

17-18

GRADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y
CULTURAL
SEGUNDO CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA II

CÓDIGO 70022115



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



75E667EB84989AB3B50FCD2E2DA73DB0

17-18

ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA II
CÓDIGO 70022115

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA II
Código	70022115
Curso académico	2017/2018
Departamento	ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL
Títulos en que se imparte	GRADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL
Curso	SEGUNDO CURSO
Tipo	OBLIGATORIAS
Nº ETCS	5
Horas	125.0
Periodo	SEMESTRE 2
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Antropología Económica II es una asignatura cuatrimestral, obligatoria de segundo semestre para los estudiantes de segundo curso del Grado de Antropología Social y Cultural.

Ofrece una continuación y una ampliación de los temas abordados en Antropología Económica I, si bien se trata de una asignatura formalmente independiente de aquélla. Entre ambas se compone una panorámica general del área de estudios de la Antropología Económica, que incluye una visión holística de la configuración social y culturalmente cambiante de la naturaleza y las concreciones de “lo económico”, así como de las principales aportaciones teóricas y metodológicas que se han hecho en este ámbito temático de la antropología. Destaca el énfasis en una perspectiva comparativa y crítica desde la que cuestionar la pretendida universalidad del homo economicus y del sistema de mercado occidental, así como de su presupuesto implícito acerca de la necesaria existencia de una esfera económica separada del resto de las dimensiones de lo social.

Los contenidos específicos de Antropología Económica II se centran en la introducción, desde un punto de vista teórico y también etnográfico, a la cuestión de la imbricación contemporánea entre distintos tipos de modelos económicos de acuerdo a las tipologías de los clásicos de la Antropología Económica; en el lugar que adquiere el consumo como actividad dentro de este área de estudios; y en diversos aspectos relacionados con las transformaciones en la esfera del trabajo, el dinero, y la triada producción-distribución-consumo en el marco del sistema económico capitalista, bajo las complejas condiciones actuales de globalización.

Antropología Económica II es una asignatura obligatoria (5 ECTS) que se incluye, junto a Antropología Económica I, en uno de los ámbitos temáticos que integran el plan de estudios del Grado en Antropología Social y Cultural, en concreto el ámbito específicamente dedicado a los estudios sobre lo económico y las formas socio-culturales en las que toma forma. Ambas asignaturas se ubican en el segundo curso del Grado, y se cursan durante el primer semestre (Antropología Económica I) y el segundo (Antropología Económica II). Este ámbito temático está en estrecha correspondencia con la asignatura Conocimiento Etnográfico: Antropología Económica, impartida en el primer semestre del tercer curso, que incidirá desde un punto de vista esencialmente etnográfico en gran parte de los temas y cuestiones



abordadas en las Antropologías Económicas I y II. Los equipos docentes de estas asignaturas se han coordinado para garantizar la complementariedad de los contenidos de cada una, así como la unidad del ámbito temático y de las competencias y resultados de aprendizaje obtenidos, sin perjuicio de que las tres asignaturas relacionadas sean independientes.

La asignatura Antropología Económica II se centra en las siguientes competencias generales:

- Ser capaz de organizar y planificar de manera autónoma el propio tiempo de trabajo.
- Profundizar en la capacidad analítica y sintética aplicada a la exploración de las teorías antropológicas en el ámbito temático de la Antropología Económica.
- Manejar adecuadamente las fuentes bibliográficas y documentales de utilidad.
- Usar productivamente los medios y recursos telemáticos existentes.
- Gestionar la búsqueda, organización y uso de la información desde criterios de relevancia.
- Desarrollar el razonamiento crítico, y ser capaz de aplicarlo demostrando iniciativa y voz personal en el desarrollo de argumentos y elaboración de trabajos.
- Expresarse correcta y competentemente oralmente y por escrito.
- Mostrar iniciativa en la comunicación, y especialmente en la lectura, en otras lenguas.
- Desarrollar interacciones significativas con docentes, tutores y otros estudiantes.
- Participar en discusiones, intercambios, debates y trabajo en grupo desde el respeto a las normas de convivencia e interacción en espacios presenciales y on line, y ser capaz de establecer tanto acuerdos como disensos relevantes desde el punto de vista de los contenidos tratados.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la práctica profesional y/o reflexionar sobre las condiciones de dicha aplicación.

Del mismo modo, el desarrollo de la asignatura plantea la adquisición de las siguientes competencias específicas:

- Reconocer la variedad transcultural de los sistemas económicos, así como el carácter holístico de lo económico como objeto de estudio.
- Conocer los desarrollos teóricos más recientes en el campo de la Antropología Económica.
- Conocer y distinguir, desde un punto de vista teórico y comparativo, diversas institucionalizaciones de lo económico y formas socio-culturales de integración de la economía, considerando específicamente ejemplos de imbricaciones contemporáneas entre distintos modelos teorizados por los clásicos.
- Reflexionar sobre cómo inciden las perspectivas del investigador en la conformación de las teorías. En concreto, comprender de qué modos la crítica política a las sociedades de mercado occidentales está implícita en las teorizaciones de la Antropología Económica clásica y contemporánea.
- Aplicar la reflexividad metodológica para evitar el etnocentrismo en los modelos de



análisis.

- Conocer distintos ejemplos del corpus etnográfico de la Antropología Económica, con especial énfasis en sus desarrollos más recientes, y saber utilizarlos para la reflexión teórica y comparativo-crítica sobre los procesos de constitución de lo económico en la actualidad.
- Apreciar y utilizar perspectivas interdisciplinares en el estudio de los fenómenos y prácticas económicas.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Esta asignatura está planificada para iniciar desde la base la formación de los estudiantes de Grado en Antropología Social y Cultural, en las competencias indicadas en la sección "Contextualización". Los contenidos serán expuestos por bloques temáticos junto a las lecturas básicas y vinculados a prácticas optativas. Todos los materiales de esta asignatura están realizados pensando en un amplio abanico de perfiles posibles en cuanto al origen académico del alumnado. Por tanto, más allá de los estudios oficiales para poder cursar los estudios de Grado, no se establecen requisitos previos para cursar las asignaturas que componen esta materia. En este sentido, los materiales básicos y de apoyo han sido producidos atendiendo a toda persona con interés en el estudio de la asignatura, con total independencia de su posible formación anterior.

No obstante, se les aconseja respetar el orden de las partes I y II de la asignatura Antropología Económica a todos los alumnos/as y, muy especialmente, a quienes no hayan cursado antes ninguna materia de Antropología o alguna otra en relación con ámbitos económicos desde las disciplinas de Ciencias Sociales o Humanidades.

Es esperable que los estudiantes con formación previa en dichas áreas de Ciencias Sociales y Humanidades encuentren una mayor familiaridad con el lenguaje conceptual de la asignatura. Sin embargo, el que los estudiantes tengan esos perfiles académicos no garantiza una mayor facilidad en cuanto a la comprensión de los conceptos de la asignatura, ni en cuanto a los problemas implicados en su desarrollo. Puede suceder que, en el estudio de esta asignatura, los estudiantes con formación previa en alguna otra disciplina de las ciencias sociales o las humanidades encuentren también dificultades conceptuales, debido precisamente a una familiarización con un uso distinto, poco preciso o marcadamente etnocéntrico de las categorías básicas.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

MONTSERRAT CAÑEDO RODRIGUEZ
mcanedo@fsof.uned.es
91398-9454
FACULTAD DE FILOSOFÍA
ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL



Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

SARA SAMA ACEDO
ssama@fsof.uned.es
91398-9065
FACULTAD DE FILOSOFÍA
ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL

TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

Tutorías presenciales y en línea a través de la tutora/tutor asignado en el centro asociado. Los tutores de los centros asociados representan el apoyo más directo y cercano a los estudiantes en su trabajo cotidiano. Con periodicidad semanal, les asisten en la lectura de los textos obligatorios, aclaran dudas y ofrecen explicaciones sobre los contenidos de la asignatura.

En esta asignatura, su tarea tiene una importancia extraordinaria, estimulando el aprendizaje personal desde la utilización del repertorio de recursos prácticos que ofrece la asignatura.

Además, en la medida de sus posibilidades, los/as tutores acompañarán a los/as estudiantes de esta asignatura en el proceso de realización del Ejercicio de Evaluación Continua, sin perjuicio de que el estudiante dirija igualmente sus dudas a los profesores del Equipo Docente.

En esta asignatura, y en la medida de sus posibilidades, los/as tutoras y tutores de la red de Centros Asociados atenderán cuantas demandas de comentario, discusión y eventual corrección planteen los estudiantes al ejercitarse en las tareas, de nuevo sin que ello signifique que esas demandas no puedan dirigirse a los profesores del Equipo Docente. La responsabilidad, en lo que concierne a la calificación final, corresponde al Equipo Docente.

Tutoría on-line

Los tutor@s de los Centros Asociados atienden, en su caso y según su criterio, los foros virtuales ubicados en el Curso Virtual de la asignatura en la plataforma ALF específicos de cada Centro Asociado.

En particular, el tutor/a on-line (también llamado TAR) mantiene abierta la comunicación, especialmente con el alumnado que por distintas razones no acude a tutorías presenciales con el fin de aclarar cuestiones generales de la asignatura, administrar los foros y debates e interviniendo igualmente en la circulación de información.

Foro del Equipo Docente

En el foro del Equipo Docente del Curso Virtual de la asignatura en la Plataforma ALF, el Equipo Docente responderá a todas las dudas de contenido teórico y práctico de la asignatura que se le planteen e intervendrá en los debates que se susciten, hará circular la información relevante, propondrá sugerencias sobre el estudio, expondrá aclaraciones a puntos oscuros del contenido, sugerirá ampliaciones de estudio, comentará sugerencias que provengan del alumnado, etc. En suma, el Equipo Docente expresa y ejerce mediante sus intervenciones en la plataforma ALF su compromiso de mantenimiento en comunicación con los profesor@s tutor@s y el alumnado. Recuérdese que: el Equipo Docente atenderá el Curso Virtual con una periodicidad aproximadamente quincenal y respetando el calendario



docente de la UNED.

Horarios de atención del Equipo Docente

Profesora Dra. Montserrat Cañedo Rodríguez

Jueves de 11:00 a 15:00

E-Mail: mcanedo@fsof.uned.es

Tf: (00 34) 91 398 94 54

Profesora Dra. Sara Sama Acedo

Miercoles 10.00- 14.00 hs

E-Mail: ssama@fsof.uned.es

Tf: (00 34) 91 398 90 65

Dir. C/ Senda del Rey nº 7, Edificio Humanidades.

Facultad Filosofía, Departamento de Antropología Social y Cultural.

Madrid 28040

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

- Reconocer la variedad transcultural de los sistemas económicos, así como el carácter holístico de lo económico como objeto de estudio.
- Conocer los desarrollos teórico-metodológicos más recientes en el campo de la Antropología Económica.
- Conocer y manejar distintos ejemplos del corpus etnográfico de la Antropología Económica, con especial énfasis en sus desarrollos más recientes, y saber utilizarlos para la reflexión teórica y comparativo-crítica sobre los procesos de constitución de lo económico en la actualidad.
- Dominar de la terminología científica apropiada.
- Apreciar, desde un punto de vista teórico y comparativo, las diversas institucionalizaciones de lo económico y las variadas formas socio-culturales de integración de la economía, considerando específicamente ejemplos de imbricaciones contemporáneas entre distintos modelos teorizados por los clásicos.
- Desarrollar una perspectiva y discurso reflexivos sobre cómo inciden las perspectivas del investigador en la conformación de las teorías. Concretamente, el alumno/a deberá ser capaz de identificar los modos en que la crítica política a las sociedades de mercado occidentales está implícita en las teorizaciones de la Antropología Económica clásica y contemporánea.



- Conocimiento y apreciación en muestras etnográficas concretas de las implicaciones y los desajustes contemporáneos entre los distintos modelos de integración de la economía (reciprocidad/redistribución/intercambio) que han constituido el núcleo de la Antropología Económica clásica.
- Conocimiento etnográfico y abordajes teórico-metodológicos del consumo, considerando principalmente los desarrollos en la antropología del consumo desde la perspectiva de la economía política y desde los enfoques culturales y simbólicos de lo económico.
- Conocimiento etnográfico y abordajes teórico-metodológicos de cuestiones relacionadas con las transformaciones contemporáneas del modelo capitalista bajo condiciones de globalización. Entre otras: la llamada “deslocalización” de la economía; su relación con nuevas formas y conceptualizaciones del trabajo; el rol de las tecnologías y las redes de comunicación en la configuración de la esfera de la economía; la producción de espacio-tiempos a partir de los flujos de bienes, mercancías, servicios, personas e información en el marco de redes económicas, etc.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante irá adquiriendo las competencias expuestas en la sección de "Contextualización" de forma progresiva y en un nivel medio, desde de su trabajo autónomo, ajustándose a la metodología de enseñanza a distancia propia de nuestra Universidad. Esto es: la lectura atenta y comprensiva de los textos básicos; la búsqueda de bibliografía y materiales interesantes en relación con la asignatura y/o la lectura complementaria de bibliografía recomendada (disponible en el Curso Virtual); la participación activa en la discusión colectiva de los foros virtuales —moderada por el Equipo Docente y los Tutores—, la realización de las prácticas optativas propuestas en la Guía de Estudio (disponible en el Curso Virtual) sometidas a evaluación continua, y la preparación del examen final. Con ello, el estudiante producirá resultados concretos que fomentarán los siguientes aprendizajes generales y específicos:

Resultados de aprendizaje generales

- Aprenderá a planificar y organizar su propio trabajo intelectual, incluyendo el manejo adecuado de las fuentes bibliográficas y documentales de utilidad.
 - Aprenderá a desarrollar el razonamiento crítico, y a ser capaz de aplicarlo demostrando iniciativa y voz personal en el desarrollo de argumentos y elaboración de trabajos.
 - Aprenderá a expresarse con rigor conceptual y científico en general y, concretamente, en el ámbito de la Antropología Económica. Esta es una exigencia ineludible del trabajo de los antropólogos. Tanto el Equipo Docente, como las Tutoras/es de los Centros Asociados, las prácticas optativas y las evaluaciones, harán especial hincapié en esta exigencia.
 - Será capaz de aplicar los conocimientos teóricos en la práctica profesional y/o reflexionar y transmitir argumentos sólidamente contruidos en base dichos conocimientos.
- Cursar esta asignatura producirá también resultados concretos en aprendizajes relativos al resto de las competencias generales anteriormente expuestas.

Resultados de aprendizaje específicos



- Avanzará en el reconocimiento de la variedad transcultural de los sistemas e instituciones económicos, así como del carácter holístico de lo económico como objeto de estudio.
- Desarrollará una comprensión articulada de los problemas fundamentales de carácter comparativo epistemológico y metodológico que subyacen a la producción de conocimiento en Antropología Económica, con especial incidencia en las diversas institucionalizaciones de lo económico y formas socio-culturales de integración de la economía, considerando específicamente ejemplos de imbricaciones contemporáneas entre distintos modelos teorizados por los clásicos.
- Progresará en distinguir y analizar distintos ejemplos del corpus etnográfico de la Antropología Económica, conocerá sus desarrollos más recientes, y sabrá utilizarlos para elaborar, discutir y transmitir argumentos que contengan reflexión teórica y comparativo-crítica sobre los procesos de constitución de lo económico en la actualidad.
- Será capaz de desarrollar una perspectiva y discurso reflexivos sobre cómo inciden las perspectivas del investigador en la conformación de las teorías. Concretamente, podrá identificar los modos en que la crítica política a las sociedades de mercado occidentales está implícita en las teorizaciones de la Antropología Económica clásica y contemporánea.
- Avanzará en la puesta en práctica de la reflexividad metodológica para identificar perspectivas etnocéntricas en los modelos de análisis que irá conociendo y aprenderá a evitar el etnocentrismo en sus propias reflexiones, discusiones y argumentos.
- Aprenderá a identificar, valorar y aplicar las perspectivas interdisciplinares en el estudio de los fenómenos y prácticas económicas.

CONTENIDOS

Bloque temático I: Entre dones y mercados: intercambio, reciprocidad y redistribución. Imbricaciones y desajustes

Bloque temático II: El lugar del consumo en la Antropología Económica

Bloque temático III: Figuras etnográficas del capitalismo tardío



METODOLOGÍA

Esta asignatura se sirve de la metodología de enseñanza-aprendizaje a distancia propia de la UNED (que incluye la oferta de algunas actividades presenciales), y se basa en el uso de diversos recursos, entre los que se encuentran las tecnologías informáticas de comunicación.

Tipos de recursos y sus formatos

La formación, el seguimiento y la evaluación de los estudiantes se realiza a través de los siguientes tipos de recursos, todos ellos en formato digital:

Todos los contenidos de la asignatura que serán materia de evaluación se encuentran en estos nueve textos de lectura obligatoria (tres por cada bloque temático), y en la Guía de Estudio. Ambas cosas están disponibles en el Curso Virtual de la plataforma Alf:

1- Textos de lectura obligatoria:

Bloque I: Entre dones y mercados: intercambio, reciprocidad y redistribución. Imbricaciones y desajustes

* NAROTZKY, S. (2005). "La renta del afecto: Ideología y reproducción social en el cuidado de los viejos" en Moreno, Paz. *Entre las gracias y el molino satánico*. Madrid: UNED. Pp. 321-336

* LEDENEVA (2008). "Prácticas informales en Rusia y China: Blat y Guanxi" En *Comparative Studies in Society and History*, 50(1): 118-147

* VALENZUELA, H. (2010). "*Pecunia Ex Machina*, el emprendedor pakistaní en la ciudad de Barcelona" en *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, nº 92, p. 185-206

Bloque II: El lugar del consumo en la antropología económica

* MINTZ (1996). "Consumo" en Dulzura y poder. El lugar del azúcar en la historia moderna. México: Siglo XXI. Pp. 111-199.

* BOURDIEU (1988). "El habitus y el espacio de los estilos de vida" en *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus. Pp. 169-222

* GELL (1991). "Los recién llegados al mundo de los bienes: El consumo entre los gondos muria" en Appadurai, Arjun (1991) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo. Pp. 143-175

Bloque III: Figuras etnográficas del capitalismo tardío

* REYGADAS (2010). "¿Capitalismo 2.0.? Etnografía de una empresa del mundo digital", *Revista Maguaré*. Bogota (en prensa, se aporta pdf por cortesía del autor.)

* MACKENZIE (2006). "Ensamblando un actor económico: el agenciamiento de un Fondo de Inversión" Presentado en el workshop "New actors in a Financialised Economy and Implications for Varieties of Capitalism", Institute of Commonwealth Studies, Londres, 11-12
m a y o . E n :
http://www.sps.ed.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0014/3416/AssemblinganEconomicActor.pdf

* LEMOS, RONALDO Y CASTRO (2008). *Tecnobrega: Pará Reinventing the Music Business*. Aeroplano Editora. Obligatoria la lectura de los capítulos 2 y 9. No es obligatorio, pero sí recomendable, leer también la introducción, el apartado sobre metodología y el
c a p í t u l o 7 . E n :



http://www.portalliterar.com.br/lancamentos/download/5697_tecnobregamioloed02.pdf

2- Guía de Estudio:

La Guía de estudio disponible en el Curso Virtual es un material obligatorio y fundamental para alcanzar con éxito los resultados de aprendizaje. En ella se desarrollan, para cada bloque temático, los contenidos y líneas temáticas a profundizar con las lecturas, señalándose además valiosos recursos bibliográficos y multimedia complementarios para su adecuada comprensión. Se recomienda a tod@s l@s estudiantes comenzar por la lectura de esta Guía de Estudio y, paulatinamente, acompañar el estudio de cada bloque temático de lecturas con lo expuesto en la guía y con los materiales adyacentes disponibles en el Curso Virtual. A través de ellos –Guía de Estudio y materiales del Curso Virtual- se presentarán las lecturas obligatorias seleccionadas, ofreciéndose pautas para su comprensión, y también para la realización de los ejercicios prácticos y la evaluación final.

3- Otros recursos: Programas de Radio y TV UNED, bibliografía complementaria, películas o documentales, links de interés, listado de preguntas y respuestas frecuentes, etc., que se irán generando en el Curso Virtual, y cuyo contenido no será obligatorio como materia de evaluación.

4- Tutorías presenciales y en línea:

En los horarios presentados y teniendo en cuenta el calendario docente UNED, en estos espacios de relación se tratarán distintos temas de la asignatura, se resolverán dudas, se darán consejos para el estudio, la preparación de la asignatura y la práctica optativa.

5- Comunicación entre estudiantes:

En las tutorías presenciales y en el Foro para estudiantes que contiene el Curso Virtual los estudiantes encontraran un espacio para relacionarse y organizar formas compartidas de trabajo y estudio. El Equipo Docente no supervisará estos ámbitos de relación ni las actividades que en ellos se desarrollen, ni tampoco se hará responsable de todos aquellos materiales que puedan circular en estos ámbitos ni de su utilización. Sin embargo, y en lo relativo a todos los foros del Curso Virtual, sí se exigirá un respeto a la normativa UNED en vigor sobre el uso de los mismos, que se concretará en unas pautas básicas de participación y utilización de los foros. Estas pautas, que denominaremos "Netiqueta", estarán disponibles para consulta en el mismo Curso Virtual.

Esta diversidad de medios permitirá al alumno recibir la atención que mejor se ajuste a su situación personal, facilitando el desarrollo autorregulado de su trabajo.

Metodología de las actividades formativas propuestas y distribución del tiempo asignado (ECTS) a cada una

La asignatura Antropología Económica II tiene asignados 5 créditos ECTS en el plan de Grado en Antropología Social y Cultural. Esto equivale a un tiempo de trabajo estimado en el rango entre 120 y 140 horas de trabajo del estudiante. La planificación del trabajo se reparte entre las siguientes actividades:

1. Trabajo autónomo del estudiante: 65% de los ECTS.

- Lectura y estudio de los materiales obligatorios correspondientes a cada bloque temático del programa, y de las aclaraciones y propuestas de desarrollo de dichos temas ofrecidas en



la Guía de Estudio y el Curso Virtual: 30% de los ECTS.

- Lectura y estudio de los materiales de apoyo recomendados y asesorados por el Equipo Docente y los Tutores de los Centros Asociados: 10% de los ECTS.

- Realización de prácticas (voluntarias) de análisis y escritura propuestas en el Curso Virtual: 5% de los ECTS.

- Realización de un trabajo práctico en base a las directrices del Equipo Docente, en coordinación con I@s Tutor@s, quienes serán los encargad@s de corregirlo y evaluarlo. Esta práctica será de carácter voluntario, para aquellos opten por la modalidad de Evaluación Continua: 20% de los ECTS.

2. Tiempo de interacción con el equipo docente y los tutores de los centros asociados: 35% de los ECTS.

- Orientaciones para el estudio de la asignatura, a través de los medios digitales: páginas Web, Cursos Virtuales y otros medios telefónicos y audiovisuales: 15% de los ECTS.

- Participación en foros y otros espacios comunicativos en el medio digital dirigidos por el Equipo Docente y los Tutores: 10% de los ECTS.

- Consulta personal de los estudiantes con los profesores del Equipo Docente y los Tutores: 5% de los ECTS.

- Asistencia a las tutorías presenciales: 5% de los ECTS.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen Examen de desarrollo

Preguntas desarrollo 3

Duración del examen 120 (minutos)

Material permitido en el examen

Ninguno.

Criterios de evaluación

Cada pregunta es calificada de forma independiente y en una escala de 0 a 3.33.

La superación de la asignatura requiere en las dos modalidades de evaluación tener aprobado el examen final (al menos con un 5).

Criterios de corrección del examen:

Adecuación de la respuesta a la cuestión formulada en la pregunta.

Utilización de la terminología apropiada.

Adecuada y suficiente aplicación de conceptos, teorías o/y ejemplos etnográficos.

Corrección y solidez del desarrollo argumentativo.

Ejercicio crítico en relación con los planteamientos o perspectivas teóricas que se desarrollen.

Originalidad en el planteamiento siempre y cuando se exponga claramente la relación con los problemas planteados.

% del examen sobre la nota final 80



Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	10
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	5
Comentarios y observaciones	

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC?

Descripción

La prueba de evaluación continua (PEC)

La prueba de evaluación continua prevista para esta asignatura consiste en la realización de un ensayo escrito en el que se debe desarrollar una pregunta-guía propuesta por el Equipo Docente en el Curso Virtual a comienzos del curso. El ensayo tendrá una extensión de entre 2000 y 3000 palabras, con tipo de letra Times New Roman 12, y con un interlineado de espacio y medio. Las preguntas que habrán de guiar el trabajo se modificarán anualmente, si bien atendiendo a una tipología que incluye casos como los que detallamos aquí, a modo de ejemplo:

Relación de un conjunto de lecturas (obligatorias y alguna complementaria) en función de un tema o de un concepto propuestos.

Uso y relación de conceptos extraídos de las lecturas en el análisis de una "realidad económica" propia del entorno del estudiante (entre muchos otros ejemplos: el trabajo doméstico, modos y estilos de consumo, formas de organización del trabajo en la empresa, ejemplos del carácter "incrustado" de la economía, formas de reciprocidad, etc.)

Con esta práctica el/la estudiante tendrá la oportunidad de profundizar en el desarrollo de los conceptos y temas fundamentales de los tres bloques temáticos. Además, este ejercicio permitirá desarrollar la capacidad de análisis crítico, relacionando y poniendo en uso los conceptos y teorías fundamentales que se estudian en la asignatura, así como ensayando formas de expresión escrita que servirán de práctica de cara al examen final.

En el Curso Virtual estará disponible un documento con algunas instrucciones y orientaciones complementarias para el desarrollo del ejercicio, donde también se especificarán los criterios de evaluación.

Para la evaluación del ejercicio de evaluación continua por parte del tutor/tutora de tu centro asociado, es necesario que entregues el ensayo a través del Curso Virtual antes de la fecha allí especificada para ello (primeros de mayo). No se contemplan otras fechas para el envío del trabajo (la plataforma virtual no admitirá entregas fuera de plazo). Si el ejercicio no es entregado en tiempo y forma, se entiende que el alumno/a opta por la evaluación convencional (sólo examen). Los tutores informarán de las calificaciones a través del Curso Virtual.

Criterios de evaluación



Para orientarte en la realización del trabajo práctico (sólo en el caso de los que optéis por la evaluación continua), sintetizamos en el cuadro siguiente los criterios de valoración y puntuación que el/la tutor/a de tu Centro Asociado tomará como referencia para evaluar tu PEC:

Ponderación de la PEC en la nota final	20%
Fecha aproximada de entrega	PEC/07/05/2018
Comentarios y observaciones	

La PEC es un ejercicio voluntario que, de ser presentado en tiempo y forma, computa un 20% de la calificación final, siempre y cuando en el examen se obtenga al menos un 5.

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s?

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Según la normativa del Grado en Antropología Social y Cultural se contemplan dos modalidades de evaluación:

Evaluación continua (ejercicio práctico más examen final):

Esta modalidad de evaluación es opcional. Se aplicará a aquellos que entreguen el ejercicio práctico (PEC) en tiempo y forma.

En esta modalidad de evaluación la nota final es una media en la que el peso del examen final representa un 80% y el peso del ejercicio práctico un 20%. Esto será de aplicación siempre que en el examen se haya obtenido al menos un 5.

Evaluación convencional (únicamente examen final):

Esta modalidad de evaluación se aplicará a quienes no realicen el ejercicio práctico y/o no lo presenten en el tiempo y la forma indicados.

En esta modalidad de evaluación la nota final se corresponde con la nota del examen.

Para acceder a la calificación de matrícula de honor, es necesario optar por la evaluación continua y obtener una nota ponderada de sobresaliente (con 9.5 o más), considerando el trabajo y el examen.



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Textos de lectura obligatoria (disponibles en el Curso Virtual):

- * NAROTZKY, S. (2005). “La renta del afecto: Ideología y reproducción social en el cuidado de los viejos” en Moreno, Paz. *Entre las gracias y el molino satánico*. Madrid: UNED. Pp. 321-336
- * LEDENEVA (2008). “Prácticas informales en Rusia y China: Blat y Guanxi” en *Comparative Studies in Society and History*, 50(1): 118-147
- * VALENZUELA, H. (2010). “*Pecunia Ex Machina*, el emprendedor pakistaní en la ciudad de Barcelona” en *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*, nº 92, p. 185-206
- * MINTZ (1996) “Consumo” en *Dulzura y poder. El lugar del azúcar en la historia moderna*. México: Siglo XXI. Pp. 111-199.
- * BOURDIEU, P. (1988). “El habitus y el espacio de los estilos de vida” en *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus. Pp. 169-222
- * GELL, A. (1991). “Los recién llegados al mundo de los bienes: El consumo entre los gondos muria” en Appadurai, Arjun (1991) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo. Pp. 143-175
- * REYGADAS (2010). “¿Capitalismo 2.0.? Etnografía de una empresa del mundo digital”, *Revista Maguaré* (en prensa, se aporta pdf por cortesía del autor).
- * MACKENZIE (2006). “Ensamblando un actor económico: el agenciamiento de un Fondo de Inversión” Presentado en el workshop “New Actors in a Financialised Economy and Implications for Varieties of Capitalism”, Institute of Commonwealth Studies, Londres, 11-12 m a y o . E n : http://www.sps.ed.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0014/3416/AssemblinganEconomicActor.pdf
- * LEMOS, RONALDO Y CASTRO (2008). *Tecnobrega: Pará Reinventing the Music Business*. Aeroplano Editora. Obligatoria la lectura de los capítulos 2 y 9. No es obligatorio, pero sí recomendable, leer también la introducción, el apartado sobre metodología y el c a p í t u l o 7 . E n : : http://www.portalliteral.com.br/lancamentos/download/5697_tecnobregamioloed02.pdf

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

TEXTO COMPLEMENTARIO MÁS RELEVANTE PARA LA ASIGNATURA:

NAROTZKY (2004). *Antropología Económica. Nuevas Tendencias*. Barcelona: Melusina.

OTROS TEXTOS COMPLEMENTARIOS:

ALONSO (2005). “Los nuevos espacios de la distribución comercial y las ironías del consumidor posmoderno”. *En La Era del Consumo*. Madrid: Siglo XXI, pp. 109-134.



APPADURAY (1998). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. Mexico: Grijalbo. (En: <http://es.scribd.com/doc/33949449/Appadarai-La-Vida-Social-de-Las-Cosas>).

BECK (2000). *Un nuevo mundo feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.

BERHAU (2007). *Trueque y economías alternativas, Estudio de una feria de trueque de la costa de oro*. En: http://www.unesco.org/uy/shs/fileadmin/templates/shs/archivos/anuario2004/articulo04_07.pdf

BENKLER (2006). *The wealth of Networks. How Social Production Transform Markets and Freedom*. New haven and London: Yale university Press. En http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf

BLONDEAU, et al (2004). *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de sueños. En: www.traficantes.net/index.php/trafis/content/.../capitalismocognitivo.pdf

BRYMAN (2004). *Disneyization of Society*. London: Sage Publications.

CALLON (1998). *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell.

CORAGGIO (2002). "Hacia un proyecto de Economía Social centrada en el trabajo: contribuciones de la Antropología Económica", Ponencia en: <http://pekeafree.free/?p=11&c=3-3-JL-CORAGGIOesp.html>, el 11 de junio de 2003

DOUGLAS; ISHERWOOD (1996). *El Mundo de los Bienes: Hacia una Antropología del Consumo*. México: Grijalbo.

DUMONT (1999). *Homo aequalis*. Madrid: Taurus.

DU GAY (Ed.) (1997). *Production of culture/cultures of production. Culture, media and identities*. London: Open University & SAGE Publications.

GARCÍA CANCLINI (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.



GATTI (2005). "El fenómeno del trueque, una mirada sociológica". En: <http://www.reseau-amerique-latine.fr/ceisal-bruxelles/ESE/ESE-5-GATTI.pdf>

GODELIER (1981). *Instituciones económicas*. Barcelona: Anagrama.

GRANOVETTER (1985). "Economic Action and Social Structure: The problem of Embeddedness". En *American Journal of Sociology*, 91. Pp. 485-510.

HART (2000). "Kinship, Contract, and Trust: The Economic Organization of Migrants in an African City Slum". En Gambetta, Diego (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, electronic edition, Department of Sociology, University of Oxford, chapter 6, pp. 176-193, <http://www.sociology.ox.ac.uk/papers/hart176-193.pdf>

HAUSHEER et al (s/f). *Future Internet Socio-Economics– Challenges and Perspectives*. En: http://www.future-internet.eu/fileadmin/documents/madrid_documents/FISE/FISE_position_paper_final.pdf

LARKIN (2008). *Signal and Noise. Media, Infrastructure and Urban Culture in Nigeria*. London: Duke University Press (Parcialmente disponible en: http://books.google.es/books?id=kr8s3YIZSGcC&pg=PA217&lpg=PA217&dq=Signal+and+Noise.+Media,+Infrastructure+and+Urban+Culture+in+Nigeria&source=bl&ots=HfiljzoAqQ&sig=PA YkX-FBbRzWvs6xQn0cC_ge9Zs&hl=es&ei=47krTMjSCo_gsAadkcGLCQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=6&ved=0CEEQ6AEwBQ#v=onepage&q&f=false)

LURY (2004). "Just do what? The brand as new media object". En Brands: *The Logos of the Global Economy*. London: Routledge, Pp 1-16.

———(1998). "Habitat and habitus" y "Making up and Making do" En Consumer culture. Cornwall: Hartnolls Ltd. (Cap 4 y Cap 6) (Parcialmente disponible en: http://books.google.es/books?id=l6pUrxHxgXQC&pg=PA27&lpg=PA27&dq=making+up+and+making+do,+celia+lury&source=bl&ots=c7-guXl8OK&sig=ocsKQrymdrFZKbYUaypqtINfyOU&hl=es&ei=MR19TYy5F4rRhAf6-uXhBg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=5&ved=0CDQQ6AEwBA#v=onepage&q&f=false)

MALINOWSKY (1995) [1922]. *Los argonautas del Pacífico Occidental. Comercio y aventura*



entre los indígenas de Nueva Guinea melanésica. Barcelona: Paidós.

MAUSS (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires/Madrid: Katz.

MACKENZIE; MUNIESA y SIU (Eds.) (2007). *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*. Princeton: Princeton University Press.

MILLER (1995). "Consumption as the vanguard of history. A Polemic by Way of Introduction" En *Acknowledging consumption: a review of new studie*. London: Routledge Pp 1-53
(Parcialmente disponible en:
http://books.google.es/books?id=t3lFBXaB2QsC&printsec=frontcover&dq=Acknowledging+consumption:+a+review+of+new+studie&source=bl&ots=h38qFf3CeG&sig=GUG5hrvxAAa1U0koaccp84M6yCw&hl=es&ei=yuF7TZ66LZOBhQeo1ojtBg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CDsQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false)

—————(1999). *Ir de compras: una teoría*. Madrid: Siglo XXI (Parcialmente disponible en:
http://books.google.es/books?id=FOYCNMj52xYC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=miller+hacer+el+amor+en+el+supermercado&source=bl&ots=XSBMmwDYb4&sig=_F0lqAovsSdCAVF_IDfTD9rk08M&hl=es&ei=7t17TczND5GyhAeL3qn3Bg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false)

—————(2003). "Advertising, Production and Consumption as Cultural Economy" En *Dewaal Malefy y Moeran (Eds.) (2003) Advertising Cultures*. New York: Berg, Cap 3.
(Parcialmente disponible en:
<http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5Vnw8fUEKP4C&oi=fnd&pg=PA75&dq=Advertising,+Production+and+Consumption+as+Cultural+Economy&ots=PGhJW5kTiO&sig=FwknsSqhrMVMWkzwNXkilWKYQM#v=onepage&q=Advertising%2C%20Production%20and%20Consumption%20as%20Cultural%20Economy&f=false>)

MORENO (2010). *En el corazón de la zona gris. Una lectura etnográfica de los campos de Auschwitz*. Madrid: Trotta.



_____ (2005). "El lastre de los esclavos: el circuito del cauri". En *Entre las Gracias y el Molino Satánico. Lecturas de Antropología Económica*. Madrid: Uned. Pp. 287-317.

POLANYI (1989). *La Gran Transformación: crítica del liberalismo económico*. Madrid: La Piqueta.

REYGADAS (2002). *Ensamblando Culturas. Diversidad y conflicto en la globalización de la industria*. Barcelona-Buenos Aires: GEDISA.

_____ "Producción simbólica y producción material: metáforas y conceptos en torno a la cultura del trabajo", *Nueva Antropología* nº 60, febrero de 2002.

_____ "¿Identidades flexibles? Transformaciones de las fronteras de clase, etnia y género entre trabajadoras de maquiladoras". En Aquiles Chihu, (Coord.) (2002), *Sociología de la identidad*. Mexico: Porrúa.

ROSEBERRY (1988). "Political Economy", *Annual Review of Anthropology*, 17.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Página Web del Departamento de Antropología Social y Cultural de la Facultad de Filosofía
En la Web del Departamento: http://www.uned.es/dpto_asy/, el estudiante encontrará recursos en red en diversas área de reflexión de la Antropología Social y Cultural. Es muy recomendable que el estudiante conozca esta página, donde encontrará información interesante de eventos y otros recursos generados durante los años en que han estado implantados los estudios de antropología en la UNED. El estudiante encontrará también en esta página recursos y orientaciones producidas por otros equipos docentes, lo que la permitirá tener una panorámica más general sobre los intereses, las líneas teóricas y de investigación del conjunto del personal docente del departamento.

En la Web del Departamento, el estudiante encontrará también el documento "Memoria del Grado en Antropología Social y Cultural". Este documento recoge toda la información pertinente en relación con las enseñanzas del Grado, y constituye un recurso de gran utilidad para conocer la planificación, contenidos y orientaciones de las enseñanzas de este Grado a lo largo de sus cuatro cursos académicos.

Antropología en Radio UNED

Es muy recomendable que el estudiante conozca el programa Antropología, que se emite semanalmente por RNE-3, los sábados a las 5:40 y cuyas grabaciones se encuentran disponibles gratuitamente en Internet, en la página de radio del Departamento de Antropología Social y Cultural: http://www.uned.es/dpto_asy/radio.htm



Este programa de radio, coordinado por la profesora Montserrat Cañedo y con la colaboración del profesorado Departamento de Antropología Social y Cultural de la UNED, ofrece una amplia selección de temas y debates en la disciplina, y recibe a invitados de la academia y del mundo profesional. Es un excelente recurso para sintonizar con la disciplina, sus temáticas contemporáneas y sus aplicaciones.

Curso Virtual

Al matricularse, el estudiante recibirá un nombre de usuario (coincidirá con su nueva dirección de e-mail como estudiante de la UNED) y una clave de acceso a Ciber-UNED. Con ella podrá acceder a sus Cursos Virtuales establecidos en la plataforma ALF. En caso de no recibir la clave de acceso en el momento de la matriculación, o de extraviarla, solicítela en el Negociado de Alumnos de Antropología: negociado.alumnos.antropologia@adm.uned.es o llamando al teléfono: 913988691

A través del Curso Virtual podrá:

- Encontrar y descargarse la Guía de Estudio de la asignatura. Este documento es insustituible e imprescindible para orientarse en el estudio organizado de la asignatura.
- Formular dudas de contenido en los foros correspondientes.
- Formular dudas de carácter general sobre la evaluación, materiales docentes y procedimiento administrativo de la asignatura.
- Intercambiar opiniones con otros compañeros.
- Comunicarse con la tutora o tutor de su centro.

Muy importante: El Equipo Docente atiende al Curso Virtual con una periodicidad aproximadamente quincenal y respetando el calendario docente de la UNED. Dicho curso no está pensado como un servicio permanente de atención -24 horas 365 días al año- por parte del Equipo Docente de la asignatura.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

