

Los públicos, un sistema de categorías en construcción

Sabrina Cassini

Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina

sabrucassini@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-7190-8805>

Recibido: 20 de julio de 2025

Aceptado: 25 de octubre de 2025

Identificadores permanentes

ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/puya1p3im>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2025.10575>

Resumen:

Este artículo propone un marco teórico-práctico para repensar los públicos culturales desde una perspectiva situada, relacional y latinoamericana. A partir del cruce entre la sociología de la cultura, la gestión cultural y la experiencia territorial, presento un sistema de categorías que permite observar, nombrar y analizar la diversidad de vínculos que emergen en las prácticas de participación cultural contemporánea. El texto articula esos enfoques con aprendizajes contruidos en circuitos institucionales, comunitarios e independientes.

Este sistema se plantea como una herramienta abierta para intervenir en el campo de los públicos, considerando trayectorias y formas afectivas del lazo



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

cultural. El objetivo es orientar el trabajo con públicos desde la gestión, la investigación y la mediación: ¿cómo se construyen los vínculos? ¿Qué condiciones hacen posible una experiencia significativa? ¿Qué formas de relación sostenemos desde nuestras prácticas?

Este sistema de categorías funciona como una herramienta conceptual y metodológica al servicio de quienes trabajan con públicos culturales, con el deseo de contribuir a políticas culturales y prácticas más inclusivas, hospitalarias y transformadoras, donde los públicos se reconozcan como sujetos capaces de emocionarse, decidir y participar.¹

Palabras clave: públicos culturales, gestión cultural, participación cultural, mediación cultural, vínculos simbólicos, comunidades culturales

Abstract:

This article proposes a theoretical-practical framework to rethink cultural audiences from a situated, relational, and Latin American perspective. Drawing on the intersection of cultural sociology, cultural management, and territorial experience, I present an open-ended system of categories that enables the observation, naming, and analysis of the diverse bonds that emerge in contemporary cultural participation practices. The text weaves together these approaches with insights developed in institutional, community-based, and independent circuits.

Rather than offering a fixed taxonomy, this system is conceived as an open tool to engage with the field of cultural audiences, taking into account social trajectories, symbolic inequalities, and affective bonds. Its purpose is to guide

¹ Este artículo forma parte del trabajo de investigación desarrollado en el marco de mi tesis doctoral aún no publicada.

audience-related work through management, research, and mediation by asking: How are cultural relationships built? What conditions enable meaningful experiences? What forms of connection do our practices sustain?

This system of categories is offered as a conceptual and methodological resource for those working with cultural audiences, with the aim of contributing to more inclusive, hospitable, and transformative cultural policies and practices, where audiences are recognized as subjects capable of feeling, deciding, and participating.

Keywords: cultural audiences, cultural management, cultural participation, cultural mediation, symbolic bonds, cultural communities

1. Los públicos como problema situado²

¿Cómo pensamos a “los públicos”? ¿Y a quiénes imaginamos cuando diseñamos una propuesta o política cultural? ¿Cuándo aparece la pregunta por quiénes van a participar? Pensar a los públicos permite revisar cómo los nombramos, desde dónde los miramos y qué lugar ocupan en nuestras decisiones. Cada gestión, incluso sin explicitarlo, produce una idea de público, la convoca, la delimita y la proyecta.

² Nota de la autora sobre accesibilidad: El uso de negritas y cursivas desfavorece la lectura de personas con baja visión y la navegación mediante lectores de pantalla, ya que estas marcas de énfasis no siempre son interpretadas de manera clara por tecnologías asistivas y pueden generar confusión o invisibilidad del contenido destacado (Boia, 2023; Siteimprove, 2023). El empleo extensivo de cursivas también dificulta la lectura de personas con dislexia o neurodivergencias, por el hecho de que incrementa la carga cognitiva (Steenhout, 2023). Por esa razón, este documento utiliza letra Arial tamaño 12, interlineado 1,5, y emplea comillas para distinguir títulos, voces en lengua extranjera y otros elementos en lugar de cursivas, con el objetivo de mejorar la accesibilidad y la legibilidad.

Nota del Comité Editorial de la Revista Avatares de la Comunicación y la Cultura: Este artículo sale publicado con un formato distinto al del resto de los trabajos, tomando la propuesta de la autora, a quien agradecemos el aporte, ya que nos impulsa a incorporar cambios futuros en la diagramación y puesta en página de los artículos.

Nombrar a los públicos implica adoptar una perspectiva, delimitar una relación y proyectar un modo de encuentro. Esa elección configura el sentido de las propuestas culturales, orienta las formas de mediación y marca las condiciones de participación. Pensar a los públicos desde la gestión cultural requiere revisar las imágenes que se construyen sobre ellos, las relaciones que se busca establecer y las posibilidades de apropiación cultural que se abren en cada experiencia.

En los últimos quince años, el lugar de los públicos fue tomando cada vez más relevancia en el campo cultural latinoamericano, tanto en los diagnósticos como en los espacios de formación y reflexión. En muchos casos, pasaron a ocupar un rol central a la hora de pensar las políticas, los proyectos y las prácticas culturales. Aunque aún de manera incipiente y heterogénea, se empieza a estudiar, nombrar y planificar con y para los públicos. Sin embargo, muchos discursos que adoptan esa retórica reproducen una mirada funcional, que los reduce a indicadores de éxito, objetivos de captación o segmentos de mercado. Frente a esa lógica, resulta necesario recuperar la densidad del vínculo y revisar cómo se construye esa relación, con qué herramientas conceptuales y materialidad simbólica.

Desde esa necesidad de revisar el vínculo, este artículo se inscribe en una práctica de escritura situada³, articulada desde una trayectoria combinada en la sociología y la gestión cultural. Retomo aquí la noción de conocimiento situado propuesta por Donna Haraway (1988), entendida como posicionamiento ético y estrategia epistemológica que reconoce la parcialidad y la inscripción corporal del saber. Esta perspectiva se sostiene en un posicionamiento situado, en diálogo con mi recorrido como trabajadora cultural, docente e investigadora. Se

³ La escritura situada se enmarca en la perspectiva epistemológica del conocimiento situado (Haraway, 1988), que propone pensar todo saber como parcial, encarnado y posicionado. En el campo de las ciencias sociales y los estudios culturales, esta noción permite reconocer la implicación de quien investiga como condición productiva para la construcción del conocimiento.

nutre de participación en espacios culturales independientes, estudios de públicos de las artes escénicas, experiencias de formación en gestión cultural y participación activa en redes latinoamericanas y políticas públicas.

Desde ese recorrido, planteo una reflexión que se nutre de la experiencia, no para universalizarla, sino para ponerla en juego como herramienta situada de comprensión y acción. En ese marco, las categorías que presento surgen del trabajo sostenido con equipos, públicos y territorios diversos. Esta perspectiva metodológica permite observar la gestión cultural como una práctica territorial, anclada en decisiones, vínculos y modos de hacer.

El texto propone una revisión conceptual acompañada por un sistema de categorías en construcción, pensado para abordar a los públicos como una dimensión central de la gestión cultural contemporánea, integrándolos desde el diseño hasta el sostenimiento de cada propuesta.

2. Hacia una mirada situada sobre los públicos

Durante gran parte del siglo XX y los primeros años del XXI, en gran parte de América Latina, los públicos ocuparon un lugar secundario en las políticas culturales. La gestión se organizaba desde una lógica de oferta, anclada en la circulación de bienes considerados legítimos, que suponía que el acceso a la cultura se produciría como consecuencia natural de la programación institucional. Este paradigma, heredero del modelo eurocéntrico de “democratización cultural”, concebía al público como un destinatario pasivo, al que debía llevarse la cultura para garantizar su acceso, sin problematizar los modos de participación (Bayardo, 2010; Bolán, 2015; Peters, 2006).

El modelo priorizaba el objeto cultural antes que el vínculo, desatendiendo las desigualdades estructurales, territoriales y simbólicas que condicionan la participación. Este enfoque no reconocía al público como sujeto situado, sino

como una masa abstracta a la que debía educarse, captar o fidelizar. En coherencia con esa lógica, la gestión pública se enfocaba en la programación, la infraestructura y la difusión.

Con el paso del tiempo, en muchos países de la región se produjo un viraje hacia perspectivas que reconocen el derecho a la cultura como derecho humano fundamental. Tal como plantea el Comentario General N° 21 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU (CDESC, 2009), el acceso, la participación y la contribución a la vida cultural forman parte del núcleo esencial de los derechos culturales, que deben ser garantizados por los Estados y respetados institucionalmente.

Este giro de paradigma también está vinculado a una transformación en la forma de comprender la cultura. La definición ampliada propuesta por la UNESCO en la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales (UNESCO, 1982), que incluye valores, lenguajes y formas de organización, permitió desplazar la mirada desde las artes legitimadas hacia una concepción más amplia y situada de lo cultural. En esa dirección, pensar los públicos implica revisar también qué idea de cultura se pone en juego y qué marcos se utilizan para interpretar las prácticas culturales.

Para profundizar este análisis, resulta clave distinguir dos enfoques que coexisten en América Latina: el paradigma de la democratización cultural, centrado en ampliar la infraestructura, descentralizar la oferta y garantizar la circulación de bienes culturales; y el de la democracia cultural, que reconoce la legitimidad de todas las expresiones y promueve el derecho de las personas a crear, gestionar y participar activamente en la vida cultural (Bayardo, 2010; UNESCO, 2022).

En términos generales, el primer paradigma tiende a medir los públicos por su asistencia, mientras que el segundo reconoce su capacidad de generar sentido

y su derecho a decidir qué cultura desea habitar. En la práctica institucional, estos no se presentan de forma pura, más bien se entrelazan, se tensan y se reformulan. Muchas instituciones combinan enfoques, oscilan entre unas políticas centradas en la oferta y otras más participativas, mientras resignifican sus herramientas para pensar el vínculo. Pensar en los públicos, desde esta perspectiva, implica también revisar las bases políticas de la gestión cultural.

Esta transformación en el modo de concebir a los públicos como sujetos activos, diversos y situados se refleja en múltiples experiencias de gestión pública, independiente y comunitaria, que despliegan prácticas orientadas a construir vínculos, reconocer trayectorias culturales y garantizar condiciones de participación.

En ese marco, en México, Ana Rosas Mantecón (2007) propuso categorías fundamentales para analizar la recepción cultural desde una perspectiva crítica. Entre sus contribuciones, introdujo el concepto de barreras simbólicas, que muestra cómo ciertos formatos, lenguajes y formas de legitimación pueden producir experiencias de exclusión. A partir de estudios sobre públicos de museos en contextos urbanos, su enfoque amplió la noción de acceso cultural al integrar dimensiones simbólicas, identitarias y vinculares, desplazando la mirada desde los déficits del público hacia las condiciones institucionales del vínculo.

Por su parte, en Chile, Javier Ibacache (2014, 2017) desarrolló un enfoque integral para el trabajo con públicos, anclado en una concepción territorial y situada de la gestión cultural. A lo largo de su recorrido, articuló estrategias de programación, formación y mediación en experiencias que priorizaron el vínculo con las comunidades, la participación activa y la planificación contextualizada. Desde esta perspectiva, el desarrollo de audiencias se piensa como relación sostenida y construcción colectiva de sentido. Entre sus aportes metodológicos, se destaca una herramienta de análisis que cruza las variables de capital

cultural y el nivel de interés frente a una propuesta artístico-cultural. Esta matriz permite identificar distintos niveles de proximidad o distancia con una experiencia, y orientar decisiones de programación, comunicación y mediación. Su propuesta habilita formas concretas de leer a los públicos desde sus trayectorias, intereses y condiciones simbólicas, y amplía las posibilidades de intervención en la gestión cultural.

Desde España, Jaume Colomer (2013) aportó una base conceptual relevante para pensar el vínculo entre las artes escénicas y sus públicos. Su enfoque articula programación, mediación y comunicación en diálogo con entornos digitales, y propone comprender sus intereses, trayectorias y condiciones de permanencia en los circuitos culturales. A partir de una noción relacional, contextual y multisensorial de la experiencia, integra el vínculo con el público al proceso creativo como dimensión constitutiva del hecho artístico, y no como etapa de difusión (Colomer, 2013, 2023). Estos aportes dialogan con experiencias latinoamericanas que resignifican estas herramientas desde marcos pedagógicos, territoriales y comunitarios.

Por su parte, el campo de los museos y el patrimonio ha producido aportes clave para pensar los públicos. En Argentina, Cristina Bruno (2011) analizó prácticas y representaciones sociales en museos desde una perspectiva crítica y reconoció a los visitantes como sujetos activos con trayectorias culturales diversas. En Brasil, María de Lourdes Parreiras Horta (1993) propuso una mirada educativa que integró comunicación, accesibilidad y derecho a la cultura, anticipando debates centrales en el campo de la mediación. A nivel institucional, el Museo Nacional de Colombia elaboró un enfoque dialógico centrado en la relación con comunidades diversas y en la dimensión social y política de toda acción museística (Museo Nacional de Colombia, 2017).

Aunque muchas de las experiencias reunidas en este artículo se vinculan a las artes escénicas, su perspectiva se nutre también de aportes provenientes de

museos, patrimonio, música y otras disciplinas. Estos enfoques amplían la mirada sobre los públicos y comparten una preocupación común por el acceso, la participación y el reconocimiento de los recorridos culturales. La diversidad de experiencias, contextos y lenguajes fortalece una concepción transversal del trabajo con públicos, anclada en la relacionalidad y el derecho a participar activamente de la vida cultural.

En esa línea, autoras como Paula Vergara reconocen un giro paradigmático en la manera de concebir el trabajo con los públicos. Tal como plantea Vergara (2019), comienza a consolidarse un enfoque latinoamericano que se diferencia del modelo anglosajón de “audience development”. Mientras éste prioriza la fidelización, la segmentación o el rendimiento, el enfoque regional se apoya en la pedagogía crítica, la mediación y los derechos culturales como horizonte ético y político. Esta distinción revela sentidos en disputa sobre la gestión cultural y el lugar que se le otorga a la ciudadanía.

En este escenario, la creación de redes como la Red Latinoamericana para el Desarrollo de Públicos (REDLAP)⁴, de la cual formo parte desde su fundación, representa una estrategia clave para articular estas miradas en clave regional. REDLAP reúne profesionales de distintos países que trabajan con públicos culturales desde enfoques situados y comprometidos. Frente a la estandarización digital y la lógica de mercado, esta articulación fortalece la construcción de marcos comunes y promueve una conversación colectiva sobre políticas culturales desde el sur, con los públicos como sujetos de derecho y co-creadores de lo común.

3. Públicos, trayectorias y vínculos

⁴ REDLAP es la Red Latinoamericana para el Desarrollo de Públicos, creada en 2022 por investigadoras, gestoras y docentes de América Latina. Su objetivo es fortalecer el campo del desarrollo de públicos mediante el intercambio de experiencias, el trabajo colaborativo y la construcción de perspectivas situadas en diálogo entre territorios.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

Desde esta mirada, trabajar con públicos implica una dimensión política que organiza relaciones de poder, modos de participación y formas de reconocimiento. Reconocer quiénes son, desde donde se vinculan con las propuestas culturales y qué los convoca permite salir de segmentaciones funcionales y enfocarse en trayectorias, saberes y modos de habitar la cultura. Pensar a los públicos como sujetos sociales implica dejar de lado categorías universales para atender a recorridos diversos y vínculos cargados de densidad social. Cada experiencia cultural convoca a personas con historias acumuladas, cuerpos atravesados por códigos heredados recorridos sociales y aprendizajes afectivos.

Desde la sociología de la cultura, Pierre Bourdieu (2013) propuso una mirada estructural y relacional del gusto, basada en el concepto de “habitus” como matriz de disposiciones socialmente configuradas. Estas condensan condiciones materiales y aprendizajes históricos y formas de percepción jerarquizadas. El gusto funciona como forma de distinción social, que se configura desde la infancia, en el entorno familiar, y se refuerza en la escuela y en los circuitos de sociabilidad. La acumulación de capital cultural, objetivado, institucionalizado e incorporado, modela los modos de acceso, lectura y valoración de las obras, los espacios y los lenguajes. La sala de teatro, el museo o un concierto no son territorios neutros, sino escenarios donde se activa un orden simbólico que habilita o incomoda.

La distribución desigual del capital cultural atraviesa cada experiencia. Un concierto puede ofrecer una entrada a bajo costo o incluso sin cargo, y, sin embargo, resultar simbólicamente distante. Una obra de teatro puede incorporar medidas de accesibilidad como subtítulos o lengua de señas, y aun así permanecer ajena para quienes no reconocen en ella un marco cultural compartido. Por eso, trabajar con públicos requiere leer críticamente

desigualdades, reconociendo que la participación va más allá de las cifras de asistencia.

Si bien Bourdieu analizó el gusto como una expresión de distinción, investigaciones posteriores señalaron transformaciones en las formas de legitimación simbólica. Richard Peterson (1992) propuso la figura del consumidor omnívoro⁵ que expresa una nueva forma de estructuración del gusto, basada en la diversidad de preferencias. Esta modalidad no elimina jerarquías, pero superpone nuevas formas de legitimación, sin desplazar del todo distinciones clásicas. El gusto ya no se organiza solo desde la lógica que vincula prestigio y alta cultura, sino también desde la versatilidad y la simultaneidad de lenguajes.

Aunque el modelo del consumidor omnívoro formulado por Peterson surge de estudios sobre las clases altas en Estados Unidos, algunos de sus elementos pueden observarse también en circuitos culturales urbanos de América Latina, especialmente en sectores medios y profesionalizados, transitan entre lo institucional y lo autogestivo. En estos espacios, la amplitud del repertorio no necesariamente indica mayor acceso, sino una socialización estética múltiple que articula trayectorias escolares, consumos digitales y prácticas culturales territoriales. Como plantea García Canclini (2007)⁶, los públicos actuales se configuran en una trama de desplazamientos entre lógicas tradicionales y nuevas formas de apropiación, lo que habilita repertorios híbridos y prácticas

⁵ Richard Peterson (1992) formuló el concepto de "omnivorousness" a partir de estudios sobre los gustos musicales en sectores de clase alta en los Estados Unidos. Esta figura dio lugar a múltiples debates sobre las nuevas formas de distinción cultural en contextos contemporáneos.

⁶ Néstor García Canclini (2007) analizó los procesos de reconfiguración del consumo cultural en América Latina a partir de la expansión digital, la hibridez de prácticas y la coexistencia de repertorios tradicionales y nuevos.

de consumo intersticiales⁷. Esta hibridez no elimina las jerarquías, pero complejiza los esquemas clásicos de distinción social.

En la escena cultural independiente y comunitaria de ciudades como Buenos Aires, Córdoba o Rosario (Argentina), es frecuente encontrar públicos que alternan entre una obra de teatro experimental, un festival barrial y una serie en plataformas digitales. Estos públicos omnívoros no siempre responden a lógicas de prestigio, sino que se configuran a partir de la cercanía afectiva, el compromiso o la pertenencia a redes culturales. Tal como señala Benzecry (2011), el gusto se convierte en una práctica relacional, donde la reiteración, el apego y la participación construyen comunidad. En este marco, la figura del omnívoro cultural adquiere una dimensión situada, que se define por vínculos concretos, territorios simbólicos y recorridos de participación sostenida.

Ya en 1980, Alvin Toffler (1980) introdujo el concepto de “prosumidor” para describir a quienes combinan consumo y producción cultural. Néstor García Canclini (2007) retoma esta figura para pensar a los públicos como sujetos activos que producen y circulan contenidos. Desde esta perspectiva, el sentido se construye colectivamente, en red, a través de intercambios y apropiaciones.

Boris Groys (2014) aporta otra dimensión clave al proponer la figura del “espectador curador”. En un entorno saturado de estímulos visuales, seleccionar, jerarquizar y compartir implica un gesto de producción simbólica. Recomendar una imagen o una obra es también construir relato, activar visibilidad. Esta forma de intervención resignifica el rol de quienes programan, gestionan o median experiencias culturales, la tarea consiste en activar relevancia, convocar afectividad y disputar sentidos. Esta lógica se expresa de manera cotidiana en redes sociales y plataformas digitales, donde las

⁷ El término “consumo intersticial” hace referencia a prácticas culturales que ocurren en los márgenes de las categorías institucionalizadas, articulando espacios de producción y recepción híbridos, muchas veces fuera de los circuitos convencionales.

recomendaciones circulan entre contactos, grupos o historias efímeras. El teléfono móvil conectado a Internet se convierte en herramienta de programación compartida, donde un mensaje, una captura o un audio pueden activar una salida cultural o proyectar una próxima asistencia. La figura del espectador curador adquiere así una dimensión situada, marcada por el lazo social y la confianza. Lo que se comparte no es solo contenido, sino el deseo de estar juntos.

En este recorrido retomo la noción de comunidades culturales (Cassini, 2019, 2021, 2022) como entramados de personas, proyectos y territorios que comparten experiencias desde una implicación sostenida. A diferencia de las miradas que conciben al público como una suma de asistentes individuales, las comunidades culturales se conforman en torno a vínculos afectivos, identidades compartidas y formas de pertenencia que atraviesan el disfrute y la participación. Clubes de espectadores, festivales colaborativos y espacios culturales autogestivos como teatros o centros culturales son algunos de los dispositivos que habilitan estas prácticas, donde lo colectivo se construye a partir de trayectorias comunes, relaciones de cuidado y sensibilidad compartida.

Estos vínculos exceden la lógica del consumo para comprometerse y compartir afectividad, memoria y cuidado. En estos contextos, la experiencia cultural se vuelve ritual, a través de prácticas formales y espontáneas, los participantes construyen sentido colectivo y habilitan reconocimiento mutuo como parte de una comunidad.

En esta dirección, Benzecry (2011) complementa esta mirada con la noción de apego estético, que funciona como conocimiento situado y capital relacional. Esa dimensión afectiva permite sostener los proyectos más allá de la lógica de la oferta o la convocatoria esporádica.

Pensar a los públicos desde esta densidad relacional permite reconocer que toda propuesta cultural proyecta una imagen implícita de quiénes podría alojar. Cada programación, política cultural o curaduría expresa proyecta una idea de quiénes pueden habitarla, que saberes se valoran y que relaciones se habilitan. Trabajar con públicos implica formas de estar juntos que habiliten pertenencia y reconocimiento mutuo. En esa apuesta, la pregunta por los públicos se entrelaza con otra más amplia: qué mundo simbólico que queremos construir y compartir.

4. Sistema de categorías en construcción

1. Nombrar es intervenir

Nombrar organiza la experiencia, direcciona la mirada y habilita ciertas formas de estar con otros. Este apartado presenta un sistema de categorías en construcción, que no busca fijar definiciones, sino ofrecer herramientas para pensar el trabajo con públicos desde una mirada situada.

Estas distinciones no funcionan como un recorte excluyente ni como una legitimación de una forma única de nombrar. Se presentan como una invitación a debatir y a nombrar con conciencia y reconocer la diversidad de trayectorias y presencias.

Dese este enfoque, el sistema nace desde la práctica y se alimenta del intercambio. Toma forma en las experiencias de gestión, en las tensiones cotidianas y en las conversaciones compartidas. Algunas palabras faltan, otras tal vez deban ser reformuladas. Lo importante no es cerrar un glosario, sino habilitar un lenguaje que reconozca la diversidad de vínculos, las formas múltiples de presencia y las experiencias aún sin nombre.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

Cada público se define en relación con una propuesta específica. No hay públicos en abstracto, sino formas de vinculación que se configuran según el contexto, la oferta, las condiciones de acceso y los marcos simbólicos que cada propuesta activa. Lo que varía no es solo el sujeto, sino también el modo de invitación, el tipo de experiencia y el sentido que construye.

Visitantes, espectadores, lectores, públicos, audiencias, usuarios, ciudadanos, participantes. Cada palabra expresa una concepción del vínculo y proyecta una expectativa sobre el rol de quienes participan. Nombrar es también intervenir en la disputa por lo común, por el derecho de habitar lo público y por el lugar simbólico que se le otorga a cada persona en la experiencia cultural.

En este recorrido distingo dos dimensiones que a menudo se superponen: la gestión y el desarrollo de públicos. La gestión parte de un vínculo ya existente, aunque sea incipiente, y se orienta a organizar y cuidar esa relación. Pregunta cómo lograr que alguien regrese, como hacer que la experiencia resulte accesible, significativa, hospitalaria. Para ello, es necesario tomar decisiones estratégicas sobre la programación, la comunicación, la mediación artística, la atención y el cuidado.

El desarrollo de públicos, en cambio, proyecta una mirada hacia quienes aún no llegaron. Implica imaginar nuevos escenarios de participación, escuchar lo aún no dicho y construir accesos donde antes hubo barreras. No se trata solo de aumentar cifras, sino de ensayar vínculos posibles. La formación, la mediación, el trabajo territorial y las alianzas con organizaciones sociales y comunidades son fundamentales en este camino que requiere atención a las desigualdades simbólicas y compromiso con el derecho a participar de la vida cultural.

2. Nombrar para vincular



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

Las palabras con las que se nombra a los públicos no son meras etiquetas. Cada término expresa una expectativa, una escena posible y una forma de participación. Detenerse en esos matices permite imaginar estrategias más conscientes de la diversidad de trayectorias y sentidos que se ponen en juego en cada encuentro.

Público / Públicos

La distinción entre “público” en singular y “públicos” en plural permite observar distintas formas de vinculación. El uso en singular remite a quienes participan de una experiencia concreta en tiempo y espacio compartido. Quienes asisten a una función, un concierto, una exposición o una lectura. En este marco, la copresencia es constitutiva. Como plantea Dubatti (2007), el convivio es la base filosófica del hecho escénico: una relación presencial, corporal y simbólica entre artistas y espectadores que diferencia al teatro de otros dispositivos mediáticos. Esa centralidad de la copresencia trasciende al teatro y se hace visible en toda práctica artística que necesita del convivio para existir como experiencia cultural compartida.

Nombrar en plural, en cambio, habilita una mirada proyectiva. Permite reconocer trayectorias culturales diversas, intereses, accesos y condiciones de participación. El plural incorpora tanto a quienes ya están como a quienes aún no se han vinculado, reconociendo públicos latentes, intermitentes, digitales o potenciales. Toda propuesta cultural convoca desde ciertos supuestos. Esos vínculos pueden fortalecerse, expandirse o transformarse.

Pensar en singular y en plural no implica una oposición, sino niveles de análisis complementarios para comprender las experiencias presentes y los vínculos por construir.

Audiencia

El término audiencia se usa con frecuencia en el campo de las industrias culturales y mediáticas. Refiere a quienes miran, escuchan o leen contenidos culturales a través de dispositivos tecnológicos, ya sea en tiempo real o diferido. A diferencia del público presencial, las audiencias no comparten tiempo y espacio.

Su experiencia está mediada por tecnologías de acceso, plataformas de distribución y lógicas algorítmicas que jerarquizan lo visible y moldean recorridos segmentados. Como plantea García Canclini (2019), las plataformas no interpelan como ciudadanos, sino como perfiles de consumo.

Ver una película en casa, escuchar música mientras se viaja, seguir una serie desde el teléfono celular o leer un libro son formas extendidas de participación que no presuponen la copresencia, pero sí pueden generar identificación, reconocimiento y continuidad. Pensar a las audiencias implica revisar cómo circulan los contenidos, qué vínculos habilitan y qué espacios de diálogo proyectan.

Públicos virtuales

Los públicos virtuales participan desde otros contextos, sin compartir un espacio físico con quienes producen la experiencia. Se vinculan a través de plataformas digitales, redes sociales o entornos virtuales que habilitan distintas formas de presencia.

A diferencia de las audiencias, que pueden tener una relación más fragmentada, los públicos virtuales habitan propuestas abiertas a la implicación, con experiencias de copresencia mediada. Talleres o clases “online”, funciones

transmitidas en vivo, son escenarios donde el vínculo adquiere densidad simbólica.

La categoría muestra que lo virtual reconfigura el encuentro, pero lo transforma. Allí donde hay conversación o retroalimentación, lo digital habilita vínculos significativos.

Espectador

En el campo cultural, se utiliza espectador para nombrar a quienes se vinculan con una propuesta artística desde la observación. Aunque suele pensarse como una figura pasiva, autores como Jacques Rancière (2008) lo entienden como alguien que interpreta, conecta y transforma. Más que observar, el espectador articula memorias, establece conexiones y proyecta horizontes de sentido que resignifican la experiencia cultural.

Otras figuras del vínculo artístico cultural

Además de las categorías centrales, algunos términos habituales expresan modos específicos de relación. Palabras como participante, usuario, asistente o visitante no son equivalentes, cada una nombra y configura una experiencia distinta.

Participante alude a una implicación activa. Suele emplearse en proyectos que promueven la interacción, el intercambio o la creación colectiva. Expresa agencia, continuidad y reciprocidad.

Usuario se usa sobre todo en ámbitos institucionales o digitales, vinculado al acceso a servicios. Puede reducir el vínculo a una funcionalidad, aunque también expresa autonomía.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

Asistente refiere a quien asiste a una actividad o evento. Su uso es habitual en la gestión de datos y registros, sin expresar necesariamente un vínculo afectivo.

Visitante remite al recorrido por un espacio, como una muestra o un museo. Se vincula con la exploración, la observación y el desplazamiento. Puede implicar atención e interés, aunque no siempre implica continuidad.

3. Comunidades culturales y digitales

Comunidades culturales

Las comunidades culturales están conformadas por personas que participan de una práctica artística o cultural de manera sostenida. Se identifican como públicos, pero también como habitantes de un territorio simbólico. Su pertenencia se construye a través del encuentro repetido, de los gestos compartidos, en la memoria que se hace cuerpo. Como en una tribu, lo que las une no es solo lo que ven, escuchan o hacen, sino el modo en que lo viven juntas.

Estas comunidades activan un lazo que involucra afecto, reconocimiento y compromiso entre sus participantes. Aquí la forma de estar involucra al cuerpo, al deseo y a la trayectoria. Cada saludo en el “hall” de un teatro, cada “pogo” en un recital, cada conversación después de una función refuerza ese sentido de esa pertenencia. El rito no remite a lo solemne, sino a una práctica compartida que organiza lo común, crea memoria y fortalece los lazos sociales. Así, la experiencia cultural se vuelve una forma de estar en el mundo.

Surgen en torno a espacios autogestivos, festivales colaborativos, redes territoriales o escenas artísticas específicas. Lo que las constituye es la

densidad del vínculo, el deseo de formar parte y la construcción compartida de sentido. Como vengo desarrollando (Cassini, 2019, 2021, 2022), estas comunidades expresan una forma de solidaridad cultural que se cultiva en la cercanía, la práctica sostenida y la afectividad compartida.

Comunidades digitales

Las comunidades digitales se conforman en entornos virtuales donde, sin copresencia física, construyen lazos sostenidos por la participación y la producción de sentido. Emergen en torno a proyectos culturales, prácticas artísticas o intereses comunes que circulan por redes, plataformas o espacios colaborativos.

Lo digital deja de ser solo un medio para convertirse en un territorio simbólico, donde se genera pertenencia, identidad y vínculo. A través del intercambio cotidiano, la interacción sostenida y las experiencias culturales mediadas por tecnologías, se habilitan formas sensibles de estar juntos en la virtualidad. Talleres de formación a través de herramientas como Zoom y Meet, grupos en redes sociales, comunidades de juego en línea o entornos colaborativos como Discord⁸ son escenarios donde lo colectivo se trama también en clave digital.

4. Tipología relacional de públicos

Este apartado organiza una serie de categorías para observar las formas de vinculación entre personas y experiencias culturales. La propuesta parte de una perspectiva relacional que desplaza el foco del perfil al lazo y del dato a la

⁸ Discord es una plataforma digital que permite la creación de servidores temáticos para conversar, intercambiar y organizar actividades en línea. Se usa habitualmente en comunidades culturales, educativas y de juegos.

participación situada. Cada vínculo expresa una trayectoria, una intensidad y unas condiciones de acceso que pueden transformarse en el tiempo. Presento, por un lado, una tipología abierta que incluye públicos ocasionales, frecuentes, comprometidos, digitales, latentes, potenciales y primerizos, agrupados en dos universos analíticos: públicos habituales y públicos posibles. Por otro lado, caracterizaré las figuras construidas desde las instituciones y las condiciones estructurales que inciden en la participación cultural. Esta organización permite proyectar estrategias diferenciadas, sensibles a las condiciones simbólicas, materiales y afectivas que configuran el vínculo con la cultura e inciden así en la participación

4.1. Públicos como vínculo

Las formas de participación cultural no son homogéneas ni lineales. Cada experiencia convoca a públicos diversos, atravesados por trayectorias previas, disponibilidades afectivas y condiciones sociales que configuran modos singulares de estar presentes. Desde esta perspectiva, propongo organizar estas formas de vinculación en dos universos que orientan las estrategias de gestión: los públicos habituales, que ya participan con distintos grados de cercanía, y los públicos posibles, que aún no acceden pero podrían incorporarse si se habilitan condiciones adecuadas. Esta distinción permite leer la complejidad del lazo cultural y proyectar propuestas sensibles a la diversidad de recorridos, contextos y expectativas.

4.1.1. Públicos habituales

Algunas personas se acercan de forma esporádica, otras regresan con frecuencia, y algunas llegan a implicarse activamente en la vida del proyecto. Estas presencias delinean un continuo dinámico, donde el vínculo se



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

transforma y se profundiza. Los públicos habituales son interlocutores activos. Su participación sostiene el pulso del proyecto, lo enriquece con preguntas, afectos y modos de estar que exceden el acontecimiento puntual. A partir de ese lazo, la experiencia cultural se convierte en trama compartida, en memoria que circula y en posibilidad de comunidad.

Público ocasional

Llega por un estímulo puntual como una invitación, una publicación compartida, una recomendación o una consigna que lo interpela. Tal vez pasa por la puerta y entra, o acompaña a alguien. Aún no construyó un vínculo sostenido, pero su presencia abre una posibilidad y habilita la pregunta por cómo acompañar ese primer acercamiento.

Público frecuente

Ya conoce la propuesta, el espacio o a las personas involucradas. Participó en más de una ocasión, sigue las redes, recomienda actividades y encuentra valor en la propuesta, pero no la siente propia. La relación está en desarrollo y el desafío es fortalecer ese lazo, construir una relación que habilite pertenencia.

Público comprometido

Reconoce el proyecto como propio, lo sostiene a partir de su participación, lo cuida y lo multiplica recomendándolo. Su vínculo se expresa en afectos, prácticas y, en ocasiones, por decisiones compartidas. Aporta historia y memoria. Frente a estos públicos, el desafío es escuchar, cuidar y habilitar protagonismos. Algunas comunidades culturales surgen desde este tipo de vínculos, pero no todo público comprometido necesariamente conforma una



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

comunidad. La comunidad implica un umbral adicional de reciprocidad, organización y afectividad.

4.1.2. Públicos posibles

Además de quienes ya participan, es fundamental atender a quienes todavía no acceden. Personas que podrían formar parte si se modifican ciertas condiciones, si se habilitan otros lenguajes, si se derriban barreras materiales o simbólicas. Desde las prácticas culturales, se comenzó a nombrar estos vínculos incipientes como públicos posibles, como una invitación a proyectar cercanía y construir espacios más permeables. Hacer lugar empieza por preguntarse a quiénes se convoca, quiénes faltan, qué distancias persisten y qué transformaciones podrían habilitar su llegada.

Públicos potenciales

Se trata de personas que comparten afinidades, viven cerca del espacio o conocen experiencias similares. Quizás aún no participaron, pero algo de sus prácticas previas las acerca. Tal vez solo falta una invitación clara, una propuesta pensada para ellas o una señal que indique que esa puerta está abierta. Se encuentran próximas, a un paso de vincularse. Para convocarlas se requiere intención, escucha, mediación artística y trabajo en red.

Públicos latentes

Existen también quienes alguna vez se vincularon con una propuesta cultural, aunque de forma esporádica. Asistieron a una actividad, compartieron una publicación o respondieron a una convocatoria puntual. El vínculo quedó en pausa, pero dejó una huella. A estos vínculos interrumpidos o tenues se los

nombra como públicos latentes. No están presentes en el día a día, aunque podrían volver si reciben una invitación significativa o un gesto de reconocimiento. Reconocer estos públicos implica cuidar la memoria institucional y sostener gestos que reactiven la relación.

Públicos nuevos o primerizos

En todo proceso cultural hay quienes llegan por primera vez, sin conocer el espacio, a sus personas o lenguajes. Cada primer encuentro es una oportunidad, una puerta abierta que puede convertirse en el inicio de una relación más sostenida. Ese primer encuentro tiene un valor decisivo. Por eso, la bienvenida requiere cuidado, como ofrecer señales claras, alojar con sensibilidad y acompañar ese primer paso que puede habilitar continuidad y apropiación.

No públicos

Esta categoría suele nombrar a quienes no participan. En algunos casos, se trata de una función operativa, por ejemplo cuando se dirige a un grupo específico. Sin embargo, más allá de esos casos, hablar de no públicos implica revisar los supuestos de esa categoría. Muchas veces la ausencia responde a barreras estructurales, simbólicas o institucionales. No se trata de desinterés, sino de condiciones que aún no habilitaron la participación. Por eso, nombrar también es proyectar otras formas posibles de estar.

4.2. Públicos como proyección

Además de observar las formas de participación que se construyen en la experiencia, resulta clave atender a las figuras que las instituciones y los

proyectos culturales imaginan como destinatarios. Esta sección recupera categorías surgidas desde las prácticas de gestión, como público objetivo, cautivo, proyectado o implícito, que organizan la acción cultural e inciden en las formas de relación. Nombrar estas proyecciones permite revisar supuestos, visibilizar exclusiones y repensar las condiciones de hospitalidad que configuran cada propuesta.

Público objetivo

Al imaginar una actividad cultural, surge una pregunta que marca el punto de partida. A quién se dirige, a quién se espera, quién podría llegar. En el lenguaje del “marketing”, esa pregunta se traduce como público objetivo. En el caso de las experiencias culturales, hablar de objetivos exige otra mirada. Más que segmentar públicos o perfiles de consumo, se trata de pensar interlocutores, construir sentido compartido y habilitar un espacio donde alguien quiera estar.

Público cautivo

También circula la noción de público cautivo. A veces se refiere a quienes participan desde una pertenencia institucional, como una escuela o un colectivo. Otras veces designa a quienes ya están, vuelven, se sienten parte. En ambos casos, el uso del término merece una revisión crítica. Dar por asegurada una presencia implica visibilizar los cuidados que requiere el vínculo. Suponer fidelidad sin alimentar la relación conlleva el riesgo de desgaste o alejamiento. Nombrar un público como cautivo exige reconocer que ninguna relación está garantizada, y que toda presencia necesita ser cuidada y sostenida.

Público proyectado

A diferencia de los públicos objetivos definidos por segmentaciones previas, los públicos proyectados no son datos disponibles, sino construcciones deseantes y políticas. No se trata de identificar “targets”, sino de imaginar vínculos posibles y de diseñar condiciones para que emerjan.

Público implícito

La noción de público implícito, desarrollada por Ana Rosas Mantecón (2007) refiere a la figura proyectada de quien va a participar de una propuesta cultural. Aunque no se enuncia explícitamente, su figura queda sugerida en los formatos, los lenguajes, los tiempos y las condiciones materiales que organizan la experiencia. Este público implícito deja su huella en el diseño de las propuestas culturales. Define quién se adecua, quién comprende, quién se reconoce en la experiencia. Reflexionar sobre esa figura proyectada permite cuestionar los supuestos arquitectónicos, discursivos y organizativos que la cultura institucional asume sin decirlo. Nombrar al público implícito permite, entonces, visibilizar lo supuesto y ampliar la mirada sobre quiénes podrían participar si se habilitaran nuevas condiciones.

4.3. Condiciones de posibilidad y barreras de participación

Si asumimos que los públicos se construyen en el vínculo, la pregunta deja de ser: “¿por qué no participan?” y pasa a ser qué condiciones habilitan su participación y regreso. Esta inversión del punto de vista permite desplazar la mirada de las personas hacia las institucionales, los entornos culturales y las formas de mediación. Nombrar las barreras es el primer paso para desmontarlas. Cada obstáculo reconocido puede convertirse en horizonte de

acción si se crean condiciones de cuidado, escucha y deseo compartido. La participación se inscribe en un entramado de contextos diversos moldeados por trayectorias, emociones y relaciones de poder. Pensar a los públicos como sujetos de derecho incluye tanto a quienes participan como a quienes aún no se vinculan. Las barreras responden a múltiples planos como el económico, territorial, simbólico, afectivo, digital e institucional, y reflejan desigualdades históricas que estructuran la participación cultural.

Ana Rosas Mantecón (2011), en sus estudios sobre públicos en museos, propone abandonar la lógica del déficit y preguntarse qué impide o excluye la participación. Este enfoque permite desplazar la mirada de los perfiles individuales hacia las condiciones institucionales y simbólicas que organizan la experiencia. Preguntarse para quiénes están pensadas las propuestas y qué formas de vínculo habilitan, es parte del trabajo con públicos.

Las barreras no siempre son visibles. A veces se presentan como precios inaccesibles, distancia geográfica o complejidad digital. Otras veces se manifiestan como extrañamiento simbólico, desajuste de expectativas, falta de compañía o de códigos de sentido. La noción de tiempo libre, por ejemplo, resulta especialmente engañosa, ya que no se trata solo de contar con una franja horaria disponible, sino de disponer de energía, atención y disponibilidad afectiva para salir y entregarse a una experiencia cultural. En contextos de sobrecarga, desencanto o precariedad, la pregunta es si existen condiciones reales que hagan posible el deseo.

Reconocer estas barreras no limita posibilidades. Al contrario, permite ampliar el horizonte. Impulsa a imaginar estrategias más hospitalarias, a construir propuestas desde la escucha y a sostener lugares simbólicos donde estar juntos tenga sentido. Esa tarea es una responsabilidad compartida.

Barreras económicas

El costo de entrada, el transporte, el cuidado de personas o un presupuesto ajustado pueden limitar la participación cultural. No siempre se trata del precio de la entrada, sino de gastos acumulativos que, en contextos de precariedad, funcionan como mecanismos de exclusión. Participar requiere recursos materiales y capacidad de organización cotidiana.

Barreras de tiempo

El tiempo constituye un recurso socialmente distribuido de forma desigual. Las condiciones laborales, las responsabilidades de cuidado y la organización del día a día inciden en las posibilidades de participar. A la fragmentación temporal se suma una lógica de consumo inmediato que tensiona los modos de presencia. La participación cultural exige disponibilidad, continuidad y un margen que no siempre está garantizado.

Barreras territoriales

En zonas periféricas o rurales, la oferta cultural es escasa o intermitente. En los grandes centros urbanos, la sobreoferta puede generar saturación, dispersión y desorientación. En este sentido, el territorio no es solo un dato geográfico, también define oportunidades, trayectorias y cercanías simbólicas que habilitan o restringen los recorridos culturales.

Barreras simbólicas y de sentido

Aunque el acceso material esté garantizado, muchas propuestas culturales no generan identificación. La programación homogénea, los formatos cerrados, los códigos institucionales excluyentes producen un extrañamiento sutil pero



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

profundo. Como señala Rosas Mantecón (2011), no se trata solo de acceso físico, sino de condiciones simbólicas que habiliten una apropiación significativa.

Barreras digitales

La digitalización expande posibilidades, pero también profundiza desigualdades. La falta de conectividad, la escasa alfabetización digital o el diseño poco intuitivo de las interfaces dificultan el acceso efectivo. Incluir lo digital requiere que pensemos, desde el inicio, cómo garantizar una experiencia accesible.

Barreras de accesibilidad

La participación cultural plena requiere contemplar la diversidad funcional, sensorial, cognitiva y lingüística de las personas. La accesibilidad es un derecho y una responsabilidad colectiva que atraviesa toda la cadena de producción cultural. Pensar en formatos accesibles, señalética adecuada, dispositivos de apoyo, comunicación inclusiva y formación específica, para los equipos y públicos forma parte de una cultura más justa, sensible y plural.

Barreras institucionales

Hay instituciones que, sin proponérselo, desalientan la participación. Formularios incomprensibles, horarios inflexibles, protocolos rígidos, falta de personal capacitado o lenguajes burocráticos pueden desalentar la participación. La hospitalidad institucional se expresa en los detalles, pero también en decisiones profundas sobre cómo y para quién se programa.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

Barreras afectivas

La participación cultural se sostiene con emociones, deseos, disponibilidad subjetiva. El cansancio, el miedo a lo desconocido o el desencanto funcionan como frenos sutiles, pero determinantes. Muchas veces hay experiencias previas fallidas, falta de compañía o simplemente un ánimo que no alcanza. La dimensión afectiva es clave en todo vínculo cultural. Hacer lugar al cuidado, al deseo y a la emoción permite construir condiciones reales para estar, participar y compartir.

Hacer lugar. Públicos como vínculo, como pregunta, como práctica

Trabajar con públicos implica generar condiciones sensibles para el encuentro, sostener relaciones en el tiempo y cultivar hospitalidad como parte constitutiva de la práctica cultural. Supone reconocer que los públicos se conforman en la experiencia compartida, en los gestos que habilitan pertenencia y en los vínculos que la sostienen continuidad. No anteceden a la acción, se constituyen en ella.

Los públicos emergen como respuesta de una trama de decisiones, afectos y apuestas que no solo definen una programación, sino también un modo de habitar la cultura. Cada vínculo se teje entre lo que se ofrece y lo que resuena, entre lo proyectado y lo inesperado. Lo que sucede con los públicos es una construcción situada que requiere escucha, tiempo y compromiso.

Los públicos contemporáneos ya no ocupan un lugar pasivo. Participan, opinan, interpretan, critican y deciden. También se alejan, se cansan o reclaman otras formas de estar. Reconocer esa complejidad implica revisar

nuestras prácticas y asumir la contingencia del lazo y sostener una disposición abierta al cambio. El vínculo se construye en el hacer.

En contextos donde se debilitan las formas de organización colectiva, las prácticas culturales pueden funcionar como ensayos concretos de lo común. Cada experiencia compartida habilita la posibilidad de imaginar un nosotros, de producir memoria y disputar sentidos sobre lo público. La cultura ofrece, en ese sentido, espacios para volver a reunirse, para probar formas de convivencia, para ensayar vínculos desde el deseo y no desde la falta.

El sistema de categorías que propongo no busca fijar identidades ni agotar definiciones. Es una herramienta situada, pensada para observar, tensionar e intervenir. Nombrar permite visibilizar lo supuesto, afinar la mirada y abrir preguntas sobre el modo en que se conforman los vínculos culturales. Hablar de públicos ocasionales, comprometidos, digitales, latentes o posibles no es segmentar, sino reconocer posiciones diversas, condiciones cambiantes y disponibilidades afectivas que merecen ser cuidadas.

Pensar el trabajo con públicos en este contexto supone desplegar sensibilidad, atención, escucha atenta y compromiso. Se trata de construir un espacio simbólico y afectivo donde la participación abra caminos de implicación, continuidad y memoria compartida.

Gestionar públicos es intervenir en las formas en que se organiza lo común. Es asumir que toda política cultural expresa, en el fondo, una política del vínculo. Cada decisión, desde una programación hasta una bienvenida, produce formas de encuentro. Decidir quiénes pueden participar, en qué condiciones, con qué posibilidades de apropiación, es una tarea profundamente política. Asumir esa comprensión forma parte del trabajo cultural y es también una responsabilidad que requiere de equipos de trabajo interdisciplinarios, con tiempo, escucha y afecto.

Este artículo propone una cartografía situada para pensar la gestión de públicos como una práctica capaz de construir sentidos, redistribuir legitimidades y proyectar horizontes colectivos. El paso del dato al lazo plantea el desafío de imaginar condiciones donde el estar juntos se vuelva experiencia, memoria y posibilidad de transformación.

Bibliografía

- Bayardo, R. (2010). *Culturas, políticas y transformaciones. Miradas latinoamericanas*. CLACSO
- Benzecry, C. (2012). *El fanático de la ópera*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Boia. (2023, agosto 14). *Emphasizing text for accessibility: Bold, italics, and strong*. Bureau of Internet Accessibility.
- Bourdieu, P. (2013). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bourdieu, P. (2012). *Bosquejo de una teoría de la práctica* (1ª ed.). Prometeo Libros.
- Bruno, C. (2011). *Los visitantes de museos: prácticas sociales, representaciones y participación*. Biblos.
- Cassini, S. (2019). Públicos y comunidades en el circuito de las artes escénicas autogestivas. El caso del festival ESCENA (2015–2016). En A. Wortman (Comp.), *Productores y consumos culturales en la ciudad creativa* (pp. 167–189). Teseo.
- Cassini, S. y López, A. (2020). Navegando entre la profesionalización y la precarización. Paradojas y tensiones en el campo de las artes escénicas autogestivas en la Ciudad de Buenos Aires. *Avances de Investigación*, (31), 55–66.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

- Cassini, S. (2021). Públicos y audiencias escénicas 2020–2021. Publicación independiente, Panorama ESCENA.
- Cassini, S. (2022). Comunidades culturales: Abordaje teórico-conceptual. Publicación independiente.
- Colomer, J. (2013). Marketing de las artes escénicas: público, herramientas y estrategias. Ariel.
- Colomer, J. (2023). La experiencia cultural: más allá del consumo. Ariel.
- Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU (2009). Observación general N° 21: Derecho de toda persona a participar en la vida cultural. Organización de las Naciones Unidas.
- Durán, A. y Jaroslavsky, S. (2012). Formación de espectadores. Políticas públicas para una ciudadanía cultural. Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- García Canclini, N. (2007). Lectores, espectadores e internautas: La comunicación y la cultura en el nuevo siglo.: Gedisa.
- Gobierno del Estado de San Pablo. (2022). Programa Territórios Culturais. Secretaría de Cultura y Economía Creativa.
- Groys, B. (2014). Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea (M. Loreti, Trad.). Caja Negra Editora.
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575–599.
- Ibacache, J. (2014). La formación de públicos en Chile: fundamentos, acciones y proyecciones. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Ibacache, J. (2017). Manual de formación de públicos. Ediciones UC.

- Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay. (2018). Informe de gestión 2005-2018: Teatro Solís. Departamento de Cultura.
- Museo Nacional de Colombia. (2017). Política de participación cultural y vinculación comunitaria del Museo Nacional de Colombia. Ministerio de Cultura de Colombia.
- Nivón Bolán, E. (2013). Las políticas culturales en América Latina en el contexto de la diversidad. En: Hegemonía cultural y políticas de la diferencia. CLACSO.
- Parreiras Horta, M. L. (1993). Museu é lugar de educação. Ministério da Cultura / Secretaria de Cultura / Departamento de Museus e Centros Culturais.
- Peters, T. (2022). Democratización cultural: historia y dilemas de un concepto en disputa. Santiago de Chile: Observatorio de Políticas Culturales.
- Peterson, R. A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21(4), 243–258.
- Rosas Mantecón, A. (2007). Tras los pasos del espectador: políticas culturales e investigación social en cultura. Conaculta.
- Rosas Mantecón, A. (2011). Museos y públicos. Políticas y prácticas culturales en México. Conaculta.
- Secretaría de Cultura Ciudadana de Medellín. (2019). Red de Escuelas de Música de Medellín: 20 años. Alcaldía de Medellín.
- Siteimprove. (2023). Accessibility: The use of emphasis in text. Siteimprove Help Center
- Steenhout, N. (2023, 15 de mayo). Should you use italics from an accessibility perspective? [entrada de blog]. <https://nicolas-steenhout.com/should-you-use-italics-from-an-accessibility-perspective/>

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janés.

UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales. México 1982* (Mondiacult). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Vergara, P. (2019). El paradigma latinoamericano de la formación de públicos. En J. Urraco, B. Maccari & A. Ventura (Coords.), *Enlaces compartidos: Activando conversaciones sobre públicos, audiencias y comunidades culturales* (pp. 74–85). Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina.