



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

**CONDICIONANTES DE LA PARTICIPACIÓN CULTURAL PARA
AUDIENCIAS HETEROGÉNEAS EN CHILE**

Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial
Mención Economía

RAMÓN IGNACIO REYES GONZÁLEZ

Profesor Guía : Christian Belmar

Santiago-2016

A los artistas chilenos, aguante!

A los espectadores, aguante!

Agradecimientos

Gracias Christian por enseñarme a escribir como economista y por guiarme en el pedregoso camino que implica una investigación como esta, escrita por un disperso. Agradezco a todos a quienes me han acompañado en este camino de la Cultura. Gracias Cineclub La mosca, gracias a los Espirales y a todos aquellos con los que he intercambiado opiniones sobre la cultura. La gente que se enteró del proyecto tesis y me ayudó: Pablo Donders, Pedro Cayul, Andrés Fuentes, Yerko Retamal y los cabros del lounge. Muchas gracias por los comentarios Matías Zurita y Jorge Loyola. A Juanjo Price por alguna vez hacerme clases. Gracias Bárbara Negrón, Guillermo Sunkel, Michael Basch por recibirme en sus oficinas y escuchar las locuras.

Muy importante la gente que me acompañó en este proceso. Gracias Gabi. Gracias familia!. Por la compañía musical, gracias ritmo y percusión por señas. A los futboleros, también gracias!

Y a todos los que día a día se organizan, crean, participan y reflexionan la Cultura.

Condicionantes de la Participación Cultural para audiencias heterogéneas en Chile

I.	Introducción	pág.4
II.	Revisión de Literatura	pág.7
II. i	Distintos enfoques: económico y social	pág.7
II. ii	Resultados empíricos	pág.13
II. iii	¿Como se les ha estudiado a nivel nacional?	pág.20
II. iv	Conclusiones del Marco teórico.....	pág.23
III.	Caracterización para Chile	pág.25
III. i	Oferta	pág.28
III. ii	Capital Cultural	pág.30
III. iii	Tiempo Libre, Homología del Gusto y Capital Social.....	pág.34
IV.	Marco Conceptual.....	pág.38
IV. i	Modelo Teórico	pág.40
IV. ii	Modelo Empírico	pág.42
V.	Resultados	pág.44
V. i	Probit	pág.44
V. ii	Regresión Lineal Truncada	pág.48
V. iii	Heckman	pág.51
V. iv	Modelo con ceros inflados: ZIP	pág.54
VI.	Hallazgos y Conclusiones	pág.62
VII.	Políticas Culturales : el rol del Estado	pág.65
VIII.	Bibliografía	pág.68
IX.	Anexos	pág.72

CONDICIONANTES DE LA PARTICIPACIÓN CULTURAL PARA AUDIENCIAS HETEROGÉNEAS EN CHILE.

Ramón Reyes González

ABSTRACT

Este trabajo estudia desde la perspectiva económica y de las ciencias sociales, el fenómeno de la Participación y Consumo Cultural (CC). Se pretende identificar cuáles son las principales explicaciones para su frecuencia y comportamiento utilizando la III Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC 2012). De manera exploratoria se opta por transitar desde un Probit para la decisión de participar, una regresión lineal para investigar la frecuencia de participación y un Heckman para solucionar la autoselección de los individuos. Por otro lado, dada la alta tasa de no-participación se opta complementariamente por una Regresión Poisson con ceros inflados, así de esta forma se pueden identificar dos tipos de audiencias: los que nunca van y los que tienen probabilidad positiva de participar. Se encuentra que los principales condicionantes son el Capital Cultural, el Capital Social y el Tiempo libre. La participación cruzada y el grado de interés son importantes para explicar tanto el Acceso como la Frecuencia de la participación.

Palabras clave: Consumo cultural, participación cultural, Economía de la Cultura, Capital Cultural, Omnívoro Cultural, Derecho Social Cultural, Regresión Poisson, Heckman

I.

Introducción

¿Porqué es tan baja la participación cultural? ¿Cuáles son sus principales barreras? En 2012, solamente el 15% de la población adulta chilena asistió al menos una vez al teatro¹, tal y como lo demostró la III Encuesta de Participación y Consumo Cultural (ENPCC 2012) para ese año.

En este contexto, la medición económica de la circulación de bienes y servicios culturales, plantea algunas inquietudes: ¿la circulación de bienes culturales debe incorporar mecanismos comunes a otros mercados, como la creación de la necesidad de su consumo, decodificación sencilla de los símbolos que la componen, aumento de la diversidad de la oferta, subvención de la demanda, regulación de precios, entre otros? ¿es el *gusto* algo que se puede educar o mediar? ¿son los recursos económicos un impedimento directo para el acceso a la cultura? ¿por qué los niveles de participación son bajos en sectores populares? ¿estamos definiendo mal la cultura, o queremos democratizar su acceso? ¿por qué sería importante “llevar” la cultura a los barrios y a las escuelas? ¿la cultura se puede “llevar”? ¿es el financiamiento independiente de los contenidos? ¿qué es el arte sino un eterno cuestionamiento a las disposiciones económicas desprovistas de símbolos? ²

Las dificultades en el acceso, como se puede pensar, no se limitan a las restricciones económicas propias de otros mercados. Gran parte de la baja asistencia se explica por otras razones ¿Cuáles son las principales para Chile?

El fenómeno de la participación cultural se caracteriza por reportar un elevado número de no-asistentes en los datos, es decir, bajas tasas de participación. Esto es de especial importancia en Chile, considerando que se llevan a cabo una serie de Políticas Culturales para el incentivo de la oferta, es decir, de la producción de bienes culturales a través de fondos concursables, licitaciones e inversión en infraestructura cultural, mismo comportamiento que tienen algunas municipalidades y gobiernos

¹ En promedio la tasa de participación para los campos artísticos de Cine, Libro, Danza, Circo, Teatro y Artes Visuales es solamente del 28 %.

² “*El arte, para seguir siendo arte, tiene que seguir siendo un germen de anarquía, escándalo y desorden. El arte, por definición, siembra el desconcierto en la institución. El arte no debe ser ni la propiedad ni el coto vedado de un profesor especialista. Tiene que ser una experiencia de otra naturaleza que la de una asignatura particular, tanto para los alumnos como para los docentes*” (Alain Bergala, 2007)

locales. En países en desarrollo, las diferencias en ingresos se traducen en diferencias en acceso a la cultura, diferencias en capital cultural y, por ende, diferencias en participación cultural (Gayo, Teitelboim, Méndez; 2009). En estos casos, surgen dudas sobre la equidad en el acceso por lo que es particularmente interesante conocer los factores que condicionan las razones de participación y no participación.

El consumo cultural será entendido como los distintos tipos de apropiación de aquellos bienes cuyo principal valor percibido es el simbólico, que son producidos y consumidos en circuitos relativamente diferenciados y que requieren de ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso (Peters et al. 2011). Si bien la forma de medir e interpretar la participación, ha sido la frecuencia a la cual cada individuo asiste a las distintas manifestaciones culturales, en el presente trabajo se busca incorporar como variables explicativas relevantes temas como la infraestructura del hogar y la participación formativa -entendida como inversión en Capital Cultural- aproximaciones del tiempo libre, disponibilidad de oferta, entre otras.

Entonces, tomaremos en cuenta la definición integral de “participación cultural”. Esto es estudiar los hábitos culturales de la población a través de dos puntos de vista complementarios: i) la asistencia a instituciones culturales y espectáculos en vivo, consumo a través de otros soportes ii) la práctica activa de actividades artísticas por medio de la creación y la actuación (McCarthy et al. 2001a y 2001b y Throsby 1994).

El interés económico que tiene la cultura se vincula, entre otros aspectos, a las magnitudes de su contribución al proceso de creación de valor, la identificación de las características de los bienes y servicios culturales así como también, las consecuencias micro y macroeconómicas de su existencia.

Por todo esto, es de suma importancia identificar las fuerzas existentes en este mercado y las políticas de acción que lo afecten. Este documento pretende ser un insumo para la discusión sobre las políticas a la demanda y sobre todo el valor - no solamente económico- de la cultura y las artes.

A pesar de que el tema da para una discusión interdisciplinaria y extensa, la presente investigación se centra en el estudio las principales condicionantes de acceso a la Participación Cultural: i) Oferta, ii) Capital Cultural, iii) Tiempo Libre, iv)

Homología del Gusto y v) Capital Social; explorando metodológicamente el mejor acercamiento econométrico para explicar el fenómeno. Avanzando desde un Probit, una regresión lineal para explicar la frecuencia, un Heckman para solucionar la autoselección y un modelo de ceros inflados de conteo.

El siguiente trabajo se estructura como sigue: en la sección II se presenta una Revisión de la Literatura con los principales hallazgos hasta ahora en el área de la participación dividiéndose a su vez en: i) Distintos enfoques: económico y social, donde se exploran los principales aspectos conceptuales del estudio de las audiencias en las distintas manifestaciones artísticas, ii) los principales hallazgos y determinantes empíricos; iii) se cuenta una parte del contexto histórico de la investigación de públicos en Chile. Luego la sección III muestra un panorama descriptivo y caracterización de la Participación Cultural en Chile a partir de la Encuesta de Participación y Consumo Cultural de 2012 (ENPCC 2012) y otras Bases de Datos planteando las hipótesis de investigación, en la sección IV se aborda la metodología empírica y el sustento teórico (modelo microeconómico), en la sección V los Resultados para las 4 aproximaciones empíricas : Probit, Regresión lineal truncada, Heckman y Zero Inflated Poisson (ZIP) y, finalmente, en la sección VI se revisan, a partir de los principales hallazgos, algunas recomendaciones de políticas culturales.

II. Revisión literatura

II.i Distintos enfoques: económico y social.

El análisis económico de las artes parte con el trabajo de Baumol y Bowen “*Performing Arts: the Economic Dilemma*”, publicado en 1966 que destacó por la introducción del problema de la productividad de los trabajadores de las artes escénicas (superior a su salario), la hipótesis del retraso cultural (cuando cambia una parte de la cultura, afecta a las otras pero de manera retrasada) y brechas de ingresos para las artes escénicas, conocida como “la enfermedad de Baumol”. En este texto, se encuentra que la carrera de los artistas del espectáculo es precaria y riesgosa, y que produce rendimientos e ingresos relativamente menores que los de profesionales de otros campos con un nivel de educación, entrenamiento y experiencia similar. Lo anterior, demostró y reafirmó el carácter de *bienes meritorios* que tienen los bienes culturales, y evidenció el hecho de que si el arte se dejaba en manos del mercado lo más probable es que no fuera viable. Estas conclusiones, mostraron el comportamiento y tamaño de la industria cultural, y por ende, de sus públicos y demandas.

El interés académico por estudiar los fenómenos de participación y consumo cultural, preferencias artísticas, estilos de vida y uso del tiempo libre, ha ido creciendo a lo largo de los últimos años a raíz de un interés de los gobiernos e instituciones académicas por mejorar y sistematizar los instrumentos a través de los cuales se mide y monitorea el consumo cultural. Por ejemplo, países como Argentina, Chile, Uruguay y México han levantado instrumentos de medición de demanda para el diseño de políticas culturales nacionales (Rey, 2008; Sunkel, 2006).

En la industria cultural, el rol del gusto es central y parece ser más relevante que en las demás industrias. No es tan simple determinar qué dirección tiene la determinación del gusto: ¿es el consumidor el que forma sus patrones de consumo (*gusto*) en base a sus elecciones? o ¿es la oferta la que, acotando o diversificando la disponibilidad, determina la demanda? Sobre esta complicación, parece ser que los Estados han asumido que al asegurar la oferta se está asegurando el desarrollo de la demanda. Particularmente, el Estado chileno ha sido insistente en aumentar

producción artística a través de fondos concursables, desarrollo de instituciones culturales y financiamiento a gobiernos locales.

Sin embargo, la disposición del mercado hace que aunque exista “*disponibilidad*” de bienes culturales, no se asegure nada. Al ser estos *bienes de experiencia* no se puede averiguar cuán satisfactorio es el consumo de estos bienes hasta cuando ya se está consumiendo, o en otras palabras, cuando el gusto ya está educado. Este hecho hace que los espectadores estén abiertos o receptivos a recomendaciones de críticos, o al boca a boca. Aquí es donde se identifica la existencia de un submercado - también valorado por los espectadores- que es el de la información. El mercado de los bienes culturales es entonces por definición un *mercado de consumo bajo incertidumbre*.

En los años 70, el sociólogo francés Pierre Bourdieu, señaló que las prácticas de consumo cultural están fuertemente influenciadas por la clase social objetiva a la que pertenece el individuo, y en la que se ha configurado un sistema de disposiciones (el *habitus*) y que esto genera un conjunto de condicionamientos en relación a (entre otros muchos comportamientos) las pautas de desarrollo de los gustos, y por lo tanto, se ven condicionados por la clase social de origen. Los conceptos que afectarían el comportamiento del consumo serían tres: uno estructural (la clase social), otro simbólico (el estilo de vida), y el *habitus*. Las diferencias en los gustos y los correspondientes estilos de vida asociados serían, así, consecuencia de las desigualdades sociales, y se basarían en estrategias de distinción operadas sobre la base de una lógica de la dominación: una clase se *distingue* de la otra cuando consumen los símbolos que la *identifican*. Es decir, el consumo es un mensaje a la sociedad en forma de símbolo, como consecuencia, las instituciones sociales como la educación formal y la familia son los principales “promotores” de la participación cultural. Con o sin promoción de los “certificados” o “distinciones” en el lenguaje de Bourdieu, la disposición a pagar por un nuevo estilo es un elemento esencial en el proceso de innovación en los ojos de los que producen. Del mismo modo, las escuelas que enseñan arte son clave en la formación de gustos de vanguardia. Esta forma de perpetuar el gusto, hizo a Bourdieu identificar que las clases altas tenían gustos

refinados y las clases populares gustos populares. A esto se le llamó la *hipótesis de la homología*³.

Bourdieu, señala que los individuos no necesariamente se mueven maximizando funciones de utilidad dentro del espacio social, de modo de determinar sus patrones de consumo cultural. En vez de eso, se moverían en una búsqueda de coherencia entre *habitus* (disposiciones), la lógica del campo y su “pool” de capitales (económico, social, simbólico y cultural). Específicamente, el Capital Cultural se manifestaría en tres formas i) Encarnado o corporeizado, en la forma de disposiciones de largo plazo (capacidad del ser humano de cultivar su gusto, esto da luz al *habitus*) ii) Objetivado en el estado de bienes culturales (obras de arte apreciadas, por ejemplo) y iii) Institucionalizado, en un estado legitimado por medio de credenciales educativas y de formación cultural (experiencias de formación). Más adelante, ahondaremos en la forma en la que mediremos estas dimensiones de forma empírica para esta investigación.

En respuesta a esta aproximación, aparece la tesis de la *individualización*, que sostiene que en contextos en los que hay más opciones y existe posibilidad de que los individuos construyan su identidad, lo hacen eligiendo sus propios patrones de consumo cultural. Aún más lejos llegó la propuesta de Peterson y Simkus (1992) del *consumidor cultural omnívoro* que se destacaría por consumir sin distinción alta cultura y cultura popular. Es decir, se desprende que los estratos altos consumen más variedad: incluyendo alta cultura y popular, pero los de estratos bajos consumirían exclusivamente manifestaciones de cultura popular, pues, se encontrarían restringidos.

Fernández y Heikkilä (2011), encuentran que este consumo heterogéneo se manifiesta dentro de una práctica acotada (por ejemplo, entre quienes escuchan géneros musicales distintos), en un universo de prácticas (espectadores que van tanto al circo, como a museos, conciertos de rock o a la ópera) o en ambos escenarios.

³ En específico, se refiere a que el *habitus* –que funciona como principio ordenador de clases- funciona entre diferentes campos. El campo cultural es un campo en el cual se genera la desigualdad entre clases, pero la “homología” se puede dar también en otros campos. La comparación se puede hacer porque se comparten ejes estructurantes similares como educación y posesión de recursos económicos. Aunque cada campo tenga sus propias reglas, la homología es “la similitud dentro de la diferencia”.

En el ámbito del análisis económico, discutir del proceso de formación de gustos es infructuoso porque mayoritariamente se asumen como dados, y en general, el esfuerzo se concentra en derivar las demandas de los agentes. Por ejemplo, la teoría del consumidor postula que se prefiere lo que se revela, es decir, lo que se compra o participa.

El consumo de bienes culturales, al igual que el de otros bienes, depende de las preferencias o como lo hemos llamado hasta aquí, “*gustos*”. Sin embargo, para los bienes culturales estos gustos emergen de una variedad de procesos. Los participantes invierten en desarrollar y refinar sus gustos. Esta inversión es intensiva en dinero y en tiempo, y es fruto de la misma participación.

De aquí surgen los modelos que, con las herramientas existentes, se acercarán más al fenómeno de la participación cultural debido a que integran elementos de la formación de gustos :

- i) **Stigler- Becker (1977)**: El stock de Capital Cultural es una función de la dotación inicial y del vector de consumos pasados de bienes culturales. Los parámetros de la función de utilidad quedan determinados por el capital humano que permite “traducir” las mercancías para satisfacer las necesidades. El stock está determinado por lo recibido en la infancia y las inversiones realizadas por el individuo por medio de los bienes culturales que ha ido consumiendo a lo largo de su vida, así como también por la educación recibida (general y artística). Estas variables determinan cuán eficiente es el individuo en decifrar la “apreciación cultural”.
- ii) **Lévy-Garbou y Montmarquette (1996)** *Learning by consuming*, que muestra como principal hallazgo la idea de la incertidumbre y subjetividad en las valoraciones, demuestra que se consume hasta el punto que la utilidad del bien cultural “i” sea mayor a lo que se gasta ajustado por su valoración.
- iii) **Ateca- Amestoy (2007)** que muestra un modelo intertemporal de demanda de artes escénicas con acumulación de capital cultural. La principal contribución radica en el método de estimación *Zero Inflated Negative Binomial Model*. Con este método se pueden identificar dos grupos con comportamientos distintos: los que nunca van y los que tienen

probabilidad de ir. En el segundo grupo, se determina si las variables afectan la “intensidad de participación”.

- iv) **Brito y Barros (2005)** señala que los consumidores deben aprender cómo consumir cultura. Utiliza una representación continua del stock de capital, modelando trayectorias de consumo para los bienes culturales y los bienes no-culturales, manteniendo los supuestos originales de la teoría del consumidor (función de utilidad creciente a tasa decreciente, preferencias separadas intratemporalmente entre cultura y no-cultura, etc) pero añadiendo que los consumidores no solo derivan utilidad del consumo de bienes culturales, si no de “cultivar su gusto”. Desarrolla el modelo microeconómico de análisis de demanda cultural, generando axiomas y teorizando acerca de las variaciones de precios, diferenciando en shocks exógenos y endógenos; así como también shocks en los ingresos.⁴ Demuestra que: i) la idea que un aumento en el ingreso real lleva a una mejora en el stock de cultura y, por lo tanto, aumentar el flujo de demanda cultural, si los precios están fijos y exógenos. Si los precios fueran endógenos, llevaría a un aumento de los precios, si la oferta es constante; ii) la demanda por bienes culturales se reduce por efecto sustitución e ingreso, si es que aumentan los precios relativos; iii) un aumento de la demanda implica una presión a la baja de los precios de bienes culturales seguida de un ajuste al alza (overshooting)
- v) **David Throsby (1996)** muestra cómo los artistas derivan su oferta de trabajo y, además, indaga en el rol del entrenamiento y la educación en la calidad y bienestar de los mismos artistas. Es una variante del tradicional modelo ocio-consumo con restricción presupuestaria y temporal. La diferencia radica en que los artistas perciben utilidad de su trabajo y su tiempo se divide en tiempo dentro del arte y fuera del arte.⁵ Los bienes

⁴ Para más información revisar “*Learning by consuming and the dynamic of the demand and prices*” Brito y Barros (2005)

⁵ Las preferencias de los artistas tienen una función de utilidad de $U(C, L, H_A)$ donde C es el consumo, L el tiempo libre y H_A horas dedicadas al arte. Las restricciones son la presupuestaria $C = w(T - L - H_A) + f(H_A) + V$, donde w es el salario por hora fuera del arte, $f(H_A)$ los ingresos artísticos y V ingresos no laborales. La restricción temporal corresponde a $T = h + L + H_A$ donde h son las horas trabajadas fuera del arte.

culturales son intensivos en tiempo, esta variable afectaría tanto oferta como demanda.

Cuando se determinan las influencias de las distintas variables en la participación, lo que se observa es la “cantidad de veces que asiste”. Sin embargo, se puede argumentar que los individuos perciben utilidad por el hecho de que los bienes culturales existan, a esto se le llamó *valor de opción*. Un agente puede valorar la ópera pero revelar una baja preferencia por ésta si es que no ha asistido a espectáculos de ópera (Frey,2003). De nuevo, esto puede suceder por distintos tipos de restricciones: presupuestarias, de tiempo, sociales, físicas o de capital cultural. También se ha dicho que los bienes culturales adquieren la forma de un bien superior cuya demanda posee una alta elasticidad frente a las variaciones del ingreso. Es así como, ante variaciones positivas del ingreso de la población, los productos del sector cultural enfrentan una demanda que crece más que proporcionalmente.

Los conceptos hasta ahora tratados son resumidos en la **Tabla 1**.

Tabla 1. RESUMEN DE CONCEPTOS			
Concepto	Definición	Principales Autores	Relevancia
Perspectiva Bourdieuana del Gusto	<p>Capital Cultural: Conjunto de códigos apropiados para percibir, apreciar y reflexionar los bienes culturales.</p> <p>Distinción: dimensión simbólica del consumo de bienes que opera como principio diferenciador entre grupos sociales.</p>	<p>"El Sentido social del Gusto" (2010)</p> <p>"La Distinción" (1998) Pierre Bourdieu</p>	<p>Las clases populares tienen gustos populares, la alta sociedad tiene gustos refinados. Es decir, la diferencia de gustos remite a jerarquías sociales.</p>
Omnivorismo Cultural	<p>Los gustos de las nuevas clases dominantes se caracterizan por poseer un amplio abanico de preferencias culturales.</p>	<p>Peterson (2005), Fernandez-Heikkila (2011) Di Maggio (1987)</p>	<p>Las barreras entre alta cultura y cultura popular se estarían erosionando.</p>
Aprendizaje a través del consumo	<p>Bienes de experiencia: Consumo bajo incertidumbre, no sabemos cuánto lo</p>	<p>Levy-Garboua y Montmarquette (1994)</p>	<p>Educación artística en períodos pasados al consumo tendrían mayor relevancia.</p>

	valoramos hasta que lo consumimos.		
Adicción Racional / Bienes de experiencia	Adicción Racional: Los individuos con mayor capital cultural son más eficientes en "apreciar cultura"	Stigler-Becker (1977), Brito-Barros (2005), Ateca Amestoy (2009)	Al ser acumulativo, representa la capacidad que tienen los individuos de "educar su gusto". Esto puede ser modelado para muchos períodos y variar entre individuos
Mercado Laboral Artistas	La decisión de horas trabajadas depende de las horas dentro y fuera del arte. (Modelo Ocio Consumo con tiempo para arte)	David Throsby (1994)	Nuevos medios estarían creando otro tipo de actores.

II. ii **Resultados Empíricos**

La participación ha sido estudiada como variable dependiente, dicho de otra forma, se han investigado cuáles son los factores que tienen un mayor o menor incidencia en el grado de participación. Los principales determinantes son resumidos en la **Tabla 2**. Esta tabla contiene los principales hallazgos de la literatura para los condicionantes de la participación y Consumo Cultural (CC), los estudios y la relación esperada del efecto.

Como vemos, la literatura empírica ha estudiado la participación en artes descrita como patrones de consumos en 3 dimensiones: i) nivel de participación, ii) características de los participantes y iii) determinantes de la participación. La mayoría de los estudios se enfocan en quién participa más que porqué participa o no participa: los siguientes factores son los usados para explicar los cambios en los patrones de consumo: sociodemográficos, cambios en gustos, cambios en consideraciones prácticas (de oferta), restricciones de tiempo libre, niveles de ingreso y cambios en el stock de Capital Cultural (educación artística, etc).

Seaman (2006) realiza una exhaustiva revisión de la literatura sobre el tema, haciendo dialogar los distintos métodos y resultados de la literatura. Muestra que

Tabla 2. PRINCIPALES DETERMINANTES PARTICIPACIÓN CULTURAL

	Concepto / Hipótesis	Autores y Textos	Principales Conclusiones	Metodologías empleadas	Dirección esperada del efecto
Precio	Entre más caro es el bien cultural menor es su demanda.	Xavier Dupuis(2007) , Castiglione (2011)	No existe política tarifaria homogénea que maximice público e ingresos en Francia.	a) Clasificación en tipos de públicos y políticas tarifarias de discriminación de precios para teatro en Francia.	-
Precio de los sustitutos /Tiempo Libre	Si se cuenta con mayor tiempo libre, hay mayor probabilidad de participar en cultura	Alderighi-Lorenzini (2011)	Cuando se considera comportamiento de adicción racional, la relación entre satisfacción y demanda de bienes culturales es cóncava. Cuando no, puede ser convexa.	Regresión lineal: La situación de los turistas y valoración de las vacaciones desagregadas por cultura. Análisis de cultivación del gusto	+
Estratificación Social y Consumo Cultural	a) Se testea omnivorismo cultural en términos de gustos. Elite vs masas b) Se teste la tesis de la homología, omnivoro vs univoro	Chan-Goldthorpe(2007a, 2007b)	El CC está estratificado por educación y status, no por clases. Los participantes de artes refinadas, son efectivamente los de clase alta.	Multinomial Logit entre campos artísticos determinados. Clasificación entre Univoros y Omnivoros. a) Implicaciones políticas b) Arte en Inglaterra	+
Ingreso	Aquellos que tienen más recursos económicos participan más de cultura. Los bienes culturales son normales	a) Diniz y Machado (2011); Quintero y Martos (2012)	a) Brasil, bajo estatus socioeconómico restringen participación b)En Colombia, se enfatiza el efecto por los niveles de pobreza y desigualdad. Es testeado con zonas urbanas.	a) CLAD: (Censored least absolute deviations quantile method). Se utiliza como variable a explicar el % de gasto y como es bajo se opta CLAD y no OLS.	+
Percepción Sociocultural	Influencia cultural (exterior), percepción del conflicto social, capacidad de decididr por sí mismo, percepción de la democracia como forma de gobierno están relacionadas con la participación cultural	a) Peters (2010), b)Peters-Güell-Morales (2010)	a) Mayor participación : mejor percepción de la democracia, sujetos más empoderados b)La individuación (afirmativa) se correlaciona positivamente con la intensidad de CC	a) Control de Muestras: cruce de tendencias relacionando grupo socioeconómico y participación. Se distinguen ponderaciones porcentuales. Para CHILE b) Probit	+
Educación artística	Haber asistido a actividades formativas aumenta la probabilidad de participar en cultura.	a) Borgonovi (2004) , Rabkin y Hedberg (2011) , Ateca-Amestoy (2007)	Educación artística en la infancia incide positivamente en la participación cultural de adulto.	a)Multinomial Logit (participación) para USA. Probit ordenado para frecuencia	+

Edad	Rangos etarios determinan participación cultural	DiMaggio y Mukhtar (2004)	Participación no sigue un comportamiento lineal si se observa edad.	Estratificación por 3 variables: edad, género y nivel educacional. Se testea omnivorismo cultural	No se espera
Disponibilidad de Oferta	Individuos que viven en regiones con mayor oferta, aumentan su probabilidad de participar.	Diniz y Machado (2011)	Incluso cuando se controla por oferta, el gasto en cultura por región difiere entre urbano y rural.	Se revisa gasto en cultura para familias de Brasil.	+
Infraestructura Cultural	La cantidad de butacas de la oferta y si posee bienes intermedios en cultura también determinan la participación.	Xavier Dupuis(2007)	El precio puede ser una barrera al acceso, pero no a la cantidad de veces que se asiste al teatro.	Observan políticas tarifarias para teatros en Francia.	+
Participación pasada	Personas que asisten a otros eventos artísticos tienen mayor probabilidad de asistir al teatro.	Castiglione (2011)	Personas que asisten a otros eventos artísticos tienen mayor probabilidad de asistir al teatro.	-	+
Capital Humano	Individuos con mayor cantidad de años de educación, infraestructura cultural y mayor acervo cultural, tienen mayor probabilidad de participar, porque "aprecian la cultura"	Castiglione (2011) , Ateca Amestoy (2002,2009), Quintero y Martos (2012)	Bajos niveles educacionales (Stock Capital Humano) restringen participación, afectan más a la probabilidad de participación que a la frecuencia.	Ateca (2009): Modelo Binomial Negativo con Inflación de Ceros.	+
Ciclo Económico	La demanda de cine no está relacionada con el estado de la economía. En el agregado, la demanda no influye a la oferta. El desempeño económico está relacionado con los precios.	Bjorn von Rimscha (2012)	Fluctuaciones en calidades individuales netean potenciales efectos del ciclo económico. El crecimiento económico si tiene efecto en la demanda por contenido.	Análisis de series de tiempo (VAR): Impacto en PIB, Oferta y demanda de Cine, confianza de los consumidores y desarrollo de precios.	+
Información	Los medios de información varían según intensidad de su consumo cultural	Güell-Peters (2010)	Chilenos se informan por televisión en su mayoría. Para niveles de alto CC se utilizan los periódicos (adultos) e internet (jóvenes).	Construcción de un ICC, luego segmentación de públicos por intensidad de participación. Relacionan con fuentes de información.	+

Fuente: Elaboración propia a partir de la Revisión de la Literatura

mientras las audiencias y encuestas de participación, así como también los estudios de demanda econométricos confirman que las audiencias en artes escénicas son de élite, hay algunas sorpresas. Por ejemplo, la educación es un determinante más fuerte que el ingreso. Así como también, encuentra que las artes visuales son bienes de lujo, y que esto se confirma por estudios raros que controlan por el *valor del tiempo* y elasticidades de precios, que son más altos de lo que se espera sobre todo cuando se desagrega la muestra. La inelasticidad de la demanda es resultado de estrategias de bajos precios que fijan las organizaciones sin fines de lucro más que cualquier resultado inherente de la formación de audiencias, mientras que la elasticidad precio cruzada es relativamente débil incluso para las artes escénicas. La demanda de artes no puede ser estimada sin considerar las variables de “estilo de vida”, o considerando variables socioeconómicas no-comunes como la orientación sexual, género y otros procesos de socialización. Incluso el rol de la edad ha sido especialmente compleja en este campo. La calidad de los bienes culturales pareciera importante, pero los resultados empíricos son mixtos. Sociólogos, psicólogos, especialistas en marketing y economistas han contribuido a la literatura que se mantiene con un enigma inusual a pesar de 40 años de análisis cada vez más sofisticados.

Castiglione (2011) analiza los determinantes de la decisión de participar en teatro para Italia en el periodo 1995 - 2006, evaluando tanto la decisión personal de participar o no como la frecuencia de la participación. Analiza características socioeconómicas, sociodemográficas, capital cultural y participación en otras actividades culturales. Encuentra que las principales restricciones de participación son bajos niveles educacionales y de estatus socioeconómico; que personas que asisten a otros eventos artísticos tienen mayor probabilidad de asistir al teatro y que la variable educación, que es utilizada como proxy de capital cultural, es significativa para determinar la participación, pero no lo es para determinar la frecuencia.

Los estudios sobre consumo cultural referidos a la estratificación social, han logrado demostrar una relación directa entre el consumo cultural y la clase social (Bourdieu y Darbel(2004); Dimaggio y Useem (1978)), lo que refuerza las correlaciones entre frecuencias de consumo entre bienes culturales y las distintas categorías de estratificación de individuos. Si bien estos hallazgos e interrogantes vienen de países

desarrollados, es un desafío en sí mismo probar estas tesis para datos de países en desarrollo como Chile.

DiMaggio y Mukhtar (2004) estudian los factores que inducen al cambio en los patrones de consumo para el período 1982-2002 de la *Survey of Public Participation on Arts* (SPPA2002) . Se enfocan en el cambio de las tasas de participación usando la estratificación social, clasificando la muestra en tres criterios: edad, sexo y nivel educacional, para testear la tesis del *consumidor cultural omnívoro*. La estimación estratificada evalúa participación y frecuencia de asistencia.

La cointegración utilizada por Fernández-Blanco (2004) para estimar la demanda por cine en España tiene la ventaja de usar datos de panel. Buscan testear dos hipótesis: indicar si la demanda por cine es elástica al precio (o tiene menores restricciones discriminatorias a la demanda) y si es el cine un producto de lujo. Estos autores demuestran que si no podemos distinguir entre los que nunca van y los participantes usuales, pero sí podemos distinguir entre grupos con alto promedio de participación y bajo promedio de participación, entonces esta estimación puede ser un buen acercamiento a la realidad. Demuestran que la continua baja de la demanda es consecuencia de un aumento en el precio de las entradas, y un cambio en las preferencias individuales reflejadas en un aumento de la demanda por sustitutos como la TV y el internet.

Borgonovi (2004) muestra que la estimación por modelo binario para la participación y ordenado para la frecuencia de participación se justifica por el supuesto de que hay mayores diferencias en caracterizar comportamientos ocasionales que los frecuentes en las artes en vivo. Por eso, se debe estudiar estos dos grupos separadamente: los que van a veces y los que están en el circuito de las artes. También se pregunta hasta qué punto la educación artística, los precios y las características socioeconómicas influyen en la asistencia a eventos profesionales de artes escénicas y en la cantidad de veces que se asiste en Estados Unidos (usando también la SPPA2002) . Se encuentra que la educación artística está altamente correlacionada con la decisión de asistir, no así con la frecuencia de la asistencia. Se encuentra que la educación artística es más importante para determinar la asistencia que cualquier otra característica personal, incluyendo la educación tradicional. Justifica la utilización de un modelo binario de participación y uno ordenado para medir la frecuencia en el

siguiente supuesto: hay mayores diferencias caracterizando el comportamiento de los participantes ocasionales y frecuentes en las artes en vivo. Por eso, se pueden estudiar los 2 grupos por separado. Considerando la alta tasa de no-participación, controlan por la respuesta a la pregunta “¿irías más al teatro si no tuvieras que enfrentar restricciones?”.

Upright (2004) señala que la participación en artes es un fenómeno profundamente social, y, por lo tanto, determinado por las experiencias individuales y las relaciones. El valor intrínseco e intangible de los bienes culturales es generado en parte por un consumo común de distintos miembros de la comunidad. Por eso, se justifica la utilización de la participación del entorno familiar como aproximación de Capital Social.

Ateca Amestoy (2007) estudia justamente el fenómeno de comportamiento heterogéneo de audiencias en teatro. Este estudio sería el pionero en estimar ecuaciones de participación a partir de modelos de conteo para hacerse cargo de la heterogeneidad de la no-participación. Posteriormente, Ateca Amestoy (2009), estudia cómo afecta el capital humano en el consumo cultural para el caso de Estados Unidos. Se encuentra evidencia de que las variables de capital cultural tienen una mayor influencia en la participación artística que las variables relacionadas con el ingreso. Asimismo, las variables de capital cultural operan más como una barrera a la participación que como un modulador de su intensidad (pues afectan más a la probabilidad de participación que a la frecuencia), lo que tiene implicancias en políticas públicas culturales.

En el contexto de países en desarrollo, hasta ahora se ha encontrado evidencia similar a la hallada en países desarrollados. Quintero y Martos (2012) identifican las variables que dan forma a la decisión individual de asistir a eventos de artes escénicas y a la frecuencia de la participación en Colombia. El resultado encontrado es que la educación y el estado socioeconómico son las principales restricciones para la participación en Colombia. La significancia encontrada para el estatus socioeconómico refleja la importancia de los factores económicos para acceder a bienes culturales y se enfatiza que la situación es agudizada por los altos niveles de pobreza y desigualdad en la distribución del ingreso y la riqueza en ese país. Otro factor que destaca por los autores es que la probabilidad de participación es mayor en zonas

urbanas, lo que sugiere una necesidad de infraestructura cultural en regiones menos desarrolladas.

Diniz y Machado (2011) buscan los determinantes del consumo de bienes y servicios artístico-culturales en Brasil, es decir, observan como variable a explicar el gasto en cultura de los hogares. Encuentran que el gasto en bienes culturales está fuertemente determinado por el ingreso y la educación del consumidor. Adicionalmente, encuentran que el gasto difiere por región, incluso cuando se controla por variaciones de oferta cultural, lo cual podría ser explicado por distintas tradiciones culturales, del orden de costumbres propias de los distritos.

GESCENIC; Xavier Dupuis(2007) encuentra, a propósito de la relación entre precio y demanda en artes escénicas, que no existe política tarifaria de precios homogénea que maximice a la vez público e incrementa ingresos en el público en Francia. Concluye que el precio es un obstáculo a la frecuentación para una parte del público que manifiesta sólo un mínimo de gusto por las actividades culturales, pero que puede ser receptivo a un trabajo de mediación. Es decir, cambiar de un grupo de mínimo gusto a otro de mayor. Pequeñas variaciones en los precios tienen sutiles diferencias en frecuentación. Por el contrario, fuertes disminuciones, acompañadas de una política de comunicación adecuada, pueden tener efectos positivos en la frecuentación. La gratuidad por sí misma no resulta suficiente para provocar frecuentación en el “no-público”. El precio es solamente un aspecto de la relación entre el consumidor y la institución cultural.

También se destaca la idea que asocia el capital cultural con la desigualdad en distintos ámbitos. Bajo este precepto, el consumo cultural se ha incluido en la elaboración de estratificaciones culturales (Lizardo, 2008), así como en la revisión de su relación con la estratificación social en general (Chan 2010).

Otras características individuales que pueden influir en la participación son: la edad (la demanda cambia a través del tiempo), género (por razones socioculturales se puede esperar que individuos de cierto género sean más expuestos a los bienes culturales o tener mayores niveles de consumo pasado, que implica mayor consumo presente; Gray, 2003) y raza (razones parecidas a las de género).

Para Chile, Cociña (2007) realizó una aplicación para el modelamiento del gusto por la lectura en Chile. Utilizando dos modelos de consumo de libros. El primero, *learning by consuming*, donde el beneficio instantáneo depende la lectura o consumo de libros y el *stock* de habilidad para descifrar sus contenidos (Capital Cultural). El segundo modelo, asume un comportamiento “hiperbólico” de los lectores, es decir, están menos dispuestos a retrasar sus beneficios presentes que a comprometerse a retrasarlas en el futuro, evidenciando una suerte de miopía. Se muestra que individuos más impacientes tienden a desplazar la decisión de lectura por trabajo remunerado, y que dicho entrenamiento no se recupera en el horizonte de períodos posteriores. También encuentra que la variable más significativa es la educación formal, luego la educación de los padres y el ingreso del hogar. Metodológicamente, utiliza un modelo Probit para definir la lectura, y un Probit ordenado para la frecuencia (cuánto tiempo le dedica a la lectura).

Loyola (2015) estudió los determinantes de la participación en Cine y Teatro, encontrando como mayor determinante el Capital Cultural. Rebolledo (2013) encontró que el capital cultural es determinante en la decisión individual de participación, también sugiere que la riqueza y el precio del tiempo de ocio afectan significativamente la probabilidad de participación. Ambos trabajos utilizan también un Probit para medir la probabilidad de participar y un Probit Ordenado para la frecuencia.

II.iii ¿Como se les ha estudiado a nivel nacional?⁶

En Chile, en la década de los ochenta, los estudios sobre la producción y consumo de bienes y servicios culturales estuvieron a cargo de los estudios realizados por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA). Estos estudios permitieron hacer los primeros diagnósticos bajo dictadura militar. En general, trataron sobre la televisión y su contexto de producción y recepción (CENECA,1987; Fuenzalida, 1983; Fuenzalida-Hermosilla, 1989).

En los noventa, la investigación sobre el campo cultural se centró en el consumo cultural y los medios de comunicación (Catalán y Sunkel, 1990; Fuenzalida,1997;

⁶ Elaborado a partir de Güell-Peters, 2010; CNCA,2013; Peters, 2007

Santa Cruz, 1997). Se entregaron nuevos antecedentes descriptivos de los niveles de acceso y frecuencia cultural que realizaban los chilenos durante los primeros años de retorno a la democracia. A partir de esto, se realizaron las primeras políticas culturales a la oferta, pero también se avanzó en materia educativa y cultural.

En los 2000, se realizaron importantes estudios respecto a los patrones de consumo cultural, entre los cuales figuran los de Gayo, Teitelboim y Méndez (2009); Catalán y P. Torche (2005); PNUD, (2002); F. Torche (2007); y Güell, Peters y Morales (2011). En sus inicios, estos investigadores contaron con la encuesta de “Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre” desarrollada por el Consejo de la Cultura y las Artes (CNCA) en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en los años 2004 y 2005, y con algunas preguntas incluidas en los instrumentos de las investigaciones sobre Desarrollo Humano efectuadas por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo de Chile.

En su conjunto, lograron entregar un conocimiento general acerca del acceso y frecuencia con que los chilenos desarrollan una serie de prácticas culturales en relación al consumo y exposición a medios como la televisión o la radio, hábitos de lectura, frecuencia de asistencia a cine, ópera, museos, y varios otros.

Según el *Informe de desarrollo humano ‘Nosotros los chilenos’*, del PNUD, se ha logrado determinar que: “entre quienes efectúan algún consumo cultural, un 40% siente que esas actividades le ayudan a desarrollarse como persona; un 27% a ampliar sus temas de conversación; y un 29%, a conocer otras maneras de vivir y pensar” (2002, pp. 170-171). En cambio, los que consumen menos bienes culturales son, al mismo tiempo, personas que poseen una actitud privativa, pesimista y desconfiada.

De la misma forma, el mayor consumo y participación cultural se liga, según los resultados de los investigadores, en cualquier escala de ingreso y situación económica: “a una mayor actitud cívica de valoración de la diversidad y a una mayor disposición hacia la tolerancia y la no discriminación” (PNUD, 2002, p. 171).⁷

Algunos de estos estudios sentarían bases, establecerían criterios sobre los conceptos ya estudiados hasta aquí:

⁷ Citado de Peters (2010)

“En rigor, el consumo cultural abierto y plural pareciera ser el medio de obtención de fuentes de sentido que utilizan las subjetividades individualizadas y, por lo mismo, que afirman su autonomía frente a instituciones y tradiciones. Esto pareciera reafirmarse en los datos al observar las diferencias en el consumo cultural, según el mayor o menor grado de individuación que presenten las personas, esto es, el nivel de valoración y confianza en su identidad individual frente a entidades externas.” (Güell, Godoy y Frei, 2005, p. 84)

Güell-Peters (2010) estudian los medios de información a través de los cuáles los chilenos se enteran de la oferta de bienes culturales o manifestaciones artístico-culturales. Encuentran que a mayor *intensidad* en el consumo cultural, puede observarse mayor *diversidad* de fuentes de información. La mayoría de los chilenos se informa por televisión, pero para niveles altos de participación cultural esta relación se ve explicada por la prensa escrita (en adultos) e Internet (en jóvenes) y, además, para ambas edades las redes sociales juegan un papel importante (capital social).

Destacan entre los factores que en mayor medida inciden en las prácticas culturales los ingresos, la edad, la clase social o grupo socioeconómico, el estatus y el tiempo. Estos hallazgos, que están contenidos en buena parte de los análisis sobre el tema, muestran que el foco de estos estudios son las condiciones estructurales (ingresos económicos, estatus ocupacional, tiempo) bajo las que se producen los distintos consumos culturales (Gayo, 2011; Güell, Peters y Morales, 2011).

Por último, existe la propuesta de Canasta Básica de Consumo Cultural (CBCC) en base a la discusión de *mínimos* (Güell, Peters y Morales, 2011). Metodológicamente, la construcción de la CBCC se confecciona a partir de las personas que “no presentan restricciones al consumo” y, entonces, utilizan los datos para el consumo “normal” de personas que sí participan en el consumo cultural. De esta forma, se argumenta que se puede confeccionar una línea base para establecer *mínimos*. Además, consideran la mediana de la distribución de consumo, porque al considerar toda la población los valores de tendencia central estarían cargados al cero (por la alta tasa de no-asistencia)

II.iv

Conclusiones en torno al marco teórico

A modo de resumen podemos destacar las principales ideas los elementos del marco teórico :

- El intercambio de bienes y servicios culturales tiene la complicación de la incertidumbre en el consumo. Al ser estos *bienes de experiencia*, no se sabe la satisfacción que les otorga momentánea y perpetuamente a los individuos. Se entiende, entonces, la presencia de un mercado secundario de información que disminuye el riesgo de equivocarse (críticos, boca a boca, trailers, amigos que hayan experimentado algo parecido, etc).
- La formación del *gusto* se deriva de una infinidad de procesos. Algunos teóricos han encontrado que diferencias en capas sociales se traspasan en diferencias en patrones de consumo cultural. Aquí se repasa: la *teoría de la homología* que posiciona al Capital Cultural como un factor diferenciador de clase. Es decir, se refiere a que el *habitus* –que funciona como principio ordenador de clases- funciona entre diferentes campos. El campo cultural es un campo en el cual se genera la desigualdad entre clases, pero la “homología” se puede dar también en otros campos. La comparación se puede hacer porque se comparten ejes estructurantes similares como educación y posesión de recursos económicos. Aunque cada campo tenga sus propias reglas, la homología es “la similitud dentro de la diferencia”.
- El *omnivorismo cultural* postula que los gustos de las nuevas clases dominantes se caracterizan por una mayor variedad. Por el contrario, las clases bajas están restringidas en el consumo por limitaciones en el Capital Cultural.
- La *adicción racional* propone una posibilidad de formación del gusto. Bajo este supuesto, los agentes pueden formar su gusto tornándose cada vez más eficiente en el consumo de bienes culturales.
- El mercado laboral del artista es intensivo en tiempo, riesgoso y mal pagado en comparación a otras industrias para mismos individuos con niveles de educación y experiencia similares. Se establece que las decisiones de oferta de trabajo están determinadas por variables similares a las que determinan las decisiones de consumo.

- Se esbozan 4 modelos microeconómicos que han incorporado a la teoría del consumidor, las peculiaridades de la industria cultural. Así como también el mercado laboral de los artistas. Queda como desafío explorar otras formas de entender el fenómeno de la participación cultural. Incorporando, entre otros, metodologías no convencionales.
- La literatura encuentra como principales determinantes: Capital Cultural, Educación e Ingreso. Son de particular importancia estas variables en países en contexto de desarrollo. Las **Tablas 2.1 y 2.2** resumen de buena manera los signos de las variables explicativas.
- Las metodologías empleadas van desde análisis estratificado de la muestra (dividiendo en niveles de intensidad de participación) a Probit para explicar la decisión de participación y Probit Ordenado para explicar la frecuencia de consumo.
- Esta investigación está enmarcada en la literatura de estudio de demandas y sus determinantes. Busca analizar cuáles metodologías podrían ser útiles para entender el comportamiento de los consumidores de arte.
- En Chile, se han desarrollado históricamente estudios culturales desde los ochentas. Sus focos fueron los medios de comunicación, el consumo cultural, su impacto en el desarrollo y la confección de una Canasta Básica de Consumo Cultural.
- A pesar de ser un campo poco explorado en Chile, existen algunas aproximaciones que destacar en el ámbito de la economía: Cociña (2007) estudiando el comportamiento lector y la cultivación del gusto. Rebolledo (2013) y Loyola (2015) analizan de manera sectorial la participación a través de un Probit.

III. Caracterización para Chile⁸

Esta investigación utilizará datos de la III Encuesta de Participación y Consumo Cultural 2012 (ENPCC 2012); hay que destacar que posee un diseño muestral que garantiza representatividad poblacional y tiene una muestra de 8200 casos en las 15 regiones, suficiente para asegurar un error muestral de 1,08% a nivel nacional. La encuesta fue realizada a hombres y mujeres residentes mayores de 15 años, pertenecientes a todos los grupos socioeconómicos y zonas, con el fin de averiguar la participación cultural y las variables que la explicarían.

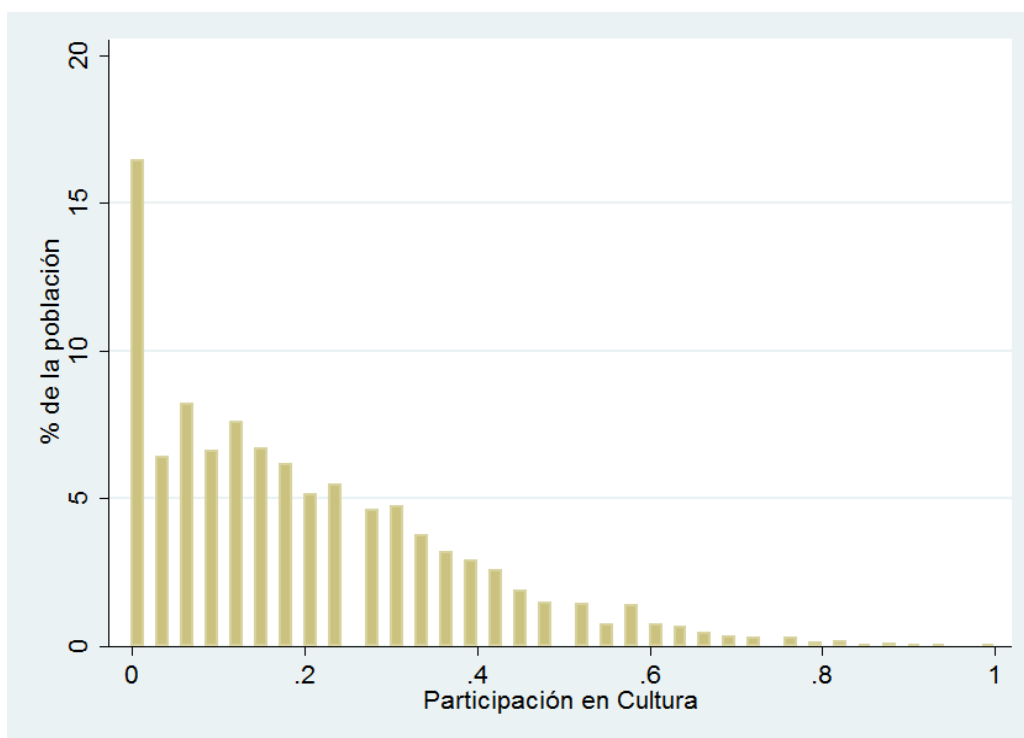
En términos generales, se puede decir que el 24,6% de la población tiene entre 15 y 29 años de edad, mientras que el 21,3 % entre 45 a 59 años. Además el 24,5% de los hogares están constituidos por 3 personas en el hogar. En cuanto al nivel educacional el 26,7% tiene educación básica, el 45,2% cursó educación media y un 22,4% educación superior. Para la descripción general de los datos ver **Anexo B. Estadística Descriptiva.**

Los campos artísticos que se definen se pueden aglutinar en 7 sectores que son: i) Artes Visuales; ii) Artes Escénicas : Teatro, Circo, Danza, Otros Espectáculos en el Espacio Público; iii) Música: Escucha, Recitales en vivo, iv) Libros; v) Cine y Nuevos Medios (Películas, Internet, Nuevos Medios); vi) Patrimonio (Natural, Material, Inmaterial; Museos). Además de los campos artísticos están los Dominios transversales en donde pondremos atención a las variables de Educación, Equipamiento y Razones de no-asistencia.

Para analizar la *Asistencia agregada* se confeccionó un Indicador de Participación Cultural Agregada que suma las asistencias para cada uno de los sectores a estudiar (Artes Visuales, Teatro, Danza, Circo, Espectáculos en vivo, Recitales, Libros y Cine) correspondiente a la intensidad de frecuencia. Como podemos ver en el **Gráfico 1** los datos están concentrados en el cero tal y como lo habíamos predicho. Esto también se observa de manera desagregada, en el **Gráfico B.2** del anexo.

⁸ Las estadísticas descriptivas de aquí en adelante están corregidas por factores de expansión. Por esta misma razón, estarán presentadas en su mayoría en términos porcentuales.

Gráfico 1. Participación agregada en cultura



FUENTE: Elaboración propia a partir de ENPCC(2012)

Para todos los campos artísticos existe alta tasa de no-asistencia (mayores a 50% y en su mayoría mayores a 70% de no-participación) con excepción del Internet y Espectáculos Públicos, el detalle puede ser visto en la **Tabla B.4** , que además jerarquiza las principales razones de no-asistencia. Podemos ver que la principal razón es “Falta de Tiempo”, seguida de la “Falta de interés”. Ambas pueden ser entendidas microeconómicamente. Podemos interpretar la “falta de tiempo” como una restricción temporal activa, y en ese sentido, queda como desafío de investigación cuáles son los estilos de vida y trabajo que están llevando a los individuos a postergar actividades que le podrían dar felicidad⁹. Por otro lado, la “falta de interés” es una falta de Capital cultural, que bien podría ser cultivado a través de la educación.

Podemos ver en la **Tabla 3**, que muestra la participación segmentada por grupos, que los grupos que menos participan de cultura son los hombres y mujeres sin educación universitaria y que tienen más de 50 años. Esto puede ser relevante para las políticas de acceso a la demanda, evidenciando la importancia de la educación;

⁹ Esto se abordará de manera tangencial en la hipótesis de tiempo libre, más adelante se profundiza sobre esto.

para todos los estratos, la educación universitaria impacta positivamente a la participación. Por otro lado, el grupo que mayor participación posee son los hombres y mujeres universitarios jóvenes, es decir, entre 15 y 30 años. Esto es importante para políticas de fidelización de audiencias, puede que por alguna razón estos individuos que tienen un gusto “más formado”, dejan de participar en la cultura cuando pasan los años.

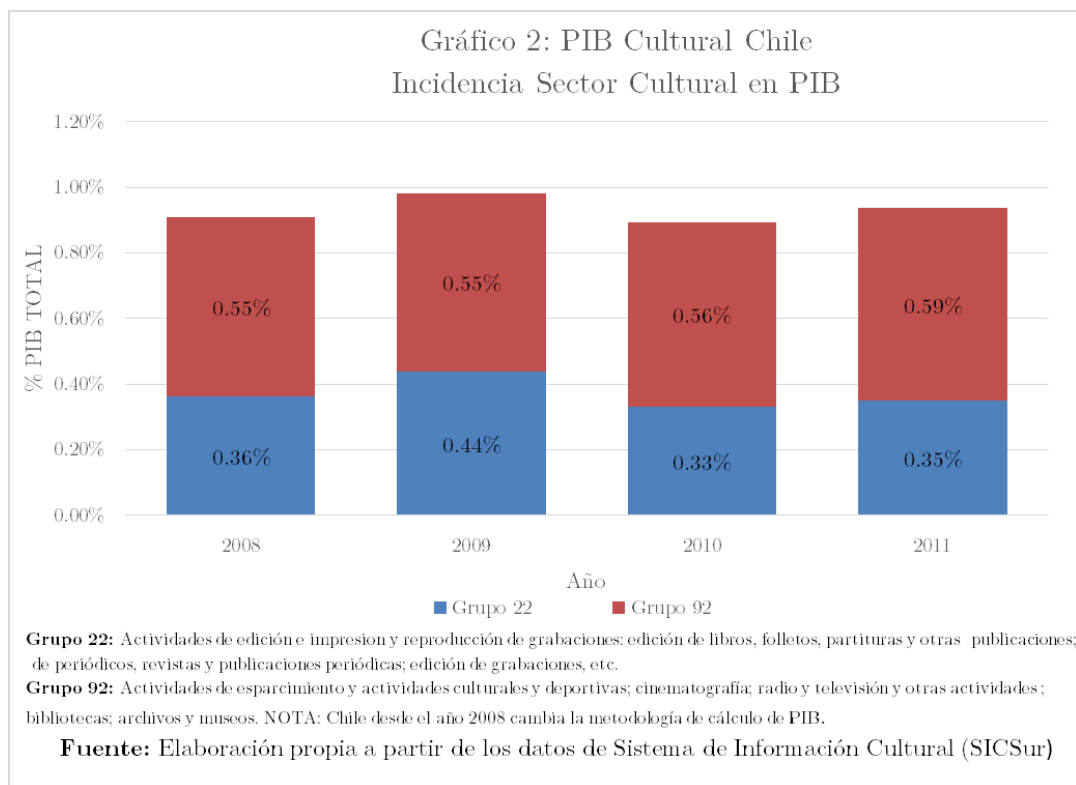
Tabla 3.¹⁰ % Participación cultural de la población segmentada			
		Educación universitaria completa y/o posgrados	Hasta Educación media completa
Hombre (prom: 17,64 %; mediana: 18,18%)	15 a 30 años (prom: 26,91% mediana: 27,27%)	(prom: 34,35% mediana: 33,33%)	(prom: 26,04% mediana: 24,24%)
	30 a 50 años (prom: 20,34% mediana: 18,18%)	(prom: 29,09% mediana: 24,24%)	(prom: 17,31% mediana: 12,12%)
	más de 50 años (prom: 12,76% mediana: 18,18%)	(prom: 25,49% mediana: 21,21%)	(prom 11,33% mediana: 6,06%)
Mujer (prom: 18,61%; mediana 15,15%)	15 a 30 años (prom: 26,34% mediana: 24,24%)	(prom: 32,93% mediana: 33,33%)	(prom: 25,65% mediana: 24,24%)
	30 a 50 años (prom: 17,85% mediana: 27,27%)	(prom: 28,89% mediana: 27,27%)	(prom: 15,44% mediana: 12,12%)
	más de 50 años (prom: 11,89% mediana: 9,09%)	(prom: 23,60% mediana: 21,21%)	(prom: 10,84% mediana: 6,06%)

Fuente: Elaboración propia a partir de ENPCC 2012

¹⁰ Para la confección de la tabla se asumen “analytics weights”. Sin factores de expansión, se subestiman los valores para cada segmento.

III. i Oferta

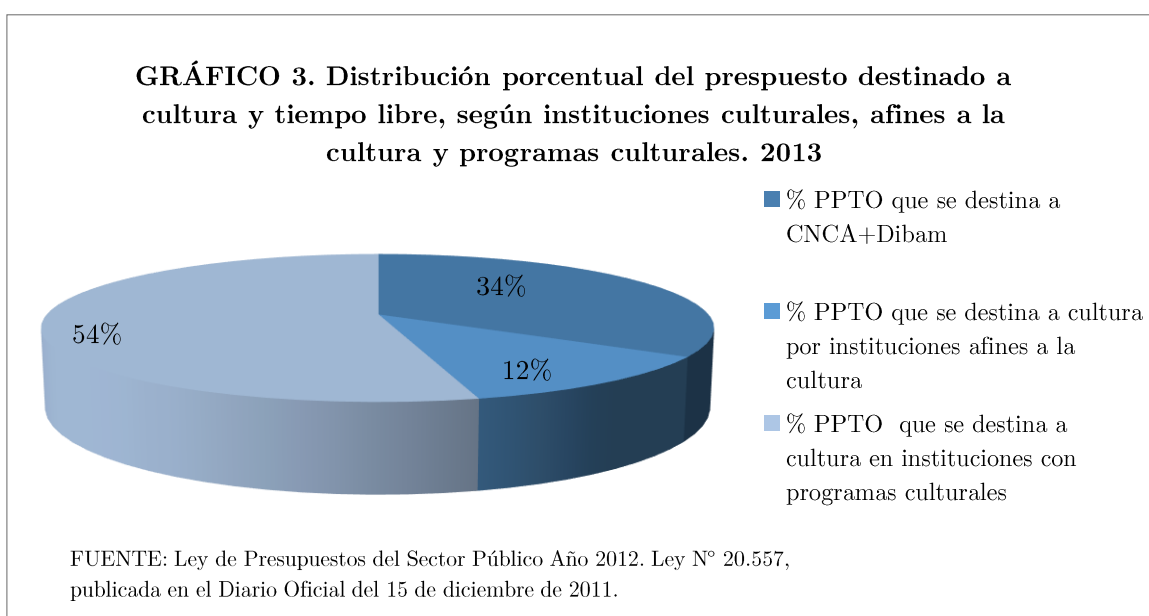
La Economía Creativa, definida por John Howkins¹¹, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos. Esto varía según los organismos estatales que los definen, y debe pensarse como una “nueva narrativa de ruptura de fronteras entre la economía y la cultura” (O’Connor, 2007). La noción de industrias creativas, que se ha desarrollado en las últimas dos décadas, extiende las industrias culturales más allá de las artes y pone el foco en el potencial económico de actividades que hasta hace poco tiempo no se consideraban relevantes para la economía. Estas actividades habrían tenido un desempeño económico superior en los últimos años y se caracterizan por situarse entre las artes, la cultura, los negocios y la tecnología, empleando el capital intelectual como principal insumo (UNCTAD, 2010). He aquí



¹¹ *Economista británico que ha desarrollado esta ola de pensamiento entorno a las industrias creativas. Defiende la visión que las industrias culturales son grandes promotoras del desarrollo económico mundial.*

la importancia del sector cultural en el desarrollo. En el **Gráfico 2** se aprecia la magnitud del aporte que hace el sector cultural al PIB total de Chile.

Es importante considerar que el valor del aporte es mayor al 0,33% que para el 2012 ocupa el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) junto con la Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos (DIBAM) en el Presupuesto Público. (CNCA,2013). El **Gráfico 3** muestra la distribución porcentual del presupuesto público según instituciones culturales. El principal destino de los fondos es la transferencia directa a instituciones con programas culturales (54%) y luego a instituciones coordinadoras: CNCA y Dibam (34%).



Además, hemos señalado que la Política Cultural se centra en asegurar *disponibilidad* de acceso, esto es política a la oferta. En términos de centralización de los recursos, la **Tabla B.3** muestra cómo es la distribución de los fondos del Estado por región. Constatamos que la oferta cultural está centrada en la Región Metropolitana, con el 72% de los proyectos adjudicados totales y llevándose el 74% de los recursos del FONDART Nacional. Esto puede deberse a temas de demanda cultural, ya sea por la alta densidad poblacional de la capital o por una industria cultural más consolidada en términos relativos.

Podemos ver que, en términos de oferta, desde el 2008 hasta el 2014, a pesar de no haber muchos cambios al alza en el número de funciones, está asegurado cierto *stock*

de bienes culturales. **Ver Gráfico B.3.** En cuanto a la capacidad de las salas de cine por regiones se aprecia que el 56% de las butacas se encuentran en la Región Metropolitana, tal como diría la intuición juzgando por densidad poblacional. **Tabla B.6**

Por último, la **Tabla B.7** nos muestra la cantidad de espacios culturales clasificado por tipo de espacio. La **Tabla B.8** nos muestra la distribución de los espacios culturales por región, además podemos ver que en promedio a nivel nacional hay 12 habitantes por cada espacio cultural.

Lo anterior refleja, en los datos, una de las hipótesis importantes de la presente investigación

Hipótesis 1: ESTADO DE LA OFERTA

“Si existe disponibilidad de espacios culturales en la comuna o región, entonces los individuos participarán más.”

III. ii Capital Cultural

Los modelos definen la variable de stock de capital como una función exógena determinada por una dotación inicial entregada en las primeras etapas de la vida. Entre más educación tienen los padres, mayor es el nivel inicial que el individuo recibe, entonces mayor se espera que sea su participación. En el marco teórico de Stigler-Becker (1977), el stock de capital disponible es función de la dotación inicial de capital cultural y un vector de consumos pasados de bienes culturales. La función está parametrizada con los niveles de educación formal, que influenciaría en la habilidad para apreciar los bienes culturales.

Primero, tal como hemos señalado, asumiremos que el capital cultural puede ser medido por diferentes categorías: capital humano general (educación formal e informal, habilidades) y capital humano específico para la apreciación cultural. En concreto, se considera la educación formal, la asistencia a talleres y educación artística (formación cultural) y el equipamiento cultural.

1. Educación formal: captura la influencia del pasado en la decisión presente de participación cultural. Ha sido medida a partir de : la educación de los padres o jefe de hogar, reflejo de la dotación inicial de capital cultural heredado (Ateca-

Amestoy, 2006) y los niveles de educación formal propios, en tanto inversión específica en calificación académica (Rabkin y Hedberg, 2011). Podemos ver, en específico, cómo se comporta la matrícula de jóvenes con especialidad creativa en Enseñanza Media Técnica por establecimientos que lo imparten en la **Tabla B.5**¹². Se aprecia que la mayor cantidad de establecimientos con especialidades creativas, en términos absolutos, se concentra en la Región Metropolitana; y que, de la matrícula total de jóvenes en estos establecimientos (102,252) solamente el (3,453) 3.38% prefirió la especialidad artística. Esto es reflejo del desarrollo de la Educación Artística en la oferta educacional. Además, se justifica que para el presente estudio se mide el nivel de educación como lo señala la **Tabla 4**. La razón es que se considera que los saltos relevantes de nivel educacional son los siguientes:

Tabla 4: Nivel educacional

Nivel educacional	Valor	% de la muestra
Ningún nivel completo	0	16.8%
Básica/ Media incompleta	1	26.9%
Media /Universitaria incompleta	2	42.8%
Universitaria completa o más	3	13.3%

FUENTE: Elaboración propia a partir de ENPCC 2012

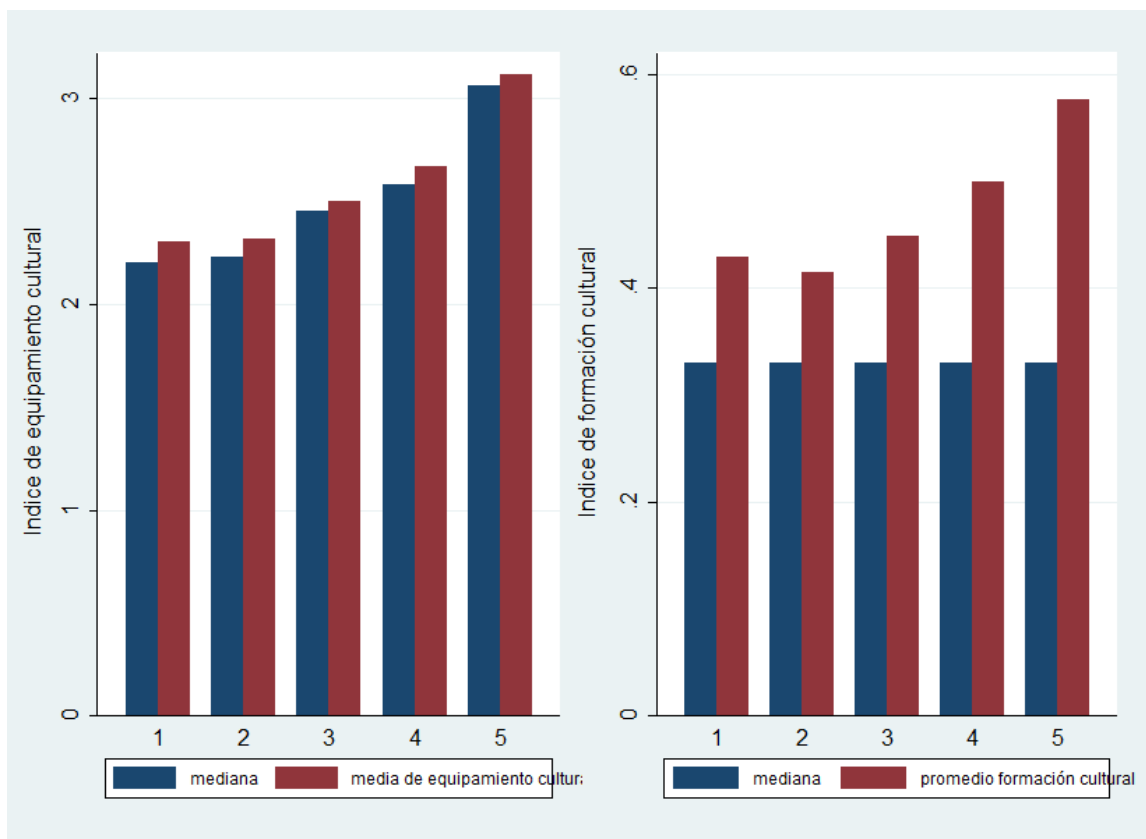
2. Equipamiento cultural del hogar: la dotación de equipamiento doméstico refleja aquellas variables contextuales e históricas del individuo a través bienes de capital físico que permiten y facilitan el consumo cultural; por ejemplo instrumentos en artes visuales, pinturas, esculturas, instrumentos musicales, libros en el hogar, etc. (Fernández y Prieto, 2009; Rebolledo,2013). Estos vendrían a ser bienes intermedios culturales. Podemos ver, cómo se distribuye el equipamiento cultural por quintil de ingreso en el **Gráfico 4**. Se percibe una relación creciente, es decir, entre mayor ingreso se tiene en el hogar (saltos por quintiles), mayor equipamiento cultural

¹² Estos datos pertenecen a una fuente secundaria (Anuario INE: Cultura y Tiempo Libre) y no pueden ser vinculados con los individuos de la Encuesta de Participación Cultural

se posee. Esto último podría demostrar la normalidad de este tipo de bienes luego de un punto del ingreso.

3. Formación cultural: el hecho de haber participado en cultura en instancias de aprendizaje, como talleres y clases fortalece y desarrolla el Capital Cultural. Esto también sería un reflejo de las preferencias individuales por sobre otro tipo de bienes sustitutos e intensivos en tiempo libre (Rebolledo, 2013 , Ateca-Amestoy, 2009, Dimaggio y Mukhtar,2004). Osea individuos que invierten en Capital Cultural, aumentan su eficiencia en el consumo o dicho de otra forma se especializan en el consumo de bienes culturales. Se ha confeccionado un Índice que aglutina la participación en instancias de formación cultural para todos los campos artísticos. Podemos apreciar que para el caso de la formación cultural (talleres de cada uno de los campos artísticos en cuestión), no existe una relación tan clara si se ven las medianas pero sí existe si se ven los promedios.

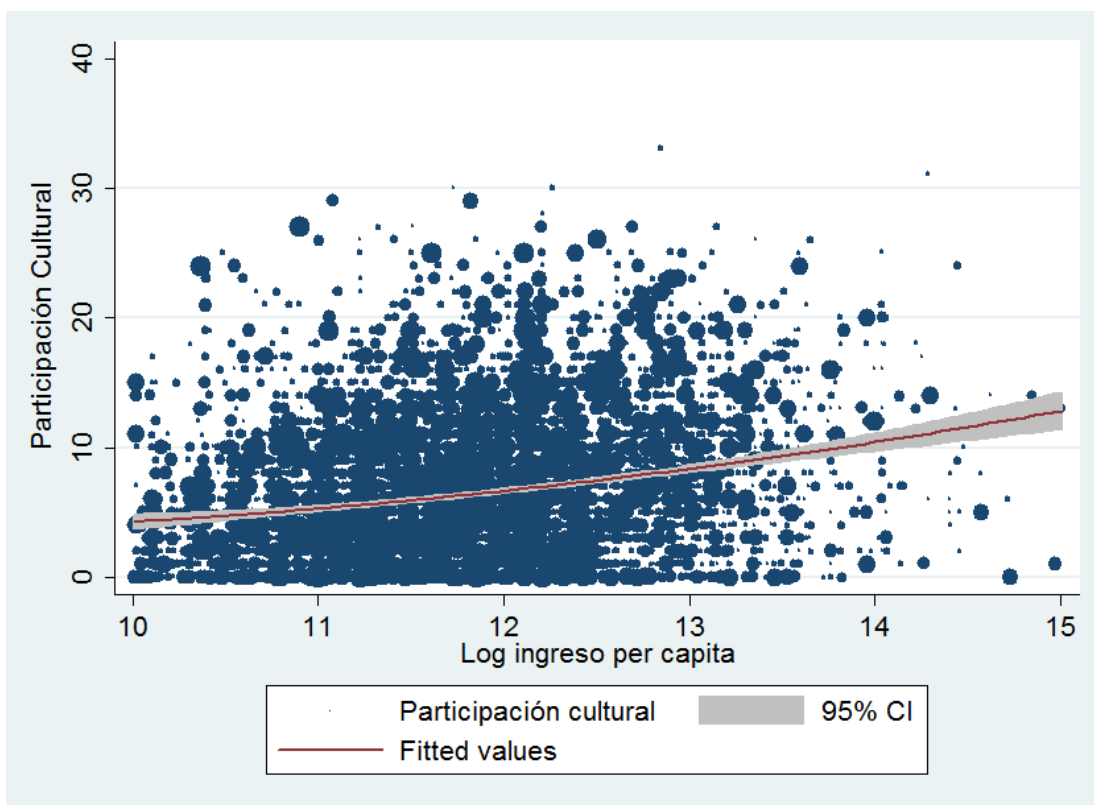
GRÁFICO 4. Equipamiento y Formación cultural por quintil de Ingreso



FUENTE: Elaboración propia en base a ENPCC (2012)

La relación entre ingreso y participación cultural ha sido ampliamente estudiada por la literatura. En el **Gráfico 5**, vemos cómo se relacionan estas dos variables. Los puntos se pierden al usar los factores de expansión, ya que, corresponden a las observaciones poblacionales. Las regiones de puntos azules son las observaciones y la línea es el ajuste cuadrático que describe la relación. Vemos que a mayor ingreso, mayor participación.

GRÁFICO 5. Relación entre Ingreso y Participación cultural agregada.



FUENTE: Elaboración propia a partir de ENPCC 2012

Hipótesis 2: CAPITAL CULTURAL

“A mayor Capital Cultural, los individuos tienen mayor utilidad del consumo de bienes culturales. Los individuos son más eficientes en el consumo, tienen mayor interés y, por lo tanto, mayor asistencia”

“ Individuos que empiezan a acumular Capital Cultural en su infancia o participan de instancias de formación cultural tienen mayor stock de Capital Cultural y, por lo tanto, consumen mayor cantidad de bienes culturales”

III. iii Tiempo Libre, Homología del Gusto y Capital Social

Si bien la literatura ha descrito una relación directa entre ingreso y participación cultural, intuitivamente lo que se busca testear es que esta relación esconde otras razones detrás. Es decir, aquellos estratos con altos ingresos son aquellos que cuentan con mayor tiempo libre¹³. Es así como el factor ingreso captura la importancia del tiempo libre. Microeconómicamente, en la próxima sección se argumenta que las “barreras al acceso” la entenderemos como la presupuestaria, la temporal y la de capital cultural. Es decir, son estas razones las que dividen la muestra en aquellos que nunca van, porque tienen restricciones activas y aquellos que sin restricciones deciden cantidades pequeñas de bienes culturales.

Para este estudio se asume que el trabajo no tiene nada que ver con el ocio o el arte, es decir, se excluyen los trabajadores de la cultura que a la vez que deciden trabajar están participando de la cultura.

Para medir el tiempo libre disponible, se ha optado por controlar observando si el individuo trabaja o no. Por otro lado, la composición del hogar (cantidad de personas) y si es casado o no, también nos servirán como *proxys* de tiempo libre. De hecho, la literatura ha modelado el tema de las restricciones temporales del ocio, caracterizando a individuos que optimizan entre: trabajo en el mercado, trabajo en la casa y tiempo de ocio. (Becker, 1965; Gronau 1977; Gronau and Hamermesh, 2003). Esto ha sido también tratado para explicar el mercado laboral de los artistas. Se justifica que el tiempo dedicado al trabajo remunerado otorga ingreso disponible, el tiempo dedicado al hogar determina qué mercancías se compran por individuo y el tiempo de ocio se dedica a las actividades que el agente puede consumir y producir.

Para el grupo que “nunca asiste” se controla por si la principal razón de no asistencia reportada por los encuestados fue el tiempo libre.

¹³ En la próxima sección se analiza un modelo microfundado de consumo cultural. Es posible que se pueda extender teóricamente ese modelo para que la riqueza sea endógena y de esta forma, el tiempo pasa a ser una variable relevante en la decisión de consumo de bienes culturales. Este desafío queda para investigaciones posteriores.

Hipótesis 3: TIEMPO LIBRE

“El acceso no parece ser un tema de precios, sino más bien de tiempo libre. Los individuos de grupo socioeconómicos más privilegiados acceden a más cultura, porque cuentan con mayor tiempo libre. Esto es testear el ocio como un bien normal y, la existencia de un punto en el cual el tiempo libre se destina a cultura y no a trabajo”

Es importante considerar, también, el cruce del consumo entre campos artísticos, es decir, la asistencia a otros eventos culturales. Así, los distintos eventos culturales serían complementarios entre sí, tal como lo muestran estudios realizados tanto a nivel internacional (Katsuura, 2008; Castiglione, 2011), como nacional (Rebolledo, 2013). Sin embargo, hay autores que sostienen que, por ejemplo, el cine no cumpliría esta propiedad, constituyéndose como sustituto del resto de eventos culturales como teatro, conciertos, opera y danza. (Kim, 2009; Lévy- Garboua y Montmarquette, 1996; 2002).

Sobre la dirección del signo, existe una relación ambigua sobre la participación en artes. Podría pasar que aquellos que tienen alto Capital Cultural, sean productores de sustitutos del campo que se quiera explicar, consumiendo menos. También puede pasar que ellos mismos producen y consumen muchos bienes culturales, dado la eficiencia en el consumo.

Atendiendo los aspectos económicos del bien, es relevante también el precio de los sustitutos. El precio, reflejaría, el valor económico del bien en sí o el costo oportunidad de su consumo (Borgonovi, 2004; Diniz-Machado, 2011). Así como en otros mercados, el precio de los sustitutos tendría un efecto positivo en el consumo de bienes culturales. Es decir, ante un aumento de los precios de los sustitutos, por efecto sustitución se consumirían más bienes culturales. Algunos ejemplos de sustitutos pueden ser otras formas de ocio o entretenimiento como los deportes o formas de recreación social no relacionada con artes. Además, los individuos que consumen cultura de manera cruzada tienen más “facilidades” para consumir otro tipo de bienes. Existe, por ejemplo, la intertextualidad en los discursos y esto es una idea típica de la apreciación de la cultura: el espectador novato no es capaz de entender toda una obra de teatro que cite a otras obras de teatro.

Hipotesis 4: HOMOLOGÍA DEL GUSTO

“Los consumos entre sectores se correlacionan positivamente. Es decir, un individuo que tiene alta participación en Cine, tiene más probabilidades de tener alta participación en Teatro que uno que no”

Algunas variables pueden ser incorporadas en la percepción de calidad de un bien, o influir en el gusto directamente. En este sentido, los gustos de los pares y el efecto que tienen los medios de comunicación en tendencias de consumo, importan. Ya fue descrita la importancia de las fuentes de información –mostrando el posicionamiento que ha tenido en los estudios en Chile- y es amplia la literatura en otras ciencias sociales al respecto.

Hoy en día, la cultura está entrando por las pantallas, es por eso que el acceso a internet (gastaría más en el campo específico) será utilizado como *proxy* de “iría más si es que pudiera”, considerando que gran parte de la cultura simbólica que se consume hoy en día es sustituida con entretenimiento a través de internet.

Un factor importante es la idea del origen de la fuente, porque reduce el riesgo de comprar algo que no lo satisfaga (Lévy-Garboua y Montmarquette, 2003). Para minimizar ese riesgo, el agente se informa a través de críticos, medios especializados y a través de experiencia de los pares, es decir antes de tomar una decisión el individuo acumula información acerca de la producción, difusión y distribución del bien en cuestión. O puede que no, si considera que el riesgo que se corre es menor que el costo de informarse. Se puede tomar en cuenta una pregunta de la encuesta que denota el “interés general por cada sector”, esto como aproximación tanto de este efecto previo a la participación (backup) o de “prejuicio” ante el bien cultural en cuestión.

El entorno social o redes sociales que tiene el individuo influyen en el consumo de bienes culturales. Esto ha sido estudiado para Chile específicamente para jóvenes (Bahamondes, 2005) encontrando que las principales motivaciones al consumo cultural son el gusto, entendido como la motivación propia a participar.

Hipótesis 5: CAPITAL SOCIAL // EFECTO PAR

“Si la misma familia, grupo escolar o comuna está familiarizada con los campos artísticos, aumenta la probabilidad propia de participar en cultura”

Esto nos lleva a concluir que en ausencia de estos facilitadores: social, de oferta y de gusto. Estas variables que llamaremos “barreras” nos servirán más adelante como variables de exclusión para corregir sesgo de autoselección.

Tabla 5. Matriz de correlación de Participación con hipótesis expuestas

	In.Part Cult	CC	Educa ción	Formación	Equipamiento	Personas	Casado	Trabaja	Estimula	Ingreso
Índice de participación Cultural	1.00									
Centros culturales por Región	0.0412*	1.00								
Nivel Educativo	0.3191*	-0.01	1.00							
Formación Cultural (log)	0.4760*	0.0212*	0.2257*	1.00						
Equipamiento Cultural (log)	0.4622*	-0.01	0.3555*	0.5249*	1.00					
Personas en el hogar	0.0790*	0.01	0.01	0.0828*	0.1887*	1.00				
Casado (dummy)	-0.0915*	-0.01	0.0192*	-0.0669*	0.0378*	0.1330*	1.00			
Trabaja	0.0741*	-0.01	0.2890*	0.0328*	0.1048*	0.00	0.0316*	1.00		
Estimula Cultura	0.2489*	0.0729*	0.1617*	0.2441*	0.3358*	0.1825*	0.0427*	0.0835*	1.00	
Ingreso per capita (log)	0.1895*	-0.0420*	0.3105*	0.0975*	0.1835*	-0.2603*	0.0271*	0.2193*	0.0384*	1.00

Fuente: Elaboración propia a partir de ENPCC 2012; **Nota:** en asterisco los valores significativos al 5%

De la matriz de correlación se desprende que:

- Existe una correlación alta entre la Participación cultural y el Nivel educativo, Formación Cultural, Equipamiento Cultural, Presencia de estimulación a la cultura e Ingreso per cápita.

- No existe correlación alta para las variables de Centros culturales por región, personas en el hogar ni casado.

IV. Marco Conceptual

IV.i Modelo Teórico

Para modelar teóricamente el efecto del capital cultural en la demanda por bienes culturales se han utilizado dos enfoques: uno basado en la teoría de juegos - Fryer (2003)- y el otro basado en modelos de consumo (Brito y Barros, 2005; Ateca-Amestoy, 2007; y los demás mencionados en la sección II.i). La diferencia entre los modelos de consumo radica en el grado de complejidad al modelar el tiempo. Así, Brito y Barros (2005), sigue una estructura de preferencias *learning by consuming*, modelando el consumo cultural en tiempo continuo, dando libertad a la variabilidad en el tiempo, lo que el autor denomina “*estructura de preferencias intertemporalmente dependiente*”.

Ateca - Amestoy (2007), por otro lado, modela el paso del tiempo de manera discreta, opción que tomaremos en esta investigación. Este modelo ha sido utilizado como referente en otros estudios pioneros de carácter nacional sobre consumo cultural (Rebolledo, 2013; Loyola, 2015). La razón de la elección del modelo, es que los datos corresponden a corte transversal, por lo que estos no permiten comprobar las conclusiones de modelos de tiempo continuo.

El modelo considera dos tipos de necesidades: apreciación cultural (X_t) en el periodo t y necesidades no culturales (Y_t) en el mismo periodo. Cada una de ellas es satisfecha por un bien de consumo; en el caso de la apreciación cultural a través del consumo de bienes culturales (x) y en el caso de necesidades no culturales, por medio del consumo de otros bienes (y).

Los supuestos del modelo son tres: i) las preferencias por ambos tipos de bienes no varían en el tiempo, lo que cambian las decisiones son cambios en los parámetros y las elecciones finales como resultado de la educación del gusto; ii) los argumentos de la función de utilidad son un set limitado de *commodities* que son producidos y consumidos por los individuos y iii) El modelo considera un horizonte temporal de

dos períodos, así consideramos la elección intertemporal de consumo de bienes culturales en la etapa temprana y en la etapa adulta:

$$U_1(X_1, Y_1) + \beta U_2(X_2, Y_2) \quad (1)$$

$$U_t(X_t, Y_t) = \alpha \ln X_t + (1 - \alpha) \ln Y_t, \text{ para } t = 1, 2 \text{ y } 0 \leq \alpha \leq 1 \quad (2)$$

Donde β es la tasa de descuento subjetiva del individuo (impaciencia), que corresponde a cuánto está dispuesto a trasladar consumo presente al futuro. En tanto, α , corresponde a la propensión marginal a consumir bienes culturales y $(1 - \alpha)$ es la propensión marginal a consumir otros bienes.

El individuo se enfrenta a la siguiente restricción presupuestaria intertemporal:

$$P x_1 + y_1 + \rho(P x_2 + y_2) = W \quad (3)$$

Donde P es el precio relativo de los bienes culturales en términos de unidades de otros bienes, W corresponde al a riqueza del individuo, y ρ corresponde a la tasa de descuento del mercado. Siguiendo a Rebolledo (2013) se hace el supuesto que la relación de mercado entre ambos bienes no varía, es decir, la relación entre los precios es instantánea.

A continuación, se especifica la relación entre las necesidades básicas y el mercado de bienes. En el caso de los otros bienes se considera por simplicidad una función identidad de producción:

$$Y_t = y_t \text{ para } t = 1, 2 \quad (4)$$

La apreciación cultural en tanto, es producida por medio del uso de dos factores de producción: el consumo de bienes culturales (x_t) y el capital cultural (s_t), que permite que el consumo de bienes culturales sea disfrutado. De lo anterior, se desprende que se necesitan cantidades positivas de Capital Cultural para que cualquier nivel de apreciación sea producida. Luego, la función de producción de capital cultural sigue un enfoque *learning by consuming*; y se define como:

$$X_t = x_t s_t \text{ para } t = 1, 2 \quad (5)$$

El monto disponible de capital cultural (s_t) para un consumidor en el periodo t está determinado por el nivel pasado de consumo de bienes culturales y por el stock pasado de Capital Cultural:

$$s_t = rs_{t-1} + x_{t-1} \quad r \in (0,1) \quad (6)$$

Sea K una constante que representa el stock inicial de Capital Cultural, el cual está determinado de manera exógena, r un parámetro que representa la tasa de sobrevivencia del Capital Cultural, que intuitivamente se puede entender como la memoria del consumidor. Luego, se tiene que:

$$s_2 = rK + x_1 \quad (7)$$

Por lo que el problema que el consumidor debe resolver es:

$$\text{Max}_{x_1, y_1, x_2, y_2} \alpha \ln X_1 + (1 - \alpha) \ln Y_1 + \beta (\alpha \ln X_2 + (1 - \alpha) \ln Y_2)$$

Sujeto a:

$$P x_1 + y_1 + \rho(P x_2 + y_2) = W \quad (8)$$

$$Y_t = y_t \quad (9)$$

$$X_t = x_t s_t \quad (10)$$

$$s_1 = K \quad (11)$$

$$s_2 = rK + x_1 \quad (12)$$

$$x_1 \geq 0, y_1 \geq 0, x_2 \geq 0, y_2 \geq 0 \quad (13)$$

Luego, las demandas óptimas que dan solución al problema intertemporal del individuo son:

$$x_1^* = \frac{(1 + \beta) (\alpha W - PrK) + \sqrt{4\alpha PrKW(1 + \beta) + (1 + \beta)^2 (\alpha W - PrK)^2}}{2P(1 + \beta + \alpha\beta)} \quad (14)$$

$$x_2^* = \frac{\beta (rK + x_1^*)}{\rho(rK(1 + \beta) + x_1^*)} x_1^* \quad (15)$$

$$y_1^* = \frac{(1 - \alpha)P}{\alpha} \frac{(rK + x_1^*)}{(rK(1 + \beta) + x_1^*)} x_1^* \quad (16)$$

$$y_2^* = \frac{\beta (1 - \alpha)P}{\rho} \frac{(rK + x_1^*)}{(rK(1 + \beta) + x_1^*)} x_1^* \quad (17)$$

La investigación estudia la participación cultural de bienes culturales para Chile en la adultez, porque los datos disponibles corresponden a individuos con más de 15 años de edad. Entonces, la solución que podemos estimar corresponde a la ecuación (15). Podemos ver, sin embargo, que la decisión hoy de consumir bienes culturales depende del stock de Capital Cultural y de las decisión tomadas en etapas tempranas, es decir, las soluciones encontradas interactúan entre sí a través de los parámetros.

Es momento de advertir que este modelo no incorpora la importancia del tiempo en el consumo de bienes culturales. Esto nos lleva a pensar que los parámetros de la función de consumo de bienes culturales están sobre estimados. Se sabe que algunos de los bienes a estudiar son intensivos en tiempo (costos de movilización), más que restringir el acceso por asuntos económicos porque muchas veces estos bienes son gratuitos. La **Tabla 6** se resumen los efectos de los distintos determinantes en la demanda de bienes culturales en el período 2:

Tabla 6. Efecto de los determinantes del modelo sobre x_2

Variable	Efecto en x_2
Capital Cultural (s)	+
Otros bienes (y_2):	-
Precios relativos (P)	-
Ingreso (w)	+
Modulador de preferencias (α)	+
Tasa de recuerdo (r)	+
Tasa de descuento ($\frac{\beta}{\rho}$)	+

Fuente: elaborada a partir de Brito y Barros (2005), Ateca-Amestoy 2007, Rebolledo (2013), Loyola (2015)

Finalmente, el consumo de bienes culturales tendría forma de U invertida, o creciente a tasas decrecientes. Se espera que el stock de capital cultural agregado (s), se

encuentre en el tramo creciente a tasas decrecientes para el caso de Chile, por ser este un país “en vías de desarrollo” (Rebolledo, 2013).

El modelo anteriormente expuesto sirve de guía para esbozar cuáles pueden ser los parámetros que condicionan la participación agregada. En adelante, se quiere estimar el consumo por distintos campos artísticos, lo que abre la posibilidad de establecer consumo cruzado y, con esto, acumulación de Capital Cultural cruzado y más eficiente.

IV.ii **Modelo Empírico**

Sabemos que la demanda óptima por bienes culturales estaría determinada por variables socioeconómicas bajo un marco de formación de gusto (LevyGarboua y Montmarquette (1996); Ateca-Amestoy (2007); Diniz y Machado (2011)). La participación y Consumo Cultural (CC) está determinada por la disponibilidad de ciertos recursos, o por la no-presencia de ciertas barreras para así satisfacer las necesidades culturales (tiempo, dinero, capital social y capital cultural), además de las características personales y del hogar.

Asumamos que la frecuencia de participación (y_i) depende de las siguientes variables¹⁴:

$$y_i = f(S_i, P_i, O_i, Sc_i, H_i, Se_i, De_i, E_i)$$

Donde S_i representa las variables relacionadas con el stock de capital cultural, P_i captura preferencias (midiendo decisiones restringidas o sin restringir), O_i participación distinta a asistencia a la que se quiere explicar (complementos y/o sustitutos), Sc_i variable de Capital Social (presencia de redes de estimulación y otras variables de entorno familiar), H_i , Se_i y De_i proveen información socioeconómica y demográfica (características individuales y del hogar, que aproximan el tiempo libre disponible); y, finalmente, E_i variables geográficas que permiten incorporar efectos contextuales o del entorno tales como el estado de la oferta cultural. Para testear empíricamente se eligen de la base de datos ciertas variables, especificadas en la **Tabla Sumario de variables**. Las aproximaciones corresponden a la mejor forma de medir los conceptos que se quieren explicar dada la base de datos.

¹⁴ Basada en la estrategia empírica de Ateca-Amestoy (2007)

TABLA SUMARIO DE VARIABLES	
VARIABLES	DEFINICIÓN
y	número de veces que ha asistido en el año a "y"
S	vector de variables capital cultural
nivel_educacional	edu nivel de educación propia
edjh	edu nivel de educación del jefe de hogar
log_formacion_cultural	índice de formación cultural
log_equipamiento_cultural	índice de equipamiento cultural
P	disposición a pagar
barato_"i"	considera barato?
pago_"i"	si es que pagó por consumir cultura
dap_"i"	pagaría más?
O	consumo a través de otro soporte (sustitutos)
pp_cruzada_"i"	participación cruzada de los otros campos
internet	acceso a internet
Sc	participación de miembros de la familia
grado_interes	grado de interés con el campo
estimula_cultura	presencia de estimulación
H	composición del hogar (tiempo libre)
total_personas_hogar	número de personas en el hogar
tiempo_"i"	Dummy: si es que la razón de no participación principal es falta de tiempo
casado	estado civil
Se	variables socioeconómicas
log_ingreso_per_capita	ingreso del hogar per cápita
trabaja	Dummy: 1=Sí trabaja
De	variables demográficas
edad ; edad2	edad
sexo	Sexo, 1=Hombre
raza	raza
Entorno	estado de la oferta
ciudad_grande	Tamaño ciudad, 1= Grande
cculturales_region	centros culturales por region
FUENTE: Elaboración propia a partir de ENPCC 2012	

V. Resultados

El objetivo de esta sección es explicar las condicionantes de la participación cultural a partir de los resultados de los modelos elegidos. Para esto se han tomado algunas precauciones con respecto al estudio de este fenómeno en particular:

- Algunas de las variables pueden estar determinando el hecho de participar o no. Hasta ahora, en las hipótesis hemos planteado una serie de barreras a la participación. Sin embargo, estas también podrían en cierto grado afectar la intensidad de participación cultural o bien la cantidad de veces que se asiste a algún campo cultural.
- La variabilidad de la mayoría de las variables explicativas están a nivel de hogar, es por eso que se agrupan los errores estándar a nivel de hogar. Esto quita la significancia de los coeficientes estimados.

A continuación, de manera exploratoria se estimarán los resultados para explicar : i) acceso, entendido como la decisión binaria de participación cultural y ii) intensidad de participación, entendida como frecuencia de asistencia cultural.

De esta forma procederemos a explicar por un lado el hecho de participar o no a través de un modelo Probit y la intensidad de participación a través de una regresión truncada en cero. Luego, al identificar un sesgo de *autoselección* que sobre estima la presencia de ceros, se controlará por este factor considerando la metodología planteada por Heckman. Finalmente, se analizará la participación cultural por la metodología ZIP

V. i Probit

Como variable explicativa está la decisión de participar o no de la cultura agregada o de los distintos campos. En la **Tabla 7** se presentan los efectos marginales de la regresión Probit. Consideraremos el vector “P” con la premisa que aquellos que no participan están reportando que sus razones son económicas y poner hincapié en la dummy Tiempo que representa si la razón de no asistencia es tiempo libre. Sin embargo, no tienen varianza en el grupo de categoría cero: barato_“i”, dap_“i”.

Tabla 7. Resultados de modelo Probit por campo artístico

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	Participación Cultural Agregada	Teatro	Artes Visuales	Circo	Danza	Recitales	Libros	Cine
	mfy dydx	mfy dydx	mfy dydx	mfy dydx	mfy dydx	mfy dydx	mfy dydx	mfy dydx
	(pvalue)	(pvalue)	(pvalue)	(pvalue)	(pvalue)	(pvalue)	(pvalue)	(pvalue)

nivel_educacional	0.016*	-0.011***	0.012	0.001	0.020	0.028*	-0.011	-0.000
	(0.066)	(0.004)	(0.011)	(0.013)	(0.012)	(0.017)	(0.015)	(0.000)
edjh	0.000	0.005**	0.025***	-0.020***	0.000	-0.005	0.013	-0.000
	(0.944)	(0.003)	(0.006)	(0.007)	(0.007)	(0.009)	(0.009)	(0.000)
log_formacion_cultural	0.088***	0.029***	0.248***	0.063**	0.198***	0.136***	0.143***	0.000
	(0.000)	(0.009)	(0.025)	(0.028)	(0.025)	(0.035)	(0.037)	(0.000)
log_equipamiento_cultural	0.120***	0.007	0.134***	0.059**	0.128***	0.131***	0.107***	0.000*
	(0.000)	(0.008)	(0.024)	(0.024)	(0.025)	(0.032)	(0.028)	(0.000)
internet	0.061***	0.011*	0.047***	0.048**	0.007	0.026	0.027	0.000
	(0.000)	(0.007)	(0.018)	(0.021)	(0.020)	(0.025)	(0.026)	(0.000)
grado_interes	0.005***	0.002***	0.007***	0.001	0.006***	0.007***	0.005***	0.000
	(0.000)	(0.000)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.000)
estimula_cultura	0.022*	0.006	0.016	0.038**	0.008	-0.007	0.007	-0.000**
	(0.051)	(0.005)	(0.014)	(0.017)	(0.016)	(0.021)	(0.021)	(0.000)
total_personas_hogar	-0.005	-0.002	-0.006	-0.000	-0.003	0.000	-0.019***	0.000
	(0.214)	(0.002)	(0.004)	(0.005)	(0.004)	(0.006)	(0.006)	(0.000)
trabaja	0.006	-0.008	-0.017	0.007	-0.017	-0.029	-0.062***	0.000
	(0.631)	(0.006)	(0.015)	(0.018)	(0.017)	(0.023)	(0.022)	(0.000)
casado	-0.019	-0.005	-0.039***	0.040**	0.010	-0.054**	-0.031	0.000
	(0.132)	(0.006)	(0.015)	(0.018)	(0.016)	(0.023)	(0.021)	(0.000)
log_ingreso_per_capita	-0.005	-0.001	0.008	-0.010	-0.014	0.036***	-0.003	0.000*
	(0.540)	(0.003)	(0.009)	(0.010)	(0.009)	(0.013)	(0.013)	(0.000)
sexo	0.016	-0.004	0.037***	-0.003	0.002	0.055***	-0.010	-0.000**
	(0.154)	(0.006)	(0.014)	(0.016)	(0.015)	(0.021)	(0.020)	(0.000)
edad	-0.001	-0.000	-0.005**	-0.001	-0.002	0.004	-0.004	-0.000***
	(0.655)	(0.001)	(0.002)	(0.003)	(0.002)	(0.003)	(0.003)	(0.000)
edad2	-0.000	0.000	0.000**	-0.000	0.000	-0.000*	0.000**	0.000***
	(0.729)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
raza	-0.012	0.016	-0.029	0.017	0.015	-0.003	0.055	0.000
	(0.571)	(0.011)	(0.021)	(0.028)	(0.024)	(0.034)	(0.036)	(0.000)
cculturales_region	0.000	-0.000	-0.000***	-0.000***	-0.000***	0.000***	0.000***	0.000***
	(0.586)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
ciudad_grande	0.060***	0.010**	-0.017	-0.043**	-0.075***	-0.015	-0.008	-0.000
	(0.000)	(0.005)	(0.016)	(0.017)	(0.017)	(0.023)	(0.021)	(0.000)

pp_cruzada_"i"		0.028***	0.092***			0.080***	0.043*	0.000
		(0.004)	(0.020)			(0.030)	(0.025)	(0.000)
barato_"i"		0.978***				0.730***	-0.029	0.000***
		(0.002)				(0.024)	(0.080)	(0.000)
pago_"i"		0.997***					0.465***	0.557***
		(0.000)					(0.017)	(0.021)
dap_"i"		0.995***				0.857***	0.097***	0.012***
		(0.001)				(0.008)	(0.023)	(0.002)
tiempo_teatro		-0.546***						
		(0.018)						
Observations	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200

Robust pval in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

FUENTE: Elaboración propia. *Variables omitidas:* espacios vacíos para teatro, circo y danza

Al realizar la estimación considerando aquellas variables sin varianza para el grupo de participación nula, algunos sectores no convergían. Se presentan los resultados omitiendo las variables que causaban conflicto.

Gray (2003) habría encontrado resultados regulares con un modelo “a la Becker”. La dirección de la **hipótesis de oferta** era similar a la que está presentada aquí. Gray observa que hay un efecto positivo entre la cantidad de habitantes por aproximación de estado de la oferta. El fundamento para este argumento es doble: la posibilidad de economías de escala y la posibilidad de efectos de umbrales a los tamaños de mercado que facilitan la entrada de competidores. De esta forma, la mayor disponibilidad tendría su contraparte en menores costos de transporte para los consumidores. Se identifica que la industria cultural y la asistencia a presentaciones en vivo es principalmente un fenómeno urbano.

A pesar de lo anterior, las variables de entorno, es decir, centros culturales por región resultan estadísticamente no significativos para todos los sectores artístico. En cuanto al tamaño de la ciudad se observa que el hecho de que el individuo pertenezca a una ciudad grande tiene un efecto mixto y, para el agregado, positivo, de baja magnitud y significativo. **La oferta, entonces no afectaría al hecho de participar o no en cultura.**

El **capital cultural**, por otro lado, es significativo y potente si vemos la formación cultural y el equipamiento cultural y es capaz de predecir el hecho de acceder a la cultura. Por ejemplo, en la *Participación Agregada* - columna (1)- se ve que un

aumento en un punto porcentual del equipamiento cultural aumenta en 8% la intensidad de participación cultural, mientras que para la formación este valor es de 12%. Circo es un campo artístico excepcional, pues, da vuelta los signos de la causalidad en educación del jefe hogar. En cuanto al **nivel educacional** es significativo y tiene una relación directa sólo si se observa la participación cultural agregada. Es decir, a mayor nivel educacional más probabilidades hay de participar en algún campo artístico. Rebolledo (2013) encuentra para Chile el mismo resultado: **el capital cultural es un condicionante crucial en la decisión individual de participación en cultura**. Por eso, concluye, las políticas culturales destinadas a aumentar capital cultural, como la educación artística, colaboración de centros educativos y el mundo de las artes o fomento de actividades artístico-culturales en las instituciones educativas, aumentarían la tasa de participación futura.

Por otra parte, el ingreso resulta ser no significativo para la decisión de participar en cultura. Esto puede pasar porque la significancia se la estén llevando los efectos explicativos que tiene el ingreso sobre el capital cultural y variables de tiempo libre. Recordemos que los errores están clusterizados por hogar, por lo que esto afecta la significancia de las variables indexadas por hogar como el ingreso per cápita. Las variables de tiempo libre tampoco resultan ser significativas en la decisión de participación.

Las creencias iniciales, medidas como percepción de si es barato o si está dispuesto a pagar más, aumentan la probabilidad de acceder a cultura, sobre todo para las artes escénicas. Para el caso de teatro, el hecho de “no tener tiempo libre” disminuye la probabilidad de participar. Además de esta variable está el “grado de interés” que captura la predisposición individual a la participación. Es decir, individuos interesados tienen más probabilidades de participar de la cultura. Esto efectivamente es así, de manera significativa y para todos los sectores artísticos exceptuando Circo, creemos esto se justifica porque dentro del circo se observan dos comportamientos distintos y contrapuestos: el circo tradicional (familiar) y el circo popular chileno (jóvenes).

DiMaggio y Mukhtar (2004) encuentran que el origen étnico entre la participación cultral del 1997 al 2002, tiene un efecto mixto sobre el hecho de participar o no de artes. Por un lado, persiste después de controlar por educación y variables económicas

pero varía por tipo de actividad. Esto apunta a que esta variable captura efectos de socialización de origen para cada grupo.

Para interpretar los efectos del capital social, Upright (2004) analiza la influencia del cónyuge en el capital social y, después, en la participación cultural. Encuentra evidencia que apoya el siguiente argumento: la participación está determinada principalmente, en parejas, por la mujer. DiMaggio(2004) muestra cómo algunos estudios han defendido el rol del género y la formación de capital cultural y la participación: encuentra que la feminización persiste para todas las actividades culturales incluso aumentando entre 1982-2002 para datos de panel. Para Chile, la tabla nos muestra que las únicas variables explicativas negativas son positivas, es decir, el hecho de ser hombre aumentaría levemente las posibilidades de acceder a las Artes visuales y a los Recitales.

La participación cruzada demuestra complementareidad para Teatro, Artes visuales, Recitales y Libros.

V. ii **Regresión lineal truncada**

Se explica a través de una regresión lineal con variable dependiente truncada la frecuencia o intensidad de asistencia. Es decir, se busca explicar los condicionantes de la participación para aquellos que “ya entraron al mercado de bienes culturales”.

Podemos observar en la **Tabla 8** que para explicar la frecuencia o intensidad de participación los principales hallazgos son:

- El vector de **capital cultural** tiene una relación directa con la intensidad si se ve la participación agregada (columna (1)). En este caso la relación es positiva para las 4 variables: nivel educacional, educación del jefe del hogar y los índices de formación y equipamiento cultural. En cuanto a los demás campos artísticos la generalización solo se puede hacer para los índices de formación y equipamiento no así con los niveles de educación formal.
- El **estado de la oferta** (centros culturales y tamaño de ciudad) tiene signo positivo y significativo pero no grande en magnitud para el caso de la participación agregada. Pero la relación es ambigua por campo artístico.

Tabla 8. Resultados Regresión lineal truncada. Espectadores con valores positivos.

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	Participación Cultural Agregada	Teatro	Artes Visuales	Circo	Danza	Recitales	Libros	Cine
	beta	beta	beta	beta	beta	beta	beta	beta
	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)
nivel_educacional	0.431***	0.029***	0.144***	-0.022***	-0.037***	-0.014***	0.163***	0.161***
	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)
edjh	0.298***	0.014***	0.057***	0.026***	-0.024***	0.003***	0.083***	0.107***
	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.001)	(0.001)
log_formacion_cultural	4.157***	0.252***	0.531***	0.244***	0.232***	0.347***	0.156***	0.323***
	(0.005)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)
log_equipamiento_cultural	2.674***	0.096***	0.088***	0.033***	0.228***	0.412***	0.103***	0.305***
	(0.005)	(0.002)	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)
internet	0.484***	-0.112***	-0.099***	-0.109***	0.011***	-0.083***	0.070***	-0.027***
	(0.004)	(0.002)	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)
grado_interes	0.110***	0.010***	0.027***	-0.004***	0.017***	0.001***	-0.008***	0.004***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
estimula_cultura	0.270***	0.051***	0.105***	0.033***	0.027***	-0.046***	0.076***	-0.040***
	(0.003)	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)
total_personas_hogar	-0.043***	-0.009***	-0.033***	0.003***	-0.001*	0.007***	0.038***	-0.065***
	(0.001)	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.001)	(0.000)
trabaja	-0.274***	-0.049***	-0.052***	-0.006***	0.137***	-0.039***	-0.183***	0.127***
	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.002)
casado	-0.507***	-0.117***	-0.159***	0.070***	-0.055***	-0.119***	-0.050***	-0.030***
	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.002)
log_ingreso_per_capita	0.442***	-0.012***	0.035***	0.007***	-0.011***	0.096***	0.004***	0.066***
	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)
sexo	0.682***	0.022***	0.219***	-0.085***	-0.004***	0.145***	0.079***	0.097***
	(0.003)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)
edad	-0.150***	0.001**	0.001**	-0.010***	-0.008***	0.011***	-0.022***	-0.045***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
edad2	0.001***	0.000***	0.000***	0.000***	0.000***	-0.000***	0.000***	0.000***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
raza	0.055***	0.273***	-0.220***	-0.051***	-0.164***	-0.040***	0.246***	-0.062***
	(0.005)	(0.002)	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)
cculturales_region	0.001***	-0.000***	-0.001***	-0.001***	-0.000***	-0.000***	0.000***	0.001***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
ciudad_grande	0.167***	-0.038***	0.005***	-0.161***	-0.242***	-0.119***	0.041***	0.061***
	(0.004)	(0.002)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.002)
pp_cruzada_”i”		0.196***	-0.489***			0.079***	0.163***	0.628***

		(0.006)	(0.005)			(0.003)	(0.003)	(0.003)
pago_”i”		0.019***		0.179***	-0.144***		0.532***	0.230***
		(0.001)		(0.002)	(0.001)		(0.002)	(0.002)
barato_”i”		0.268***		0.095***	0.055***	-0.092***	0.800***	0.154***
		(0.003)		(0.002)	(0.003)	(0.003)	(0.006)	(0.004)
dap_”i”		0.081***		0.056***	0.225***	0.203***	0.193***	0.208***
		(0.001)		(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)
Constant	-4.065***	1.306***	1.004***	2.022***	1.709***	-0.033***	1.473***	1.131***
		(0.024)	(0.013)	(0.013)	(0.009)	(0.010)	(0.009)	(0.014)
Observations	9,892,400	2,088,806	2,722,479	3,129,211	2,705,922	3,026,697	5,559,725	5,327,921
R-squared	0.385	0.054	0.108	0.049	0.079	0.103	0.068	0.146

Standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

- En cuanto al vector de **capital social**, se observa que la presencia de estimulación en el círculo familiar afecta positivamente la intensidad de participación para todos los campos, excepto Recitales y Cine (campos más relacionados con el entretenimiento).
- Los individuos que trabajan tienen menor intensidad de consumo cultural para todos los campos artísticos. El hecho de estar casado disminuye la intensidad de participación cultural. Esto sería reflejo de la **hipótesis de tiempo libre**.
- Aquellos que consideran que los bienes culturales por campo artístico son baratos, o están dispuestos a pagar más aumentan la frecuencia de su consumo. También se observa la misma relación si se ve el grado de interés, exceptuando Circo y Libros. Esto demuestra la importancia de las creencias iniciales frente a la cultura.
- La **participación cruzada** demuestra que el consumo de bienes culturales complementarios facilita la intensidad de consumo para todos los campos menos para Artes Visuales. Esto puede pasar porque cada vez que uno consume algún bien cultural se desarrolla una inmensidad de símbolos que permiten la apreciación y satisfacción futura de participar en bienes y servicios culturales. Por ejemplo, la intertextualidad, la cultura popular, la actualidad, la tecnología y la contingencia son algunos valores que le dan a la apreciación artística una particularidad de “club” explicada por la complementareidad del consumo de cultura.

Se busca corregir un posible sesgo de autoselección que tienen los individuos “más motivados” en la participación cultural. Se plantea que puede ser que los parámetros estén sobre estimados por ser los individuos incumbentes justamente aquellos con mejores valores de las distintas variables explicativas.

Anteriormente, habíamos hablado de barreras que serán entendidas como *variables de exclusión*. Dividiremos estas barreras al acceso en 3: i) económicas, ii) creencias iniciales y iii) falta de tiempo.

Este modelo se utiliza cuando la selección (participar o no de cultura) no es aleatoria, o dicho de otra forma es endógena. Es decir, sirve para corregir el sesgo de selección cuando se tiene una variable dependiente censurada. En este caso, se tomará que la participación estaría censurada en cero.

Parece ser que aquellos que sí participan, tienen razones para estar ahí. Esto significa que hay variables que afectan la participación positiva que no estaríamos considerando. En la línea de la justificación del consumo simbólico de bienes culturales, hay que tener resguardos metodológicos ante la autoselección de ciertos grupos de la población a la participación cultural. En otras palabras, ciertos individuos participan de la cultura para identificarse como participantes, y al calcular los condicionantes para estos individuos se están estimando con sesgo las incidencias. Es por esto, que hay que considerar que teóricamente, es difícil cumplir el supuesto de Heckman: la variable de exclusión afectaría tanto la probabilidad de participar como la intensidad.

El método de Heckman ha sido principalmente utilizado para economía del mercado laboral para analizar la participación femenina (Perticará-Bueno, 2009), pero también para la economía agraria y ambiental (Ortega et-al,2009), así como también combinada con técnicas de valoración contingente para herencias patrimoniales (Navrud, 2002).

¹⁵ “*Sample selection bias as specification error*” (1979). James Heckman obtuvo el Nobel de Economía por este paper que trata el problema de autoselección como un problema de omisión de variables relevantes y, a través, de una ecuación de dos etapas corrige este error “controlando” por el sesgo de selección endógena.

Tabla 9. Heckman segunda etapa con corrección por autoselección

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	Participación							
	Cultural	Teatro	Circo	Artes	Danza	Recitales	Libros	Cine
	Agregada			Visuales				
beta	beta	beta	beta	beta	beta	beta	beta	beta
(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)	(error std)

nivel_educacional	0.088***	-0.014***	0.006***	0.004***	-0.098***	-0.015***	0.189***	0.158***
	(0.003)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)
edjh	0.312***	0.015***	0.026***	0.058***	-0.023***	0.003***	0.083***	0.108***
	(0.001)	(0.001)	(0.000)	(0.001)	(0.001)	(0.000)	(0.001)	(0.001)
log_formacion_cultural	4.288***	0.261***	0.243***	0.535***	0.234***	0.348***	0.156***	0.329***
	(0.005)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)
log_equipamiento_cultural	2.806***	0.101***	0.033***	0.088***	0.228***	0.413***	0.103***	0.313***
	(0.005)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)
internet	0.549***	-0.113***	-0.110***	-0.101***	0.009***	-0.082***	0.070***	-0.023***
	(0.004)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)
estimula_cultura	0.373***	0.052***	0.033***	0.104***	0.027***	-0.045***	0.077***	-0.032***
	(0.003)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)
total_personas_hogar	-0.129***	-0.019***	0.034***	-0.058***	-0.014***	0.006***	0.038***	-0.067***
	(0.001)	(0.000)	(0.001)	(0.001)	(0.000)	(0.000)	(0.001)	(0.001)
trabaja	-0.231***	-0.041***	0.002	0.000	0.190***	-0.038***	-0.219***	0.129***
	(0.003)	(0.002)	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.002)
casado	-0.515***	-0.114***	0.070***	-0.158***	-0.055***	-0.119***	-0.050***	-0.031***
	(0.003)	(0.002)	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.002)
log_ingreso_per_capita	0.353***	-0.025***	0.011***	-0.048***	-0.034***	0.094***	0.027***	0.065***
	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)
sexo	0.629***	0.019***	-0.085***	0.218***	-0.004***	0.145***	0.079***	0.094***
	(0.003)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)
edad	-0.146***	0.001***	-0.010***	0.001***	-0.008***	0.011***	-0.022***	-0.045***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
edad2	0.001***	0.000***	0.000***	0.000***	0.000***	-0.000***	0.000***	0.000***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
raza	0.079***	0.275***	-0.051***	-0.220***	-0.165***	-0.040***	0.246***	-0.061***
	(0.005)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)	(0.002)	(0.003)	(0.002)
cculturales_region	0.001***	-0.000***	-0.001***	-0.001***	-0.000***	-0.000***	0.000***	0.001***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
ciudad_grande	0.152***	-0.036***	-0.161***	0.007***	-0.241***	-0.119***	0.041***	0.061***
	(0.004)	(0.002)	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.002)
pp_cruzada_"i"		0.207***		-0.489***		0.080***	0.163***	0.635***

		(0.006)		(0.005)		(0.003)	(0.003)	(0.003)
barato_"i"		0.267***	0.095***		0.054***	-0.092***	0.800***	0.156***
		(0.003)	(0.002)		(0.003)	(0.003)	(0.006)	(0.004)
pago_"i"		0.019***	0.179***		-0.143***		0.532***	0.230***
		(0.001)	(0.002)		(0.001)		(0.002)	(0.002)
dap_"i"		0.080***	0.057***		0.225***	0.203***	0.193***	0.206***
		(0.001)	(0.001)		(0.001)	(0.001)	(0.002)	(0.001)
lambda_"i"	-3.540***	-0.478***	0.491***	-0.834***	-0.654***	-0.012***	0.405***	-0.018***
	(0.013)	(0.007)	(0.011)	(0.004)	(0.004)	(0.004)	(0.007)	(0.006)
Constant	1.098***	1.919***	1.092***	4.061***	3.348***	0.015	0.665***	1.223***
	(0.028)	(0.015)	(0.022)	(0.018)	(0.014)	(0.016)	(0.018)	(0.022)
Observations	9,892,400	2,088,806	3,129,211	2,722,479	2,705,922	3,026,697	5,559,725	5,327,921
R-squared	0.376	0.053	0.049	0.107	0.079	0.103	0.068	0.146

Standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

De la **Tabla 9** se desprende que:

- En comparación a la misma regresión lineal, sin controlar por sesgo de autoselección, se observa que en general se mantienen las direcciones de los efectos con algunas excepciones:
- Llama la atención que la relación entre ingreso y participación para algunos cambios sea negativa. Esto podría sugerir un comportamiento no lineal. Por ejemplo, en el caso de las Artes Visuales puede ser que para algunos tramos de ingreso el aumento del ingreso venga de la mano con menor participación. Esta ambigüedad también puede demostrar que los bienes culturales para algunos tramos son bienes normales y para otros inferiores, es decir, ante aumentos en el ingreso hay disminuciones de demanda cultural. También se puede deducir que si el ingreso es endógeno, se puede estar gastando el tiempo en trabajar y, como los bienes culturales son intensivos en tiempo, esos individuos están imposibilitados para consumir cultura.
- Las variables de **tiempo libre** muestran una tendencia en la misma dirección de la hipótesis excepto para Circo. Para la participación agregada, si el individuo trabaja, es casado y las personas en el hogar son altas su probabilidad de participar baja.
- Si observamos el vector “P” que involucra la percepción del individuo: si es barato, si pagó, si está dispuesto a pagar más. En todos los casos aumenta la

probabilidad de participar. Salta a la vista para danza, que el hecho de haber pagado por Danza disminuye la frecuencia de participación.

- La **edad** no presenta un patrón claro, es significativo pero a bajas magnitud. Se puede decir que para algunos campos disminuye a incipiente tasa creciente. Queda como desafío observar efectos sobre tramos etarios: pareciera sensato pensar que existen grupos de jóvenes con más tiempo que participan más, así como también la disponibilidad temporal que tienen los jubilados puede ser de interés. En cuanto a la **raza** no se puede hacer una generalización. Por ejemplo, para el caso de la Participación Agregada el hecho de pertenecer a una etnia aumenta la probabilidad de participar más frecuentemente en cultura. Para Teatro, Circo, Danza y Recitales no se puede decir lo mismo. El **género** parece ser importante para la Participación Agregada, siendo significativa y de alta magnitud relativa. Los hombres participarían con mayor frecuencia en el agregado, no pasando esto en Circo y Danza. Esto iría en la dirección contraria a la tesis de la feminización.
- La **presencia de estimulación** es relevante para la participación agregada, así como también desagregada aunque con menos capacidad de generalización. El **grado de interés** es nuestra principal variable de exclusión, justificada en el hecho de que si no te interesa no participarás de la cultura.
- Las variables del vector de **capital cultural** tienen el signo esperado y son estadísticamente significativas. Lo que demostraría que, aunque se controle por sesgo de autoselección, el nivel de instrucción educacional y el conocimiento aumenta la frecuencia de consumo cultural.
- La **oferta** muestra un resultado ambiguo y en magnitudes bajas.

V. iv **Modelo con ceros inflados : ZIP**

Se quiere estimar una función de frecuencia usando una variable de conteo que nos permita validar empíricamente los resultados derivado de modelos analíticos ya propuestos.

La forma en la que abordaremos el problema de concentración de ceros en el conteo de asistencia cultural es la regresión “Zero Inflated Poisson¹⁶”, prima hermana de la

¹⁶ Para entender más del modelo estadístico consultar Anexo C.

regresión binomial negativa con inflación de ceros utilizada para modelos de participación con concentración de datos en cero (Cameron y Trivedi, 1988, Long y Feese, 2006 y Ateca Amestoy, 2008). Este modelo nos permite caracterizar la muestra en 2 comportamientos distintos para la participación observada: un grupo de los que nunca van o nunca participa y una subpoblación que tiene probabilidad positiva de participar.¹⁷

El modelo Poisson se aplica para eventos aleatorios que tienen una alta concentración de ceros en los datos por unidades de tiempo. En este caso, para los 12 meses que abarca la pregunta de asistencia se aprecia una alta concentración de ceros. El modelo incluye dos componentes que corresponden a dos procesos de generación de ceros. El primero es para explicar los ceros estructurales y el segundo se rige por una distribución Poisson que genere un recuento de los datos, que pueden ser ceros.

Entonces, se asume que los individuos toman sus decisiones como alguna de estas dos submuestras lo determinan:

-Los individuos que nunca asisten, no consideran la posibilidad de asistir en alguna instancia. Esto puede suceder por falta de interés, porque socializan a través de otras formas de participación cultural y se han especializado en el consumo de un bien cultural, a través de cultivar el capital cultural correspondiente al campo artístico que se especializó.

-Los individuos que pueden o no pueden asistir. Dependiendo de las restricciones que enfrenten (tiempo libre, presupuestaria, capital cultural, etc). Si no asisten, se puede establecer que el comportamiento observado de cero unidades revela una solución esquina de óptimo restringido. Es decir, sin la restricción su consumo sería positivo. Por esta razón, se controla por las restricciones.

Es importante advertir que las observaciones de la encuesta que entreguen un cero en la variable participación, no necesariamente pueden ser clasificados como de un grupo irrestrictamente. Esta es la idea del modelo de cero truncado: sin establecer

¹⁷ El artículo pionero en utilizar esta metodología de ceros inflados para una binomial negativa fue Ateca-Amestoy (2008) en el análisis de audiencias de teatro.

un criterio arbitrario, se utiliza una distribución condicional de los valores positivos con un modelo de conteo con cero truncado.

De esta forma, podemos determinar una función de participación para dos distintos grupos de personas. Esto significa que para una fracción de las personas, que aún sin ninguna restricción, su decisión óptima será nunca asistir a actividades culturales.

Por otro lado, el hecho de que hayan personas que no asistan a actividades en el período de la encuesta puede ser debido a que no pudo alcanzar otra solución que la esquina dada las restricciones que determinan sus elecciones posibles. Entonces, el proceso de generación de datos puede ser una mezcla de estos dos procesos heterogéneos.

Sobre el primer grupo, se puede decir que hay algunas variables que afectan su “cero asistencia” para las particulares formas de satisfacer las necesidades de cultura y ocio. Para el segundo grupo, se investiga una función que explica la frecuencia de la Participación y Consumo Cultural (CC) como función de las variables tradicionales de la literatura.

Nuestra variable dependiente recoge el número de veces que cada individuo entrevistado ha asistido a cada una de las actividades. Se trata, por tanto, de una variable que toma valores enteros y mayores o iguales a cero. En cada una de las variables dependientes podemos observar una alta proporción de ceros.¹⁸

Tenemos así evidencia para afirmar que existen dos procesos generadores de datos¹⁹ y, por tanto, dos subpoblaciones heterogéneas en cuanto a su comportamiento en la participación cultural. Una subpoblación está caracterizada por aquellos individuos que determinan que su comportamiento óptimo es no asistir a esa actividad cultural como resultado de una solución interior. Otra subpoblación tiene una probabilidad positiva de participar. Si observamos un cero como comportamiento óptimo de un individuo de esta subpoblación será porque alcanza una solución esquina porque alguna de las restricciones sea vinculante.

¹⁸ Ver Gráfico B.2

¹⁹ Queda pendiente para siguientes investigaciones probar heterogeneidad de audiencias regresionando a través de un proceso Poisson de una etapa. Este modelo asume equidispersión de datos, aquí se argumenta que los datos no cumplen ese supuesto porque la varianza es distinta a la media.

Existe una función mezcladora (un logit) que determina la probabilidad de pertenecer a un grupo o a otro. El proceso de recuento (que incluye los ceros de la segunda subpoblación) se estima mediante un modelo Poisson. Cameron and Trivedi (2009) recomiendan el uso de errores estándar robustos para modelos Poisson.

El modelo requiere que teóricamente hayan individuos que sean siempre ceros, es decir, los no-asistentes estructurales, los que tienen las barreras al acceso activas. El modelo ZIP predice, para este caso, qué determinantes afectan la probabilidad de ser participar y luego determina cuántas veces se participa de la cultura. Ambos procesos podrían perfectamente tener signos distintos.

Tabla 10. Regresión ZIP para Participación Cultural Agregada por Hipótesis

VARIABLES	(1)		(2)	
	Modelo de conteo		Probabilidad de ser cero	
	β	std error	IRR	β

Capital Cultural

nivel_educacional	0.098***	(0.018)	1.103	-0.176**	(0.081)
edjh	0.039***	(0.010)	1.040	-0.003	(0.047)
log_formacion_cultural	0.426***	(0.036)	1.531	-0.927***	(0.230)
log_equipamiento_cultural	0.471***	(0.036)	1.602	-1.057***	(0.140)

Sustitutos

internet	0.178***	(0.034)	1.195		
----------	----------	---------	-------	--	--

Capital Social

estimula_cultura	0.081***	(0.023)	1.084	-0.200*	(0.103)
grado_interes				-0.048***	(0.007)

Tiempo Libre

total_personas_hogar	-0.008	(0.007)	0.992	0.029	(0.032)
trabaja	-0.037	(0.024)	0.964	-0.112	(0.117)
casado	-0.057**	(0.026)	0.945		

Socioeconómicas

log_ingreso_per_capita	0.052***	(0.014)	1.053	0.026	(0.071)
sexo	0.066***	(0.022)	1.068	-0.137	(0.104)
edad	-0.018***	(0.004)	0.982	0.027*	(0.015)
edad2	0.000***	(0.000)	1.000	-0.000	(0.000)
raza	0.022	(0.033)	1.022	0.135	(0.174)

Entorno

cculturales_region	0.000**	(0.000)	1.000		
ciudad_grande	0.023	(0.027)	1.023		

Constant	0.493***	(0.180)		-0.094	(0.905)
----------	----------	---------	--	--------	---------

Observations	8,200	8,200
--------------	-------	-------

Robust standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

La **Tabla 10** resume las hipótesis para la Participación Agregada:

- El **capital cultural** es significativo y en la dirección esperada para todas las variables. También un aumento en este vector disminuye la probabilidad de ser del grupo de individuos que nunca asiste.
- El **acceso internet**, aumenta la participación agregada. Esto es al revés de lo que pensamos: un tránsito al consumo de cultura desde lo presencial (colectivo) a lo digital (individual).
- Un aumento en el **grado de interés y presencia de estimulación** del grupo familiar, disminuyen la probabilidad de nunca asistir.
- El hecho de estar **casado** disminuye la frecuencia de asistencia cultural.
- Las variables sociodemográficas no son predictores para el grupo de no-asistentes, pero sí afectan la frecuencia de participación.
- La hipótesis de la oferta es significativa pero a bajas magnitudes.

En cuanto a la participación cultural desagregada por campo artístico se puede ver la **Tabla 11.1 y 11.2**, de éstas se destaca:

- El **capital cultural** para Teatro, Circo y Libros muestra una relación ambigua para el grupo de valores positivos. Para el grupo que nunca asiste las hipótesis para todos los campos son los esperados: mejores niveles de capital cultural disminuyen la posibilidad de pertenecer al grupo de “nunca-asisten”.
- La presencia de estimulación, para este modelo es solamente relevante para el caso de las Artes Visuales afectando a la frecuencia de consumo.

Tabla 11. 1 Resultados regresión ZIP desagregada para Teatro, Artes Visuales, Circo y Danza

VARIABLES	Teatro				Artes Visuales				Circo				Danza			
	(3)		(4)		(5)		(6)		(7)		(8)		(9)		(10)	
	Modelo de conteo	std error	Probabilidad de ser cero	std error	Modelo de conteo	std error	Probabilidad de ser cero	std error	Modelo de conteo	std error	Probabilidad de ser cero	std error	Modelo de conteo	std error	Probabilidad de ser cero	std error
	β		β		β		β		β		β		β		β	
nivel_educacional	-0.142**	(0.070)	-0.520*	(0.288)	0.072*	(0.041)	-0.200**	(0.094)	-0.036	(0.060)	-0.183	(0.113)	-0.012	(0.054)	-0.377**	(0.161)
edjh	0.058	(0.037)	-0.133	(0.156)	0.051**	(0.021)	-0.170***	(0.054)	0.020	(0.037)	0.206***	(0.077)	-0.050*	(0.030)	-0.092	(0.087)
log_formacion_cult	0.233**	(0.099)	-2.108***	(0.538)	0.287***	(0.071)	-1.777***	(0.225)	0.243**	(0.119)	-0.080	(0.255)	0.235**	(0.099)	-1.954***	(0.412)
log_equipo_cult	0.072	(0.141)	-1.063**	(0.449)	0.093	(0.116)	-1.135***	(0.202)	0.018	(0.108)	-0.521***	(0.189)	0.101	(0.124)	-1.183***	(0.282)
internet	0.079	(0.114)			0.085	(0.090)			0.042	(0.092)			-0.091	(0.088)		
estimula_cultura	0.139	(0.094)	0.465	(0.408)	0.112*	(0.059)	-0.076	(0.134)	0.072	(0.075)	-0.157	(0.142)	-0.004	(0.076)	-0.191	(0.217)
personas_hogar	-0.028	(0.028)	0.012	(0.090)	-0.024	(0.021)	0.028	(0.042)	-0.009	(0.022)	-0.054	(0.050)	0.012	(0.030)	0.006	(0.081)
trabaja	-0.024	(0.089)	0.211	(0.349)	0.014	(0.062)	-0.145	(0.139)	-0.062	(0.080)	-0.372**	(0.174)	0.081	(0.089)	-0.053	(0.255)
casado	-0.096	(0.075)			-0.145**	(0.059)			0.118	(0.074)			-0.010	(0.065)		
log_ingreso_pc	-0.024	(0.048)	-0.392**	(0.183)	0.014	(0.032)	-0.093	(0.080)	0.011	(0.048)	0.069	(0.104)	-0.080**	(0.039)	0.047	(0.121)
sexo			0.306	(0.285)			-0.314**	(0.124)			-0.004	(0.124)			0.241	(0.177)
edad	0.004	(0.013)	0.024	(0.048)	0.001	(0.009)	0.030	(0.018)	-0.007	(0.012)	-0.013	(0.021)	-0.005	(0.012)	-0.010	(0.031)
edad2	0.000	(0.000)	-0.000	(0.001)	0.000	(0.000)	-0.000	(0.000)	0.000	(0.000)	0.000**	(0.000)	0.000	(0.000)	0.000	(0.000)
raza	0.434***	(0.135)	0.849*	(0.492)	-0.139	(0.086)	-0.136	(0.234)	0.023	(0.097)	0.031	(0.209)	-0.060	(0.122)	-0.158	(0.305)
cculturales_region					-0.001***	(0.000)			-0.001***	(0.000)			-0.000**	(0.000)		
ciudad_grande					0.003	(0.054)										
grado_interes			-0.105***	(0.022)			-0.059***	(0.010)			-0.014	(0.009)			-0.059***	(0.013)
pp_cruzada_i"	1.282***	(0.264)			0.136	(0.384)	0.056	(0.133)	-0.179**	(0.075)	0.079	(0.142)	-0.181**	(0.072)	0.546***	(0.208)

pago_"i"	0.946***	(0.103)											0.394***	(0.068)		
barato_"i"	0.267**	(0.114)											0.215**	(0.101)		
dap_"i"	0.757***	(0.085)											0.828***	(0.091)		
tiempo_"i"			36.129***	(0.642)			31.122***	(0.099)			31.294***	(0.108)			33.573***	(0.249)
Constant	-2.135***	(0.717)	8.074***	(2.469)	-0.214	(0.570)	5.398***	(1.024)	0.408	(0.605)	-0.187	(1.299)	0.767	(0.508)	3.431**	(1.433)
Observations	8,194		8,194		8,200		8,200		8,191		8,191		8,193		8,193	

Tabla 11.2 Resultados regresión ZIP desagregada para Recitales, Libros y Cine

VARIABLES	Recitales				Libros				Cine			
	(11)		(12)		(13)		(14)		(15)		(16)	
	Modelo de conteo		Probabilidad de ser cero		Modelo de conteo		Probabilidad de ser cero		Modelo de conteo		Probabilidad de ser cero	
	β	std error	β	std error	β	std error	β	std error	β	std error	β	std error

nivel_educacional	-0.017	(0.054)	-0.653***	(0.246)	0.073**	(0.036)	-0.121	(0.138)	0.063**	(0.025)	-0.627	(0.836)
edjh	0.020	(0.026)	0.169	(0.147)	0.039**	(0.020)	-0.102	(0.080)	0.032**	(0.014)	-0.293	(0.465)
log_formacion_cultural	0.212**	(0.091)	-1.915**	(0.810)	0.064	(0.073)	-1.267***	(0.372)	0.119**	(0.050)	-4.178	(5.305)
log_equipamiento_cultural	0.463***	(0.119)	-1.308***	(0.406)	-0.017	(0.093)	-2.309***	(0.350)	0.177***	(0.056)	-0.640	(1.002)
internet	0.083	(0.088)			0.099	(0.068)			0.134**	(0.065)	-1.254	(1.693)
estimula_cultura	-0.055	(0.066)	-0.300	(0.336)	0.036	(0.050)	-0.129	(0.191)	-0.043	(0.034)		
total_personas_hogar	0.029	(0.024)	0.113	(0.101)	0.022	(0.016)	0.192***	(0.053)	-0.009	(0.013)	-0.002	(0.689)
trabaja	0.082	(0.083)	0.200	(0.490)	-0.096*	(0.053)	-0.106	(0.220)	0.067*	(0.039)	-0.675	(1.281)
casado	-0.209***	(0.064)			-0.086*	(0.051)			-0.001	(0.042)		
log_ingreso_per_capita	0.145***	(0.040)	-0.082	(0.163)	0.006	(0.030)	0.049	(0.125)	0.049**	(0.019)	-0.200	(0.491)

sexo			-0.628**	(0.292)			0.252	(0.166)			0.965	(1.537)
edad	0.011	(0.013)	-0.043	(0.073)	-0.013*	(0.007)	-0.022	(0.028)	-0.018***	(0.007)	0.590	(0.363)
edad2	-0.000	(0.000)	0.001	(0.001)	0.000**	(0.000)	0.000	(0.000)	0.000	(0.000)	-0.004	(0.003)
raza	-0.107	(0.115)	-0.351	(0.778)	0.129	(0.082)	-0.236	(0.350)	-0.019	(0.057)	0.854	(1.008)
cculturales_region	0.000	(0.000)			0.000	(0.000)			0.001***	(0.000)		
ciudad_grande	-0.045	(0.081)	0.338	(0.489)	0.059	(0.059)	0.155	(0.219)	0.034	(0.036)	-1.844***	(0.665)
grado_interes			-0.051***	(0.018)			-0.082***	(0.011)			-0.114**	(0.055)
pp_cruzada_"i"	0.446**	(0.178)			0.118	(0.075)			0.388***	(0.082)		
dap_"i"	1.098***	(0.109)			0.138***	(0.046)			0.161***	(0.032)		
barato_"i"	0.066	(0.121)			0.224**	(0.114)			0.101	(0.081)		
tiempo_"i"			35.434***	(0.613)			34.703***	(0.246)			64.805***	(16.010)
pago_"i"					0.578***	(0.062)			1.839***	(0.149)		
Constant	-3.732***	(0.601)	4.129*	(2.215)	-0.073	(0.414)	3.699**	(1.529)	-2.039***	(0.311)	-14.948	(17.200)
Observations	8,200		8,200		7,711		7,711		8,187		8,187	

- En Teatro, llama la atención que el hecho de pertenecer a alguna etnia aumenta la probabilidad de ser de los que nunca asisten, pero también aumenta la frecuencia una vez que ya se participa de cultura.
- El grado de interés, cuando aumenta, disminuye la probabilidad de ser cero para todos los campos.
- Las variables del vector de **tiempo libre** son relevantes para Recitales, Libros y Artes Visuales: cuando se está casado se consume menos (una vez que ya se participa). En cuanto al número de personas en el hogar, en su mayoría es estadísticamente no significativo salvo para el caso de los libros en el cual aumenta la probabilidad de ser cero.

Cuando uno observa los efectos marginales evaluados en la media para todos los campos artísticos desagregados, se ve que todos son cercanos a cero (muy bajos).

VI. Hallazgos y Conclusiones

La presente investigación establece que las prácticas culturales y las preferencias correspondientes están estrechamente relacionadas a variables de **Capital Cultural** (nivel educacional, capital cultural heredado, infraestructura cultural y equipamiento cultural); así como también la presencia de estimulación a la cultura (**Capital Social**) como las creencias previas a la cultura (grado de interés). Queda como desafío mejorar y testear de otras formas los vectores de **Oferta y Tiempo Libre**, que además de ser relevantes al ser éstas barreras al acceso (disponibilidad y restricción temporal) pueden asomar como argumentos relevantes de Políticas Públicas.

El conjunto de códigos convenientes para participar y entender el campo artístico - Capital Cultural- están desigualmente distribuidos. Por una parte, quienes consumen y participan más de la vida cultural son jóvenes, de altos ingresos, residentes en la capital y que accedieron a la universidad, es decir, de capital cultural alto. Al otro extremo, con baja participación se encuentran los adultos mayores, de escasos recursos y de educación incompleta residentes en regiones.

La **Tabla 12** resume los resultados, en niveles de aceptación, de las distintas hipótesis planteadas para cada modelamiento

Tabla 12. Resultados de hipótesis por modelo y conclusiones

Hipótesis	Descripción	Probit (Acceso)	Regresión truncada (Frecuencia)	Heckman (Frecuencia corregida)	Zero Inflated Poisson (corrección ceros)
Entorno (Oferta)	Entre mayor es la disponibilidad, más participación cultural	x	-	-	-
Capital Cultural	Más capital cultural, es más eficiencia en el consumo y mayor educado está el gusto	✓✓	✓✓	✓	✓✓
Tiempo Libre	Si se cuenta con poco tiempo, se participa poco en cultura	✓	✓✓	✓✓	✓
Homología del gusto	Los consumos entre sectores se correlacionan positivamente	✓✓	✓	✓	✓
Capital Social	Si el grupo familiar está relacionado con la cultura, aumenta la participación	✓✓	✓✓	✓	✓✓

	✓✓	✓	-	x	xx
Glosario de Niveles de aceptación	Signo esperado y magnitud alta para todos los campos	Signo esperado y magnitud baja o solo para algunos campos	No se pueden sacar conclusiones	Signo cambiado bajo, o no significativo con signo esperado	Signo cambiado y magnitud alta

Por la falta de significancia de los centros culturales, se deduce que la medición de esta variable puede mejorar. Computar, por ejemplo, las distancias de los centros culturales del centro de la ciudad del individuo puede ser un buen aporte. Otras formas de medir el estado de la oferta, pueden ser variables de “parrilla”: esto significa que pueden ser de utilidad cantidad de obras de teatro por centro cultural, cantidad de recitales por centro cultural, así como también considerar la capacidad de las salas en cuestión.

La presente investigación presenta limitaciones: i) La base de datos solo contempla observaciones transversales situadas en 2012. Esto imposibilita el seguimiento de un individuo, de manera de probar tendencias o evoluciones de consumos culturales. Lo anterior es de especial interés, considerando que los bienes culturales son *bienes de experiencia* y el proceso de formación de gustos genera *adicción racional*; ii) La oferta puede estar medida de manera que los datos no varían entre individuos de la misma región y puede capturar los efectos fijos del hecho de vivir en aquella región, más que el hecho de haber disponibilidad cultural; iii) La distinción entre cultura y entretenimiento, creemos que esta distinción hace que no se analice de la misma forma aquellos bienes que le reportan satisfacción a un individuo por el hecho de formar su gusto que otros bienes que le reportan placer momentáneo y que se relacionan a bienes más superficiales; y iv) la definición utilizada finalmente para participación omite las variables relevantes del mercado laboral de los artistas, punto de partida para investigaciones futuras, pues, evidentemente las condicionantes encontradas afectan la “otra parte” del mercado de los bienes culturales. Es decir, lo que se investigó es un equilibrio parcial de este mercado.

Claramente, la barrera de precios en acceso es importante (considerando costos de transporte e información) pero no determinante. La falta de hábitos culturales, el abandono de una formación artística continua y un currículo transversal en el sistema educativo chileno, junto con adversidades en la infraestructura regional aún son las principales razones que se cree impiden la participación cultural.

Una de las explicaciones siempre ha sido la relación entre capital cultural e ingresos económicos. Lo que aquí se argumenta es que lo que realmente esconde esta relación (entre menos ingresos menor capital cultural) es la falta de tiempo libre, en conjunto

con el interés que viene a ser una demostración de la falta de conocimiento y no necesariamente la barrera que los precios pondrían al consumidor cultural.

La tesis del consumidor cultural omnívoro abre una serie de interrogantes, por ejemplo, respecto a la presencia de un mayor o menor número de estos agentes en una comunidad: ¿existe una disminución de la segregación socioeconómica en aquellas sociedades donde hay más omnívoros?, ¿qué lugar de la estratificación social ocupan los omnívoros y hacia dónde tienden a expandirse?

Siguiendo estas interrogantes, cabe preguntarse por la presencia de consumidores omnívoros en nuestro país e indagar respecto a cuáles son los segmentos sociales más cercanos al omnivorismo cultural, si es que es posible detectar signos de omnivorismo en nuestros jóvenes dadas las modificaciones en los patrones culturales con el surgimiento y evolución de la era digital.

Se puede concluir que si se asume que los gustos son estables y no difieren mucho a través del tiempo (Stigler-Becker 1977), lo que nos lleva a observar distintos comportamientos entre individuos puede ser explicado por diferencias en sus restricciones.

Este esfuerzo busca generar una discusión que contribuya a: i) fomentar el acceso equitativo al consumo cultural; ii) contribuir a la reducción de las inequidades simbólicas en cultura, de orden pedagógico; iii) facilitar la evaluación de los resultados de las políticas culturales; iv) posibilitar la promoción la diversidad de contenidos y formatos.

VII. Políticas Culturales: el rol del Estado

Si la participación cultural es baja, ¿la estamos definiendo bien? Y si esto es así, ¿Por qué debiese ser algo de interés público? Si creemos que, en general, debiesen aumentar los niveles de participación ¿por qué no reconocemos más abiertamente el vínculo que tiene la estratificación social con la participación?

La literatura ha dado distintas razones para que el Estado subsidie o produzca el desarrollo de la cultura y las artes. La evidencia empírica demuestra que en la mayoría de los países desarrollados el Estado tiene un rol activo en materia cultural.

El Estado fundamenta su rol en la cultura, desde la perspectiva económica principalmente por las siguientes razones:

i) Eficiencia: se argumenta que existirían fallas de mercado que hacen que los recursos económicos no sean asignados de manera óptima. El arte tiene características de bien público por lo que si no existiera un regulador central, la cantidad de mercado es subóptima por ser menor a la socialmente óptima.

ii) Externalidades positivas: La existencia de bienes culturales trae consigo externalidades positivas, las cuales no son internalizadas por los agentes al momento de consumirlas.

iii) Bienes Meritorios / Canasta Básica de Consumo Cultural: Los bienes culturales corresponden a un bien cuyo consumo es promovido por el Estado bajo el argumento que los individuos eligen de manera privada un consumo menor a lo socialmente óptimo, pero por un problema de visión de largo plazo o miopía. Por esta línea argumental, está la instauración de una Canasta Básica de Consumo Cultural. Estos últimos puntos i) y ii) son la fundamentación económica de lo que se ha llamado los Derechos Culturales, una discusión que ha posicionado la Cultura como un Derecho social que debiese ser garantizado por el Estado.

iv) Learning by Consuming: En la misma línea del argumento normativo de los bienes meritorios, se argumenta que al Estado proveer ciertos bienes culturales es posible que los consumidores refinen sus gustos sobre estos y aumenten su consumo.

v) Estructura de costos de la industria (Baumol): La industria no permite que todos los artistas se financien por sí mismo, porque la inversión que hacen los artistas es mayor a la retribución económica que la dinámica de mercado da a los bienes culturales. Esto se cumple con mayor notoriedad en las artes escénicas. Por otro lado, la innovación en los sectores culturales no es viable en términos económicos sin la subvención del Estado; por lo que los artistas desistirían de emprender negocios que puedan ser fáciles de replicar.

Sobre la eficiencia, veremos que el Estado ha aumentado la cantidad de proyectos pero no ha podido aumentar la cantidad de demanda requerida para vaciar esa oferta.

Los subsidios a la demanda se pueden dar de manera directa o indirecta. En el caso del subsidio a la demanda directo, es una transferencia de dinero restringido para un cierto tipo de bienes culturales. Por ejemplo, a través de un sistema de *vouchers*.

Existen algunas experiencias en Latinoamérica para este tipo de subsidio: i) En Brasil hubo un proyecto para implementar un sistema de manera experimental, llamado Vale Cultura, que consistía en un beneficio de 50 reales mensuales para trabajadores que ganaran hasta 5 veces el salario mínimo, que debía ser gastado obligatoriamente en consumo cultura; ii) en Uruguay, se ha implementado la “Tarjeta Montevideo Libre” que entrega una parrilla de eventos artístico-culturales donde los estudiantes pueden sacar la tarjeta para acceder a entradas gratuitas.

Por otro lado, están los subsidios indirectos a la demanda a través de la formación del gusto de los participantes vía aumento del Capital Cultural de los individuos. Esto implica un trabajo de largo plazo. Sin embargo, no existe un consenso sobre cuál es la mejor manera de entregar el subsidio en cuestión. Algunos autores han escrito sobre esta cuestión (Price, 2011)

Actualmente en Chile para atender problemáticas de demanda, se ha hecho especial hincapié en el tema de la Formación de Audiencias, como una forma de fidelización de públicos en las artes en general pero en los Centros Culturales y Museos en particular. Principalmente esta corriente se ha hecho cargo de las políticas culturales en la praxis, es decir, enfrentando los problemas de demanda a través del debate y programas pedagógicos. A pesar de que muchas de estas palabras pertenecen a un imaginario ajeno al campo, cabe preguntarse qué cultura es la que se estudia. Nos damos cuenta que independiente de la postura que se tenga al respecto, la técnica no es neutra. Es decir, la forma en la que se estudia el fenómeno ya encierra en sí mismo un sesgo cognitivo. Estas discusiones serán parte de otras publicaciones.

VIII.

Bibliografía

ATECA-AMESTOY, Victoria 2008 “Determining heterogeneous behavior for theatre attendance”. *Journal of Cultural Economics* 32, 127-51

ATECA-AMESTOY, Victoria 2009 “El capital humano como determinante del consumo cultural”. *Estudios de economía aplicada*, 27 (1): 89-112

CAVES, Richard. 2006 “Creative Industries”. *Handbook of the Economics of Arts and Culture*. Volume I. 42p.

BAUMOL, W. y BOWEN. 1966 “Performing arts the economic dilemma: a study of problems common to theater, opera, music and dance” Twentieth Century Fund: New York.

BERGONZI L. y SMITH. J 1996 “Effects of arts education on participation in the arts. Santa Ana, CA: Seven Locks Press.

BORGONOV, F. “Performing arts attendance: an economic approach” *Applied Economics*, 36 (17): 1871-1885.

BOURDIEU, P. “La distinción” 2002 . Editorial Targus, Buenos Aires. 594p

BOURDIEU, P. 2010 “El sentido social del Gusto: Elementos para una Sociología de la Cultura” Editorial Siglo Veintiuno. Buenos Aires

BRITO, P. y BARROS, C. 2005 “Learning by Consuming and the Dynamics of the Demand and Prices of Cultural Goods” *Journal of Cultural Economics*, 29(2), 83-106.

CAMERON, C. y TRIVEDI, P. 2009 *Microeconometrics using stata*. College Station, TX.

CASTIGLIONE, Concetta. 2011 “The Demand for Theatre: A microeconomic Approach to the Italian Case”. *Trinity Economic Papers*. 27p

COCIÑA, Matías (2007) “Determinantes de la lectura en Chile”. Tesis Magíster en Economía Aplicada, Universidad de Chile. 165p.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. CNCA. 2003 “Impacto de la Cultura en la Economía”. Santiago, Chile 97p.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. CNCA 2012. “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”. Santiago

DINIZ, S.C y MACHADO, F. 2011 “Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil” *Journal of Cultural Economics*, 35 (1): 1-18, 2011

FERNÁNDEZ-BLANCO, V. et al 2004. “Movie enthusiast versus cinemagoers in Spain: A latent class model approach” 13th ACEI Conference. University of Illinois at Chicago.

FERNÁNDEZ- RODRÍGUEZ, C. y HEIKKILÄ, R. 2010 “El debate sobre el omnivorismo cultural: Una aproximación a nuevas tendencias en sociología del consumo”. *Revista Internacional de Sociología*, 69 (3) 22p

GAYO. M et al. 2009 “Patrones culturales del uso del tiempo libre en Chile: Una perspectiva Bourdieana”

GARCÍA CANCLINI, Néstor 2006 “El consumo cultural: una propuesta teórica”

DIMAGGIO, P. y MUKHTAR, T. 2004 “Arts participation in the United States, 1982-2002: Signs of decline? *Poetics* 32, 169-194

GESCENIC. Cuadernos Gescénic 3. 2009. Por Carlos Casacuberta et al. Buenos Aires

GINSBURGH, V. y THROSBY, D. (Eds.). 2006. *Handbook of the Economics of Art and Culture* (Vol. 1). Elsevier.

GINSBURG, Victor et al. 2008 “Can public arts education replace arts subsidization? *Journal of Cultural Economics*, 32(2) 109-126

GÜELL, P.; Peters, T., y Morales, R. (2010a), “Una canasta básica de consumo cultural para América Latina: operacionalizando el derecho a la participación en la cultura”, Santiago de Chile, Centro de Investigaciones Socioculturales (CISOC), Universidad Alberto Hurtado.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (INE) 2013,2012,1009. “Anuario Cultura y Tiempo Libre). Subdirección de Operaciones. Subdepartamento de Estadísticas Sociales.

LÉVY-GARBOUA, L. y MONTMARQUETTE, M. 2002 “The demand of arts. CIRANO Working Papers 2002-10, CIRANO.

LOYOLA, Jorge 2015 “Efectos del Capital Cultural en la demanda de cine y teatro en Chile” Tesis de Pregrado. Instituto de Economía UC

MARGULIS, M.;URRESTI, M; LEWIN. H. 2014. “Intervenir en la cultura: más allá de las políticas culturales”, Editorial Biblos. Buenos Aires.

MCCARTHY, K.F.; BROOKS, A.; LOWELL, J. y ZAKARAS, L. (2001a): The Performing Arts in a New Era, RAND Corporation.

MCCARTHY, K.F.; ONDAATJE, E.H. y ZAKARAS, L. (2001b): Guide to the Literature on participation in the Arts, RAND Corporation.

O’CONNOR, Justin (2007), The cultural and creative industries. A review of the literature. Arts Council England, Londres.

PETERS, Tomás. 2010 “La afinidad electiva entre consumo cultural y percepción sociocultural: el caso de Chile”

PETERS. T GÜELL y MORALES 2011. “Una canasta básica de consumo cultural para América Latina: Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural” Santiago de Chile. Centro de Investigaciones Socioculturales de la Universidad Alberto Hurtado Convenio Andrés Bello

PETERSON, R. A. y SIMKUS, A. 1992 “How musical tastes mark Occupational Status Groups”; “Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality”. The University of Chicago Press. Pp 152-186

PERTICARÁ, M. BUENO, I 2009 “Brechas salariales por género en Chile: un nuevo enfoque” Revista CEPAL. 133-150.

PNUD Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo 2002 “Informe sobre desarrollo humano en Chile. nosotros los chilenos: un desafío cultural”

PRICE, J.J y BENAVENTE J.M 2011 “Apoyo público a las artes y la cultura: Una mirada desde la economía. Cultura Oportunidad de Desarrollo. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile.

QUINTERO, L.F y MARTOS, L. 2012 “Determinants of performing arts participation in Colombia”. 17th International Conference on Cultural Economics by the ACEI Kyoto (Japan)

REBOLLEDO, Paulina 2013 “Determinantes de la participación en actividades culturales para Chile” Tesis Magíster Economía Aplicada. Pontificia Universidad Católica de Chile

REY, G. 2008 “Las tramas de la cultura”. Bogotá : Convenio Andrés Bello y Agencia Española para la Cooperación Internacional para el Desarrollo.

SEAMAN, Bruce. 2006 “Empirical studies of demand for the performing arts” Handbook of Economics of Art and Culture.415-472 p

STIGLER, G. y BECKER, G. 1977 “De Gustibus Non Est Disputandum” The American Economic Review. 67 (2), 76-90

SUNKEL, G. 2006. “El consumo cultural en América Latina”. Bogotá

THROSBY, David. 2001 Economía y Cultura. Cambridge University Press.

TORCHE, F. 2007 “Social Status and cultural consumption: The case of reading in Chile”

UNCTAD (2010), Creative Economy. Report 2010. Naciones Unidas, Ginebra.

UPRIGHT, C.B. 2004. “Social Capital and Cultural Participation: Spousal Influences on Attendance at Arts Events” Working Paper Series (32), 1-23.

IX.

ANEXOS

Gráfico B.2 Participación por campo artístico

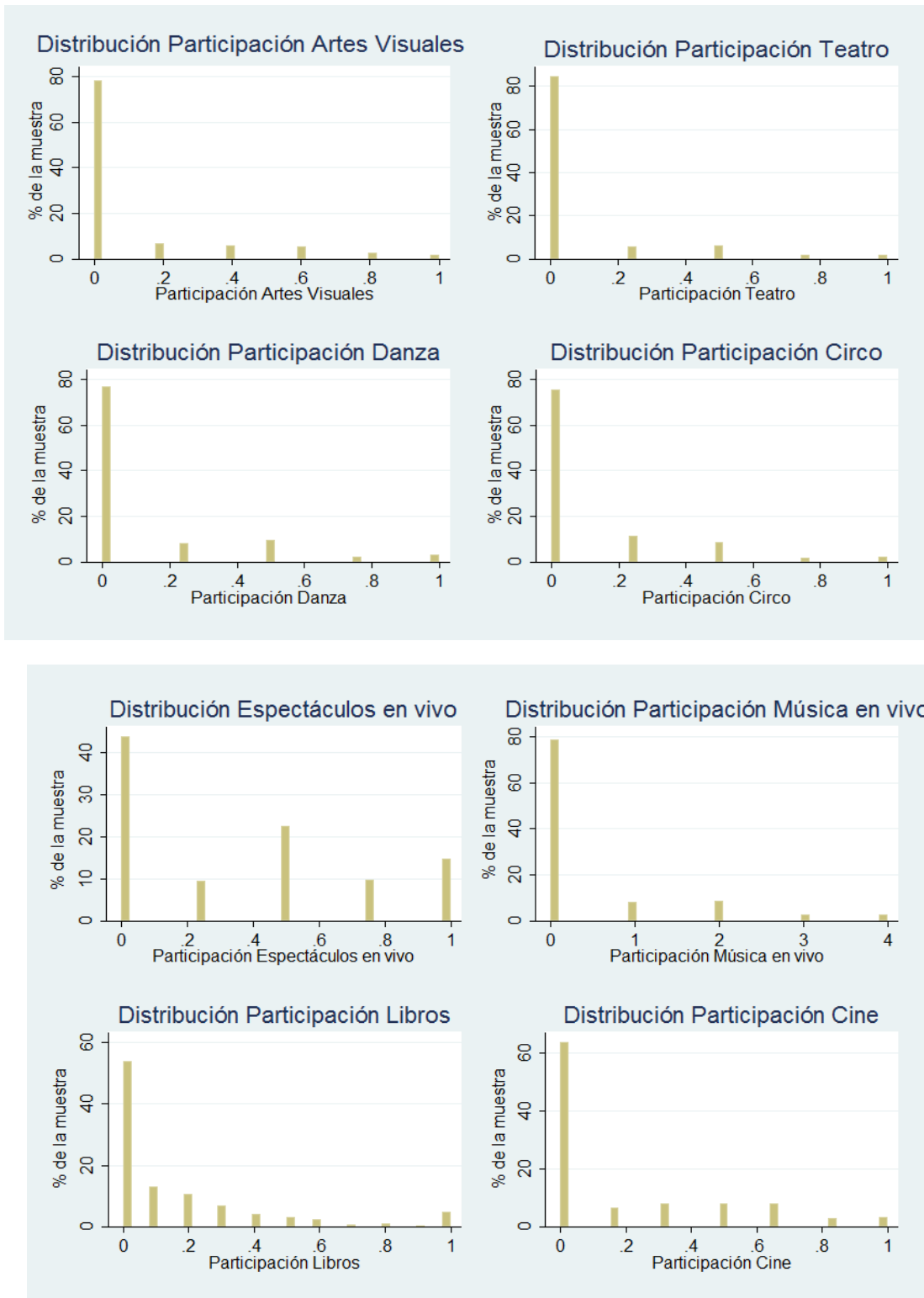


Tabla B.3 Número total de Proyectos adjudicados para el FONDART Nacional 2013, por Región

	Total Proyectos				
REGIÓN	PROYECTOS	MONTO	% MONTO	% PROYECTOS	
TOTAL	303	\$ 4,718,031,040			
Arica y Parinacota	2	\$ 43,485,786	0.92%	0.66%	
Tarapacá	1	\$ 4,079,575	0.09%	0.33%	
Antofagasta	2	\$ 66,050,687	1.40%	0.66%	
Atacama		\$ 0	0.00%	0.00%	
Coquimbo	3	\$ 7,927,794	0.17%	0.99%	
Valparaíso	22	\$ 427,612,405	9.06%	7.26%	
Metropolitana	220	\$ 3,499,328,763	74.17%	72.61%	
O'Higgins	7	\$ 29,378,047	0.62%	2.31%	
Maule	3	\$ 25,159,755	0.53%	0.99%	
Biobío	7	\$ 40,670,027	0.86%	2.31%	
La Araucanía	4	\$ 38,406,901	0.81%	1.32%	
Los Ríos	5	\$ 132,460,629	2.81%	1.65%	
Los Lagos	3	\$ 31,288,904	0.66%	0.99%	
Aysén	3	\$ 72,671,581	1.54%	0.99%	
Magallanes y la Antártica		2	\$ 85,598,164	1.81%	0.66%
Otro/1	19	\$ 213,912,022	4.53%	6.27%	

Fuente: Elaboración propia a partir de CNCA (2013)

Tabla B.4 . Principales razones de No-Asistencia para los Campos Artísticos														
	ARTES VISUALES			TEATRO	DANZA	CIRCO	ESPECTÁCULOS EN VIVO		MÚSICA / RECITALES EN VIVO		LIBROS	CINE	INTERNET	MUSEOS
	No le interesa o no le gusta	16.59%	17.34%	22.23%	32.09%	17.50%	17.20%	33.28%	18.80%	19%	17.95%			
Falta de tiempo	41.38%	38.89%	34.92%	31.34%	32.70%	29.41%	33.16%	31.24%	7%	44.51%				
Falta de dinero	7.32%	13.71%	10.93%	14.96%	No aplica	30.97%	3.48%	21.32%	3%	No aplica				No aplica
Falta de información	13.70%	9.35%	11.87%	2.29%	No aplica	4.78%	0.66%	0.66%	42%	7.19%				
Falta de costumbre	7.74%	6.49%	7.35%	7.73%	9.95%	4.39%	16.99%	13.44%	0%	11.66%				
No existe disponibilidad/infraestructura en su barrio o comuna	8.48%	9.36%	7.83%	3.93%	28.21%	7.41%	2.30%	8.09%	27%	11.66%				
Otra razón	4.20%	4.37%	4.16%	6.73%	9.14%	5.41%	7.40%	5.70%	1%	5.83%				
NS/NR	0.60%	0.49%	0.70%	0.93%	2.51%	0.43%	2.73%	0.76%	1%	1.20%				
% NO-ASISTENCIA	75.14%	82.21%	77.07%	73.46%	36.12%	74.16%	52.44%	54.83%	34.60%	76.36%				
% ASISTENCIA	24.86%	17.79%	22.93%	26.54%	63.88%	25.84%	47.56%	45.17%	65.40%	23.64%				

FUENTE: Elaboración propia a partir de ENPCC (2012)

Tabla B.5 Matrícula de jóvenes con especialidad creativa en Enseñanza Media Técnica Profesional y Artística por número de establecimientos que la imparten, según Región.2013

REGIÓN	Matrícula de jóvenes con especialidad artística	Matrícula de jóvenes en establecimientos técnico profesional, industriales y artísticos	Nº de establecimientos que imparten especialidades creativas	Nº de establecimientos que imparten enseñanza media técnico profesional, industrial y artística
TOTAL	3,453	102,252	73	495
Arica y Parinacota	20	1,715	1	10
Tarapacá	87	2,302	1	19
Antofagasta	155	5,586	3	15
Atacama	84	4,638	2	17
Coquimbo	228	5,302	5	20
Valparaíso	188	9,911	4	49
Metropolitana	1,696	33,354	27	161
O´Higgins	210	3,651	6	14
Maule	280	7,057	8	42
Biobío	183	13,148	7	62
Araucanía	243	7,306	7	39
Los Ríos	-	2,830	-	15
Los Lagos	50	3,764	1	21
Aysén	-	616	-	6
Magallanes	29	1,072	1	5

FUENTE: Elaboración del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), a partir de bases de datos del Ministerio de Educación (Mineduc).

TABLA B.6 Número de salas de exhibición cine y capacidad. 2014

REGIÓN	Número de salas	Capacidad (butacas)
TOTAL	323	67,944
Arica y Parinacota	1	476
Tarapacá	6	1,477
Antofagasta	18	3,881
Atacama	2	350
Coquimbo	9	1,855
Valparaíso	19	4,060

Metropolitana	190	38,202
O'Higgins	10	2,507
Maule	6	1,538
Biobío	31	6,379
Araucanía	11	2,632
Los Ríos	5	998
Los Lagos	9	2,215
Aysén	1	450
Magallanes	5	924

1 Los datos se refieren a los cines que informaron a Cadic haber tenido movimiento al menos una vez en el año.

FUENTE: Cámara de Distribuidores Cinematográficos (Cadic).

TABLA B.7 Espacios culturales por tipo de espacio en Chile. 2014

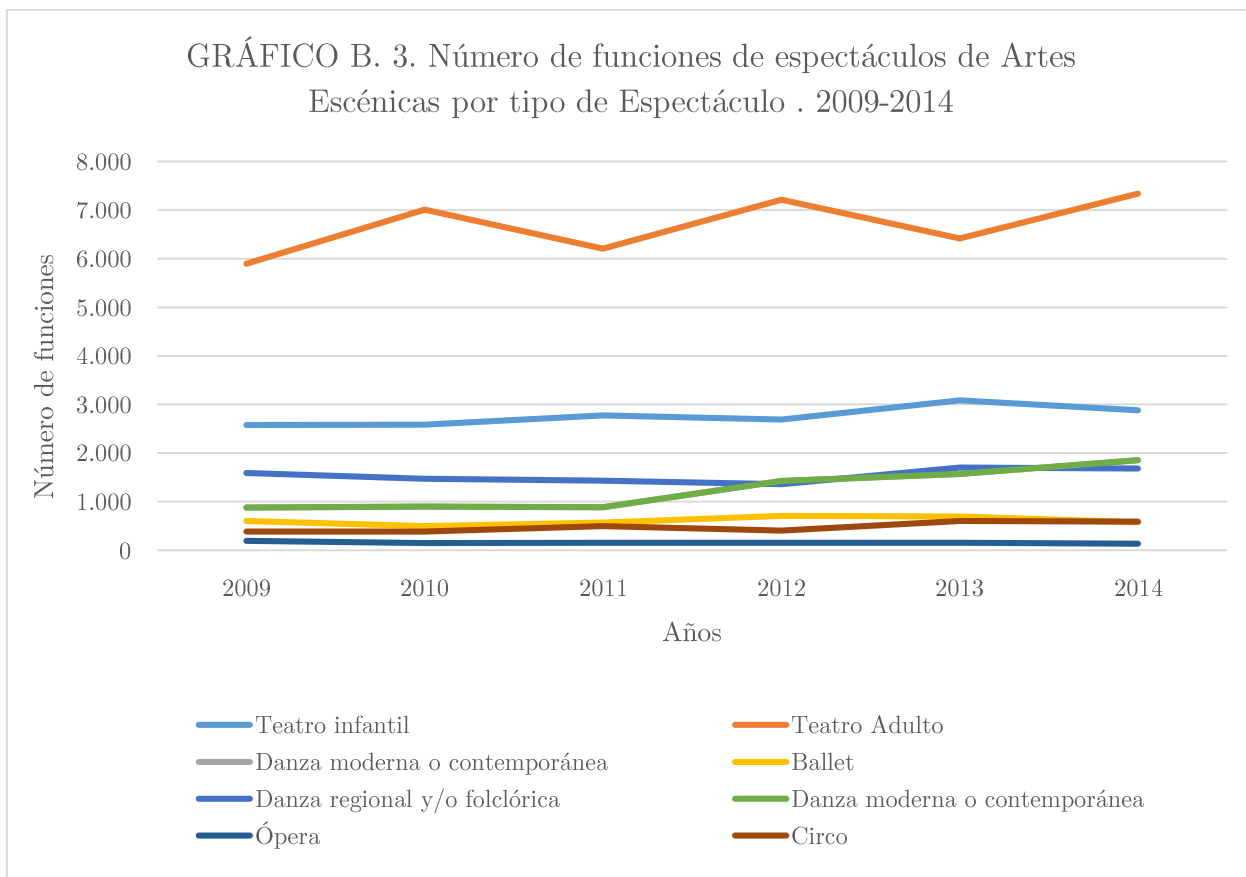
Tipo de Espacio Cultural	N° de espacios	% por tipo de espacio
Archivo	13	1%
Biblioteca	509	34%
Centro Cultural o Casa de la cultura	256	17%
Centro de documentación	16	1%
Cine o sala de cine	59	4%
Estudio de grabación	12	1%
Galería de Arte	51	3%
Gimnasio	160	11%
Museo	150	10%
Otro	88	6%
Sala de ensayo	3	0%
Sala de exposición	55	4%
Teatro o sala de teatro	146	10%
Total General	1518	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de Espacios Culturales CNCA (2014)

TABLA B.8 Espacios culturales por región y número de habitantes por infraestructura cultural 2014.

Nombre región	N° infraestructura	% de infraestructura por región	Habitantes proyectados al 2011 *	N° de habitantes por infraestructura cultural
Tarapacá	39	2.57%	321.726	8.249
Antofagasta	66	4.35%	581.701	8.814
Atacama	44	2.90%	282.575	6.422
Coquimbo	48	3.16%	728.934	15.186
Valparaíso	153	10.08%	1.777.470	11.617
O'Higgins	91	5.99%	891.763	9.8
Maule	87	5.73%	2.048.993	23.552
Biobío	186	12.25%	2.048.993	11.016
La Araucanía	102	6.72%	978.402	9.592
Los Lagos	110	7.25%	846.614	7.696
Aysén	34	2.24%	105.865	3.114
Magallanes	38	2.50%	159.154	4.188
Metropolitana	429	28.26%	6.945.593	16.19
Los Ríos	57	3.75%	380.707	6.679
Arica y Parinacota	34	2.24%	183.19	5.388
Total General	1518	100%	18.281.680	12.043

FUENTE: Espacios Culturales (2014), *INE habitantes población estimada 1990-2020



FUENTE: Cuadros Informe Anual Cultura y Tiempo Libre INE (2014)

C. Modelos Inflados por cero

En modelos de participación, es habitual encontrar altas tasas de respuestas negativas. Considerando que un individuo puede no haber asistido a eventos culturales en los últimos 12 meses pero, sin embargo, tener probabilidad positiva de asistencia en “algún momento de la vida” se tiene que las conclusiones pueden ser subestimadas si no se toma en cuenta este detalle. Se observan más ceros que los que realmente pasan.

Esto puede causar problemas en nuestros modelos ya que, de no tener en cuenta el exceso de ceros: i) Las estimas de los coeficientes pueden ser poco fiables (existencia de sesgo) ii) Puede haber sobredispersión.

Hay varios motivos que pueden llevar a que en un conteo aparezcan más ceros de los que se debieran esperar. Por ejemplo, en el contexto de asistencia cultural:

- 1) Hay *errores estructurales*. Es decir, que un asistente no ha participado en cultura por alguna restricción activa de tiempo, presupuesto o interés.
- 2) Hay *errores de diseño*, debidos a un pobre diseño experimental o muestral. Por ejemplo, hemos definido mal la pregunta o preguntado en una época del año que justo no alcanza el rango de los 12 meses, es muy probable que nuestros conteos contengan una gran proporción de ceros. Otro error de este tipo es muestrear durante demasiado poco tiempo, o a una escala espacial inadecuada.
- 3) Hay *errores de observador*. Esto ocurre cuando el encuestador tiene dificultades para distinguir entre asistentes y no asistentes.
- 4) Por último el error de los propios encuestados. Es decir, los encuestados responden que no cuando, por no entender, sí han asistido.

De entre estas posibles fuentes de ceros, los de diseño, los debidos al observador y los de los encuestados (números 2, 3 y 4 de la lista anterior) se consideran falsos ceros, mientras que los estructurales se consideran ceros auténticos. La presencia de falsos ceros puede llevar a que haya una sobreabundancia de ceros en nuestros datos. En esta sección vamos a ver técnicas (modelos inflados por ceros y modelos alterados por ceros) que permiten tener en cuenta este problema.

Esto se puede ver en el **Gráfico B.2** del Anexo Estadísticas descriptivas.

Hay básicamente dos estrategias para lidiar con el problema de los ceros:

1. Asumir que todos los ceros son iguales (sin distinguir entre falsos y auténticos). Este tipo de modelos constan de dos partes: en una primera parte se consideran todos los datos como ceros o no-ceros y se modela la probabilidad de que una observación sea cero (en función de las variables explicativas seleccionadas) usando un modelo binomial. Posteriormente, las observaciones que no son cero se modelizan usando modelos truncados por ceros, como los que acabamos de ver. Afortunadamente hay funciones de R que realizan simultáneamente ambos procesos. Estos modelos se llaman *Modelos en dos partes* o modelos *ZAP* o *ZANB*; ZA es por *Zero Altered*, P indica el uso de la distribución de Poisson y NB el de la binomial negativa.

2. Asumir que los ceros proceden de dos procesos distintos: el proceso binomial y el proceso de Poisson. Igual que en los ZAP, se hace un glm binomial para modelizar la probabilidad de medir un 0 (los *falsos ceros*; por ejemplo cuando el observador no ha visto a ningún individuo de la especie en cuestión a pesar de que está presente). Posteriormente se modeliza la probabilidad de obtener el resto de valores, incluyendo ceros (los *ceros auténticos*; por ejemplo cuando el hábitat no es adecuado para la especie en cuestión). Estos modelos se llaman *Modelos mezclados* (mixture models) o modelos *ZIP* (*Zero Inflated*) o *ZINB*.

Ambos tipos de modelos nos permiten abordar el exceso de ceros. La elección de uno u otro modelo debería basarse en conocimiento *a priori* de las fuentes de ceros en nuestro problema. En principio, si consideramos que por algún motivo hay una gran cantidad de falsos ceros en nuestros datos, deberíamos decantarnos por modelos *ZI(P/NB)*, que nos van a permitir descubrir los motivos que llevan a medir falsos ceros (y tal vez tomar medidas para evitarlos en futuros trabajos). Si por el contrario pensamos que la mayoría de los ceros son auténticos aunque haya muchos (e.g. cuando una especie es muy selectiva en cuanto a las condiciones ambientales en las que aparece, pero somos capaces de detectarla sin muchos problemas), podemos optar por los *ZA(P/NB)*.