

UCM
UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

GRADO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

CURSO 2024-2025

ANTROPOLOGÍA APLICADA



DIRECTAMENTE A LA RAÍZ DEL PROBLEMA

JOSÉ C. LISÓN ARCAL

ISABEL GONZÁLEZ ENRÍQUEZ

OBJETIVOS

Esta es un asignatura de carácter práctico y flexible en la que haremos un repaso de las principales bases teóricas y metodológicas de la Antropología Aplicada para, desde el primer momento, llevarlas a la práctica. En las primeras clases nos organizaremos en equipos de trabajo para, a lo largo del curso, realizar un trabajo de investigación aplicada que aborde un problema concreto y real y proponga una o varias respuestas resolutorias.

Todo el proceso, desde la elección del problema hasta la propuesta de soluciones, estará guiado con tutorías obligatorias de equipo y presentación periódica de avances. No váis a estar sol@s en el proceso de aprendizaje, pero sí tendréis que tomar decisiones para adquirir seguridad mientras se obtienen las competencias mínimas necesarias. Al final habrá que hacer una presentación *vendiendo el producto*.

También haremos algunos controles individuales sobre adquisición de base teórica y metodológica aplicando los conocimientos de las lecturas a un caso particular presentado en formato audiovisual. Nuestra meta es acabar el curso habiendo adquirido la capacidad de hacer Antropología Aplicada de manera solvente.

CONTENIDOS

Tema 1.- Antropología aplicada y académica: dos caras de la misma moneda. Primeros pasos de la Antropología aplicada. La influencia de las dos guerras mundiales. Los estudios de Comunidad. Campos de aplicación de interés creciente: Gestión de recursos culturales, patrimonio cultural, evaluación de impacto social, sostenibilidad medioambiental, turismo, etc.

Tema 2.- Códigos éticos de la práctica antropológica. Procedimientos de control ético en el trabajo de campo y respeto de los intereses de los afectados. La importancia de participar *desde dentro* en el diseño e implementación de respuestas a los problemas percibidos por los afectados en sus propios términos. Del conocimiento antropológico al *diálogo de saberes*.

Tema 3.- La investigación social como acción para el cambio social y el desarrollo. Antecedentes de las metodologías implicadas y modelos de evaluación, estimación e intervención rápida (RARE/EIRE; RAP). La denominada *etnografía de guerrilla*. Análisis crítico de las ventajas y limitaciones de estos recursos.

Tema 4.- Identificación de problemas, análisis, evaluación, respuesta y propuestas de resolución. Difusión del conocimiento para contribuir a llevar a la práctica las soluciones. Diversos ejemplos de casos: diagnósticos comunitarios, evaluación de políticas, mediación cultural, evaluaciones de impactos, etc. Evaluación *ex post facto*.

Tema 5.- Antropología de la empresa. Las empresas descubren las ventajas de la técnica etnográfica. El concepto del desarrollo de marca (*Branding & Rebranding*). El pensamiento táctico y el pensamiento creativo, rompiendo moldes (*Thinking out of the box*). Metodología *Design Thinking* (*abordaje no lineal partiendo de la empatía*). Desarrollo y diseño de servicios y productos.

Tema 6.- Sacando provecho a nuestras fortalezas en un mundo cambiante y competitivo. Antropología aplicada a los negocios. Metodología Spring o método Google. El caso de desarrollo del UX / UI. Revisión del estado de los trabajos en equipo. Presentación de los trabajos.

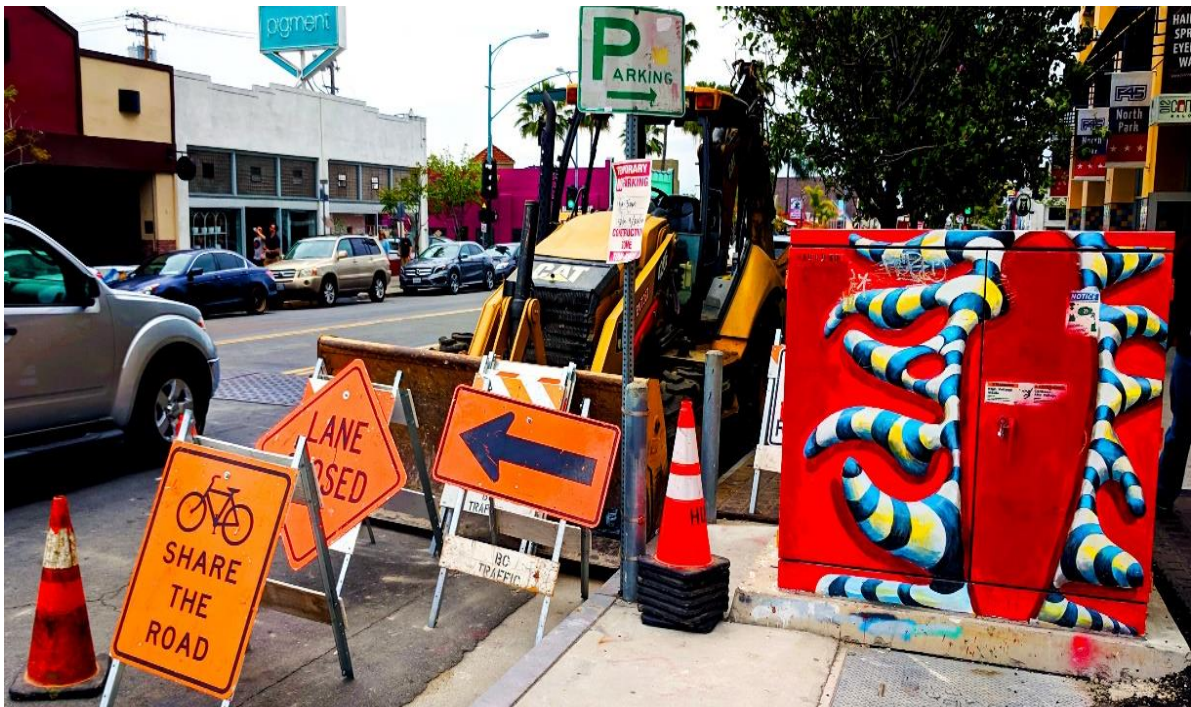
BIBLIOGRAFÍA

- BARTOLI, L. (2002). *Antropología Aplicada. Hª y Perspectivas desde América Latina*. Quito: Abya-Yala.
- BASTIDE, G. (1971). *Antropología Aplicada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- BLANCHETTE, T. (2010). “La antropología aplicada y la administración indígena en los Estados Unidos: 1934-1945”, *Desacatos*, mayo-agosto, pp. 33-52.
- BAKKER, L., COHEN, M., FAALJ, W. (2021). *Anthropologist Wanted. Why Organizations Need Anthropology*. Amsterdam University Press.
- BRU, P.; BASAGOITI, M. (2003): “La Investigación-Acción Participativa como metodología de mediación e integración sociocomunitaria”, *PACAP*, 6 [online]
- CERNEA, M. (Ed.) (1995). *Primero la Gente. Variables Sociológicas en el Desarrollo Rural*. México D.F.: Banco Mundial/ Fondo de Cultura Económica.
- EDDY, E. M., PARTRIDGE, W. L. (eds.) (1987). *Applied anthropology in America*. New York: Columbia University Press.
- ERVIN, A. M. (2000). *Applied anthropology: tools and perspectives for contemporary practice*. Boston: Allyn and Bacon.
- ESCOBAR, A. (1999). “Antropología y desarrollo”, *Maguaré*, 14, pp. 42-73.

- FERRÁNDIZ, F. (2011). *Etnografías Contemporáneas*. Anthropos. Barcelona.
- FOSTER, G. M. (1974). *Antropología Aplicada*. México, FCE
- FOSTER, G. M. (1964). *Las Culturas Tradicionales y los Cambios Técnicos*. México, FCE.
- GABARRÓN, L., HERNÁNDEZ, L. (1994). “Investigación Participativa”, C.I.S. Madrid.
- GASCA, J., ZARAGOZA, R. (2014). *Designpedia. 80 herramientas para construir tus ideas*. LID Editorial.
- GIMÉNEZ, C. (2011). “Hacia una nueva etapa de práctica profesional en Antropología. Retos y propuestas”. León. FAAEE.
- GIMENO, J. C. (2008). “Antropología(s) de orientación pública: ‘Asomarse unos centímetros más allá del borde, ahí donde la perspectiva se amplía ligeramente’”. Donosti. FAAEE.
- GREENWOOD, D., GONZÁLEZ, J. et al. (1989). *Culturas de Fagor. Estudio Antropológico de las Cooperativas de Mondragón*. Donosti. Txertoa.
- GUERRERO, P. (Comp.) (1997). *Antropología Aplicada*. Quito: UPS.
- KNAPP, J., ZERATSKY, J., KOWITZ, B. (2016). *SPRINT. How to Solve Big problems And Test New Ideas In Just Five Days*. Penguin Random House.
- HOLMBERG, A. (1966). *Vicos. Método y Práctica de la Antropología Aplicada*. Lima: Estudios Andinos S. A.
- LEWIS, D. (2000). “¿Descubrir, ampliar y profundizar?: una revisión de las contribuciones de la antropología a las investigaciones del tercer sector”. *Revista Economía, Sociedad y Territorio*, II (8), pp. 791-815.
- LINDSTROM, M. (2016). *Small Data. Las pequeñas pistas que advierten de las grandes tendencias*. Deusto.
- LÓPEZ, S.D. (2017). *Antropología de la empresa*. Bellaterra.
- MAIR, L. (1972). “¿Qué es la antropología social, la antropología aplicada y la política del desarrollo?”, *Cuad. Seminario de Integración Social Guatemalteca*, 24, pp. 27-53.
- MARCUS, G. E. (2013). “Experimental forms for the expression of norms in the ethnography of the contemporary”. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 3(2), pp. 197–217.
- MARTÍNEZ ALCÁNTARA, S. (2007). “La investigación participativa como práctica social y su aportación al mundo laboral a través del modelo obrero”, *Salud de los trabajadores*, 15(2), jul.-dic., pp. 107-117.
- MOBERG, M. (2013). *Engaging anthropological theory: a social and political history*. London: Routledge.
- MONTES DEL CASTILLO, Á. (2012). *Antropología Aplicada*. Murcia: Diego Marín.
- OLMO, M. del (ed.) (2010). *Dilemas Éticos en Antropología*. Madrid: Trotta.
- OROBITG, G., LARREA, C. (2002). “Planteamientos para una ética intersubjetiva: el trabajo de campo, la aplicación de la antropología y la ética etnográfica”. *Revista*

Antropologando, 1 (6), pp. 4-30.

- PEACOCK, J. L. (2008). “Reflections on Collaboration”, *Ethnographic and Applied Collaborative Anthropologies*, 1(1), pp. 163–174.
- PÉREZ GALÁN, B. (ed.) (2012). *Antropología y Desarrollo*. Madrid: Catarata.
- PITARCH, P., OROBITG, G. (eds.) (2012). *Modernidades Indígenas*. Madrid: Editorial Iberoamericana Vervuert Verlag.
- ROCA GIRONA, J. (1998). *Antropología industrial y de la empresa*. Barcelona: Ariel.
- SAN ROMÁN, T. (2006). “¿Acaso es evitable? El impacto de la Antropología en las relaciones e imágenes sociales”. *Revista de Antropología Social*, 15, pp. 373-410.
- SÁNCHEZ MOLINA, R. (2009). *La Etnografía y sus aplicaciones. Lecturas desde la antropología social y cultural*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- SANTOS FRAILE, S., MASSÓ GUIJARRO, E. (eds.) (2012). “Antropología en España: Nuevos Caminos Profesionales”. *Revista de Antropología Experimental*, 12 (1), pp. 1-6.
- URIBE OYRBIDE, J. M. (1999). “Antropología Aplicada. Momentos de un debate recurrente”. En C. Giménez Romero (ed.). *Antropología más allá de la academia: aplicaciones, contribuciones, prácticas e intervención social*. Santiago de Compostela: FAAEE, pp. 19-42.
- WALLRAFF, G. (1985). *Cabeza de turco*. Anagrama.



Superamos los obstáculos

RECURSOS EN LÍNEA

- Departamento de Antropología Social, UCM: https://www.ucm.es/antropologia_social
- Instituto Madrileño de Antropología (IMA): <https://ima.org.es>
- Museo Nacional de Antropología, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: <https://www.mecd.gob.es/mnantropologia/portada.html>
- Portal Estatal de Antropología: <http://dafits.urv.cat/portal/index.php>
- Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español (FAAEE): <http://faaeeantropologia.com>
- Asociación de Antropología del Estado Español: <http://asaee-antropologia.org>
- Antropología social y cultural (*La UNED en TV2*): <https://canal.uned.es/series/596f5e52b1111fdb088b4569>
- Asociación de Antropólogos Iberoamericanos en Red (AIBR): <http://www.aibr.org>
- Society For Cultural Anthropology <https://culanth.org/fieldsights>
- European Association of Social Anthropologists (EASA): <http://www.easaonline.org>
- American Anthropological Association (AAA): <http://www.aaanet.org>
- World Council of Anthropological Associations <https://www.waunet.org/wcaa/>
- Wenner-Gren Foundation <http://www.wennergren.org/>
- Umanyx – Escuela profesional de humanidades <https://umanyx.com/>
- Antropología 2.0: <https://blog.antropologia2-0.com/es>
- xcol – An Ethnographic Inventory <https://xcol.org/>
- EPIC (Advancing the Value of Ethnography in Industry) <https://www.epicpeople.org/>
- Desingpedia <https://thinkersco.com/libro-de-innovacion-designpedia/>
- MAAM (Muestra de Antropología Audiovisual de Madrid) <https://maamdocs.org/>
- GAAS. Grupo de Antropología Ambiental y Sostenibilidad de FLACSO-ESPAÑA: <http://www.flacso.es/grupos/antropologia-ambiental-y-sostenibilidad>
- Red de Antropología Ambiental: <https://redantropologiaambiental.wordpress.com>
- Archivo de Antropología Visual: <http://www.antropologiavisual.net>
- Grupo de Estudios Antropológicos La Corrala: <http://gealacorrala.blogspot.com>
- Observatori d'Antropologia del Conflictu Urbà (OACU): <https://observatoriconflicteurba.org>



Estamos dentro

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Pruebas escritas de las prácticas y/o prueba final escrita (individual): 40%

Trabajo de curso (equipo): 40%.

El trabajo final deberá ser un proyecto de Antropología Aplicada totalmente desarrollado según los parámetros teórico-metodológicos trabajados en la asignatura. La extensión será de entre 8 y 10 mil palabras, y la fecha tope de entrega será la fecha del examen final. El trabajo se entregará en formato digital.

Entregable: dos formatos de trabajo.

A) Breve presentación visual en clase a *modo de pitch* (para convencer al potencial cliente) en grupo. Con entre 20 y 25 láminas/diapositivas máximo.

B) Presentación autoexplicativa con textos, imágenes y ejemplos, a modo de informe visual.

Presentación final en clase (equipo): 10%

La presentación en clase se realizará como si se estuviera presentando un proyecto a un cliente, haciendo uso de tecnologías digitales e incluyendo material visual o audiovisual.

Asistencia y participación activa en clases y tutorías: 10%

Convocatoria extraordinaria (antiguo septiembre)

Se tendrán en cuenta las partes evaluadas positivamente en la convocatoria ordinaria.

TRABAJO EN EQUIPO

Es un trabajo eminentemente práctico, es... ¡¡¡ANTROPOLOGÍA APLICADA!!!

Para realizarlo tenéis que formar un equipo, buscar una idea y tener en cuenta que es una parte fundamental para la evaluación de la asignatura. Está orientado a afianzar los contenidos de las enseñanzas recogidas en los objetivos del programa de la asignatura. Se trata por tanto de llevar a la práctica lo aprendido en clase, haciendo una iniciación al trabajo de campo práctico para aplicar las técnicas de investigación y análisis propias de la Antropología a un caso concreto.

1.- Formad un equipo y elegid un tema.

De entre estas opciones elegid una orientación.

- Solventar un problema de negocio.
- Crear una nueva oportunidad de negocio.
- Crear una marca (o rehacer una marca).
- Un reto de diseño.
- Intervención sobre un espacio (comercial, empresarial, un entorno urbano, etc.)
- Netnografía, investigación participativa de comportamientos y valores en entornos virtuales.
- Otra opción: Parecen lo mismo... pero no lo son. Dos cosas similares a primera vista, pero radicalmente distintas vistas en detalle.

El tema tiene que ser consultado previamente y validado por el profesor para hacer una aproximación ajustada a cada caso de estudio, pues no se trata de aplicar un *recetazo* sino de buscar una solución a medida para cada problema. Se trata de empezar a pensar como profesionales de la Antropología que usan sus herramientas para solventar problemas, tal y como lo hacen otros profesionales, sean médicos, fontaneros, chapistas o diseñadores.

2.- Determinad el objeto de estudio.

Una vez clarificado y encauzado en las tutorías, tenéis que ir a hacer trabajo de campo para identificar los elementos relacionados con vuestro objeto de estudio. No sólo identificarlos, sino también observarlos y recorrerlos de manera sistemática para poder entenderlos.

- 1- Identificar un problema.
- 2- Investigar y entender.
- 3- Proponer soluciones reales para atajar problemas.

3.-Realizad trabajo de campo (observaciones + entrevistas).

Meterse dentro para entender qué es lo que pasa, interactuar y empatizar, dudar, volver y persistir... y así vais a encontrar certezas por vosotr@s mism@s. Hallazgos únicos y propios que podréis contar después. Hablad y acompañad empáticamente a las personas involucradas en el fenómeno de estudio, reunid a varias en grupo o hacedlo una a una. Mantened charlas informales, entrevistas formales (varias mejor que una sola); el fin es *entender con* ell@s. Y recordad, empatizad, pero sin caer en la desmesura; literalmente: no hagais la pelota. Pedid a las personas que os den sus opiniones y os cuenten cosas relevantes que ayuden a **entender el contexto** donde se centra la observación participante. Pedid permiso, **dejad siempre claras** vuestras intenciones de investigador@s y advertid que estáis haciendo un trabajo para la Universidad. Tenéis que grabar sonido, hacer fotos, vídeos y recoger documentos

además de tomar notas, pero todos estos materiales son parte de un **cuaderno de campo digital**. No lo entendáis como una libreta, sino como una carpeta hipertextual.

Se trata de tener encuentros y interactuar con l@s afectad@s para obtener opiniones y relatos reales con el objetivo es reducir los sesgos, las creencias previas con las que operamos que son las que no nos dejan ver cuál es clave de los problemas.

No olvidéis que el trabajo se finaliza con una parte propositiva, ajustada a la realidad, que sea aplicable.

4.- Montad un informe.

Buscad un hilo conductor para la narración, divididlo en las partes necesarias y montad un relato a través de imágenes y pequeños textos que ayuden a entender el argumento y el tema central del trabajo de investigación.

- Portada. Título, miembros del grupo y la asignatura a la que corresponde y el curso académico.

- Índice. Pasos que sigue el trabajo y la exposición

- Metodología: técnicas, métodos, lugares y todos los datos relevantes para entender el contexto del trabajo de campo. Y las soluciones que aporta vuestro trabajo.

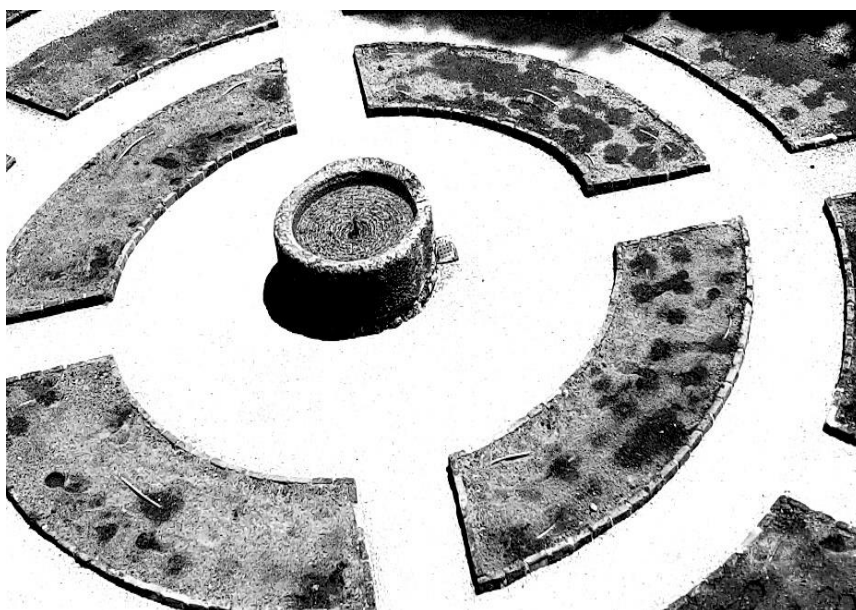
- Exposición multimedia del tema abordado con fotos (y/o pequeños videos), verbatim y reflexiones propias de cada apartado.

- Conclusiones. Se trata de cerrar el tema con un punto de vista revelador y qué abra la opción a futuros trabajos.

La extensión será de entre 25 y 45 láminas que recojan los puntos anteriores, equilibrando texto e imágenes. Este documento se entregará a través de correo electrónico en formato PDF.

5.- Haced un resumen para presentarlo a vuestro cliente.

Resumid el trabajo **para exponerlo en clase con todo el grupo** y con una duración de entre 15 y 20 minutos. Ha de ser una exposición muy clara, de carácter muy visual y orientada a entender el problema y la solución propuesta.



¡¡¡HAY MUCHAS SALIDAS!!!