Índice

PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	11
1. ESTUDIO ETNOGRÁFICO SOBRE LA RELEVANCIA E IMPACTO SOCIAL DE LAS SOCIEDADES GASTRONÓMICAS	15
1.1 Marco Teórico	16
1.1.1 Espacio privado, espacio público	16
1.1.2 Sistema sexo-género	18
1.1.3 Socialización de género	19
1.1.4 Tradición, cultura y cambio	20
1.2 Metodología	22
1.2.1 Objeto de estudio de la antropología social	22
1.2.2 Objetivo general del estudio de sociedades gastronómicas	23
1.2.3 Selección de sociedades gastronómicas	23
1.2.4 Trabajo de campo	24
1.3 Resultados	28
1.3.1 Descripción de sociedades gastronómicas	28
1.3.2 Impacto social de las sociedades gastronómicas	42
1.3.3 Restricciones de acceso a las mujeres a las sociedades gastronómicas	81
2. MARCO JURÍDICO DE LAS SOCIEDADES GASTRONÓMICAS, EL DERECHO DE ASOCIACIÓN Y SU LÍMITE: LA IGUALDAD DE TRATO	149
2.1 El Derecho de asociación y su límite: la igualdad de trato	150
2.2 El principio de igualdad de trato de mujeres y hombres y las sociedades gastronómicas	165
2.3 Las instituciones públicas y el cumplimiento del principio de igualdad de trato de mujeres y hombres por las sociedades gastronómicas	173
3. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	179
3.1 Conclusiones	180
3.2 Propuestas	187
BIBLIOGRAFÍA	193
ANEXOS	201