

Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales,
Maestría en Administración



**Teoría del Comportamiento Planeado como Vía para Explicar la
Intención de Participación Cultural**

TESIS

Que para obtener el grado de
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

Presenta

Sarahí Figueroa Nieblas

Directora de Tesis

Dra. Olivia Denisse Mejía Victoria

Codirectora de Tesis

Dra. Mónica Fernanda Aranibar

Ensenada, B.C., diciembre de 2025



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES,
CAMPUS ENSENADA.



**“Teoría del Comportamiento Planeado como Vía
para Explicar la Intención de Participación Cultural”**

TESIS

PARA CUBRIR LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Maestra en Administración

PRESENTA

Sarahí Figueroa Nieblas

186439

A quien el Comité de Tesis autoriza el trabajo terminal y de acuerdo con el
Art. 19 del R.G.E.P.E.P, emite los siguientes votos aprobatorios mediante rubrica:

Dra. Olivia Denisse Mejía Victoria
DIRECTORA

Dra. Mónica Fernanda Aranibar
CODIRECTORA

Dra. Alma Alejandra Soberano Serrano
SINODAL

“Por la Realización Plena del Ser”

C.c.p.- Archivo
C.c.p.- Minutario

Dedicatoria

A mi hijo, por cada momento que cedió para que su mamá pudiera estudiar y cumplir este objetivo.

A mi esposo, por acompañarme con amor y apoyar siempre mi realización profesional.

A mi familia, por su respaldo constante en cada etapa de este camino.

Agradecimientos

A la Universidad Autónoma de Baja California, por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios de maestría.

A mi directora de tesis, por su guía y paciencia, y a mis maestras y maestros, quienes generosamente compartieron sus conocimientos, experiencias y sensibilidad hacia nuestras necesidades como estudiantes.

A mi compañera Karla, cuya presencia fue un ancla en los momentos más retadores del trayecto académico.

Al teatro, mi lugar de trabajo, que día a día me regala aprendizajes, satisfacciones y luz en todos los sentidos, y que a través de cada puesta en escena me recuerda la profunda capacidad del arte para volvernos más humanos.

Resumen

El presente estudio analiza los factores que influyen en la intención de asistir a eventos culturales en Ensenada, Baja California, tomando como base la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP). El propósito central fue evaluar la influencia de la actitud, las normas subjetivas, el control percibido y el comportamiento pasado en la participación cultural, específicamente en eventos de danza, música y teatro. Se empleó un enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental y transversal. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario previamente validado y aplicado a 417 habitantes de Ensenada, tanto en formato físico como digital. Los análisis estadísticos, incluyendo correlaciones de Spearman y regresión lineal múltiple, mostraron que el control percibido fue el predictor más influyente de la intención, seguido por las normas subjetivas y la actitud. El comportamiento pasado correlacionó de manera significativa con la intención, pero no aportó varianza adicional cuando fue incluido en el modelo, al quedar su efecto absorbido por los demás factores. El modelo final explicó el 59% de la variabilidad en la intención de asistir a eventos culturales. Los resultados confirman la pertinencia de la TCP para comprender la participación cultural en contextos locales y ofrecen evidencia útil para el diseño de estrategias institucionales orientadas a fortalecer el acceso, la información y las condiciones sociales que facilitan la asistencia a eventos artísticos. Asimismo, subrayan la importancia de reducir barreras percibidas y promover entornos sociales que legitimen y favorezcan la asistencia a eventos artísticos.

Palabras clave: Participación cultural, Teoría del Comportamiento Planeado, intención de asistencia, artes escénicas.

Contenido

Capítulo I. Introducción.....	8
Objetivo general.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Pregunta de investigación.....	12
Capítulo II. Marco Teórico.....	13
Cultura.....	13
Participación cultural.....	15
Teoría del Comportamiento Planeado (TCP).....	22
La intención y sus determinantes.....	25
Comportamiento Pasado.....	28
Participación cultural y TCP: contexto de estudio.....	29
Capítulo III. Método.....	40
Fase 1. Construcción y Validación del instrumento.....	40
Población y muestra (Participantes).....	40
Contexto para la aplicación.....	41
Instrumento.....	41
Procedimiento.....	43
Fase 2. Medición de la influencia de la actitud, normas subjetivas, el control percibido y el comportamiento pasado en la intención de asistencia a eventos.....	44
Población y muestra (Participantes).....	44
Contexto para la aplicación.....	44
Instrumento.....	44
Procedimiento.....	45
Capítulo IV. Resultados.....	47
Resultados de la Fase 1.....	47
Resultados de la fase 2.....	50
Perfil de los sujetos del estudio.....	50
Estadística descriptiva de las variables.....	51
Análisis de normalidad de los datos.....	58
Análisis de correlación.....	64
Análisis de regresión múltiple.....	66
Capítulo V. Discusión.....	69
Capítulo VI. Conclusiones.....	72
Referencias.....	74

Índice de Figuras

Figura 1. Cinco modos de participación artística, basado en el nivel de control creativo.....	19
Figura 2. Valores derivados de la participación en las artes.....	22
Figura 3. Modelo de la Teoría del Comportamiento Planeado.....	24
Figura 4. Gráfica de baremos.....	57
Figura 5. Histograma de la variable actitud.....	59
Figura 6. Histograma de la variable normas subjetivas.....	60
Figura 7. Histograma de la variable control percibido.....	61
Figura 8. Histograma de la variable intención.....	62
Figura 9. Histograma de la variable comportamiento pasado.....	63
Figura 10. Resumen de contrastes de hipótesis mediante SPSS.....	64

Índice de Tablas

Tabla 1. Cuadro de relación de factores que influyen en la participación cultural con las variables de la TCP.....	37
Tabla 2. Contexto de aplicación de la TCP	38
Tabla 3. Construcción del cuestionario.....	41
Tabla 4. Coeficiente de validación de contenido por ítem y variable.	48
Tabla 5. Coeficiente KMO y prueba de esfericidad de Bartlett.....	49
Tabla 6. Nivel de confiabilidad de las variables.....	49
Tabla 7. Características demográficas de los participantes.....	50
Tabla 8. Estadística descriptiva de la variable actitud.....	52
Tabla 9. Estadística descriptiva de la variable normas subjetivas.....	53
Tabla 10. Estadística descriptiva de la variable control percibido.....	54
Tabla 11. Estadística descriptiva de la variable intención.....	55
Tabla 12. Estadística descriptiva de la variable comportamiento pasado.....	56
Tabla 13. Correlaciones bivariadas, medias y desviación estándar de las variables.....	65
Tabla 14. Análisis de regresión.....	67

Capítulo I. Introducción

En las sociedades contemporáneas, la cultura se ha consolidado como un eje fundamental del bienestar y el desarrollo humano, al ser fuente de identidad, cohesión social y creatividad colectiva (Prieto, 2011). La cultura posee una dualidad, por un lado está el valor simbólico que aporta bienestar social, aprendizaje y propiedad intelectual mediante la creatividad que genera, y por otro lado genera un valor económico, reflejado en su contribución al producto interno bruto (PIB), al empleo y al ingreso, esta dualidad evidencia cómo la cultura contribuye simultáneamente al desarrollo económico y social de un país (Arriaga Navarrete & González Pérez, 2016).

En términos económicos, la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) del INEGI muestra que en 2022 las actividades culturales aportaron el 2.9% del PIB nacional. De esa cifra, las actividades de mercado (como la venta de bienes y servicios culturales) representaron el 2.3%, las actividades realizadas en los hogares (como la producción artesanal o el trabajo cultural no remunerado) el 0.4%, y la gestión pública en cultura el 0.2%. Además, el sector cultural generó el 3.6% del empleo en el país, lo que evidencia su importancia económica y laboral. Sin embargo, dentro de este sector, las mayores contribuciones económicas provienen de las artesanías, los contenidos digitales y los medios audiovisuales, mientras que las artes escénicas, la música y los conciertos representan una participación mucho menor, inferior al 12% del total. Esto refleja que algunas actividades tienen un mayor peso productivo que otras.

En términos del valor simbólico, de acuerdo con el Instituto de Estadística de la Unesco (2014) participar en actividades culturales tiene como propósito ampliar nuestro bagaje cultural, sin embargo, la participación cultural ha sido relacionada con conductas proactivas y resultados favorables en distintos niveles, tales como una actitud ambiental positiva, bienestar general, mejor salud mental e incluso una mayor esperanza de vida (Cerisola & Panzera, 2022).

En este sentido, es importante mencionar que la participación cultural se encuentra reconocida por tratados internacionales, entre ellos la Declaración Universal de los Derechos Humanos que establece que toda persona tiene derecho a participar libremente en la vida cultural de la comunidad y a gozar de las artes (Unesco, 1982), asimismo, en México, el artículo 4º de la Constitución Mexicana reconoce el acceso a la cultura y el disfrute de los bienes y servicios estatales, promoviendo la diversidad cultural y la libertad creativa, y delega en la ley la regulación de los mecanismos de acceso y participación cultural (Cámara de Diputados, 2009). Por ello, los gobiernos tienen la obligación de garantizar su ejercicio, lo que requiere implementar medidas para estimar y demostrar su cumplimiento (Instituto de Estadística de la Unesco, 2014). No obstante, las cifras disponibles evidencian que la participación efectiva sigue siendo limitada.

Conforme a la información reportada en el Módulo sobre Eventos Culturales Seleccionados (MODECULT) realizado por el INEGI en el 2023, el 48.7% de la población adulta encuestada asistió al menos una vez a una obra de teatro, un concierto de música en vivo, un espectáculo de danza, una exposición, o a una proyección de películas o cine. De estos, el cine fue el evento que reportó mayor asistencia (42.3 %), seguido por los conciertos de música en vivo (21.3%), quedando con menor asistencia las obras de teatro (8.5%) y espectáculos de danza (7.5%). Los principales motivos de asistencia fueron el bajo costo de las entradas y la cercanía de los eventos, mientras que el entorno familiar y la exposición temprana a experiencias culturales se mostraron como factores determinantes en el hábito de participación (Economista, 2023). Si bien la asistencia aumentó en 3.8 puntos porcentuales en 2024 (52.5%) respecto a la cifra de 2023 (48.7 %), y aunque ha aumentado en los años posteriores a la pandemia, aún se encuentra 5.3 puntos porcentuales por debajo de 2019 (57.8%), año antes de la pandemia, y 11.5 puntos porcentuales por debajo del porcentaje de 2016 (64%) el cual fue el primer registro de este módulo. Todo esto sin perder de vista que el cine es el evento que mayor asistencia registra en todos los años reportados.

En México, la gestión de la cultura se ejerce desde el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Cultura, que tiene la función de fomentar las expresiones artísticas y culturales, impulsar la educación y la investigación en la materia, y garantizar el acceso universal a la cultura (Secretaría de Cultura, s/f), además de los organismos culturales de cada estado que operan bajo lineamientos federales pero con autonomía local para fomentar la cultura en sus regiones. En Baja California, la Secretaría de Cultura del Estado es la autoridad responsable de la política cultural, y el Instituto de Servicios Culturales de Baja California desde junio de 2024 es su principal operador para ejecutar programas, eventos y proyectos en todo el territorio, funciones que ejercía anteriormente el Instituto de Cultura de Baja California (ICBC).

En su último reporte de 2023, el ICBC informó que el público atendido mediante sus bienes, servicios y actividades artísticas y culturales fue de 231,380 personas, equivalente al 6% de la población estatal. En el municipio de Ensenada, esta proporción se reduce al 0.77% de su población total, lo que pone de relieve una baja participación a pesar de los esfuerzos institucionales. Sin embargo, los registros de asistencia no bastan para comprender la participación cultural, como señalan Bailey et al. (2004) y Af Ursin (2016), es importante comprender la participación más que simplemente medirla, yendo más allá del registro de la asistencia para incluir percepciones, sentimientos y motivos relacionados con la asistencia o la ausencia de ella.

Con este propósito, la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) de Ajzen (1985; 1991) ofrece un marco teórico útil para explicar la intención de participar en actividades culturales, pues permite analizar la toma de decisiones en contextos complejos (Huéscar et al., 2014). Según esta teoría, la conducta está determinada por la intención de realizarla, la cual depende de tres elementos principales: la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido. Además, investigaciones recientes han sugerido incluir el comportamiento pasado como un elemento que contribuye a fortalecer la intención futura (Ajzen, 1996; Cunningham & Wong, 2018).

La TCP ha sido ampliamente aplicada en estudios sobre consumo, emprendimiento, salud, medio ambiente y marketing (Valdivia-Velasco et al., 2021; Zhang et al., 2014; Regalado, 2017). Sin embargo, su uso en el ámbito de la participación cultural continúa siendo escaso, especialmente en el contexto mexicano. Esta brecha teórica abre la posibilidad de analizar cómo los factores propuestos por la TCP inciden en la intención de asistir a eventos culturales, lo que puede aportar evidencia empírica y nuevas perspectivas para la gestión cultural.

Por lo tanto, el presente estudio tiene como objetivo principal analizar la influencia de las normas subjetivas, la actitud, el control percibido y el comportamiento pasado sobre la intención de asistir a eventos culturales en Ensenada, Baja California. Comprender estas relaciones permitirá ofrecer evidencias útiles para el diseño de estrategias institucionales y comunicacionales que ayuden a fomentar una participación cultural más activa en contextos locales.

Objetivo general

Evaluar la influencia de las normas subjetivas, actitud, control percibido y comportamiento pasado en la intención de asistir a eventos culturales en Ensenada, B.C.

Objetivos Específicos

1. Medir el efecto de las normas subjetivas en la intención de asistir a eventos culturales.
2. Determinar la influencia de la actitud en la intención de asistir a eventos culturales.
3. Medir el efecto del control percibido en la intención de asistir a eventos culturales.
4. Analizar la influencia del comportamiento pasado en la intención de asistir a eventos culturales.

Pregunta de investigación

¿Cuál es la influencia de las normas subjetivas, actitud, control percibido y comportamiento pasado en la intención de asistir a eventos culturales en Ensenada, B.C.?

Capítulo II. Marco Teórico

Este capítulo desarrolla el marco teórico que sustenta el análisis. Primero se parte del estudio de la cultura como fenómeno social, se profundiza en el concepto de participación cultural; se aborda sobre la Teoría del Comportamiento Planeado como modelo explicativo de las decisiones individuales, hasta llegar al contexto de estudio respecto a la participación cultural.

Cultura

A través del tiempo, el concepto de cultura ha tenido diferentes definiciones a medida que fueron evolucionando los estudios antropológicos. En sus orígenes modernos, Franz Boas (1938) propuso que la cultura podría definirse como la totalidad de las relaciones y de las actividades intelectuales y físicas que caracterizan el comportamiento de los individuos que componen un grupo social, considerados de manera colectiva y singular. Posteriormente, Bórmida (1956) plantea que la cultura es el contenido mental de toda persona, el cual le es proporcionado por la sociedad en la que vive, por lo que la cultura de cada sujeto es determinada y construida con base en los patrones y códigos sociales que adquiere a lo largo de su vida. En una línea más contemporánea, Salles (2002, citado en Verelst, N., & Ortiz Rojas, M. A. 2023) sostiene que la cultura se expresa a través de creaciones tanto materiales como inmateriales, que manifiestan los significados subjetivos, la intencionalidad de los actores sociales, así como las pautas de comportamiento del humano y otros tipos de externalidades.

Desde el pensamiento crítico latinoamericano, García Canclini, N. (1980) propuso una delimitación en el uso del término cultura acotado a la producción de fenómenos que contribuyen a reproducir o transformar el sistema social, es decir, todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido:

La cultura constituye un nivel específico del sistema social que no puede ser estudiada aisladamente... Cualquier práctica es simultáneamente económica y simbólica; a la vez que actuamos a través de ella, nos la presentamos atribuyéndole un significado... Comprar un vestido o viajar al trabajo, por ejemplo, dos prácticas socioeconómicas habituales, están cargadas de sentido simbólico: el vestido o el medio de transporte -aparte de su valor de uso: cubrirnos, trasladarnos- significan nuestra pertenencia a una clase social según la tela del vestido o si usamos un camión o un coche, de qué marca, etc. El color y diseño de la ropa, o del lugar al que aspiramos, de lo que queremos decir a otros al usarlos. A la inversa cualquier hecho cultural – asistir a un concierto, preparar una conferencia- lleva siempre un nivel socioeconómico implícito: me pagarán por la conferencia, al ir al concierto compro un boleto para financiar la producción del espectáculo y además ese hecho me relaciona con las personas con las que trabajo de un modo distinto que si digo que fui a una sesión de rock o a ver danzas indígenas. (Canclini, 1980, p. 41)

En el ámbito internacional, uno de los referentes más utilizados en los estudios sobre la participación cultural es la definición propuesta por la UNESCO (1982), la cual entiende la cultura, en su sentido más amplio, como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Esta definición engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Con la intención de definir a la cultura con fines estadísticos, el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (2014) proporciona una definición pragmática de cultura basada en el concepto de dominios culturales. Estos dominios representan el conjunto mínimo de ámbitos culturales centrales para los cuales la UNESCO alienta a los países a recolectar datos comparativos. Los dominios culturales son: a) patrimonio cultural y natural, b) presentaciones

artísticas y celebraciones, c) artes visuales y artesanías, d) libros y prensa, e) medios audiovisuales e interactivos, f) diseño y servicios creativos. Los dominios relacionados son: g) Turismo, h) deportes y recreación. Además, se incluyen otros tres dominios transversales por su papel clave en el ciclo de la cultura para la producción y la transmisión de la cultura, son transversales porque se pueden aplicar a todos los ámbitos culturales y relacionados: educación y capacitación, archivo y conservación, equipos y materiales de apoyo. (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2014) Con base en esta clasificación de dominios culturales, este trabajo se centra en la cultura bajo el dominio de las presentaciones artísticas.

Participación cultural

Al no existir un concepto unificado de cultura, la noción de participación cultural ha podido construirse en la medida en que los Estados y las comunidades han ido implementando sus políticas culturales, bajo diversos paradigmas políticos, que han surgido de la visión que se tiene en torno al concepto de cultura (Verelst & Ortiz Rojas, 2023). Según el “*Leadership Group on Culture Statistics (LEG)*” la participación en actividades culturales se da cuando, en cualquier contexto y a través de cualquier canal, emisores y receptores comparten un código de comunicación común y prestan atención consciente a la forma y al contenido de los mensajes con el propósito de enriquecer su bagaje informativo y cultural (Eurostat, 2000). Esta definición enfatiza que la participación cultural es un acto consciente. Por su parte, la UNESCO (2014) amplía el concepto de la participación cultural al incluir tanto el consumo como la creación y gestión de prácticas culturales que reflejan la calidad de vida, las tradiciones y las creencias. Incluye desde la asistencia a eventos formales y pagos, así como acciones culturales informales, o actividades cotidianas como leer un libro. De esta manera, la participación cultural incluye tanto el comportamiento activo como el pasivo, e integra al individuo que produce como al que recibe, por ejemplo, tanto al músico como al oyente.

De acuerdo con Puig Moras (2019) la participación es una palabra de uso común, que se define como acción y efecto de participar, y a esta última, como dar, tener y tomar parte. La participación en el ámbito específico de la cultura supone la posibilidad de acceder, interactuar, apropiarse y ejercer el control sobre los recursos y bienes simbólicos propios de esta esfera. En consecuencia, implica tomar parte en el consumo, la creación o la gestión de los mismos.

El término “participación cultural” está relacionado al de “consumo cultural”, ambos son muy utilizados en la literatura y estudios empíricos. Según Moras Puig (2019), la forma de manifestación por excelencia de la participación cultural es el consumo. García Canclini (1992) Considera al consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica. Esta definición permite incluir no solo bienes como el conocimiento universitario, las artes, salas de concierto y teatros, sino también abarca aquellos productos muy condicionados por sus implicancias mercantiles como los programas de televisión o por la dependencia de un sistema religioso como las artesanías y las danzas indígenas, pero cuya elaboración y cuyo consumo requieren un entrenamiento prolongado en estructuras simbólicas de relativa independencia (García Canclini, 1999 en Guzmán Cárdenas 2015). En contraste, Ortega (2009) propone como concepto alternativo al de consumo cultural el de consumo de bienes culturales definiéndolo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación, recepción y uso de los bienes producidos en el campo de la producción cultural.

Es necesario también definir el concepto del campo cultural al que se refiere Ortega (2009); según el Convenio Andrés Bello (2015), dentro del marco de implementación de las Cuentas Satélites de Cultura, define al campo cultural como un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos. Podríamos decir entonces que el sector cultural está constituido por: a) el arte, en sus diversas manifestaciones (música, teatro, plástica, artesanía,

etc.), incluyendo el espectáculo artístico en vivo, el patrimonio cultural y su conservación; se trata de las “bellas artes” y de otras artes excluidas de los conceptos restrictivos de cultura; b) las denominadas industrias culturales, y c) los medios masivos de comunicación (radio, televisión, prensa, etc.) que establecen un nexo, a escala de masas, entre la producción cultural y los receptores/consumidores de cultura, creando una red por la que circulan los bienes culturales (Guzmán Cárdenas, 2015).

Desde esta perspectiva, Güell, Peters y Morales (2010, como se citó en Guzmán Cárdenas, 2015) concluyen que consumir cultura:

significa entonces relacionarnos con una oferta ligada al entretenimiento (fiestas, celebraciones), a la información (periódicos, Internet, revistas, diarios) y a experiencias estéticas (artes visuales, conciertos, teatro, etc.), pero al mismo tiempo satisfacemos otras necesidades como la identificación grupal, regional, nacional o multinacional, nos distinguimos socialmente (y simbólicamente), logramos sociabilidad con otros por medio de ritos (expresión) y apropiación de espacios públicos (prácticas) y, a la vez, participamos (en distintas formas culturales) en el mundo (p. 48).

Finalmente, Puig Moras (2019) sostiene que el consumo cultural se aborda como un nivel legítimo de la participación y que, a su vez, esta participación tipifica a la población que tiende a interactuar básicamente con la cultura como público y beneficiario de acciones elaboradas por otros. En este sentido, el consumo cultural va implícito en la participación cultural.

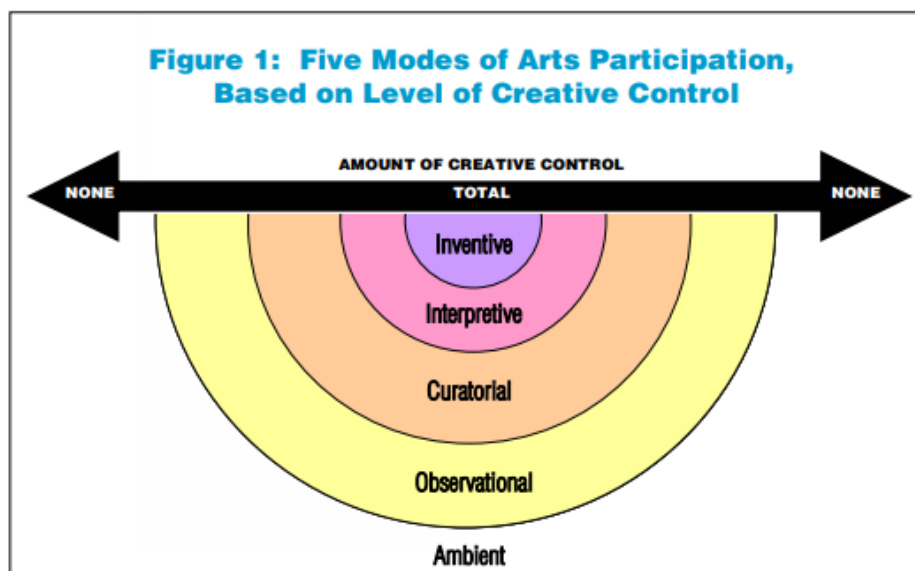
Formas de participación cultural. Todo proceso de participación se expresa en distintas formas, niveles y espacios, y es en este sentido que se han realizado divisiones o formas en las que sucede el fenómeno de la participación. La participación en las artes, junto con el consumo de bienes culturales, corresponde a la última etapa del proceso cultural, incluye las

actividades de las audiencias y participantes en el consumo de productos culturales y la participación en actividades y experiencias culturales. Según Ateca Amestoy & Prieto Rodríguez (2013) tradicionalmente, esta participación se ha dividido en tres categorías, en función de la forma en que se realiza: asistencia, práctica activa y consumo de contenidos culturales a través de los medios de comunicación. Brown (2014) en su “Estudio de Valores”, tal como se muestra en la Figura 1, encontró cinco modos de participación en las artes, que trascienden la disciplina, el género y el contexto cultural y nivel de habilidad, y están determinados en función de la cantidad de control creativo ejercido:

1. La participación en las artes inventivas involucra la mente, el cuerpo y el espíritu en un acto de creación artística que es única e idiosincrásica, independientemente del nivel de habilidad.
2. La participación en las artes interpretativas es un acto creativo de autoexpresión que da vida y agrega valor a obras de arte preexistentes, ya sea individualmente o colaborativamente.
3. La participación en las artes curatoriales es el acto creativo de seleccionar, organizar y coleccionar arte para satisfacer la propia sensibilidad artística.
4. La participación artística por observación abarca experiencias artísticas que un individuo selecciona o consiente, motivado por alguna expectativa de valor.
5. La participación en las artes ambientales implica experimentar el arte, consciente o subconscientemente, que no se selecciona intencionalmente: arte que “te sucede a ti”. (Brown, A. S., 2004, p.11-12).

Figura 1

Cinco modos de participación artística, basado en el nivel de control creativo.



Fuente: Brown, A. S., 2004, p.11

Por otro lado, la UNESCO definió las prácticas culturales de acuerdo a tres categorías: con base en el hogar (*culture d'appartement*) que se refiere al número de horas destinadas a ver televisión, escuchar la radio, ver y escuchar sonidos e imágenes grabadas, leer, usar la computadora e Internet. Las prácticas culturales fuera del hogar (*culture de sortie*): esta categoría incluye visitas a espacios culturales como el cine, el teatro, conciertos, museos, monumentos y sitios del patrimonio. Y la tercera categoría la definió como Fortalecimiento de la identidad (*culture identitaire*) que cubre prácticas culturales de aficionados, afiliación a asociaciones culturales, la cultura popular, étnica y juvenil y las prácticas comunitarias. (Instituto de estadística de la UNESCO, 2009)

Por así convenir a este trabajo, utilizaremos el término de “participación cultural” en el que va implícito el consumo cultural, y lo abordaremos desde la categoría de asistencia, por la forma en que se realiza según Ateca Amestoy & Prieto Rodríguez (2013), desde el modo de participación por observación de Brown (2004) por la cantidad de control que se ejerce en la participación y desde la categoría de las prácticas culturales fuera del hogar de la UNESCO (2009) por el espacio donde se practica.

Valor de la participación cultural y su relevancia social. La participación cultural se ha destacado cada vez más como un aspecto relevante, ya que la participación de los individuos en actividades culturales se ha asociado generalmente con conductas proactivas virtuosas y resultados favorables en diferentes niveles (Cerisola & Panzera, 2022). Desde el punto de vista individual, se ha demostrado que la participación en las artes es una ruta eficaz para el crecimiento personal, que conduce a una mayor confianza, al desarrollo de habilidades y a avances educativos que pueden mejorar contactos sociales y empleabilidad de las personas (Matarasso, 1997) así como mejorar la salud y la autoestima, un ejemplo de los beneficios en estos aspectos, que han sido de los más divulgados y que se continúan estudiando son los que tienen que ver con la música. Kreutz et al (2004) realizaron estudios para analizar los efectos de la música coral sobre el sistema inmunológico y el cortisol, tanto en personas que la cantan como en personas que la escuchan, en el cual se afirmó que el canto coral influye positivamente tanto en el afecto emocional como en la competencia inmunológica. También hay estudios que confirman que la percepción musical presenta potencialidades para la reducción del estrés, así como la ansiedad, brindando evidencia desde un enfoque neurocognitivo (Castro et al., 2020).

Desde el punto de vista social, se ha argumentado que, más allá de ser una forma de empleo del tiempo de ocio, el consumo cultural es importante para la política pública por los efectos que genera sobre el bienestar social (Gómez Hernández et al., 2019). La capacidad integradora, comunicadora, sensibilizadora y de expresión de los lenguajes artísticos ofrece un gran potencial para procesos de intervención social al poder generar estrategias dentro de programas o políticas de desarrollo. Las prácticas artísticas permiten actuar en ámbitos físicos y no físicos, posibilitando por ejemplo intervenciones en los espacios públicos de las ciudades, pudiendo ayudar a cambiar las conductas o posturas de las personas frente a determinadas situaciones. Es por ello que tienen un alto potencial para propiciar cambios positivos en procesos educativos y culturales, e incluso dar soporte a procesos de resiliencia (Palacio & Cots,

2017). Según Bacon et al (2010) la evidencia nacional e internacional sugiere que una mayor participación en estas actividades reduce la delincuencia juvenil y el consumo de drogas al “desviar” el comportamiento criminal, mejorar las habilidades sociales y mejorar las perspectivas para el futuro.

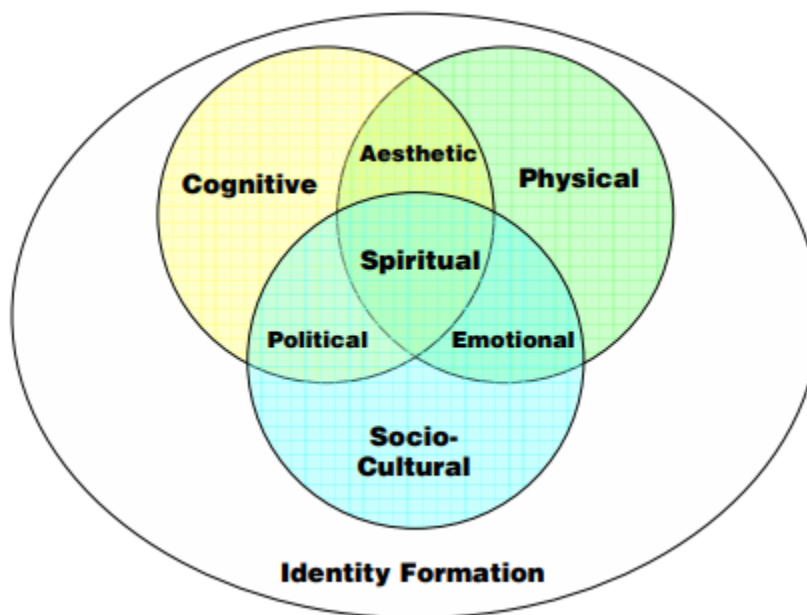
Por otra parte, a partir de la entrada de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y las 169 metas de la Agenda 2030 propuestos por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en 2015, la cultura ha ganado un lugar como nunca antes, ya que la cultura tiene relevancia como provocadora de bienestar, de cohesión cultural a partir de la diversidad, la inclusión, la igualdad y la capacidad para enfrentar problemas sociales de las comunidades urbanas y rurales marginadas con un enfoque integral, transversal y corresponsable como lo sugiere el paradigma del desarrollo humano con enfoque de derechos, dado que lo que se está pretendiendo es lograr satisfacer las necesidades primarias y secundarias individuales y colectivas que garanticen la sostenibilidad cultural para el disfrute de una vida digna (Sánchez, 2021).

En este contexto de relevancia de la participación cultural, una investigación cualitativa basada en 100 entrevistas de 20 estudios diferentes, Brown (2004) encontró ocho grupos de valores asociados con la participación en las artes: el valor cognitivo, que involucra productivamente al cerebro, activa la imaginación y ayuda a adquirir nuevas habilidades cognitivas; el valor estético, es el más subjetivo e intrínseco de todos los valores que rodean la participación en las artes, durante la experiencia artística, el arte altera de alguna manera la calidad de vida del participante; el valor físico se encuentra en cualquiera de las experiencias artísticas que involucran al cuerpo, como tocar un instrumento musical o trabajar con arcilla; el valor emocional donde arte actúa como conducto para las emociones, proporcionando al participante un medio para sentir; casi toda participación artística tiene valores socioculturales en el sentido de que conecta a las personas con su comunidad o con su patrimonio cultural; Se le da un valor político ya que el arte es un medio esencial para formular y expresar puntos de vista

políticos; lo más probable es que la gente hable de “ser transformada”, “renovada” o “energizada” por una experiencia artística, viéndolo como un valor espiritual; y por último el conjunto de valores asociados con la formación de la identidad, como la confianza en uno mismo, la autoestima, el orgullo y la dignidad. En la Figura 2 se muestran los grupos de valores y las relaciones dinámicas y sobrepuestas entre ellos (Brown, 2004).

Figura 2

Valores derivados de la participación en las artes.



Fuente: Brown, 2004, p. 15

Teoría del Comportamiento Planeado (TCP)

Las decisiones que toman las personas sobre la participación o no participación en actividades culturales se ven afectadas por diversas influencias. Centrarse simplemente en la demografía, es decir, en los factores externos o de fondo relacionados con el comportamiento cultural, no sólo es incompleto sino que también deja de lado los procesos mediante los cuales estos factores externos se transforman en participación cultural (Kröner, 2013). A lo largo de los

años, científicos de campos como la economía, la psicología, la sociología y la antropología idearon nuevas teorías y estudios destinados a comprender mejor el comportamiento de los consumidores y sus motivaciones (Stephens, 2016 en Rozenkowska, 2023). En este sentido, la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) ha sido diseñada para predecir y explicar el comportamiento humano en contextos específicos (Ajzen, 1991) y se basa en el supuesto de que los seres humanos normalmente se comportan de manera sensata, prestan atención a la información disponible y consideran implícita o explícitamente las implicaciones de sus acciones (Soorani & Ahmadvand, 2019). Un factor central en esta teoría es la intención de una persona de realizar (o no realizar) una conducta determinada (Ajzen, 1991).

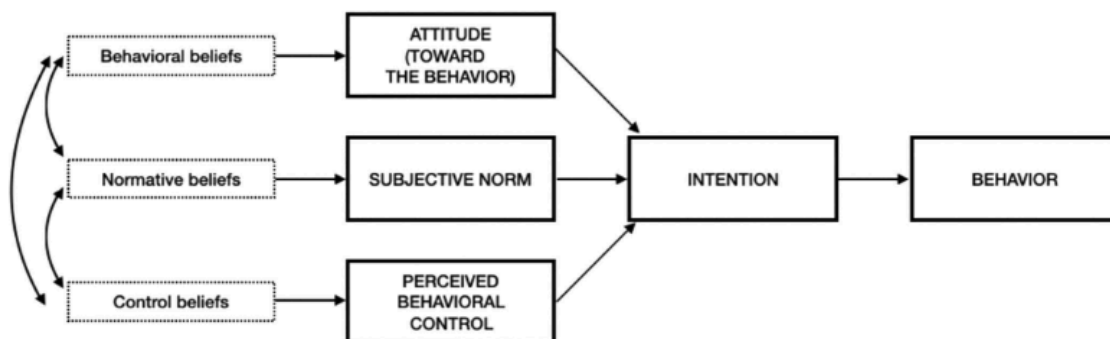
La Teoría del Comportamiento Planeado es un modelo propuesto por Icek Ajzen en 1985 y está basado en la Teoría de la Acción Razonada (TAR) de Fishbein y Ajzen (1975). La TAR argumenta que dos fuerzas principales impulsan las intenciones: las actitudes que representan la conveniencia de un comportamiento específico desde la perspectiva de quienes toman las decisiones, y las normas subjetivas, que pueden describirse como el grado en que otros relevantes esperan que quien toma las decisiones muestre el comportamiento en cuestión (Krueger & Kickul 2006 en Sommer & Haug, 2011). La TAR suponía un control volitivo perfecto, y los autores se dieron cuenta que esto imponía graves limitaciones a la capacidad de la teoría para abordar conductas que planteaban dificultades de ejecución. Ajzen (1991, 2020) argumenta que las personas pueden enfrentar problemas o verse impedidas de actuar con la intención de realizar un comportamiento, y que de hecho, la realización de muchas conductas implica la posesión de ciertas habilidades y conocimientos o requiere la cooperación de otras personas y puede exigir la capacidad de superar barreras como la falta de dinero, tiempo u otros recursos.

Por esta razón, se agregó el constructo de control percibido y llamó al modelo revisado TCP, incluyendo finalmente los tres determinantes conceptualmente independientes de intención: Actitud (de naturaleza personal), Norma subjetiva (que refleja la influencia social), y Control percibido (que trata cuestiones de control). A su vez, los tres determinantes están

influenciados por las creencias sobre las consecuencias del comportamiento, las expectativas normativas de otras personas y la presencia de factores que facilitan o impiden el desempeño del comportamiento (Fishbein & Ajzen, 2010). La representación esquemática del modelo de la TCP se muestra en la figura 3.

Figura 3

Modelo de la Teoría del Comportamiento Planeado.



Fuente: Ajzen, 2015

La TCP ha sido utilizada en muchas investigaciones, según un estudio realizado por Bosnjak et al. (2020), hasta la fecha de abril de 2020, la TCP (Ajzen, 1991,2012) había sido objeto de escrutinio empírico en más de 4,200 artículos a los que se hace referencia en la base de datos bibliográfica *Web of Science*, y mediante un análisis de mapa de árbol temático se reveló que ha recibido amplia atención en áreas como las ciencias de la salud, las ciencias ambientales, los negocios y la gestión. También ha sido ampliamente utilizada en el área de turismo y recreación, y se le ha dado mucha importancia en el estudio del comportamiento del consumidor (Rozenkowska, 2023). En las siguientes líneas se describen con mayor detalle los componentes que integran la TCP.

La intención y sus determinantes.

Como ya se mencionó antes, un papel importante en la teoría del comportamiento planificado lo desempeña la “intención” del individuo de realizar un comportamiento específico. De acuerdo con Ajzen (1991) la intención es el antecedente inmediato de la conducta en cuestión. Las intenciones capturan los factores motivacionales que influyen en el comportamiento y reflejan la fuerza relativa de la motivación del individuo para participar en este comportamiento (Hagger, et al., 2002 en Bebetos, 2015). Dicho en otras palabras, la intención es la medida de la voluntad de un individuo de realizar una conducta deseada (Chun Cheng et al., 2014). Como regla general, se puede concluir que cuanto más fuerte sea la intención de un individuo de adoptar una conducta, más probable que implemente ese comportamiento (Ajzen, 1991). En el caso de este trabajo, se considera que la participación de las personas en eventos culturales está determinada por su intención de participar en ellos.

Según la TCP, las intenciones están determinadas por tres factores: la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva relativa al comportamiento y el control conductual percibido. En la formulación actual de la teoría, una actitud favorable y una norma subjetiva de apoyo proporcionan la motivación para realizar la conducta, pero una intención concreta de hacerlo se forma sólo cuando el control percibido sobre la conducta es suficientemente fuerte (Ajzen, 2020). Dichos determinantes se presentan a continuación.

Actitud (hacia la conducta). La TCP se basa en una formulación de valor de expectativa para describir la formación de una actitud hacia un comportamiento. Específicamente, se supone que la actitud hacia la conducta es una función de creencias fácilmente accesibles sobre las probables consecuencias de la conducta, denominadas creencias conductuales. Una creencia conductual es la probabilidad subjetiva de una persona de que realizar una conducta de interés conducirá a un determinado resultado o proporcionará una determinada experiencia (Ajzen, 2020). Para citar un ejemplo, af Ursin (2016) en su trabajo

“Explicación de la participación cultural en la infancia”, encontró como creencias conductuales positivas más significativas que, para los niños, visitar un museo es divertido, les gusta porque pueden aprender cosas nuevas, y por otra parte las creencias conductuales negativas sobre visitar un museo fueron que era aburrido, que preferían hacer otra cosa que ir a un museo, y que no les gustaba porque tenían que estar callados.

Según Ajzen (2020) en conjunto, se teoriza que las creencias conductuales producen una actitud positiva o negativa hacia la conducta. Específicamente, la valencia positiva o negativa de cada resultado o experiencia anticipada contribuye a la actitud general en proporción directa a la probabilidad subjetiva de que la conducta produzca el resultado o experiencia en cuestión.

Norma subjetiva. El segundo determinante de la intención es la norma subjetiva (NS), que ilustra el sentido de presión social de una persona, es decir, si un determinado comportamiento será visto como aceptable/inaceptable o favorable/desfavorable por los demás. Estas son las creencias sobre cuán solidarios o críticos son otros, como familiares y amigos, con respecto al comportamiento de una persona (Ajzen, 1991 en Siddiqui et al., 2023).

De acuerdo con Fishbein & Ajzen (2010) se pueden distinguir entre dos tipos de creencia normativa: mandatoria y descriptiva. Una creencia normativa mandatoria es la expectativa o probabilidad subjetiva de que un determinado individuo o grupo de referencia (por ejemplo, amigos, familiares, cónyuge, compañeros de trabajo, su médico o supervisor) apruebe o desaprobe la realización del comportamiento bajo consideración. Las creencias normativas descriptivas, por otro lado, son creencias sobre si otras personas importantes o grupos de referencia realizan la conducta por sí mismos. Ambos tipos de creencias contribuyen a la presión social general percibida para participar en el comportamiento o norma subjetiva (Ajzen, 2020).

Continuando con ejemplo del estudio de af Ursin (2016) sobre la intención de los niños de visitar un museo, respecto a normas subjetivas encontró que los referentes normativos de los niños son sus padres, sus maestros y compañeros de escuela, y que consideran que sus maestros

y sus madres creen que es bueno que visiten un museo, y que sus padres están interesados en los museos.

Control conductual percibido. El tercer determinante de la intención es el control conductual percibido y puede describirse como el grado en que el individuo se percibe a sí mismo como capaz de realizar el comportamiento (Ajzen y Madden 1986 en Sommer & Haug, 2011), y así como se supone que las actitudes se basan en creencias conductuales accesibles y las normas subjetivas en creencias normativas accesibles, el control conductual percibido se basa en creencias de control accesibles. Ajzen (1991) argumenta que estas creencias se refieren a la presencia de factores que pueden facilitar o impedir la realización de la conducta. Los factores de control pueden ser habilidades y capacidades requeridas; disponibilidad o falta de tiempo, dinero y otros recursos; cooperación de otras personas; etcétera.

Una creencia de control se define como la probabilidad subjetiva de una persona de que un determinado factor facilitador o inhibidor esté presente en la situación de interés. Como ejemplo, en un estudio realizado por Yamada y Fu (2012) para identificar las creencias subyacentes a la visita al Museo del Estado de Indiana basado en el TCP, en las creencias de control encontraron como principal factor facilitador la ubicación del museo, seguido de la distancia desde su lugar de residencia, por otro lado, como principales impedimentos para visitar el museo fue también la distancia desde el lugar donde viven y el tiempo que se requiere para experimentar el museo.

Aplicando el poder percibido sobre estas creencias de control se podrían derivar las siguientes afirmaciones: “para mí es fácil visitar el museo por la ubicación que tiene”, “es fácil visitar el museo porque me queda cerca”, o bien, “es difícil para mí visitar el museo porque queda lejos de mi casa” y “no tengo tiempo disponible para visitar el museo”. En este sentido, cada creencia de control contribuye al control conductual percibido en interacción con el poder percibido del factor para facilitar o impedir la realización de la conducta (Ajzen, 2020).

Comportamiento Pasado

Ampliar la TCP mediante la incorporación de componentes adicionales que son cruciales en un entorno específico del estudio parece ser un procedimiento requerido para mejorar la estimación de la intención (Han et al., 2017 en Siddiqui, 2023). Si bien el comportamiento pasado no se incluye como parte del modelo original, Ajzen (2011) señala que incluir el comportamiento pasado en los análisis puede aumentar la capacidad predictiva del modelo, aunque, esto puede deberse a que el comportamiento previo resume la influencia de múltiples factores ya contenidos en las variables teóricas. Así, su inclusión podría enmascarar la verdadera contribución de las actitudes, normas y control percibido, haciendo que parezca que el pasado tiene un efecto autónomo cuando en realidad refleja los mismos procesos cognitivos y contextuales.

Sin embargo, diversos estudios empíricos han mostrado que el comportamiento pasado ejerce una influencia significativa sobre la intención y el comportamiento futuro (Cunningham & Kwon, 2003). Para Sommer y Haug (2011) el Comportamiento Pasado en general podría entenderse como acciones o reacciones de una persona en respuesta a factores externos o estímulos internos en el pasado. Pomery (en Sommer, 2011) argumenta que el comportamiento pasado influye en los modos de procesamiento de la información, por ejemplo se adquiere experiencia al haber realizado el comportamiento, y si estos comportamientos se realizan con frecuencia puede favorecer a formar hábitos. Dicho de otro modo, el comportamiento pasado no solo representa la repetición de una acción, sino también la internalización de patrones conductuales que operan de forma no deliberada (Ouellette y Wood, 1998).

Incorporar el comportamiento pasado como una variable en este trabajo, es importante ya que hay estudios, como los de Heredia-Carroza et al. (2020), Reyes-Martínez y Andrade-Guzmán (2023) y Escobedo (2022) que encuentran que la exposición previa a los eventos culturales o prácticas artísticas, es un factor determinante en la participación cultural,

ya que también está ligado al incremento del capital cultural de las personas, factor que también dictan como determinante de la participación.

Participación cultural y TCP: contexto de estudio

A la luz de la revisión de la literatura, se destacan tres categorías de análisis y producción científica: a) Participación cultural en el ámbito de las artes escénicas, b) la participación cultural desde la mirada del consumo cultural y c) Estudios recientes de aplicación de la TCP. Los hallazgos de las investigaciones encontradas, se abordarán por contexto de estudio internacional, en Latinoamérica y nacional.

En cuanto a la participación cultural en el ámbito específico de las artes escénicas, en España, Heredia-Carroza, Palma Martos y Marín (2020) realizaron un estudio para determinar qué variables tienen efecto en la frecuencia de asistencia a los espectáculos en vivo de flamenco, utilizando metodología mixta, en una primera parte entrevistaron a expertos de la industria del flamenco para estipular las variables que posteriormente valoraron los consumidores de flamenco a través de encuestas. Entre los principales resultados, se mostró que la edad es un factor determinante y que a mayor nivel educativo menor es la frecuencia de asistencia, así como los que adquieren y escuchan discos de flamenco aumentan su frecuencia de asistencia en comparación con los que escuchan a través de radio y televisión. El estudio aportó un modelo econométrico probado para determinar variables que influyen en la frecuencia de asistencia con géneros populares tradicionales.

Por otra parte, en Colombia, Espinal Monsalve, Ramos Ramírez, y Balbín Espinal (2020) realizaron un análisis microeconómico aplicando modelos de selección muestral para identificar los determinantes de la asistencia y la frecuencia de asistencia a artes escénicas específicamente en Teatro, Danza y Ópera en Colombia, utilizando los datos de la encuesta de Consumo Cultural 2014 aplicada a nivel nacional, mientras que Gómez Hernández, Ramos Ramírez y Espinal

Monsalve (2020) realizaron también un trabajo para analizar los determinantes de la asistencia a espectáculos de teatro, danza y música, utilizando los datos de la Encuesta de Consumo de la ciudad de Medellín, Colombia del 2014, los resultados de ambos estudios mostraron que el nivel de educación, el capital cultural (experiencia en prácticas de artes escénicas y asistencia a actividades lúdicas) y las restricciones de tiempo son los determinantes más importantes de la asistencia a eventos de artes escénicas, y aunque se encontró que el ingreso tiene un efecto positivo sobre la asistencia, tiene menor influencia que el nivel educativo, posiblemente como consecuencia de la oferta cultural gratuita en la ciudad y en el país, que hace posible asistir a estos eventos sin afectar sensiblemente el presupuesto familiar.

En Chile, los estudios de participación cultural se hacen notar en el contexto particular de instituciones educativas, como el de Verelst y Ortiz Rojas (2023) en el que buscaban determinar los factores asociados a la participación e intereses de estudiantes, profesores(as) y funcionarios(as) de una universidad estatal en Chile, enfocado en el cine, la música, las artes escénicas y circenses, concluyendo que la edad y la ubicación geográfica de las personas se asocian a su grado de participación, mientras que el género influye área de interés y el estamento (profesor(a), estudiante o funcionario(a)) influye en la frecuencia de asistencia, siendo los docentes entre 30 y 44 años los que más asisten. Las personas suelen ir a las actividades con amistades, y quienes no asisten, lo hacen principalmente por tiempo o incompatibilidad de horarios.

Maribel Escobedo (2022) realizó un estudio mixto para identificar los factores que afectan la asistencia a obras de teatro, en recintos cuya vocación principal es el espectáculo teatral en Monterrey, Nuevo León, México. Los principales factores encontrados fueron en primer lugar el interés, la mayoría de las personas encuestadas tuvo preferencia por un tipo de entretenimiento sencillo y poco abrumador, en segundo lugar la poca exposición de las personas a los recintos teatrales a través de la escuela, familia o programas gubernamentales, seguido del

socioeconómico, donde el 94% de las personas pertenecientes al nivel alto asisten al teatro, mientras que del nivel bajo solamente lo hizo el 42%. Por último, la poca inversión de patrocinadores, empresarios, grupos de artistas y gobierno en las obras de teatro.

En el análisis de la participación cultural desde la mirada del consumo cultural a nivel internacional, en su trabajo titulado “¿Las horas de trabajo afectan la participación artística y cultural? Evidencia de Corea que considera el género cultural y el nivel de habilidades”, Baik y Heo (2023) exploran cómo las horas de trabajo influyen en el consumo cultural en Seúl, Corea. Un primer hallazgo del estudio fue que el consumo cultural disminuye cuando aumentan las horas de trabajo, sin embargo, al dividir los géneros culturales en bellas artes y cultura popular, la participación en las bellas artes aumenta con el trabajo de horas extras. En segundo lugar, el consumo cultural considerando las restricciones horarias es más pronunciado en los grupos poco calificados, cuyo consumo cultural disminuye cuando aumentan las horas de trabajo, pero aumenta con las horas extra en los grupos altamente calificados. Incluso bajo presiones de tiempo, los trabajadores altamente calificados participan más en ambos géneros culturales.

En este mismo sentido de análisis del consumo dividido en géneros culturales, Suarez-Fernandez, Prieto-Rodriguez y Perez-Villadoniga (2020) realizaron un trabajo en España titulado “El papel cambiante de la educación a medida que pasamos de la cultura popular a la intelectual” con el fin de analizar el papel de la educación en la participación en tres actividades culturales: la asistencia al cine, las actuaciones en directo y las visitas a sitios de interés cultural. Se encontró que el efecto de la educación varía entre actividades, siendo su efecto marginal más relevante para las actividades intelectuales que para las de cultura popular. Por el contrario, dado un cierto nivel de educación, un aumento de los ingresos atraerá más personas al cine que al teatro o a los museos. Por lo tanto, aunque el ingreso puede estar relacionado con los gustos y preferencias del individuo (lo que afecta la participación cultural), el ingreso por sí solo no parece aumentar la capacidad de los individuos para decodificar el

contenido simbólico de la cultura intelectual. En resumen, la educación parece ser más crucial para determinar la participación cultural que los ingresos.

Por otra parte, en China, Wang, Fu y Hu en el 2020 desarrollaron su estudio "El patrón de comportamiento de la participación cultural pública china en los museos" con el objetivo de saber cómo se modifica el patrón de comportamiento de la participación cultural, utilizando en este estudio la participación cultural del público chino en el museo como un caso para ampliar la participación cultural en las prácticas de investigación en China, encontrando que bajo la política cultural abierta y gratuita en China, la educación es el factor más importante que afecta la participación cultural en los museos, y la ocupación, los ingresos, la distancia, la disciplina, el sexo y la edad también afectan diferentes dimensiones de la participación cultural.

Mientras tanto en Cuba, Álvarez Cruz y Jiménez Guethón (2023) realizaron un estudio para exponer diferentes aspectos sobre el consumo cultural en Cuba, desde el punto de vista de las desigualdades existentes en la participación cultural. En su trabajo presentan la sistematización de 34 investigaciones sobre participación y consumo cultural, realizadas en el decenio 2008-2018. Como principal resultado se halló la existencia de grupos sociales que se encuentran en desventaja en torno a la participación cultural; entre ellos: mujeres, adolescentes y jóvenes, personas con capitales sociales y culturales deprimidos, y residentes en localidades periféricas.

En un estudio de población más específico en Cuba, Benítez Guzmán, Soler Nariño y Frómata Quintana (2023) con un enfoque mixto, buscaron caracterizar las prácticas de consumo y participación cultural de los estudiantes de la Universidad de Oriente en Santiago de Cuba, De manera general, el diagnóstico revela una disminución de la participación y el protagonismo de los jóvenes, caracterizados por una gran heterogeneidad, determinada por los contextos de sus orígenes, las generaciones y estratificación, lo que demuestra brechas de desigualdad en crecimiento. Los resultados evidencian un insuficiente conocimiento y una inadecuada

correspondencia entre las prácticas culturales institucionales y el conocimiento de las culturas juveniles en la Universidad de Oriente.

Otro trabajo de caracterización del consumo cultural se realizó en Argentina por Leonardi, Elías, Tarayre y Tortul (2019) con el objetivo de caracterizar los hábitos de consumo cultural de residentes de la ciudad de Bahía Blanca, Argentina, con metodología cuantitativa basada en estadística descriptiva. Los resultados ponen de manifiesto que, si bien la mayor cantidad demandada de bienes culturales se asocia al consumo de espectáculos y eventos en vivo, en primer lugar, y de audiovisuales, en segundo lugar, el consumo de talleres artísticos y culturales, exposiciones y bienes patrimoniales es similar. La principal demanda de bienes culturales proviene de los adultos jóvenes de la muestra: entre 26 y 40 años, seguida de los adultos de entre 41 y 60 años. Sin embargo, todos los encuestados mayores de 25 años muestran un consumo per cápita similar, rondando los siete bienes culturales en el año de referencia y se concentra fuertemente en quienes residen en el centro de la ciudad (la ubicación es una barrera) y la principal limitación al consumo fue la falta de interés.

En cuanto a México, Fernández Márquez, Ávila-Sánchez y Picazzo Palencia (2023) en su trabajo “¿Es la participación cultural en México un mecanismo que incide en el desarrollo humano?”, buscaron estudiar el nivel de participación cultural de la población mexicana en dos periodos de tiempo el año 2012 y 2018, para poder tener un acercamiento a las múltiples formas en que la cultura está relacionada en el desarrollo humano. Los resultados demostraron que la tasa de participación cultural guarda una alta relación con los componentes del Índice de Desarrollo Humano pero solo en tres estados de los 32 que comprende la República Mexicana, Yucatán, Quintana Roo y Ciudad de México, y en esta correlación influye la salud, educación e ingresos, también se pudo percibir que el desarrollo cultural en México tiene por eje dominante el paradigma mercantilista demostrando nuevas líneas de consumo cultural como los festivales, espectáculos y zonas arqueológicas posicionadas en destinos turísticos.

Oscar A. Martínez-Martínez, Javier Reyes-Martínez y Margaret Lombe (2021) examinaron las percepciones de los factores que influyen en la participación cultural en México, específicamente en términos de asistencia cultural. Utilizando datos cualitativos de 247 entrevistas semi estructuradas en cuatro estados: Ciudad de México, Oaxaca, Tamaulipas y el Estado de México. Los factores identificados que inhiben o promueven la participación cultural, se organizaron en tres categorías sin un orden jerárquico, empezando por los factores individuales: la edad, estado de discapacidad, recursos económicos, conocimiento, transporte privado, religión, gusto, tecnología, tiempo y actividades de trabajo. Seguido de los factores sociales: compañerismo y familia. Y por último los factores contextuales: accesibilidad, oferta cultural, distancia, economía doméstica, ambiente, precio, promoción, seguridad pública, transporte público y actividades escolares. Los autores hacen hincapié en que los factores contextuales son los menos estudiados en México y que podrían ser clave para influir en la participación cultural.

En la categoría de revisión de literatura, sobre estudios recientes de la aplicación de la Teoría del Comportamiento Planeado, no se encontraron aplicaciones recientes a la participación cultural, sin embargo la teoría ha sido aplicada actualmente en múltiples investigaciones para predecir y explicar la intención de adopción de prácticas sustentables, uso de tecnologías y ampliamente en la intención de visita, re-visita o motivaciones en la selección de destinos del sector turístico.

Siddiqui, Sujood y Hamid (2023) realizaron un estudio para examinar las intenciones de los turistas de visitar el Santuario Nizamuddin (Delhi) como un destino turístico transformador, utilizando el modelo del TCP ampliado, incorporando la variable de la motivación. Como resultado obtuvieron que la actitud y la motivación son los factores que más influyen en la intención de visitar el santuario, mientras que las normas subjetivas y el control percibido si influyen pero en una menor proporción.

En Corea, una investigación de corte mixto realizada por Moon, S.-J. (2021) buscó identificar las creencias importantes de los consumidores sobre el patrocinio de restaurantes ecológicos basándose en una extensión de la Teoría del Comportamiento Planeado con dos predictores adicionales, comportamiento pasado y frecuencia de comidas, y dos moderadores, género y edad. El control conductual percibido surgió como el determinante más significativo, seguido de la actitud y la norma subjetiva en el contexto de los restaurantes ecológicos coreanos. Los hallazgos respaldan la inclusión del comportamiento pasado como un predictor adicional y confirman los efectos moderadores del género y la edad. Este estudio proporciona implicaciones útiles para estrategias de marketing efectivas para restaurantes ecológicos.

Por otro lado, Jung, Tom Dieck, Lee, y Chung (2020) realizaron una investigación con el objetivo de examinar las relaciones causales entre las creencias de los visitantes sobre la Realidad Aumentada (RA), sus actitudes y el impacto de las actitudes hacia la RA portátil, los recursos de tiempo y las normas subjetivas en la intención de visitar una galería de arte, así como utilizar RA portátil y la intención de volver a visitar la galería de arte física. Los resultados mostraron que los recursos de tiempo afectaron la intención de visitar una galería de arte, mientras que la actitud hacia la RA portátil tuvo un impacto en la intención de usarla. Se descubrió que las normas subjetivas predicen las intenciones, y se descubrió que la intención de utilizar RA portátil influye en la intención de visitar una galería de arte.

Mientras que en Italia, Massimiliano Vesci (2019) realizó un estudio que analiza las principales dimensiones de calidad de los festivales culinarios locales y pequeños, examinando sus efectos sobre la actitud de los visitantes e integrando la teoría del comportamiento planeado para la intención de revisita. Los resultados del estudio confirman que la actitud de los visitantes hacia volver a visitar festivales culinarios locales y pequeños se ve afectada por las características físicas y contextuales del entorno del festival local, es decir, la calidad de los alimentos y bebidas, las interacciones del servicio (las características relacionales del personal) y las comunicaciones de servicio (adecuación de la información). En particular, se determinó que la comida era el

factor más influyente a la hora de predecir la actitud hacia la intención conductual. Una buena interacción con el servicio y un comportamiento adecuado del personal ocupan una posición destacada a la hora de determinar la actitud de los turistas hacia la repetición de festivales. Entre los elementos que afectan la intención conductual, la actitud tiene el impacto más significativo, mientras que las normas subjetivas tienen un efecto más débil.

En México, Ramírez-Castillo, Müller-Pérez, Acevedo-Duque, Müller-Pérez, González-Díaz, Suarez Campos y Ovalles-Toledo (2021) en su trabajo “Intención sostenible del cinéfilo de asistir a salas de cine a partir de la teoría del comportamiento planificado” cuyo objetivo era determinar qué factores de la teoría del comportamiento planificado influyen más en la intención de ver películas mexicanas y, al mismo tiempo, medir el impacto del *eWOM* y el nivel de implicación de la audiencia en la intención. Encontraron que las variables actitud, el control de compra percibido y la implicación, fueron las que explicaron la intención de ver películas mexicanas, siendo la variable actitud la que más contribuyó a la intención.

También en México, Jessica Muller, Juan Amezcua y Sheyla Muller, en el 2020 un trabajo de investigación con el fin de identificar qué variables del modelo de la Teoría del Comportamiento Planeado realmente afectan la intención de compra de productos verdes en los jóvenes, incluyendo la variable de obligación moral, obteniendo como resultado que solo la actitud y la obligación moral tienen un efecto positivo y significativo hacia la intención de compra de productos verdes.

Se revisaron 13 estudios sobre el tema de la participación cultural, de los cuales 4 corresponden al contexto internacional, 6 al contexto latinoamericano y 3 a México. Derivado de este análisis, se encontró que los autores buscan determinar y explicar cuáles son los factores que provocan o que inhiben la participación en actividades culturales, principalmente con el fin de abonar información disponible para la adecuación, mejora o elaboración de las políticas

públicas. Como factores que influyen en la participación cultural se encontraron los siguientes: nivel educativo, interés, gustos, familia, compañeros, religión, amistades, ingreso, tiempo, distancia, ubicación, seguridad pública, clima, transporte, precio, exposición previa, capital cultural, nivel educativo y edad. Estos factores encontrados, se pueden relacionar con las variables de la TCP como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1

Cuadro de relación de factores que influyen en la participación cultural con las variables de la TCP.

Autores	Factores	Variable
(Escobedo, 2022), (Leonardi et al., 2019), (Reyes-Martínez & Andrade-Guzmán, 2023)	Interés	Actitud
(Martínez-Martínez et al., 2021)	Gustos	
(Martínez-Martínez et al., 2021)	Familia Compañeros Religión	NS
(Verelst & Ortiz Rojas, 2023)	Amistades	
(Espinal Monsalve et al., 2020), (Escobedo, 2022), (Wang et al., 2020), (Martínez-Martínez et al., 2021)	Ingreso	
(Martínez-Martínez et al., 2021), (Baik & Heo, 2023), (Gómez Hernandez e al., 2020), (Verelst & Ortiz Rojas, 2023), (Reyes-Martínez & Andrade-Guzmán, 2023)	Tiempo	
(Verelst & Ortiz Rojas, 2023), (Leonardi et al., 2019), (Martínez-Martínez et al., 2021), (Reyes-Martínez & Andrade-Guzmán, 2023)	Distancia Ubicación	CP
(Martínez-Martínez et al., 2021)	Seguridad Clima Transporte	
(Martínez-Martínez et al., 2021), (Reyes-Martínez & Andrade-Guzmán, 2023)	Precio	
(Heredia-Carroza et al., 2020), (Reyes-Martínez & Andrade-Guzmán, 2023), (Escobedo, 2022), (Espinal Monsalve et al., 2020)	Exposición previa Capital Cultural	Comportamiento pasado
(Heredia-Carroza et al., 2020), (Baik & Heo, 2023), (Suarez-Fernandez et al., 2020), (Gómez Hernandez e al., 2020), (Wang et al., 2020)	Nivel educativo	
(Wang et al., 2020), (Leonardi et al., 2019), (Reyes-Martínez & Andrade-Guzmán, 2023), (Verelst & Ortiz Rojas, 2023), (Heredia-Carroza et al., 2020).	Edad	Moderadoras

Fuente: Elaboración propia a partir de la literatura revisada.

Por otro lado, se revisaron 6 artículos sobre la aplicación actual de la Teoría del Comportamiento Planeado, 4 fueron en el contexto internacional, y dos en México. Cinco de los artículos utilizaron un modelo ampliado de la TCP, donde agregaron variables como influyentes y predictores de la intención y en uno de estos artículos, además utilizaron variables moderadoras para explicar el comportamiento. Aunque no se hallaron estudios recientes que apliquen directamente la TCP al análisis de la participación cultural, investigaciones en campos afines —como el turismo, el consumo cultural, el uso de tecnologías y la sostenibilidad— han demostrado la utilidad de este modelo para predecir intenciones de conducta vinculadas al disfrute cultural. Los temas de investigación así como las variables incorporadas se muestran en la tabla 2.

Tabla 2

Contexto de aplicación de la TCP.

Autores	Teoría	Tema	Variables adicionales	Moderadores
(Siddiqui et al., 2023)	TCP ampliada	Selección de destino turístico	Motivación	
(Moon, S.-J., 2021)	TCP ampliada	Visita de restaurantes ecológicos	Comportamiento pasado Frecuencia de comidas fuera	Género y edad
(Jung et al., 2020)	TCP	Realidad Aumentada en galerías	Calidad	
(Massimiliano Vesci, 2019)	TCP ampliada	Revisita de Festivales Culinarios		
(Ramírez-Castillo et al., 2021)	TCP ampliada	Selección de película mexicana en el cine	e-Wom y implicación	
(Müller Pérez et al., 2021)	TCP ampliada	Intención de compra de productos verdes	Obligación moral	

Fuente: Elaboración propia a partir de la literatura revisada.

Una vez establecidos los fundamentos teóricos que sustentan el análisis de la relación entre la participación cultural y la TCP, se pudo delimitar el contexto de estudio desde una visión integradora que combina aspectos sociales, cognitivos y emocionales. Con ello, se construye una base teórica para analizar los determinantes de la participación cultural en el contexto específico de esta investigación y para sustentar el desarrollo del marco metodológico presentado en el siguiente capítulo.

Capítulo III. Método

Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo, el cual, según Sampieri et al. (2014), se caracteriza por la recolección y el análisis de datos numéricos con el propósito de probar hipótesis, establecer patrones de comportamiento y validar teorías mediante el uso de herramientas estadísticas. El alcance del estudio es correlacional, ya que busca identificar la relación o el grado de asociación existente entre dos o más variables dentro de una muestra específica. El diseño de la investigación es no experimental, entendido como aquel en el que no se manipulan variables independientes para observar su efecto sobre otras variables (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Además, se trata de un diseño transversal, dado que la información se recolectó en un solo momento, utilizando la encuesta como técnica principal de recopilación de datos.

El desarrollo metodológico del estudio se llevó a cabo en dos fases. En la primera, se diseñó un instrumento para medir la influencia de la actitud, las normas subjetivas, el control percibido y el comportamiento pasado sobre la intención de asistir a eventos artísticos. Este instrumento fue sometido a un proceso de validación y pruebas de confiabilidad con una muestra piloto. En la segunda fase, se aplicó el instrumento validado a la muestra final para obtener los datos definitivos del estudio.

Fase 1. Construcción y Validación del instrumento

Población y muestra (Participantes)

Para la primera fase, la muestra de estudio piloto fueron adultos de más de 18 años. El tamaño de la muestra fue de 340 personas. Se utilizó un muestreo no probabilístico de sujetos voluntarios, ya que esta técnica permite seleccionar aquellos casos que acepten ser incluidos, siendo único criterio de selección ser mayor de 18 años.

Contexto para la aplicación

Para la aplicación del instrumento se utilizó la herramienta digital de *Google forms* para elaborar la encuesta en línea, la cual una vez elaborada fue socializada a través de redes sociales en grupos con temáticas afines al arte y la cultura abiertos a nivel estatal y nacional. Esta liga de invitación para contestar la encuesta estuvo activa durante dos semanas en el mes de agosto del 2024.

Instrumento

Se construyó un cuestionario a partir del instructivo de Icek Ajzen (2006) para construir un cuestionario de teoría del comportamiento planeado y con base en el instrumento de George B. Cunningham & Hyungil Kwon (2003) para medir actitud, normas subjetivas, control conductual percibido e intención, del cual se adaptaron algunos ítems al contexto de este estudio, quedando los ítems como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3

Construcción del cuestionario.

Variables	Indicador	Ítem	Contenido del ítem
Intención	Intención de asistencia	1	Me interesaría asistir a un evento de danza, música o teatro.
		2	Planeo asistir a un evento de danza, música o teatro en los próximos meses.
		3	Intentaré asistir a un evento de danza, música o teatro.
		4	Asistiré a un evento de danza, música o teatro próximamente.
Actitud	Valoración de Actitudes	5	Para mí, asistir a un evento de danza, música o teatro es...Desagradable- agradable
		6	Para mí, asistir a un evento de danza, música o teatro es...Aburrido - entretenido

	7	Para mí, asistir a un evento de danza, música o teatro es...perjudicial - Beneficioso
	8	Para mí, asistir a un evento de danza, música o teatro es...Tedioso - Emocionante
	9	Para mí, asistir a un evento de danza, música o teatro es...Estresante - Relajante
	10	Para mí, asistir a un evento de danza, música o teatro es...Indiferente - Interesante
	11	Para mí, asistir a un evento de danza, música o teatro es...Desmotivante - Motivante
	12	Es probable que mis familiares asistan a un evento de danza, música o teatro.
Familia	13	Es importante para mi familia que yo asista a un evento de danza, música o teatro.
	14	Me gustaría asistir a un evento de danza, música o teatro si mis amigos van.
Amigos	15	Es probable que mis amigos asistan a un evento de danza, música o teatro
Normas subjetivas	16	Las personas cuyas opiniones valoro, les gustaría que asistiera a un evento de danza, música o teatro.
Personas importantes	17	Las personas que son importantes para mí creen que debería de asistir a un evento de danza, música o teatro.
Compañeros	18	Es importante para mis compañeros de trabajo/escuela que yo asista a un evento de danza, música o teatro.
Personas admiro	19	Personas a las que admiro asisten a eventos de danza, música o teatro.

	Tiempo	20	Es fácil para mí tener tiempo para ir a un evento de danza, música o teatro.
	Dinero	21	Tengo dinero suficiente para ir a un evento de danza, música o teatro.
Control Percibido	Distancia	22	Asisto a un evento de danza, música o teatro aunque me quede lejos de mi casa o trabajo.
	Movilidad	23	Puedo trasladarme fácilmente a un evento de danza, música o teatro.
	Información	24	Encuentro fácilmente información sobre eventos de danza, música o teatro a los que pudiera asistir.
Comportamiento pasado	Frecuencia	25	Considerando los últimos 6 meses, ¿a cuántos eventos de danza, música o teatro ha asistido?

Fuente: elaboración propia

Procedimiento

Una vez construido el cuestionario, fue sometido a validación por juicio de expertos, acorde a Hernández-Nieto (2002) que recomienda la participación de entre tres y cinco expertos, se solicitó a 4 jueces con experiencia en construcción de instrumentos así como en el área artístico cultural que se evaluará el contenido del cuestionario según la suficiencia de ítems por variable, y la claridad, coherencia y relevancia de cada ítem, que son los criterios de evaluación descritos por Galicia, Balderrama y Edel (2017). Posteriormente, se elaboró el cuestionario de manera digital para la aplicación del pilotaje. Al entrar a la liga y antes de comenzar con la encuesta, se dedicó el espacio a informar a los participantes para qué se realiza la encuesta e informar que los datos recopilados se utilizarán solamente para la medición del estudio.

Fase 2. Medición de la influencia de la actitud, normas subjetivas, el control percibido y el comportamiento pasado en la intención de asistencia a eventos.

Población y muestra (Participantes)

Para la fase 2, el tamaño de la muestra fue de 385 personas, para la cual se utilizó la fórmula de la población infinita considerando una certeza del 95%, error del 5%, probabilidad a favor del 50% y probabilidad en contra del 50%, siendo criterios de selección ser mayores de 18 años y que sean residentes en la ciudad de Ensenada. Se recopilaron 417 respuestas de participantes de más de 18 años de la ciudad de Ensenada, Baja California.

Contexto para la aplicación

Para la aplicación del instrumento se utilizó la herramienta digital de *Google forms* para elaborar la encuesta de manera en línea que fue compartida a través de redes sociales. También se compartieron códigos QR a las personas en diferentes espacios culturales, y se colocaron algunos anuncios con el código QR a la vista para quien quisiera escanearlo de manera espontánea y participar en la encuesta. Por último, se imprimieron encuestas físicas para las personas que no tuvieran acceso a internet móvil o que no estuvieran familiarizadas con las aplicaciones digitales.

Instrumento

Se utilizó el instrumento previamente validado para medir comportamiento pasado, actitud, normas subjetivas, control percibido e intención de asistencia a eventos de artes escénicas con un total de 27 ítems, además de 8 ítems relacionados con información general y sociodemográfica. Para la variable de Actitud hacia la asistencia, se utilizaron 7 escalas diferenciales semánticas, que se midieron con un intervalo del 1 al 5, Para la variable Intención

de asistencia se utilizaron 4 ítems, para las Normas Subjetivas se utilizaron 8 ítems, y para control Percibido se utilizaron 5 ítems, y las tres variables se midieron en una escala tipo likert de 5 puntos que va desde 1 “Totalmente en desacuerdo” a 5 “Totalmente de acuerdo”. Por último, la variable de Comportamiento Pasado se conformó con 3 ítems que mide la cantidad de eventos de Música, Danza y Teatro a los que han asistido en los últimos 6 meses y se midió con una escala a 5 puntos donde 1 es “0 veces”, 2 es “de 1 a 3 eventos”, 3 es “de 4 a 6 eventos”, 4 es de “de 7 a 9 eventos” y 5 es “10 o más eventos”.

Procedimiento

La encuesta en su modo digital se compartió a través de redes sociales invitando a las personas que vivieran en Ensenada a participar en la encuesta y compartirla con quienes quisieran participar, siendo auto administrada por cada participante. Para la encuesta en modo físico, se preguntaba a las personas si apoyaban contestando la encuesta, se les informaba que era intención de asistencia a eventos, que los datos son anónimos y que se utilizarían solo para el estudio. En esta modalidad de aplicación física, se utilizaron tablas portapapeles y plumas que se entregaban a la persona una vez que aceptaba participar, para que fuera llenada por ellos mismos, estando cerca en todo momento para poder responder dudas y observar el desenvolvimiento de los participantes. A cada participante le tomaba aproximadamente entre 5 a 7 minutos contestar la encuesta, en un espacios físicos donde el tiempo aproximado de permanencia era de media hora, por lo que en este proceso se solicitó el apoyo a una persona con perfil adecuado para el acercamiento con las personas y con experiencia en aplicación de encuestas, para cubrir a más participantes en el tiempo disponible. A las personas que se les invitó a participar y que no quisieron o no pudieron participar en ese momento, se les entregaba un QR impreso invitándolos a que participen en otro momento a través de la encuesta digital.

El presente capítulo describió el enfoque metodológico que sustenta esta investigación, de carácter cuantitativo, correlacional, no experimental y transversal, orientado a identificar la relación entre la actitud, las normas subjetivas, el control percibido y el comportamiento pasado con la intención de asistir a eventos artísticos. Se detallaron las fases de desarrollo del estudio, desde la construcción y validación del instrumento hasta su aplicación definitiva en la muestra seleccionada de habitantes de Ensenada.

El diseño metodológico permitió garantizar la validez y confiabilidad de los datos obtenidos, así como la pertinencia de las variables medidas en relación con los objetivos planteados. En conjunto, los procedimientos descritos constituyen la base técnica que respalda el análisis estadístico y la interpretación de resultados que se presentan en el siguiente capítulo.

Capítulo IV. Resultados

En este capítulo se presentan los hallazgos obtenidos a partir de la aplicación del instrumento diseñado para evaluar la influencia de la actitud, las normas subjetivas, el control percibido y el comportamiento pasado en la intención de asistencia a eventos de artes escénicas. Los resultados se organizan en dos fases: la primera corresponde al análisis de los datos recolectados en la aplicación piloto del instrumento, con el propósito de validar su estructura y evaluar su confiabilidad; la segunda fase presenta los resultados obtenidos en la muestra final, enfocándose en el análisis descriptivo e inferencial que permite responder a los objetivos del estudio y contrastar las hipótesis planteadas. A lo largo del capítulo se incluyen tablas y figuras que facilitan la comprensión de los principales hallazgos.

Resultados de la Fase 1.

Para la validación de expertos, se utilizó el coeficiente de validación de contenido de Hernández-Nieto (2002), que permite valorar el grado de acuerdo de los expertos respecto a cada uno de los diferentes ítems y al instrumento en general. El autor recomienda mantener únicamente aquellos ítems con un coeficiente de validez de contenido (CVC) superior a 0.80 (Pedrosa et al., 2014). El cuestionario fue evaluado por cuatro expertos, dando como resultado un CVC para el instrumento en general de 0.96, y todos los ítems tuvieron un CVC mayor a 0.80, por lo que, de acuerdo con Hernández-Nieto (2002) se mantuvieron todos los ítems. Una vez revisados los comentarios de los jueces, se realizaron ligeros cambios en la redacción de algunos ítems previo a la encuesta de pilotaje. En la tabla 4 se puede consultar los CVC por ítem y dimensión.

Tabla 4

Coeficiente de validación de contenido por ítem y variable.

Variable	Ítem	CVctc	CVctc
Intención	1	0.98	0.95
	2	0.98	
	3	0.84	
	4	0.98	
Actitud	5	1.00	0.94
	6	1.00	
	7	0.87	
	8	0.95	
	9	1.00	
	10	0.87	
	11	0.89	
Normas subjetivas	12	0.96	0.97
	13	0.95	
	14	1.00	
	15	1.00	
	16	0.96	
	17	0.98	
	18	1.00	
Control Percibido	19	0.93	0.97
	20	0.96	
	21	0.96	
	22	0.98	
Comportamiento pasado	23	0.98	0.98
	24	0.98	
Total instrumento			0.96

Fuente: elaboración propia.

Como resultado de la aplicación de la encuesta piloto, se obtuvieron 347 respuestas pero fueron descartadas 7 respuestas ya que no cumplían con el criterio de la edad quedando en 340 respuestas válidas que cumplían con el criterio. De las respuestas obtenidas, el 65% fueron de mujeres y el 34% de hombres, con una edad entre los 18 y 75 años, con una edad promedio de 32 años.

Se llevó a cabo el análisis factorial a través del método de extracción de componentes principales con rotación varimax, cuya puntuación obtenida en el coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) fue de 0.94, lo que indica que el tamaño de la muestra fue adecuado para llevar a cabo el análisis; mientras que la prueba de esfericidad de Bartlett ($p < .05$), demuestra que las variables están interrelacionadas, por lo que se acepta como válido. El rango de los pesos factoriales fue de 0.504 a 0.890. La Tabla 5 muestra los datos obtenidos.

Posteriormente, se procedió a sacar el la estimación de fiabilidad a través del Alfa de Cronbach utilizando el programa SSPS, cuyos resultados se muestran en la tabla 4.

Tabla 5

Coefficiente KMO y prueba de esfericidad de Bartlett.

KMO and Bartlett's Test			
KMO		0.94	
Medida de adecuación del muestreo.			
Prueba de esfericidad de Bartlett	Approx. Chi-Square	5161.7	
	df	300	
	Sig.	.000	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados en SSPS.

Tabla 6

Nivel de confiabilidad de las variables.

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Intención	0.818	4
Actitud	0.948	7
Norma Subjetiva	0.851	8
Control Percibido	0.818	5

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados en SSPS.

Resultados de la fase 2

Perfil de los sujetos del estudio

Como resultado de la aplicación del cuestionario se obtuvieron respuestas de 417 participantes, de los cuales el 55.6% son de género femenino y un 42.9% de género masculino. En cuanto a la edad de los participantes, la mínima fue de 18 años y la edad máxima de 73 años, teniendo una edad media de 33.79 ($\sigma= 12.624$), siendo el rango de edad más representativo es el de entre 18 y 29 años con un 46.8% de la muestra, seguido del rango de entre los 30 y 40 años con un 26.1%, mientras que los participantes entre los 41 y 51 años conforman un 17%, quedando con un 10.1% los mayores a 52 años.

En lo referente al nivel máximo de estudios, el 49.9% de los participantes cuentan con licenciatura, el 26.4% tienen como nivel máximo el de bachillerato o preparatoria, mientras que un 19.7% cuenta con estudios de posgrado. Con respecto a la ocupación de los participantes, el 71.9% declararon ser empleados o trabajadores, en contraste con el 18.2% que refirió ser estudiante, mientras que el 7.7% se dedica al hogar y el 2.2% se encuentran jubilados o pensionados. Por último, en cuanto al tiempo que tienen viviendo en Ensenada, el 55.2% de los participantes han vivido toda su vida en Ensenada, y de los participantes restantes, el 25.2% ha vivido más de 16 años en Ensenada y un 19.7% llevan viviendo en Ensenada 15 años o menos. Las características demográficas de los participantes se presentan en la tabla 7.

Tabla 7

Características demográficas de los participantes.

Característica demográfica	Frecuencia	Porcentaje
Género		
Femenino	232	55.6

	Masculino	179	42.9
	Otro	3	.7
	Prefiero no decirlo	3	.7
Edad			
	Entre 18 y 29 años	195	46.8
	Entre 30 y 40 años	109	26.1
	Entre 41 y 51 años	71	17.0
	Entre 52 y 62 años	29	7.0
	Entre 63 y 73 años	13	3.1
Nivel máximo de estudios			
	Preescolar/Primaria	2	.5
	Secundaria	15	3.6
	Bachillerato/Preparatoria	110	26.4
	Licenciatura	208	49.9
	Maestría	60	14.4
	Doctorado	22	5.3
Ocupación			
	Empleado/Trabajador	300	71.9
	Estudiante	76	18.2
	Hogar	32	7.7
	Jubilado/Pensionado	9	2.2

Fuente: Elaboración Propia

Estadística descriptiva de las variables.

A continuación se presentan los resultados descriptivos de las variables consideradas en el instrumento.

Actitud. La variable de Actitud se midió a través de siete ítems con escalas diferenciales semánticas, en donde el valor mínimo de respuesta fue 1 y el valor máximo fue 5. En la tabla 8 se puede observar que el ítem con media más baja fue “Para mi, asistir a un evento de danza, música o teatro es...Tedioso-Emocionante”(4.40) que a su vez tuvo la desviación estándar más alta (.938), por otro lado, el ítem con media más alta fue “Para mi, asistir a un evento de danza, música o teatro es...desagradable-agradable” (4.67) y que a su vez tuvo la desviación estándar más baja (.638).

Tabla 8

Estadística descriptiva de la variable actitud

Ítem	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Para mi, asistir a un evento de danza, música teatro es...Tedioso-Emocionante	417	1	5	4.40	.983
Para mi, asistir a un evento de danza, música teatro es...Desmotivante-Motivante	417	1	5	4.49	.938
Para mi, asistir a un evento de danza, música teatro es...Estresante-Relajante	417	1	5	4.50	.902
Para mi, asistir a un evento de danza, música teatro es...aburrido-entretenido	417	1	5	4.51	.902
Para mi, asistir a un evento de danza, música teatro es...Perjudicial-Beneficioso	417	1	5	4.52	.866
Para mi, asistir a un evento de danza, música teatro es...Indiferente-Interesante	417	1	5	4.54	.903
Para mi, asistir a un evento de danza, música teatro es...desagradable-agradable	417	1	5	4.67	.683

Fuente: Elaboración propia.

Normas Subjetivas. La variable se midió por medio de ocho ítems, en donde el valor mínimo de respuesta fue 1 y el valor máximo fue de 5. La tabla 9 nos muestra que el ítem con media más baja fue “Es importante para mis compañeros de trabajo/escuela que yo asista a un evento de danza, música o teatro” (2.96) mientras que el ítem con la media más alta fue “Me gustaría asistir a un evento de danza, música o teatro si mis amigos van” (4.31), siendo este mismo ítem el que mostró la desviación estándar más baja (1.098), por otra parte, el ítem “Para mi familia es importante que yo asista a un evento de danza, música o teatro” fue el que tuvo una desviación estándar más alta (1.435).

Tabla 9

Estadística descriptiva de la variable normas subjetivas.

Ítem	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Es importante para mis compañeros de trabajo/escuela que yo asista a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	2.96	1.428
Las personas que son importantes para mi, creen que debería asistir a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	3.31	1.379
Para mi familia es importante que yo asista a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	3.32	1.435
Las personas cuyas opiniones valoro, creen que debería de asistir a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	3.70	1.251
Es probable que mis amigos asistan a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	3.74	1.145

Es probable que mis familiares asistan a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	3.74	1.231
Personas a las que admiro asisten a eventos de danza, música o teatro.	417	1	5	3.85	1.262
Me gustaría asistir a un evento de danza, música o teatro si mis amigos van.	417	1	5	4.31	1.098

Fuente: Elaboración propia.

Control Percibido. El control Percibido se midió con cinco ítems en donde el valor mínimo de respuesta fue 1 y el valor máximo fue de 5. El ítem “Encuentro fácilmente información sobre eventos de danza, música o teatro” resultó con la media más baja (3.29) pero con la desviación estándar más alta (1.326), mientras que el ítem “Asisto a algún evento de danza, música o teatro aunque tenga costo de entrada” obtuvo la media más alta (4.12) pero con la desviación estándar más baja (1.096) tal como lo muestra la tabla 10.

Tabla 10

Estadística descriptiva de la variable control percibido

Ítem	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Encuentro fácilmente información sobre eventos de danza, música o teatro.	417	1	5	3.29	1.326
Es fácil para mí disponer de tiempo para ir a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	3.56	1.258
Asisto a un evento de danza, música o teatro aunque quede lejos de mi casa o trabajo.	417	1	5	3.93	1.230

Puedo trasladarme fácilmente a un evento de danza, música o teatro.	417	1	5	4.12	1.111
Asisto a algún evento de danza, música o teatro aunque tenga costo de entrada.	417	1	5	4.12	1.096

Fuente: Elaboración propia.

Intención. En la tabla 11 podemos observar que esta variable fue medida a través de cuatro ítems en donde el valor mínimo de respuesta fue 1 y el valor máximo fue de 5. En este apartado los ítems con la media más baja fueron “Planeo asistir a un evento de danza, música o teatro en los próximos meses” (3.82) y “Asistiré a un evento de danza, música o teatro próximamente” (3.82), siendo este último el que tuvo la desviación estándar más alta (1.316), mientras que la media más alta la tuvo el ítem “Me interesaría asistir a un evento de danza, música o teatro en Ensenada” (4.25) con la desviación más baja (1.062).

Tabla 11

Estadística descriptiva de la variable intención.

Ítem	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Asistiré a un evento de danza, música o teatro próximamente.	417	1	5	3.82	1.316
Planeo asistir a un evento de danza, música o teatro en los próximos meses.	417	1	5	3.82	1.300
Intentaré asistir a un evento de danza, música o teatro en los próximos meses.	417	1	5	4.07	1.153
Me interesaría asistir a un evento de danza, música o teatro en Ensenada	417	1	5	4.25	1.062

Fuente: Elaboración propia.

Comportamiento pasado. La variable se midió por medio de tres ítems donde el valor de respuesta mínimo fue de 1 y el valor máximo fue de 5. De acuerdo a los resultados que muestra la tabla 12, la media más alta la obtuvo el ítem “Considerando los últimos 6 meses, ¿a cuántos eventos de teatro ha asistido?” (1.86) que también tuvo la desviación estándar más baja (1.087), la media más baja la tuvo el ítem “Considerando los últimos 6 meses, ¿a cuántos eventos de música ha asistido?” (2.05), mientras que la desviación estándar más alta la tuvo el ítem “Considerando los últimos 6 meses, ¿a cuántos eventos de danza ha asistido?” (1.114).

Tabla 12

Estadística descriptiva de la variable comportamiento pasado.

Ítem	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Considerando los últimos 6 meses, ¿a cuántos eventos de teatro ha asistido?	417	1	5	1.86	1.087
Considerando los últimos 6 meses, ¿a cuántos eventos de danza ha asistido?	417	1	5	1.97	1.114
Considerando los últimos 6 meses, ¿a cuántos eventos de música ha asistido?	417	1	5	2.05	1.090

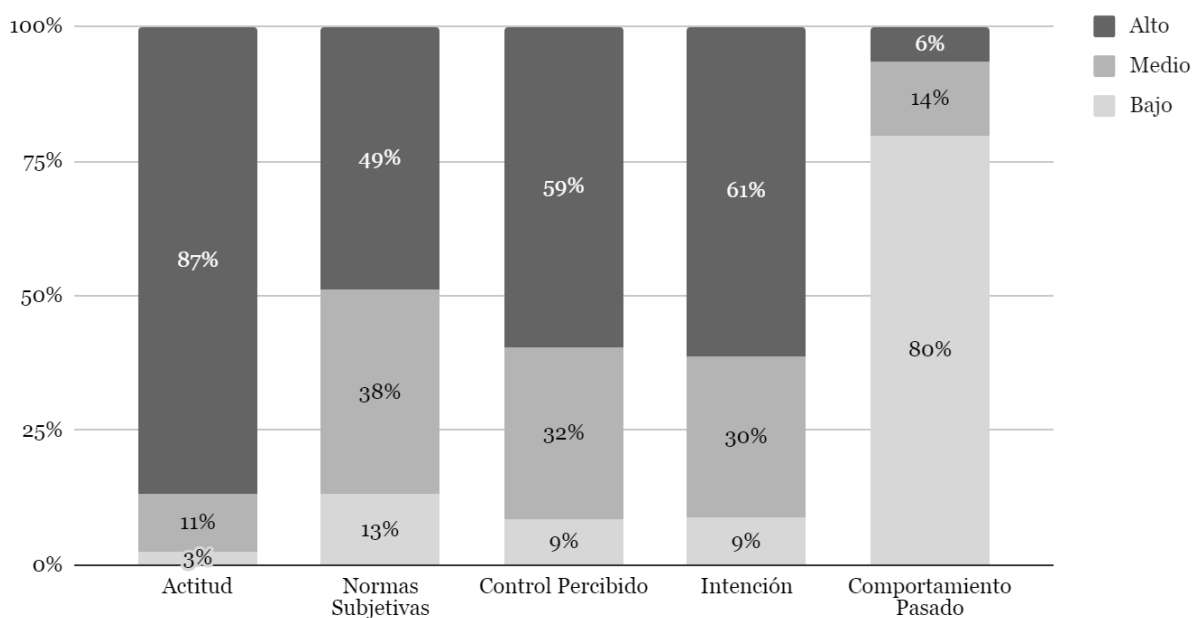
Fuente: Elaboración propia.

Escala de baremo. Se realizó la baremación de los puntajes para determinar el nivel de las variables, usando hojas de cálculo de excel. Las escalas de baremación permiten clasificar los puntajes de una variable en distintos niveles de desempeño o tendencia, facilitando la interpretación de los resultados en estudios cuantitativos (Hernández-Sampieri et al., 2014). En este caso, se establecieron baremos por amplitud de intervalos iguales para cada variable, dividiendo el rango total de posibles puntuaciones en tres categorías: bajo, medio y alto.

Como se puede observar en la figura 4, los resultados muestran una tendencia general positiva en la mayoría de las variables analizadas. En términos generales, los participantes manifestaron altos niveles de actitud, intención, control percibido y normas subjetivas, lo que indica una predisposición favorable hacia la asistencia a eventos de artes escénicas.

Figura 4

Distribución porcentual por nivel de baremación de las variables del estudio.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados.

Las variables actitud e intención presentan los valores más altos dentro del nivel alto, con 87% y 61% respectivamente, lo que refleja que los encuestados consideran positivamente este tipo de actividades y muestran una clara disposición a participar en ellas. De manera similar, las normas subjetivas y el control percibido también muestran una concentración considerable en los niveles altos con 49% y 59% respectivamente, lo que sugiere que los participantes perciben apoyo social y condiciones personales favorables para asistir a eventos artísticos.

Sin embargo, al contrastar estas percepciones con la variable de comportamiento pasado, se observa una diferencia significativa, donde el 80% de los participantes se ubica en el nivel bajo, mientras que solo el 6% alcanza un nivel alto. Esto evidencia una baja frecuencia real de asistencia a eventos de artes escénicas durante el último año.

Análisis de normalidad de los datos

La normalidad de los datos es un concepto fundamental en el ámbito de la investigación científica, ya que influye directamente en la validez y confiabilidad de los análisis estadísticos (Sánchez-Solis et al., 2024). De acuerdo con Cabrera et al. (2017), una distribución normal es un modelo matemático que describe el comportamiento de una variable aleatoria continua que se distribuye de forma simétrica alrededor de su media.

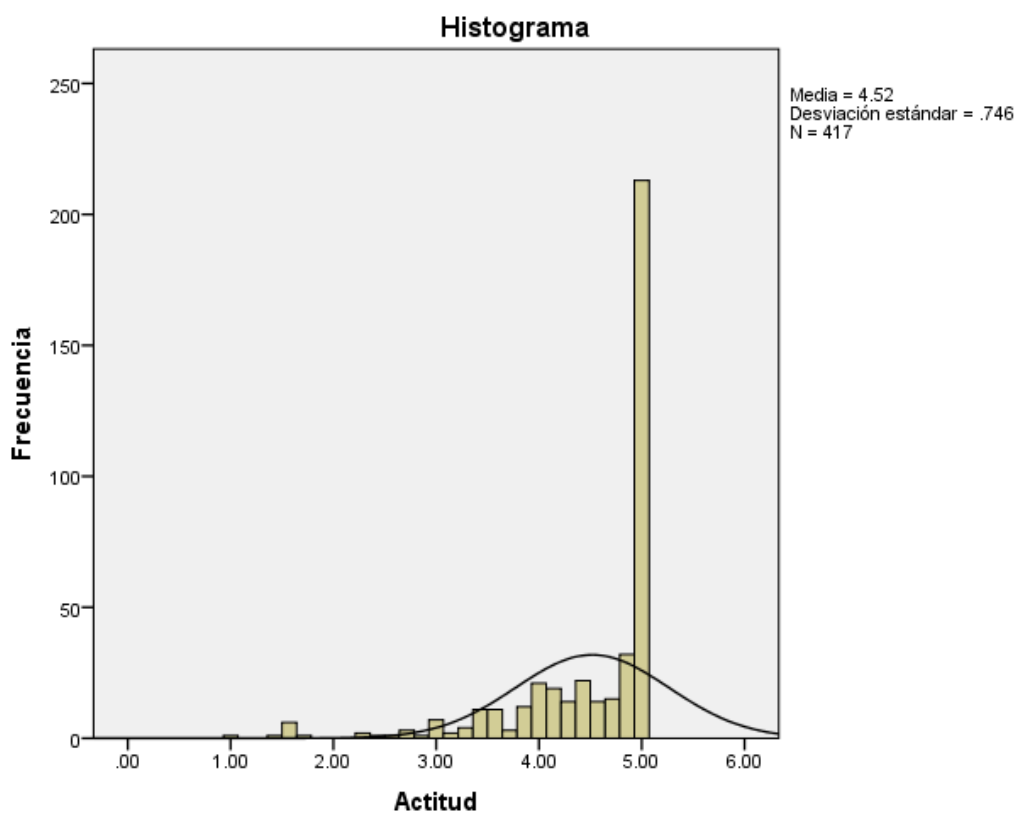
En este sentido, cuando los datos muestran una distribución normal se deben utilizar las pruebas estadísticas paramétricas, y de comprobarse que los datos no siguen una distribución normal, se deberán elegir una de las pruebas no paramétricas (Flores-Ruiz et al., 2017). Para verificar la normalidad existen métodos gráficos y numéricos. Los gráficos, como histogramas, diagramas de caja o Q-Q, permiten observar visualmente la forma de la distribución; los numéricos incluyen pruebas como Shapiro-Wilk para muestras menores de 50 y Kolmogorov-Smirnov para muestras de 50 o más (Mishra et al., 2019).

En este trabajo, se utilizó el histograma como método gráfico para comprobar normalidad, que de acuerdo a Luzuriaga Jaramillo et al. (2023), es una representación visual de la distribución de un conjunto de datos, mostrando la frecuencia con la que aparecen los valores en diferentes rangos o intervalos y la normalidad se determina visualmente al verificar si se ajustan a una distribución normal. Por lo tanto, se procedió a realizar un gráfico por cada variable, mediante el software estadístico SPSS versión 22. Con respecto a la variable Actitud, se tuvo una media de 4.52 con desviación estándar de 0.746, mostrando en la figura 5 una barra

muy alta en el valor más cercano a 5, y reflejando una distribución asimétrica sesgada hacia la izquierda, incluso se puede observar algunas barras cercanas al valor 1 que pueden mostrar posibles valores atípicos.

Figura 5

Histograma de la variable actitud.

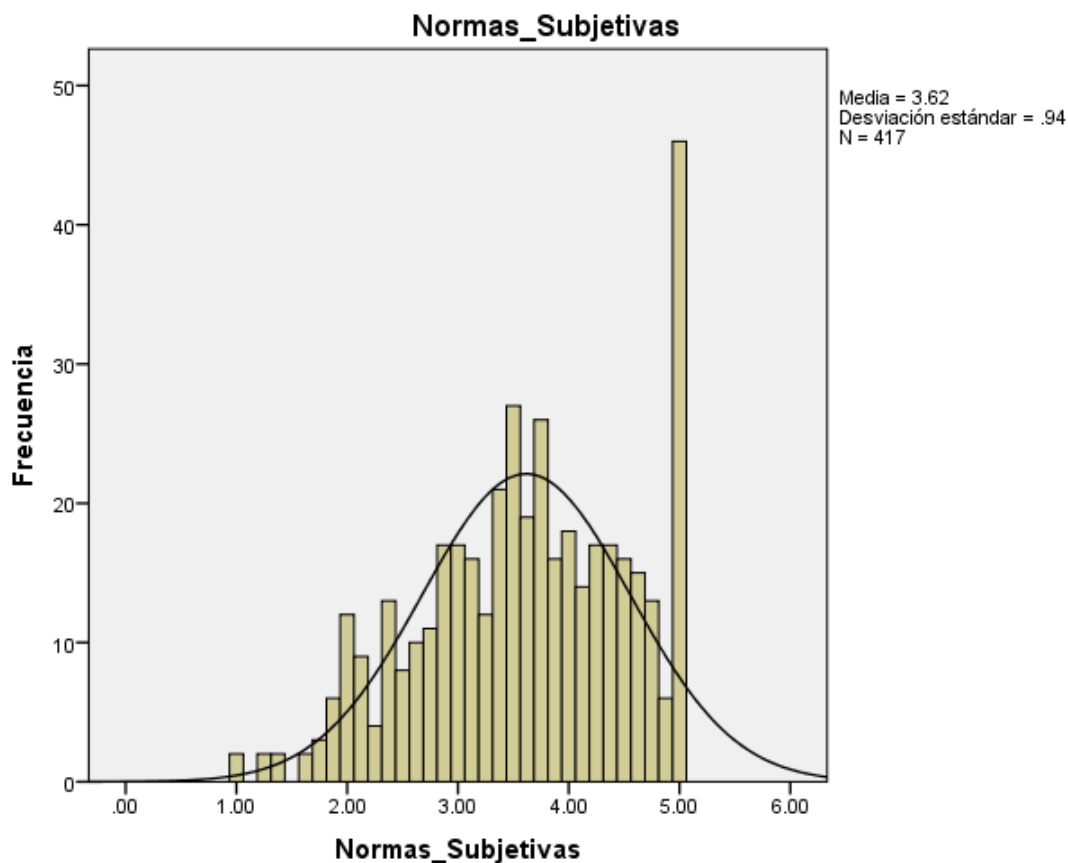


Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS.

Enseguida se tiene la variable de “Normas Subjetivas”, que obtuvo una media de 3.62 con una desviación estándar de 0.94. Aunque la composición tiene una forma más balanceada, se puede observar una barra alta en el valor 5, lo cual muestra una distribución asimétrica con cola hacia los valores más bajos, como se aprecia en la figura 6.

Figura 6

Histograma de la variable normas subjetivas.

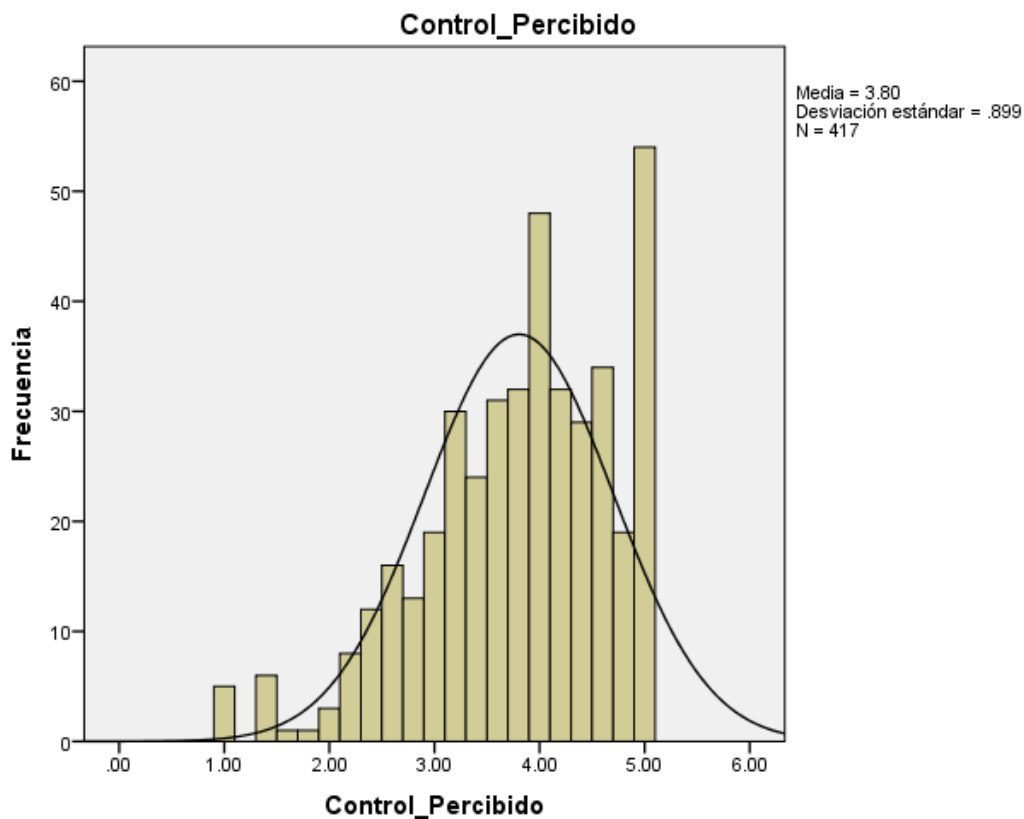


Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS.

El Control Percibido, por otra parte, resultó con una media de 3.80 y una desviación estándar de 0.899, que muestra una distribución ligeramente cargada a la derecha, con cola hacia la izquierda, mostrando que las respuestas en 4 y en 5 tuvieron una mayor frecuencia, tal como se observa en la figura 7.

Figura 7

Histograma de la variable control percibido.

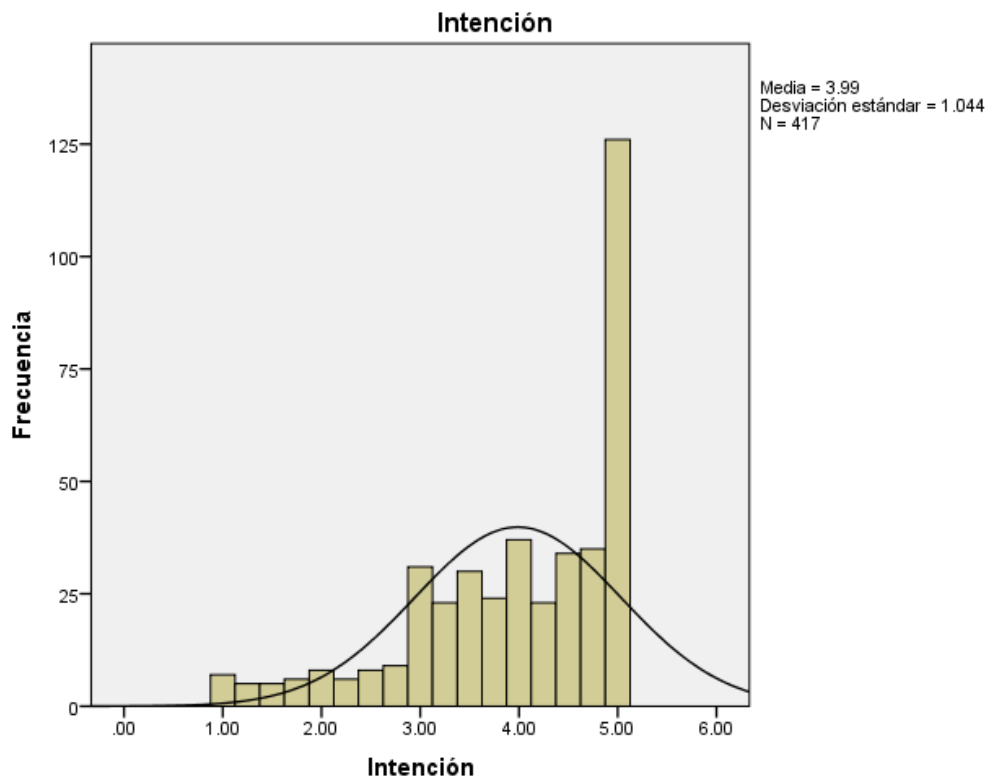


Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS.

En cuanto a la variable Intención que resultó con una media de 3.99 con desviación estándar 1.044, se muestra en la figura 8, que hay frecuencias más similares menores a 50 entre los valores del 1 al 4, sin embargo tiene una barra alta en el valor 5 con frecuencia aproximada a los 125, reflejando una distribución asimétrica cargada hacia la derecha.

Figura 8

Histograma de la variable intención.

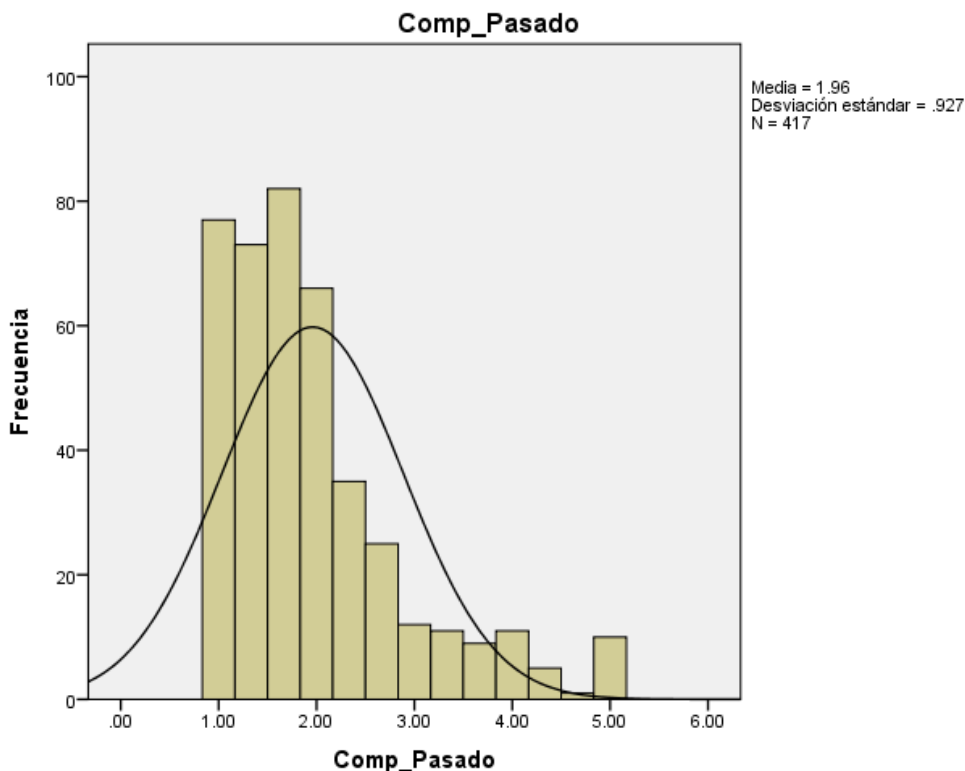


Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS.

Por último, la variable de Comportamiento Pasado obtuvo una media de 1.96 con desviación estándar de 0.927, que a diferencia de las variables anteriores, muestra una alineación evidentemente asimétrica cargada hacia la izquierda con cola hacia la derecha, es decir hacia los valores más altos, concentrando las respuestas en los valores del 1 y 2 (ver figura 8).

Figura 9

Histograma de la variable comportamiento pasado.



Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS.

A su vez, siguiendo la recomendación de Sánchez et al. (2024) de utilizar ambos enfoques (gráfico y numérico), se procedió a comprobar el supuesto de normalidad mediante el método numérico de contraste de hipótesis, utilizando la prueba de Kolmogorov-Smirnov, ya que esta prueba se utiliza para muestras iguales o mayores a 50, y la hipótesis nula indica que los datos se obtienen de una población con distribución normal. Cuando $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula y los datos se consideran de distribución normal, de lo contrario, si $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se asume que los datos tienen distribución no normal (Mishra et al., 2019).

El análisis se realizó mediante el software estadístico SPSS versión 22, obteniendo valores de significancia $p < 0.05$ en todas las variables, tal como se puede observar en la figura 10, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que nuestros datos no presentan una

distribución normal. El resultado en ambos métodos nos indica que se deben utilizar pruebas no paramétricas en los análisis posteriores.

Figura 10

Resumen de contrastes de hipótesis mediante SPSS.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de Actitud es normal con la media 4.519 y la desviación estándar 0.75.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	.000 ¹	Rechace la hipótesis nula.
2	La distribución de Normas_Subjetivas es normal con la media 3.616 y la desviación estándar 0.94.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	.000 ¹	Rechace la hipótesis nula.
3	La distribución de Control Percibido es normal con la media 3.805 y la desviación estándar 0.90.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	.000 ¹	Rechace la hipótesis nula.
4	La distribución de Intención es normal con la media 3.989 y la desviación estándar 1.04.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	.000 ¹	Rechace la hipótesis nula.
5	La distribución de Comp. Pasado es normal con la media 1.960 y la desviación estándar 0.93.	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	.000 ¹	Rechace la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es .05.

¹Lilliefors corregido

Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS.

Análisis de correlación

Como se afirmó en el apartado anterior, dado que los datos de la muestra no presentan una distribución normal, se utilizó el análisis de correlación de Rho de Spearman, que es una prueba no paramétrica que pretende examinar la dirección y magnitud de la asociación entre dos variables cuantitativas, es decir la intensidad de la relación entre las variables, en cualquier tipo de asociación, no necesariamente lineal (Martínez-González & Faulín Fajardo,

2006). De acuerdo con Martínez Ortega et al. (2009), la interpretación del coeficiente de Spearman es que los valores próximos a 1 indican una correlación fuerte y positiva, mientras que valores próximos a -1 indican una correlación fuerte y negativa, en cambio, los valores próximos a cero indican que no hay correlación lineal.

Las correlaciones entre las variables del estudio se presentan visualmente en la Tabla 13. El nivel de significancia arrojó valores de $p < 0.01$, lo que evidencia la existencia de correlación estadística entre las variables analizadas. A continuación, se describen las asociaciones entre las variables, para la interpretación de la fuerza de relación se utilizó el criterio de Cohen (1988), en el que propone que si el coeficiente de correlación tiene un valor entre .10 a .29, el efecto es pequeño mostrando una relación débil, para valores entre .30 a .49 el efecto es mediano que muestra un relación moderada y para valores $\geq .50$ se considera que tiene un efecto alto mostrando una relación fuerte.

Tabla 13

Correlaciones bivariadas, medias y desviación estándar de las variables.

Variable	Actitud	Normas Subjetivas	Control Percibido	Comp. Pasado	Intención
Actitud	-				
Normas Subjetivas	.444**	-			
Control Percibido	.490**	.705**	-		
Comp Pasado	.378**	.423**	.495**	-	
Intención	.488**	.649**	.706**	.472**	-
Media	4.52	3.62	3.8	1.96	3.99
Desviación estándar	0.746	0.94	0.899	0.927	1.044

** $p < 0.01$

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las variables Normas Subjetivas e Intención, se observa una relación positiva y significativa entre ambas, con un coeficiente de correlación de 0.649, lo que indica una asociación fuerte. Esto sugiere que, a mayor percepción de presión social para asistir a los eventos, mayor será la intención de las personas de participar en ellos. El análisis entre las variables Actitud e Intención muestra igualmente una relación positiva y significativa, con un coeficiente de 0.488, que representa una asociación moderada. Este resultado indica que cuando las personas consideran que asistir a estos eventos es interesante, agradable o beneficioso, su actitud influye de manera moderada en la intención de asistir.

Por otra parte, la variable Control Percibido presenta un efecto positivo, alto y estadísticamente significativo sobre la Intención, con un coeficiente de 0.706, el más alto entre las relaciones analizadas. En el contexto de este estudio, esto implica que cuando las personas perciben que tienen la capacidad de asistir a un evento sin enfrentar grandes barreras, su intención de hacerlo aumenta. Finalmente, la variable Comportamiento Pasado también muestra una relación positiva y significativa con la Intención, con un coeficiente de 0.472, que indica una asociación moderada y la más baja entre las variables evaluadas. Esto sugiere que la frecuencia con la que las personas han asistido previamente a eventos influye de manera moderada en su intención de volver a participar en ellos.

Análisis de regresión múltiple

Para determinar en qué medida las variables Control percibido, Normas subjetivas, Actitud y Comportamiento pasado explican y predicen la Intención de asistir a eventos de artes escénicas, se aplicó un análisis de regresión lineal múltiple utilizando el método por pasos (stepwise). La regresión múltiple es una técnica estadística que permite analizar el efecto conjunto de dos o más variables independientes sobre una variable dependiente continua (Hair et al., 2019). Su objetivo es identificar qué factores tienen mayor influencia en la variable

criterio, estimando la magnitud y dirección de esas relaciones. En este caso, se empleó para determinar cuáles de los factores psicosociales del modelo, derivados de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), explican mejor la intención de asistir a eventos culturales.

El método por pasos retuvo tres predictores significativos en el modelo final, que incluye a las variables Control percibido, Normas subjetivas y Actitud, mientras que Comportamiento pasado fue excluido por no aportar varianza significativa adicional al modelo. La ecuación resultante es altamente significativa, $F(3, 413) = 194.67$, $p < .005$, con un coeficiente de determinación $R^2 = 0.59$, lo que indica que el 59% de la variabilidad en la Intención puede explicarse mediante la combinación de estas tres variables predictoras (ver tabla 14).

Tabla 14

Modelo de regresión para el efecto de la Actitud, Normas Subjetivas, Control Percibido sobre la intención de asistencia a eventos de artes escénicas.

Variables predictoras	F(3, 413)	R²	p	B	EE	β
Modelo final				0.042	0.209	
Control Percibido	194.669	0.586	<.001	0.489	0.054	0.421***
Normas Subjetivas				0.369	0.050	0.332***
Actitud				0.166	0.052	0.119**

p<.01, *p<.001

Fuente: Elaboración propia.

Los coeficientes de regresión (B) muestran la magnitud y dirección del efecto de cada variable independiente sobre la variable dependiente, manteniendo las demás constantes.

El coeficiente de 0.489 para Control percibido significa que, por cada incremento de una unidad en esta variable, la intención aumenta en 0.489 unidades, mientras que el coeficiente de 0.369 para Normas subjetivas indica un incremento de 0.369 unidades en la intención por cada

punto adicional en dicha variable. Por su parte, el coeficiente de 0.166 para Actitud representa un aumento más moderado en la intención por cada unidad de cambio en esta variable. Este resultado confirma que el control percibido es el factor con mayor peso en la predicción de la intención, seguido por las normas subjetivas y la actitud, lo que respalda los planteamientos teóricos de Ajzen (1991) acerca de la influencia de la percepción de capacidad personal y del entorno social sobre la formación de la intención conductual.

En cuanto al Comportamiento pasado, aunque la variable mostró correlaciones positivas y significativas con la Intención ($r = 0.472$, $p < .01$), en el modelo de regresión múltiple con método por pasos no fue retenida. Esto indica que, si bien existe una relación directa entre la frecuencia previa de asistencia y la intención actual, su influencia estadística se solapa con la de otras variables más explicativas, como el Control percibido y las Normas subjetivas. En consecuencia, el comportamiento pasado no aporta varianza adicional significativa al modelo una vez que se consideran los efectos de dichas variables.

En conjunto, los resultados sugieren que las personas con mayor sensación de control sobre su capacidad para asistir, que perciben aprobación social de su entorno y que mantienen una valoración positiva hacia los eventos artísticos, presentan una intención significativamente más alta de participar en dichas actividades.

Capítulo V. Discusión

A continuación, se presentan los principales puntos derivados del análisis de resultados y su interpretación en relación con el modelo teórico.

Los resultados de esta investigación permiten confirmar la pertinencia de la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) (Ajzen, 1991, 2020) como un modelo explicativo válido para comprender la intención de asistir a eventos culturales en la ciudad de Ensenada. Las correlaciones y la regresión múltiple evidencian que las variables control percibido, normas subjetivas y actitud ejercen una influencia significativa sobre la intención conductual, mientras que el comportamiento pasado, aunque correlaciona positivamente con la intención, no aporta varianza adicional cuando se incluyen las demás variables en el modelo predictivo. El análisis de correlaciones de Spearman mostró asociaciones positivas y estadísticamente significativas entre todas las variables del estudio ($p < .01$), mientras que el análisis de regresión múltiple por pasos explicó el 59% de la varianza total de la intención ($R^2 = 0.59$, $F = 194.67$, $p < .005$), lo cual confirma un poder explicativo alto del modelo.

En particular, el control percibido presentó la correlación más alta ($r = 0.706$) y con mayor peso explicativo ($B=0.489$) en la intención, estos resultados coinciden con estudios previos que destacan el papel del control percibido como un determinante crucial de la intención conductual, al representar la percepción del individuo sobre su capacidad para ejecutar una acción específica (Ajzen, 1991; Sommer, 2011). En el contexto de la participación cultural, esta variable refleja la percepción de las personas sobre la disponibilidad de tiempo, recursos y accesibilidad para asistir a eventos culturales, elementos que, cuando se perciben como favorables, fortalecen su intención de participación.

Por su parte, las normas subjetivas mostraron una influencia significativa y fuerte sobre la intención ($r = .649$, $B=0.369$). Este resultado sugiere que la aprobación o desaprobación percibida de los grupos sociales relevantes —familia, amigos y personas admiradas— tiene un

impacto determinante en la decisión de asistir a eventos culturales. La presión o apoyo social puede funcionar como un incentivo simbólico, especialmente en comunidades donde la participación cultural no está profundamente arraigada. Este hallazgo coincide con lo planteado por Fishbein y Ajzen (2010), quienes destacan que la norma subjetiva traduce la influencia de los referentes sociales sobre la conducta individual, y con lo encontrado por Cunningham y Kwon (2003), al demostrar que la percepción del entorno social actúa como un reforzador de la intención de participación en actividades recreativas.

La actitud hacia la asistencia a eventos culturales mostró una relación positiva moderada con la intención y de menor magnitud explicativa ($r = 0.488$, $B=0.166$). Esto indica que las creencias favorables sobre el valor, disfrute y beneficio de las actividades culturales influyen en la predisposición de las personas a participar, aunque en menor medida que el control percibido y las normas sociales. Este resultado reafirma lo planteado por Ajzen (2020), quien sostiene que la actitud contribuye al componente motivacional de la intención, al integrar las creencias conductuales con las valoraciones personales. En la práctica, esto significa que valorar positivamente la experiencia cultural —considerarla agradable, interesante o beneficiosa— no garantiza necesariamente la asistencia. Es posible que factores externos como la oferta cultural, la disponibilidad de tiempo o el costo limiten la posibilidad de actuar conforme a dichas actitudes. Esto se refleja en los resultados descriptivos de la muestra, que midió en un nivel alto las actitudes hacia los eventos de artes escénicas (84%), sin embargo la frecuencia real de asistencia se midió en un nivel bajo (80%) evidenciando que las actitudes favorables requieren del acompañamiento de condiciones materiales y sociales que las conviertan en acción.

En cuanto al comportamiento pasado, si bien esta variable no forma parte de la estructura original de la Teoría del Comportamiento Planeado, se incluyó en esta investigación como un elemento adicional con el fin de explorar si las experiencias previas de asistencia podían fortalecer la intención de participar nuevamente. Los resultados indicaron que el comportamiento pasado mostró una correlación positiva y significativa con la intención ($r =$

0.472), lo cual sugiere que existe una relación entre haber asistido antes y la disposición a asistir de nuevo. Sin embargo, no incrementó la capacidad explicativa del modelo de regresión al quedar solapada por las demás variables; es decir, que su efecto ya está explicado por esas otras variables. Según Ajzen (2011), esto ocurre porque la experiencia previa actúa como un antecedente indirecto que refuerza las creencias sobre la capacidad y las normas sociales, en lugar de influir directamente sobre la intención. De esta manera, quienes ya han asistido a eventos culturales tienden a desarrollar una mayor percepción de autoeficacia y una actitud más favorable hacia la participación, pero estos efectos quedan reflejados en las variables centrales del modelo. En contraste, los resultados difieren de los reportados por Cunningham y Kwon (2003), quienes encontraron que el comportamiento pasado sí tenía un efecto directo relevante en contextos vinculados con el deporte y la recreación. La diferencia podría deberse a que la participación cultural, particularmente la que tiene que ver con las artes escénicas, implica factores más complejos que las actividades deportivas, pues depende no solo de la experiencia individual, sino también de la existencia de una oferta cultural disponible, de los recursos económicos y de la validación social del entorno.

En conjunto, la participación cultural, entendida y abordada en esta investigación como la intención de asistir a eventos artísticos en Ensenada, es un proceso determinado principalmente por la autopercepción de capacidad y las influencias sociales más que por los antecedentes conductuales.

Capítulo VI. Conclusiones

El presente estudio tuvo como propósito medir la influencia de las normas subjetivas, la actitud, el control percibido que componen la Teoría del Comportamiento Planeado junto con el comportamiento pasado en la intención de asistir a eventos culturales, específicamente de las disciplinas de Danza, Música y Teatro en la ciudad de Ensenada, Baja California.

El estudio demuestra que la Teoría del Comportamiento Planeado es un modelo eficaz para explicar la intención de asistir a eventos culturales en Ensenada, donde el control percibido se consolida como el predictor más fuerte, lo que indica que la percepción de contar con recursos, tiempo y facilidades para asistir a eventos culturales incrementa significativamente la probabilidad de intención de participación. Seguido por las normas subjetivas que también desempeñan un papel fundamental, evidenciando que el apoyo o presión social influye directamente en la disposición a participar. La actitud, aunque con menor peso, mantiene una relación positiva y significativa, confirmando que las valoraciones favorables sobre la experiencia cultural fomentan la intención conductual.

El comportamiento pasado, pese a correlacionar significativamente con la intención, no incrementó la capacidad explicativa del modelo al quedar su efecto absorbido por las demás variables. Esto coincide con lo planteado por Ajzen (2011), quien advierte que la conducta previa refleja la influencia acumulada de las creencias y percepciones que sustentan la intención, sin representar un factor independiente. En consecuencia, el modelo final se ajusta plenamente a la estructura teórica original, validando la influencia conjunta de las creencias actitudinales, normativas y de control sobre la intención conductual.

Estos hallazgos contribuyen a la comprensión de los determinantes de la participación cultural en contextos locales y ofrecen una base empírica para diseñar estrategias institucionales y mercadológicas de promoción cultural. Esto ofrece implicaciones prácticas relevantes para la gestión cultural donde los programas destinados a fomentar la asistencia a eventos artísticos

deberían enfocarse tanto en reducir las barreras percibidas (acceso, costo, transporte, información) como en fortalecer las redes sociales que promueven y legitiman la participación. Asimismo, las campañas comunicacionales podrían centrarse en reforzar actitudes positivas hacia la cultura, destacando su valor simbólico, educativo y emocional, tal como lo sugieren estudios de Cerisola y Panzera (2022) sobre los efectos de la participación cultural en el bienestar.

Este estudio aporta evidencia empírica al campo de la gestión cultural y confirma la aplicabilidad de la TCP en la comprensión de comportamientos culturales, abriendo la posibilidad de futuras investigaciones que integren variables moderadoras como la edad, nivel educativo o capital cultural para explicar de manera más amplia la dinámica de la participación artística en México.

Una de las limitaciones de este estudio fue que gran parte del levantamiento de encuestas que se realizó de manera física, fueron en instalaciones culturales, valdría la pena realizar estudios posteriores con muestras recogidas en lugares lejanos a los centros culturales y analizar si hay diferencias en el comportamiento.

Otra limitación, en cuanto al tema cultural, es que se enfocó en eventos de teatro, música y danza, siendo que estos tipos de expresiones artísticas aunque pertenecen al rubro de la artes escénicas, tienen particularidades muy diferentes que valdría la pena estudiar por separado cada una para poder aportar información relevante por disciplina.

Referencias

- Af Ursin, P. (2016). Explaining cultural participation in childhood: Applying the theory of planned behavior to German and Finnish primary school children [Unpublished manuscript]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16284.08322>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121–138. <https://doi.org/10.13128/rea-18003>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Álvarez Cruz, J. R., & Jiménez Guethón, R. M. (2021). Consumo cultural en Cuba. Recomendaciones a la política social referida a la participación cultural. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9(2). <https://revistas.uh.cu/revflasco/article/view/4198/3685>
- Ateca-Amestoy, V., & Prieto-Rodríguez, J. (2013). Forecasting accuracy of behavioural models for participation in the arts. *European Journal of Operational Research*, 229(1), 124–131. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2013.02.005>
- Baik, C., & Heo, S. (2023). Do working hours affect artistic and cultural participation? Evidence from Korea considering cultural genre and skill level. *Journal of Leisure Research*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/00222216.2023.2244497>

- Bailey, C., Miles, S., & Stark, P. (2004). Culture-led urban regeneration and the revitalization of identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England. *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), 47–65. <https://doi.org/10.1080/1028663042000212328>
- Bebetsos, E. (2015). Prediction of participation of undergraduate university students in a music and dance master's degree program. *International Journal of Instruction*, 8(2), 165–176. <https://doi.org/10.12973/iji.2015.8213a>
- Bellver, V., & González, C. (s. f.). *Cultura y arte para el desarrollo sostenible*. *Cultura y Arte Sostenible*. <https://culturayartesostenible.com/>
- Benítez Guzmán, E. M., Soler Nariño, O., & Frómeta Quintana. (2023). Prácticas de consumos y participación cultural universitaria: El caso de la Universidad de Oriente. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 11(2). <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/5726>
- Boas, F. (1964). *Cuestiones fundamentales de antropología cultural* [Obra original publicada en 1943]. <https://archive.org/details/boas-franz.-cuestiones-fundamentales-de-antropologia-cultural-1943-1964>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352–356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates. <https://www.utstat.toronto.edu/brunner/oldclass/378f16/readings/CohenPower.pdf>

- Cunningham, G., & Kwon, H. (2003). The theory of planned behaviour and intentions to attend a sport event. *Sport Management Review*, 6(2), 127–145.
[https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(03\)70056-4](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(03)70056-4)
- Dasgupta, A., & Wahed, A. (2014). Laboratory statistics and quality control. In *Clinical chemistry, immunology and laboratory quality control* (pp. 47–66). Elsevier.
- De Diputados, C., Congreso de, D. H., Unión, L. A., Primer, E. C., del, J., Constitucionalista, E., & Ejecutivo, D. P. (s. f.). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Gob.mx.
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- DOF - Diario Oficial de la Federación. (s. f.).
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596142&fecha=03/07/2020
- Ensenada. (s. f.). Data México.
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/ensenada>
- Espinal Monsalve, N. E., Ramos Ramírez, A. D., & Balbín Espinal, I. (2020). Asistencia a eventos de artes escénicas en Colombia: Análisis microeconómico aplicando modelos de selección muestral. *Semestre Económico*, 23(55), 139–159.
<https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a6>
- Fernández Márquez, L. S., Ávila-Sánchez, M. de J., & Picazzo Palencia, E. (2023). ¿Es la participación cultural en México un mecanismo que incide en el desarrollo humano? *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(7), 190–202. <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i7.064>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and changing behavior*. Psychology Press.

- Flores-Ruiz, E., Miranda-Navales, M. G., & Villasís-Keever, M. Á. (2017). El protocolo de investigación VI: Cómo elegir la prueba estadística adecuada. *Estadística inferencial. Revista Alergia México*, 64(3), 364–370. <https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>
- Gómez Hernández, Y., Ramos Ramírez, A., & Espinal Monsalve, N. (2019). El consumo de artes escénicas en Medellín. *Revista de Economía Institucional*, 22(42), 297–323. <https://doi.org/10.18601/01245996.v22n42.12>
- Gómez-García, J. A. (2019, octubre 1). Intención de lactar exclusivamente con leche materna: Un estudio basado en la teoría de la conducta planeada. <https://www.redalyc.org/journal/1806/180662593002/>
- Greenfield, M. L., Kuhn, J. E., & Wojtys, E. M. (1997). Descriptive measures for continuous data. *The American Journal of Sports Medicine*, 25(5), 720–723. <https://doi.org/10.1177/036354659702500524>
- Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. (2015). Convenio Andrés Bello. <https://convenioandresbello.org/cultura/guia-metodologica-para-la-implementacion-de-las-cuentas-satelite-de-cultura-en-iberoamerica/>
- Gupta, A., Mishra, P., Pandey, C., Singh, U., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive statistics and normality tests for statistical data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 67–72. https://doi.org/10.4103/aca.ACA_157_18
- Guzmán Cárdenas, C. E. (2015). Hacia la consolidación de los estudios de consumo cultural en Latinoamérica. *Contratexto*, 24, 221–247. <https://doi.org/10.26439/contratexto2015.n024.594>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
https://eli.johogo.com/Class/CCU/SEM/_Multivariate%20Data%20Analysis_Hair.pdf
- Heredia-Carroza, J., Palma Martos, L., & Marín, A. (2020). Determinants of attendance frequency to flamenco shows in Spain: A cultural economic approach. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 29, 79–98.
<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3751>
- Huéscar, E., Marín, J. R., Cervelló, E., & Murcia, J. A. M. (2014). Teoría de la acción planeada y tasa de ejercicio: Un modelo predictivo en estudiantes adolescentes de educación física. *Anales de Psicología*, 30(2). <https://doi.org/10.6018/analesps.30.2.162331>
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2014). *Cómo medir la participación cultural*. UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226337>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (s. f.). *Módulo sobre eventos culturales seleccionados (MODECULT) [Conjunto de datos]*.
- Jung, T., tom Dieck, M. C., Lee, H., & Chung, N. (2020). Relationships among beliefs, attitudes, time resources, subjective norms, and intentions to use wearable augmented reality in art galleries. *Sustainability*, 12(20), 8628. <https://doi.org/10.3390/su12208628>
- Kröner, S. (2013). Kulturelle Partizipation bei Jugendlichen als Feld der Person-Umwelt-Transaktion. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, 16(S3), 233–256.
<https://doi.org/10.1007/s11618-013-0432-y>
- Leonardi, V., Elías, S., Tarayre, C., & Tortul, M. (2023). Análisis del consumo cultural en barrios de Bahía Blanca, Argentina, 2019. *Economía Sociedad y Territorio*, 23(72), 601–627.
<https://doi.org/10.22136/est20231844>

- Llauce, R., Saldaña, M., & Olivera, M. (2024). Distribución de probabilidad de tipo continuo – Distribución normal. Universidad Nacional de Jaén.
https://repositorio.unj.edu.pe/bitstream/UNJ/796/2/M_distribución%20de%20probabilidad%20de%20tipo%20continuo.pdf
- Martínez-Martínez, O. A., Reyes-Martínez, J., & Lombe, M. (2021). A qualitative analysis of factors that influence cultural participation in Mexico: Implications of individual, social, and contextual factors. *Poetics*, 86(101554).
<https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101554>
- Moon, S.-J. (2021). Investigating beliefs, attitudes, and intentions regarding green restaurant patronage: An application of the extended theory of planned behavior with moderating effects of gender and age. *International Journal of Hospitality Management*, 92(102727).
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102727>
- Müller Pérez, J., Amezcua Núñez, J. B., & Müller Pérez, S. (2021). Intención de compra de productos verdes de acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planeado: Incorporación de la obligación moral al modelo. *RAN*, 7(1), 15–30.
<https://doi.org/10.29393/ran6-2icjm30002>
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological Bulletin*, 124(1), 54–74.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.1.54>
- Ortega Villa, L. M. (2009). Consumo de bienes culturales: Reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis. *Revista Culturales*, 5(10), 7–44.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912009000200002

- Puig Moras, P. E. (2019). Consumos culturales, medios de comunicación y nuevas tecnologías en Cuba. In R. Radakovich (Ed.), *Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI*. Teseo.
- Ramírez-Castillo, N. A., Müller-Pérez, J., Acevedo-Duque, Á., Müller-Pérez, S., González-Díaz, R. R., Suarez Campos, J., & Ovalles-Toledo, L. V. (2021). Sustainable moviegoer intention to attend cinemas based on the theory of planned behavior. *Sustainability*, 13(16), 8724. <https://doi.org/10.3390/su13168724>
- Reyes, E., & Ileana, M. (2022). Factores determinantes de asistencia a obras de teatro: Aproximación mixta aplicada a Monterrey, 2020–2022. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Rozenkowska, K. (2023). Theory of planned behavior in consumer behavior research: A systematic literature review. *International Journal of Consumer Studies*, 47(6), 2670–2700. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12970>
- Sánchez, C. A. (2023). Las pruebas de normalidad. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23329.48483>
- Sánchez-Solis, Y., Raqui-Ramirez, C. E., Huaroc-Ponce, E. J., & Huaroc-Ponce, N. M. (2024). Importancia de conocer la normalidad de los datos utilizados en los trabajos de investigación por tesis. *Revista Docentes 2.0*, 17(2), 404–413. <https://doi.org/10.37843/rtd.v17i2.554>
- Siddiqui, S., Sujood, & Hamid, S. (2023). Applying the extended theory of planned behaviour (TPB) to predict behavioural intention in the context of transformational tourism: A case of Nizamuddin shrine. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 11(2), 6. <https://doi.org/10.21427/1K13-CS43>

- Sommer, L. (2011). The Theory Of Planned Behaviour And The Impact Of Past Behaviour. The International Business & Economics Research Journal (IBER), 10(1). 91-110.
<https://doi.org/10.19030/iber.v10i1.930>.
- Soorani, F., & Ahmadvand, M. (2019). Determinants of consumers' food management behavior: Applying and extending the theory of planned behavior. Waste Management, 98, 151–159. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2019.08.025>
- Suarez-Fernandez, S., Prieto-Rodriguez, J., & Perez-Villadoniga, M. J. (2020). The changing role of education as we move from popular to highbrow culture. Journal of Cultural Economics, 44(2), 189–212. <https://doi.org/10.1007/s10824-019-09355-2>
- Talavera, J. O., & Rivas-Ruiz, R. (2011). Investigación clínica IV. Pertinencia de la prueba estadística. Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social, 49(4), 401–405.
- Tylor, E. B. (1871). Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom. J. Murray.
- Unesco. (1982). Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*, 43–48.
https://derechodelacultura.org/wp-content/uploads/2015/02/d_inf_mundiacult_1982.pdf
- United Nations. (s. f.). La Declaración Universal de los Derechos Humanos.
<https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Valdivia-Velasco, M., Martínez-Bautista, H., Coronado-Guzmán, G., & Aguilera-Dávila, A. (2021). Estudio de la intención emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño, México. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, 51(1), 13–36. <https://doi.org/10.48102/rlee.2021.51.1.336>

- Valencia-Arias, A., Rodríguez Correa, P. A., Cárdenas-Ruiz, J. A., & Gómez-Molina, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *Retos*, 12(23), 5–24. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>
- Verelst, N., & Ortiz Rojas, M. A. (2023). Factores asociados a la participación e intereses en actividades de extensión cultural: Un estudio de caso en el contexto universitario. *Culturas Revista de Gestión Cultural*, 10(2), 94–119. <https://doi.org/10.4995/cs.2023.20148>
- Vesci, M., & Botti, A. (2019). Festival quality, theory of planned behavior and revisiting intention: Evidence from local and small Italian culinary festivals. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 5–15. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.003>
- Wang, W., Fu, M., & Hu, Q. (2020). The behavioral pattern of Chinese public cultural participation in museums. *Sustainability*, 12(7), 2890. <https://doi.org/10.3390/su12072890>
- Yamada, N., & Fu, Y.-Y. (2012). Using the theory of planned behavior to identify beliefs underlying visiting the Indiana state museum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(2), 119–132. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.648503>