

Medir La Cultura Para Mejorarla

Ana Francia Ortiz Quijada y Gibrán Valencia Murrieta
Programa de Licenciatura en Economía de la Universidad de Sonora.

Resumen

El propósito de este ensayo es hacer una propuesta para clasificar el sector cultural hermosillense. Por medio de una aproximación desde la economía se trata de identificar, entre otros elementos, las relaciones entre la oferta y la demanda de bienes y servicios, así como la creación de indicadores que reflejen esta relación. Se propone igualmente el diseño de políticas públicas que mejoren las condiciones del sector. Se concluye que identificar esas relaciones es importante para las autoridades culturales ya que hace posible desarrollar una clase social cultural que detone nuevas identidades.

Abstract

The purpose of the essay is to arrange a proposition to classify the cultural sector of Hermosillo. From the standpoint of the economic research we try to identify amongst others, the relationship between the offer and demand of goods and services, as well as the creation of indicators that mirrors that relationship. We also propose to design public policies to improve the conditions of the sector. We conclude that identifying those relationships is important to the cultural authorities because it makes possible to develop a social cultural class to detonate new identities.

Existe un dicho atribuido a Peter Drucker, considerado el padre de la administración moderna, que expresa: “lo que no se puede medir, no se puede mejorar”. Esta cita la damos por cierta al considerar que una mejora es aquel proceso que perfecciona las propiedades de un objeto de estudio. Sin embargo, para comprobar la realización efectiva de ese proceso, se requiere conocer las propiedades que el objeto de estudio tenía antes de mejorar. De esta manera, las propiedades del objeto de estudio se pueden categorizar, y a esas categorías se les puede graduar su estado evolutivo, por tanto, se les puede asignar un valor que nos muestre la evolución de dichas categorías.

Pensemos por ejemplo en un infante y su relación con el piano. Podemos descom-

poner su relación en tres categorías: Fomento de Interés, Condiciones Sociales, e Interpretación. Si el infante tiene nulo interés en interpretar el instrumento, y en su casa carecen de un piano, el nivel de ejecución del instrumento será inexistente. Entonces, las tres categorías tendrán un valor de 0. Sin embargo, si se diera el caso de que la mamá del infante adquiere un teclado electrónico, ahora el valor de la categoría Condiciones Sociales ya no es 0, sino 1. Si se desea que el infante tenga formación musical, podemos concluir que la segunda situación es más favorable. Ahora, si a cada categoría le descubrimos todos los elementos que la componen, podremos comprender cómo fomentar el estudio del piano en el niño. Ahora bien, si para aumentar el valor de

la categoría fomento de interés es necesario, supongamos, exponer al pequeño a dibujos animados que estimulen el gusto musical, a cuentos infantiles con argumento central sobre música, a aplicaciones digitales de juegos musicales etcétera, entonces habremos encontrado un esquema de acción para aumentar el valor de la categoría fomento de interés. El mismo razonamiento es aplicable para las otras dos categorías.

Siendo así, podemos crear una representación matemática que nos muestre el nivel de la relación que el niño tiene con el piano:

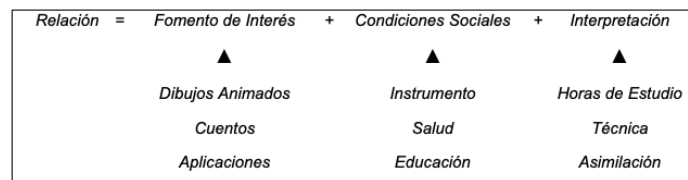


Figura 1: Representación matemática de las categorías que componen la Relación Niño-Piano para el ejemplo explicado en el texto.

De esta manera, si a cada elemento que da forma a las categorías se le asigna un valor de 1 cuando se prueba su existencia, tendremos que la máxima valoración que puede alcanzar la relación Niño-Piano será de 9. Si el infante posee una valoración de 8, y desea alcanzar el 9, el responsable de su enseñanza concentrará sus esfuerzos en el elemento que hace falta desarrollar para alcanzar la máxima valoración.

Ahora, el ejemplo anterior es tan sólo el de un individuo; sin embargo, llevar esa representación matemática al nivel de complejidad de la sociedad (la hermosa, por ejemplo) es una tarea más complicada. Sin embargo, ha sido de excelente auxilio para ilustrar dos principios que mencionamos soslayadamente, y por lo mismo, es necesario recordarlos, pues son la base de lo que se expone a continuación:

Principio 1: Conocer la composición y/o estructura de los procesos culturales brinda

la posibilidad de trabajar en las partes que requieran mejorarse. Lo anterior está en armonía con el principio de eficiencia económica.

Principio 2: Conocer la composición y/o estructura de los procesos culturales brinda la posibilidad de aumentar el Valor Agregado Cultural. Este punto está en armonía con las metas gubernamentales de Crecimiento Económico.

Para continuar la exposición es importante explicar y comprender qué es el Valor Agregado Bruto (VAB). Según el ABC de las Cuentas Nacionales del INEGI, el

VAB es la diferencia entre el Valor Bruto de la Producción (VBP) y el Consumo Intermedio (CI). Por ejemplo: Una lutier desembolsa \$50.00 en materia prima, herramientas y salarios, para construir una guitarra. Posteriormente, vende la guitarra en \$100.00. En este caso, el VBP está compuesto por los \$50.00 de materia prima, herramientas y salarios, más los \$100.00 de venta. O sea, el VBP es igual a \$150.00. El CI está comprendido por el gasto en materia prima, herramientas y salarios, equivalente a \$50.00. Por tanto, si el VAB equivale al VBP menos el CI, entonces, para este caso, el VAB es igual a \$100.00.

En la Figura 2 tenemos un ejemplo un poco más complejo al anterior: para construir una guitarra, los productores de Materias Primas (MP) se venden entre sí \$2.50 de insumos; las MP deben vender al Laudero (L) al menos el monto que les evite pérdidas monetarias, que serían los \$2.50. Sin embargo, es normal que en el valor de venta se incluyan las ganancias monetarias; por tanto, el monto debe ser mayor a los \$2.50. La Figura 2 muestra que las MP vendieron al L un monto de \$17.50, lo cual nos indica que agregaron al proceso productivo un valor de \$15.00. De la misma manera funciona el resto del proceso: L vende al Guitarrista (G) un instrumento con valor de \$40.00, y agre-

ga un valor de \$22.50; G vende un concierto al Promotor (P) con valor de venta de \$90.00, y agrega un valor de \$50.00; P vende al Público (Po) un espectáculo con valor de venta de \$100.00, y agrega valor por \$10.00. Al final del proceso tenemos un VBP de \$250.00, y un VAB de \$100.00.

ORIGEN - DESTINO DE VENTA	VALOR DE VENTA	VALOR AGREGADO
MP a MP	\$ 250	\$ 250
MP a L	\$ 17.50	\$ 15.00
L a G	\$ 40.00	\$ 22.50
G a P	\$ 90.00	\$ 50.00
P a Po	\$ 100.00	\$ 10.00
TOTAL	\$ 250.00	\$ 100.00

Figura 2:
Creación de Valor Agregado Bruto a partir de una concepción lineal del proceso de compraventa.

Hasta este punto hemos explicado en términos generales cómo se calcula el VAB, sin embargo, debemos explicar qué representa para una sociedad. El hecho de que el VAB sea representado en moneda no significa que ese monto dinerario se encuentra acumulado y resguardado en alguna cuenta bancaria. A través de la historia del desarrollo económico se ha convenido en representar ciertas variables en forma dineraria para poder comprender de mejor manera el comportamiento de los fenómenos económicos, pues la población en general logra dimensionar el poder adquisitivo de la moneda. Entonces, si el VAB no representa una masa monetaria real, ¿qué SÍ representa? El VAB es el reflejo de la cantidad y, principalmente, de la calidad de las relaciones sociales que una comunidad posee cuando produce bienes y servicios. Es un buen indicador de cuán productiva es una población; del nivel de calidad de los bienes y servicios que produce; del grado de innovación; y/o de la productividad de la población.

Naturalmente, mientras mayor sea el VAB de una comunidad, más productiva e innovadora esta será, además de ser proclive a crear mercancías y servicios de mayor calidad y, consecuentemente, los sueldos y salarios de esa sociedad serán más altos en comparación con aquellas comunidades con un VAB menor. Un buen ejemplo de lo que el VAB representa es la diferencia en valor entre el trabajo realizado por un laudero y el de un ensamblador de guitarras: el laudero conoce y manipula las propiedades del sonido y de las maderas para crear guitarras de alta calidad acústica. En otras palabras, diseña y construye guitarras con mayor valor. En cambio, el ensamblador sólo une piezas separadas de un instrumento, sin conocer la razón del diseño de la guitarra que ensambla, así como ignora las propiedades acústicas de los materiales que ensambla. En resumen: el trabajo del lutier genera mayor valor que el del ensamblador y esa diferencia se refleja en el VAB.

Es por lo anterior que, dada la naturaleza explicativa del VAB sobre los aspectos mencionados, es la variable que la UNESCO sugiere utilizar como referencia principal para calcular el impacto de la cultura en una economía. ¿Cómo se calcula el Valor Agregado Bruto Cultural (VABC)? Matemáticamente se emplea el mismo procedimiento utilizado para encontrar el VAB de una economía; sin embargo, la diferencia radica en que para calcular el VABC sólo se consideran las transacciones realizadas entre los sectores productivos que hacen posible la creación cultural.

Para poder apartar correctamente entre los sectores relacionados con la cultura, y los ajenos a esta, se requiere de una definición operativa del concepto cultura. Buscando satisfacer esa necesidad, adoptamos la definición de la Cuenta Satélite de Cultura en México (CSCM), del Sistema de Cuentas Nacionales del INEGI, la cual considera que la cultura es “el conjunto de creencias, convenciones, formas de convivencia, costumbres, sistema de valores y las prácticas simbólicas colecti-

vas e individuales que prevalecen en una sociedad (...) y se establecen mecanismos para cuantificar las prácticas y comportamientos asociados a ellos” (2017). Es a través de esta definición que el INEGI ya ha clasificado las ramas productivas que se involucran en el quehacer cultural del país. Los resultados arrojan un total de 77 actividades características de la cultura (directas), y 44 actividades conexas (indirectas). Es a partir de la interrelación de estas 121 actividades económicas que se calcula el VABC de México, el cual, para el año 2017, representaba el 3.2% del PIB Nacional.

Dado su peso económico, el INEGI ha nombrado Sector Cultural a este grupo de actividades económicas. Gráficamente, estas interrelaciones se pueden apreciar en la Matriz Insumo-Producto Cultural, la cual, para efectos de la exposición, la hemos simplificado.

SECTORES PRODUCTIVOS	COMPRAS						VENTAS INTERMEDIAS	VENTA FINAL	VENTAS TOTALES	VALOR AÑADIDO
	Metales (MP)	Metales (MP)	Químicos (QP)	Laudero (L)	Guitarrita (G)	Promotor (P)		Público (Po)		BRUTO
Metales (MP)	\$ 0.50	\$ 0.05	\$ 0.10	\$ 13.50	\$ -	\$ -	\$ 14.15			\$ 13.15
Químicos (QP)	\$ 0.15	\$ 0.20	\$ 0.70	\$ 2.00	\$ -	\$ -	\$ 4.05			\$ 3.55
Laudero (L)	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.25	\$ 1.00	\$ -	\$ -	\$ 1.85			\$ 0.80
Guitarrita (G)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 40.00	\$ -	\$ 40.00			\$ 23.50
Promotor (P)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 90.00	\$ 90.00			\$ 50.00
							\$ 100.00			\$ 10.00
COMPRAS INTERMEDIAS	\$ 1.00	\$ 0.50	\$ 1.00	\$ 17.50	\$ 40.00	\$ 90.00	\$ 159.00			
COMPRAS TOTALES							\$ 100.00			
COMPRAS TOTALES MENOS (-) COMPRAS INTERMEDIAS										\$ 250.00
										\$ 100.00

Figura 3: Matriz Insumo-Producto Cultural en extremo simplificada.

La Matriz Insumo-Producto nos permite conocer la estructura y/o composición económica del Sector Cultural mexicano y, como se mencionó al principio, identificar EFECTIVAMENTE cuáles son las ramas que requieren de inversión de recursos para aumentar el VABC, y de esta manera, obtener los beneficios sociales que se alcanzan por aumentarlo. Es aquí donde radica la importancia de conocer la estructura productiva del Sector Cultural Hermosillense pues, como ya se ha mencionado, permite identificar las fortalezas

y debilidades del sector así como mejorar las condiciones actuales. Por ello proponemos a las autoridades correspondientes lo siguiente:

Adoptar los criterios propuestos por la UNESCO, a través de la CSCM, para crear una clasificación productiva del Sector Cultural Hermosillense.

Crear una Matriz Insumo-Producto Cultural para Hermosillo que permita conocer la cantidad y calidad de las interrelaciones productivas para la cultura local.

Identificar el anclaje social de la oferta y demanda de bienes y servicios culturales.

Calcular el VABC de Hermosillo y conocer su impacto en la economía de la ciudad.

Crear índices e indicadores culturales que reflejen los tipos de relaciones productivas que se dan en Hermosillo.

Diseñar políticas públicas que mejoren las condiciones generales y particulares del Sector Cultural Hermosillense, basados en los resultados de los puntos anteriores.

Mantener, de manera permanente, el registro económico del Sector Cultural Hermosillense, para lograr la mejora progresiva en el tiempo por medio del análisis de datos, la creación de políticas públicas, y la implementación y análisis de resultados de estas.

Por medio de esta propuesta manifestamos nuestra convicción sobre la importancia de medir los procesos culturales, pues a partir de su cálculo es posible generar políticas públicas que provoquen los beneficios sociales ya expuestos. Ahora, hemos decidido compartir los avances preliminares de una investigación en desarrollo, en la cual, en términos prácticos, mostramos la utilidad de realizar una medición de los comportamientos

sociales alrededor de la cultura. Lo que a continuación se explica fue realizado a partir de los conceptos teóricos propuestos por Piedras (2011), en la construcción de su Índice de Capacidades y Aprovechamiento Cultural de los Estados (ICACE), pero desde una perspectiva a nivel municipal, al cual se le llamó Índice de Capacidades y Aprovechamiento Cultural de los Municipios (ICACM).

Piedras sugiere que para poder ofrecer una explicación de mercado a los procesos sociales de la cultura se deben conocer quiénes o qué cosas realizan el “papel” de la oferta y de la demanda. Además, como la ley de oferta y demanda surge por las variaciones en los precios que se dan en el mercado se debe conocer la infraestructura o composición de este. Es así como él propone la creación de tres variables que forman parte del ICACE: los subíndices de demanda cultural, oferta cultural, e infraestructura cultural. Para la construcción del ICACM se seleccionaron las 32 áreas urbanas que se muestran en la Figura 4. Por otra parte, las fuentes de información de los datos con los que se construyó el ICACM fueron los siguientes:

Módulo sobre Eventos Culturales Seleccionados (MODECULT) 2019.

Directorios publicados por el Sistema de Información Cultural/Secretaría de Cultura.

Banco de datos de industrias culturales y creativas del Centro de Análisis para la Investigación en Innovación.

De la edición 2019 de MODECULT se extrajeron 5 variables que muestran la asistencia a selectos eventos culturales de las personas encuestadas. Este módulo es realizado por el INEGI desde el año 2016. Si bien esta fuente no proporciona información acerca de todo el sector cultural, sí provee una visión lo suficientemente amplia. Se decidió considerar este módulo porque su información está dada por municipios y es de reciente creación. Para poder crear el índice de infraestructura se eligieron ciertas categorías que complementarían la información del índice de demanda. La información de cada municipio fue extraída del Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura.

En cuanto al cálculo de la oferta podemos argumentar que fue una parte complicada de la investigación. Aunque se ha hecho un gran esfuerzo por medir al sector cultural (claro ejemplo es la CSCM del Sistema de Cuentas Nacionales del INEGI) aún no se encuentra disponible de forma abierta esta información desglosada a nivel municipio. En su lugar utilizamos los datos estatales encontrados en el Banco de Datos de Industrias Culturales y Creativas del Centro de Análisis para la Investigación en Innovación, para el año 2014. Los sectores de la economía utilizados son los que entran en la clasificación de la economía naranja (industrias creativas y culturales).

Aguascalientes	CDMX	Cuernavaca	Culiacan
Tijuana	Durango	Tepic	Hermosillo
La Paz	Leon	Monterrey	Villahermosa
Campeche	Acapulco	Oaxaca	Tampico
Saltillo	Pachuca	Puebla	Tlaxcala
Colima	Guadalajara	Queretaro	Veracruz
Tuxtla Gutierrez	Toluca	Cancun	Merida
Chihuahua	Morelia	San Luis Potosi	Zacatecas

Figura 4:
Áreas urbanas consideradas para construir el ICACM.

Para entender bien cómo interpretar los índices debemos explicar cómo fueron realizados: Por cada variable utilizada se creó una medida (índice) con el objetivo de que funcione como auxiliar para desarrollar el subíndice del ICACM. El desglose de cada

Demanda	Oferta	Infraestructura
Asistencia a Teatro	Unidades Económicas del Sector Cultural	Número de Pantallas de Cine
Asistencia a Danza	Valor Agregado	Número de Auditorios
Asistencia a Exposiciones de Arte	Censal Bruto del Sector Cultural	Numero de Galerias
Asistencia al Cine	Empleos del sector cultural	Número de Museos
Asistencia a Conciertos	Remuneraciones Promedio	Numero de Teatros
		Numero Centros culturales

variable utilizada se muestra a continuación:

Figura 5:

Variables utilizadas por subíndice.

Una vez realizado el meticuloso, y ¿por qué no? extenuante trabajo de captura y limpieza de datos, se procedió a normalizar los valores de cada variable para lograr que se representaran en una escala de 0 a 100. Para este procedimiento se utilizó la fórmula:

$$\frac{x(i) - \min(x)}{\max(x) - \min(x)} * 100$$

Si bien parece algo complejo, en realidad es bastante simple. Tomemos por ejemplo el número de auditorios por municipio. Al normalizar los datos nos mostrará que aquel municipio que tenga el mayor número de auditorios tendrá la calificación de 100, y el resto de las ciudades será evaluado como una proporción a esta cantidad. Por otro lado, que un municipio tenga 0 de calificación no significa que no existan auditorios en él, sino que la cantidad que posee es la menor de la muestra. Cada subíndice representa el promedio de calificación de las variables en él, y a su vez el ICACM representa el promedio que resulte del índice de oferta cultural, índice de demanda cultural y el índice de infraestructura cultural. A continuación, mostramos los resultados:

ÍNDICE DE DEMANDA
CULTURAL MUNICIPAL

ÍNDICE DE OFERTA
CULTURAL MUNICIPAL

Ranking	Municipio	Indice_Demanda
1	La Paz	82.841
2	Zacatecas	74.253
3	Chihuahua	72.544
4	Tepic	43.467
5	Colima	39.555
6	Tijuana	38.386
7	Queretaro	37.926
8	Veracruz	37.679
9	Durango	36.215
10	Merida	34.557
11	Tlaxcala	33.623
12	Leon	30.973
13	Hermosillo	30.602
14	Saltillo	27.798
15	Aguascalientes	26.208
16	Campeche	25.034
17	Monterrey	24.578
18	Oaxaca	24.022
19	Villahermosa	23.810
20	CDMX	23.565
21	Culiacan	23.453
22	Tuxtla Gutierrez	21.756
23	Toluca	21.547
24	Cancun	21.406
25	Puebla	19.991
26	San Luis Potosi	19.468
27	Tampico	19.441
28	Morelia	17.628
29	Guadalajara	14.512
30	Pachuca	10.228
31	Quemaveca	9.474
32	Acapulco	4.209

Ranking	Municipio	Indice_Oferta
1	CDMX	100.000
2	Toluca	23.680
3	Guadalajara	22.236
4	Monterrey	17.603
5	Veracruz	17.316
6	Campeche	15.725
7	Villahermosa	15.448
8	Acapulco	14.617
9	Puebla	14.453
10	Leon	13.776
11	Morelia	13.155
12	Tuxtla Gutierrez	10.685
13	Oaxaca	9.944
14	Cancun	9.399
15	Tampico	9.119
16	Chihuahua	9.106
17	Queretaro	9.022
18	Quemavaca	7.955
19	Merida	7.581
20	Tijuana	7.577
21	Culiacan	7.435
22	Hermosillo	6.934
23	Pachuca	6.912
24	San Luis Potosi	6.264
25	Durango	5.630
26	Tepic	5.008
27	La Paz	4.602
28	Saltillo	4.520
29	Zacatecas	3.689
30	Aguascalientes	2.895
31	Colima	2.675
32	Tlaxcala	1.105

Índice de Infraestructura

Ranking	Municipio	Indice_Infraestructura
1	CDMX	100.000
2	Puebla	14.454
3	Queretaro	13.778
4	Monterrey	11.977
5	Merida	10.306
6	Guadalajara	9.900
7	San Luis Potosi	8.838
8	Oaxaca	7.798
9	Aguascalientes	7.196
10	Toluca	7.174
11	Cuernavaca	6.807
12	Morelia	6.607
13	Tijuana	6.598
14	Hermosillo	5.937
15	Saltillo	5.791
16	Villahermosa	5.075
17	Leon	4.883
18	Chihuahua	4.047
19	Acapulco	3.981
20	Colima	3.784
21	Durango	3.771
22	Pachuca	3.708
23	Tuxtla Gutierrez	3.590
24	Culiacan	3.283
25	Cancun	3.204
26	La Paz	2.843
27	Zacatecas	2.643
28	Campeche	2.435
29	Veracruz	1.971
30	Tepic	1.664
31	Tlaxcala	1.584
32	Tampico	0.916

Cultural ICACM

Ranking	Municipio	ICACM
1	CDMX	74.5218
2	La Paz	30.0951
3	Chihuahua	28.5659
4	Zacatecas	26.8615
5	Queretaro	20.2422
6	Veracruz	18.9886
7	Monterrey	18.0528
8	Tijuana	17.5204
9	Merida	17.4814
10	Toluca	17.4671
11	Tepic	16.7129
12	Leon	16.5439
13	Puebla	16.2988
14	Guadalajara	15.5491
15	Colima	15.3381
16	Durango	15.2054
17	Villahermosa	14.7777
18	Hermosillo	14.4909
19	Campeche	14.3977
20	Oaxaca	13.9213
21	Saltillo	12.7031
22	Morelia	12.4635
23	Tlaxcala	12.1042
24	Aguascalientes	12.0988
25	Tuxtla Gutierrez	12.0136
26	San Luis Potosi	11.5332
27	Culiacan	11.3903
28	Cancun	11.3363
29	Tampico	9.8255
30	Cuernavaca	8.0785
31	Acapulco	7.6023
32	Pachuca	6.9492

CONCLUSIÓN

Como fue posible observar a través de los índices presentados en la elaboración del ICACM, el poder medir las conductas sociales sobre aspectos culturales permite encontrar las relaciones creadas por una comunidad cuando se organiza para producir o consumir bienes y servicios culturales. Consideramos que identificar esas relaciones es de importancia sustancial para las autoridades culturales de una región dada, pues detectar esos vínculos sociales permite crear políticas públicas culturales más efectivas y eficientes y, por tanto, ahorro de recursos económicos

y menor desgaste del capital humano. De igual manera, identificar las relaciones sociales mencionadas hace posible incentivar la creación de una clase social cultural que pueda detonar el desarrollo de nuevas identidades y formas de arraigo de la población hacia la ciudad, además de economías locales que permitan desarrollar una carrera y vida personal dedicada mayormente a la creación de nuevas expresiones culturales, sin la amenaza de no tener los recursos económicos para sobrevivir. En pocas palabras, hacer de las manifestaciones culturales una forma de vida económicamente rentable.

REFERENCIAS

- Centro De Análisis Para La Investigación En Innovación. (2018) Banco de datos de industrias culturales y creativas. Recuperado el 15 de octubre de 2019 a partir de: <https://www.caiinno.org/industrias-creativas/>
- INEGI. (2015). El ABC De Las Cuentas Nacionales. México, D. F.: INEGI.
- INEGI. (2018). Comunicado De Prensa Número 581/18. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf el 18 de octubre de 2019.
- INEGI. (2017). Sistema de Cuentas Nacionales de México, Fuentes y Metodologías. Cuenta Satélite de Cultura de México. Año Base 2013. México, D. F.: INEGI.
- INEGI (2019) Módulo sobre Eventos Culturales Seleccionados (MODECULT). México, D. F.: INEGI.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2014). Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo: Manual Metodológico. UNESCO, Diversidad de las Expresiones Culturales. París: AECID.
- Piedras, E. (2011). Índice de Capacidades Y Aprovechamiento Cultural de los Estados ICACE. [Ebook] México, D. F. Recuperado de: http://www.nomismae.net/nomismae_ok/pdf/Nomismae-ICACE_2011.pdf
- Sistema de Información Cultural/Secretaría de Cultura. (2019) Directorio de Auditorios. Consultado el 20 de septiembre de 2019 a partir de: <https://sic.gob.mx/datos.php?table=auditorio>
- Sistema de Información Cultural/Secretaría de Cultura. (2019) Directorio de Teatros. Consultado el 20 de septiembre de 2019 a partir de: <https://sic.gob.mx/datos.php?table=teatro>
- Sistema de Información Cultural/Secretaría de Cultura. (2019) Directorio de Museos. Consultado el 20 de septiembre de 2019 a partir de: <https://sic.gob.mx/datos.php?table=museo>
- Sistema de Información Cultural/Secretaría de Cultura. (2019) Directorio de Galerías. Consultado el 20 de septiembre de 2019 a partir de: <https://sic.gob.mx/datos.php?table=galeria>
- Sistema de Información Cultural/Secretaría de Cultura. (2019) Directorio de Centros Culturales y Casas de Cultura. Consultado el 20 de septiembre de 2019 a partir de: https://sic.gob.mx/datos.php?table=centro_cultural
- Sistema de Información Cultural/Secretaría de Cultura. (2019) Directorio de Complejos Cinematográficos . Consultado el 20 de septiembre de 2019 a partir de: https://sic.gob.mx/datos.php?table=comp_cine