

# SOLICITUD DE AVAL PARA ACTIVIDAD ACADÉMICA EN INVESTIGACIÓN

Toda actividad académica (evento/publicación) relacionada con la función de Investigación en el ámbito de la FCS requerirá completar el presente formulario por organizadores y/o autores para solicitar el aval correspondiente.

No se encuentran alcanzados por este formulario aquellos avales que requieran intervención de las áreas de Internacionales, Académica, Extensión y Vinculación de la FCS o de la UNC, los que se tramitarán según sus propias disposiciones.

Se ha registrado el correo del encuestado ([susana.m.morales@unc.edu.ar](mailto:susana.m.morales@unc.edu.ar)) al enviar este formulario.

SELECCIONE EL TIPO DE AVAL (puede seleccionar más de uno) \*

- AVAL ACADÉMICO (La FCS acredita o da garantías del valor académico de la actividad. Podrá hacerlo a través de la SI o del HCD según corresponda)
- DECLARACIÓN DE INTERÉS (La FCS favorece el desarrollo de la actividad respaldando con su nombre, ofreciendo infraestructura o equipamiento, etc.
- AUSPICIO (Manifiesto interés de la FCS en la propuesta a realizar por terceros, ya sea porque se considera que realiza un aporte específico en investigación o porque se vincula con la propuesta académica de la FCS. No implica la responsabilidad en la actividad ni en sus resultados.

TIPO DE ACTIVIDAD ACADÉMICA

SELECCIONE EL TIPO DE ACTIVIDAD ACADÉMICA \*

- Evento
- Publicación

DATOS DE LA PUBLICACIÓN

TIPO (congreso, conferencia, jornada, encuentro, mesa redonda, panel de debate, foro, curso, seminario, taller, webinario, conversatorio, ciclo, presentación de libro) NOMBRE, FUNDAMENTACIÓN Y OBJETIVOS \*

Panel de debate: Encuesta Nacional de Consumos Culturales: cómo y para qué medir la cultura  
Las encuestas de consumos culturales son iniciativas de los Estados Nacionales, realizadas a través de diferentes áreas institucionales ligadas a la cultura, con el objetivo de conocer el comportamiento sobre hábitos y consumos culturales de sus poblaciones. Constituyen un recurso indispensable para conocer las características de los consumos culturales, junto con sus transformaciones, así como los procesos estructurales de conformación de audiencias. Además de la información que proveen en términos descriptivos sobre estas prácticas, son la base para el desarrollo de políticas públicas así como de investigaciones académicas que utilizan esos datos.

El estudio del consumo cultural constituye un área estratégica para conocer cómo las transformaciones sociales y culturales contemporáneas ligadas a los procesos de globalización y los de digitalización transformaron las dinámicas de producción, acceso, circulación de:

“(…) hábitos, gustos, prácticas y rituales de consumo cultural y, junto a ello, cambiaron las sensibilidades, las experiencias y los mecanismos de distinción (Bourdieu, 1979) y diferenciación que anclaban algunas expresiones culturales a determinados patrones sociales (Peterson y Kern, 1996; DiMaggio, 1987; Lahire, 2004; Coulangeon y Duval, 2013). Se modificaron también las estructuras de producción cultural a partir de la tecnología y la desmaterialización de las formas de circulación de la cultura (Sapiro, 2009; Duval, 2016)” (Radakovich y Wortman, 2019, 12).

La tercera edición de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC) consolida una herramienta de investigación que permite generar información certera acerca de las prácticas y consumos culturales de la población de nuestro país. A cargo del Sistema de Información Cultural de la Argentina, las ediciones anteriores (2013 y 2017) mantuvieron la comparabilidad de los datos, al mismo tiempo que fueron incorporando nuevas variables para profundizar los análisis, indagando por ejemplo en el impacto del proceso permanente y acelerado de la digitalización al que asistimos en las sociedades contemporáneas.

En un contexto en el cual los procesos de digitalización y dataficación de la sociedad contribuyen a la privatización de los datos por parte de los grandes conglomerados empresariales ligados a las tecnologías de la comunicación y la información, generando nuevas desigualdades vinculadas al acceso a esa información, las estadísticas públicas multiplican su valor para quienes producen conocimiento sobre el tema, por su carácter estructurado y abierto.

A su vez, la construcción de indicadores culturales se enfrenta a una serie de desafíos teóricos y metodológicos que, a pesar del avance de ciertos consensos, aún están lejos de considerarse superados.

En este marco, nos proponemos presentar y discutir los datos principales de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2023), junto con la serie histórica (2013 - 2023). Junto con ello, en esta actividad esperamos presentar las novedades en torno cómo medir aspectos vinculados a la digitalización.

---

MODALIDAD (presencial/virtual/mixta) Y SEDE DEL EVENTO \*

mixta. en la facultad de ciencias sociales

---

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES O PROGRAMA \***

miércoles 30 de octubre a las 18 30hs

---

**COMITÉ ACADÉMICO O CIENTÍFICO (indicar nombres y filiación institucional)**

---

**DESTINATARIXS Y REQUISITXS PARA LA PARTICIPACIÓN \***

Equipos de investigación, ayudantes y adscriptos de equipos de investigación

---

**RECURSOS SOLICITADOS A LA FCS \***

Aula en el edificio de la facultad (máximo 20 personas), cañon y sonido para la transmisión

---

**INDICAR SI CUENTA CON OTROS AVALES O RECURSOS Y EXPLICITAR CUÁLES SON \***

No

---

**DATOS RESPONSABLES EVENTO/PUBLICACIÓN**

**DATOS PERSONALES DEL/LA RESPONSABLE ACADÉMICO DE LA ACTIVIDAD (nombre, \*  
filiación institucional, Email y teléfono de contacto)**

Susana María Morales. Centro de Estudios Avanzados. susana.m.morales@unc.edu.ar, tel 3516331150

---

**DATOS PERSONALES DEL/LA RESPONSABLE OPERATIVO (nombre, filiación \*  
institucional, Email y teléfono de contacto). Puede ser el mismo responsable académico.**

Susana María Morales. Centro de Estudios Avanzados. susana.m.morales@unc.edu.ar, tel 3516331150

---

## INDICAR SI OTRAS INSTITUCIONES PARTICIPAN COMO ORGANIZADORAS \*

no

---

## TEXTO GACETILLA PARA COMUNICACIÓN (Debe consignar con claridad toda la información que requiere sea publicada en los canales institucionales de la FCS) \*

Encuesta Nacional de Consumos Culturales: cómo y para qué medir la cultura

Invitadas: Dra. Brenda Focás (UNSAM)

Lic. Valeria Bonomo (SINCA)

Fecha: 30 de octubre (18 30hs)

Organizan: Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía

Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea

Metodología de la Investigación Social I - Cuantitativa (Sociología y Ciencia Política)

El estudio del consumo cultural constituye un área estratégica para conocer cómo las transformaciones sociales y culturales contemporáneas ligadas a los procesos de globalización y los de digitalización transformaron las dinámicas de producción, acceso, circulación de:

“(…) hábitos, gustos, prácticas y rituales de consumo cultural y, junto a ello, cambiaron las sensibilidades, las experiencias y los mecanismos de distinción (Bourdieu, 1979) y diferenciación que anclaban algunas expresiones culturales a determinados patrones sociales (Peterson y Kern, 1996; DiMaggio, 1987; Lahire, 2004; Coulangeon y Duval, 2013). Se modificaron también las estructuras de producción cultural a partir de la tecnología y la desmaterialización de las formas de circulación de la cultura (Sapiro, 2009; Duval, 2016)” (Radakovich y Wortman, 2019, 12).

La tercera edición de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC) consolida una herramienta de investigación que permite generar información certera acerca de las prácticas y consumos culturales de la población de nuestro país. A cargo del Sistema de Información Cultural de la Argentina, las ediciones anteriores (2013 y 2017) mantuvieron la comparabilidad de los datos, al mismo tiempo que fueron incorporando nuevas variables para profundizar los análisis, indagando por ejemplo en el impacto del proceso permanente y acelerado de la digitalización al que asistimos en las sociedades contemporáneas.

En un contexto en el cual los procesos de digitalización y dataficación de la sociedad contribuyen a la privatización de los datos por parte de los grandes conglomerados empresariales ligados a las tecnologías de la comunicación y la información, generando nuevas desigualdades vinculadas al acceso a esa información, las estadísticas públicas multiplican su valor para quienes producen conocimiento sobre el tema, por su carácter estructurado y abierto.

A su vez, la construcción de indicadores culturales se enfrenta a una serie de desafíos teóricos y metodológicos que, a pesar del avance de ciertos consensos, aún están lejos de considerarse superados.

En este marco, nos proponemos presentar y discutir los datos principales de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2023), junto con la serie histórica (2013 - 2023). Junto con ello, en esta actividad esperamos presentar las novedades en torno cómo medir aspectos vinculados a la digitalización.

---