

## **PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO (2019-20)**

**DOBLE GRADO EN COMERCIO Y TURISMO // Curso 1º // 6 ECTS**

**Horario de clases:** lunes y miércoles de 13.00 a 15.00

**Horario de tutorías (requieren cita previa):** Lunes de 9.30 a 12.30. Miércoles de 8.00 a 11.00.

**Profesor:** Daniel Sorando Ortín ([dsorando@ucm.es](mailto:dsorando@ucm.es))

La asignatura consiste en una introducción a los conocimientos sociológicos aplicados al ámbito del turismo mediante la capacitación de los/as estudiantes en la comprensión de los estudios disponibles en esta disciplina y en el análisis de la información empírica significativa. Se estudiarán las dimensiones sociales, espaciales, culturales, políticas, laborales, económicas y ambientales del turismo, explicando su carácter dinámico y evolutivo, y conociendo la estructura de los principales agentes turísticos. Se analizarán también los distintos impactos generados por el turismo a escala global y con una atención especial al caso español.

### **OBJETIVOS:**

- Conocer las principales teorías y conceptos de la sociología aplicada al turismo.
- Analizar el turismo como fenómeno social y comprender los estudios sociológicos realizados sobre el turismo.
- Aprender a realizar investigación social en el ámbito del turismo (¿para qué? ¿cómo?).
- Reconocer a los agentes sociales del turismo: turistas, promotores y sociedades receptoras.
- Reflexionar críticamente sobre las dimensiones, causas, consecuencias, contextos y tendencias sociales relacionadas con el turismo.

### **COMPETENCIAS:**

Generales:

- Capacidad de análisis y de síntesis
- Comunicación oral y escrita
- Resolución de problemas
- Razonamiento crítico
- Aprendizaje autónomo
- Trabajo en equipo

Específicas:

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- Conocer la evolución del producto turístico en el marco de la actual sociedad del ocio.
- Reconocer los principales agentes turísticos.
- Manejar técnicas de comunicación.
- Analizar los impactos generados por el turismo y gestionar el territorio de acuerdo con los principios de sostenibilidad.

- Trabajar en medios socioculturales diferentes.

#### **DOCENCIA:**

La asignatura podrá ser cursada de manera presencial (evaluación continua) o no presencial (examen final). Las clases presenciales combinarán teoría y práctica y tendrán un carácter participativo y proactivo. Con frecuencia se trabajará en grupos. Se hará uso del Campus Virtual, donde se subirán materiales, las presentaciones de clase y ejercicios.

#### Distribución de la docencia presencial:

Total horas de clase a la semana: 3 horas.

2 horas teóricas (combinadas con prácticas y dinámicas grupales e individuales).

1 hora de práctica: en las horas prácticas el grupo se dividirá en dos –la mitad a primera hora y la otra mitad a segunda– y se realizarán en un Aula de Informática por determinar o en el aula habitual, según el tipo de actividad a realizar.

#### **EVALUACIÓN:**

Hay dos sistemas de evaluación: **la fecha límite para optar por cada sistema es el 27 de septiembre.**

##### **a) Evaluación continua (presencial):**

- a. Implica la asistencia a clase (al menos al 90% de las clases) y la participación de las actividades que se lleven a cabo **(10% de la evaluación)**.
- b. Criterios de evaluación continua: la calificación final comprenderá los siguientes elementos:
  - i. **Reflexiones GRUPALES escritas en el aula sobre los contenidos del curso (30% de la evaluación):** previstas con antelación.
  - ii. **Trabajo grupal de iniciación a la investigación social (30% de la evaluación):** a realizar en equipo y exposición de los resultados.
  - iii. **Evaluación final (30% de la evaluación):** ejercicio de reflexión final en el que se podrán utilizar apuntes y materiales.

##### **Detalles sobre el trabajo de investigación social en grupos:**

- Trabajo a lo largo del cuatrimestre (presentación en diciembre): en el aula y fuera del aula.
- Grupos de 4/5 personas.
- La composición de los grupos se cierra el 27 de septiembre.
- Objeto de la investigación: analizar distintas modalidades de turismo en la ciudad de Madrid. A cada grupo se le asignará una modalidad de turismo:
  - Turismo cultural.

- Turismo gastronómico.
- Turismo deportivo.
- Turismo nocturno.
- Turismo de compras.
- Etc.
- Metodología:
  - Realización de una investigación social (enfoque sociológico).
  - Revisión de estudios previos (marco teórico).
  - Análisis de datos secundarios (documentación, fuentes estadísticas, otros estudios...).
  - Trabajo de campo (cualitativo).
- Plazos:
  - Diseño del proyecto: SEPTIEMBRE.
  - Análisis de fuentes secundarias: OCTUBRE.
  - Trabajo de campo: OCTUBRE-NOVIEMBRE.
  - Análisis datos recogidos en el trabajo de campo: NOVIEMBRE.
  - Elaboración informe final: DICIEMBRE.
  - Presentaciones en el aula: DICIEMBRE.
  - Entrega informe final: ENERO.
- La investigación deberá analizar las siguientes cuestiones:
  - ¿A qué público se dirige el tipo de turismo analizado?
  - ¿Qué perfil socio-demográfico tiene su público?
  - ¿De dónde procede su público: población local, turistas extranjeros?
  - ¿Cuáles son las zonas de la ciudad más afectadas por ese tipo de turismo?
  - ¿Qué impacto tiene ese tipo de turismo en las zonas donde se concentra?
  - ¿Cómo afecta a los vecinos del barrio?
  - ¿De qué manera la ciudad de Madrid promociona ese tipo de turismo?

**b) Examen (no presencial):**

- a. Los estudiantes que no puedan seguir el sistema de evaluación continua, con independencia del motivo que lo ocasione (trabajo, enfermedad, insuficiente conocimiento del idioma, etc.) deberán acudir al **examen final** (sin apuntes ni materiales de apoyo) en las convocatorias oficiales establecidas al efecto.
- b. Los estudiantes que, habiendo seguido la opción presencial, no la hayan superado en la primera convocatoria, deberán examinarse por este método en las siguientes convocatorias.

## **SISTEMA DE CALIFICACIÓN**

De acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del Real Decreto 1125/2003, los resultados obtenidos por el alumno se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS). 5,0-6,9: Aprobado (AP). 7,0-8,9: Notable (NT). 9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5 % de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

## **REDACCIÓN PROPIA Y PLAGIO**

Cualquier descubrimiento de plagio (utilizar textos ajenos presentados como si fueran propios o “cortar y pegar” textos o datos de fuentes sin citarlas explícitamente al principio o final de la citación, y sin entrecorillados o cambio de tipografía) significa la anulación inmediata de la actividad, su no calificación y una falta grave que afecta a la calificación general en el curso. Los resúmenes o redacciones con ligeras variaciones de textos ajenos sin mencionar su fuente, también son considerados plagio. Un exceso de resumen de ideas o datos ajenos aun citando las fuentes es, igualmente, una forma de plagio.

Lo opuesto al plagio es la elaboración personal y original. El vocabulario, el estilo de redacción y la defensa de análisis propios adecuados son los elementos centrales de valoración. Los resúmenes o citas literales (entrecorilladas y mencionando el autor/a, año de publicación y número de página, de ser el caso) no deben sobrepasar el 15% del total de cada texto presentado. La calidad de la redacción propia también se mide por la coherencia de los argumentos, la aportación de ejemplos originales y de datos pertinentes, el encadenamiento racional de la exposición y una estructura del texto que ponga de manifiesto el análisis personal sobre el tema en cuestión.

## **CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:**

### **I. INTRODUCCIÓN. OBJETO Y MÉTODO DE LA SOCIOLOGÍA**

#### **1. *Introducción a la Sociología***

Orígenes de la Sociología. Objeto de estudio. Precursores de la Sociología. Conceptos básicos de Sociología

#### **2. *La investigación social y su aplicación al estudio del turismo***

El proceso de investigación: etapas, diseño y estructura. Métodos y enfoques. Las fuentes de información.

Fases en el proceso de investigación. El proyecto de investigación. Técnicas de investigación social

## II. LA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA SOBRE EL TURISMO Y EL OCIO

### **3. El ocio desde una visión sociológica**

Concepción y evolución del ocio. El ocio en la actualidad. Tiempo libre y ocio. El turismo como forma de ocio

### **4. El turismo desde una visión sociológica**

Antecedentes y evolución histórica del turismo. El estudio del turismo desde la Sociología. Teorías y perspectivas sociológicas sobre el turismo

### **5. Tendencias actuales del turismo: datos y rasgos**

Principales destinos y tipos de turismo. Datos sociodemográficos y económicos del turismo actual. El turismo español: evolución y características. Turistas nacionales y extranjeros.

## III. SOCIOLOGÍA DEL SISTEMA TURÍSTICO. AGENTES SOCIALES E IMPACTOS DEL TURISMO.

### **6. Los turistas**

Variables que inciden en la práctica turística (sociodemográficas, socioeconómicas, socioculturales). Motivaciones y expectativas. Tipos de turistas

### **7. Promotores y prestadores de servicios de turismo**

El Sector privado. El Sector público

### **8. Las sociedades receptoras**

Efectos económicos y socio-culturales del turismo. Efectos del turismo en el territorio y el medio ambiente

### **9. Retos del turismo en la actualidad**

El turismo sostenible. La accesibilidad universal en el turismo. Redistribución equitativa de los beneficios económicos del turismo

## BIBLIOGRAFÍA, DOCUMENTOS Y MATERIALES DE REFERENCIA

En el Campus Virtual se dispondrá de la documentación correspondiente a los temas explicados en clase.

### Bibliografía básica:

BRAVO, P. (2018): *Exceso de equipaje. Por qué el turismo es un gran invento hasta que deja de serlo*. Barcelona: Debate.

MARRERO RODRÍGUEZ, J.R., GONZÁLEZ RAMALLAL, M. (drs.), SANTANA TURÉGANO, M. (2009): *Manual de Sociología del Ocio Turístico*. Oviedo: Septem Ediciones.

### Bibliografía complementaria:

- ÁLVAREZ SOUZA, A. (1994): El ocio turístico en las sociedades avanzadas. Bosch.
- AMAT LLOMBART, Pablo; RAMÓN FERNÁNDEZ, Francisca (2004): Curso de sociología del turismo y del ocio. Valencia: Tirant-Lo-Blanch.
- ANTON, Salvador; GONZÁLEZ, Francesc (coord.) (2008): A propósito del turismo: la construcción social del espacio turístico. Barcelona: UOC.
- APOSTOLOPOULOS, Y. (2002): The sociology of tourism: theoretical and empirical investigations. London: Routledge.
- AYALA H, MARTIN R, MASIQUES J. (2003): El turismo de sol y playa en el siglo XXI.
- BARRADO, Diego A.; CALABUIG, Jordi (ed.) (2009): Geografía mundial del turismo. Madrid: Síntesis.
- CANOVES VALIENT, G, HERRERA JIMENEZ L, VILLARINO PEREZ, M (2005): Turismo rural en España: paisajes y Usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. Rev cuadernos de turismo. Nº 15.
- CASTELLANOS ORTEGA, M.L. (2006): Los nuevos braceros del ocio: sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresas en el sector turístico. Miño y Dávila.
- CASTELLS, M. (1998): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza.
- COHEN, E. (2004): Contemporary Tourism. Diversity and Change. Elsevier.
- DE ESTEBAN, J. (2008): Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos. Dykinson.
- DÍAZ MARTÍNEZ, J.A., MARTÍNEZ QUINTANA, M.V. (2003): Sociología del Turismo. UNED.
- DUTERME, Bernard (ed.) (2007): Turismo hoy: ganadores y perdedores: alternativas meridionales. Madrid: Popular.
- ESTEBAN CUIEL, J. LOPEZ LOPEZ A. (2009): "Una aproximación al marketing turístico desde la planificación estratégica" Observatorio Medio Ambiental vol. 12, 2009, págs 37-47.
- GAVIRIA, Mario (1974): España a gogó: turismo chárter y neocolonialismo del espacio. Madrid: Turner.
- HUETE, Raquel (2009): Turistas que llegan para quedarse. Una explicación sociológica sobre la movilidad residencial. Alicante: Universidad de Alicante.
- JAFARI, J. (ed) (2002): Enciclopedia del turismo. Madrid: Síntesis.
- LACALLE DOMINGUEZ, J. (2010): Turismo y Medio Ambiente. Una lectura sociológica. TESIS DOCTORAL UCM, Ciencias Políticas y Sociología.
- LATIESA RODRIGUEZ M (2009): Sociología del ocio y del turismo, tipos planificación y desarrollo. Universidad de Granada. Granada.
- LOPEZ LOPEZ A. (2009): "Claves del Turismo Rural en la Comunidad de Madrid" Instituto de Estudios Económicos nº 1/2009, págs 282-304.

- MACCANNELL, D. (2003): El turista: Nueva teoría de la clase ociosa. Melusina.
- MACIONIS, J., PLUMMER, K. (2007): Sociología. Pearson-Prentice Hall.
- MARTINEZ QUINTANA, V. (2006): Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. McGraw Hill.
- MARTÍNEZ, Alberto (2011): Turismo 2.0: iniciando el despegue. Oviedo: Septem.
- MAZÓN, T. (2001): Sociología del turismo. Centro de Estudios Ramón Areces.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, INFORME ANUAL 2009. MOVIMIENTOS TURISTICOS EN FRONTERAS FRONTUR, ENCUESTA DE GASTO TURISITICO EGATUR.
- MONOGRAFICO DE POLITICA Y SOCIEDAD, Nº 42, "SOCIOLOGIA DEL TURISMO" 2005
- MONATANER MONTEJANO JI (2006): Estructura del mercado turístico. Madrid Síntesis.
- PEREZ DE LAS HERAS, M (2004): Manual del turismo sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable. Madrid Mundi Prensa.
- RUBIO GIL, A. (2001): Los recursos humanos en el sector turístico español: organización del trabajo y empleo. Ariel.
- RUBIO GIL, A. (coord) (2003): Sociología del turismo. Madrid: Ariel.
- TUDURÍ, C. (2007): Turismo responsable. 30 propuestas de viaje. Alhema Media.
- TURNER, L.; ASH, J. (1991): La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer. Endymion.
- VATTIER FUENZALIDA, C. (2009) Desarrollo sostenible ámbito rural. Ed Cizu. Menor Aranzadi.