
Título del proyecto: Efecto de los mensajes de promoción de hábitos saludables en los anuncios televisivos de alimentos sobre las actitudes de los adolescentes: un estudio de intervención aleatorizado

Equipo

Por la Escuela Nacional de Sanidad: Miguel Ángel Royo Bordonada (IP), Carlos Fernández Escobar y Elena Ordaz Castillo.

Por la UNED: David Lois García (IP), Fernando Molero y Alejandro Magallares

Objetivos

Evaluar el efecto de los mensajes de promoción de hábitos saludables sobreimpresos en anuncios televisivos de alimentación sobre las actitudes, intención de consumo y conducta de los adolescentes, así como la importancia que dan a los hábitos saludables, su intención de mejorarlos y sus elecciones alimentarias.

Conclusiones principales

El estudio de intervención se llevó a cabo el pasado 14 de marzo de 2019 en tres institutos de enseñanza secundaria de San Fernando de Henares, sobre una muestra de 573 adolescentes de primero y segundo curso, tras haber llevado a cabo un estudio piloto previo en un instituto de Coslada. Actualmente estamos en el proceso de depuración y análisis de los datos.

Imagen

