

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
MAESTRÍA Y ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN CULTURAL

ESTUDIO DE PÚBLICO: MÉTODOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

Profesor: Marcela Grinszpun

Profesor invitado: Emilio Cabello

Cuatrimestre: 2° 2024

Carga horaria: 32 hs. (2 créditos).

Fundamentación

La presente materia desarrollará contenidos vinculados a algunos aspectos metodológicos fundamentales para poder desarrollar distintos tipos de estudios y relevamientos orientados a los estudios de público y consumos culturales. Para ello, como introducción de la materia, se trabajarán algunas definiciones conceptuales de públicos y audiencias desde distintas perspectivas y una revisión de etapas del proceso y diseños de investigación.

Luego se presentarán los distintos abordajes metodológicos -cualitativo y cuantitativo- haciendo énfasis en particular en la elaboración de los instrumentos -cuestionarios estructurados, guías de pautas-, algunas nociones de muestreo y estadística inferencial, y técnicas de análisis para ambas estrategias. Por otro lado, se incluirán en el curso distintos tipos de estudios realizados para trabajar con ejemplos aplicados que potencien la comprensión de los temas y permitan elaborar una mirada problemática sobre el campo empírico.

Objetivos

Se espera que al finalizar el seminario los y las estudiantes puedan...

Objetivos generales

Comprender la pertinencia de los distintos diseños y estrategias para la realización de estudios de público.

Reconocer las características propias de cada estrategia teórico metodológica

Utilizar técnicas de análisis cuantitativos y cualitativos

Objetivos específicos

Diseñar instrumentos de relevamiento como cuestionarios estructurados y guías de pautas para entrevistas en profundidad o grupos focales.

Reconocer los tipos de muestreos adecuados en función de los contextos de aplicación.

Aplicar herramientas estadísticas básicas para el análisis de datos.

Contenidos:**Unidad 1. La definición del objeto y la construcción del dato**

¿Qué son los estudios de público? Definiciones de públicos y audiencias. Los problemas de la medición de fenómenos complejos. Etapas del proceso y diseños de investigación. Enfoques cualitativo y cuantitativo. Fundación del problema. Estructura del dato: unidad de análisis, variables, categorías.

Unidad 2. Estrategias teórico-metodológicas

Universo y muestra. Nociones de muestreo y estadística inferencial. Operacionalización. Índices y Tipologías. Elaboración de instrumentos. Cuestionario. Guías de Pautas. Tipos de estudio: Encuestas de consumos culturales, segmentación de públicos, hábitos de consumo. Valoraciones. Evaluación de programación.

Unidad 3. Técnicas de Análisis

Estadística univariada. Tablas, gráficos y medidas de tendencia central, posición y dispersión. Análisis bivariado. Aplicaciones para técnicas avanzadas. Análisis de correspondencia, clusters y análisis factorial Codificación y Grillado. Análisis de contenido.

Sistema de trabajos prácticos:

Todos los encuentros tendrán espacios de trabajo con casos de estudio que permitan complementar los conceptos trabajados de forma teórica y pensar problemas aplicados.

Sistema de evaluación

Se realizará una evaluación consistente en un trabajo en duplas que incluya el diseño de una propuesta de investigación para realizar un estudio de público.

Bibliografía**Unidad 1**

Archenti, Nélica, A. Marradi, y J. Piovani (2010). Metodología de las ciencias sociales. Buenos Aires: Cengage Learning. Capítulos 2 y 5.

Benítez Larghi, S; Grillo, M y Papalini, V. (Coord) Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea. Papalini, Buenos Aires, CLACSO. Moguillansky, Marina y Papalini Vanina y (2016) “Los estudios sobre los públicos de artes”.

Cohen, Néstor y Gabriela Gómez Rojas (2019). Metodología. ¿para qué? La producción de los datos y los diseños. Buenos Aires: editorial Teseo, Red Latinoamericana de Metodología y CLACSO. Capítulo 8. “El proceso de investigación y los diseños”.

Mantecón, A. R. (2018). O que é o público? En: Revista Poiésis, 10(14), 173-213. <https://doi.org/10.22409/poiesis.1014.173-213>

Pinochet C, Carla y Guell V., Pedro. "Visitantes, audiencias, públicos. Apuntes para un estudio desde las prácticas culturales". Atenea (Concepc.) [online]. 2018, n.518, pp.151-166. ISSN 0718-0462. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622018000200151>.
Vergara Paula, "Los estudios de público en América Latina". En: Conectando Audiencias. Asimétrica

Unidad 2

Archenti, Nélide, A. Marradi, y J. Piovani (2010). Metodología de las ciencias sociales. Buenos Aires: Cengage Learning. Capítulos 6, 11, 12, 13 y 14.
Cohen, Néstor y Gabriela Gómez Rojas (2019). Metodología. ¿para qué? La producción de los datos y los diseños. Buenos Aires: editorial Teseo, Red Latinoamericana de Metodología y CLACSO. Capítulo 5 y 6.

Unidad 3

Archenti, Nélide, A. Marradi, y J. Piovani (2010). Metodología de las ciencias sociales. Buenos Aires: Cengage Learning. Capítulos 17.
Cohen, Néstor y Gabriela Gómez Rojas (2019). Metodología. ¿para qué? La producción de los datos y los diseños. Buenos Aires: editorial Teseo, Red Latinoamericana de Metodología y CLACSO. Capítulo 7. "Producción y análisis de datos cualitativos".
García Ferrando, Manuel (1985) Socioestadística. Madrid: Alianza Editorial. Cap. 5.2.4 La distribución muestral. Pág. 164-168
Gómez Rojas, Gabriela; Grinszpun, Marcela (2020) "El tiempo libre como aporte a la construcción de una tipología de estilos de vida. Área Metropolitana de Buenos Aires". En: Revista de Ciencias Empresariales y Sociales. Vol. 2, N°3, 2020 (Ene - Jun). ISSN electrónico 2618-2327. (Pp. 64- 89)
López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2017) Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Bellaterra. (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo III.3, III.4, III.6

Bibliografía Complementaria

Aguirre, Niño, Simonetti (2005). Estadística Aplicada en las Ciencias Sociales y Humanas. Universidad Nacional de Misiones. Editorial Universitaria. Capítulo II, III y IV. Capítulo V Páginas 105-114.
García Ferrando, Manuel (1985) Socioestadística. Madrid: Alianza Editorial. Cap. 2,
3
López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2017) Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Bellaterra. (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II.4.
Maccari, Bruno y Urraco, Juan (Coord) (2019) Enlaces compartidos: activando conversaciones sobre públicos, audiencias y comunidades culturales. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.