ASIGNATURA DE MÁSTER:

ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO: FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y LÍNEAS DE TRABAJO

Curso 2014/2015

(Código:30002171)

1.PRESENTACIÓN

"Antropología del turismo: fundamentos teóricos y líneas de trabajo" es una asignatura semestral dotada con 4 créditos ECTS, de carácter optativo.

La antropología del turismo es un campo abierto en la disciplina desde hace pocas décadas. Frente a las materias clásicas, vertebradoras, canónicas —antropología del parentesco, política, económica, simbólica, etc.—, la antropología del turismo parecería resultar poco más que anecdótica. El turismo, a la postre, es algo que todos hacemos en vacaciones, de forma desenfadada. Pero, paso a paso, ha ido cobrando una relevancia creciente, conforme se constata que su presunta simplicidad resulta, finamente, ser complejidad. La presencia académica de publicaciones especializadas en la antropología del turismo, de congresos y foros, de tesis doctorales y proyectos de investigación, disipa cualquier duda en torno a la solidez de esta materia, de apariencia vagamente frívola, en una primera mirada superficial.

La antropología del turismo se ocupa de un fenómeno, el turismo, multifacético, con muchas expresiones, muchos sentidos, muchas modalidades. Por ello, es abordable desde muchos puntos de partida, con muy distintos propósitos, y con un amplio abanico de hechos, sucesos, estados de cosas, en que fijar la atención analítica. Sujetos característicos de la investigación antropológica están visiblemente situados en el campo turístico: relaciones interculturales, aculturación, relaciones de poder, flujos de población, patrimonio, rangos sociales y sus expresiones simbólicas, tantos otros. Pero, además, otros ítems, desde la teoría del ritual hasta el control simbólico del espacio, desde las teorías en torno a la configuración centro-periferia, hasta la etnicidad, la identidad y la autenticidad, están presentes en los fenómenos turísticos. Por ello ha devenido en algo más allá de un campo social, se ha convertido en un conjunto de ejemplares sobre los que realizar análisis transversales.

Como parte integrante del Máster en Investigación Antropológica y sus Aplicaciones, esta asignatura ofrece un conjunto de materiales específicos de la antropología del turismo, junto a estudios concretos, que pretenden ilustrar las posibilidades de investigación que ofrece, tanto teórica como aplicada. Con esos materiales, las instrucciones docentes, así como su propia capacidad para la reflexión, la investigación bibliográfica y el trabajo de campo, los y las estudiantes deberán elaborar su propio texto, que será el que, en definitiva, suministrará los elementos para evaluar su aprendizaje.

2.CONTEXTUALIZACIÓN

El planteamiento de este Máster, orientado a la investigación y al conocimiento aplicado, hace casi inevitable la presencia de esta materia en su programa, ya que ofrece ambas posibilidades al profesional de la antropología.

"Antropología del Turismo" es una asignatura optativa, encuadrada dentro del itinerario de

“Campos de aplicación del conocimiento antropológico”. El objetivo fundamental de este itinerario es ofrecer un conocimiento especializado de las aportaciones teórico-metodológicas de la antropología social y cultural en ámbitos específicos de la práctica profesional. Las asignaturas ubicadas en este itinerario pretenden introducir al alumnado en un cuerpo de conocimientos y destrezas acordes con el ejercicio de la antropología en el sector público y/o privado en alguno de los campos mencionados.

No es una información muy novedosa el decir que, hasta el momento, la empresa privada en España no ofrece demasiadas ofertas profesionales para especialistas en antropología. Pero dentro de esta escasez, el campo de la antropología del turismo, de aplicabilidad inmediata, cuenta con tantas posibilidades como el que más. Las instituciones públicas son, hasta el momento, las que ofrecen más trabajos, al margen de lo docente. La antropología del turismo presenta ante este mercado las mismas ventajas de aplicabilidad inmediata y concreta. Los estudios de impacto, la asesoría en museos y otras ofertas patrimoniales orientadas al turismo, por mencionar un par de ejemplos, son modalidades de antropología aplicada directamente vinculadas a esta materia. En el epígrafe anterior se han señalado algunas de las líneas de investigación teórica existentes en este campo. Aunque presentadas como meras ilustraciones de un espectro de posibilidades muy amplio, son suficientes para dar idea de la potencia heurística de la antropología del turismo.

La asignatura requiere destrezas y conocimientos de base, presentes en las asignaturas obligatorias. Tiene una ligazón sólida con otras optativas, como “Patrimonio Cultural. Representaciones y Apropiaciones”, y, también, una menos aparente, tal vez, pero no por ello menos real, con otras asignaturas muy diversas (en función de los intereses de cada estudiante).

3.REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

Al margen de los conocimientos exigibles para realizar un máster, el curso del trabajo individual puede hacer necesario un nivel suficiente de lectura de la lengua inglesa para comprender textos etnográficos o antropológicos. Es necesario, en consecuencia, que los y las estudiantes sean capaces de comprender textos escritos en inglés. El uso de internet para la comunicación con el docente, el acceso a materiales didácticos y el uso de equipos informáticos para poder escribir textos son completamente imprescindibles. Estos dos requisitos, inglés leído y una mínima habilidad en el uso de equipos informáticos, con acceso a Internet, se consideran inexcusables.

Para personas castellanoparlantes, la lectura de textos antropológicos en portugués no es una prueba insuperable (distinto sería el caso de textos de elevado nivel artístico). Poder comprender portugués escrito es muy recomendable, para acceder a algunos autores.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante adquirirá un conocimiento actualizado de los análisis antropológicos en el ámbito del turismo. Conocerá la bibliografía fundamental, los recursos teóricos y los modos de trabajo. También adquirirá conocimiento de primera mano, sobre recursos etnográficos, de los campos de aplicación de la antropología en materia turística.

El curso está pensado para que, adquiriendo un conocimiento básico de la actual antropología del turismo, los y las estudiantes sean capaces de realizar su propia investigación, con arreglo a dos modalidades posibles:

1. Temas clásicos de la antropología:

Teoría del ritual, etnicidad e identidad, aculturación, relaciones interculturales, etc., son materias abordables desde un estudio de caso estrictamente turístico. El estudiante adquirirá destrezas para seleccionar los datos empíricos a producir, el campo, así como los rasgos simbólicos propios de las conductas turísticas a partir de los cuales realizar sus análisis.

1. Temas específicamente turísticos:

Impacto cultural, autenticidad, inventarios patrimoniales, etc., son materias de trabajo

propias de la antropología del turismo. Para su análisis, el estudiante adquirirá destrezas en el uso de los elementos teóricos adecuados, prácticas etnográficas concretas y análisis del material empírico.

Competencias generales

CG01. Gestionar de forma autónoma y autorregulada el trabajo, en relación a la planificación y organización de las tareas y el tiempo requerido para su desarrollo.

CG02. Utilizar eficazmente las tecnologías de la información y la comunicación en la recogida, elaboración y transmisión de conocimiento.

CG03. Defender argumentos y justificar con claridad y precisión, de forma apropiada al contexto, valorando las aportaciones de otras personas.

Competencias específicas

CE01- Conocer en detalle los desarrollos epistemológicos y metodológicos de la investigación en Antropología social y cultural y sus aplicaciones en contextos de diversidad sociocultural.

CE02- Relacionar de manera sistemática conceptos y orientaciones teóricas de la antropología y aplicarlos a contextos etnográficos específicos.

CE05.- Saber diseñar y aplicar con rigor y profundidad en una investigación etnográfica instrumentos cualitativos y cuantitativos de observación y análisis de los comportamientos y las relaciones sociales y culturales.

CE06 – Aplicar con la soltura necesaria tanto los conocimientos adquiridos como la propia metodología etnográfica, a problemas nuevos, dentro y fuera del ámbito de la antropología.

CE08- Conocer y saber responder de modo adecuado a las cuestiones de ética profesional planteadas en el trabajo de campo etnográfico aplicado a distintos campos.

Competencias básicas

CB06 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB07 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos relacionados con su área de estudio en un contexto de investigación.

CB08- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Esta materia no está pensada como un conjunto de epígrafes, sistematizado e indexado, en correspondencia con contenidos que deben asimilarse. Está ideada como un conjunto de conocimientos que, a este nivel académico, puede ser explorado con mayor o menor intensidad en uno u otro aspecto, con arreglo a los intereses del alumno o alumna. Los descriptores que siguen son, por tanto, más orientativos que reguladores.

1. Fundamentos teóricos.

1.1. La antropología del turismo. Historia de la antropología del turismo. Recursos teóricos. Ámbitos y técnicas de investigación.

1.2. Genealogía del turismo. Historia social y económica del turismo. Modalidades.

1.3. Turismo: conceptos. Turismo y consumo. Definiciones del turismo y del turista. Definiciones institucionales. El turismo como producto y su consumo.

1.4. Tiempos. Teoría del ritual y tiempos turísticos. Teoría antropológica del tiempo y del ritual. Tiempos sagrados y tiempos profanos. Tiempo de ocio y tiempo de trabajo. Durkheim, van Gennep, Leach, Turner, Jafari.

1.5. Espacios. La construcción cultural del espacio turístico. MacCannell, la "parquetematización", paquetes turísticos.

2. Lineas de trabajo.

2.1. Sociedades emisoras. Turismo y experiencia. Posmodernidad y turismo: experiencia y autenticidad en la actividad turística.

2.2. Turismo y choque cultural. Actividades transfronterizas, *auto-enhacenment*, alteridad y leyendas urbanas.

2.3. Sociedades receptoras. Los agentes locales. Nuevas formas de turismo. El turismo de base comunitaria. Turismo y aculturación. El turismo y su impacto sociocultural.

6.EQUIPO DOCENTE

- ALFREDO FRANCESCH DIAZ

7.METODOLOGÍA

La UNED imparte la enseñanza mediante la modalidad de educación a distancia, que se caracteriza por la utilización de una metodología didáctica específica con el empleo conjunto de medios impresos, audiovisuales y de las tecnologías más avanzadas mediante el uso de plataformas digitales (aLF) y de los diversos sistemas de comunicación entre profesores y estudiantes como cursos virtuales, video-clases, seminarios virtuales, etcétera. Esta asignatura cuenta con tutoría en línea, materiales de estudio específicamente preparados y la realización de un seminario presencial o virtual.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

La bibliografía recogida aquí no trata, obviamente, de reflejar fielmente lo escrito, ni en cantidad ni en calidad, acerca de cada uno de estos contenidos. Es una propuesta en sintonía con lo indicado en §5. A partir de estos textos y las referencias contenidas en ellos, cada estudiante podrá indagar en las materias de su interés, conforme a sus inclinaciones y su estilo de trabajo.

1. Fundamentos teóricos.

1.1. La antropología del turismo. Historia de la antropología del turismo. Recursos teóricos. Ámbitos y técnicas de investigación.

- Texto en pdf, accesible en el curso virtual, denominado 1.1, perteneciente al libro (en preparación) *El curioso transeúnte. Antropología de turistas y turismo*.
- Santana, Agustín, *Antropología y turismo, ¿nuevas hordas, viejas culturas?*, Ariel, 1997.

1.2. Genealogía del turismo. Historia social y económica del turismo. Modalidades.

- Texto en pdf, accesible en el curso virtual, denominado 1.2, perteneciente al libro (en preparación) *El curioso transeúnte. Antropología de turistas y turismo*.

1.3. Turismo: conceptos. Turismo y consumo. Definiciones del turismo y del turista. Definiciones institucionales. El turismo como producto y su consumo.

- Francesch, Alfredo, "Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta", *Gazeta de Antropología*, 2004, 20, http://www.gazeta-antropologia.es/?p=2924.

1.4. Tiempos. Teoría del ritual y tiempos turísticos. Teoría antropológica del tiempo y del ritual. Tiempos sagrados y tiempos profanos. Tiempo de ocio y tiempo de trabajo. Durkheim, van Gennep, Leach, Turner, Jafari.

- Texto en pdf, accesible en el curso virtual, denominado 1.4, perteneciente al libro (en preparación) *El curioso transeúnte. Antropología de turistas y turismo*.

1.5. Espacios. La construcción cultural del espacio turístico. MacCannell, la "parquetematización", paquetes turísticos.

- MacCannell, Dean, 2003 *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona, Melusina.

2. Líneas de trabajo.

2.1. Sociedades emisoras. Turismo y experiencia. Posmodernidad y turismo: experiencia y autenticidad en la actividad turística.

-Francesch, Alfredo, "Una tarde con los auténticos maasai mara. Turismo, autenticidad y de cómo eludir un pozo sin fondo", *Pasos*, Volumen 9, Número 2 (Abril 2011), http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_02.pdf

2.2. Turismo y choque cultural. Actividades transfronterizas, auto-enhacenment, alteridad y leyendas urbanas.

- Francesch, Alfredo, "Peligro en la kasba. Leyendas, miedos y seguridades en los consumidores de turismo", *AIBR*, vol. 4, nº 2, 2009, http://www.aibr.org/antropologia/04v02/.

2.3. Sociedades receptoras. Los agentes locales. Nuevas formas de turismo. El turismo de base comunitaria. Turismo y aculturación. El turismo y su impacto sociocultural.

- Asensio, Raúl H. y Pérez Galán, Beatriz, *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, ACA; PASOS, RTPC; Instituto de Estudios Peruanos, 2012, http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita8.pdf

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Comentarios y anexos:

ALLCOCK, John B.: "Tourism as a Sacred Journey", *Loisir et Societé/Society and Leisure*, vol 11. Nº 1, Presses de l'Université de Quèbec, Quebec, 1988.

ANTON CLAVÉ, Salvador: "Tematización de la oferta recreativa. Consideraciones sobre parques temáticos y sobre tematización del patrimonio", *Estudios y perspectivas en turismo*, 7, Buenos Aires, 1998.

AUGÉ, Marc:

- 1998: *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*, Gedisa, Barcelona.
- 2000: *Los no lugares. Espacios del anonimato*, Gedisa, Barcelona.

BERGHE, Pierre L. van den y KEYES, Charles F.: “Tourism and Re-created Ethnicity”, *Annals of Tourism Research*, 11 (3), Menomonie, 1984.

BOISSEVAIN, Jeremy (ed.): *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo en masa*, Bellaterra, Barcelona, 2011.

BOYER, Marc: *Historie du tourisme de masse*, Puf D. L., París, 1999.

BRUNER, Edward. M., *Culture on Tour*, University of Chicago Press, Chicago and London, 2005.

CLIFFORD, James: *Routes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Harvard University Press, Cambridge (Massachussetts)/Londres, 1997.

COHEN, Erik:

- 1972, “Towards a Sociology of International Tourism”, *Social Research*, 39 (1).
- 1979, “Rethinking the Sociology of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 6 (1), Menomonie.

DANN, Graham:

- 1977, “Anomie, Ego-Enhancement and Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 4 (4), Menomonie.
- 1981, "Tourist Motivation: An appraisal", *Annals of Tourism Research*, Menomonie, 8 (2), 187-219.

DANN, Graham, M. S., NASH, Dennison y PEARCE, Philip L.: “Methodology in Tourism Research”, *Annals of Tourism Research*, 15 (1), 1988.

ENOCH, Yael: "Contents of Tour Packages: A Cross-Cultural Comparison", *Annals of Tourism Research*, 23 (3), Menomonie,1996.

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis: *Historia general del turismo de masas*, Alianza, Madrid, 1991.

FIGUEROLA, Manuel: *Teoría Económica del Turismo*, Alianza, Madrid, 1985.

FINE, Elizabeth y SPEER, Jean Haskell: “Tour guide perfomances as sight sacralization”, *Annals of Tourism Research*, 12 (1), Menomonie , 1985.

FRANCESCH, Alfredo:"«Oiga, disculpe, pero yo vivía aquí». Turismo industrial y pueblos indígenas", *El Ecologista*, Madrid, nº 29, 2002.

GRABURN, Nelson H. H.:

- 1983a: "To Pray, Pay and Play: The Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism", *Cahiers du Tourisme*, Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.
- 1983b: "The Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 10 (3), Menomonie.

GRASSENDI, Pierluigi: *Economia e politica del turismo*, Franco Angeli, Milán, 1992.

HUÉSCAR LERENA, Augusto y HUÉSCAR MARTÍNEZ, Augusto: "Cuenta Satélite del Turismo: instrumento de medición y análisis", en *Economía Exterior*, 33, Estudios de Política Exterior, Madrid, 2005.

ICOMOS (International Council of Monuments and Sites):

- 1994: *The Nara Document on Authenticity.*

- 1999*: Carta Internacional sobre Turismo Cultural. (La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo)*

JAFARI, Jafari

- 1987, "The Tourist System, Sociocultural Model for Theoretical and Practical Application", *Problems of Tourism/Problemy Turystyki*.
- 1988, "Le système du touriste: modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratiques", *Loisir et Societé/Society and Leisure*, 11 (1).

JURDAO ARRONES, Francisco (comp.): *Los mitos del turismo*, Endymion, Madrid, 1992.

LANFANT, Marie-Françoise; Allcock, John B. y Bruner, Edward M., International *Tourism, Identity and Change*, SAGE, London, 1995.

LAVAUR, Luis: *El turismo en su historia*, Editur, Barcelona, 1974.

LUNDBERG, Donald E.: *Manual de organización y administración de turismo*, Centrum, Barcelona, 1986.

MacCANNELL, Dean:

- 1976: *The tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken Books, New York.
- 2003: *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*, Melusina, Barcelona.

MEETHAN, Kevin: “Consuming (in) the civilized city”, *Annals of Tourism Research*, 23 (2), Menomonie, 1996.

MEJÍA, Pedro: "Presente y futuro del turismo en España: el camino de 2005 a 2020", en *Economía Exterior*, 33, Estudios de Política Exterior, Madrid, 2005.

MOSCARDO, Gianna: "Mindful Visitors. Heritage and Tourism", *Annals of Tourism Research*, 23 (2), Menomonie, 1996.

MUÑOZ DE ESCALONA, Francisco:

- 1990: "Turoperadores y producción de turismo", *Estudios Turísticos*, Madrid.
- 2003: *El turismo explicado con claridad*, LibrosEnRed, 2003.

NASH, Dennison:

- 1984: "The Ritualization of Tourism. Comment on Graburn's *The anthropology of tourism", Annals of Tourism Research*, vol. 11, Pergamon Press, New York.
- 1992: "El turismo considerado como una forma de imperialismo", en SMITH (1992).

PEARCE, Philip L.: “Towards Sustainable Socio-Cultural Tourism”, *Journal of Sustainable Tourism*, 3 (3), 1995.

PÉREZ PEREIRO, Xerardo: Turismo cultural: Uma visão antropológica, ACA; PASOS, RTPC; 2009, http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita2.pdf.

PUDNEY, John: *The Thomas Cook Story*, Tauchnitz, Stuttgart, 1953.

RODRÍGUEZ REGUEIRA, José Luis: “La reinvención cosmopolita de la autenticidad. La modernidad o la lógica de la producción”, I Congreso Virtual Internacional de Cultura y Turismo, 2001, en <http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/rodriguez_regueira.htm>.

RUFÍN, Ramón y REINA, Mª Dolores: *Introducción al marketing turístico*, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, S. A., Madrid, 2004.

SESSA, Alberto: *Il turismo nei rapporti internazionali*, Sardá Fossataro, Cagliari, 1968.

SMITH, Valene L. (ed.):

- 1977: *Hosts and Guests*, University of Pennsylvania Press.
- 1992: *Anfitriones e invitados,* Endymion, Madrid.
- 2001: *Stone Age to Star Trek, Hosts and Guests Revisited*, Cognizant Communication, Nueva York.

THUROT, Jean Maurice y THUROT, Gaétane: "The Ideology of Class and Tourism. Confronting the Discourse of Advertising", *Annals of Tourism Research*, 10 (1), Menomonie, 1983.

TURNER, Louis y ASH, John: *La horda dorada*, Endymion, Madrid, 1991.

URBAIN, Jean Didier:

- 1989: "The Tourist Adventure and his Images", *Annals of Tourism Research*, 16 (1), Menomonie.
- 1993: *El idiota que viaja*, Endymion, Madrid.

VERNE, Jules: *Historia de los grandes viajes y los grandes viajeros*, Porrúa, México, 1983.

WONG, Kevin K. F. y CHEUNG, Phoebe, W. Y.: “Strategic Theming in Theme Parks Marketing”, *Journal of Vacation Marketing*, 5 (4), 1999.

YIANNAKIS, Andrew y GIBSON, Heather: "Roles Tourists Play", *Annals of Tourism Research*, 19 (2), Menomonie, 1992.

10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

La oportunidad de utilizar la plataforma del curso virtual para situar materiales escritos, audiovisuales, etc. está siempre abierta. Su disponibilidad, su demanda, la aparición de materiales nuevos, condicionará estas posibilidades de añadir recursos de apoyo.

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

A principios de curso, se determinará con cada estudiante la realización de seminarios, bien por vía virtual, bien presencial. El número de matrículas, las condiciones concretas de alumnos y alumnas, y las circunstancias específicas del momento dictarán la forma, el momento, el número y la extensión de estos seminarios. En líneas generales, unas cinco horas por persona, en conjunto, distribuidas como sea más adecuado y en la forma más adecuada (virtual o presencial), deberían ser suficientes,

La plataforma virtual, en todo caso, permite una comunicación fluida y más constante. A lo largo del curso está de continuo disponible para el alumnado y será atendida con la mayor regularidad posible.

Para consultas docentes se recomienda, además, el correo electrónico afrancesh@fsof.uned.es, o el teléfono en horarios de consulta (martes de 10.00 a 14.00 horas), 913986738.

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación se realizará sobre un trabajo de fin de curso, que tendrá como fecha tope de entrega telemática la correspondiente conforme a las fechas de las pruebas presenciales. La fecha se indicará en cada curso, en función de cómo esté organizado el calendario académico de la UNED.

Extensión y normas de presentación

Entre 7.000 (mínimo) y 10.000 palabras (máximo), incluyendo notas, referencias bibliográficas, etc. Puede incluir gráficos, tablas, imágenes, o cuanto se considere necesario.

El trabajo estará indexado. La bibliografía que se cite habrá de ser empleada en el cuerpo del texto, y referenciada mediante los sistemas habituales. Se ruega un tipo de letra en cuerpo 12, o similar.

Contenido y requisitos

Los contenidos del trabajo son libres, a elección del alumno o alumna, aunque, en todo caso, habrán de acordarse con el profesor. Han de ajustarse, forzosamente, a las dos líneas de investigación mencionadas en el epígrafe §4 de esta Guía, es decir:

1. Temas clásicos de la antropología.

Teoría del ritual, etnicidad e identidad, aculturación, relaciones interculturales, etc. Materias abordables desde un estudio de caso estrictamente turístico.

1. Temas específicamente turísticos.

Impacto cultural, autenticidad, inventarios patrimoniales, etc. Materias de trabajo propias de la antropología del turismo.

Los trabajos deberán contener los resultados de un mínimo trabajo de campo, explícito en el texto por medio de verbatim, descripciones, datos etc. Evidentemente, la duración del curso no permite un trabajo profundo ni amplio. Aunque los y las estudiantes están invitados a realizarlo con la intensidad que deseen, se exige, como mínimo, una de las siguientes alternativas:

1. Etnografía en la red.

Espacios web de empresas turísticas, blogs, foros de turistas, etc. La red es un campo lleno de contenidos y tan propicio para el trabajo de campo como el mundo *off-line*, por así llamarlo.

2. Entrevistas.

Un conjunto de cuatro entrevistas como mínimo, amplias, pero bajo el formato que se considere oportuno, con aquellos sujetos que vengan al caso.

En cualquier forma, el trabajo de campo adoptará las modalidades más adecuadas a la situación individual de cada estudiante, sus posibilidades, su propósito en la investigación, etc., según se acuerde con el profesor.

Valoración

El trabajo se puntuará de 0 a 10. Los criterios para evaluarlo son los siguientes:

1. Cantidad y pertinencia de las referencias bibliográficas.
2. Solidez teórica.
3. Coherencia y lógica en la argumentación.
4. Uso apropiado del trabajo de campo.
5. Conocimiento de la antropología del turismo (conceptos, estado de la investigación, autores relevantes, etc.).

La creatividad será valorada. Pero ningún trabajo necesitará de ella para obtener la nota máxima, si cumple de forma sobresaliente los criterios señalados. En el otro extremo de la valoración, una escritura incorrecta, las faltas de ortografía, los errores gramaticales, se consideran rasgos inaceptables en estudios de postgrado. Su presencia conlleva el suspenso de forma automática. Como es razonable, indicios sensatos de que el texto haya *fusilado* otros textos ajenos supone, irremediablemente, una calificación de cero puntos. Obviamente, *fusilar* textos ajenos es distinto de citarlos, inspirarse en ellos, o utilizarlos conforme a los usos académicos habituales.

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.