




FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

<b>Asignatura</b>	Introducción a la Antropología Social	<b>Código</b>	901159
<b>Módulo</b>	Ciencias Sociales y Jurídicas	<b>Materia</b>	Antropología
<b>Carácter</b>	Básica		
<b>Créditos</b>	6	<b>Presenciales</b>	3.04
<b>Curso</b>	Primero	<b>No presenciales</b>	2.96
		<b>Semestre</b>	Segundo

<b>Departamento Responsable</b>	Antropología Social y Psicología Social
<b>Coordinador/a</b>	Ver listado de Coordinadores/as <a href="https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas">https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas</a>

# SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR	
Se trata de analizar tanto los actores como las manifestaciones de la actividad turística desde la perspectiva de la antropología, prestando especial atención a los impactos socioculturales generados por la relación entre visitantes, empresas y residentes locales.	
CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS	
No se han establecido prerequisites.	
OBJETIVOS FORMATIVOS	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Los/as alumnos/as: <ul style="list-style-type: none"><li>· Aprenderán a descubrir los principales impactos socioculturales del turismo.</li><li>· Tendrán una visión global de micro y macroeconomía que les permitirá comprender el entorno económico de la actividad turística a nivel nacional e internacional.</li><li>· Sabrán reconocer el turismo y el ocio como fenómeno social.</li><li>· Identificarán los diferentes tipos de empresas turísticas y tendrán nociones básicas sobre sus áreas funcionales.</li></ul>	
COMPETENCIAS	
<b>Generales</b> CG1-Capacidad de análisis y síntesis. CG2-Comunicación oral y escrita en lengua nativa. CG4-Razonamiento crítico. CG6-Trabajo de equipo.	
<b>Específicas:</b> CE1-Comprender los principios del turismo en su vertiente socio-cultural. CE5-Aplicar metodología de investigación cualitativa para problemas específicos del ámbito turístico. CE18- Analizar los impactos socioculturales generados por el turismo. CE24- Trabajar en medios socio-culturales diferentes CE25- Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural y conocer las principales iniciativas de su puesta en valor.	
CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)	
BLOQUE 1. LA ANTROPOLOGÍA EN SU CONTEXTO HISTÓRICO	

Qué es antropología; El colonialismo y la construcción del otro; El nacimiento de la Antropología; Antropología y contexto post-colonial

**BLOQUE 2. CONCEPTOS BÁSICOS EN ANTROPOLOGÍA**

Cultura y culturalismo; Diversidad e identidad cultural

**BLOQUE 3. LA MIRADA ANTROPOLÓGICA Y LA ETNOGRAFÍA**

La mirada antropológica; Métodos y técnicas de investigación en Antropología; La etnografía

**BLOQUE 4. ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO**

El turismo como fenómeno pluricultural; Tipologías antropológicas del turismo; La mirada turística y la imagen/marca del destino; Impactos socioculturales de la actividad turística; Turismo cultural y sostenible.

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	50
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	

**EVALUACIÓN**

SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	40%
Presentaciones	10%
Trabajos e informes	30%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	20%



FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

**RECURSOS**

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

Santana, A. (2008). *Antropología y Turismo*. Barcelona: Ariel.

Boissevain, J. (2011). *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo de masas*. Barcelona: Bellaterra.

Smith, V. L. (1989). *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Barañano Cid, A., García García, J. L., Cátedra Tomás, M. y Devillard, M. J. (coords.) (2007). *Diccionario de relaciones interculturales: diversidad y globalización*. Madrid: Editorial Complutense.

De la Cruz, I. (coord.), Jociles, M<sup>a</sup>. I., Piqueras, A. y Rivas, A. M<sup>a</sup>. (2002). *Introducción a la antropología para la intervención social*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Espeso-Molinero, P. (2019). "Tendencias del turismo cultural", en *Pasos* Vol. 17 N.o 6. Special Issue. Pags. 1101-1112.

Gómez Aragón, A. y Agudo Torrico, J. (2019). "Paisaje e imaginarios en la percepción del turista en Andalucía", en *Pasos* Vol. 17 N.o 6. Special Issue. Pags. 1217-1226.

Grabum, N. H. (1983). "The Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research* Vol 10, n<sup>o</sup>9, pp. 9-33.

Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: S. XXI.

Hall, S. y Jefferson, T. (eds.) (2014). *Rituales de resistencia. Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.

Jacquard, A. (1996). "La noción de raza carece de todo fundamento científico" en El correo de la UNESCO. N<sup>o</sup> Marzo 1996. UNESCO, París.

Jafari, J. (1987). "Tourism models: the sociocultural aspects", en *Tourism Management* Volume 8, Issue 2, June 1987, Pages 151-159.

Jociles, M<sup>a</sup>. I. (1999). "Las técnicas de investigación en antropología. Mirada antropológica y proceso etnográfico", *Gazeta de Antropología* n<sup>o</sup> 15.

Kottak, C. P. (2006). *Antropología cultural*. Madrid: McGraw-Hill.

Lévi-Strauss, C. (1999). *Raza y cultura*. Madrid: Altaya.

López Santillán, Á. y Marín Guardado, G. (2019). "Ecoturismo, desarrollo y sustentabilidad: un recorrido por senderos interpretativos de poder, mercado y simulacro", en V.V.A.A., *La dominación turística. Turismo insostenible*, Madrid: Popular.

Nash, D. (1996). *Anthropology of tourism*. Pergamon Oxford: Nueva York.

Palomino, B., y López, G. (2019). "Relaciones del turismo de naturaleza, la comunalidad y la resiliencia en la Sierra Norte de Oaxaca", Mexico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1205-1216.

Restrepo, E. (2009). "Escuelas de pensamiento antropológico 1. Clásicos", Programa de Antropología, Fundación Universitaria Claretiana.



Sanmartín, R. (2003). *Observar, escuchar, comparar, escribir. La práctica de la investigación cualitativa*. Barcelona: Ariel.

Santana, A. (2003). "Turismo cultural, culturas turísticas", en *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, año 9, n. 20, p. 31-57.

Santana, A. (coord.) (2020). "Temas emergentes – Presente y futuro de la antropología del turismo", monográfico de *Disparidades* Vol 75, No 1 (2020).

Shepper-Hughes, N. (1997). "Amor materno / amor alterno", en *La muerte sin llanto. Violencia y vida cotidiana en Brasil*. Barcelona: Ariel, 327-382.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. Londres: Sage.

Velasco, H. y Díaz de Rada (2004). *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid: Trota.

VV.AA. (2019). *La dominación turística. Turismo insostenible*. Madrid: Popular.

Wiewiorka, M. (1992). *El espacio del racismo*. Barcelona: Paidós.

Wilmer, J. "La cultura nacirema", publicado en *En pie de paz*, junio-julio de 1987, nº 6

### Idioma en que se imparte

Castellano.

### Otra información

#### Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por streaming u online, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases on line, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre:

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60>

#### Cronograma de la Asignatura



FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

### Ejemplo de las cuatro primeras semanas

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Día 1</b>	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G1 presencial
<b>Día 2</b>	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G2 presencial

La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:

Día 1\*: Primer día de clase de una semana concreta.

Día 2\*: Segundo día de clase de una semana concreta.

El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:

- G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M\*.
- G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z\*.

\*Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos.

La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual.

#### Duración de las clases:

- Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos.
  - a) Las clases online tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.

