

**Agustín Mauro
Eugenio Mié Battán
Barbara Paez Sueldo
Juan Rocha**
(Eds.)

**Filosofía de la Ciencia por
Jóvenes Investigadores**
Vol. V

Filosofía de la Ciencia por Jóvenes Investigadores

Vol. 5

Agustín Mauro
Eugenio Mié Battán
Barbara Paez Sueldo
Juan Rocha

(Eds.)

Colecciones
del CIFYH 

Filosofía de la ciencia por jóvenes investigadores vol. V / Paulina Abaca... [et al.];
Editado por Agustín Mauro... [et al.]. - 1a ed. - Córdoba: Universidad Nacional de
Córdoba. Facultad de Filosofía y Humanidades, 2025.

Libro digital, PDF - (Colecciones del CIFFyH)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-33-1894-2

1. Epistemología. 2. Filosofía de la Ciencia. I. Abaca, Paulina II. Mauro, Agustín, ed.
CDD 120

Publicado por

Área de Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades - UNC

Córdoba - Argentina

1º Edición

● ●
Área de
Publicaciones

Diseño gráfico y diagramación: María Bella

Corrección técnica: Martina Schilling

2025



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Reconocimiento – Compartir Igual (by-sa)



El estudio de públicos culturales a través de la filosofía evolutiva de la ciencia

María Luz D'Amico*

Matías Daniel Giri‡

1. Introducción

Tras considerar los lineamientos y avances teóricos en materia de la denominada “Gestión Cultural”, nos vemos en la obligación de mencionar que académicos y estudiosos del tema la definen como “una disciplina en formación”. Dentro de este campo, un elemento clave para entender los mecanismos en el funcionamiento de las instituciones culturales y el desarrollo de las mismas es el Estudio de públicos. Para Paula Vergara (2017), dicha temática se encuentra en vías de desarrollo y además, en países de Latinoamérica, comenzó a abordarse más tardíamente. Como mencionamos antes, dentro del área de la Gestión Cultural se va tornando necesario situarse en el aspecto de los públicos. Por ejemplo, fue en 2017 que en el Teatro Nacional Cervantes de la Ciudad de Buenos Aires se creó un espacio pionero en la Gestión de públicos con el fin de frenar el decrecimiento del público que participaba de la programación teatral, para poder lograr un acercamiento y fidelizarlo (Pansera, 2022, p. 196).

Si bien no existe un acuerdo generalizado para afirmar que la Gestión Cultural tenga un matiz de ciencia, y mucho menos para la Gestión de públicos, podemos alejarnos de esa discusión al menos para este trabajo y suponer que sí lo son. Aceptando eso, podemos aprovechar el marco de la Filosofía evolutiva de la ciencia y de esta manera trazaremos el árbol evolutivo de la Gestión de públicos estableciendo como sus antecesores a las Ciencias de la gestión y a la Gestión Cultural en particular.

Para poder llevar a cabo esta tarea, primero presentaremos la Filosofía evolutiva de la ciencia. Una vez presentado el marco teórico que utilizaremos, pasaremos a hablar de cómo surgen las Ciencias de la gestión, poste-

* FFyL (UBA) / Contacto: m_luzd@hotmail.com

‡ CEFHIC (UNQ) / Contacto: matiasgiri@outlook.com

riormente la Gestión Cultural y finalizaremos con este área emergente de la Gestión de públicos.

2. La Filosofía evolutiva de la ciencia

Thomas Kuhn logró un éxito indiscutible con su libro *La Estructura de las Revoluciones Científicas* (1962). Ian Hacking (2012) afirmó que hacia 1987 Kuhn ya había vendido casi 650.000 copias y había aparecido en múltiples listas de “los mejores libros del Siglo”, como así también era de los autores más citados. No obstante, este *bestseller* ha sido objeto de múltiples críticas que lo llevaron a realizar grandes esfuerzos por refinar su posición filosófica y explicar el desarrollo científico (Giri y Giri, 2020). Tal es así que James Marcum (2015) afirma que Thomas Kuhn dejó de ver el cambio científico como revolucionario y lo veía como algo evolutivo.

Esta manera de ver el cambio científico realiza una analogía con la evolución biológica. Así como el resultado de la evolución de los seres vivos es la especialización, la de la evolución científica también lo es. Una especialidad se puede ramificar y formar dos especialidades o de la unión de dos especialidades se puede formar la tercera (Kuhn, 2000). A medida que avanza la especialización, especialmente cuando se encuentran fenómenos naturales que no pueden investigarse ni mapearse adecuadamente dentro de las categorías, términos y conceptos de una especialidad particular (Especialidad 1), surge una división que da origen a una nueva especialidad (Especialidad 2). Esta nueva especialidad evoluciona de manera independiente de la Especialidad 1.

A medida que el progreso científico continúa, surgen nuevas divisiones y emergen y evolucionan nuevas especialidades (Marcum, 2020). Un ejemplo concreto de esta visión del progreso científico lo podemos brindar a través del caso de la Biología. Existe la Biología clásica, la cual se refiere al estudio tradicional de los organismos, su estructura, función, evolución y comportamiento. Debido a una mayor especialización surgió la Biología molecular, que se centra en el estudio de los procesos biológicos a nivel molecular, especialmente en las interacciones entre macromoléculas como el ADN, el ARN y las proteínas. En un grado mayor de especialización a la Biología molecular, y sumando la teoría de sistemas, surge la Biología de sistemas, que busca comprender cómo las diferentes partes de un organismo interactúan y se integran para formar sistemas

biológicos complejos. Sin embargo, con estas especializaciones, no hay una revolución que desplace ni a la Biología molecular ni a la clásica, sino que las tres disciplinas siguen desarrollándose normalmente al mismo tiempo, es decir, coexisten.

3. Las Ciencias de la gestión

No es objeto de este trabajo reconstruir la historia evolutiva de las Ciencias de la gestión o el *management*, pero podríamos decir que su origen se sitúa en las Ciencias económicas. La gestión tiene una naturaleza curiosamente híbrida, siendo simultáneamente una práctica administrativa y una ciencia social. El historiador Alfred Chandler (1977) atribuye el surgimiento de esta disciplina a lo que él ha denominado “capitalismo gerencial”, que es la organización de los procesos de producción y distribución sobre la base de grandes empresas con múltiples unidades administradas por gerentes asalariados. El objetivo de esta área de estudios es administrar las vidas de las personas de acuerdo con objetivos económicos o políticos más amplios. Conceptos básicos como “eficiencia” y “tomar decisiones”, han proporcionado fundamentos para sus prácticas (Miller, 2003).

Las relaciones interpersonales han evolucionado como el *management* para adaptarse a sí mismas y a su entorno, que está en constante cambio, dando forma y reformando las organizaciones. Mientras las personas se involucren en actividades asiduas, estarán dispuestas a gestionar, es decir, organizar, dirigir y controlar actividades. Antes de que el *management* se convirtiera en un término conocido, las personas ya habían escrito sobre cómo hacer que las organizaciones fueran eficientes y efectivas. Algunas eminencias entre ellos fueron Niccolò Maquiavelo y Sun Tzu, clasificados bajo la escuela de pensamiento preclásica de la gestión (Agogbua, Anekwe y Abugbum, 2017, p. 67).

Hacia principios del siglo XX, el pensamiento gerencial había acumulado un legado tan enorme debido a una combinación exitosa y nueva de los logros en la gestión y otras ciencias, así como también al uso de herramientas de investigación ya existentes. Esto se logró gracias al esfuerzo y la iniciativa de los investigadores para enfrentar los nuevos desafíos en el *management*. La aparición de nuevas direcciones científicas en este campo, como los estudios históricos y de gerenciamiento, contribuyó al nivel

de madurez alcanzado por la gestión como ciencia y práctica (Marshev, 2005, p. 412).

El principio fundamental de la gerencia racional-científica es aumentar la eficiencia en la producción, aplicando el método científico, aumentando el beneficio tanto de los patrones como de los trabajadores, enfocándose tanto en el tipo de empresa y actividad económica, como en el tipo de sociedad en la cual ocurre el desarrollo. El origen de esta actividad científica lo podemos situar en los principios del siglo XX con pensadores como Henry Gantt, Frank Gillbreth, Harrington Emerson y Frederick Taylor (Dillanes Cisneros, 2022). Si bien estas personas eran ingenieros que tenían su foco de atención en la producción industrial, las Ciencias de la gestión siguieron desarrollándose abarcando nuevas preocupaciones con características diferentes a la producción de manufacturas. Estas nuevas preocupaciones requieren por lo tanto distintos objetos de estudio, métodos y fines. Uno de estos nuevos enfoques que requieren una especialización diferente a la de los ingenieros del siglo XX es la Gestión Cultural.

4. La definición de la Gestión Cultural

Probablemente, no podemos definir a la Gestión Cultural como una ciencia, ni se la pueda contemplar, al menos por el momento, dentro de un marco epistemológico propio, sino que es más bien fruto de un encargo social que profesionaliza a un número considerable de personas en respuesta a unas necesidades de una sociedad compleja. Esto le da una perspectiva pluridisciplinar muy importante que no podemos ignorar. Sin embargo, esta situación reclama que el propio sector realice las aproximaciones necesarias para la construcción de un marco teórico y conceptual de acuerdo con las necesidades propias de esta función.

En ese sentido, los escasos procesos de investigación y reflexión en el campo de la gestión cultural representan un aspecto negativo. Es posible afirmar, con cierta tristeza, que la edición de trabajos y reflexiones en este campo y la recopilación de datos que permitan estudiar con profundidad ciertos aspectos del sector cultural, no disponen de una suficiente consideración de acuerdo con lo que representa el sector en la actualidad (Martinell Sempere, 2001).

La Gestión Cultural se definiría entonces como el campo de estudio a partir del cual se proporciona una batería de medidas para la materialización de la política cultural en un territorio y período determinados, a través de instituciones públicas (Ministerios, Secretarías, Institutos, etc.). Existen diferentes modelos de gestión cultural: modelo centralizado, subsidiario y mixto. En la mayoría de los Estados Latinoamericanos, se aplica el modelo institucional francés (centralizado), que a diferencia de Estados Unidos y Gran Bretaña (subsidiario), propicia la injerencia del Estado de manera directa e inmediata en el diseño y la planificación de las políticas culturales.

Hoy en día (al menos en el año 2023) existe la Secretaría de Gestión Cultural, que se encuentra dentro del ámbito del Ministerio de Cultura de la Nación, así como también las Secretarías y Subsecretarías de las provincias en todo el territorio argentino. La misión de la Secretaría en Gestión Cultural en Argentina comprende una serie de políticas orientadas a promover la cultura nacional a través de actividades que la fomenten en todos los ámbitos: potenciar las redes de centros culturales, bibliotecas populares, entre otros espacios para reforzar la federalización de las prácticas culturales, el impulso de propuestas pedagógicas en pos del desarrollo de las comunidades, garantizar la circulación de saberes de manera igualitaria, articular la política cultural entre los niveles del gobierno nacional, provincial, municipal y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como también establecer políticas transversales para sostener la equidad en materia de diversidad sexual y de género, y fomentar la inclusión de los pueblos indígenas y afrodescendientes.

5. El abordaje multidisciplinar del Estudio de públicos

En estos últimos años, desde las instituciones gubernamentales en general se han ido desarrollando instrumentos de recolección y sistematización de información sobre todo de carácter cuantitativo para agregar datos y ofrecer un panorama general sobre consumos y prácticas culturales, pero se han llevado a cabo muy pocos estudios cualitativos. Cabe destacar que a partir de estos últimos se han obtenido datos más reveladores para la comprensión de fenómenos específicos en el campo de la cultura (Vergara, 2017, p. 23).

Podemos acceder a diversos estudios, bastante recientes, acerca de los ámbitos culturales y los públicos que participan de los mismos. Los enfoques respecto a la construcción de nuevos públicos pueden variar: “Algunos tienen que ver con la propia organización, como el carisma del director, el enfoque de la programación, la reputación de la organización” (Kotler y Scheff, 2004, p. 336). Luego, Raúl Algán y Brenda Berstein (2020), definen al público real como “el espectador que, tras atravesar un proceso de decisión, convierte la intención de compra en una transacción real para obtener su entrada y asistir al espectáculo” (p. 3). Ellos llaman a este público “tangible” y lo distinguen del público “objetivo”, que es conceptual y que se espera que haya sido interpelado por el hecho escénico. Van más allá al mencionar que si el público se encuentra con algo que colma sus expectativas, se convierte en un público que difunde el evento y busca multiplicar su experiencia positiva en otros espectadores, se lo denomina “apóstol”; y en cambio, si sucede todo lo contrario, se vuelve público “detractor”, que surge cuando no sale satisfecho de la función y por lo tanto no va a recomendar la misma. Luego, según esta clasificación, puede ocurrir que el espectador salga de la función y no tome acciones concretas ni a favor ni en contra.

Tenemos otra tipificación más de los públicos de la mano de Jaume Colomer (2011), quien reconoce al público “activo”, que es aquel entre cuyas prácticas culturales ir al teatro ya es una opción; por otro al público “latente”, que no asiste con regularidad porque tiene algún tipo de barrera cultural o económica pero que “exigen al menos una experiencia” y, por último, a un público “de demanda inexistente”, que “jamás se planteará, querrá o podrá asistir a un espectáculo”. Por su parte, Andrea Hanna (2017) identifica la existencia de tres tipos de públicos en función de su relación con las artes escénicas: público “habitual”, que puede ser especializado, recurrente u ocasional, “potencial”, el cual está vinculado con la oferta pero que, hasta el momento, no participa ni consume y el “no público”, aquel que se mantiene al margen de la oferta teatral (p. 68). A su vez, Carla Pinochet y Pedro Güell (2018) clasifican los públicos culturales en tres tipos: “educandos”, a los que se les brinda herramientas para acceder a bienes y experiencias desconocidas hasta entonces y que toma a los bienes simbólicos como vehículos privilegiados para la transmisión de valores; “clientes”, cuando la lógica del consumidor reemplaza a la del “educando” y aquí la pasividad que caracteriza a este último no se ve revertida, pues-

to que el cliente continúa siendo el receptor de una producción cultural externa, pero que ya no se recibe como regalo sino como adquisición; e “interlocutores”, donde se erige un espacio de mediación y participación ciudadana, apelando al público como “participante creativo” en tanto espacio de diálogo y encuentro (pp. 153-155).

Para destacar, además, existe otra clasificación de Cristian Antoine (2009), quien habla de las diferentes concepciones de la audiencia/público según distintas disciplinas actuales. Destaca que dentro de la Economía de la Cultura, se encuentran los “clientes”, a quienes define como “financiadores directos a través de la compra y la adquisición de bienes, productos y servicios culturales, adquirentes de productos y patrocinadores”; dentro de la Teoría del Arte, donde habla de “auditorio” y “espectadores”; en Marketing Cultural, en donde encuentra un receptor más o menos activo, “target” y en Gestión Cultural, donde define un destinatario de la acción cultural orientada por planes y políticas concebidas para satisfacer sus derechos culturales.

Dentro de los parámetros en relación a los estilos de vida y la posición social de los espectadores también fue creada otra delimitación por Jordi López Sintas y Ercilia García Álvarez (2002) basada principalmente en eso mismo, junto con los indicadores de clase y otras categorías, quienes distinguen entre públicos “esporádicos”, “populares”, “snobs” y “omnívoros”. Los primeros sólo acuden de forma puntual a eventos, mientras que los segundos muestran una pauta de consumo más o menos regular consistente en la asistencia a espectáculos populares. En cuanto a los “snobs”, ellos asisten únicamente a eventos de “alta cultura”: música clásica, ópera, ballet, entre otros. Por último, los llamados “omnívoros” muestran una gran avidez por consumir una gran variedad de géneros y formatos, tanto populares como cultivados (Colomer y Garrido, 2010, p. 129).

La cantidad de variables que puede dar origen a una clasificación de todas maneras puede resultar también muy grande y dar lugar a muy diferentes segmentaciones: frecuencia de asistencia, instrucción, edad, actitud hacia las artes escénicas, motivos de asistencia, valoración de la cultura, rango asociado a las experiencias culturales, posibilidad de alcance de la entidad, geografía, contenidos consumidos, etc. Es de suma importancia poder conocer y discriminar los tipos de público para diseñar las estrategias adecuadas en función de sus características. En este sentido, “un instrumento fundamental en el conocimiento de la demanda es la seg-

mentación de públicos” (Colomer y Garrido, 2010, p.128). Segmentar un mercado es agrupar los consumidores en conjuntos que tienen un perfil de consumo similar y diferenciado del resto, perfil que puede hacer referencia tanto a los rasgos sociodemográficos y los estilos de vida como a los valores, intereses y gustos escénicos.

A través de esta breve explicación, lo que pretendemos mostrar es que los Estudios de públicos son una disciplina que todavía se está forjando, y en términos kuhnianos, claramente estaría en una etapa preparadigmática. No obstante, la necesidad tanto del mercado como del Estado requieren un nivel de especialización y un estatus mayor de las disciplinas. Existen esfuerzos para “cientifizar” el ámbito de la Gestión Cultural. Un ejemplo concreto es el Congreso Argentino de Gestión Cultural que se llevó a cabo por primera vez en 2022 en la Universidad Nacional de Avellaneda. Si la disciplina se sigue desarrollando, se podrían ramificar y desarrollar los Estudios de públicos. No obstante, se presentan aún grandes dificultades para la investigación de estos campos debido a que no se trata de un área del conocimiento reconocida por el CONICET para postulaciones a becas o a la carrera científica.

6. Conclusión

Si bien la Gestión Cultural no es oficialmente reconocida como una ciencia, como sí lo es particularmente el management, todo indicaría que en algún momento no muy lejano lograría ese reconocimiento. La necesidad también indica que se va a requerir una especialización mayor para los Estudios de públicos. A través de la filosofía evolutiva de la ciencia podemos explicar que a partir de las Ciencias de la gestión, surge una nueva especialización que es la Gestión Cultural. A partir de esta última, comienza una nueva especialización en públicos, que requerirá el manejo de algunos conocimientos particulares.

Referencias

Agogbua, S. N., Anekwe, E. A., y Abugbum, H. (2017). Evolution of Management Thought: A Continuous or Discontinuous Process. *European Journal of Business and Management*, 9(35), 67–75.



<https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/40337/41483>

Chandler, A. D. (1977). *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. Harvard University Press.

Colomer, J., y Garrido, A. (2010). *Los públicos de las artes escénicas*. Publicación de La Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública. Recuperado de: <https://www.redescena.net/descargas/proyectos/documentofinalescenium.pdf>

Dillanes Cisneros, M. E. (2022). Historia del management. La gerencia racional científica: en busca de la eficiencia. *Revista Gestión y Estrategia*, (6), 98–107. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/1994N06/Dillanes>

Giri, L., y Giri, M. (2020). Recuperando un programa kuhniano en historia de la ciencia. *Cuadernos de Filosofía*, (38), 75–98. <https://doi.org/10.29393/CF38-3LMRP20003>

Hacking, I. (2012). Introductory Essay. En T. Kuhn, *The Structure of Scientific Revolutions: 50th Anniversary Edition* (pp. 6–63). University of Chicago Press.

Hanna, A. (2017). *Análisis de las políticas públicas vinculadas a la formación de públicos*. [Tesis de maestría]. Universidad de Buenos Aires. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/econ/collection/tpos/document/1502-1080_HannaAH

Kuhn, T. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica. (Trabajo publicado originalmente en 1962)

Kuhn, T. (2000). *The road since 'Structure': Philosophical essays, 1970-1993, with an autobiographical interview*. University of Chicago Press.

- Marcum, J. A. (2015). *Thomas Kuhn's revolutions: A historical and an evolutionary philosophy of science?* Bloomsbury Publishing.
- Marcum, J. (2020). Las filosofías de la ciencia de Thomas Kuhn: del ciclo revolucionario al árbol evolutivo. *Cuadernos De Filosofía*, (38), 19–39. <https://doi.org/10.29393/CF38-1JMF10001>
- Marshev, V. I. (2005). *History of Management Thought: Genesis and Development from Ancient Origins to the Present Day*. (O. Geraschenko, Trad.). Moscow State University, Faculty of Economics.
- Martinell Sempere, A. (2001). *La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro*. Cátedra UNESCO de Políticas Culturales y Cooperación. Recuperado de: <http://www.cidadeimaginaria.org/gc/GCprofut.pdf>
- Miller, P. (2003). Management and Accounting. En D.C., Lindberg, R.L., Numbers, R. Porter (Eds.), *The Cambridge history of science* (pp. 553–564). Cambridge University Press.
- Pansera, A. (2022). El desafío de la diversificación de los públicos teatrales. El Teatro Nacional Cervantes entre 2006 y 2019. *Revista de Estudios Sociales Contemporáneos*, 26, 192–213. <https://doi.org/10.48162/rev.48.032>
- Pinochet, C. y Güell, P. (2018). Visitantes, audiencias, públicos. Apuntes para un estudio desde las prácticas culturales. *Atenea*, 518, 151–166. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622018000200151>
- Vergara, P. (2017). Los estudios de públicos en América Latina. *Conectando audiencias*, 11(17), 19–27. https://www.academia.edu/68553800/Conectando_Audiencias