Ciudad de México, 25 de septiembre del 2017

ACTUALIDADES EN PSICOLOGÍA

A QUIEN CORRESPONDA,

**Declaración de autenticidad de la autoría y originalidad del manuscrito**

Por medio de la presente, declaro que el manuscrito “Anuncios públicos contra la obesidad: realismo percibido e identificación con los personajes de anuncios” es un manuscrito original escrito por la autora, Dagmara Wrzecionkowska. Este texto no ha sido enviado paralelamente a ninguna otra revista. En el caso de ser aceptado por Actualidades en Psicología, los derechos de autora sobre el manuscrito se concesionan a la revista.

La investigación se realizó bajo los auspicios de la Universidad Nacional Autónoma de Mexico, en la Ciudad de México, y constituye una parte de la tesis doctoral “Anuncios televisivos contra la obesidad en Mexico 2009-2013. La madre como target.”

Se informa que los resultados de la investigación han sido presentados previamente en  la conferencia de [International Association for Media and Communication](https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjllbaQuYXWAhVI5SYKHVuwACQQFggnMAA&url=https%3A%2F%2Fiamcr.org%2F&usg=AFQjCNEX3hTPkbahOTBJbtzQTiKkP38HwQ), en Cartagena Colombia, el 20 de julio de 2017.

Sin más por el momento. Agradezco su atención.

Dagmara Wrzecionkowska,

dagmara0510@gmail.com

Universidad Nacional Autónoma de México,

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales