



Revista Mexicana de Trastornos  
Alimentarios

E-ISSN: 2007-1523

editorrmta@campus.iztacala.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de  
México  
México

Denegri Coria, Marianela del Carmen; Castaño Cano, Adriana Lucia; Schnettler Morales,  
Berta Lorena; Vivallo Urra, Oscar Gabriel

Subjective well-being and feeding patterns in Chilean adults: A qualitative study  
Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios, vol. 7, núm. 2, julio-diciembre, 2016, pp.  
105-115

Universidad Nacional Autónoma de México  
Tlalnepantla Edo. de México, México

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425747926003>

- How to cite
- Complete issue
- More information about this article
- Journal's homepage in [redalyc.org](http://redalyc.org)

[redalyc.org](http://redalyc.org)

Scientific Information System

Network of Scientific Journals from Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal

Non-profit academic project, developed under the open access initiative



# REVISTA MEXICANA DE TRASTORNOS ALIMENTARIOS

## MEXICAN JOURNAL OF EATING DISORDERS

<http://journals.iztacala.unam.mx/index.php/amta/>



### ARTÍCULO

## Subjective well-being and feeding patterns in Chilean adults: A qualitative study



Marianela del Carmen Denegri Coria<sup>a,\*</sup>, Adriana Lucia Castaño Cano<sup>a</sup>,  
Berta Lorena Schnettler Morales<sup>b</sup> y Oscar Gabriel Vivallo Urra<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Núcleo Científico Tecnológico de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Psicología, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile

<sup>b</sup> Departamento de Producción Agropecuaria, Facultad de Ciencias Agropecuarias y Forestales, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile

Recibido el 19 de diciembre de 2015; aceptado el 12 de julio de 2016

Disponible en Internet el 19 de agosto de 2016

### KEYWORDS

Subjective well-being;  
Life satisfaction;  
Eating;  
Consumption;  
Purchase

**Abstract** This article reviews the relationship between the experience of subjective well-being and the processes of selection, purchase, preparation and consumption of food in adults in the southern part of Chile. Based on qualitative methodology and conceived as an exploratory design this research aims how feeding impacts on the vital satisfaction of people as well as in their dissatisfaction and discontent experiences. A group of 60 men and women between 18-76 years participated in focus group sessions and in-depth interviews; their speech was studied by content analysis. The results redefine feeding practices in terms of socio-affective and socio-cultural influence in the experience of subjective well-being regarding food purchasing behavior and feeding patterns. We conclude that feeding practices are not only associated to sensory pleasures but also to family and social life as well as to health care. Thus, this study establishes an analytical interface in the dialogue regarding the experience of subjective well-being from the positive psychology and those related to feeding behavior from the psychology of consumption.

© 2016 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Iztacala. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

### PALABRAS CLAVE

Bienestar subjetivo;  
Satisfacción vital;  
Alimentación;  
Consumo;  
Compra

### Bienestar subjetivo y patrones de alimentación en adultos chilenos: un estudio cualitativo

**Resumen** El presente estudio aborda la relación entre las vivencias de bienestar subjetivo y los procesos de selección, compra, preparación y consumo de alimentos en adultos residentes en el sur de Chile. Con base en una aproximación cualitativa y un diseño exploratorio, se indaga sobre

\* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: [marianela.denegri@ufrontera.cl](mailto:marianela.denegri@ufrontera.cl) (M.d.C. Denegri Coria).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.

cómo la alimentación incide en la satisfacción vital de las personas, así como en sus vivencias de descontento o insatisfacción. Se realizaron grupos focales y entrevistas en profundidad con 60 participantes, hombres y mujeres, de 18 a 76 años de edad, cuyo discurso fue sometido a análisis de contenido. Los resultados redefinen las prácticas alimentarias en términos de su influencia socioafectiva y sociocultural en el bienestar subjetivo, en el comportamiento de compra de alimentos y en sus patrones de alimentación. Se concluye que las prácticas alimentarias no solo están asociadas al deleite sensorial, sino que también son centrales tanto para la convivencia familiar y social como para el cuidado de la salud. Este estudio establece una interfase analítica entre los debates sobre bienestar subjetivo de la psicología positiva y los relativos al comportamiento alimentario presentes en la psicología del consumo.

© 2016 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Iztacala. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

## Introducción

El concepto de bienestar subjetivo (BS), en sus componentes afectivo y cognitivo, ha sido vinculado con una amplia gama de necesidades económicas, sociales y psicológicas. Sin embargo, las investigaciones en el área han tendido a desestimar la importancia de la experiencia y la práctica alimentaria, y su influencia en el BS y en la satisfacción vital (SV) de los individuos. Debido a ello, el presente artículo tiene como objetivo describir el tipo de relación existente entre la experiencia de BS y los procesos de selección, compra, preparación y consumo de alimento en adultos residentes en el radio urbano de la ciudad de Temuco, Región de La Araucanía, Chile.

La relevancia teórica de este estudio está centrada en establecer una interfase analítica entre los debates sobre BS presentes en la psicología positiva y aquellos que versan sobre el comportamiento alimentario en la psicología del consumo. En un amplio espectro de utilidad, permite reasignar valor a la experiencia de la práctica alimentaria como factor de influencia en el BS y en la SV de las personas.

Desde la perspectiva de la psicología positiva, la percepción subjetiva de la calidad de vida se representa en el concepto de BS (Cuadra y Florenzano, 2003; Videra-García y Reigal-Garrido, 2013). En general, este concepto alude a la evaluación que hacen las personas acerca de su propia vida, la cual incluye vivencias de felicidad, emociones placenteras, SV y una relativa ausencia de estados emocionales de displacer (Castellanos, 2012; Diener y Biswas-Diener, 2000), incorporando aspectos cognitivos y emocionales de la experiencia.

El componente cognitivo del BS se expresaría en términos de SV (Diener, 1984), ya sea de manera global o por dominios específicos, mientras que el componente afectivo refiere a la presencia de sentimientos positivos, lo que también se ha denominado como «felicidad» (Arita, 2005). El concepto SV ha sido definido como la valoración positiva que la persona hace de su vida en general o de aspectos particulares de esta, como son la familia, los estudios, el trabajo, la salud, los amigos y el tiempo libre (Diener, 1994; Diener, Suh, Lucas y Smith, 1999; García-Viniegras y González, 2000; Liberalesso, 2002). Así, las personas comparan su estado actual con las expectativas que a futuro tienen

para sí mismas, donde el grado de satisfacción depende de la discrepancia percibida entre sus aspiraciones y sus logros (García-Viniegras y González, 2000; Veenhoven, 1994). La SV sería, entonces, un estado psicológico resultante de la transacción entre el individuo y sus entornos microsociales (familia, participación social, satisfacción laboral, apoyo social) y macrosociales, como son los ingresos económicos y la cultura (Díaz, 2001; García-Viniegras y González, 2000; Gavino y López, 1999).

La literatura muestra que el BS está asociado positivamente a diversas variables, como son: nivel educativo (Ross y van Willigen, 1997), salud (Moons, Budts y de Geest, 2006; Roysamb, Tambs, Reichborn-Kjennerud, Neale y Harris, 2003), empleo (Frey y Stutzer, 2002), estructura familiar (Chen, 2001; Rojas, 2007; Yan, Zheng y Qiu, 2003) e ingresos (Chen, 2001; Diener y Oishi, 2000; Yan et al., 2003). Específicamente en Chile, las investigaciones han destacado los dominios siguientes: trabajo (Jiménez, 2004; Jiménez y Moyano, 2008; Moyano, Castillo y Lizana, 2008; Moyano y Ramos, 2007), estado civil (Moyano y Ramos, 2007), familia (Jiménez y Moyano, 2008; Moyano y Díaz, 2005), salud (Avendaño y Barra, 2008; Mella et al., 2004; Moyano y Díaz, 2005; Moyano y Ramos, 2007; Núñez, Acuña, Rojas y Vogel, 2007; Uribe et al., 2008), educación e ingresos (Cuadra y Florenzano, 2003). Solo recientemente algunos de estos estudios han incorporado aspectos relativos a la alimentación, como en el caso de las preferencias de alimentos y su relación con la SV, según las variables: edad (Schnettler, Ruiz, Sepúlveda y Sepúlveda, 2008; Schnettler, Sepúlveda y Ruiz, 2008; Schnettler, Sepúlveda, Ruiz y Denegri, 2008; Schnettler, Silva y Sepúlveda, 2009; Schnettler, Vidal, Silva, Vallejos y Sepúlveda, 2009; Schnettler et al., 2013), nivel socioeconómico (Schnettler, Sepúlveda, Ruiz y Denegri, 2008; Schnettler, Sepúlveda y Ruiz, 2008), ciudad de residencia (Schnettler, Sepúlveda y Ruiz, 2008; Schnettler, Silva et al., 2009; Schnettler, Vidal et al., 2009), ocupación y educación (Schnettler, Sepúlveda, Ruiz y Denegri, 2008; Schnettler, Sepúlveda y Ruiz, 2008; Schnettler, Silva et al., 2009), tamaño de la familia, presencia y edad de hijos (Schnettler, Sepúlveda, Ruiz y Denegri, 2008; Schnettler, Ruiz et al., 2008; Schnettler, Sepúlveda y Ruiz, 2008; Schnettler, Silva et al., 2009), estado civil, estilo de vida

(Schnettler, Sepúlveda y Ruiz, 2008) y sexo (Schnettler, Silva et al., 2009).

Con relación a la elección de los alimentos, esta ha sido reconocida como un proceso que conlleva motivaciones biológicas, psicológicas, sociales, culturales y económicas (Bisogni, Connors, Devine y Sobal, 2002; Denegri et al., 2014; Fischler, 1998; Rozin, 1980; Schnettler et al., 2015). Durante la vida, estas fuerzas motivacionales interactúan en las experiencias de las personas, determinando el comportamiento alimentario y, más específicamente, las preferencias individuales vinculadas con el sabor (Falk, Bisogni y Sobal, 1996; Furst, Connors, Bisogni, Sobal y Falk, 1996).

Por otra parte, la emocionalidad asociada al consumo, al igual que los aprendizajes alimentarios, juegan un rol capital en la construcción de lo que denominamos «gusto del alimento» (Denegri y Schnettler, 2008), el cual no depende únicamente del conjunto de experiencias sensoriales, sino que también se vincula con las experiencias emocionales vividas en los primeros contactos con el alimento, su connotación hedónica (Thomas, 2005), y los valores personales, sociales y culturales. Porque si bien los alimentos cumplen una función utilitaria para el organismo, a la vez tienen propiedades hedónicas y de construcción social que llevan a una autodefinición, la que influye en la evaluación que los individuos hacen acerca de sus condiciones de vida y, por ende, de su nivel de SV (Beardsworth y Keil, 1997; Fischler, 1998; Hausman, 2005; Joia, Ruiz y Donalisio, 2007; Rozin, 1997). Desde esta perspectiva, las prácticas alimentarias constituyen una forma de relacionarse con los demás, de aprender y de manifestar reglas sociales, de presentar a los demás nuestro estilo de vida y nuestros valores. Es decir, el comportamiento alimentario se desarrolla también como una forma de adaptación social y cultural, además de ser expresión de la imagen que pretendemos proyectar de nosotros mismos.

Hasta aquí se han abordado las proposiciones conceptuales desarrolladas en torno al BS y la SV, para luego referirnos a la experiencia y las prácticas alimentarias, además de sus implicaciones en la identidad individual y su valor social. Se trata, entonces, de señalar vínculos entre el BS de los individuos y sus prácticas alimentarias. A continuación se abordan los aspectos metodológicos del estudio, señalando el diseño de investigación utilizado, además de los criterios de selección de los participantes y las técnicas de recogida y de análisis de información. Luego se exponen los resultados obtenidos, distribuidos en tres macrocategorías que, en conjunto, señalan cómo se vinculan las vivencias de BS con el comportamiento de compra de alimentos y el desarrollo de patrones de alimentación. Finalmente, se exponen las conclusiones del estudio a la luz de los antecedentes teóricos. Específicamente se señala el vínculo socioafectivo entre la experiencia alimentaria y las posibilidades de BS, considerando los factores contextuales y socioculturales que están en la base de los procesos de selección, compra y consumo de alimentos.

## Método

### Diseño

Mediante una metodología cualitativa, con un diseño de tipo exploratorio (Dankhe, 1986), se pretende indagar, desde la

subjetividad de los participantes, el significado socioafectivo y sociocultural construido respecto de los alimentos, además de los criterios utilizados para la decisión, la selección, la preparación, la compra y el consumo de estos. Con base en la teoría fundamentada, las categorías emergentes dan cuenta de las experiencias de BS de los participantes, en términos de la influencia de la alimentación en la SV de las personas y/o en sus vivencias de descontento o insatisfacción.

### Participantes

La muestra fue intencional, conformada por 60 participantes, hombres y mujeres, mayores de 18 años de edad. Los criterios de inclusión fueron: pertenecer a un rango etario de 18 a 76 años y residir en una zona urbana, en este caso en la ciudad de Temuco, Región de La Araucanía (Chile). La muestra fue dividida en dos submuestras.

La submuestra 1 estuvo compuesta por 40 personas que participaron en grupos focales, y se conformó mediante muestreo por cuotas, controlando por balanceo las variables edad, género y nivel socioeconómico. La distribución de participantes en los 3 grupos focales fue realizada de la siguiente manera: 15 personas de 18 a 34 años; 15 personas de 35 a 59 años, y 10 personas de 60 a 76 años. La distribución por género en cada grupo focal fue de 50% hombres y 50% mujeres, y en términos de nivel socioeconómico: 30% fueron de nivel alto y medio-alto; 35% de nivel medio, y 35% de nivel bajo.

La submuestra 2, orientada al desarrollo de entrevistas semiestructuradas de profundización, estuvo constituida por 20 participantes, y fue conformada mediante el procedimiento de «bola de nieve», con criterio de saturación. Específicamente se entrevistó a 20 personas, distribuidas en tres grupos: seis de 18 a 34 años de edad; seis de 35 a 59 años, y ocho de 60 a 76 años. Los dos primeros grupos fueron balanceados por género y por cada uno de los tres niveles socioeconómicos, en tanto que el último grupo solo fue balanceado por género respecto a los otros dos grupos, pero no en términos de nivel socioeconómico, siendo dos entrevistados de nivel alto y medio-alto, tres de medio, y tres de bajo.

### Herramientas o técnicas

Se utilizaron las técnicas de grupo focal y de entrevista semiestructurada. La técnica de grupo focal fue aplicada para producir información que sería de más difícil acceso sin la interacción que se produce grupalmente (Morgan, 1971). Mediante esta técnica se indagó sobre los significados construidos por los participantes, de acuerdo con los ejes de discusión, que fueron: nociones de alimentación, BS y criterios para la decisión de compra de alimentos, además de las experiencias de satisfacción e insatisfacción alimentaria. Por otra parte, la técnica de entrevista semiestructurada se utilizó para profundizar en los temas surgidos en los grupos focales, con el fin de identificar y ampliar los significados personales asociados, tomando como eje de discusión la selección y experiencia alimentaria, además de su relación con el BS.

## Procedimiento

Para seleccionar a los participantes se utilizaron varios procedimientos. Para los rangos de edad de 18-34 y 35-59 años, se contactó a las asociaciones de funcionarios de las dos universidades más grandes de la ciudad, las que por su carácter sindical agrupan a agremiados con una amplia diversidad de edades y niveles socioeconómicos. En este caso, se revisó el registro de miembros y se omitieron aquellos que tenían turnos nocturnos o de fin de semana, así como a quienes se encontraban con permisos, vacaciones o licencias médicas. Al resto se les enviaron cartas personales en las que se explicaban los objetivos del estudio, las características de su participación y los resguardos éticos comprometidos, además del día, la hora y la duración de la actividad, solicitando enviar confirmación a un correo electrónico. Se enviaron un total de 70 invitaciones, de las cuales fueron respondidas 50. A estas personas que aceptaron participar se les solicitó completar una ficha de datos sociodemográficos (por ejemplo, género, edad) y la escala de la European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR), la cual permite determinar el nivel socioeconómico, ya que recaba información sociodemográfica y de los hogares de los encuestados (e.g., número integrantes de la familia, estado civil, nivel educativo, ocupación, zona de residencia). Esta escala ha sido validada para su uso en Chile ([Adimark, 2004](#)).

Una vez recabados los datos, se seleccionó a aquellas personas que estaban en los rangos de edades establecidos, cuidando que la distribución por género y nivel socioeconómico se mantuviera relativamente homogénea. Asimismo, se definió quiénes participarían en los grupos focales y quiénes serían entrevistados individualmente, ello con base en la disponibilidad de tiempo de los participantes, pero cuidando que la participación quedara balanceada por género y nivel socioeconómico. La totalidad de los participantes firmaron carta de consentimiento informado. Los grupos focales se desarrollaron en las instalaciones universitarias, bajo las condiciones de comodidad y privacidad necesarias. Se realizaron dos sesiones por cada grupo focal, con una duración promedio de 70 min cada una. Con relación a las entrevistas, estas fueron realizadas individualmente en las oficinas de los investigadores o, en el caso de algunos adultos mayores, en sus propios domicilios, en una sola sesión con una duración promedio de 60 min.

Tanto en los grupos focales como en las entrevistas individuales, la información fue registrada electrónicamente, y luego se procedió a la transcripción textual de los protocolos. Posteriormente, mediante la triangulación de la información obtenida, se establecieron niveles categoriales respecto de los motivos y las necesidades de consumo de los participantes, además de sus definiciones personales respecto de la finalidad y la manera de relacionarse con la alimentación. Los textos (transcripciones) fueron sometidos a análisis de contenido con un enfoque lógico semántico, a través del cual emergieron distintos niveles categoriales. Para el análisis de los datos se utilizó el programa ATLAS-ti (versión 6.1). Además, siguiendo a [Guba y Lincoln \(2002\)](#), se buscó cumplir con los criterios de confiabilidad, en términos de credibilidad en cuanto a la explicitación de la recogida de datos y su ilustración con base en ejemplos específicos; de transferibilidad, al controlar y explicitar el tipo de muestreo; dependencia o consistencia, cuidando la estabilidad

de los datos y los procedimientos para su recogida; y confiabilidad, al participar siempre dos investigadores en cada grupo focal y cada entrevista, esto con el propósito de evitar posibles sesgos.

Mediante una codificación abierta se identificaron las citas textuales, organizando los resultados en tres macrocategorías, cada una con categorías de nivel medio y, respectivamente, estas últimas conformadas por subcategorías específicas. Para ello, se utilizó triangulación entre investigadores, por lo que se solicitó que tres de los investigadores codificaran, de manera independiente, las transcripciones de los grupos focales y las entrevistas. Luego de revisar las respectivas codificaciones, se contabilizó el porcentaje de acuerdos y se revisaron aquellas en donde había desacuerdos. También se realizó triangulación de métodos, al utilizar grupos focales y entrevistas en profundidad.

Tanto las macrocategorías resultantes como las categorías emergentes de estas y sus respectivas subcategorías se describen a continuación, incorporando las representaciones gráficas respectivas surgidas a partir del análisis con ATLAS-ti.

## Resultados

A partir del análisis del discurso de los entrevistados se establecieron tres macrocategorías: BS, Comportamiento relativo a la compra de alimentos y Patrones de alimentación. La primera abarcó tanto la experiencia socioafectiva y los significados socioculturales asociados al consumo de alimentos como su vínculo con el ámbito de la propia salud, en el cual se van configurando las vivencias y adecuando las creencias y el comportamiento relacionado con la alimentación. La segunda macrocategoría abordó los procesos evaluativos y decisionales, además de las acciones realizadas por los individuos para adquirir, preparar y consumir alimentos (adaptado de [Loudon y della Bitta, 1995](#)). Finalmente, la tercera macrocategoría se refirió a la frecuencia de consumo y el tipo de alimento, preparado (o adquirido) y consumido por un individuo o un grupo, considerando sus micro/macronutrientes ([Pinotti, 2007](#)).

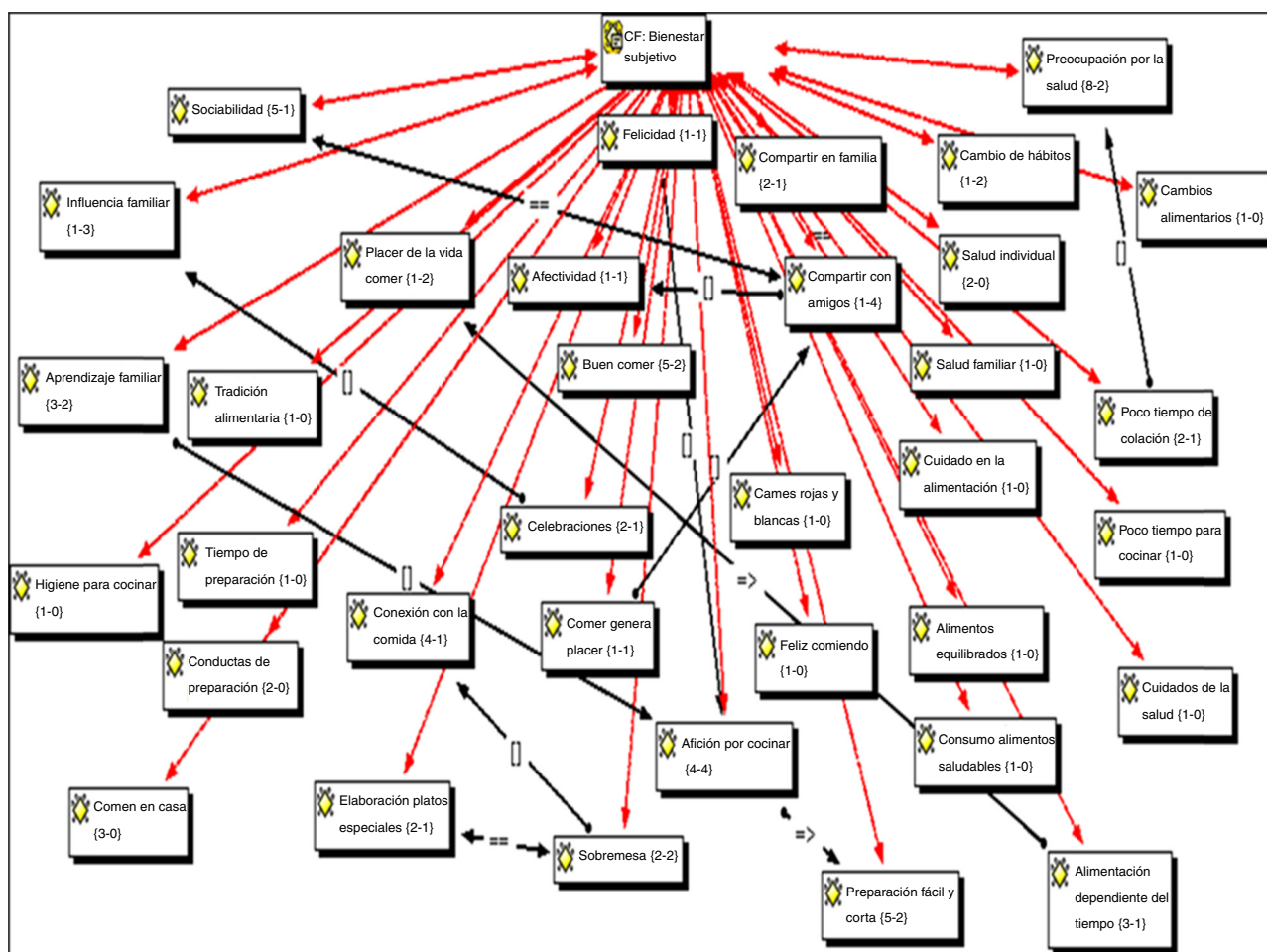
### Bienestar subjetivo

De esta macrocategoría surgen tres categorías asociadas a la experiencia socioafectiva y al acervo sociocultural respecto del consumo alimentario, siendo: Sociabilidad, Felicidad y Preocupación por la salud. El árbol de categorías se presenta en la [figura 1](#).

#### Sociabilidad

Refiere a cómo la experiencia socioafectiva, proveniente especialmente del medio familiar y social cercano, influye en el desarrollo y aprendizaje de hábitos, costumbres y significados vinculados con las vivencias de BS. Los relatos de los participantes señalan a la familia como la estructura social básica en que tiene lugar el desarrollo de vivencias positivas asociadas al consumo de alimentos, como es la experiencia de comer en casa. Es de esta estructura social básica de la que surgen las tradiciones alimentarias, las cuales se acompañan de formas específicas de higiene para





**Figura 1** Bienestar subjetivo.

cocinar, además de conductas y tiempos de preparación. Estas tradiciones se constituyen en patrones socioculturales de preparación y consumo alimentario, resultantes de la influencia del medio social directo y de la vivencia asociada al consumo de alimentos. Este aspecto fue especialmente relevante para los participantes mayores de 40 años, y muy importante para los adultos mayores, constituyéndose en un «espacio de compartir», en donde la preparación de la comida se orienta a considerar los gustos de cada cual, y su consumo constituye un momento de convivencia y de encuentro familiar. Como señalan especialmente las mujeres adultas:

«...en la preparación de la comida se demuestra el cariño...» (Mujer, 48 años).

*«Creo que la comida está asociada al querer estar juntos, al conversar con tiempo; entonces, yo creo que está demasiado conectada la comida con el estar bien» (Mujer, 55 años).*

*«Uno puede demostrar cariño con la comida, pero también hay que ser práctica... y a veces no es tan rico, pero es rápido... y los hijos tienen que entenderlo» (Mujer, 27 años).*

## Felicidad

Surge como una categoría referida a la experiencia socioafectiva positiva asociada al consumo de alimentos. El carácter socioafectivo significa que la felicidad no solo es reportada como una vivencia positiva de índole individual sino que también alude a los contextos de relación social en que surgen estas vivencias. En el ámbito cercano a la individualidad, la felicidad es referida en términos del «buen comer» o del «placer de comer», disfrutar la alimentación, sentir conexión por la comida y la atracción por el consumo de carnes. En esta misma línea, se reporta la afición por cocinar o el gusto por la elaboración de platos especiales. Desde una perspectiva socioafectiva, el deleite por los alimentos se asocia a situaciones sociales con personas cercanas (como compartir con la familia o con amigos), ya sea en momentos de sobremesa o celebraciones. Se trata aquí de relatos que señalan que almorzar en casa o cocinar en familia un fin de semana son un pilar significativo para la cohesión familiar y social. En otras palabras, las vivencias de felicidad engloban también aquellos relatos que asocian la comida con la afectividad entre seres queridos.

Específicamente se encontró que, en el caso de las personas mayores de 50 años, la alimentación como actividad cotidiana articula necesidades no solo básicas, sino también de socialización, pertenencia, afecto y reconocimiento, como señala alguna de las participantes:

«Si les gusta tu comida... te sientes tan feliz» (Mujer, 57 años).

Además, en los participantes mayores de 50 años se observa el mantenimiento de patrones asociados a los roles tradicionales de género, donde las mujeres cocinan y los hombres disfrutan de ello:

«No hay nada mejor que una mesa bien servida, te hace sentir querido e importante» (Hombre, 55 años).

«Una tiene que esmerarse para que el marido y los hijos se sientan contentos en casa, y especialmente durante las horas de comida... eso hace una buena dueña de casa que quiere a su familia» (Mujer, 59 años).

### Preocupación por la salud

Se manifiesta en términos de cambios en los hábitos alimentarios, resultado de las preocupaciones relativas a la alimentación (e.g., consumo de alimentos saludables, «equilibrados», que «no engorden»), vinculadas con el resguardo de la salud individual y familiar, y el ajuste a los ideales estéticos predominantes. Llama la atención que si bien este discurso aparece más frecuentemente en las mujeres, también está muy presente en los relatos de los hombres. En tal sentido, las asociaciones representacionales entre la propia salud y el BS se encuentran mediadas por creencias específicas en torno al consumo alimentario. Entre estas destacan:

«Evitar la grasa porque hace mal al corazón, comer muchas verduras que mejoran la digestión, evitar las bebidas gaseosas porque te hinchas y engordan» (Mujer, 38 años).

«Es difícil resistirse a un plato con cosas ricas, una buena torta con crema o pancito con mucha mantequilla... pero no queda otra. Si te comes todo, terminas enfermo, y al final no podrás comer nada... y es peor cuando vas teniendo más años» (Hombre, 47 años).

«Yo me cuido mucho al comer... solo leche descremada, yogur light, mucha fruta y fibra, y agua todo el tiempo... con eso te ves bien y te sientes mucho más sana» (Mujer, 25 años).

En cuanto al consumo de «carnes rojas», surgen creencias contrapuestas, en donde algunos participantes señalan que son necesarias por sus nutrientes («la carne roja aporta proteínas necesarias», «tiene vitaminas», «mejora la sangre»); pero otros indican que es mejor sustituirlas por «carnes blancas», las que «son más sanas», pero sin lograr establecer en qué consistirían estas propiedades. Los hombres aparecen con mayor preferencia por las carnes rojas, pero asociándola a espacios de encuentro (e.g., «los asados con la familia y amigos») o de tradición (e.g., «siempre se ha comido carne de vacuno»); mientras que en las mujeres se observa un mayor acercamiento a las carnes blancas, especialmente porque «son mejores para no engordar».

Los relatos de los participantes señalan que debido a las condiciones laborales actuales, frecuentemente caracterizadas por horarios de colación restringidos, se dispone de poco tiempo para cocinar y/o comer, teniendo que consumir alimentos de fácil y rápida preparación que muchas veces no cumplen con el criterio de ser «saludables». En

efecto, el poco tiempo disponible para la preparación de alimentos constituye un factor contextual que, en el caso de los participantes, parece afectar de manera importante la vivencia de BS que se vincula con la alimentación, situación que parece ser independiente del sexo y la edad:

«Se come corriendo, no hay tiempo para preparar alimentos balanceados... y terminas alimentándote de comida poco saludable, pero rápida... eso hace que uno se sienta mal, pero no puedes hacer nada» (Mujer, 28 años).

«Cada día hay menos tiempo para preparar comida en casa; con mi esposa, muchas veces compramos algo rápido porque tenemos muy poco tiempo para almorzar» (Hombre, 40 años).

«Cuando era pequeña, mi mamá preparaba la comida y almorzábamos todos juntos... se pasaba casi toda la mañana en la cocina. Ahora eso es imposible, yo llego del trabajo y preparo algo rápido... o dejo algo avanzado por la noche y lo congelo, pero no sabe igual... Es una pena, pero no hay tiempo para más» (Mujer, 46 años).

### Comportamiento relativo a la compra de alimentos

De esta segunda macrocategoría surgen dos categorías de análisis asociadas a las motivaciones y las creencias respecto a la selección y el consumo de alimentos, las cuales conllevan un consumo selectivo, según dos criterios de salud: Alimentación equilibrada y Consumo informado. El árbol de categorías se presenta en la [figura 2](#).

#### Alimentación equilibrada

Esta categoría se funda en motivaciones de consumo de alimentos vinculadas con el resguardo de la propia salud. En tal sentido, las nociones de salud identificadas explicitan directamente el vínculo entre el consumo alimentario y el autocuidado. Específicamente, las declaraciones destacan que los cambios de hábitos, la preocupación por la salud y los cuidados por la alimentación se erigen como disposiciones y comportamientos que vinculan el bienestar físico con el consumo de ciertos alimentos. Así, una alimentación variada y la elección de «comida casera» son asociadas al propio autocuidado de la salud: «lo mejor es preparar la comida en casa, no hay otra más sana», señalan varios participantes; especialmente aquellos mayores de 35 años. Ello implica la necesidad de elegir bien lo que se consume, hacerlo de manera coherente con las necesidades nutricionales específicas, por ejemplo de los niños o los adultos mayores, y cuidar de no consumir alimentos que enfermen o agraven situaciones de salud preexistentes. Algunos relatos indican:

«En mi casa se cocina casi sin sal, es que somos hipertensos mi marido y yo» (Mujer, 45 años).

«A los niños hay que darles verduras cocidas y crudas... y su leche, que es sagrada porque están creciendo» (Mujer, 35 años).

«Los viejitos tenemos que cuidarnos... uno ya no puede comer cosas pesadas, con mucha grasa o mucha azúcar» (Hombre, 59 años).

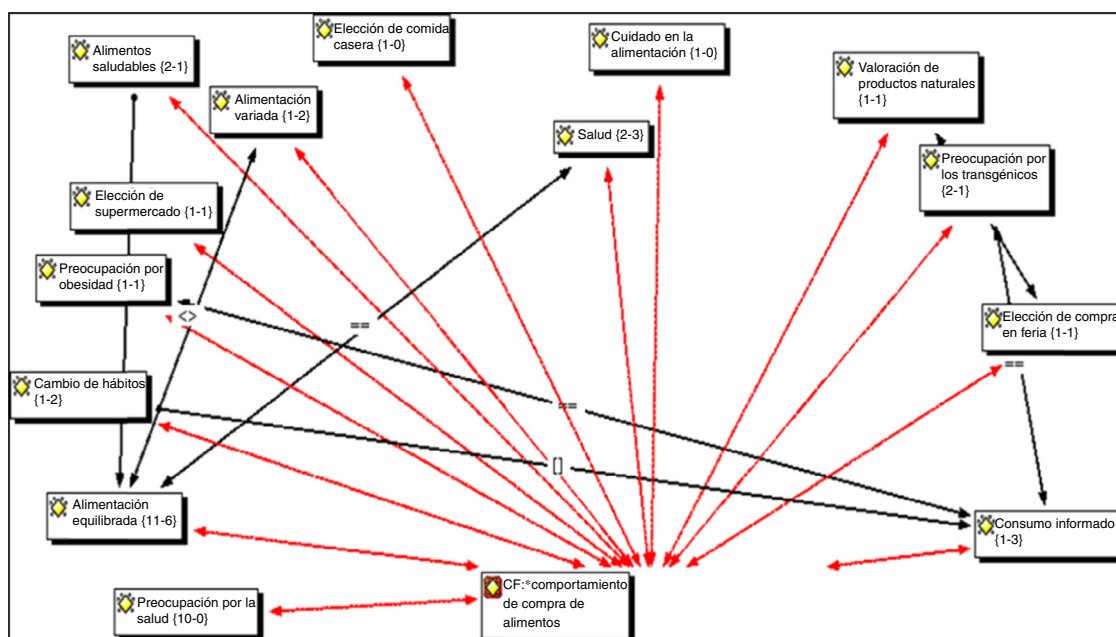


Figura 2 Comportamiento de compra de alimentos.

### Consumo informado

Refiere al desarrollo de conocimientos específicos respecto a qué es una alimentación adecuada para la propia salud y cómo acceder a alimentos considerados saludables. Los relatos de los participantes refieren que los alimentos son seleccionados según su aporte a una dieta equilibrada y balanceada. El cuidado de la alimentación, la preocupación por la obesidad y por el consumo de productos transgénicos, además de la valoración favorable de los productos naturales, se erigen como criterios decisionales de la selección alimentaria. Aquí, la tendencia a consumir de manera informada se expresa en la elección de sitios específicos para acceder a los alimentos, siendo los locales de venta de verduras y los supermercados de cadena los lugares más elegidos para realizar la compra, porque se les considera «más confiables». En algunos participantes, especialmente en aquellos que tienen hijos menores, pero independientemente del sexo, se aprecia además la preocupación por informarse de los componentes específicos de cada alimento y del efecto que pueden tener en la salud de los niños; por ejemplo:

«Evito los yogures que tienen conservantes» (Hombre, 29 años).

«Me fijo si las bebidas o los jugos tienen aditivos, como la tartrazina o el rojo crepúsculo, porque he leído que son dañinos para los niños» (Mujer, 32 años).

### Patrones de alimentación

De esta tercera macrocategoría emergen tres categorías de análisis asociadas a las preferencias de compra y consumo de alimentos, así como a factores contextuales obstaculizadores de una alimentación adecuada y equilibrada. Estas tres categorías son: Condiciones adversas para la alimentación,

Deseo de compra y Alimentos preferidos. El árbol de categorías se presenta en la figura 3.

### Condiciones adversas para la alimentación

Esta categoría no refiere a una animadversión a ciertos alimentos, sino a comportamientos y restricciones del contexto que se constituyen en limitaciones para el logro de una alimentación equilibrada o placentera. Aquí, los relatos de los participantes problematizan las condiciones alimentarias, expresadas en el desorden en las comidas, menús de poca variación y de rápida preparación, imposibilidad de «comer a la hora», además de disponer de tiempo solo para un almuerzo rápido o, definitivamente, tener que prescindir de este. Esta situación predomina en los participantes más jóvenes que están estudiando o que inician su trayectoria laboral. Ello conlleva sentimientos negativos asociados al consumo obligado de algunos alimentos que no les satisfacen, ya sea por motivos nutricionales o por gusto:

«Como a horas distintas, depende de mis clases» (Mujer, 21 años).

«Cuando tengo mucho trabajo, como incluso en el propio escritorio» (Hombre, 27 años).

«Me cargan [fastidian] los sándwiches... pero qué se le va a hacer, es lo más rápido» (Hombre, 25 años).

«A veces me corto de hambre, pero no alcanzo a almorzar... una galletita a veces es todo lo que como» (Mujer, 23 años).

### Deseo de compra y Alimentos preferidos

Deseo de compra y Alimentos preferidos son dos categorías que se complementan, por lo que aquí se agrupan aquellas respuestas referidas a los gustos por ciertos alimentos o a la compra impulsiva de ellos, incluyendo tanto alimentos



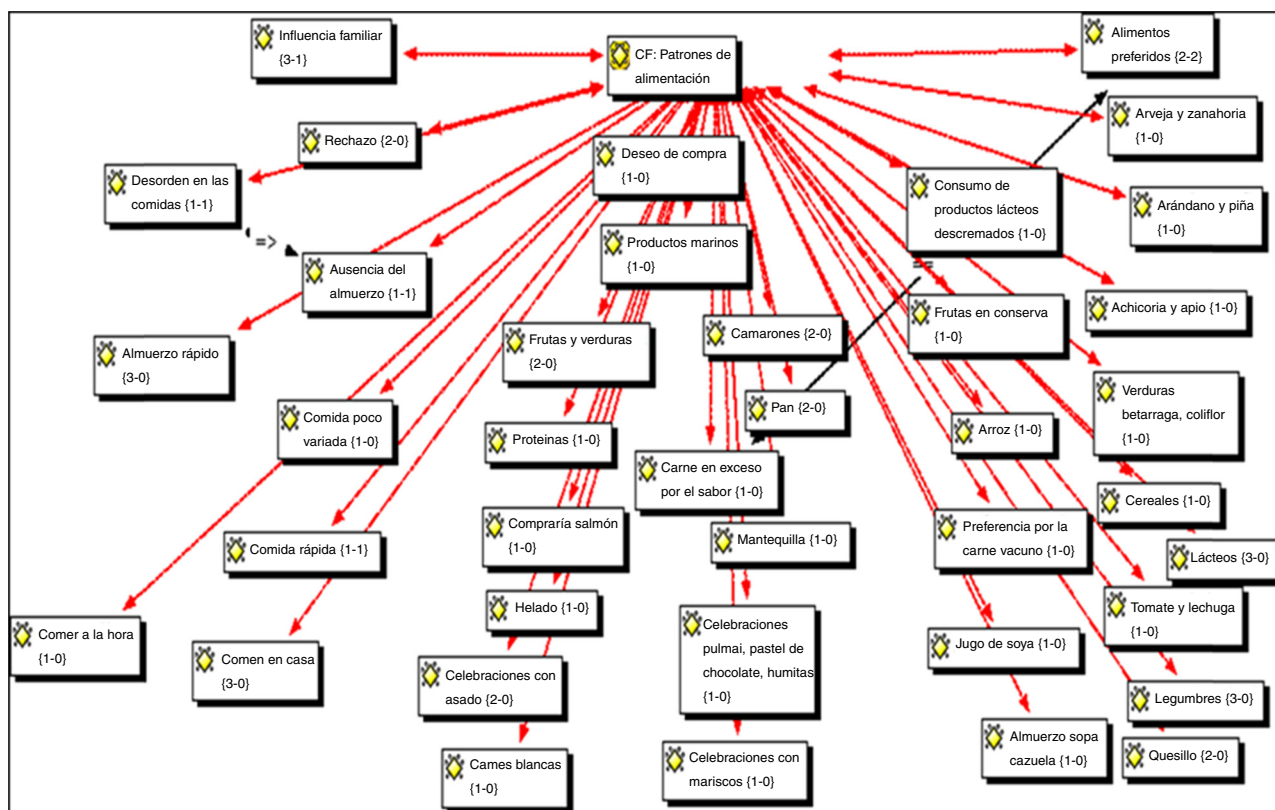


Figura 3 Patrones de alimentación.

saludables como golosinas. Además, el consumo de estas últimas se reporta más en las mujeres que en los hombres, y aparece en todas las edades, observándose variaciones solo en el tipo de golosina deseada; por ejemplo:

«No puedo resistirme ante un buen chocolate... siempre que hay ofertas compro, y después me siento culpable» (Mujer, 25 años).

«Unas galletitas de mantequilla que venden en el centro... paso por ahí y no me resisto» (Mujer, 35 años).

«Torta de chocolate con nueces... hay una cafetería cerca de la casa y me escapo, y pido un café o un tecito y un pedacito de esa torta... ¡es tan deliciosa!» (Mujer, 49 años).

Se aprecian como alimentos deseables para comprar la carne y las «cosas ricas», que agrupan preferentemente embutidos y jamón, quesos y mariscos, así como los alimentos preparados para «ocasiones especiales», como el asado. Este último alimento aparece más referido, independientemente de la edad, por los hombres que por las mujeres.

«Un buen quesito cheddar o roquefort fuertecito, con un vaso de vino es impagable. Hace que te olvides de los problemas... y si lo acompañas con pancito amasado, mejor» (Hombre, 45 años).

«Jamón... de todas las maneras... como es un poco caro, lo compro cuando me pagan... y si... un poquito de salami. Son tan ricas esas cosas con pan y tecito al desayuno» (Hombre, 27 años).

«Un buen asado... de todas las maneras... con carne de vacuno, unas chuletas de cerdo y pollito... todo bien regado con cerveza, y acompañado de longanizas. Es la mejor forma de celebrar con los amigos y la familia... ya sea un cumpleaños, una ocasión especial, para las fiestas patrias y, por supuesto, cuando juega Chile [comentario relativo a la celebración de un partido de fútbol]» (Hombre, 45 años).

## Discusión

A partir del análisis de la información recopilada en las entrevistas individuales y en los grupos focales es posible concebir la alimentación no solo como una actividad cotidiana relevante por su aporte nutricional, sino también por los significados personales, sociales y culturales que hay detrás de ella. En tal sentido, el BS o las vivencias de insatisfacción frente a la situación alimentaria son modulados por variables socioafectivas, socioculturales e, incluso, productiv laborales, que se erigen como factores contextuales de influencia en los procesos de selección, compra, preparación y consumo de alimento.

En términos de la relación entre el BS y el carácter socioafectivo de la experiencia alimentaria, las prácticas de alimentación refieren también a la generación de experiencias de sabor y placer (Beardsworth y Keil, 1997), así como de nutrición afectiva. En tal sentido, los alimentos son concebidos como fuente importante de deleite para las personas, en sus dimensiones de SV y felicidad (Rozin, 1997). Asimismo, la preferencia por tipos específicos de alimentos,

y los deseos selectivos de su adquisición o compra, se vinculan con un deseo de autocomplacencia. Sin embargo, la relación entre selección/consumo de alimentos y el BS también se constituye en un importante eje articulador entre la vivencia subjetiva (felicidad/insatisfacción) y la experiencia social. Situaciones y costumbres gregarias, como las celebraciones y otras formas de interacción social (Hargreaves, Schlundt y Buchowski, 2002), se manifiestan conductualmente; por ejemplo, al compartir con la familia y/o la red social más cercana, siendo preparados los alimentos con la expectativa de ser disfrutados en compañía (Casotti, 2005; Kniazeva y Venkatesh, 2007). Desde esta perspectiva, la preparación de alimentos o de menús de mayor complejidad, además de la afición por cocinar, representan una motivación afectivo-relacional o de disfrute de las relaciones interpersonales. Como experiencia social, las celebraciones y sobremesas emergen como ejemplos de la prolongación del disfrute del consumo de alimentos, aunque en la actualidad las condiciones laborales restrinjan el número y la calidad de este tipo de encuentros, además de los tiempos de consumo y preparación de alimentos.

Por otra parte, es posible plantear una conexión entre los conceptos tanto estéticos como de salud de los participantes y sus prácticas asociadas a la compra de alimentos. La preocupación por la propia salud, y su conexión con la selección de productos alimenticios considerados saludables, llevaría a las personas a valorar los alimentos naturales y a rechazar aquellos considerados transgénicos. En tal sentido, el comportamiento de compra se orienta a acceder a una alimentación equilibrada o baja en calorías, lo que se expresaría también en la evitación de las condiciones de obesidad o sobrepeso. Asimismo, estas precauciones alimentarias también se relacionan con los cánones estéticos presentes en la sociedad, los cuales promueven a la delgadez como ideal (Serrato, 2001). No obstante, desde esta perspectiva, surge una contraposición entre el «deber ser», que emerge de un discurso de alimentación equilibrada y de preocupación por la salud, y el «ser», que incluye el deseo y el consumo de alimentos agradables y atractivos, pero no necesariamente saludables. Esta tensión normativo-conductual concuerda con diversos autores (Barker, Lawrence, Woadden, Crozier y Skinner, 2008; Goodson et al., 2002; Grunert, Bech-Larsen y Bredahl, 2000; Verbeke, 2001), quienes señalan que el sabor constituye un importante factor que influye en los hábitos de consumo de alimentos, incluso cuando estos puedan poner en riesgo la salud.

En términos de distribución etaria, y su relación con las prácticas alimentarias, en el segmento más joven se observan condiciones contextuales restringidas para las actividades de alimentación, generando esto insatisfacción (Coral y Vargas, 2014). En los adultos mayores, el foco está centrado en el cuidado alimentario para prevenir enfermedades o tratar aquellas que ya están presentes, ajustando la ingesta a los propios procesos de envejecimiento (Amador y Esteban, 2015). Esto último concuerda con investigaciones previas (García-Viniegras y González, 2000; Liberalesso, 2002; Veenhoven, 1994), en las que se señala que a medida que las personas envejecen, van ajustando sus metas según sus posibilidades vitales. Además, en términos de influencia sobre el imaginario colectivo, las prácticas de elaboración y consumo de alimentos se vinculan con el aprendizaje

familiar y la transmisión intergeneracional de conocimientos. Se trata del establecimiento de una herencia cultural que se inicia como práctica aislada o individual, pero que se va transformando en un aspecto sociocultural influyente en las relaciones afectivas, sociales y de negocios.

Finalmente, en términos del BS asociado a las prácticas alimentarias, sus componentes afectivo (felicidad) y cognitivo (SV) se van constituyendo en relación con factores sociofamiliares y culturales específicos, las condiciones de vida (socioeconómicas y laborales), así como por las preocupaciones relativas a la salud y el bienestar psicofisiológico. De esta manera, los procesos de selección, compra, preparación y consumo de alimentos inciden en la importancia subjetiva que tiene la alimentación y en las condiciones contextuales que establecen los individuos, en términos del valor psicosocial y afectivo de sus prácticas alimentarias.

Con relación a futuras líneas de investigación, la profundización respecto de los procesos de transmisión intergeneracional de las prácticas de selección, compra, preparación y consumo de alimentos permitiría atender el grado de estabilidad y cambio de estas prácticas, así como la incidencia de las transformaciones económicas, sociales y culturales sobre el comportamiento alimentario. Por otra parte, la indagación acerca de cómo estas prácticas de selección, compra, preparación y consumo de alimentos se ven transformadas en contextos interculturales posibilitaría configurar los espacios de encuentro entre prácticas culturales diferentes, así como las transformaciones derivadas de relaciones simétricas o asimétricas establecidas entre dos o más culturas. Del mismo modo, debido a que la presente investigación no se enfocó en identificar diferencias de acuerdo con el género, la edad o el nivel socioeconómico, se recomienda profundizar, según estas variables, en el análisis de la vinculación del BS con las prácticas y patrones alimentarios.

## Responsabilidades éticas

**Protección de personas y animales.** Los autores declaran que para esta investigación no se han realizado experimentos en seres humanos ni en animales.

**Confidencialidad de los datos.** Los autores declaran que en este artículo no aparecen datos de pacientes.

**Derecho a la privacidad y consentimiento informado.** Los autores declaran que en este artículo no aparecen datos de pacientes.

## Financiación

Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT) Proyecto n° 1160005.

## Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

## Referencias

- Adimark. (2004). *Mapa socioeconómico de Chile: Investigación de mercado y opinión pública*. Santiago de Chile: Adimark. Disponible en: <http://www.adimark.cl>
- Amador, L. y Esteban, M. (2015). Calidad de vida y formación en hábitos saludables en la alimentación de personas mayores. *Revista de Humanidades*, 25(2), 147–167.
- Arita, B. (2005). Satisfacción por la vida y teoría homeostática del bienestar. *Psicología y Salud*, 15(1), 121–126.
- Avendaño, M. J. y Barra, E. (2008). Autoeficacia, apoyo social y calidad de vida en adolescentes con enfermedades crónicas. *Terapia Psicológica*, 26(2), 165–172.
- Barker, M., Lawrence, W., Woadden, J., Crozier, S. R. y Skinner, T. C. (2008). Women of lower educational attainment have lower involvement and eat less fruit and vegetables. *Appetite*, 50(2-3), 464–468.
- Beardsworth, A. y Keil, T. (1997). *Sociology on the menu: An invitation to the study of food and society*. New York: Routledge.
- Bisogni, C., Connors, M., Devine, C. y Sobal, J. (2002). Who we are and how we eat: A qualitative study of identities in food choice. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(3), 128–139.
- Casotti, L. (2005). He who eats alone will die alone? An exploratory study of the meanings of the food of celebration. *Latin American Business Review*, 6(4), 69–84.
- Castellanos, R. (2012). El bienestar subjetivo como enfoque e instrumento de la política pública: Una revisión analítica de la literatura. *Revista Chilena de Administración Pública*, 10(19), 133–168.
- Chen, C. (2001). Aging and life satisfaction. *Social Indicators Research*, 54(1), 57–79.
- Coral, R. C. y Vargas, L. D. (2014). Estrategias que promueven estilos de vida saludables. *Revista U.D.C.A: Actualidad & Divulgación Científica*, 17(1), 35–43.
- Cuadra, H. y Florenzano, R. (2003). El bienestar subjetivo: Hacia una psicología positiva. *Revista de Psicología de la Universidad de Chile*, 12(1), 83–96.
- Dankhe, G. (1986). *Investigación y comunicación*. México: McGraw-Hill.
- Denegri, M., García, C., González, N., Orellana, L., Sepúlveda, J. y Schnettler, B. (2014). Subjective well-being and satisfaction with food-related life in university student in southern Chile: A qualitative study. *Summa Psicológica UST*, 11(1), 51–63.
- Denegri, M. y Schnettler, B. (2008). El rol de la etnia en el consumo de alimentos. [Informe del proyecto Fondecyt 1080146, Temuco, Chile]. Disponible en: <http://es.slideshare.net/cepec/el-rol-de-la-etnia-en-el-consumo-de-alimentos>
- Díaz, G. (2001). El bienestar subjetivo, actualidad y perspectivas. *Revista Cubana de Medicina Integral*, 17(6), 572–579.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575.
- Diener, E. (1994). El bienestar subjetivo: Intervención psicosocial. *Revista sobre Igualdad y Calidad de Vida*, 3(8), 67–113.
- Diener, E. y Biswas-Diener, R. (2000). New directions in subjective well-being research: The cutting edge. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 27(1), 21–33.
- Diener, E. y Oishi, S. (2000). Money and happiness: Income and subjective well-being across nations. En E. Diener y E. M. Suh (Eds.), *Cross-cultural psychology of subjective well-being* (pp. 185–218). Boston: MIT Press.
- Diener, E., Suh, E., Lucas, R. y Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302.
- Falk, L., Bisogni, C. y Sobal, J. (1996). Food choice processes of older adults. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 8(5), 257–265.
- Fischler, C. (1998). Food: Self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275–292.
- Frey, B. y Stutzer, A. (2002). *Happiness and economics: How the economy and institutions affect human well-being*. New Jersey: Princeton University Press.
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, C., Sobal, J. y Falk, L. (1996). Food choice: A conceptual model of the process. *Appetite*, 26(3), 247–265.
- García-Viniegras, C. y González, I. (2000). La categoría bienestar psicológico: Su relación con otras categorías sociales. *Revista Cubana de Medicina Integral*, 16(6), 586–592.
- Gavino, A. y López, A. (1999). Los comportamientos alimentarios en las etapas de la vida. *Anuario de Psicología*, 30(2), 23–27.
- Goodson, K. J., Morgan, W. W., Reagan, J. O., Gwartney, B. L., Courington, S. M., Wise, J. W., et al. (2002). Beef customer satisfaction: Factors affecting consumer evaluations of clod steaks. *Journal of Animal Science*, 80(2), 401–408.
- Grunert, K., Bech-Larsen, T. y Bredahl, L. (2000). Three issues in consumer quality perception and acceptance of dairy products. *International Dairy Journal*, 10(8), 575–584.
- Guba, E. y Lincon, Y. (2002). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. En C. Denman y J. A. Haro (Eds.), *Por los rincones: Antología de métodos cualitativos en la investigación social* (pp. 113–145). México: Colegio de Sonora.
- Hargreaves, M., Schlundt, D. y Buchowski, M. (2002). Contextual factors influencing the eating behaviours of African American women: A focus group investigation. *Ethnicity and Health*, 7(3), 133–147.
- Hausman, A. (2005). Hedonistic rationality: The duality of food consumption. *Advances in Consumer Research*, 32(6), 404–405.
- Jiménez, A. y Moyano, E. (2008). Factores laborales de equilibrio entre trabajo y familia: Medios para mejorar la calidad de vida. *Universum*, 23(1), 116–133.
- Jiménez, J. P. (2004). Bienestar y satisfacción de los médicos con el ejercicio de su profesión en un sistema de salud en proceso de reforma. *Revista Médica de Chile*, 132(5), 635–636.
- Joia, C., Ruiz, T. y Donalísio, M. (2007). Condições associadas ao grau de satisfação com a vida entre a população de idosos. *Revista de Saúde Pública*, 41(1), 37–47.
- Kniazeva, K. y Venkatesh, A. (2007). Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. *Journal of Consumer Behavior*, 6(6), 419–435.
- Liberalesso, A. (2002). Bienestar subjetivo en la vida adulta y la vejez: Hacia una psicología positiva en América Latina. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 34(1-2), 55–74.
- Loudon, D. y della Bitta, A. (1995). *Comportamiento del consumidor: Conceptos y aplicaciones*. México: McGraw-Hill.
- Mella, R., González, L., D'Appolonia, J., Maldonado, I., Fuenzalida, A. y Díaz, A. (2004). Factores asociados al bienestar subjetivo en el adulto mayor. *Psykhé*, 13(1), 79–89.
- Moons, P., Budts, W. y de Geest, S. (2006). Critique on the conceptualization of quality of life: A review and evaluation of different conceptual approaches. *International Journal of Nursing Studies*, 43(7), 891–901.
- Morgan, L. (1971). *La sociedad primitiva*. Madrid: Ayuso.
- Moyano, E., Castillo, R. y Lizana, J. (2008). Trabajo informal: Motivos, bienestar subjetivo, salud, y felicidad en vendedores ambulantes. *Psicología em Estudo*, 13(4), 693–701.
- Moyano, E. y Díaz, E. (2005). *Calidad de vida: Felicidad, satisfacción vital, salud y familia*. Chile: Universidad de Talca.
- Moyano, E. y Ramos, N. (2007). Bienestar subjetivo: Midiendo satisfacción vital, felicidad y salud en población chilena de la región Maule. *Universum*, 22(2), 177–193.
- Núñez, D., Acuña, F., Rojas, G. y Vogel, E. (2007). Construcción y validación inicial de un cuestionario para medir calidad de vida en pacientes esquizofrénicos. *Revista Chilena de Neuropsiquiatría*, 45(2), 148–160.

- Pinotti, L. (2007). *Antropología alimentaria en la evolución humana*. Buenos Aires: CISPAN.
- Rojas, M. (2007). The complexity of well-being: A life satisfaction conception and a domains-of-life approach. En I. Gough y A. McGregor (Eds.), *Researching well-being in developing countries* (pp. 259–280). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ross, C. y van Willigen, M. (1997). Gender, parenthood, and anger. *Journal of Marriage and Family*, 58(3), 572–584.
- Roysamb, E., Tambs, K., Reichborn-Kjennerud, T., Neale, M. y Harris, J. (2003). Happiness and health: Environmental and genetic contributions to the relationship between subjective well-being, perceived health, and somatic illness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1136–1146.
- Rozin, P. (1980). Human food selection: Why do we know so little, and what can we do about it? *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*, 4(4), 333–337.
- Rozin, P. (1997). Towards a psychology of food and eating: From motivation to module to model to marker, morality, meaning and metaphor. *Psychological Science*, 5(1), 18–24.
- Schnettler, B., Denegri, M., Miranda, H., Sepúlveda, J., Orellana, L., Paiva, G., et al. (2013). Hábitos alimentarios y bienestar subjetivo en estudiantes universitarios del sur de Chile. *Nutrición Hospitalaria*, 28(6), 2221–2228.
- Schnettler, B., Lobos, G., Orellana, L., Grunert, K. G., Sepúlveda, J., Mora, M., et al. (2015). Analyzing food-related life satisfaction and other predictors of life satisfaction in central Chile. *Spanish Journal of Psychology*, 18(38), 1–14.
- Schnettler, B., Ruiz, D., Sepúlveda, O. y Sepúlveda, N. (2008). Importance of the country of origin in food consumption in a developing country. *Food Quality and Preference*, 19(4), 372–382.
- Schnettler, B., Sepúlveda, O. y Ruiz, D. (2008). Aceptación diferenciada de alimentos transgénicos de origen vegetal y animal en la región de La Araucanía, Chile. *Ciencia e Investigación Agraria*, 35(2), 169–180.
- Schnettler, B., Sepúlveda, O., Ruiz, D. y Denegri, M. (2008). Percepción diferenciada de salsa de tomate transgénica en el sur de Chile. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 58(1), 49–58.
- Schnettler, B., Silva, R. y Sepúlveda, N. (2009). Utilidad y aceptación de información en el etiquetado de la carne bovina en consumidores del sur de Chile. *Chilean Journal of Agricultural Research*, 69(3), 373–382.
- Schnettler, B., Vidal, R., Silva, R., Vallejos, L. y Sepúlveda, N. (2009). Consumer willingness to pay for beef meat in a developing country: The effect of information regarding country of origin, price and animal handling prior to slaughter. *Food Quality and Preference*, 20(2), 156–165.
- Serrato, G. (2001). *Anorexia y bulimia: Trastornos de la conducta alimentaria*. Madrid: Libro-Hobby-Club.
- Thomas, M. (2005). El por qué de la psicología en los estudios de ciencia y tecnología de los alimentos. *Revista de Enseñanza de la Psicología: Teoría y Experiencia*, 1(1), 18–25.
- Uribe, C., Contreras, A., Villarroel, L., Rivera, S., Bravo, P. y Cornejo, M. (2008). Bienestar materno durante el proceso de parto: Desarrollo y aplicación de una escala de medición. *Revista Chilena de Obstetricia y Ginecología*, 73(1), 4–10.
- Veenhoven, R. (1994). El estudio de la satisfacción con la vida. *Intervención Psicosocial*, 3(9), 87–116.
- Verbeke, W. (2001). Beliefs: Attitude and behavior towards fresh meat revisited after the Belgian dioxin crisis. *Food Quality and Preference*, 12(8), 489–498.
- Videra-García, A. y Reigal-Garrido, R. (2013). Autoconcepto físico, percepción de salud y satisfacción vital en una muestra de adolescentes. *Anales de Psicología*, 29(1), 141–147.
- Yan, B., Zheng, X. y Qiu, L. (2003). A study on the factors influencing college students' subject well-being. *Journal of South China Normal University*, 2, 189–195.