

Deseos y creencias alimentarias

Luis Cantarero Abad
Equipo de Investigación Multidisciplinar en
Alimentación Humana,
(EIMAH) Universidad de Zaragoza, España.

Introducción

Los deseos personales guían el comportamiento alimentario. La satisfacción de los mismos, sin embargo, proviene del significado simbólico de los alimentos. Además de ingerir nutrientes, el ser humano consume las significaciones asociadas a los mismos. “El gusto en materia de alimentos depende también de la idea que cada clase se hace del cuerpo y de los efectos de la alimentación sobre el mismo, es decir, sobre su fuerza, su salud y su belleza” (Bourdieu, 1991: 188). Así, el individuo cree que unos productos son buenos para incrementar su fuerza física, para la salud, para conservar la línea, etcétera. Unas veces estas creencias son más populares y otras más particulares o individuales; algunas varían entre diversas sociedades, otras son más universales; unas resaltan cualidades positivas de los alimentos, otras negativas; la mayoría están próximas a los refranes o dichos, y todas ellas se transmiten de unos a otros a través de agentes de socialización.

Según el Diccionario de Psicología de Friedrich Dorsch (1985), una creencia es una convicción subjetiva, sin una fundamentación objetiva y sin pretensión de darla. Sin embargo, actualmente existe cierta preocupación entre los especialistas en las ciencias llamadas “duras”, por tratar de explicar de una manera racional y científica todos los dichos populares referidos a la alimentación. Basta ojear la guía de la salud publicada por la revista italiana *Epoca* (1995) para darse cuenta. Allí, se pretende demostrar la científicidad de un conjunto de creencias populares recavando opiniones de especialistas en materia de nutrición, los cuales basan sus argumentos en investigaciones suyas o en las de algunos colegas.

Algunas de las creencias sobre determinados alimentos a las cuales pretenden dar una base lógica y racional son: “la miel hace pasar la tos”, “el pimiento es un afrodisíaco”, “el ajo es una medicina”, “un vaso de leche ca-

liente favorece el sueño”, “el fósforo y las vitaminas mejoran la inteligencia”, etcétera. Un ejemplo de exageración científicista a la hora de valorar una creencia religiosa es el de la carne como pecado. Elisabetta Agradi (1995: 26), responsable del laboratorio de Nutrición y Biología Comparada de la Universidad de Milán, después de resaltar la necesidad del consumo de carne por sus insustituibles valores nutricionales, señala que siempre que se habla de salud, el verdadero pecado está en el exceso; comer mucha carne significa aumentar la ingesta de grasas, lo que repercute negativamente en el organismo.

Como se ve, intenta racionalizar la creencia en términos de salud. Este argumento resulta insuficiente para explicar la prohibición de consumir carne los viernes anteriores a la Pascua de Resurrección para la moral católica, o la sacralización de la vaca en la India o el tabú del cerdo entre los judíos. Para poder entender ésta u otras prohibiciones no basta con aludir a la composición nutricional de los alimentos, sino que hay que conocer, entre otras cosas, los valores socioculturales y los deseos de los sujetos: en este caso, no pecar y ganarse la salvación eterna. El objetivo de las siguientes líneas, es tratar de analizar algunos de los deseos de las personas que influyen en sus hábitos alimentarios.

Deseo de pertenencia étnica

La alimentación es una fuente de identificación y diferenciación cultural, que se reafirma al consumir los alimentos conocidos y familiares. Según Contreras (1993: 12), “la variedad de preferencias en cuanto a la preparación de la comida, así como las aversiones hacia determinados alimentos proporcionan una identidad, no sólo en el sentido de expresar pertenencia a un grupo ya sea étnico o nacional o de clase social, sino también en el sentido de llamar la atención en según qué circunstancias sociales”.

Así, cada cultura posee una serie de preparados que la representan y simbolizan, y el individuo al consumir estos platos se identifica con ella. El ternasco es uno de los alimentos que mejor representa la cultura alimentaria de la Comunidad Autónoma de Aragón (España)¹. Al ternasco de Aragón, cor-

¹ Los datos expuestos y referidos a la Comunidad Autónoma de Aragón, España, provienen de mi propio trabajo de campo, llevado a cabo en los últimos años en las provincias de Zaragoza y Huesca, y que ha servido como base para mi tesis de doctorado —el deseo de pertenencia étnica, de prevenir y curar la enfermedad (física y mental), de mantener el cuerpo delgado, de mejorar el rendimiento físico y de aparentar prosperidad económica—, y el sistema de creencias alimentarias que subyace a los mismos.

dero joven, t3pico de lo aragon3s, se le atribuyen calificativos siempre positivos: "el ternasco de Arag3n es el mejor del mundo", "el ternasco de Arag3n es mejor que el resto de los ternascos". No hay fiesta o banquete, tanto en restaurante como en casa, y sobre todo en las salidas al monte, en el cual no figure dicho plato en el men3.

Para satisfacer el deseo de pertenencia 3tnica, la industria alimentaria inventa nuevos productos. Es el caso, por ejemplo, del Lanz3n, postre elaborado para su consumo el d3a de San Jorge, patr3n de la regi3n aragonesa. Parafraseando a Mill3n (1991), el Lanz3n representa una innovaci3n alimentaria que se inscribe en el ciclo festivo anual para favorecer su adopci3n. La publicidad que acompa1a 3ste y otros alimentos insiste frecuentemente en la vuelta a la "tradic3n", al consumo de productos de casa, "nuestros", como medio de potenciar sus ventas.

La funci3n identitaria de los alimentos se acompa1a de su sistema de creencias. Seg3n Brusset (1985: 26), "cada pueblo est3 convencido de que es el 3nico que come correctamente". As3 pues, quiz3s sea a trav3s de la alimentaci3n como se puede observar con m3s fuerza el etnocentrismo cultural, ya que "nuestra cocina", la cocina "normal" de una sociedad concreta, es "la mejor de todas" y de una manera m3s o menos consciente consideramos al resto como perjudiciales para la salud o como de menos calidad: "los ingleses no saben comer", "los italianos comen s3lo pasta", "los mexicanos comen s3lo tacos", etc3tera. El deseo de pertenencia 3tnica categoriza los alimentos en cuanto a buenos o malos seg3n sean nativos o extranjeros. Para los emigrantes, los cuales aprenden una lengua extranjera con m3s facilidad que modifican sus h3bitos alimentarios, una de las formas de recrear su identidad es a trav3s de la alimentaci3n. Aun estando en algunos casos a miles de kil3metros de su pa3s natal logran mantenerlos. No es de extra1ar que cuando vuelven a su lugar de origen por un periodo de tiempo determinado, ya sea vacaciones u otro, a la vuelta a su residencia actual no olviden nunca traerse alimentos caracter3sticos de su tierra. Motivada por ese sentimiento identitario, una informante, 31 a1os, de nacionalidad estadounidense, se desplaza varias veces al a1o a una base americana para comprar los "aut3nticos alimentos americanos". Otra persona de origen italiano (33 a1os) dice, "hago una pizza al menos una vez a la semana" y un ingl3s (26 a1os) se1ala: "me hago un curry todos los fines de semana".

La creencia en la superioridad de las pr3cticas alimentarias consideradas propias implica la desvalorizaci3n de las de los otros. Un ejemplo de ello,

demanda de borraja, alimento identitario aragonés, a pesar de su aumento de precio, tras el anuncio unos días antes de un especialista en aparato digestivo, el Doctor Ricardo Sainz Samitier, en el sentido de que dicha verdura prevenía el cáncer de estómago. En este caso, como en otros, el consumo de un alimento viene motivado por su asociación con la prevención de la enfermedad.

Otros alimentos que se cree que tienen propiedades medicinales son la col, que “cura el cáncer” (varón, 37 años), la zanahoria, que “es buena para la vista” (mujer, 24 años), las acelgas, que “como las verduras de hoja grande, producen sangre” (mujer 32, años), “yo no me he puesto nunca malo porque tomo mucha cebolla y vinagre” (varón 36 años), etcétera.

Como dice Contreras (1993: 44), “no es gratuito que una misma palabra —receta— haya sido utilizada para referirse indistintamente a un preparado culinario y a uno farmacológico (...) hasta finales del siglo XVIII la farmacopea contenida en los tratados médico científicos era poco más que un inventario de plantas con virtudes medicinales varias”.

Así pues, existen alimentos cuya labor ya no radica exclusivamente en la prevención, sino que sus virtudes son curativas. Las verduras no son sólo capaces de prevenir el cáncer, sino también de curarlo, como manifiesta un locutor de una emisora de radio cuando proclama que “el tomate cura el cáncer e impide que se reproduzca”. Si los problemas hacen referencia al estreñimiento, lo mejor es “cenar ligero por la noche ya que te hace ir al baño por la mañana” (mujer, 26 años), amén de tomar fruta, en particular ciruelas pues “mandan al baño” (mujer, 33 años) y fibra, fácil de encontrar en los productos dietéticos. A la leche y sus derivados, por ejemplo, también se le suponen grandes propiedades medicinales, entre otras el favorecer el desarrollo físico e intelectual. Es aconsejada a las mujeres durante el embarazo, para los niños y durante la enfermedad: para curar los enfriamientos se aconseja tomar un vaso de leche con coñac antes de acostarse.

Pero no sólo para mejorar los resfriados ha sido usado el alcohol. Según Braudel (1994: 27), el aguardiente, y más tarde el alcohol etílico, se utilizaron como medicamentos y continúa diciendo que, en la obra *Conservación de la juventud* de Arnau de Vilanova (siglo XIV), el autor resalta las propiedades medicinales del aguardiente, a saber: “conserva la juventud, disipa los humores superfluos, reanima el corazón, cura el cólico, la hidropesía, la parálisis, la cuartana, calma los dolores de muelas y preserva de la peste”. Durante mucho tiempo el alcohol siguió utilizándose contra todos los males, para ir

posteriormente (principios del siglo XIX) saliendo poco a poco de la esfera de los médicos convirtiéndose en algo perseguido y prohibido.

Hay personas que creen que la panacea de la salud, tanto en el prevenir como en el curar, se encuentra en los suplementos vitamínicos, generalmente en forma de pastillas de compra en las farmacias, asociadas también con el mantenimiento de la fuerza física. Según Grande Covian (1993 a: 156), nada justifica tales creencias: “la persona normal, que come una dieta suficiente para satisfacer sus necesidades de energía y que contiene alimentos representativos de cada uno de los seis grupos de alimentos corrientes, debe recibir todas las vitaminas que necesita, y no es de esperar en estas condiciones que el aumento en el consumo de vitaminas tenga efecto beneficioso alguno”. No obstante, y según se deduce del incremento en el consumo de estos productos, parece una vez más que el mensaje “científico” no es tan efectivo como las creencias populares.

Por contra, alimentos no sanos para la clase médica, son los precocinados y congelados, la bollería y la pastelería. Sin embargo, a nivel popular, hay otros alimentos que también son malos para la salud: “el queso hace soñar. Mi tía decía que cuando tenías pesadillas era porque habías comido queso” (mujer, 30 años), “el queso produce hipo” (mujer, 29 años), “las naranjas son perjudiciales para el hígado” (varón, 40 años), etcétera. Los huevos, asociados con el colesterol, también transmiten una imagen negativa. Reducen su consumo aquellas personas que tienen miedo a dicha grasa; según se cree: “comer varios huevos por semana es malo para la salud” (mujer, 63 años).

En cuanto a la salud mental, la ansiedad es uno de los problemas que, por ser actual, no escapa de su asociación con lo alimentario. Alimentos que han de evitar, los que padecen problemas de ansiedad, según N. Carranza (1991), son el café y todos los preparados que contengan cafeína, el tabaco, el chocolate, las comidas ricas en grasas y azúcares y las muy condimentadas.

Sin embargo hay quien dice: “el chocolate me encanta, me levanta el ánimo. Cuando estoy floja, estresada, etcétera, como chocolate para tranquilizarme” (mujer, 28 años). Y tiene su lógica, ya que éste ha sido considerado no sólo un alimento sino también un medicamento. Según Braudel (1994: 40), el cardenal de Richelieu, introductor del chocolate en París allá por el siglo XVII, lo utilizaba para moderar los vapores del bazo. Dicho secreto lo había obtenido de unas religiosas españolas que lo llevaron a Francia.

Para controlar la ansiedad que, según una “especialista” en nutrición y dietética se produce en las mujeres que llevan a cabo una dieta, la doctora ha

introducido en su nuevo producto alimentario en forma de pastilla, orégano, pues asegura que así controla este malestar psíquico y lo anuncia en una emisora de radio española a una hora de alta audiencia.

Pero los alimentos no sólo curan nuestras enfermedades mentales, sino que también son capaces de favorecer el desarrollo intelectual: “yo tomo un litro de leche todos los días porque aumenta la capacidad de estudio y de memoria” (mujer, 30 años). O la madre que persuade al niño para que coma pescado: “tienes que comer pescado, que tiene mucho fósforo y favorece el desarrollo de la inteligencia” (mujer, 35 años).

Otra idea que circula de boca en boca entre las madres preocupadas por el coeficiente de inteligencia de sus hijos y que, por lo tanto, se traduce en el comportamiento alimentario de éstos es que “introducir sesos en la dieta de sus hijos favorece el desarrollo intelectual”, creencia que alude a otra muy popular que asegura que “de lo que se come se cría”. Grande Covián (1993 b: 33) dice que “en un templo griego, aparece una inscripción en la que se recomienda el consumo de carne de cabrito para los atletas cuya actividad deportiva consiste en saltar y el de carne de toro para los corredores”. Por otro lado, según Lentini Marugán (1988: 37), “el endocanibalismo tuvo su origen en el deseo de adquirir los atributos del fallecido mediante la ingestión de su cerebro”.

Otra creencia a la que hace alusión Grande Covián (1993 a: 15) es la referente a la superioridad de lo natural. Siguiendo sus palabras “para muchas personas, la adición del adjetivo natural al nombre de un producto alimenticio basta para convertirlo automáticamente en un alimento dotado de extraordinarias propiedades nutritivas, de las que el mismo producto carece cuando no es objeto de tal calificación” y continúa diciendo que dichas supuestas propiedades carecen de explicación racional. Y efectivamente puede que sea así, pero la demostración científica de la no naturalidad de un alimento no es suficiente para que sea eliminado de la cesta de la compra.

Deseo de mantener el cuerpo delgado.

La valoración social actual de la delgadez ha llevado al desarrollo de toda una industria de la alimentación basada en productos bajos en calorías, que tienen una gran difusión en aquellas personas preocupadas por su imagen estética. En este terreno el número de creencias son innumerables. Los hábitos alimentarios que las acompañan se caracterizan por el control y la evitación de determinados alimentos, y por las dietas de adelgazamiento y los regímenes alimentarios.

La publicidad nos vende la idea de adelgazar con el objetivo de mantener la salud, pues se cree que existe una relación entre obesidad y enfermedad. Veamos el anuncio publicitario de uno de estos productos (Bio Century): "es importante que sepas que adelgazar, conseguir el peso ideal, estar en buena forma, llevar una vida sana, no es sólo una cuestión de estética, de estar a la moda, o de conseguir una mayor autoestima o que los demás tengan una mejor imagen de nosotros, sino que aún lo más importante para evitar la obesidad es la Salud, ya que la obesidad es uno de los problemas más importantes de nuestra sociedad y es causa directa o indirecta de importantes enfermedades".

El consumo de los alimentos de "régimen" implica el temor a engordar y el deseo de adelgazar. Las motivaciones para mantenerse delgado/a pueden ser diferentes. Algunos desean mantenerse jóvenes, guapas/os y deseables, pues es de todos sabido que, hoy en día, el ideal de belleza en la sociedad occidental es la delgadez; otros, para prevenir la enfermedad. Al mismo tiempo existe una asociación entre delgadez y prestigio social. El gordo ya no es como lo fue en otros tiempos la persona poderosa que disponía de alimentos que los demás no tenían. Actualmente, en una época de abundancia, sobre todo en la sociedad occidental, las clases populares son las que engordan, mientras que el control, el sacrificio, la delgadez y los consumos ascéticos son símbolo de bienestar económico.

Según Brusset (1985: 18), "no querer tener el cuerpo que tienen, modificarlo cualesquiera que sean las consecuencias, equivale a no querer ser lo que son". En este sentido parece ser que la preocupación por la delgadez no es exclusivamente una cuestión de moda, sino que tiene un fuerte componente psicológico.

Los alimentos que se cree que "engordan", entre otros, son el pan, las patatas, las grasas, el alcohol y los dulces: "hay que evitar el consumo de alimentos que contengan mucho azúcar, pues éste tiene muchas calorías y engordan" (mujer, 33 años). Un hecho muy habitual es presenciar después de una comida o cena copiosa, donde el número de calorías ingeridas sobrepasa con mucho al de las necesitadas, cómo al terminar la cena alguien (generalmente mujer) pide sacarina para echarla en el café. Nutritivamente puede ya no tener importancia pero sí psicológicamente, pues elimina el sentimiento de culpa causado por haber comido en exceso.

Otros alimentos muy mal considerados, y que por lo tanto hay que evitar, pertenecen al grupo de los cereales. Entre ellos la pasta y el pan. Sólo

si ambos productos son integrales son consumidos por las personas preocupadas por no engordar.

Además de los cereales, el agua es un alimento que también está asociado con la obesidad: "el agua durante las comidas engorda" (mujer, 31 años). Para Grande Covián (1988: 53), tal afirmación no es cierta ya que "tal creencia no tiene justificación posible y es sólo una más de las ideas erróneas que acerca de las dietas de adelgazamiento circulan en la actualidad".

Entre los alimentos "adelgazantes" están algunas frutas y verduras, los productos dietéticos y los bajos en calorías. Actualmente, prácticamente la totalidad de productos alimentarios tienen su correspondiente tipo "light". Es el caso del queso de régimen, de la leche desnatada, de la mermelada baja en calorías, de la coca-cola "light", etcétera. La industria alimentaria inventa alimentos para satisfacer el deseo de las personas que quieren permanecer delgadas.

Deseo de mejorar el rendimiento físico.

La práctica deportiva también tiene su correlación alimentaria. Al igual que en el caso anterior han aparecido un sinnúmero de productos en forma de suplementos para deportistas destinados a mejorar el rendimiento físico, no sólo de aquellos que se dedican a la alta competición, sino también de los llamados "amateurs".

Según se cree los deportistas deben consumir agua con azúcar, chocolate y frutos secos. Para incrementar el rendimiento físico se aconseja también el pan, las patatas, el arroz y la pasta, caracterizados todos ellos por su alta composición en hidratos de carbono.

La carne es otro de los alimentos asociados con el aumento de la fuerza física. No obstante, según Grande Covián (1993 a: 127), "numerosísimos estudios han demostrado que la actividad física no se acompaña de un aumento de las necesidades de proteínas (...) a pesar de ello los entrenadores de los equipos deportivos siguen atiborrando a sus entrenados con dietas de alto contenido proteico".

Aquí las contradicciones son evidentes, ya que hay otros especialistas que aseguran que los productos de origen animal son una fuente importante de proteínas y otros nutrientes, lo que favorece el éxito deportivo. A través de la observación de las preferencias de los deportistas se puede apreciar que la creencia relativa al desarrollo de la musculatura asociada al consumo de carne sigue vigente.

Además de los hidratos de carbono y de las proteínas, el deportista debe ingerir suficientes líquidos para reponer los que pierde durante la sudoración, si bien el agua parece no ser adecuada. En este sentido el mercado es cada día más amplio y las empresas de publicidad insisten en que la bebida, la de la marca que recomiendan, no sólo proporciona el líquido suficiente sino también algunos hidratos de carbono para mantener los niveles energéticos y rendir al máximo. Veamos un anuncio publicitario de una de estas bebidas: "Gatorade está formulado de una forma científica para obtener los máximos rendimientos tanto en el entrenamiento como en la competición, aportando a su cuerpo los líquidos, electrolitos y carbohidratos que necesita durante el ejercicio intenso". "Más de 25 años de investigación científica, dirigida por los mayores especialistas a nivel mundial en Fisiología del Deporte, han probado que los fundamentos científicos de X mejoran el rendimiento deportivo".

La información que llega al usuario es que el consumo de este u otro producto parecido mejoran el rendimiento físico, todo ello rodeado de una supuesta científicidad, y el usuario motivado por mejorar dicho rendimiento en su práctica habitual acaba consumiéndolo. Es posible que hasta se sienta mejor o más fuerte, quizás más por el efecto placebo que por su composición nutricional.

Deseo de aparentar prosperidad económica

Según Contreras (1993: 57), "las preferencias por alimentos de alto estatus pueden serlo con exclusión de las consideraciones de su valor nutritivo". El prestigio social, el deseo de aparentar prosperidad económica, motiva el consumo de alimentos alto estatus, considerados así o por su valor económico —determinado como dice Sahlins (1976: 176) según su estimación social— o por su extrañeza y originalidad. La gente identifica a las personas que los consumen con el poder, la riqueza y el prestigio social. Al ingerir estos alimentos el individuo se comunica consigo mismo y con los demás, significando prosperidad económica y distinción social.

Las personas que quieren distinguirse socialmente buscan alimentos considerados de "calidad". La búsqueda de la misma confirma el deseo de refinamiento personal: consumir "calidad" es ingerir simbólicamente distinción. Para estos sujetos, los alimentos de calidad están relacionados con el precio y con el lugar de origen del producto.

Así, consideran que hay una relación proporcional entre la calidad de un producto y su precio. Quien desea satisfacer su necesidad de distinción

cree que los alimentos más caros son mejores. Los productos con denominación de origen y los productos tradicionales de la tierra, también satisfacen el requisito de calidad-territorio: son un símbolo de prestigio social.

La ingesta de cualquiera de estos alimentos requiere la presencia de otras personas para hacer patente el estatus. Su comportamiento en la mesa refleja también su posición social. Según Bourdieu (1991: 179), los individuos de mayor posición social en la mesa guardan las formas: “las formas son, en primer lugar, ritmos que implican esperas, retrasos, contenciones; nunca se da la impresión de precipitarse sobre los platos, se espera hasta que el último que se ha servido haya comenzado a comer, se sirve y se repite con discreción” (1991: 194). Guiados por la ética de la sobriedad los sujetos que desean aparentar bienestar económico creen que comer demasiado es sinónimo de vulgaridad y dejan algo en el plato como símbolo del paso de la necesidad a lo superfluo. Las preferencias alimentarias de los humanos buscan satisfacer deseos individuales como, por ejemplo, sentirse identificado a un grupo sociocultural, prevenir la enfermedad y alargar la vida, mantener el cuerpo delgado, mejorar el rendimiento físico, aparentar prosperidad económica, etcétera. Todas estas motivaciones se acompañan de su particular sistema de creencias alimentarias y, aunque puedan ser aparentemente irracionales desde el punto de vista de la nutrición, ello no impide que su influencia sea muy notable en el comportamiento alimentario humano. Los alimentos como elementos simbólicos satisfacen, de este modo, los deseos personales de los individuos.

Bibliografía

- Agradi, E.**, 1995, “La carne è davvero un peccato?”, en *Epoca*, (supl.), ‘Le guide facili della salute. Vero-falso. 100 grandi medici rispondono a 100 domande’. Verona. Mondadori, pp. 26-27.
- Barusi, A., Medina, F.X. y Colesanti G.** (eds.), 1998, *El color en la alimentación mediterránea*. Elementos sensoriales y culturales de la nutrición. Barcelona. Icaria.
- Bourdieu, P.** 1991, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus Humanidades.
- Braudel, F.**, 1994, *Bebidas y excitantes*. Madrid. Alianza. Editorial.
- Brusset, B.**, 1985, *Anorexia en el niño y en el adolescente*. Barcelona. Planeta.

- Campo, R. J.**, 1993, "La borraja se sube a la parra", en *Heraldo de Aragón*, 27 de Marzo: 11.
- Carranza, N.**, 1991, "Cómo controlar la ansiedad", en *Ser uno mismo*. Febrero, (11): 77-79. Barcelona: Grupo Editorial A.T.
- Castaño, E.**, 1994, "El aceite de oliva controla el colesterol y evita enfermedades cardíacas". En *Heraldo de Aragón*, 7 de Agosto: 14.
- Castillo, M.**, 1990, *XI viajes (de europeos y un americano, a pie, en mula, diligencia, tren y barco) por el Aragón del siglo XIX*. Zaragoza. Diputaciones de Zaragoza, Huesca y Teruel.
- Contreras, J.**, 1993, *Antropología de la alimentación*. Madrid. Eudema.
- Contreras, J.** (comp.), 1995, *Alimentación y Cultura. Necesidades, gustos y costumbres*. Barcelona. Universidad de Barcelona.
- Dorsch, F.**, 1985, *Diccionario de psicología*. Barcelona. Herder.
- EPOCA** (supl.), 1995. *Le guide facili della salute. Vero-falso. 100 grandi medici rispondono a 100 domande*. Verona. Mondadori.
- Espeitx, E.**, 1996, "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra", en *Agricultura y Sociedad*, (80-81): 83-116.
- Garine, I. de y Pollock, N. J.** (eds.), 1995, *Social Aspects of Obesity*. New York. Gordon and Breach Publishers.
- Grande Covián, F.**, 1993 a, Nutrición y Salud. Madrid. Temas de hoy, 1993 b, "Mitos en dietética", en Molina, E. y Sabadell M. A. (eds.), *Actas del I Congreso Nacional sobre pseudociencia*, Zaragoza. Universidad de Zaragoza, Alternativa Racional a las Pseudociencias, Seminario Interdisciplinar, Caja de Ahorros de la Inmaculada, pp. 33-37.
- Lentini Marugán, J.** 1988, "La deificación de la dieta", en *Confluencias*, Vol. II. (1): 36-40.
- Medina, F.X.** (ed.), 1996, *La alimentación mediterránea. Historia, cultura, nutrición*. Barcelona, Icaria
- 1997, "El comer como instrumento. Alimentación e identidad entre los emigrantes vascos", en *Revista de Dialectología y Tradiciones populares*, Tomo LII (1): 205-216.
- "Mediterranean Food: The return of Tradition", en *Rivista di Antropologia*, 76 (supl.: Cresta, M. y Teti, V. (eds.), *The Road of Food Habits in the Mediterranean Area*), Roma, 1998.
- Millán A.**, 1991, "Identité collective et innovation alimentaire", en *Social Sciences Information*, Vol. 30 (4): 739-755.

- 1995, "L'emergence du local: identités, régions, cuisines" en Aubé-Bourlingueux, J., Barbe, J.P., y Martinez-Vasseur, P. (eds.), *Le Fait Culturel Régional*. Nantes. Centre de Recherche sur les Identités Nationales et l'Interculturalité. Université de Nantes, pp. 216-232.
- Podselver, L.**, 1988, "La alimentación en los textos de la tradición Judía", en *Confluencias*, Vol. II (1): 28-31.
- Sahlins, M.**, 1988, *Cultura y razón práctica*. Madrid. Siglo XXI.