

XI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVI Jornadas de Investigación. XV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. I Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. I Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2019.

Cuatro dimensiones de las representaciones de escolares argentinos frente a alimentos ultra procesados y alimentos no procesados.

Leonardelli, Eduardo.

Cita:

Leonardelli, Eduardo (2019). *Cuatro dimensiones de las representaciones de escolares argentinos frente a alimentos ultra procesados y alimentos no procesados. XI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVI Jornadas de Investigación. XV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. I Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. I Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-111/720>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ecod/9Qq>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

CUATRO DIMENSIONES DE LAS REPRESENTACIONES DE ESCOLARES ARGENTINOS FRENTE A ALIMENTOS ULTRA PROCESADOS Y ALIMENTOS NO PROCESADOS

Leonardelli, Eduardo
Salud Investiga. Argentina

RESUMEN

Se presentan una parte de los resultados alcanzados en el Proyecto "Exposición a publicidad y consumo de alimentos en escolares de provincias de Argentina" (Salud Investiga 2016). Allí se reunió una muestra de no probabilística de 1261 escolares de entre 8 y 12 años de edad, de seis ciudades de Argentina. Para evaluar las representaciones infantiles de alimentos ultra-procesados y poco o no procesados, se proyectaron en las aulas imágenes de cuatro pares de alimentos: cada par de alimentos conformado por un alimento ultraprocesado y uno poco o no procesado, con idéntica función (bebida, entremés, plato principal, postre). Las respuestas de los escolares se recogieron mediante escalas con cinco puntos, con apoyo icónico, que cubren cuatro dimensiones motivadoras del consumo de alimentos: sabor, saciedad, salud y energía. El análisis de datos muestra que las representaciones de salud, energía, y saciedad parecen ajustarse a las expectativas sanitarias, incluso excesivamente. Lo que, además de sugerir un sesgo de aceptación social, indicaría cierto éxito educativo en suscitar representaciones de salud alimentaria acordes a objetivos de salud pública. La dimensión que presenta variabilidad menos acorde a lo sanitariamente deseable es "sabor", esto constituye el principal obstáculo para que tenga lugar una preferencia alimentaria saludable.

Palabras clave

Preferencias alimentarias - Alimentos ultraprocesados - Psicología de la salud alimentaria

ABSTRACT

FOUR DIMENSIONS PERCEPTION OF ULTRA-PROCESSED FOODS AND NON-PROCESSED FOODS IN ARGENTINE SCHOOLERS

The partial results reached by the project "Exposure to advertising and food intake of school-age children in Argentine provinces" (Salud Investiga 2016) are shown here. The project got a non-probabilistic sample of 8 to 12 year old school kids and their parents from primary education schools from 6 Argentine districts. Images of four pairs of foods were projected in the classrooms, in order to assess child perception of foods. Each pair was made up by an ultra-processed food and a non-processed or slightly processed food. Schoolchildren responses were collected by five points scales with iconic support, covering

four dimensions of food preferences: taste, satiety, health and energy. Data analysis shows that health, energy and satiety perceptions seem to match social health expectations, even excessively. Nevertheless, taste dimension shows a less according to health expectations variance, what is the main obstacle to a healthy food preferences.

Key words

Food preferences - Ultra-processed food - Health eating psychology

BIBLIOGRAFÍA

- Brannon, L., Feist, J. (2007, 6ª ed.). *Health Psychology*. Belmont, CA: Thomson.
- Buendía, J. (1999). *Familia y Psicología de la salud*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Colomer Revuelta, C., Álvarez-Dardet, C. (Eds.) (2006, 1ª ed. 2000). *Promoción de la salud y cambio social*. Barcelona: Masson.
- Cairns, G., Angus, K., Hastings, G. (2009). The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence to December 2008. Geneva: World Health Organization, 2009.
- Monteiro, C.A. (2009) Nutrition and health. The issue is not food, nor nutrients, so much as processing. *Public health nutrition*, 12(5), 729-731.
- Morrison, V., Bennett, P. (2008). *Psicología de la Salud*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Moubarac, J.C., Batal, M., Martins, A.P.B., Claro, R., Levy, R.B., Cannon, G., & Monteiro, C. (2014). Processed and ultra-processed food products: consumption trends in Canada from 1938 to 2011. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, 75(1), 15-21.
- O'Dougherty et al. (2006). Observations of Parent-Child Co-Shoppers in Supermarkets: Children's Involvement in Food Selections, Parental Yielding, and Refusal Strategies. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 38(3), 183-188.
- OMS (2010). *Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños*.