

Coordinadoras  
Reina Castellanos Vega  
Gloria Araceli Rodríguez Lorenzo  
Sendy Meléndez Chávez

NUEVAS  
PERSPECTIVAS  
PARA AFRONTAR  
NUEVOS  
CONTENIDOS

Colección:  
Ediciones Universitarias

**EDICIONES PIRÁMIDE**

Diseño de cubierta: Anaí Miguel

Fórum XXI no se responsabiliza de las opiniones vertidas por los autores en los textos recogidos en el presente libro ni estas representan la postura oficial de Fórum XXI sobre los temas tratados, quedando bajo exclusiva responsabilidad legal de los autores las consecuencias que sus afirmaciones pudieran comportar.

Primera edición, 2019, Madrid



Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita del titular del *Copyright*, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento de difusión y copia, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, para su uso comercial. Dichas leyes contemplan penas de prisión, multas e indemnizaciones por daños y perjuicios para quienes reprodujeran, plagiaran, distribuyeren o publicaren el contenido de este libro, o alguna parte del mismo, sin permiso explícito del titular de los derechos de reproducción (Fórum XXI).

© De los autores y coordinadores, 2019  
© FÓRUM XXI, 2019  
© Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S. A.), 2019  
Juan Ignacio Luca de Tena, 15. 28027 Madrid  
Teléfono: 91 393 89 89  
[www.edicionespiramide.es](http://www.edicionespiramide.es)  
Depósito legal: M. 37.187-2019  
ISBN: 978-84-368-4272-2  
Printed in Spain

# Comité Editorial

PABLO AGUILAR CONDE  
*Universidad de Burgos (España)*

MARÍA JULIA AJEJAS BAZÁN  
*Universidad Complutense de Madrid (España)*

VIRGINIA ALARCÓN MARTÍNEZ  
*Universidad Internacional de La Rioja (España)*

ELENA ALARCÓN OROZCO  
*CAMMIA. Universidad de Málaga (España)*

ELENA ALCALDE PEÑALVER  
*Universidad de Alcalá de Henares (España)*

VERÓNICA PAULINA ALTAMIRANO BENÍTEZ  
*Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)*

ANA AMARO AGUDO  
*Universidad de Granada (España)*

ALMUDENA BARRIENTOS BÁEZ  
*Escuela Universitaria de Turismo Iriarte. Universidad de La Laguna (España)*

OLGA BERNAD CAVERO  
*Universidad de Lleida (España)*

JELENA BOBKINA  
*Universidad Politécnica de Madrid (España)*

ANA MARÍA BOTELLA NICOLÁS  
*Universidad de Valencia (España)*

LORENA BUSTO SALINAS  
*Universidad de Burgos (España)*

DAVID CALDEVILLA DOMÍNGUEZ  
*Universidad Complutense de Madrid (España)*

es en los textos  
le Fórum XXI  
de los autores



BASILIO CANTALAPIEDRA NIETO  
*Universidad de Burgos (España)*

ÓLIVER CARRERO MÁRQUEZ  
*ESIC Business & Marketing Scholl (España)*

REINA CASTELLANOS VEGA  
*Universidad de Zaragoza (España)*

CRISTINA CASTILLO RODRÍGUEZ  
*Universidad de Málaga (España)*

M<sup>a</sup> PILAR CASTRO GARCÍA  
*Universidad de Oviedo (España)*

ANTONIO CASTRO HIGUERAS  
*Universidad de Málaga (España)*

MARÍA JOSÉ CERDÁ BERTOMÉU  
*Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo de Alicante y Universidad Miguel  
Hernández de Elche (España)*

ROCÍO CHAO FERNÁNDEZ  
*Universidade da Coruña (España)*

JHOANA RAQUEL CÓRDOVA CAMACHO  
*Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)*

ALBERTO DAFONTE GÓMEZ  
*Universidad de Vigo (España)*

RAQUEL DE LA FUENTE ANUNCIBAY  
*Universidad de Burgos (España)*

MARÍA HELENA DEL VALLE MEJÍAS  
*Universidad Metropolitana de Caracas (Venezuela)*

ELENA DOMÍNGUEZ ROMERO  
*Universidad Complutense de Madrid (España)*

JOSÉ FRANCISCO DURÁN MEDINA  
*Universidad de Castilla-La Mancha (España)*

ANDREA FELIPE MORALES  
*Universidad de Málaga (España)*

MÓNICA FERNÁNDEZ MORILLA  
*Universidad Internacional de Cataluña (España)*

SILVIA GARCÍA MIRÓN  
*Universidad de Vigo (España)*

ROSA GARCÍA ORELLÁN  
*Universidad Pública de Navarra (España)*

MANUEL GARCÍA TORRE  
*Universidade da Coruña (España)*

ANA MARÍA GAYOL GONZÁLEZ  
*Universidad de Vigo (España)*

MARTA GIL RAMÍREZ  
*Universidad de Málaga (España)*

FRANCISCO JAVIER GODOY MARTÍN  
*Universidad de Cádiz (España)*

RUTH GÓMEZ DE TRAVESEDO ROJAS  
*Universidad de Málaga (España)*

GREGORIO GONZÁLEZ ALCAIDE  
*Universidad de Valencia (España)*

JUAN ENRIQUE GONZÁLEZ VALLÉS  
*Universidad Complutense de Madrid (España)*

ANA GREGORIO CANO  
*Universidad de Granada (España)*

BEATRIZ HERRERA GUZMÁN  
*Universidad Autónoma de Zacatecas (México)*

MARÍA ISABEL HUERTA VIESCA  
*Universidad de Oviedo (España)*

CORAL IVY HUNT GÓMEZ  
*Universidad de Sevilla (España)*

GUILLERMINA JIMÉNEZ LÓPEZ  
*Universidad de Málaga (España)*

CLOTILDE LECHUGA JIMÉNEZ  
*Universidad de Málaga (España)*

VICENTE LÓPEZ CHAO  
*Universidad de Almería (España)*

PALOMA LÓPEZ VILLAFRANCA  
*Universidad de Málaga (España)*

LUIS MAÑAS VINIEGRA  
*Universidad Complutense de Madrid (España)*

JOSÉ ANTONIO MARÍN CASANOVA  
*Universidad de Sevilla (España)*

PEDRO PABLO MARÍN DUEÑAS  
*Universidad de Cádiz (España)*

CRISTINA MARÍN PALACIOS  
*ESIC Business & Marketing Scholl (España)*

NATALIA MARTÍNEZ LEÓN  
*Universidad de Granada (España)*

SOLEDAD MARÍA MARTÍNEZ MARÍA DOLORES  
*Universidad Politécnica de Cartagena (España)*

SILVIA MARTÍNEZ MARTÍNEZ  
*Universidad de Granada (España)*

XABIER MARTÍNEZ ROLÁN  
*Universidad de Vigo (España)*

MARÍA BEGOÑA MEDINA GÓMEZ  
*Universidad de Burgos (España)*

SENDY MELÉNDEZ CHÁVEZ  
*Universidad Veracruzana (México)*

BLANCA MIGUÉLEZ JUAN  
*Universidad del País Vasco (España)*

CARMEN DEL ROCÍO MONEDERO MORALES  
*Universidad de Málaga (España)*

SONIA MORALES CALVO  
*Universidad de Castilla-La Mancha (España)*

VIVIANA MUÑOZ ZÚÑIGA  
*Universidad del Oriente (Cuba)*

JOSÉ MUÑOZ JIMÉNEZ  
*Universidad de Málaga (España)*

MAGDALENA MUT CAMACHO  
*Universidad Jaume I de Castellón (España)*

DANIEL NAVAS CARRILLO  
*Universidad de Sevilla (España)*

WANESA ONETTI ONETTI  
*Universidad Internacional de La Rioja (España)*

GRACIELA PADILLA CASTILLO  
*Universidad Complutense de Madrid (España)*

BEATRIZ PEÑA ACUÑA  
*Universidad de Huelva (España)*

MARÍA LUISA PERTEGAL FELICES  
*Universidad de Alicante (España)*

JAVIER PUCHE GIL  
*Universidad de Zaragoza (España)*

ROCÍO RECIO JIMÉNEZ  
*Universidad de Sevilla (España)*

PAULA REQUEIJO REY  
*Universidad Complutense de Madrid (España)*

PAOLA EUNICE RIVERA SALAS  
*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)*

AIXA OFELIA RIVERO GUERRA  
*Universidad Estatal Amazónica (Ecuador)*

MONIA RODRIGO  
*Universidad de Almería (España)*

LUIS RODRIGO MARTÍN  
*Universidad de Valladolid (España)*

ALFREDO RODRÍGUEZ GÓMEZ  
*Universidad Camilo José Cela (España)*

JOSEFINA RODRÍGUEZ GONZÁLEZ  
*Universidad Autónoma de Zacatecas (México)*

LIZETH RODRÍGUEZ GONZÁLEZ  
*Universidad Autónoma de Zacatecas (México)*

GLORIA ARACELI RODRÍGUEZ LORENZO  
*Universidad de Oviedo (España)*

JAVIER RODRÍGUEZ MORENO  
*Universidad de Jaén (España)*

JOSÉ RODRÍGUEZ TERCEÑO  
*ESERP Business & Law School de Madrid (España)*

JAVIER RODRÍGUEZ TORRES  
*Universidad de Castilla-La Mancha (España)*

GUADALUPE ROMERO SÁNCHEZ  
*Universidad de Granada (España)*

CARMEN ROMERO SÁNCHEZ-PALENCIA  
*Universidad Francisco de Vitoria (España)*

ENCARNACIÓN RUIZ CALLEJÓN  
*Universidad de Granada (España)*

ALEXANDRA SANDULESCU BUDEA  
*Universidad Rey Juan Carlos (España)*

MARÍA DE LOURDES SALAS LUÉVANO  
*Universidad Autónoma de Zacatecas (México)*

MARCO SALAS QUEZADA  
*Universidad Autónoma de Zacatecas (México)*

- PILAR SÁNCHEZ GONZÁLEZ  
*ESIC Business & Marketing Scholl (España)*
- VIRGINIA SÁNCHEZ RODRÍGUEZ  
*Universidad de Castilla-La Mancha (España)*
- JOSÉ SÁNCHEZ SANTAMARÍA  
*Universidad de Burgos (España)*
- INMACULADA CLOTILDE SANTOS DÍAZ  
*Universidad de Málaga (España)*
- CLARA JANNETH SANTOS MARTÍNEZ  
*Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)*
- JAVIER SERRANO PUCHE  
*Universidad de Navarra (España)*
- MARITZA SOBRADOS LEÓN  
*Universidad de Sevilla (España)*
- MARÍA JOSÉ TORRES NAVARRO  
*Universidad de Málaga (España)*
- ESTER TRIGO IBÁÑEZ  
*Universidad de Cádiz (España)*
- LAURA TRUJILLO LIÑÁN  
*Universidad Panamericana (México)*
- KAREN CESIBEL VALDIVIEZO ABAD  
*Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)*
- RITA VEGA BAEZA  
*Universidad Autónoma de Zacatecas (México)*
- MARGARITA VELASCO JIMÉNEZ  
*Responsable de publicaciones de Fórum XXI (España)*
- MARÍA ISABEL VELASCO MORENO  
*Universidad de Málaga (España)*
- MARÍA DEL MAR VILLANUEVA MARTÍN  
*Universidad de Málaga (España)*
- MÓNICA VIÑARÁS ABAD  
*Universidad San Pablo CEU (España)*
- ÓSCAR JAVIER ZAMBRANO VALDIVIESO  
*Corporación Universitaria Minuto de Dios-UNIMINUTO (Colombia)*

# Índice

Prefacio ( <i>David Caldevilla Domínguez</i> ) .....	XVII
Prólogo.....	XIX
1. <i>Neurocómic</i> : divulgación científica en formato cómic ( <i>María Abellán Hernández y Delfina Roca Marín</i> ) .....	1
2. Foreign Language Enjoyment among adult Spanish learners: A preliminary study ( <i>Irene Acosta-Manzano y Elvira Barrios</i> ) .....	15
3. La Gastronomía y el Turismo en la economía de la provincia de Castellón. Breve estudio de la situación ( <i>Estela Bernad Monferrer y Manuel Martín-Loriente Díaz-Mínguez</i> ) .....	29
4. Medidas de intervención del tecnoestrés en teletrabajadores ( <i>Tatiana Cervo Carabel y Natalia Orviz Martínez</i> ).....	43
5. Reflexos transdisciplinares da espiritualidade e religiosidade na construção de um curso online ( <i>Paula Encarnaçao y Goreti Mendes</i> ) .....	55
6. Innovación y derecho: el jurista frente a la Inteligencia Artificial ( <i>Lucana Estévez Mendoza y Jesús Cano Carrillo</i> ) .....	61
7. Innovación educativa para el desarrollo socialmente sostenible del medio rural ( <i>Óscar Fernández Álvarez</i> ).....	75
8. Los dobles grados en Ciencias Sociales y Humanidades en las Universidades de la Comunidad de Madrid: una oferta académica multidisciplinar y competitiva ( <i>Sara Gallego Trijueque y Carlos Oliva Marañón</i> ) .....	87
9. La percepción del Patrimonio Cultural. Una aproximación desde la Educación en Ciencias Sociales, Arte y Humanidades ( <i>Isabel Garnelo-Diez, Clotilde Lechuga-Jiménez y Carmen Cortés-Zaborras</i> ) .....	101
10. Del utilitario al deportivo: publicidad de automoción desde una perspectiva de género ( <i>Ruth Gómez de Travesedo y Marta Gil Ramírez</i> ) .....	115

## Nuevas perspectivas para afrontar nuevos contenidos

11. A la sombra del intérprete médico: aprendizaje fuera del aula (*Ana Gregorio Cano*) ..... 127
12. Las creencias de autoeficacia del estudiantado de traducción (español-inglés): un estudio empírico mixto e interdisciplinar (*María del Mar Haro-Soler*) ..... 139
13. Seguridad y confianza en el mercado a través del dinero. Conexión didáctica con la mitología griega (*M.<sup>a</sup> Isabel Huerta Viesca*) ..... 153
14. Estudio cualitativo de la percepción de alumnos del Grado de Educación Primaria sobre el uso de la museografía y la didáctica en la interpretación del mensaje de la obra de arte del Museo Nacional de Escultura de Valladolid (*Victoria Eugenia Lamas Álvarez*) ..... 163
15. Proyecto de abordaje antropológico desde procesos de producción, distribución y consumo en alimentación (*Francisco Manuel Llorente Marín y Evelina Zurita Márquez*)..... 179
16. Gestión de la documentación fotográfica patrimonial: normativas y estándares para la descripción de imágenes (*M.<sup>a</sup> Begoña López-Ávila*)..... 189
17. Experiencia del voluntariado cultural de mayores como práctica IAP en nuestra sociedad tecnocientífica (*Xavier Lorente, Mari Carmen Fernández y Marisa Rodes*) ..... 205
18. Gamificación escénica y tecnologías creativas escenográficas (*Sebastián Mañas Valle*) ..... 215
19. Determinantes de la comprensión lectora en el contexto español: Análisis de Pirls 2016 (*Luisa Martí y Rosa Puertas*) ..... 227
20. Los editores de los mensajes en el siglo XXI: innovación en la gestión comunicativa (III) (*María Elena Mazo Salmerón y Beatriz Guerrero González-Valerio*) .. 245
21. La investigación española emergente en Ciencias Sociales, Artes y Humanidades y su impacto en Europa (*Inés Méndez Majuelos*) ..... 259
22. El empleado y la aceptación tecnológica del robot (*Juan Montero-Vilela, Mario Arias-Oliva y Mar Souto-Romero*)..... 269
23. Actividades de ocio educativo generadoras de cohesión social: la mirada de educadores/as en formación (*Txus Morata García, Eva Palasí Luna, Aina Labèrnia Romagosa y Joan-Andreu Rocha Scarpetta*) ..... 281
24. Determinación de coeficientes claves de los procesos funcionales organizacionales como herramienta de evaluación(*Francisca Pedroza Montero, Silvia Leticia Sánchez Fuentes y Conrado Sanzarric Aguilar*) ..... 297

del aula ( <i>Ana Gregorio</i> ) .....	127
aducción (español-in- ( <i>María del Mar Haro</i> ) .....	139
ero. Conexión didácti- .....	153
Grado de Educación a en la interpretación Escultura de Vallado- .....	163
de producción, distri- ( <i>Llorente Marín y Eve-</i> .....	179
: normativas y estándar- ( <i>López-Ávila</i> ) .....	189
como práctica IAP en ( <i>Carmen Fernández y</i> .....	205
ráficas ( <i>Sebastián Ma-</i> .....	215
texto español: Análisis .....	227
en la gestión comu- ( <i>González-Valerio</i> ) ..	245
ales, Artes y Humani- .....	259
( <i>Juan Montero-Vilela,</i> .....	269
n social: la mirada de ( <i>Palasí Luna, Aina La-</i> .....	281
s funcionales organi- ( <i>Pedroza Montero, Sil-</i> .....	297

25. Nuevas perspectivas para comunicar la pobreza en el discurso económico y social de las instituciones ( <i>Begoña Pérez Calle</i> ) .....	309
26. Diseño de estrategias de prevención y control de los riesgos químicos y microbiológicos en salas de cirugía de instituciones prestadoras de salud de Santander ( <i>Liliana Margarita Pérez Olmos, Hermes Ramón González Acevedo y Pedro Emilio James Delgado</i> ) .....	321
27. La percepción de la mentira a través de la comunicación no verbal a través de la tecnología Sociograph ( <i>Victor Rodríguez González</i> ) .....	327
28. Educación musical informal y currículo oficial. Una mirada a los plenos callejeros desde la Educación Musical Performativa ( <i>José A. Rodríguez-Quiles</i> ) .....	339
29. La realidad laberíntica en <i>El tercer hombre</i> : contexto, acción y desarrollo hermenéutico ( <i>Carmen Romero Sánchez-Palencia y Vicente Lozano Díaz</i> ) .....	353
30. Violencia policial contra la infancia mapuche. Avances y retrocesos respecto de la prohibición absoluta de la violencia en niños ( <i>María Lorena Rossel Castagneto</i> ) .....	365
31. Finanzas islámicas en Perú. Un marketing necesario para la banca ética ( <i>Pilar Sánchez-González, David Caldevilla Domínguez y José Rodríguez Terceño</i> ) ....	385
32. Los vínculos de la política y la burguesía azucarera en la ciudad de Málaga durante los siglos XIX y XX ( <i>Francisco José Sánchez Sánchez</i> ) .....	395
33. Dibujando la transición a educación primaria: voces e imágenes infantiles ( <i>Silvia Sierra Martínez y Ángeles Parrilla Latas</i> ) .....	411
34. Biorecuperación de colorantes dispersos en los baños de tinte ( <i>Nadia Torres, Marta Riba-Moliner, José María Canal y Josep García-Raurich</i> ) .....	425
35. La gastronomía como elemento diferenciador en la dimensión turística de la marca país: el caso de Perú ( <i>Ulpiano J. Vázquez-Martínez, Carlos Sanchis-Pedregosa y Carla Pennano-Villanueva</i> ) .....	437
36. El tratamiento de los datos en la videovigilancia en lugares públicos ( <i>Alejandro Villanueva Turnes</i> ) .....	451
37. La educación como factor clave para el desarrollo económico regional ( <i>Juan Carlos Yáñez Luna y Kasandra del Rocío Álvarez Loredó</i> ) .....	461

# Proyecto de abordaje antropológico desde procesos de producción, distribución y consumo en alimentación

Francisco Manuel Llorente Marín<sup>1</sup> y Evelina Zurita Márquez<sup>2</sup>

La Antropología Social como disciplina, presente en Grados universitarios no especializados en ella, tiene un papel relevante. Primero, por los contenidos teóricos que pudieran alumbrar sobre ciertos aspectos del currículum de los Grados. Y segundo, porque la etnografía, como herramienta de investigación antropológica, la consideramos un medio especialmente útil desde un punto de vista formativo, en cuanto que potencia el cuestionamiento crítico de los esquemas cognitivos, afectivos y conductuales que condicionan las acciones sociales de los sujetos. No se trata solo del leve efecto de tomar conciencia de que existen otras ideas, formas de vida y expresiones sociales distintas a las propias, sino de algo más profundo: la disposición a despojarse de categorías, estructuras, clasificaciones, opiniones, discursos, modos de conducta que se tienen asimilados, pues «estudiar seriamente otro modo de vida es necesariamente buscar la ampliación del nuestro, no simplemente replegarse ese otro modo distinto en los límites existentes del propio (Winch, 1994, p. 65).

En nuestra experiencia docente encontramos en el alumnado de los Grados universitarios que impartimos unas carencias a la hora de afrontar trabajos de investigación en el ámbito de las ciencias sociales, máxime cuando es el primer contacto con la investigación en el primer año de sus estudios universitarios. En este capítulo presentamos unas líneas de investigación orientadas al alumnado del Grado de Ciencias Gastronómicas y Gestión Hotelera desde la asignatura de Antropología de la Alimentación.

La alimentación, la gastronomía y los procesos que las acompañan, constituyen un eje desde el que analizar relaciones sociales. La Antropología Social, y sus estrategias de investigación, posibilitan indagar en la realidad ecológico-cultural a través del análisis de estos procesos. Ahondar en qué se produce, quiénes producen, cómo, dónde y cuándo se produce, para qué se produce, se transforma, se distribuye, se presenta y se consume, permite acercarse a la imbricación entre alimentación, formas de vida y vínculos sociales.

Nuestro proyecto focaliza la atención en el contexto ecológico-cultural del Valle del Guadalhorce (Málaga). El objetivo de esta indagación es conocer y analizar desde la An-

<sup>1</sup> Francisco Manuel Llorente Marín es profesor de Antropología Social en la Universidad de Málaga.

<sup>2</sup> Evelina Zurita Márquez es profesora de Antropología Social en la Universidad de Málaga.

tropología social una experiencia agraria alternativa de producción, distribución y consumo ecológico-sostenibles.

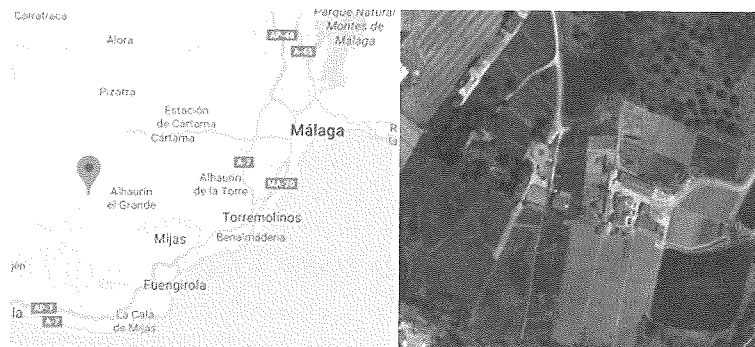


Figura 15.1. Localización y enclave de una de las Fincas de la Familia Hevilla en el municipio de Coín. Fuente: Google Maps. Elaboración propia.

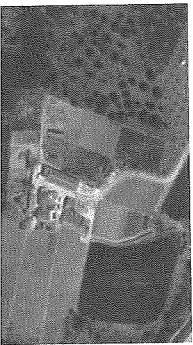
## 1. LA EXPERIENCIA DE LA FAMILIA HEVILLA

Los hermanos Hevilla proceden de una familia de varias generaciones campesinas y se han criado en un contexto en el que han conocido los saberes populares sobre formas de cultivo, enseres, productos tradicionales, etc.; así como el amor profundo a la tierra, a sus tiempos, su regeneración (tan alejada de las actuales formas aceleradas de hiperproducción agrícola), los valores campesinos (asociados a formas de vida rurales), la distribución de cercanía (forma tradicional de acceso a los recursos), etc.

Esta empresa alternativa en sus formas de producción, productos, formas de distribución y consumo se dedica a la producción agrícola cien por cien ecológica. Mantienen formas tradicionales de producción y distribución fundadas en el multicultivo. La superficie de producción es escasa, unas 15 hectáreas (frente a la producción agrícola más fuertemente mercantilizada que se realiza sobre grandes superficies, con uso intensivo de agua, fitosanitarios, etc.). De ellas, en secano, se cultiva olivar endémico, fundamentalmente aceituna aloreña<sup>3</sup>, así como cereales y legumbres; terreno dedicado a lo que se denomina popularmente 'tierras de pan llevar'. Las tierras de regadío se centran en la producción hortifrutícola, y el resto se dedican a la producción mixta de olivar y hortalizas. La distribución de la producción sigue las formas tradicionales del Valle del Guadalhorce. Esta forma de distribución de las tierras la combinan con un sistema de rotación de cultivos (muy abandonados en formas de producción a gran escala) que se ve favorecido por la distinta altitud, latitud y orientación de algunas parcelas.

<sup>3</sup> Nombre asociado a la toponimia del territorio, concretamente a la localidad vecina de Alora (Málaga).

cción, distribución y consu-



Familia Hevilla en el municipio de  
propia.

LLA

generaciones campesinas y se  
es populares sobre formas de  
or profundo a la tierra, a sus  
s aceleradas de hiperproduc-  
vida rurales), la distribución

productos, formas de distribu-  
or cien ecológica. Mantienen  
en el multicultivo. La super-  
la producción agrícola más  
erficies, con uso intensivo de  
ivar endémico, fundamental-  
terreno dedicado a lo que se  
de regadío se centran en la  
ción mixta de olivar y hortali-  
cionales del Valle del Guadal-  
a con un sistema de rotación  
ran escala) que se ve favoreci-  
arcelas.

la localidad vecina de Álora (Má-

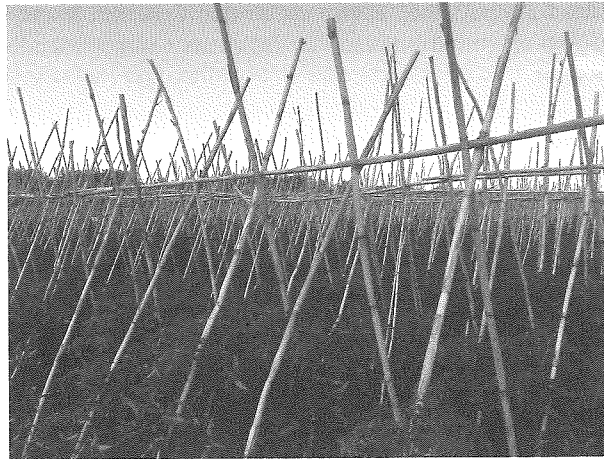


Figura 15.2. Formas de cultivo tradicional. Fuente: Familia Hermanos Hevilla.

Otro foco de interés de esta experiencia agraria es la recuperación de especies y variedades antiguas que se dejaron de producir hace tiempo. Así mismo, la forma tradicional de producción para el autoconsumo y el excedente dedicado para la venta de proximidad se mantiene en esta experiencia familiar.

La venta es siempre venta directa en los mercadillos ecológicos de productores locales, venta a áreas de restauración y a través de grupos de consumo constituidos, fundamentalmente, por medio de redes sociales. El objetivo es cumplir con el lema 'del campo a la mesa' (Triguero, 2018), vinculando producto y consumidores directamente y que estos conozcan quienes producen, dónde, cómo, cuándo, por qué y para qué.

## 2. METODOLOGÍA

Tanto la metodología como las técnicas elegidas tienen que adecuarse al objeto de estudio y a los objetivos de investigación propuestos. La metodología cualitativa es la más apropiada para la investigación antropológica que proponemos en este proyecto de investigación sobre la experiencia agraria de producción, distribución y consumo de la Familia Hevilla, sin menoscabo de que algún aspecto pueda ser abordado desde otras metodologías. Pero sólo una metodología cualitativa puede abordar el estudio o análisis de la realidad social que aborda la etnografía antropológica. Esta tiene que atender tanto lo que acontece (hechos y comportamientos), como lo que piensan las personas acerca de lo que acontece (discursos y significados). Esto último engloba:

- a. Lo que piensan las personas acerca de lo que hacen, las formas en las que conciben sus propios sistemas sociales y el mundo en el que viven. Según Ortega (2007) esto serían las 'ideas', que se caracterizan porque se elaboran.

- b. Lo que piensan las personas acerca de lo que deberían hacer, cómo tendría que ser el mundo en el que viven, etc.; es decir, sus valores sociales (en ellos se está, 'en' ellos se vive).

Las técnicas de investigación que deben utilizarse son las que mejor se adapten al registro de la información de los dos niveles de análisis de la realidad social propuestos anteriormente. Es decir, que puedan abordar tanto los comportamientos en relación al tema que se investiga (lo que se hace), como lo que se piensa sobre el tema, así como las cuestiones valorativas de este (lo que se dice) (Rubio y Varas (1997). Las técnicas que proponemos son la observación etnográfica, la entrevista (informal y en profundidad) y la historia de vida.

### **3. OBJETIVOS**

#### Objetivos generales

1. Integrar la investigación etnográfica como herramienta metodológica y formativa en el currículum del Grado de Ciencias Gastronómicas y Gestión Hotelera y de cara a su futura práctica profesional.

#### Objetivos específicos

1. Promover en el alumnado el trabajo de campo etnográfico como parte del desarrollo de su práctica profesional.
2. Iniciar al alumnado en metodologías y técnicas de investigación social.
3. Tomar conciencia de que la investigación social requiere de la contextualización ecológico-cultural de cualquier tema a investigar.
3. Saber imbricar el tema de investigación, en este caso una experiencia agraria de producción, distribución y consumo alimentario, con formas de relación social, política y simbólica.
4. Ahondar en los valores sociales en los que se sustente el fenómeno que se está investigando.

### **4. PRELIMINARES AL MARCO TEÓRICO**

La experiencia de la Familia Hevilla tiene varios horizontes: a) la pervivencia de elementos de la cultura campesina, b) los recursos entendidos como patrimonio vivo y c) el empeño de que esta experiencia alternativa pueda sobrevivir en el mundo globalizado. Cuando hablamos de recursos nos referimos a que los usuarios echan mano de ellos de distintos modos, en distintos momentos, contextos y con resultados diversos e imprevisibles.

García García (1998), por ejemplo, distingue entre la cultura como patrimonio y patrimonio cultural. El segundo es un fenómeno que no tiene que ver en sentido estricto con

la cultura, pues se construye para ser administrado y, de hecho, funciona independientemente de aquella. El patrimonio cultural tiene una dimensión metacultural, pues es un fenómeno histórico y social concreto que puede ser gestionado económica y políticamente con unas finalidades distintas y ajenas a las de sus protagonistas. Sin embargo, la cultura entendida como patrimonio, refiere, fundamentalmente, a recursos de conocimiento, conducta, esquemas cognitivos, cosmovisiones y sentimientos de adhesión que, no siendo uniformes ni permanentes como pautas o modelos culturales, son utilizados por los sujetos de diferente forma y en combinaciones distintas. Así, lo que se constituye como tradición siempre tiene mucho de invención, en dos sentidos: en cuanto que es construido con determinados elementos y no otros, y en cuanto que es algo fijado como patrimonio. Si se reduce la cultura como patrimonio a patrimonio cultural aparece el riesgo de convertirla en una mercancía al servicio de intereses espurios.

Creemos interesante esta posición a la hora de que el alumnado construya el marco teórico para entender que la cultura no es algo fijo, estable, permanente (patrimonio cultural), sino algo vivo, dinámico y con distintas significaciones.

La alimentación no es sólo una actividad biológica, sino que tiene mucho más de sociocultural. Como antropólogos no nos interesa tanto qué, cómo, dónde se alimenta una comunidad, sino por qué lo hace así, las funciones que cumple y las significaciones sociales que tiene.

Cuando hablamos de alimentación nos referimos a la producción, distribución y consumo de recursos. Conocer cómo, quienes, dónde y cuándo se produce, se distribuye y se consume constituye un importante eje desde el que abordar cómo es y funciona una sociedad (Contreras, 1993). La alimentación apropiada no depende, como se ha pensado hasta hace poco, exclusivamente de cuestiones higiénicas, nutritivas e incluso rentables económicamente (Harris, 2011), sino que tiene que ver con valores sociales (Scaffidi, 2008).

Desenclavar la alimentación de sus contextos de significación supone obviar los anclajes desde los que los sujetos y las comunidades imbrican su acción y la dotan de sentido. Tomar en cuenta estos anclajes hará posible, además de una mayor seguridad alimentaria, el equilibrio medioambiental y el sostén económico de familias y comunidades que lo tienen muy difícil en la economía globalizada. Todo ello favorecería la pervivencia de lo rural, de lo local, de relaciones sociales y formas de expresión simbólica que de otro modo se ven abocadas a desaparecer.

La alimentación es uno de los grandes negocios internacionales de la globalización económica. Desde ella, el sistema alimentario está muy orientado 'por' y 'hacia' el mercado, perdiendo muchas veces de vista el fin último de esta actividad: alimentar a la gente (Mayor Zaragoza, 2008). La alimentación ha perdido su dimensión de «hecho social total» (Mauss, 2009), pues su teleología es la rentabilidad económica que se impone como ideología (Dumont, 1986), incluso anulando la diversidad, negando la diferencia, quedándose o reduciéndose ésta a clichés manejables fácilmente desde eslóganes, publicidad, etc. (Gracia Arnáiz, 2010).

En este apartado hemos presentado horizontes a partir de los cuales el alumnado puede construir su marco teórico. Este será el eje, junto a los objetivos y las hipótesis, desde el que analizar e interpretar los datos recogidos en el trabajo campo.

## 5. HORIZONTES DE INDAGACIÓN

### 5.1. Contextualización

Esta contextualización se realizará a través de la búsqueda de información a través de fuentes bibliográficas, informes estadísticos, estudios históricos, hemerotecas, páginas webs, etc. La contextualización atenderá a aspectos ecológicos, geográficos, económicos, demográficos, sociales y rituales del Valle del Guadalhorce (Málaga).

### 5.2. Trabajo de campo

Antes de llevar a cabo el trabajo de campo propiamente dicho, se aconsejan algunas visitas de prospección que familiaricen con el contexto en el que se va a investigar, así como una primera toma de contacto con la potencial población objeto de estudio que facilite más tarde la selección muestral.

Una vez en el campo, es conveniente explicar a los informantes que van a participar en la investigación la presencia del investigador y, si es posible, exponerles de una manera fácil la investigación que se va a llevar a cabo. Por otra parte, la presencia del investigador debe causar la menor perturbación posible en la cotidianidad de los informantes y debe evitar vincularse de una manera unilateral a sujetos o grupos que dificulten el contacto con el resto del grupo. Como el investigador tiene que hacerse cargo del máximo conocimiento del contexto del tema a investigar, su posición dentro del grupo debe ser tal que le permita adoptar una diversidad de papeles de forma natural en las situaciones más variadas (Zurita y Llorente, 2015).

El trabajo de campo se podrá focalizar en tres ejes:

- a) Cómo se organiza en esta experiencia ecológica la producción, distribución y consumo.
- b) La experiencia empresarial de este proyecto alternativo.
- c) Valores en los que se sustenta esta experiencia.

En cuanto al primer eje, consideramos importante atender a variables como: edad, estrato social, sexo/género, nivel de estudios, situación laboral, etnia..., de productores, distribuidores y consumidores.

Por otra parte, se propone investigar la relación de esta experiencia con el entorno ecológico y social del Valle del Guadalhorce en cuanto a: formas de producción artesanales que han recogido, mantienen y promocionan; utilización de semillas endémicas de la zona y su vinculación con redes de semillas a nivel provincial, nacional e internacional; formas de distribución de proximidad y en redes sociales; criterios para la elección de puntos de entrega y venta (distribución); criterios para la elección de puntos para el consumo (por ejemplo en restauración y otros).



Figura 15.3. De simientes a semillas. Fuente: Familia Hermanos Hevilla.

En cuanto a los consumidores: qué les lleva a consumir los productos ecológicos de la familia Hevilla (por poner ejemplos: compromiso social/vital, anclajes de la memoria —qué anclajes son estos y cómo los evocan y significan—, confianza en los productores/distribuidores, calidad de los productos, etc.); en qué otros centros se abastecen los consumidores de estos mismos productos y de otros. Dentro del consumo, otro ámbito a abordar es cómo los diferentes negocios de restauración y otros elaboran, presentan y ponen en valor los productos de esta explotación ecológica.

Por otro lado, consideramos interesante abordar cómo se gestiona esta empresa alternativa, cómo sobrevive en una sociedad de la rentabilidad (Han, 2017), cómo compaginan valores ecológicos y empresariales, así como sus trabajos principales con esta experiencia empresarial. Pero también sería importante prestar atención a qué se ven obligados o quieren renunciar como empresa, a qué no están dispuestos a renunciar, qué encuentran en una experiencia como esta (como sujetos y como familia) y cómo se proyecta la experiencia a otras generaciones.



Figura 15.4. Intergeneracionalidad. Fuente: Familia Hermanos Hevilla.

Por último, nos parece fundamental reparar en las relaciones que construyen esta experiencia con: el entorno ecológico, consumidores, localidades próximas, entre ellos como familia, con los trabajadores, con las instituciones y con grupos de poder. Así mismo, se hace necesario indagar en los valores sociales en los que se sustenta esta experiencia (por ejemplo, la protección y recuperación de la biodiversidad y producción de variedades olvidadas, prioridad de lo saludable/rentable económicamente, importancia de la alimentación en sentido micro y macro, reconocimiento del protagonismo de los productores, así como de su dignidad y reputación, etc.).

## 6. CONCLUSIONES

Como antropólogos consideramos fundamental que el alumnado realice trabajos de investigación en los que se imbrique la cuestión a abordar con sus contextos sociales y culturales de significación. Para ello, estimamos que la realización de trabajo etnográfico se hace necesario. Este es especialmente formativo, en cuanto exige al alumnado articular para su realización aspectos teóricos, metodológicos y actitudinales porque: a) el encuentro etnográfico exige una reflexión y actitud crítica ante lo establecido, lo que aparece como obvio, las propias ideas, creencias, esquemas cognitivos y valorativos, etc. b) porque cuando se adquiere formación en etnografía no sólo aprendemos a conversar con las personas, sino también con textos, documentos, imágenes... que deben abordarse siempre desde un diálogo reflexivo con ellos y c) porque la etnografía requiere de un necesario esfuerzo intelectual para imbricar trabajo de campo, análisis e interpretación (Zurita y Llorente, 2015).

Entendemos que la alimentación, la gastronomía y los procesos que las acompañan constituyen un eje desde el que analizar relaciones sociales. A través de este proyecto de investigación incitamos al alumnado a focalizar la atención en los modos en los que se construyen vínculos sociales de modo diferente desde lógicas hegemónicas globalizadas y desde otras lógicas que van a contramano de aquellas en el ámbito de la alimentación.

---

### BIBLIOGRAFÍA

- Beattie, J. 1993. *Otras culturas. Objetivos, métodos y realizaciones de la Antropología Social*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Contreras, J. (1993). *Antropología de la alimentación*. Salamanca: Eudema.
- Dumont, L. (1987). *Ensayos sobre el individualismo. Una perspectiva antropológica sobre la ideología moderna*. Madrid: Alianza Editorial.
- Harris, M. (2011). *Bueno para comer*. Madrid: Alianza Editorial.
- García García, J. L. (1998). De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural. *Revista Política y Sociedad*, 27, 9-20.
- Gracia Arnaiz, M. (2010). Alimentación y cultura en España: una aproximación desde la Antropología Social. *Physis, Revista de saude colectiva. Rio de Janeiro*, 20(2), 357-386.

- Han, B. C. (2017). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Madrid: Katz Editores.
- Mayor Zaragoza, F. (2008). Futuro: alimentos y cultura de paz. Cátedra de estudios sobre hambre y pobreza. *Derecho a la alimentación y soberanía alimentaria* (pp. 327-334). Córdoba: Servicio de Publicaciones, Universidad de Córdoba y Oficina de Cooperación Internacional. Diputación de Córdoba.
- Ortega y Gasset, J. (2007). *Ideas y creencias (y otros ensayos de filosofía)*. Madrid: Editorial Revista de Occidente en Alianza.
- Rubio, M. J. y Varas, J. (1997). *El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: CCS.
- Scaffidi, Z. (2008). Diversidad cultural y derecho a la alimentación. Cátedra de estudios sobre hambre y pobreza. *Derecho a la alimentación y soberanía alimentaria* (pp. 345-356). Córdoba: Servicio de Publicaciones, Universidad de Córdoba y Oficina de Cooperación Internacional. Diputación de Córdoba.
- Triguero, N. (2018). De la huerta al consumidor: así funcionan los grupos de consumo ecológico en Málaga. Málaga, *Diario Sur*.
- Winch, P. (1994). *Comprender una sociedad primitiva*. Barcelona: Paidós.
- Zurita, E., Llorente, F. M. (2015). La etnografía como herramienta formativa en la enseñanza superior. *Opción. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*. Número extraordinario 1, 574-589.