25-26

GRADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL
SEGUNDO CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA II

CÓDIGO 70022115

UNED

25-26

ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA II

CÓDIGO 70022115

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
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
IGUALDAD DE GÉNERO

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA II
CÓDIGO	70022115
CURSO ACADÉMICO	2025/2026
DEPARTAMENTO	ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	GRADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL
CURSO	SEGUNDO CURSO
PERIODO	SEMESTRE 2
Nº ETCS	5
HORAS	125.0
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	MONTSERRAT CAÑEDO RODRIGUEZ
Correo Electrónico	mcanedo@fsof.uned.es
Teléfono	91398-9454
Facultad	FACULTAD DE FILOSOFÍA
Departamento	ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL

Nombre y Apellidos	SARA SAMA ACEDO (Coordinador/a de asignatura)
Correo Electrónico	ssama@fsof.uned.es
Teléfono	91398-9065
Facultad	FACULTAD DE FILOSOFÍA
Departamento	ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

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 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, 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 suciten, 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 el Curso Virtual 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
Martes 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

Las sesiones de tutoría se imparten presencialmente y en línea desde el Centro Asociado de referencia o, en su defecto, desde otro Centro Asociado. A continuación se muestran los centros asociados y extensiones en las que se imparten tutorías de la asignatura.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

Ver sección de Resultados de Aprendizaje.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS:
CN1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CN2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
CN3 - Planificación y organización.
CN4 - Manejo adecuado del tiempo
CN5 - Innovación
CN6 - Compromiso ético.
CN7 - Ética profesional.
CN8 - Saber analizar las instituciones humanas dentro de configuraciones culturales más amplias, con una perspectiva holística.
CN9 - Conocer la incidencia de la cultura, como proceso, en los diversos sistemas de acción social.
CN19 - Conocer la historia de la disciplina antropológica.
CN20 - Conocer las teorías relativas a las acepciones del concepto de cultura.
CN21 - Conocer las teorías sobre producción de diversidad social y cultural.
CN24 - Conocer la variabilidad transcultural de los sistemas económicos y la teoría antropológica al respecto.
CN25 - Conocer la variabilidad transcultural en el ámbito del parentesco y la teoría antropológica al respecto.
CN26 - Conocer la variabilidad transcultural de los sistemas político-jurídicos y la teoría antropológica al respecto.
CN27 - Conocer la variabilidad transcultural de los sistemas simbólico cognitivos y la teoría antropológica al respecto.
CN31 - Saber triangular la información empírica producida por diversos medios
CN32 - Conocer protocolos de análisis de la información empírica producida por diversos medios, y saber utilizar ese análisis en la escritura de etnografía o de informes comparativos.

HABILIDADES O DESTREZAS:
H1 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
H5 - Iniciativa y motivación.
H6 - Análisis y síntesis.
H8 - Razonamiento crítico.
H11 - Comunicación y expresión escrita.
H13 - Comunicación y expresión en otras lenguas (con especial énfasis en el inglés).
H19 - Conocer y saber usar el corpus etnográfico generado en la disciplina.
H21 - Saber producir y registrar la información obtenida con distintas técnicas de entrevista.
H22 - Saber producir y registrar la información obtenida con distintas técnicas de observación.
H23 - Saber producir, catalogar y utilizar la información obtenida por medios documentales.

COMPETENCIAS:

CM1 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CM2 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

CM6 - Comunicación y expresión científica y tecnológica.

CM8 - Competencia en la búsqueda de información relevante.

CM9 - Competencia en la gestión y organización de la información.

CM15 - Saber registrar las informaciones obtenidas a través del trabajo de campo etnográfico.

CM16 - Saber establecer relaciones de confianza con las personas que estimulen la producción y confiabilidad de los datos.

CM17 - Saber apreciar e incluir en las interpretaciones la dimensión histórica de las instituciones.

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”, Institue of Commonwealth Studies, Londres, 11-12 mayo. En: https://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 capítulo 7. En: https://www.portalliteral.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 l@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

NOTA IMPORTANTE: El tipo de examen está diseñado para la modalidad de exámenes presenciales propia de la UNED. Si a lo largo del curso el Consejo de Gobierno de la UNED aprobase la celebración de exámenes virtuales, el tipo de examen podrá ser modificado para adaptarlo al formato de examen en línea. En todo caso, se informará con la debida antelación de cualquier modificación a este respecto, a través del curso virtual de la asignatura.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si

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 modificaran 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	Durante el mes de mayo
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? No

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 matricula 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.

PROCEDIMIENTO DE REVISIÓN DE EXÁMENES Y CALIFICACIONES FINALES

El/la estudiante que no estuviera conforme con la calificación obtenida, podrá solicitar una revisión motivada de su examen a través de la aplicación Revisión de Exámenes. Tendrá para ello un plazo de 7 días naturales desde la fecha de publicación del listado de notas en la Secretaría Virtual de la UNED.

El/la estudiante que no estuviera conforme con el resultado de dicha revisión, podrá solicitar la formación de una Comisión de Reclamación enviando un correo electrónico a secretariadocenteantropologia@fsof.uned.es. Tendrá para ello un plazo de 5 días desde la resolución de la revisión.

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).
* HARDIE & 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 mayo. En: https://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 capítulo 7. En: https://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: https://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: https://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 https://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: https://pekeafr.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: https://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, https://www.sociology.ox.ac.uk/papers/hart176-193.pdf

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

LARKIN (2008). *Signal and Noise. Media, Infraestructure and Urban Culture in Nigeria*. London:Duke University Press (Parcialmente disponible en: https://books.google.es/books?id=kr8s3YlZSGcC&pg=PA217&lpg=PA217&dq=Signal+and+Noise.+Media,+Infrastructure+and+Urban+Culture+in+Nigeria&source=bl&ots=HfiljzoAqQ&sig=PAYkX-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 Makind do” En Consumer culture. Cornwall: Hartnolls Ltd. (Cap 4 y Cap 6) (Parcialmente disponible en: https://books.google.es/books?id=l6pUrxHxgXQC&pg=PA27&lpg=PA27&dq=making+up+and+making+do,++celia+lury&source=bl&ots=c7-guXl8OK&sig=ocsKQrymdrFZKbYUaypqtlNFyOU&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: RoutledgePp 1-53 (Parcialmente disponible en: https://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: https://books.google.es/books?id=FOYCNMj52xYC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=miller+hacer+el+amor+ en+el+supermercado&source=bl&ots=XSBMmwDYb4&sig=_F0IqAovsSdCAVF_IDfTD9rk08M&hl =es&ei=7t17TczND5GyhAeL3qn3Bg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CCIQ6A EwAQ#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: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5Vnw8fUEKP4C&oi=fnd&pg=PA75&dq=Advertising,+Production+and+ Consumption+as+Cultural+Economy&ots=PGhJW5kTiO&sig=FwknsSqhwrMVMWkzwNXkilWKYQM#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 Econó*mica. 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: https://www.uned.es/dpto_asyc/, 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 en la Radio cuyas grabaciones se encuentran disponibles gratuitamente en Internet, en la página de radio del Departamento de Antropología Social y Cultural: https://www.uned.es/dpto_asyc/radio.htm

Este programa de radio, coordinado por la profesora Sara Sama Acedo 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 esta 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 se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.