

Algunas ideas para un marco de discusión sobre la ciencia... aplicación al marketing

Este es un documento de trabajo, que pretende poner algunas ideas sobre el papel, con el objeto de dar elementos de análisis, crítica y discusión sobre la cuestión de: **¿es marketing una ciencia?**

1. La diferencia entre la Academia y la Praxis (Empresa)

En el siguiente cuadro se resume características y diferencias entre esos dos mundo:

Ciencia vs Praxis

Ciencia / Academia	Praxis / Empresa
Rigor – Precisión - ¿La verdad?	<ul style="list-style-type: none"> • Relevancia para tomar decisiones • Reducir la incertidumbre • Concimiento suficiente.
Método científico: Deductivo, Inductivo, Experimental,... K. Popper: Falsacionismo (https://es.wikipedia.org/wiki/Karl_Popper) Deducción – Hipótesis – Contrastar en la realidad – Conclusiones... La “verdad” ¡¡!! La teoría se mantiene mientras funciona a grandes rasgos, y se cambia por otra cuando la nueva comprende mejor esa realidad...	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercado... para tomar decisiones. • Investigación de mercado & consultoría.

2. Objeto del estudio de diferentes ciencias

- Para unas ciencias tienen objetos de estudio inertes, o físicos. Ejemplo: átomos.
- Para otras ciencias: Sistemas Complejos Adaptativos, como por ejemplo, las personas. Ver:

<http://venketing.blogspot.com.es/2015/07/el-mercado-es-un-sistema-complejo-y.html>

3. Pseudociencia y Ciencia

Mario Bunge (2013) en su libro “Pseudociencia e ideología” habla de “**Campos de Conocimiento**” que se divide en dos grandes grupos:

1. Campo de **creencias**: Ideologías totales. Religiones. Ideologías políticas. Pseudociencias. Pseudotecnologías.
2. Campo de **investigación**: Humanidades. Ciencias formales. Ciencias básicas o puras. Ciencias aplicadas. Tenologías físicas, biológicas, sociales y generales. Todo campo de investigación puede analizarse en cualquier momento como una suma de “líneas de investigación”. Estas líneas son de varios tipos: original, competitiva, revolucionaria, contrarrevolucionaria).

4. Características

Un **Campo de Conocimiento** tiene las siguientes características

<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad de sujetos: comunidad que cultivan ese conocimiento. • Sociedad anfitriona 	<ul style="list-style-type: none"> • Objeto de estudio • Problemática abordable. • Objetivos y metas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Filosofía: concepción general • Herramientas lógicas o matemáticas utilizables. • Supuestos . Hipótesis • Fondo de conocimiento acumulado. • Metodología: métodos utilizables.
---	---	---

12 Características de la **Ciencia Fáctica**

<ul style="list-style-type: none"> • Sujetos: comunidad que cultivan ese conocimiento. • Sociedad anfitriona 	<ul style="list-style-type: none"> • Objeto de estudio compuesto por entes reales. • Problemática abordable: referida a los objetos de la naturaleza. • Objetivos y metas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Filosofía: concepción general • Herramientas lógicas o matemáticas utilizables. • Supuestos . Hipótesis • Fondo de conocimiento acumulado. • Metodología: métodos utilizables.
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento que cambia el peso de importancia de cada uno de los factores anteriores. • Tiene parientes próximos: campos de investigación contiguo. 		

5. Conclusiones: tipos de conocimiento

Según los anteriores criterios puede haber:

- Si no se satisface plenamente los 12 criterios anteriores: **No Científico**.
- Si se satisface parcialmente los 12 criterios anteriores: **Semiciencia**.
- La Semiciencia en sus comienzos: Ciencia **Emergente**. Ciencia **Estancada**. Ciencia en **Declive**.
- Si hay un equilibrio entre la investigación teórica y la empírica: **Ciencia Plena o Madura**.
- **Pseudociencia**: un campo de conocimientos no científicos, presentado como científico. Es un campo de creencias, no de investigación y no cumple ni siquiera aproximadamente con las doce condiciones estipuladas para ser ciencia.