</b>	17F	<b>O jejum intermitente diminui a sensação de fome em comparação com as dietas tradicionais.</b>	<b>3.68</b>	<b>2.14</b>	<b>[2.89, 4.47]</b>
18V	O consumo de hidratos de carbono não leva necessariamente ao aumento de peso.	4.71	1.91	[4.01, 5.42]	18F	O consumo de hidratos de carbono leva necessariamente ao aumento de peso.	5.50	1.50	[4.96, 6.04]
19V	<b>Não existe associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.</b>	<b>3.87</b>	<b>1.75</b>	<b>[3.24, 4.49]</b>	19F	<b>Existe uma associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.</b>	<b>3.43</b>	<b>2.11</b>	<b>[2.65, 4.21]</b>

20V	Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.	3.43	1.72	[2.79, 4.07]	20F	Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.	3.43	2.28	[2.62, 4.25]
21V	O glúten não é prejudicial para quem não tem alergia.	4.61	1.91	[3.90, 5.32]	21F	O glúten é prejudicial até para quem não tem alergia.	3.63	1.97	[2.93, 4.34]
22V	Consumir fruta em grandes quantidades é prejudicial, pois a frutose (açúcar da fruta) em excesso não é saudável.	5.71	1.13	[5.30, 6.13]	22F	Consumir fruta em grandes quantidades não é prejudicial, pois a frutose é um açúcar saudável.	5.07	1.86	[4.40, 5.73]
23V	A manteiga magra continua a possuir um elevado teor de gordura e, por isso, engorda.	4.39	2.08	[3.62, 5.16]	23F	A manteiga magra é uma gordura melhor e por isso não engorda.	4.23	1.86	[3.57, 4.90]
24V	Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.	4.04	1.78	[3.38, 4.70]	24F	Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.	4.53	2.11	[3.78, 5.29]
25V	Os produtos light nem sempre têm menos calorias.	4.50	2.05	[3.77, 5.23]	25F	Os produtos light têm sempre menos calorias.	5.07	1.67	[4.45, 5.69]
26V	Os produtos light nem sempre são a melhor escolha para a perda de peso.	4.27	1.77	[3.63, 4.90]	26F	Os produtos light são a melhor escolha para quem quer perder peso.	4.96	1.68	[4.34, 5.59]
27V	Os alimentos light não podem ser consumidos sem restrição.	4.71	1.73	[4.07, 5.35]	27F	Os alimentos light podem ser consumidos sem restrição.	4.07	2.08	[3.32, 4.81]
28V	A água com gás é tão boa para a saúde como à água sem gás.	3.47	2.38	[2.62, 4.32]	28F	A água com gás não é tão boa para a saúde como a água sem gás.	4.25	2.08	[3.48, 5.02]
29V	Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	4.13	1.67	[3.54, 4.73]	29F	Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	5.54	1.57	[4.95, 6.12]

30V	<b>A congelção dos alimentos não lhes retira valor nutricional.</b>	4.25	1.68	[3.63, 4.87]	30F	<b>A congelção dos alimentos retira-lhes valor nutricional.</b>	3.87	1.82	[3.22, 4.52]
31V	Um número excessivo ou deficiente de refeições diárias prejudica, de igual forma, o funcionamento do organismo.	5.70	1.66	[5.11, 6.29]	31F	<b>Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.</b>	6.04	1.27	[5.57, 6.51]
32V	<b>Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.</b>	3.83	2.24	[3.03, 4.63]	32F	<b>O alimento com mais vitamina C é a laranja.</b>	5.14	1.88	[4.44, 5.84]
33V	Cozinhar alimentos não diminui necessariamente o seu valor nutricional.	4.71	1.79	[4.05, 5.38]	33F	Cozinhar alimentos diminui necessariamente o seu valor nutricional.	3.50	1.89	[2.82, 4.18]
34V	O consumo de cenouras não promove melhor visão noturna.	3.86	2.05	[3.10, 4.62]	34F	O consumo de cenouras promove melhor visão noturna.	4.87	2.20	[4.08, 5.65]
35V	A fruta biológica tem o mesmo valor nutricional que a fruta não biológica.	3.89	2.04	[3.14, 4.65]	35F	A fruta biológica tem maior valor nutricional do que a fruta não biológica.	4.83	1.88	[4.16, 5.51]
36V	Comer fruta é nutricionalmente mais rico do que beber sumo de fruta.	5.21	1.78	[4.55, 5.87]	36F	Comer fruta ou beber sumo de fruta é nutricionalmente equivalente.	4.53	2.22	[3.74, 5.33]
37V	A fruta desidratada tem um menor valor nutricional do que a fruta fresca.	3.96	1.94	[3.25, 4.68]	37F	A fruta desidratada e a fruta fresca têm o mesmo valor nutricional.	3.37	1.74	[2.74, 3.99]
38V	Podemos comer fruta em qualquer altura do dia.	4.57	1.94	[3.87, 5.26]	38F	Só se deve comer fruta até ao início da tarde.	3.61	2.13	[2.82, 4.39]
39V	Os produtos light ou magros podem até ter menos gordura mas não quer dizer que não engordem.	5.00	1.77	[4.37, 5.63]	39F	Os produtos light ou magros não engordam.	5.04	1.99	[4.30, 5.77]

40V	O pão integral e o pão branco são equivalentes em calorias.	3.89	2.02	[3.14, 4.64]	40F	O pão integral tem menos calorias do que o pão branco.	5.90	1.37	[5.41, 6.39]
41V	<b>Beber água morna com limão não faz perder peso.</b>	3.33	1.97	[2.63, 4.04]	41F	<b>Beber água morna com limão faz perder peso.</b>	5.14	1.88	[4.44, 5.84]
42V	O sumo de beterraba não é particularmente rico em ferro e por isso não combate a anemia.	2.80	1.68	[2.20, 3.40]	42F	O sumo de beterraba tem tanto ferro que combate a anemia.	3.86	2.10	[3.08, 4.63]
43V	O azeite, apesar de natural, é uma gordura e por isso pode engordar.	5.07	1.61	[4.49, 5.64]	43F	O azeite é uma gordura natural e por isso não engorda.	4.57	1.86	[3.88, 5.26]
44V	Há alimentos em que podemos obter mais cálcio do que o leite.	4.64	2.27	[3.80, 5.48]	44F	O leite é o alimento onde podemos obter mais cálcio.	5.50	1.77	[4.87, 6.13]
45V	<b>O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.</b>	2.93	1.77	[2.30, 3.57]	45F	<b>O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.</b>	3.32	1.81	[2.65, 3.99]
46V	<b>O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.</b>	3.61	1.91	[2.90, 4.32]	46F	<b>O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.</b>	3.60	1.76	[2.97, 4.23]
47V	A carne bovina tem menos calorias que a soja.	2.54	1.66	[1.92, 3.15]	47F	A soja tem menos calorias que a carne bovina.	4.20	2.07	[3.46, 4.94]
48V	<b>Pão tostado engorda mais que pão normal.</b>	3.47	2.19	[2.68, 4.25]	48F	<b>Pão tostado engorda menos que pão normal.</b>	4.14	1.87	[3.45, 4.83]
49V	Cortar nos hidratos de carbono não emagrece mas leva a perda de massa muscular.	4.18	1.69	[3.55, 4.81]	49F	Cortar nos hidratos de carbono emagrece.	6.27	1.09	[5.88, 6.66]
50V	<b>Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.</b>	3.77	1.73	[3.15, 4.38]	50F	<b>Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.</b>	4.86	1.79	[4.20, 5.52]

51V	<b>Beber muita água não elimina a gordura.</b>	<b>4.23</b>	<b>1.69</b>	<b>[3.63, 4.84]</b>	51F	Beber muita água elimina a gordura.	5.07	2.03	[4.32, 5.82]
52V	O chá verde ajuda a emagrecer.	5.73	1.46	[5.21, 6.26]	52F	O chá verde não faz emagrecer.	3.75	1.92	[3.04, 4.46]
53V	Comer chocolate negro é benéfico para a saúde.	5.73	1.61	[5.16, 6.31]	53F	Comer chocolate negro não é benéfico para a saúde.	4.21	2.19	[3.40, 5.03]
54V	<b>O jejum desacelera o metabolismo.</b>	<b>3.43</b>	<b>1.61</b>	<b>[2.86, 4.01]</b>	54F	<b>O jejum acelera o metabolismo.</b>	<b>3.93</b>	<b>1.91</b>	<b>[3.22, 4.64]</b>
55V	<b>Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.</b>	<b>4.21</b>	<b>2.11</b>	<b>[3.43, 5.00]</b>	55F	<b>É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.</b>	<b>4.60</b>	<b>2.01</b>	<b>[3.88, 5.32]</b>
56V	<b>Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.</b>	<b>2.75</b>	<b>1.66</b>	<b>[2.13, 3.37]</b>	56F	<b>Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.</b>	<b>3.03</b>	<b>2.18</b>	<b>[2.25, 3.81]</b>
57V	<b>Os espinafres não aumentam a massa muscular.</b>	<b>3.43</b>	<b>1.95</b>	<b>[2.70, 4.15]</b>	57F	<b>Os espinafres aumentam a massa muscular.</b>	<b>4.63</b>	<b>1.80</b>	<b>[3.99, 5.28]</b>
58V	<b>Os laxantes e diuréticos não emagrecem.</b>	<b>3.87</b>	<b>2.11</b>	<b>[3.11, 4.62]</b>	58F	Os laxantes e diuréticos emagrecem.	4.14	2.13	[3.35, 4.93]
59V	Comer sempre os mesmos alimentos é prejudicial para a saúde.	4.57	2.03	[3.82, 5.32]	59F	Comer sempre os mesmos alimentos é benéfico para a saúde.	3.43	2.23	[2.63, 4.23]

Nota. As afirmações selecionadas são apresentadas a negrito



## Anexo D – Afirmações selecionadas para o estudo principal

Código	Versão Falsa	Código	Versão Verdadeira
1F	Comer banana engorda.	1V	Comer banana não engorda.
2F	O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.	2V	O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.
3F	Beber água em jejum faz perder peso.	3V	Beber água em jejum não faz perder peso.
4F	Comer pão integral leva a perder peso.	4V	O pão integral não leva a perder peso.
5F	O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5V	O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.
6F	Todos os tipos de fibra são benéficos.	6V	Nem todos os tipos de fibra são benéficos.
7F	Tomar o pequeno-almoço diariamente protege contra a obesidade.	7V	Tomar o pequeno-almoço diariamente não tem efeito na obesidade.
8F	Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	8V	Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.
9F	Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.	9V	Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.
10F	O jejum intermitente diminui a sensação de fome em comparação com as dietas tradicionais.	10V	Não há diferença na sensação de fome entre o jejum intermitente e as dietas tradicionais.
11F	Existe uma associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.	11V	Não existe associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.
12F	Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.	12V	Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.
13F	O glúten é prejudicial até para quem não tem alergia.	13V	O glúten não é prejudicial para quem não tem alergia.
14F	Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.	14V	Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.
15F	Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	15V	Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.
16F	A congelação dos alimentos retira-lhes valor nutricional.	16V	A congelação dos alimentos não lhes retira valor nutricional.

17F	O alimento com mais vitamina C é a laranja.	17V	Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.
18F	Beber água morna com limão faz perder peso.	18V	Beber água morna com limão não faz perder peso.
19F	O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.	19V	O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.
20F	O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.	20V	O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.
21F	Pão tostado engorda menos que pão normal.	21V	Pão tostado engorda mais que pão normal.
22F	Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.	22V	Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.
23F	Beber muita água elimina a gordura.	23V	Beber muita água não elimina a gordura. <sup>a</sup>
24F	O jejum acelera o metabolismo.	24V	O jejum desacelera o metabolismo.
25F	É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	25V	Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.
26F	Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.	26V	Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.
27F	Os espinafres aumentam a massa muscular.	27V	Os espinafres não aumentam a massa muscular.
28F	Os laxantes e diuréticos emagrecem.	28V	Os laxantes e diuréticos não emagrecem. <sup>a</sup>
29F	Alimentos light fazem diminuir o peso. <sup>b</sup>		
30F	Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo. <sup>b</sup>		

---

<sup>a</sup> Afirmações em que apenas a sua versão verdadeira é considerada no estudo principal. <sup>b</sup> Afirmações em que apenas a sua versão falsa é considerada no estudo principal.

## Anexo E – Versões do Estudo Principal

**Tabela E1.**

*Versão A da Fase de Exposição*

<b>Afirmações</b>	<b>Código</b>
Comer banana não engorda.	1V
O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.	2V
Beber água em jejum não faz perder peso.	3V
O pão integral não leva a perder peso.	4V
O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5V
Nem todos os tipos de fibra são benéficos.	6V
Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	8V
Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.	9V
Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.	12V
Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.	14V
Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	15F
Beber água morna com limão faz perder peso.	18F
O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.	19F
O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.	20F
Pão tostado engorda menos que pão normal.	21F
Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.	22F
O jejum acelera o metabolismo.	24F
É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	25F
Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.	26F
Os espinafres aumentam a massa muscular.	27F

**Tabela E2.***Versão B da Fase de Exposição*

<b>Afirmações</b>	<b>Código</b>
Comer banana engorda.	1F
O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.	2F
Beber água em jejum faz perder peso.	3F
Comer pão integral leva a perder peso.	4F
O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5F
Todos os tipos de fibra são benéficos.	6F
Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	8F
Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.	9F
Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.	12F
Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.	14F
Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	15V
Beber água morna com limão não faz perder peso.	18V
O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.	19V
O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.	20V
Pão tostado engorda mais que pão normal.	21V
Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.	22V
O jejum desacelera o metabolismo.	24V
Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	25V
Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.	26V
Os espinafres não aumentam a massa muscular.	27V

**Tabela E3.***Versão A1 da Fase de Teste*

<b>Afirmações</b>	<b>Código</b>
Comer banana não engorda.	1VR
O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.	2VR
Beber água em jejum não faz perder peso.	3VR
O pão integral não leva a perder peso.	4VR
O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5VR
Todos os tipos de fibra são benéficos.	6FC
Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	8FC
Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.	9FC
Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.	12FC
Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.	14FC
Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	15FR
Beber água morna com limão faz perder peso.	18FR
O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.	19FR
O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.	20FR
Pão tostado engorda menos que pão normal.	21FR
Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.	22VC
O jejum desacelera o metabolismo.	24VC
Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	25VC
Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.	26VC
Os espinafres não aumentam a massa muscular.	27VC
Não há diferença na sensação de fome entre o jejum intermitente e as dietas tradicionais.	10VN

Não existe associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.	11VN
A congelação dos alimentos não lhes retira valor nutricional.	16VN
Beber muita água não elimina a gordura.	23VN
Os laxantes e diuréticos não emagrecem.	28VN
Tomar o pequeno-almoço diariamente protege contra a obesidade.	7FN
O glúten é prejudicial até para quem não tem alergia.	13FN
O alimento com mais vitamina C é a laranja.	17FN
Alimentos light fazem diminuir o peso.	29FN
Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.	30FN

*Nota.* **1VR** (Número da afirmação, Estatuto de verdade da afirmação - verdadeira, Repetida da fase de exposição), **6FC** (Número da afirmação, Estatuto de verdade da afirmação - falsa, Contraditória à afirmação apresentada na fase de exposição), **16VN** (Número da afirmação, Estatuto de verdade da afirmação - verdadeira, Nova)

#### **Tabela E4.**

##### *Versão A2 da Fase de Teste*

<b>Afirmações</b>	<b>Código</b>
Comer banana engorda.	1FC
O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.	2FC
Beber água em jejum faz perder peso.	3FC
Comer pão integral leva a perder peso.	4FC
O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5FC
Nem todos os tipos de fibra são benéficos.	6VR
Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	8VR
Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.	9VR
Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.	12VR

Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.	14VR
Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	15VC
Beber água morna com limão não faz perder peso.	18VC
O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.	19VC
O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.	20VC
Pão tostado engorda mais que pão normal.	21VC
Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.	22FR
O jejum acelera o metabolismo.	24FR
É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	25FR
Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.	26FR
Os espinafres aumentam a massa muscular.	27FR
Não há diferença na sensação de fome entre o jejum intermitente e as dietas tradicionais.	10VN
Não existe associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.	11VN
A congelação dos alimentos não lhes retira valor nutricional.	16VN
Beber muita água não elimina a gordura.	23VN
Os laxantes e diuréticos não emagrecem.	28VN
Tomar o pequeno-almoço diariamente protege contra a obesidade.	7FN
O glúten é prejudicial até para quem não tem alergia.	13FN
O alimento com mais vitamina C é a laranja.	17FN
Alimentos light fazem diminuir o peso.	29FN
Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.	30FN

---

**Tabela E5.***Versão B1 da Fase de Teste*

<b>Afirmações</b>	<b>Código</b>
Comer banana engorda.	1FR
O queijo é excelente para dietas porque contém um elevado teor de proteína.	2FR
Beber água em jejum faz perder peso.	3FR
Comer pão integral leva a perder peso.	4FR
O estômago encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5FR
Nem todos os tipos de fibra são benéficos.	6VC
Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	8VC
Em geral, o jejum intermitente é seguro e não implica défice de nutrientes.	9VC
Uma dieta baseada no consumo de proteína não é prejudicial para os rins.	12VC
Mesmo em situações de perda de peso, a sopa pode incluir batata, cenoura e abóbora.	14VC
Nem todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	15VR
Beber água morna com limão não faz perder peso.	18VR
O leite pasteurizado é tão nutritivo como o leite fresco.	19VR
O leite magro, meio gordo e gordo têm quantidades de cálcio muito semelhantes.	20VR
Pão tostado engorda mais que pão normal.	21VR
Produtos com baixo teor de gordura fazem perder peso.	22FC
O jejum acelera o metabolismo.	24FC
É essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	25FC
Comer abacaxi após as refeições faz com que a gordura não seja absorvida.	26FC
Os espinafres aumentam a massa muscular.	27FC
Tomar o pequeno-almoço diariamente não tem efeito na obesidade.	7VN
O glúten não é prejudicial para quem não tem alergia.	13VN
Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.	17VN
Beber muita água não elimina a gordura.	23VN

Os laxantes e diuréticos não emagrecem.	28VN
O jejum intermitente diminui a sensação de fome em comparação com as dietas tradicionais.	10FN
Existe uma associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.	11FN
A congelação dos alimentos retira-lhes valor nutricional.	16FN
Alimentos light fazem diminuir o peso.	29FN
Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.	30FN

## **Tabela E6.**

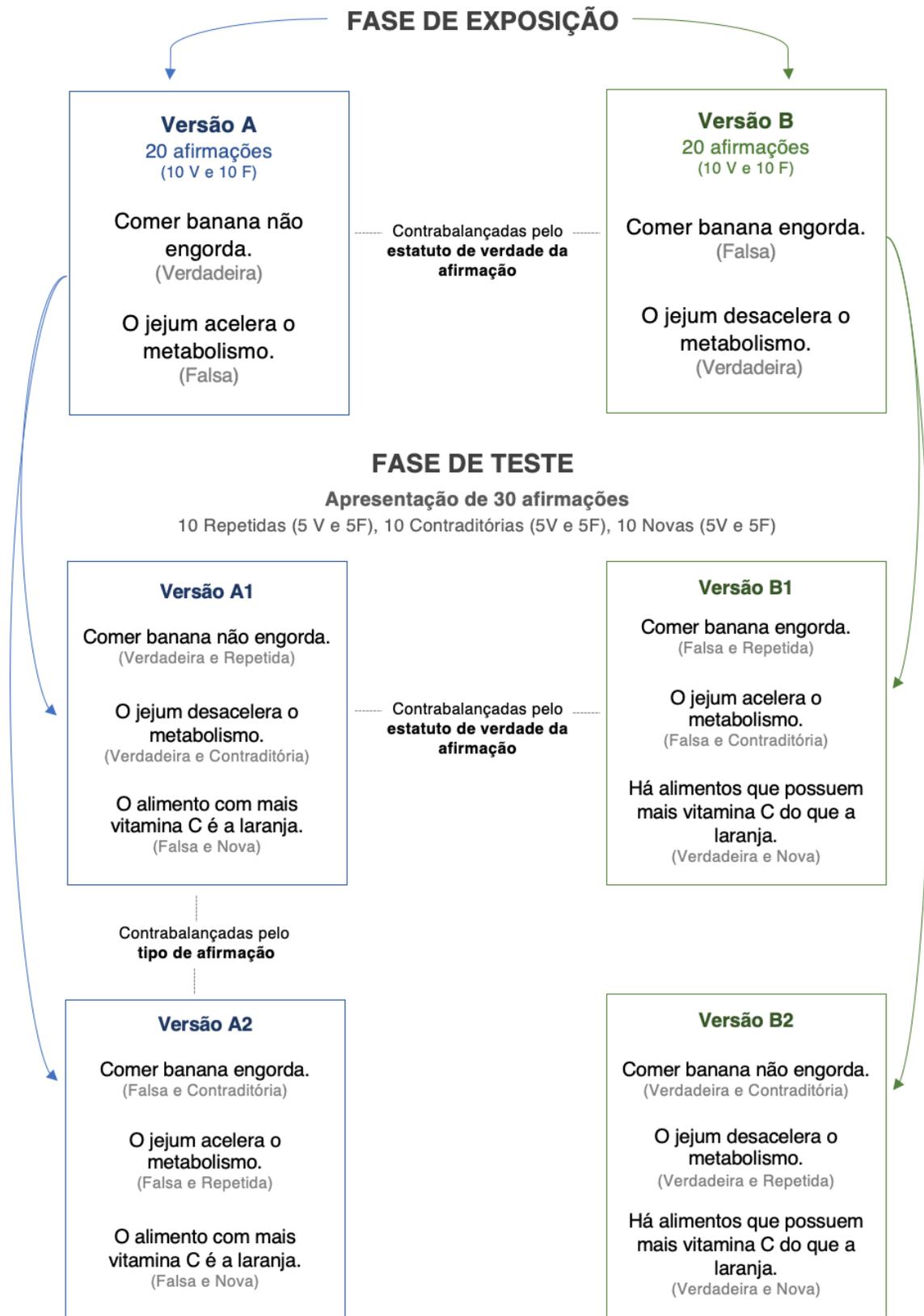
### *Versão B2 da Fase de Teste*

<b>Afirmações</b>	<b>Código</b>
Comer banana não engorda.	1VC
O queijo não é bom para dietas porque contém um elevado teor de gordura.	2VC
Beber água em jejum não faz perder peso.	3VC
O pão integral não leva a perder peso.	4VC
O estômago não encolhe com a redução da ingestão de alimentos.	5VC
Todos os tipos de fibra são benéficos.	6FR
Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.	8FR
Em geral, o jejum intermitente não é seguro e implica défice de nutrientes.	9FR
Uma dieta baseada no consumo de proteína é prejudicial para os rins.	12FR
Em situações de perda de peso, a sopa não deve ter batata, cenoura e abóbora.	14FR
Todos os alimentos com elevado teor de gordura devem ser evitados.	15FC
Beber água morna com limão faz perder peso.	18FC
O leite pasteurizado é muito menos nutritivo do que o leite fresco.	19FC
O leite magro possui menos cálcio que o leite meio gordo ou o leite gordo.	20FC

Pão tostado engorda menos que pão normal.	21FC
Produtos com baixo teor de gordura não fazem perder peso.	22VR
O jejum desacelera o metabolismo.	24VR
Não é essencial consumir suplementos nutritivos numa dieta de emagrecimento.	25VR
Comer abacaxi após as refeições não interfere na absorção das gorduras.	26VR
Os espinafres não aumentam a massa muscular.	27VR
Tomar o pequeno-almoço diariamente não tem efeito na obesidade.	7VN
O glúten não é prejudicial para quem não tem alergia.	13VN
Há alimentos que possuem mais vitamina C do que a laranja.	17VN
Beber muita água não elimina a gordura.	23VN
Os laxantes e diuréticos não emagrecem.	28VN
O jejum intermitente diminui a sensação de fome em comparação com as dietas tradicionais.	10FN
Existe uma associação entre o colesterol dos ovos e o desenvolvimento de doenças cardiovasculares.	11FN
A congelação dos alimentos retira-lhes valor nutricional.	16FN
Alimentos light fazem diminuir o peso.	29FN
Comer várias vezes ao dia melhora o funcionamento do organismo.	30FN

---

## Anexo F – Esquema ilustrativo da construção das versões do estudo





## **Anexo G – Exemplificação da estrutura do questionário (e.g., versão A1 nutricionista)**

### **Bem-vindo/a!**

Obrigada desde já pela sua participação. Este estudo enquadra-se nos trabalhos para obtenção do grau de mestre no Mestrado em Psicologia Social e das Organizações do ISCTE-IUL.

A sua participação neste estudo consiste em duas tarefas. Na primeira tarefa vamos pedir-lhe que leia um conjunto de afirmações sobre alimentação e nutrição. Na segunda tarefa vamos pedir-lhe que leia um novo conjunto de frases também relacionadas com alimentação e que avalie o grau em que as considera verdadeiras, utilizando uma escala de 6 pontos:

**1 = Definitivamente falso**  
**a 6 = Definitivamente verdadeiro**

O tempo de realização estimado para este estudo é entre **10 a 12 minutos**. Pedimos-lhe que realize o estudo todo sem interrupções (isto é, não interrompa o estudo para fazer outras tarefas e depois voltar para terminar).

Todos os dados recolhidos são confidenciais e anónimos e serão utilizados exclusivamente no âmbito deste estudo. Para participar deve ter 18 anos de idade ou mais. A sua participação é totalmente voluntária e poderá recusar ou interromper a mesma em qualquer momento. A recusa ou interrupção da sua participação não terá quaisquer consequências para si e não se antecipam quaisquer riscos físicos ou psicológicos inerentes à participação neste estudo.

Declaro que tomei conhecimento da informação apresentada acima e que quero participar no estudo.

Sim (1)

Não (2)

Por favor, indique a sua idade (em anos).

---

Por favor, indique o seu género.

- Masculino (1)
- Feminino (2)
- Não binário (3)
- Prefiro não responder (4)

Por favor, indique as suas habilitações literárias.

- Sem escolaridade (1)
- 1º Ciclo (4ºano) (2)
- 2º Ciclo (6ºano) (3)
- 3º Ciclo (9ºano) (4)
- Ensino Secundário (5)
- Curso Técnico-Profissional (6)
- Licenciatura (7)
- Mestrado (8)
- Doutoramento (9)
- Prefiro não responder (10)

**Instruções da 1ª tarefa:**

Hoje em dia circulam muitas informações sobre alimentação e nutrição. Algumas são verdadeiras, outras são falsas.

De seguida, vamos apresentar algumas dessas informações. Por favor, leia cada uma delas.

Clique na seta para iniciar a apresentação das frases.

**Comer banana não engorda.**

**Saltar o pequeno-almoço não leva a que a pessoa coma mais no final do dia.**

**Terminou a 1ª tarefa.**

Clique na seta para avançar para as instruções da 2ª tarefa.

Obrigada por ter lido as frases anteriores.

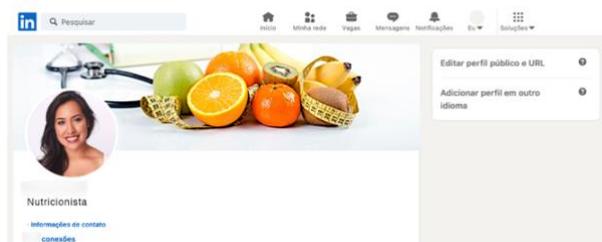
Vamos agora apresentar um novo conjunto de informações sobre alimentação e nutrição divulgadas por uma **Nutricionista** cujo perfil do LinkedIn vai ver em conjunto com as frases (nome, número de conexões e outras informações pessoais ocultadas para manter o anonimato).

Por favor, leia cada uma das frases e indique o grau em que considera serem falsas/verdadeiras, numa escala de 6 pontos:

**1 = Definitivamente falso**

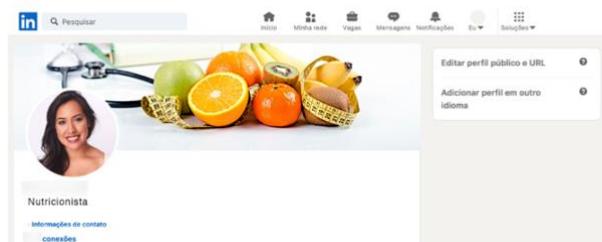
**a 6 = Definitivamente verdadeiro**

Clique na seta para iniciar a apresentação das frases.



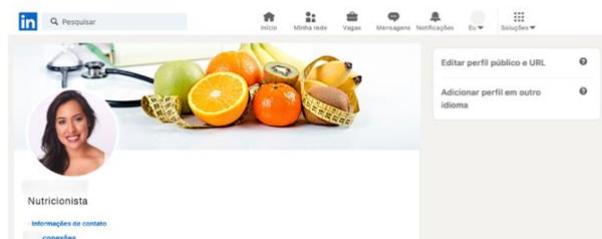
**Comer banana não engorda.**

	1	2	3	4	5	6	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Definitivamente falso	<input type="radio"/>	Definitivamente verdadeiro					



**Saltar o pequeno-almoço leva a que a pessoa coma mais no final do dia.**

	1	2	3	4	5	6	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Definitivamente falso	<input type="radio"/>	Definitivamente verdadeiro					



**O alimento com mais vitamina C é a laranja.**

	1	2	3	4	5	6	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Definitivamente falso	<input type="radio"/>	Definitivamente verdadeiro					

Obrigada pela sua colaboração. Para terminar, pedimos que responda a mais algumas perguntas.

Como avalia o seu grau de conhecimento em nutrição?

	1	2	3	4	5	6	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Muito reduzido	<input type="radio"/>	Muito elevado					

A sua área de estudos e/ou área profissional relaciona-se com a área da nutrição e/ou alimentação?

- Não (1)
  - Sim. Por favor, indique qual. (2)
- 

Na 2ª tarefa (Julgamentos de verdade), a pessoa que apresentou as informações era:

- Influencer (1)
  - Nutricionista (2)
  - Médica de clínica geral (3)
  - Instrutora de Fitness (4)
  - Não me recordo (5)
  - Outra. Por favor, indique qual. (6)
- 

Em que medida considera que a pessoa que apresentou as informações é perita em nutrição?

	1	2	3	4	5	6	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Nada perita	<input type="radio"/>	Muito perita					