ESCUELA UNIV. DE ESTUDIOS EMPRESARIALES
UNIV. DE SEVILLA
18 SEP 2001
ENTRADA N.º 1466

ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO.

Segundo Curso. (2001-2002)

Profesor: Dr. Javier Hernández Ramírez.
Departamento de Antropología Social.
Universidad de Sevilla.

Diligencia para hacer constar que el presente programa es el depositado por el Dpto. en este Centro.

El Secretario del Centro: José Ángel Pérez López

Código Seguro De Verificación	QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Fecha	22/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Página	1/5

ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO.
Diplomatura Turismo. Segundo Curso.

Profesor: Dr. Javier Hernández Ramírez.
Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla.

OBJETIVOS.
El turismo constituye uno de los fenómenos más característicos y significativos de la realidad contemporánea. Es el mayor movimiento de bienes, servicios y personas que la humanidad ha visto a lo largo de toda su historia (Greenwood, D. 1972). Pero el turismo es algo más que el desplazamiento ocioso de un creciente número de personas, es una actividad que cuenta con una dimensión sociocultural de gran trascendencia, al propiciar relaciones sociales entre poblaciones de distintas culturas y generar transformaciones diversas tanto en las sociedades receptoras como en las emisoras. En este sentido, el estudio del turismo cobra una especial importancia por tratarse de una actividad inductora del contacto intercultural. Lo novedoso y singular del fenómeno es que las interacciones se desarrollan en un contexto transitorio en el cual las identidades sociales son escenificadas, representadas y construidas. Todo ello no puede ser ajeno a la antropología social, ciencia que se interesa por el estudio de las culturas y las relaciones interétnicas.

La asignatura tiene como objetivo central ofrecer a los alumnos instrumentos teóricos y metodológicos adecuados para el análisis, la comprensión y el estudio del turismo. Se propone abordar el turismo en su dimensión holística, es decir, con una perspectiva que lo analiza como actividad compleja que abarca los distintos aspectos de la cultura y éstos de modo indisociable.

El curso se estructura en siete unidades didácticas en las que se estudiará la actividad turística en sus diversos niveles, se abordarán las aproximaciones sobre el fenómeno realizadas desde la antropología social y otras disciplinas afines, y se examinarán los distintos debates sobre las relaciones entre Turismo y Sociedad.

METODOLOGÍA DOCENTE.
Los contenidos teóricos y metodológicos fundamentales del programa serán expuestos en las clases por parte del profesor. Dicha exposición se completará con las lecturas obligatorias y periódicas que deberán realizar los alumnos a lo largo del cuatrimestre y que constituirán el eje de las discusiones y debates temáticos en los que se basarán las clases prácticas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
La evaluación será continua. Al concluir la exposición teórica y metodológica de cada unidad temática, los alumnos deberán realizar y entregar al profesor un comentario escrito basado en la lectura obligatoria de uno o varios textos.

Al final del cuatrimestre se realizará una prueba escrita en la que se debe obtener un mínimo de cinco puntos para alcanzar el aprobado. Los ejercicios prácticos obligatorios, basados en las lecturas temáticas, junto con la participación activa matizarán la calificación del examen final y en su conjunto constituirán la nota definitiva.

Código Seguro De Verificación	QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Fecha	22/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Página	2/5

Tema 1. TURISMO Y CULTURA.
Conceptos fundamentales: cultura, etnocentrismo, racismo, xenofobia, relativismo cultural, etnicidad, relaciones interétnicas, difusión, aculturación, globalización y localización. Aproximaciones al fenómeno turístico. *Nomadismo gigante*: el turismo como actividad contemporánea. Tipologías de turistas. Destinos turísticos. El sistema turístico: componentes. Un enfoque para el estudio del turismo: la antropología del trabajo, del ocio y del turismo. Sociedades emisoras y receptoras. Relaciones sociales, construcción de imágenes y glocalización.

Tema 2. HISTORIAS DEL TURISMO.
Turismo y modernidad. Viajar ayer y hoy: peregrinos, mercaderes, exploradores, viajeros y turistas. Precedentes. La antigüedad. La Edad Media. El turismo aristocrático: el Grand Tour. La Ilustración. Los inicios del turismo. El turismo burgués. Balnearios, hoteles, mansiones y casinos. El excursionismo. El desarrollo de las infraestructuras y los transportes y los orígenes del turismo empresarial. Los escritores románticos y la creación del mito del viajero. El turismo de masas. La conquista del ocio por las clases populares. Vacaciones pagadas y sindicalismo. Los turismos contemporáneos: fragmentaciones y polarizaciones.

Tema 3. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO.
Dimensiones macroeconómicas y tendencias del turismo internacional. Principales tipos de empresas turísticas. La integración vertical de la industria turística. Del turismo de masas a la segmentación de la oferta. Turismo y empleo. Culturas de empresa y culturas del trabajo en el sector turístico.

Tema 4. TRABAJO, OCIO Y TURISMO EN LAS SOCIEDADES EMISORAS.
Trabajo, tiempo libre, ocio y consumo. Las sociedades emisoras de turistas. Turismo y trabajo en las sociedades industrializadas: "la democratización del viaje". Turismo, tiempo libre, ocio y consumo *al final* de la sociedad del trabajo. Expectativas y valores en torno al trabajo y el ocio: "las merecidas vacaciones". Turismo, desigualdad y estratificación social. El proceso de conversión en turista. La mirada del turista: significados, motivaciones y expectativas sociales ante el viaje.

Tema 5. LOS EFECTOS DEL TURISMO EN LAS SOCIEDADES RECEPTORAS.
Consecuencias medioambientales, económicas y políticas de la actividad. Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo? Teorías de la modernización y teorías de la dependencia. La reedición del debate: Neoliberalismo, Intervencionismo y la escuela de la Post-dependencia. Impactos físicos del turismo. Capacidad de sustentación de los destinos. Ecoturismo y turismo sostenible.

Tema 6. *ANFITRIONES E INVITADOS*. TURISMO Y RELACIONES INTERÉTNICAS.
Los impactos socioculturales del turismo. El mito del encuentro de culturas. Relaciones entre turistas y población local. El turismo como un tipo particular de relación interétnica. El turismo en el contexto de la glocalización y del intercambio desigual. Desterritorialización. Localización como reacción. Movimientos sociales y turismo.

Código Seguro De Verificación	QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Fecha	22/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Página	3/5

Turismo y reafirmación identitaria. La localización como ventaja adaptativa: análisis de experiencias concretas. Turismo étnico. Turismo cultural.

Tema 7. LA CONSTRUCCIÓN DE IMÁGENES DEL DESTINO.
La sociedad interpretada y el destino espectáculo. La invención del destino: exotismo, autenticidad y cotidianeidad. La construcción visual del destino: guías, mapas, postales, fotografías. La mercantilización y la activación del patrimonio. La generación e interiorización de imágenes de identificación. Andalucía, identidad y turismo.

BIBLIOGRAFÍA (Los títulos señalados con asterisco se recomiendan especialmente).

*ABRAM, Simone, Waldren, J y Macleod, D. (Ed.)
1997 *Tourists and Tourism. Identifying with People and Places*. Berg. Oxford and New York.

AUGÉ, Marc
1997 *El viaje imposible*. Gedisa. Barcelona.

BURNS, Peter M.
1999 *An introduction to tourism and anthropology*. Routledge. New York.

BOISSEVAIN, Jeremy (Ed).
1996 *Coping with the tourist. European reactions to mass tourism.* Berghahn Books. Oxford.

EDENSOR, Tim
1998 *Tourist at the Taj. Performance and meaning at a symbolic site.* Routledge. London and New York.

FERNÁNDEZ FUSTER, L.
1990 *Historia general del turismo de masas.* Alianza Editorial. Madrid.

LANFANT, Marie-Françoise (Ed.).
1995 *International Tourism. Identity and Change.* Sage. London.

JURDAO, Francisco
1990 *España en venta.* Endymion. Madrid.

*JURDAO, Francisco (Ed).
1992 *Los mitos del turismo*. Endymion. Madrid.

KADT, E. De (Ed).
1991 *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?* Endymion. Madrid.

MACCANNEL, DEAN
1998 "Turismo e identidad cultural". *Tzvtan, T et al. Cruce de culturas y mestizaje cultural*. Júcar Universidad.

*MARCHENA, Manuel
1987 "La imagen geográfica de Andalucía". *VV.AA Geografía de Andalucía*. Volumen 1. Tartessos. Sevilla.

Código Seguro De Verificación	QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Fecha	22/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Página	4/5

PEARCE, Douglas.
1989 *Tourist development*. Longman scientific & Technical. New York.

PRATS, Llorenç
1997 *Antropología y Patrimonio*. Ariel Antropología. Barcelona.

*SANTANA, Agustín
1997 *Antropología y Turismo, ¿nuevas hordas, viejas culturas?* Ariel Antropología. Barcelona.

*SMITH, Valene L.
1992 *Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo.* Endymion. Madrid.

TURNER, Louis y Ash, J.
1992 *La horda dorada*. Endymion. Madrid.

*URBAIN, Jean-Didier
1993 El idiota que viaja. Endymion. Madrid.

VV.AA
1987 *La imagen de Andalucía en los viajeros románticos y Homenaje a Gerald Brenan.* Diputación Provincial. Málaga.

*VV.AA
1983 *Turismo y Desarrollo Regional en Andalucía.* Instituto de Desarrollo Regional. Universidad de Sevilla.

Código Seguro De Verificación	QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Fecha	22/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/QQlqHj/hDQYBFur2ft7VFg==	Página	5/5