

Las Emociones y la Conducta Alimentaria

Elizabeth Peña Fernández¹ & Lucy María Reidl Martínez
Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

En el presente estudio, se identificaron los alimentos consumidos con mayor frecuencia por estudiantes universitarios y las emociones que experimentan durante la alimentación. Participaron 819 universitarios, hombres y mujeres, con un promedio de edad de 22 años. Los resultados generales indican que las emociones que experimentan los universitarios durante la alimentación son en su mayoría agradables (disfrute, placer, alegría, felicidad y amor). Adicionalmente se identificaron diferencias por sexo tanto en el tipo de alimentos como en las emociones que reportan hombres y mujeres. Los resultados de la presente investigación sugieren que las emociones agradables representan uno de los factores socioculturales que motivan la conducta alimentaria.

Palabras Clave: Alimentación, Emociones Agradables, Emociones Desagradables, Nutrición, Universitarios

Emotions and Eating Behavior

Abstract

The present study focuses on identifying which meals are more frequently consumed by university students and which emotions are experienced during feeding. The sample consisted of 819 participants, male and female (average age 22 years old). General results indicate that emotions experienced by university students while taking their meals are mainly positive (enjoyment, pleasure, joy, happiness and love). Additionally, sex differences were identified in types of food and emotions reported by men and women. Results obtained in the present research suggest that experiencing positive emotions is one of the sociocultural factors behind eating behavior.

Keywords: Eating Behavior, Positive Emotions, Negative Emotions, Nutrition, University Students

Original recibido / Original received: 31/10/2014

Aceptado / Accepted: 27/06/2015

¹ Correspondencia: Mtra. Elizabeth Peña Fernández, Facultad de Psicología, Edificio D, cubículo 17. Av. Universidad 3004, Col. Copilco Universidad. Delegación Coyoacán, C.P. 04510, México, Distrito Federal, México. Teléfono: 56222314. E-Mail: liz280682@hotmail.com

En la literatura sobre conducta alimentaria, se han detallado tres componentes individuales que afectan la elección de los alimentos: cognitivo, conductual y afectivo (Herman & Polivy, 1975). En lo referente al componente afectivo, la relación entre emociones y alimentación no es simple: los estados emocionales y de ánimo pueden influir en la conducta alimentaria, y a su vez la alimentación puede modificar las emociones y estados de ánimo (Gibson, 2006).

Durante el estudio de las emociones en la conducta alimentaria, se ha identificado que los comedores emocionales incrementan el consumo de los alimentos en respuesta a emociones desagradables; en cambio, los comedores no emocionales no modifican sus niveles de consumo o incluso lo restringen (Schachter, Goldman & Gordon, 1968). A pesar del énfasis que se ha hecho en estudios previos sobre la influencia de las emociones desagradables en los comedores emocionales, estudios recientes han generado controversia debido a que se ha identificado que los comedores emocionales también incrementan su consumo durante las emociones agradables (Bonguers, Jansen, Havermans, Roefs, & Nederkoorn, 2013). Por ejemplo al inducir experimentalmente estados emocionales, tanto en la condición de emociones agradables como emociones desagradables, los participantes consumieron más calorías que los participantes del grupo control. Es por esto que Evers, Adriaanse, Ridder y Witt (2013) sugieren dedicar mayor atención al estudio de las emociones agradables durante la alimentación debido a que se ha dado mayor énfasis a las emociones desagradables como indicadores de la sobreingesta alimentaria.

Adicionalmente, Macht (2008), encontró que los participantes de una muestra no clínica, reportaron mayores niveles de hambre durante estados emocionales de alegría y enojo que durante estados de miedo y tristeza.

En estudios sobre trastornos de la conducta alimentaria, se ha identificado que las personas con dichos padecimientos pueden experimentar emociones desagradables antes y después del consumo de los alimentos. Como emociones antecedentes, se han identificado: enojo, sensación de vacío, desesperación, preocupación e insatisfacción. Como emociones consecuentes se han identificado: culpa, vergüenza, arrepentimiento, remordimiento y autodesprecio (Whiteside et al, 2007). Sin embargo, actualmente no es clara la influencia de las emociones experimentadas durante el consumo, tanto en muestras con trastornos en la conducta alimentaria como en muestras no clínicas.

A pesar de los intentos previos por explicar el efecto de las emociones en la alimentación, actualmente no es bien conocido el proceso mediante el cual las emociones afectan la conducta alimentaria. Macht (2008), propuso las siguientes hipótesis: a) Las emociones desagradables inducen la alimentación para regular dichas emociones; b) Las emociones intensas suprimen la ingesta de alimento; c) Las emociones agradables y desagradables dificultan el control cognoscitivo de la conducta alimentaria; d) El control de la elección de los alimentos depende de las emociones inducidas por el propio alimento.

Recapitulando, se ha estudiado el papel de las emociones desagradables en los comedores emocionales, pero se ha dejado de lado el estudio de las emociones agradables tanto en comedores emocionales como en población no clínica. Si bien se han identificado las emociones que se experimentan antes y

después de comer, no es claro qué emociones se experimentan durante la alimentación en muestras no clínicas. En este sentido, Kenardy, Butler, Carter y Moor (2003) indicaron que existe la necesidad de examinar el impacto de las emociones en la alimentación en muestras no clínicas. Aunque las investigaciones sobre alimentación y emociones han aportado información para comprender la interacción entre ambas variables, actualmente no es claro cómo es que las emociones influyen en la alimentación.

Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación fue identificar las emociones que una muestra no clínica, en este caso estudiantes universitarios experimentan durante la alimentación. Para eso, el presente estudio se dividió en tres fases que se detallan a continuación.

Fase 1

El objetivo de la fase 1 fue identificar los alimentos consumidos con mayor frecuencia por los universitarios. Esto se realizó para garantizar que los participantes estuvieran familiarizados y de hecho consumieran habitualmente los alimentos a evaluar.

Método

Participantes

La muestra fue de tipo no probabilística por conveniencia y estuvo constituida por 100 universitarios, hombres y mujeres, residentes del Distrito Federal con una edad promedio de 22 años ($DE= 4.15$).

Instrumento

Se elaboró un formato tamaño carta con cinco categorías: desayuno, comida, cena, colaciones y antojos. Cada categoría tenía un espacio en donde los participantes podían enlistar los alimentos consumidos en la última semana.

Procedimiento

Se acudió a una universidad pública del Distrito Federal y se le pidió a un grupo de alumnos que hicieran una lista de los alimentos sólidos y líquidos que habían consumido en cada una de las categorías durante la última semana.

Resultados

Se realizó un análisis de frecuencias de los alimentos reportados por los participantes y se estableció el punto de corte en el primer cuartil.

Tabla 1
Alimentos consumidos frecuentemente en cada categoría

<i>Desayuno</i>		<i>Comida</i>	
Alimento	Frecuencia	Alimento	frecuencia
1 pan	100	pasta	99
2 yogurt	77	agua de sabor	95
3 café	60	tacos	90
4 leche	59	pollo guisado	76
5 cereal	55	agua simple	72
6 jugos	52	arroz	72
7 manzanas	49	refresco	64
8 licuado de fruta	48	quesadillas	56
9 sándwich	48	ensaladas	53
10 galletas	40	tortas	45
11 huevos	40	caldos	44
12 huevos acompañados	39	bistec de res	43
13 quesadillas	37	tortillas	38
14 café con leche	31	sándwich	32
15 agua simple	30	frijoles	31
16 té	29	enchiladas	30
17 plátano	28	sopas	29
18 papaya	25	papas	27
19 barra de cereal	24	pizza	26
20 tortas	22	hamburguesa	20
21 fruta	19	lechuga	20
22 melón	19	nopales	19
23 gelatina	18	atún	17
24 leche con chocolate	18	milanesa	17
25 pollo	16	pescado	17

<i>Cena</i>		<i>Colaciones</i>		<i>Antojos</i>	
Alimento	Frecuencia	Alimento	Frecuencia	Alimento	Frecuencia
1 Leche	91	dulces	84	enchiladas	38
2 Pan	89	papas	70	pizza	34
3 Cereal	56	chocolates	67	tacos	28
4 Café	47	galletas	52	ensaladas	25
5 Té	34	manzanas	45	helados	25
6 Pasta	31	agua	38	pasta	25
7 Tacos	30	cacahuates	35	hamburguesa	23
8 Agua	29	pan	34	papas	22
9 Galletas	29	frituras	30	pastel	19

(continúa)

Tabla 1. *Alimentos consumidos frecuentemente en cada categoría (continuación)*

<i>Cena</i>		<i>Colaciones</i>		<i>Antojos</i>	
Alimento	Frecuencia	Alimento	Frecuencia	Alimento	Frecuencia
10 Quesadillas	25	chicles	28	tortas	18
11 Yogurt	22	refresco	24	pozole	16
12 agua de sabor	16	yogurt	22	frappé	15
13 Ensaladas	16	helado	21	quesadillas	15
14 Sándwich	15	barra de cereal	15	sushi	15
15 café con leche	14	café	15	flan	14
16 Refresco	14	plátano	15	refrescos	14
17 Queso	13	agua de sabor	12	crepas	13
18 Hamburguesas	12	palomitas	12	fresas con crema	13
19 Manzana	11	jugos	10	lasaña	13
20 Sincronizadas	11	sándwich	10	pan	13
21 Arroz	10	paleta de hielo	9	jugos	12
22 Gelatina	10	peras	9	chocolate	11
23 Pastel	10	quesadillas	9	pay	11
24 Pizza	10	cereal	8	tamales	11
25 Bistec	9	cerveza	8	agua de sabor	10

Posteriormente, se realizó una lista de los alimentos más frecuentes independientemente de la categoría a la que pertenecían, y se consideraron los alimentos incluidos en los primeros dos cuartiles de cada categoría.

Fase 2

El objetivo de la fase 2, fue identificar las emociones que se relacionan con la alimentación y descartar aquellas que pudieran ser sólo distractores o que pudieran obstaculizar las respuestas de los participantes.

Método

Participantes

Participaron 200 estudiantes universitarios con un promedio de edad de 22 años (DE= 4.24), 100 hombres y 100 mujeres, residentes del Distrito Federal. La muestra fue de tipo no probabilística por conveniencia.

Tabla 2
Frecuencias de alimentos consumidos por universitarios

Alimentos	Frecuencia	Alimentos	Frecuencia
Pan	236	Barra de cereal	39
Agua	169	Huevos	39
Pasta	155	acompañados	
Leche	150	Tortillas	38
Tacos	148	Cacahuates	35
Quesadillas	142	Frijoles	31
Refresco	140	Frituras	30
Agua de sabor	133	Pastel	29
Café	122	Sopas	29
Galletas	121	Chicles	28
Yogurt	121	Gelatina	28
Cereal	119	Papaya	25
Papas	119	Lechuga	20
Manzanas	105	Fruta	19
Sándwich	105	Melón	19
Ensaladas	94	Nopales	19
Pollo guisado	92	Leche con chocolate	18
Tortas	85	Atún	17
Dulces	84	Milanesa	17
Arroz	82	Pescado	17
Chocolates	78	Pozole	16
Jugos	74	Frappe	15
Pizza	70	Sushi	15
Enchiladas	68	Flan	14
Té	63	Crepas	13
Hamburguesa	55	Fresas con crema	13
Bistec de res solo	52	Lasaña	13
Licuado de fruta	48	Queso	13
Helado	46	Palomitas	12
Café con leche	45	Pay	11
Caldos	44	Sincronizadas	11
Plátano	43	Tamales	11
Huevos	40	Paleta de hielo	9
		Peras	9
		Cerveza	8

Instrumentos

Alimentos y emociones: Este instrumento estuvo constituido por la lista de los 66 alimentos obtenidos en la etapa previa. También se incluyó la lista de emociones del modelo The Geneva Emotion Wheel (GEW), propuesto por Scherer (2005) quien lo desarrolló como una propuesta para homogeneizar y consensuar la investigación en emociones entre los investigadores. Se realizó una traducción de las emociones y se ordenaron alfabéticamente de la siguiente forma: alegría, alivio, amor, anhelo, arrepentimiento, asco, asombro, celos, compasión, culpa, decepción, desesperación, desprecio, disfrute, diversión, enojo, envidia, felicidad, interés, irritación, júbilo, lástima, maravilla, miedo, nostalgia, orgullo, placer, preocupación, remordimiento, repulsión, risa, sorpresa, ternura, tristeza, vergüenza.

Procedimiento

Se acudió a diversas entidades de una universidad pública del Distrito Federal y se invitó a los alumnos a participar en la investigación. Se les pidió que de la lista de emociones, identificaran aquellas que experimentaban durante el consumo de alimentos y que la escribieran en el lugar correspondiente.

Resultados

En el paquete estadístico SPSS se capturaron las emociones que los participantes asignaron a los alimentos y se calculó un análisis de frecuencias.

Fase 3

Una vez que se identificaron los alimentos que consumían los universitarios y se depuró la lista de emociones, se realizó la aplicación final con el objetivo de identificar las emociones que una muestra no clínica, experimenta durante la alimentación.

Método

Participantes

Participaron 519 universitarios, 269 hombres y 250 mujeres, con una edad promedio de 22 años, (D.E., 3.80) residentes del Distrito Federal. La muestra fue de tipo no probabilística por conveniencia.

Instrumentos

Alimentos y emociones: Este instrumento estuvo constituido por la lista de los 66 alimentos y la lista de 22 emociones asociadas a los alimentos obtenidas en las etapas previas, así como un espacio para marcar la intensidad de las emociones experimentadas.

Tabla 3
Emociones durante la alimentación

<u>Emoción</u>	<u>Frecuencia</u>
Disfrute	1220
Placer	859
Alegría	760
Alivio	501
Asco	372
Felicidad	347
Interés	218
Diversión	184
Amor	174
Risa	159
Culpa	142
Júbilo	131
Repulsión	131
Remordimiento	127
Orgullo	125
Anhelo	124
Maravilla	124
Ternura	119
Asombro	110
Sorpresa	109
Nostalgia	107
Arrepentimiento	105

Procedimiento

Se acudió a diversas facultades de una universidad pública del Distrito Federal y se invitó a los alumnos a participar en la investigación. Se les pidió a los participantes que identificaran de la lista de emociones, aquellas que experimentaban cuando consumían cada uno de los alimentos y que la escribieran en el lugar correspondiente. Finalmente se les pidió que evaluaran la intensidad de la misma.

Resultados

En el paquete estadístico SPSS se capturaron las emociones que los participantes asignaron a cada uno de los alimentos, así como la intensidad experimentada. Las emociones reportadas con mayor frecuencia, independientemente del alimento fueron: alegría, alivio, amor, arrepentimiento, asco, culpa, disfrute, felicidad, placer, remordimiento, repulsión y ternura.

En cuanto a emociones agradables, se identificó que los participantes asignaron al 85 % de los alimentos emociones de disfrute, placer, alegría, felicidad y amor; en el consumo de agua y papaya, reportaron emociones neutras como alivio. Finalmente en cuanto a emociones desagradables, los participantes refirieron sentir asco en el consumo de nopales, pescado, atún, pollo guisado y sushi; culpa en el consumo de refresco y remordimiento en el consumo de pan y frituras.

Se calcularon pruebas t, para identificar diferencias por sexo, las cuales se muestran en la tabla 4.

Tabla 4
Diferencias por sexo en emociones e intensidad por alimento

Alimentos	Emoción en hombres	Intensidad de emociones en hombres	Emoción en mujeres	Intensidad de emociones en mujeres	t	p
Agua de sabor	Placer	2.78	Disfrute	2.46	1.65	.05
Barra de cereal	Disfrute	2.3	Disfrute	1.95	1.78	.05
Bistec	Placer y disfrute	3.06	Disfrute	2.32	3.5	.01
Caldos	Disfrute	2.52	Disfrute	2.08	2.13	.05
Enchiladas	Placer y disfrute	2.85	Disfrute	2.45	2.04	.05
Milanesa	Placer y disfrute	2.89	Disfrute	2.51	1.86	.05
Pescado	Placer y disfrute	2.83	Disfrute	2.45	1.7	.05
Pizza	Placer y disfrute	3	Disfrute	2.45	2.92	.01
Quesadillas	Placer y disfrute	2.93	Disfrute	2.5	2.09	.05
Tacos	Placer y disfrute	3.02	Disfrute	2.31	3.3	.00
Chocolates	Disfrute	2.72	Placer	3.1	-1.84	.00
Licuado de fruta	Disfrute	2.44	Disfrute	2.8	-1.88	.05

Como se observa en la tabla 4, los hombres experimentaron emociones agradables y mayor intensidad de las mismas durante el consumo de agua de sabor, barra de cereal, bistec, caldos, enchiladas, milanesa, pescado, pizza, quesadillas y tacos. Las mujeres experimentaron emociones agradables y mayor intensidad de las mismas que los hombres durante el consumo de chocolates y licuado de fruta.

La única emoción, en donde las mujeres experimentaron una intensidad mayor que los hombres fue en culpa ($M=.28$, $M=.16$, $T= 3.14$ y $p=. 000$).

Discusión

En el presente estudio, se identificaron los alimentos consumidos con mayor frecuencia por estudiantes universitarios así como las emociones experimentadas durante el consumo de cada uno de ellos.

Los resultados globales indican que los universitarios consumen alimentos en donde están presentes los hidratos de carbono, proteínas y grasa, vitaminas y

minerales. También se identificó que las emociones que los universitarios experimentan con mayor frecuencia durante la alimentación son: alegría, alivio, amor, arrepentimiento, asco, culpa, disfrute, felicidad, placer, remordimiento, repulsión y ternura. Adicionalmente se encontró que las emociones experimentadas durante el consumo del 85% de los alimentos fueron en su mayoría emociones agradables tales como disfrute, placer, alegría, felicidad y amor. Finalmente se encontró que los hombres tienden a experimentar placer durante el consumo de los alimentos a diferencia de las mujeres que tienden a experimentar disfrute con mayor frecuencia.

Algunas investigaciones sobre la influencia de las emociones en la conducta alimentaria afirman que las personas se sobrealimentan en respuesta a emociones desagradables, y se ha descuidado en gran medida el estudio de las emociones agradables. Por ejemplo, se ha detectado que en los antecedentes próximos al atracón destacan las emociones desagradables como la depresión, enojo, sensación de vacío, desesperación, preocupación e insatisfacción, mientras que las consecuencias más frecuentes incluyen el alivio de pensamientos y emociones desagradables (Whiteside et al., 2007). Los hallazgos de la presente investigación además de contribuir a la literatura previa, también aportan evidencia de que las emociones experimentadas durante la alimentación en una muestra no clínica son, en su mayoría agradables, independientemente del alimento.

En la literatura sobre conducta alimentaria se ha enfatizado en la interacción entre factores ambientales e individuales, que influyen en la elección de los alimentos (Bauer et al., 2004; Beardsworth et al., 2002; Betts et al., 1995; Bogue et al., 2005; Chambers et al., 2008; Croll et al., 2001; Cullen et al., 2000; Falk et al., 1996; Hayes & Ross, 1987; Kearney et al., 2000; Larson y Story, 2009; Sobal & Bisogni, 2009; Wardle et al., 2005). Habitualmente, las personas deciden qué comer y en qué momento hacerlo cuando perciben que tienen hambre, sin embargo no solo el valor nutricional o el estado corporal momentáneo son determinantes en las decisiones referentes a qué y cuánto comer (Booth, 1994).

Si bien, la conducta alimentaria obedece a la satisfacción de una necesidad fisiológica, también se basa en pautas socioculturales que determinan las preferencias y el patrón de consumo de los alimentos, superponiéndose a las reacciones fisiológicas relacionadas con el ciclo hambre-saciedad. En otras palabras, la conducta alimentaria es un constructo multifactorial y la elección de los alimentos obedece no solo a la satisfacción momentánea de una necesidad fisiológica; ni a la búsqueda intencional del valor nutricional que aportan los alimentos. Por lo tanto, los resultados de la presente investigación aportan evidencia que sugiere que las emociones agradables representan uno de los factores socioculturales que motivan la conducta alimentaria.

En un intento por identificar los posibles mecanismos que explican el efecto de las emociones sobre la conducta alimentaria, la presente investigación respalda la hipótesis propuesta por Macht (2008), que establece que el control de la elección de los alimentos depende de las emociones inducidas por el propio alimento. En las teorías sobre emociones, se considera que éstas tienen diferentes funciones en la organización y función de la conducta. Por ejemplo, Plutchick (1987), indicó que la emoción facilita el acercamiento o la evitación del

objetivo de la conducta motivada en función de las características de agrado-desagrado de la emoción. Por lo tanto los resultados de la presente investigación podrían sugerir que la consecuencia lógica de experimentar emociones agradables durante la alimentación, es favorecer el acercamiento o aproximación hacia los alimentos y así experimentar sensaciones placenteras que ocurren como consecuencia de comer. Macht (2008) indicó que la asociación entre las emociones y la alimentación es más fuerte si algunas emociones en particular ocurren con mayor frecuencia en contextos alimentarios que otras emociones, lo cual genera cambios cognitivos y conductuales compatibles con la alimentación. En algunas culturas como la nuestra, la comida es parte importante de las celebraciones que regularmente generan emociones agradables.

A pesar de que los resultados de la presente investigación destacan la importancia de las emociones agradables durante la alimentación y proporcionan las bases para desarrollar instrumentos de medición para evaluar las emociones y su relación directa con la alimentación en población no clínica, las investigadoras sugieren probar la generalidad de los resultados de esta investigación. También se sugiere realizar experimentos empleando mediciones confiables de la conducta alimentaria y métodos adecuados de inducción de estados emocionales, además de estudiar el contexto en el cuál ocurre la alimentación y la variación de las emociones en función del mismo, así como los aspectos fisiológicos relacionados con la recompensa o actividades placenteras.

Debido a que las personas pueden no darse cuenta de los cambios en su conducta alimentaria como consecuencia de los cambios en sus estados emocionales (Macht et al., 2004), se sugiere a los especialistas en nutrición enseñar a los pacientes a identificar y regular sus emociones puesto que podrían estar confundiendo las señales fisiológicas de hambre/saciedad con dichos estados emocionales.

Referencias

- Bauer, K.W., Yang, Y.W., & Austin, S.B. (2004). How can we stay healthy when you're throwing all of this in front of us? Findings from focus groups and interviews in middle schools on environmental influences on nutrition and physical activity. *Health Education and Behavior, 31*, 34–46
- Beardsworth, A.D., Bryman, A., Keil, T., Goode, J., Haslam, C., & Sherratt, E. (2002). Women, men and food: the significance of gender for nutritional attitudes and choices. *British Food Journal, 104*, 470–491
- Betts, N.M., Amos, R.J., Georgiou, C., Hoerr, S.L., Ivaturi, R., & Keim, K. (1995). What young-adults say about factors affecting food-intake. *Ecology of Food and Nutrition, 34*, 59–64
- Bogue, J., Coleman, T., & Sorenson, D. (2005). Determinants of consumers' dietary behavior for health-enhancing foods. *British Food Journal, 107*, 4–16
- Bongers, P., Jansen, A., Havermans, R., Roefs, A., & Nederkoorn, C. (2013). Happy eating. The underestimated role of overeating in a positive mood. *Appetite, 67*, 74–80
- Booth, D. A. (1994). *Psychology of nutrition*. London: Taylor and Francis.

- Chambers, S., Lobb, A., Butler, L. T., & Trail, B. (2008). The influence of age and gender on food choice: a focus group exploration. *International Journal of Consumer Studies*, 32, 356-365
- Croll, J.K., Neumark-Sztainer, D., & Story, M. (2001). Healthy eating: what does it mean to adolescents? *Journal of Nutrition Education*, 33, 193-198
- Cullen, K.W., Baranowski, T., Rittenberry, L., & Olvera, N. (2000). Social-environmental influences on children's diets: results from focus groups with African- Euro- and Mexican-American children and their parents. *Health Education Research*, 15, 581-590
- Evers, C., Adriaanse, M., Ridder, D., & Witt, J. (2013). Good mood food. Positive emotion as a neglected trigger for food intake. *Appetite*, 68, 1-7
- Falk, L.W., Bisogni, C.A., & Sobal, A. (1996). Food choice processes of older adults: a qualitative investigation. *Journal of Nutrition Education*, 28, 257-265
- Gibson, E. (2006). Emotional influences on food choice: Sensory, physiological and psychological pathways. *Physiology & Behavior*, 89, 53-61
- Hayes, D., & Ross, C.E. (1987). Concern with appearance, health beliefs, and eating habits. *Journal of Health and Social Behavior*, 28, 120-130
- Herman, C. P. & Polivy, J. (1975). Anxiety, restraint and eating behavior. *Journal of Abnormal Psychology*, 84, 666-672
- Kearney, M., Kearney, J.M., Dunne, A., & Gibney, M.J. (2000). Sociodemographic determinants of perceived influences on food choice in a nationally representative sample of Irish adults. *Public Health Nutrition*, 3, 219-226
- Kenardy, J., Butler, A., Carter, C., & Moor, S. (2003). Eating, mood and gender in a non-eating disorder population. *Eating behaviors*, 4, 149-158
- Larson, N. & Story, M. (2009). A review of Environmental Influences on Food Choices. *Analysis of Behavior Medicine*, 38, 56-73
- Macht, M. (2008). How emotions affect eating: A five-way model. *Appetite*, 1, 1-11
- Macht, M., Haupt, C., Ellgring, H. (2005). The perceived function of eating is changed during examination stress: a field study. *Eating Behavior*, 6, 109-12
- Macht, M., Haupt, C., Salewsky, A. (2004). Emotions and eating in everyday life: application of the experience-sampling method. *Ecology Food Nutrition*, 43, 327-37
- Plutchik, R. (1987). *Las emociones*. México: Diana.
- Schacter, S., Goldman, R., & Gordon, A. (1968). Effects of fear, food deprivation, and obesity on eating. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10(2), 91-97
- Scherer, K. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 4, 695-729
- Sobal, J., & Bisogni, C. (2009). Constructing Food Choice Decisions. *Analysis Behavior Medicine*, 38, 37-46
- Wardle, J. Carnell, S., & Cook, L. (2004). Parental control over feeding and children's fruit and vegetable intake: How are they related? *Journal Diet Association*, 105, 227-232
- Whiteside, U., Chen, E., Neighbors, C., Hunter, D., Lo, T., & Larimer, M. (2007). Difficulties regulating emotions: Do binge eaters have fewer strategies to modulate and tolerate negative affect? *Eating Behavior*, 2, 162-169

© Universidad Nacional Autónoma de México, 2015.

Los derechos reservados de *Acta de Investigación Psicológica*, son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el contenido de esta revista no puede ser copiado ni enviado por correo electrónico a diferentes sitios o publicados en listas de servidores sin permiso escrito de la UNAM. Sin embargo, los usuarios pueden imprimir, descargar o enviar por correo electrónico los artículos para uso personal.

Copyright of *Psychological Research Record* is the property of Universidad Nacional Autónoma de México (National Autonomous University of Mexico, UNAM) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.