

**Estrategias Sociales, Económicas y Antropológicas
para la Gestión Turística del Patrimonio Cultural**

Código: 44173

Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4316837 Gestión Turística del Patrimonio Cultural	OB	1	1

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Isabel Graupera Gargallo

Correo electrónico: Isabel.Graupera@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Otras observaciones sobre los idiomas

Si

Equipo docente

Isabel Graupera Gargallo

Equipo docente externo a la UAB

Jordi Artigas

Ramón Castells

Victòria López

Prerequisitos

No hay prerequisites

Objetivos y contextualización

Este módulo tiene un doble objetivo. En primer lugar, dotar a los alumnos de referentes rigurosos provenientes tanto de la antropología como de algunos ámbitos de las ciencias sociales como la sociología, el marketing y la economía para su incorporación en la oferta turística. Y por otro, ofrecer a los alumnos métodos e instrumentos para poder realizar proyectos turísticos (análisis sociológicos, comerciales y económicos) tanto en el marco de una organización, como en su ejercicio profesional independiente. A la par, los contenidos también contemplan los instrumentos necesarios para profundizar en la potencialidad de la antropología social para el análisis del fenómeno turístico asociado al patrimonio cultural.

Competencias

- Analizar el valor de las artes y humanidades y las ciencias sociales en su aplicación al turismo.

- Analizar los diferentes proyectos culturales de las instituciones públicas y privadas en relación con el patrimonio turístico cultural.
- Crear discursos expositivos plurilingües interrelacionando los contenidos turísticos del patrimonio cultural con las artes y humanidades.
- Diseñar productos turísticos adaptados a los espacios territoriales a partir de recursos patrimoniales culturales tanto tangibles como intangibles.
- Fomentar el uso y la gestión de los recursos patrimoniales como producto turístico.
- Gestionar y desarrollar aportaciones originales en el marco de la investigación teórica y/o de la aplicación práctica.
- 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.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Trabajar tanto de manera individual como en equipos de carácter interdisciplinar.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar las diferentes tipologías de discursos existentes en la sociedad de consumo turístico para la promoción de recursos patrimoniales.
2. Describir los principales rasgos de la historia de la antropología y los procesos evolutivos de las principales teorías antropológicas para ser aplicadas al turismo.
3. Diseñar propuestas discursivas plurilingües de interrelación entre los recursos turísticos y los visitantes.
4. Exponer criterios sociales, económicos y antropológicos sobre las finalidades y objetivos de los espacios patrimoniales.
5. Gestionar y desarrollar aportaciones originales en el marco de la investigación teórica y/o de la aplicación práctica.
6. Identificar el modo en que las instituciones culturales gestionan y trabajan los recursos turísticos a través de las figuras del mecenazgo y patrocinio.
7. Identificar el origen y desarrollo de la antropología social y cultural para el análisis del sector turístico.
8. Interpretar los espacios patrimoniales para adaptar el discurso a los distintos públicos que se acercan a ellos.
9. Mostrar una actitud de sensibilidad profesional hacia las realidades de turismo sostenible y accesible, así como de vulnerabilidad y exclusión social.
10. Proyectar la explotación y uso de los espacios patrimoniales como dinamizadores de desarrollo social, económico y antropológico.
11. 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.
12. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
13. Relacionar procesos sociales, económicos y culturales del pasado con los del presente, haciéndolos comprensibles para un público diverso.
14. Trabajar tanto de manera individual como en equipos de carácter interdisciplinar.
15. Utilizar los fundamentos metodológicos de la antropología y de la sociología para plantear nuevos proyectos interculturales e integrar la actividad turística en la sociedad.
16. Valorar los proyectos turísticos desde un punto de vista social, económico, antropológico y de marketing.

Contenido

De este modo los contenidos principales se refieren a:

Tanto a la Antropología y al consumo turístico del patrimonio: Profundizar en la potencialidad de la antropología para el análisis del fenómeno turístico cultural. Uso de las herramientas de la observación

participante y aplicación de técnicas de investigación antropológica. Herramientas teóricas de la antropología aplicadas al turismo cultural: ritual, consumo y canibalismo. Taxonomías del turista cultural y del turismo cultural, así como las diversas funciones del turismo cultural desde el punto de vista social y antropológico.

Como a la antropología, el turismo cultural y las instituciones y empresas culturales: La comprensión del tiempo y el espacio en la creación del turismo cultural: autenticidad, etnicidad y aculturación. El patrimonio cultural y su mercantilización, los turistas consumidores versus sus anfitriones los creadores de productos (las instituciones y empresas). Instituciones, fundaciones, mecenazgo, empresas de turismo cultural, leyes que amparan y protegen al patrimonio

También a la sociología y el análisis del entorno y segmento del mercado al que se dirige un proyecto turístico cultural: Estudios relevantes sobre la preparación, difusión del tratamiento patrimonial en espacios museísticos y centros de interpretación y los perfiles de los visitantes. El turismo accesible y sostenible como herramienta de inclusión social.

Así como al márketing como herramienta de definición de un proyecto cultural patrimonial turístico: Herramientas para un análisis de costes y beneficios sociales y económicos alrededor de un proyecto turístico cultural. Generación y validación de la "idea" para el desarrollo de un proyecto turístico de patrimonio cultural. El mercado al cuál dirigirse tanto real como potencial. Instrumentos para la visualización de un proyecto y para la gestión de proyectos turísticos. Análisis de los aspectos organizativos y financieros a tener en cuenta para su perfecta ejecución.

Metodología

Las metodologías a seguir en este módulo son las siguientes

- Clases expositivas
- Visitas a empresas gestoras culturales, salidas de trabajo de campo*
- Tutorías
- Aprendizaje cooperativo
- Lectura de artículos, informes y libros de interés

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases Teóricas	26	1,04	1, 2, 3, 6, 7, 8, 11, 13, 15
Tipo: Supervisadas			
Elaboración de Trabajos	22	0,88	5, 12, 14, 15, 16
Presentaciones orales, Trabajos	23,5	0,94	4, 9, 12, 13, 16
Tipo: Autónomas			
Estudio	72,5	2,9	2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 14

Evaluación

La evaluación de este módulo se basa en los siguientes criterios:

- Asistencia obligatoria a clase, con un mínimo del 80% y participación activa
- Entrega de los Trabajos
- Defensa oral de los Trabajos

- Pruebas de Síntesis

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación activa	20%	0	0	1, 4, 6, 9, 12, 14
Entrega de Trabajos	35%	0	0	3, 4, 5, 7, 10, 12
Presentaciones orales, Trabajos	35%	4	0,16	1, 2, 5, 8, 10, 11, 13, 15, 16
Pruebas de Síntesis	10%	2	0,08	1, 2, 4, 6, 7, 10, 13

Bibliografía

Graupera Gargallo I.; Grau Rebollo J. (2016). La memoria histórica como mecanismo cultural de dinamización del mundo local. Universitat Politècnica de València. Vol. 3. Núm. 1

Graupera Gargallo, I. (2011). La fusta, el ferro i la fibra: memòria de les darreres drassanes de Barcelona (1939 - 1992). Estudis / Museu Marítim de Barcelona. Depòsit Legal B 40205-2011. ISBN: 978-84-15002-88-8

Santacana, J.; Martínez, T.; Llonch, M.; López, V. (2016). ¿Qué opinan los adolescentes sobre los museos y la didáctica?. Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales. 31. 2016/2. 23-38

López Benito, V.; Martínez Gil, Tània; Grevtsova, I. (2015). El m-learning en la didáctica del patrimonio: ¿tendencias del nuevo milenio? Revista lber. Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia. N°80. Pp38-47

López Benito, V. (2014). Evaluando aplicaciones móviles de museos de arte. ¿Un nuevo recurso interpretativo para el arte?. Revista "Clio. History and history teaching". N°40

Marsal i Caldrés, E.; Graupera Gargallo I (2014). Veles i vents: un mar de vida. Cabrera de Mar. Ed. E. Marsal. Depósito legal: B 17926-2014

Santacana, J.; López Benito, V.; Martínez Gil, T. (2017). La ciencia que no se aprende en la red. Modelos para motivar el estudio de las ciencias a través de la arqueología. Barcelona. Ediciones Graó

Santacana, J.; Martínez Gil, T.; López Benito, V. (2017). Enseñar y aprender entre adolescentes", en: Santacana, J.; López Benito, V.; Martínez Gil, T. (2017). La ciencia que no se aprende en la red. Modelos para motivar el estudio de las ciencias a través de la arqueología Pp.9-34. Barcelona: Ediciones Graó

Santacana Mestre, J.; López Benito, V. (Coord.) (2014). Educación, tecnología digital y patrimonio cultural: para una educación inclusiva. Gijón. Editorial Trea

Peñuelas Reixach, L. I. (2009). La docencia y aprendizaje del Derecho. 84-7248-313-4. Marcial Pons, (3ª ed.)

Casanellas, M. ; Durán JM. y Peñuelas Reixach, L. I. (2009). Incentius fiscals a activitats d'interès general en cultura i patrimoni. Estudio. Núm.10, noviembre 2009. Publicado en la pàgina web www.gencat.cat/cultura/publicacions de la Consejería de Cultura de la Generalitat de Catalunya

Peñuelas Reixach, L. I. (2006). Valor de mercado de los bienes en el sistema tributario español. Marcial Pons, Madrid, 2006.