



Programa curso Estudios de Públicos

Profesor

Tomás Peters

Nombre del curso

Estudios de Públicos

Descripción general del curso

Este curso se propone comprender y analizar sociológicamente los públicos culturales contemporáneos. La primera parte del curso desarrollará un análisis teórico sobre el rol de los públicos en el campo artístico, así como también una breve revisión histórica de los estudios dedicados al tema en el siglo XX. En la segunda y tercera parte, el curso se concentrará no sólo en examinar críticamente los principales enfoques metodológicos disponibles para el estudio de los públicos, sino que también en cómo generar estrategias de “fidelización” a partir de sus resultados. La parte final del curso expondrá estudios de caso nacionales e internacionales.

Objetivos

- Conocer los principales debates sociológicos dedicados al estudio de los públicos culturales.
- Desarrollar y aplicar herramientas metodológicas para el estudio de los públicos culturales.
- Analizar información cualitativa y cuantitativa para el diseño de planes de desarrollo de públicos culturales.

Contenidos

1. Sociología de la cultura y estudios de públicos culturales
 - 1.1 Los públicos como un apoyo estructural
 - 1.2 Interpretación y re-creación
 - 1.3 Breve trayectoria histórica de los estudios de públicos
2. Técnicas de investigación de públicos culturales: Metodología observacional
 - 2.1 Análisis del comportamiento de los visitantes en espacios culturales
 - 2.2 Observación participante, entrevistas y *focus groups*
 - 2.3 La encuesta: escalas y preguntas básicas en estudios de públicos
3. Estudios de caso y revisión de planes de acción de públicos culturales
 - 3.1 Revisión de casos de estudios de públicos en Estados Unidos, Francia, Reino Unido y Chile.

Métodos de enseñanza-aprendizaje

El curso tendrá clases expositivas enfocadas en la presentación, descripción y análisis de cada uno de los temas divididos por sesión.

Cada sesión de 4 hrs. pedagógicas realizará 2 hrs. de manera sincrónica, cuyo audio será grabado y quedará disponible. Las otras 2 hrs. pedagógicas serán destinadas a la lectura de documentos u otros materiales.

Método de evaluación

Sin evaluación

Recursos de apoyo a la docencia que serán utilizados en la actividad curricular (Bibliografía mínima y complementaria, otros).

Bibliografía Mínima

Eidelman, Jaqueline, Mélanie Roustan (2014). "Introducción. Estudios de públicos: investigación básica, elección de políticas y apuestas operativas". En Eidelman, Jaqueline, Mélanie Roustan y Bernadette Goldstein (Coordinadoras). (2014). *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. Barcelona: Editorial Planeta.

Pinochet, Carla y Pedro Güell (2018). Visitantes, audiencias, públicos. Apuntes para un estudio desde las prácticas culturales. *Revista Atenea*, 518: 151-166.

Poussou, Vincent. (2012). "El desarrollo de políticas de públicos: la experiencia del Parque de La Villete y del Centro Georges Pompidou en Francia". En Silva, María Inés y Bárbara Negrón. (2012). *Políticas Culturales: ¿Qué medimos? ¿Cómo evaluamos?* Santiago de Chile: Lom. Pág. 113-122

Rosas Manteón, Ana. (2023). *Pensar los públicos*. México: UAM-I.

Wolff, Janet. (1997). *La producción social del arte*. Madrid: Istmo. Pág. 117-139

Zolberg, Vera. (2002). *Sociología de las artes*. Madrid: Fundación Autor. Pág. 163-190

Bibliografía Complementaria

Alexander, Victoria. (2003). *Sociology of the arts. Exploring fine and popular forms*. Oxford: Blackwell.

Barrett, Jennifer (2011). *Museums and the Public Sphere*. Oxford: Blackwell.

Esquenazi, Jean-Pierre. (2006). *Sociologia dos Públicos*. Porto: Porto Editora.

García Canclini, Néstor, et. al. (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. México: Paidós.

Harlow, Bob. (2014). *The road to results. Effective practices for building arts audiences*. New York: The Wallace Foundation.

_____ (2015). *Taking out the guesswork. A guide to using research to build arts audiences*. New York: The Wallace Foundation.

Hanquinet, Laurie. (2013). Visitors to modern and contemporary art museums: towards a new sociology of 'cultural profiles'. *The Sociological Review*. 61, 790-813.

Pérez Castellanos, Leticia. (2016). *Estudios sobre Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* México: Publicaciones Digitales ENCRYM - INAH.

Wallace, Margot. (2010). *Consumer research for museum marketers. Audience insights money can't buy*. New York & London: Altamira Press.