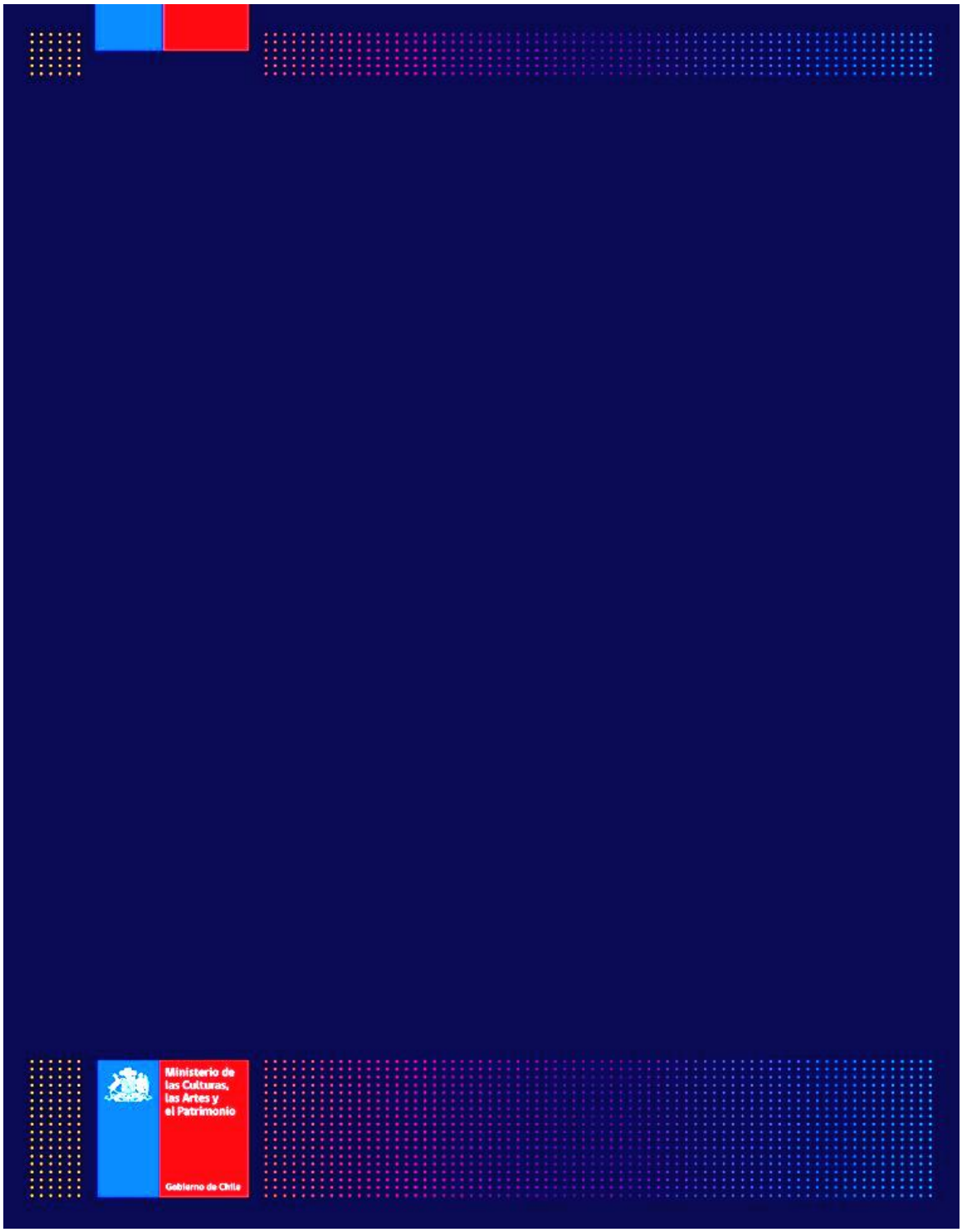

Condicionantes de la participación cultural para audiencias heterogéneas en Chile

Recursos

CATEGORÍA

Estudios e informes

FECHA

2021-05-13

RESUMEN

Ramón Ignacio Reyes González – Ingeniería Comercial mención Economía, Universidad de Chile
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 noparticipación 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.

FUENTE DE INFORMACIÓN

Observatorio Cultural

INSTITUCIÓN

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

UBICACIÓN

Sotomayor 233, 2361789 Valparaíso, Región de Valparaíso, Chile