

Determinantes de la Asistencia a Museos en Colombia. Una Perspectiva desde la Economía de la Cultura

Colombia posee un importante número de museos, con una asistencia representativa y la necesidad de que estos espacios sean lugares de encuentro, cohesión y memoria colectiva, en una sociedad con una larga historia de conflictos sociales y exclusiones. El más reciente "Directorio de Museos de Colombia 2003-2004" muestra que en el país existen 419 museos en servicio, 43% privados, 52% públicos y el 5% mixtos. Además, la tasa de creación de museos entre 1996 y 2008 fue del 17%. De acuerdo con la Encuesta de Consumo Cultural 2012 (ECC2012) de Colombia, la asistencia a museos (12.6%) ocupa el sexto lugar en preferencia como forma de participación cultural fuera del hogar para mayores de 12 años. El objetivo del presente trabajo es analizar los determinantes de la asistencia a museos en Colombia, partiendo de los modelos de elección racional planteados en la Economía de la Cultura. La información empírica proviene de los microdatos de la ECC2012. Los resultados se centran en el efecto que sobre la decisión individual de asistir a un museo tienen variables como el estatus socioeconómico, la actividad principal desarrollada y el capital de consumo cultural acumulado. Con los resultados se pretende contribuir al diseño de la política cultural del país.

Doris Lilia Andrade Agudelo: Economista, Doctora en Economía. Profesora en el Colegio de la Policía Nuestra Señora de Fátima.

Luis Palma Martos: Licenciado y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla. Docente e investigador de la Universidad de Sevilla.

Luis F. Aguado: Economista, Posdoctorado en 'Economía, Sociedad y Construcción del Conocimiento en el Mundo Contemporáneo'. Profesor Asociado en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.