

Acciones de Responsabilidad Social Organizacional: una mirada a la industria cultural en Santiago de Cali*

Organizational Social Responsibility actions: A view to the Cultural Industry in Santiago de Cali*

Ações de Responsabilidade Social Organizacional: um olhar sobre a indústria cultural em Santiago de Cali*

Linda Paola Ospina Díaz **
Carlos Tello-Castrillón ***

Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira**
Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira ***

Fecha de Recibido: Abril 2 del 2018
Fecha de Aceptación: Noviembre 03 de 2018
Fecha de Publicación: Enero 01 de 2019
DOI: <http://dx.doi.org/10.22335/rict.v11i1.547>

*Este artículo es resultado de un trabajo final del programa de Maestría en Administración de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira entre los años 2016 y 2017. Como tal hizo parte del proyecto "Estudio comparativo nacional de las tendencias temáticas de investigación en la Administración y su influencia en la formación universitaria" del Grupo de Estudios Neoinstitucionales GEN.

** Profesional en Gestión Cultural y comunicativa, Universidad Nacional de Colombia - Sede Manizales. Magister en Administración, Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira. Miembro del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN. Correo electrónico: lpospinap@unal.edu.co Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-7927-4140>

*** Doctor en Ingeniería con énfasis en Organizaciones, Universidad Nacional de Colombia - Sede Manizales. Profesor asociado dedicación exclusiva de la Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira. Líder del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN. Correo electrónico: catelloc@unal.edu.co Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-8440-3899>

Resumen

El presente estudio se aproxima a las formas en las que algunas organizaciones de la industria cultural de la ciudad de Santiago de Cali gestionan su Responsabilidad Social Organizacional. Por medio

de un estudio de caso, se busca brindar algunos parámetros de gestión y educación para que estas organizaciones encaucen sus actividades de Responsabilidad Social Organizacional hacia la sostenibilidad y el bienestar social. Se aplicó metodología cualitativa a 6 organizaciones culturales de la ciudad. En un primer momento, se adelantó una revisión bibliográfica en documentos especializados que dio forma a entrevistas semi estructuradas. En un segundo momento, se llevaron a cabo las entrevistas a dos grupos: a) representantes estales de la industria cultural de la ciudad; b) representantes de las 6 organizaciones culturales. Se concluye que faltan algunas directrices para el cumplimiento de Responsabilidad Social Organizacional del sector cultural de la ciudad. El faltante compromete tanto

la creación de políticas estatales como los espacios de formación al respecto.

Palabras clave: Industria de la cultura; Emprendimiento Cultural; RSO; RSE; Santiago de Cali; Estudio de caso; Bienestar social

Abstract

This research shows some ways, as Organizational Social Responsibility actions, used by some organizations of the cultural industry at the city of Santiago de Cali. Within a case study methodology, this paper is aimed to provide some management and education parameters to enable those organizations's sustainability and social welfare actions. Qualitative methodology is used on city's six cultural organizations. First, a bibliographic specialized documents review enabled semi-structured interviews. Second, interviews were carried out within two groups: a) members of the city's county cultural industry; b) People who belongs to the six cultural organizations. Results show that there are some absences to compliance guidelines in the city's cultural sector. Consequently, it is difficult both the creation of public policies and training spaces about Organizational Social Responsibility of the studied organizations.

Keywords: Creative industries; OSR; CSR; Santiago de Cali; Case studies; Cultural Entrepreneurship; Social welfare

Resumo

Esta pesquisa mostra algumas formas utilizadas por algumas organizações da indústria cultural da cidade de Santiago de Cali como ações de Responsabilidade Social Organizacional. Utilizando uma metodologia de estudo de caso, este artigo tem como objetivo fornecer alguns parâmetros de gestão e educação para permitir as ações de sustentabilidade e bem-estar social dessas organizações. A metodologia qualitativa é usada nas seis organizações culturais da cidade. Por meio do processo, como primeiro momento, foi realizada uma revisão bibliográfica de documentos especializados, permitindo a realização de entrevistas semiestruturadas. Como segundo

momento, foram realizadas entrevistas em dois grupos: a) membros da indústria cultural do município; b) Pessoas que pertencem às seis organizações culturais. Os resultados mostram que existem algumas ausências às diretrizes de compliance no setor cultural da cidade, dificultando a criação de políticas públicas e espaços de formação para a Responsabilidade Social Organizacional das organizações estudadas.

Palavras-chave: Indústria cultural; Empreendedorismo Cultural; Santiago de Cali; Estudo de caso; Bem estar social

1. Presentación de la investigación

Este artículo es resultado de una investigación desarrollada dentro del cuerpo de conocimientos de las Ciencias Sociales. Específicamente, se ubica como parte de la Teoría Organizacional toda vez que asume un objeto de estudio relativo a los grupos humanos así identificados. La investigación hace parte del "Estudio comparativo nacional de las tendencias temáticas de investigación en la Administración y su influencia en la formación universitaria" del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira.

El enfoque principal del presente escrito es la Responsabilidad Social Organizacional (RSO) de las organizaciones culturales de Santiago de Cali. El estudio se desarrolló a partir de un estudio de caso de seis organizaciones, formalmente constituidas, representativas de las seis *subcategorías* de la categoría de *Arte* en esta ciudad. Estas son, organizaciones representativas de lo que puede llamarse la *industria cultural*.

En tiempos recientes, esta industria ha aumentado su contribución económica. Según el Informe de Gestión 2010-2014 del Ministerio de Cultura, la industria cultural alcanzó a ser el 3.3% del PIB de Colombia (Ministerio de Cultura, 2015b, p. 95). Esta cifra es mayor que la correspondiente a los años 2005-2008 donde osciló entre el 1.56% y el 1.04% (Ilustración 1). Durante ese período 2010-2014, la industria cultural de Cali mostró una menor participación en el PIB local de la ciudad que la medida nacional. Sin disponer aún de cifras al respecto, se espera que esta situación haya

mejorado con la categorización de Cali como Distrito cultural y deportivo a partir de mayo de 2017. Es difícil encontrar la estimación precisa del aporte de la industria cultural al PIB en las cuentas del DANE. Por tal razón, no fue posible incluir datos más actualizados al respecto.

La industria cultural es un medio válido de ejecución de la RSO. Son múltiples las formas en que las organizaciones de la industria cultural (OIC) adelantan tal cometido: a) la esencia de la cultura, en cuanto forjadora de identidad, se compone de

bien vistas por el ente evaluador y financiador, el Ministerio de Cultura. Por tal razón, es necesario que las organizaciones de este sector se apropien de la norma ISO 26000, sobre Responsabilidad Social, para que dinamicen una gestión tendiente al mejoramiento continuo.

La ISO 26000 es una guía de gestión apropiada para la ejecución de la RSO. De la norma “se desprende una comprensión global relevante de lo que es la Responsabilidad Social y lo que las organizaciones tienen que hacer para operar de una manera

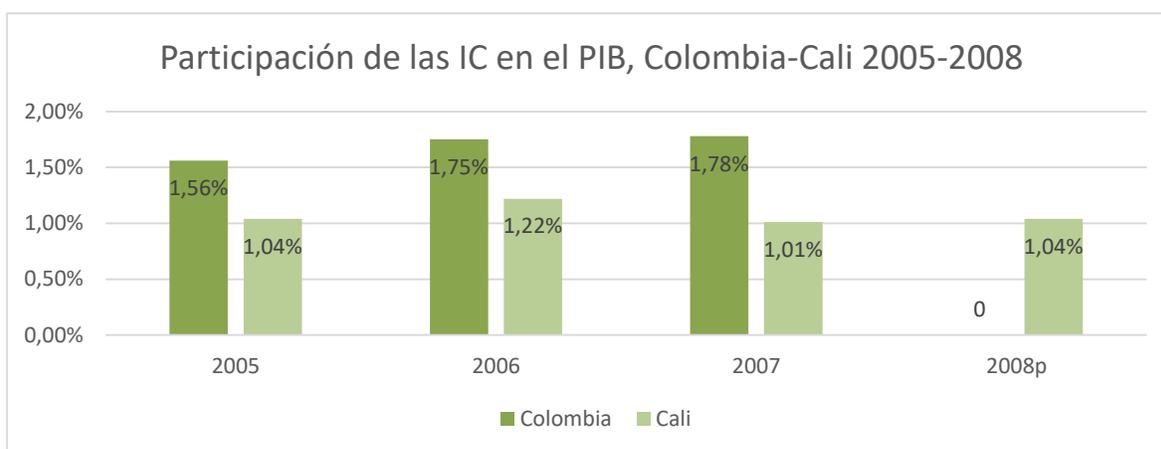


Ilustración 1 Participación de las industrias culturales en el PIB, Cali y Colombia. Fuente: (Alonso Cifuentes, Gallego Londoño, & Ríos Millán, 2010, p. 112)

programas que, por naturaleza, son de beneficio social; b) las OIC son subcontratadas por otras organizaciones para fomentar buenas prácticas y aportar a los diferentes programas de RSO; c) las OIC responden a diversos Grupos de Interés (GI), en especial a sus empleados y la comunidad local. Estas formas hacen de las OIC entidades proclives a ser socialmente responsables.

La sociedad actual respalda y regula a las organizaciones que presentan esta proclividad. Como parte de ello, la legislación para el sector cultural promueve la sostenibilidad tasada en aspectos sociales, económicos, ambientales y en especial en la salvaguardia de tradiciones. La legislación consiste en promulgaciones tales como la Constitución Política de Colombia de (1991), la Ley General de Cultura (1997) y otras disposiciones del Ministerio de Cultura (2010). De esta forma aparecen organizaciones que adelantan proyectos y acciones de alto impacto y que, por tanto, resultan

socialmente responsable” (ISO, 2010b, p. 5). La apropiación de la norma habilita para la integración, implementación y promoción de comportamientos socialmente responsables dentro de la organización. Así mismo, permite la identificación de las partes y la comunicación y compromisos relacionados con la RS. La gestión de las OIC sobre la base de la ISO 26000 resulta útil en la sostenibilidad micro y meso social. Esto se debe, primordialmente, a que se amplía la cobertura social de la cultura; se dignifica a los artistas, gestores y creadores culturales y se promueven los Derechos Humanos.

La revisión bibliográfica sugiere escasez de textos sobre la gestión de la RSO en las OIC. Esto se puede explicar por: a) el desconocimiento que tienen las OIC sobre las categorías a través de las cuales se manifiesta la RSO; b) la informalidad del sector cultural toda vez que ha sido especialmente forjado por el trabajo de gestores empíricos; c) la falta de

información sobre la norma ISO 26000; d) la concepción errada de lo que significa la RSO dentro del campo cultural: una significado orientado a temas de financiamiento, aspectos económicos y cumplimiento de indicadores de tipo económico (Rodríguez Ferrándiz, 2011). En razón de ello, este escrito tiene como objetivo proporcionar unos parámetros de gestión y educación para que las OIC encaucen, en un trasfondo de fomento de la sostenibilidad y del bienestar social, su actividad en favor de la RSO.

2. Revisión de literatura

En esta parte del texto se definen los conceptos centrales de la presente investigación. Como tal, se establecen las definiciones de Organización Cultural, Responsabilidad Social Organizacional, el papel del Estado en la RSO del sector cultural y las categorías de la norma ISO 26000.

2.1. Organización cultural

La definición parte del concepto mismo de organización. “La organización es un componente, primordialmente, fractal y funcional del sistema social” (Tello-Castrillón, 2018a, p. 100) ordenado intencionalmente. Para ello, las organizaciones acuden al trabajo humano jerarquizado, a las técnicas y a las herramientas. Entre otras características, “las organizaciones son dinámicas, cambiantes, conflictivas, complejas y tienen una cultura propia y estructura de sistema abierto” (Dávila, 2001, p. 5). En este escrito se entiende que el término organización es amplio y contiene a las empresas (organizaciones con ánimo de lucro), las organizaciones sin ánimo de lucro (que incluye las ONGs).

De otra parte, la Secretaria de Cultura Municipal de Santiago de Cali, en la clasificación de la convocatoria de estímulos, establece las áreas y sub-áreas del sector cultural: Artes (literatura, música, danza, teatro y circo, artes plásticas y visuales y audiovisuales); Artes tradicionales (Artesanía, gastronomía); Emprendimiento Cultural; Periodismo Cultural; Eventos y Festivales; Formación Artística; Poblaciones (grupos de interés, grupos étnicos y patrimonio) y Cultura Ciudadana (Secretaría de Cultura y Turismo de Santiago de Cali, 2016). Es de suponer que estas áreas se basan

en Howkins (2001) y fueron el núcleo del análisis de Hernández Madroñero, Ospina Díaz, Londoño-Cardozo, & Tello-Castrillón (2018) sobre la Ley Naranja. Entre la áreas, *Artes* es la más visible al punto que el Ministerio de Cultura trata la Cultura y al Arte como un solo elemento (Álvarez, 2017).

Sobre la base del concepto de organización y de las Áreas se puede pasar a definir *organización cultural*. La definición denota las organizaciones que tienen como actividad principal el crecimiento de la cultura por medio de los procesos de creación, distribución y divulgación culturales en espacios locales, regionales, nacionales o internacionales (Ministerio de Cultura, 2015a). Tal actividad se desarrolla a través de a) la creación, circulación, divulgación y distribución de contenido cultural y b) la salvaguardia de tradiciones, manifestaciones, y expresiones sociales y artísticas en diferentes poblaciones. Es necesario resaltar que las organizaciones culturales subsumen a las OIC y que estas dos categorías, por tanto, no son sinónimas. Más adelante se explica la razón de ello.

2.2. Responsabilidad Social Organizacional

Toda organización debe reflejar su compromiso con la sociedad en cada uno de sus actos. A pesar de este elemento común, la responsabilidad social de las organizaciones es un concepto cargado de imprecisiones y limitaciones, con perspectivas en alto grado disímiles y sin una metodología homogénea. Adicionalmente, los estudios, en general, han considerado la RSO como un fenómeno opcional que depende de una decisión posterior a la ganancia (Tello Castrillón & Rodríguez Córdoba, 2014). Sin embargo, esto no es aceptable en razón de que la RSO se ubica cercana a las estrategias de marketing y lejana de los elementos primarios de la cohesión social.

En tanto elemento de cohesión social, la RSO es un asunto concerniente a cualquier tipo de organización. Por lo tanto, esta responsabilidad es una parte ineludible de las decisiones organizacionales tal como sucede con los estudios financieros o las estrategias de mercado. De esta manera, se hace evidente que las expresiones habituales de Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa, que

manifiestan intencionalidad de negocio y lógica de mercado, no comprenden la plenitud del concepto. En razón de ello, la inclusión de la observancia de la cohesión social y de las organizaciones sin perfil empresarial obliga a hablar de Responsabilidad Social Organizacional (Tello Castrillón & Rodríguez Córdoba, 2016).

Finalmente, Tello-Castrillón definió la RSO como:

las actitudes y acciones organizacionales, usualmente extralegales, según las cuales las actividades misionales de la organización se desarrollan de manera tal que contribuyen al mejoramiento y sostenibilidad de los Grupos de Interés de su comunidad inmediata y de la sociedad en general. Este mejoramiento se manifiesta en las dimensiones legal, comunitaria, competitiva y ambiental. Para ello, se deben tener en cuenta las interpretaciones que los Grupos de Interés hacen de su propio bienestar (Tello Castrillón, 2018b, p. 193)

La RSO es fundamental para la sostenibilidad y las buenas prácticas en las organizaciones. Su implementación tiene lugar por medio de categorías que reflejan los nodos de articulación entre la organización y la sociedad. Para el caso de las OIC, el estudio de tales categorías permite comprender el grado de cumplimiento de su RSO.

Las categorías son definidas por la norma ISO 26000. Esta norma fue creada con la intención de maximizar el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones. La pertinencia de la ISO 26000 para el estudio de las OIC se basa en su condición de

...norma internacional ISO que ofrece guía en responsabilidad social. [La ISO 26000] está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma permite un esfuerzo por operar de manera socialmente responsable y que la sociedad exige cada vez más" (ISO, 2010b).

En la norma, la RSO se define como

La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un

comportamiento ético y transparente que: o tome en consideración los intereses de sus partes interesadas; o cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y/o esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones (ISO, 2010b).

La definición toma en cuenta los GI, la legislación y la normativa internacional en relaciones basadas en siete principios

1 Rendición de cuentas	5 Respeto al principio de legalidad
2 Transparencia	6 Respeto a la normativa internacional de comportamiento
3 Comportamiento ético	7 Respeto a los derechos humanos
4 Respeto a los intereses de las partes interesadas	

Tabla 1 Siete Principios de la RSO elaboración propia a partir de Argandoña (2012, pp. 12-17), ISO (2010b, 2010a).

Sobre la base de estos principios, la ISO 26000 propone las categorías de la RSO. Estas son,

Derechos humanos: Resolución de conflictos, cumplimiento diligente, manejo de riesgos, no discriminación de grupos vulnerables, evasión de la complicidad

Prácticas operativas justas y cumplimiento de los derechos sociales, civiles y políticos, económicos, culturales y laborales.

Prácticas laborales: Desarrollo del capital humano, condiciones laborales y protección social, trabajo y relaciones laborales salud y seguridad en el trabajo y garantizar el equilibrio entre el empresario, gobierno, sindicato trabajadores a través del diálogo social.

Protección al medio ambiente: Prevención de la contaminación, uso responsable de los recursos no renovables, protección y restauración y mitigación y adaptación del cambio climático

Gobernanza organizativa: Rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, cumplimiento de leyes y respeto a los intereses de los grupos de interés.

Temas relacionados con los consumidores: Prácticas justas de comercialización, de



información y contractuales, educación y toma de conciencia de consumo sustentable, acceso a servicios esenciales, protección y privacidad de la información y Protección de la salud y seguridad de los consumidores.

Desarrollo e involucramiento de las comunidades: Involucramiento, inversión social, desarrollo de tecnología, inversión responsable, creación de empleo, riqueza e ingresos (ISO, 2010b).

La RSO apunta a la sostenibilidad. Conforme a ello, implica, de una parte, buenas prácticas que se desarrollan de dos maneras en el caso de las organizaciones culturales: Primero, una manera intrínseca donde se adelantan programas o procesos de RSO para los GI propios de las organizaciones culturales. Segundo, una manera extrínseca bajo la forma de la contratación de las OIC por parte de otras organizaciones que buscan cumplir con su propósito de RSO.

De otra parte, La RSO se articula por medio del logro de diecisiete objetivos de sostenibilidad. En general, tales objetivos se basan en la disminución la pobreza, la seguridad alimentaria, el bienestar social, la educación, la igualdad de género, la disponibilidad de los recursos naturales, la economía sostenible, el empleo, la industrialización inclusiva y sostenible, la igualdad para los ciudadanos, el consumo sostenible, las medidas para la reducción del cambio climático y el fortalecimiento de las alianzas para el Desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2018). Los objetivos buscan garantizar una mejor calidad de vida más allá del asistencialismo y sobre la base de la superación de las condiciones de vulnerabilidad de las poblaciones.

2.3. Cultura

El término *Cultura* presenta múltiples acepciones. A finales del siglo XVIII, las tradiciones intelectuales francesa, alemana y anglosajona discutían al respecto y como resultado nace el vínculo de *Cultura* con *Civilización*. En la tradición intelectual francesa se diferencian los cultos de los *incultos* en forma de *civilizados vs. no civilizados* (García Ruíz & Figueroa, 2007). En la tradición alemana, que incluye la *Kultur* kantiana, *Cultura* se diferencia de *civilización* en cuanto la primera se refiere al

progreso *intelectual de una colectividad* mientras que la segunda está basada en la acción de *civilizar*. Esto es el cumplimiento de las normas sociales. Finalmente, la tradición intelectual anglosajona parte de los conceptos antropológicos de *cultura humana*, explicados por autores como E. B. Tylor (1871) y Charles Darwin (1859).

Tylor (citado por Barrera Luna, 2013) definió *Cultura*, en 1871, como un *todo complejo*. Este encierra, a través de habilidades y aprendizajes, aspectos vinculados con la aceptación de los individuos en la sociedad (Gómez Pellón, 2010) la *Cultura* se compone de acciones físicas y mentales, colectivas y sociales, por medio de las cuales se crea la identidad de los individuos (Gómez Pellón, 2010). Finalmente, Gómez Pellón nombró a Malinowski quien planteó que la cultura deviene de la organización para la satisfacción de “las grandes necesidades del ser humano (refugio, alimento, satisfacción sexual, etc.)” y se establece “mediante la existencia de las correspondientes instituciones” (Gómez Pellón, 2010).

El concepto de *Cultura* también fue abordado por el antropólogo (Geertz, 2003). Para este autor, la cultura se entiende como un hecho cargado de significados entreverados en telares de significados que han sido tejidos por el mismo ser humano. Por esto, la cultura debe estudiarse a partir de los patrones conductuales de las personas, los signos y los símbolos que representan a los individuos, a los colectivos y a la sociedad en general.

Existe una concepción de Cultura que goza de amplia difusión. Se trata de la definición de la UNESCO (1982) según la cual

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella 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 y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto

inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden (UNESCO, 1982).

Puede notarse la compilación de varios de los conceptos anteriores que ha sido incorporada en esta definición. La definición de la UNESCO es aceptada por varias organizaciones representativas de la cultura, entre las que se destaca la consultada Secretaria de Cultura de Santiago de Cali.

En concordancia con lo anterior, Jesús Martín Barbero (1999), expuso dos corrientes de la cultura que resultaron útiles para los propósitos de la presente investigación. Estas fueron una corriente *antropológica* y otra corriente *sociológica*. Para la primera, la cultura está relacionada con todo: tradiciones, mitos, religión entre otros. Por su parte, para la segunda, la cultura se define a través de acciones puntuales: danza, teatro, música entre otros. Esto resulta dos divisiones: una *primitiva* y otra *estructuralista*, respectivamente.

En ambos casos, consideró Martín Barbero, la cultura se encuentra en momento de especialización. Esto es, la cultura sufre una industrialización que, progresivamente, la escinde de las comunidades. En la misma medida, la cultura, progresivamente, se incorpora a las organizaciones especializadas y de estandarización de los productos *culturales* que segmentan los públicos o consumidores. De esta forma, la cultura se convierte en un híbrido entre lo primitivo y lo moderno que debe exponerse para que pueda darse a conocer y perdurar en el tiempo. De estas condiciones, deviene la *industria cultural* que se encarga de masificar tanto lo popular como los signos y símbolos de las élites.

Esta investigación abordó el concepto de Cultura a partir de las definiciones anteriores. Esto es, la Cultura se entiende desde los conceptos antropológicos, sociológicos y de interpretación de los signos y símbolos de las diferentes comunidades como también la cultura se expresa desde los diferentes rasgos, manifestaciones y expresiones artísticas que representan al individuo y caracterizan a los grupos sociales.

2.4. Industrias culturales

La UNESCO establece su propia definición de industria cultural. “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2017). La Ilustración 2 expone las industrias culturales, los sectores y las prácticas artísticas correspondientes a cada sector.

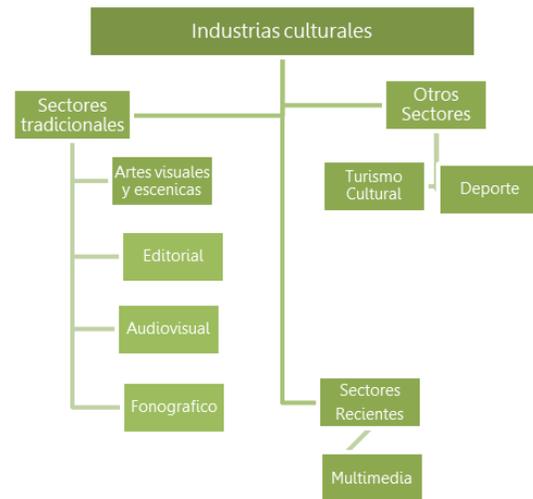


Ilustración 2 Industrias Culturales. Elaboración propia a partir de Ministerio de Cultura (2010).

María Maya Franco planteó tres aproximaciones que permiten conceptualizar la industria cultural. La primera aproximación propone que la industrialización ha privilegiado el sentido de la cultura como *entretenimiento*. Por tal razón, la industria cultural se concentra en entretener a las elites o grupos sociales que pueden costearla. Con los costos de por medio, la cultura se divide entre un arte *superior* y un arte *inferior* de forma tal que se resquebraja la independencia de la industria cultural respecto a las finalidades económicas o políticas (2011). Frente al tema, Vargas Llosa señaló que la sociedad actual prioriza el entretenimiento y la diversión como vías de escape de la rutina de la vida cotidiana. Esto explica el incremento en el consumo cultural (Vargas Llosa, 2012).

La industria cultural ha dependido de la globalización y de los avances tecnológicos. Gracias a ellos, la cultura se ha masificado y por tanto, se ha

reafirmado su carácter público. Sin embargo, la búsqueda de ingresos por parte de las organizaciones culturales ha privatizado las expresiones culturales.

La segunda aproximación aborda la industria cultural como parte del modo de *ser* de las sociedades actuales. Esto es, las conductas utilitaristas implicadas en todos los *ámbitos de la vida* y que se encaminan a la satisfacción de necesidades e intereses de tipo económico. Finalmente, el *devenir de las mercancías de los bienes culturales* y las relaciones humanas configuran la tercera aproximación. En estos, los estilos de vida son empleados para fines lucrativos, como sucede en la *publicidad*, y los individuos pasan a “ser objetos de la industria cultural” (Maya Franco, 2011, p. 29).

2.5. Emprendimiento cultural

El *emprendimiento cultural* también es definido por la UNESCO. En efecto, se establece como una “Iniciativa o proyecto cultural con un plan de viabilidad que lo hace económicamente sostenible o en vías de serlo en una institución o empresa cultural” (UNESCO, 2010, p. 137). El *emprendimiento*, como genérico, se define en La Ley 1014 de 2006 “como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Congreso de la Republica de Colombia, 2006). Para Londoño-Cardozo, el emprendimiento “debe entenderse como el acto de iniciar, crear una modalidad de trabajo denominada en algunos lugares como auto empleo. Este acto se basa en iniciar una organización de cualquier clasificación por el impulso de una o varias personas que buscan satisfacer necesidades económicas o sociales y que no encontraron solución en las modalidades existentes” (2018, p. 99). De esta forma, se incorporan categorías propias del mundo de los negocios - perspectiva holística, liderazgo, gestión de riesgo, entre otros - que coadyuvan al encuentro de oportunidades para la creación de valor. Se asume que este valor beneficia

a la organización, la economía y la sociedad (Ministerio de Cultura, 2010). Las OIC son el resultado de los emprendimientos culturales.

Las OIC como punto de mira de las políticas públicas configuran la parte más importante de las *políticas culturales* y logran un doble beneficio. El primero de ellos se refiere a la satisfacción de los *derechos culturales* de los individuos o *actores culturales*. Estos actores van desde el creador del bien o servicio cultural hasta el consumidor. El segundo beneficio versa sobre la importancia de promover el emprendimiento cultural por medio de *organizaciones*. Esto es, estimular a las personas naturales o grupos artístico-culturales para que se formalicen. De esta manera, se sumarían a la institucionalidad y, por tanto, se visibilizarían su aporte a la economía de la cultura y sus necesidades (Rausell-Köster, 2013). La condición de *organizaciones* obliga a que los emprendimientos culturales sean socialmente responsables.

En las políticas culturales de Colombia hay especial atención a las organizaciones privadas no culturales. Estas, especialmente las empresas, son tomadas como fuente de apoyo para el sector cultural a través de “programas de mecenazgo o de responsabilidad social empresarial, ya sea por su presencia directa en el desarrollo de las industrias creativas locales o en la distribución de productos culturales nacionales e internacionales” (Ministerio de Cultura, 2010, p. 35). Sin embargo, aunque las OIC también son, en general, organizaciones privadas, su RSO parece ser tratada como un insumo de la RSO de las otras organizaciones. De esta forma, las preguntas por la RSO *propia* de las organizaciones culturales son soslayadas. Por lo tanto, la perspectiva de la RSO cultural como insumo deja muchas dudas sobre lo que implica una OIC socialmente responsable.

A pesar de ello, se pueden encontrar criterios para el desarrollo de la RSO cultural en las directrices de la Secretaría de Cultura de Santiago de Cali. Esta dependencia asume políticas enfocadas en las OIC que se distancia del enfoque en la tercerización del sector cultural como insumo de la RSO de las empresas. En efecto, el propósito de la Secretaría es “liderar la planeación y gestión de políticas y programas que fomenten la cultura y el ejercicio de

los derechos culturales, promoviendo la vinculación del sector al desarrollo social y económico del Municipio de Santiago de Cali, con criterios de inclusión e innovación.” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016).

3. Metodología

La presente es una investigación *cualitativa* a partir del método de estudio cualitativo de caso. Su desarrollo contempló información primaria, a través de las entrevistas, la asistencia a eventos del sector y la observación; y secundaria, por medio de libros y publicaciones académicas.

La captura de la información secundaria se adelantó en las bases de datos a las que se encuentra afiliado el Sistema Nacional de Bibliotecas (SINAB) de la Universidad Nacional de Colombia. Estas fueron EBSCO, Google Academic, Dialnet, DOAJ y SciELO. También hubo búsqueda en el portal de la UNESCO. La selección de los documentos se hizo sobre la base de dos parámetros: publicaciones posteriores al año 2000 y objetivos de investigación afines al presente estudio. En razón de lo anterior, se seleccionaron como fuentes secundarias principales los textos realizados por Barbero (1999), Cejudo Córdoba (2017), García Ruíz & Figueroa (2007), Tello Castrillón & Rodríguez Córdoba (2014, 2016), Tello Castrillón (2014), Alonso Cifuentes, Gallego Londoño, & Ríos Millán (2010) entre otros documentos, que resultaron ser cruciales para el desarrollo de la presente investigación.

El trabajo se adelantó en cuatro etapas. La primera etapa se configuró con la revisión bibliográfica para definir los *conceptos fundamentales*. La segunda etapa consistió en la elaboración y ejecución de las entrevistas a los expertos en torno a los *conceptos fundamentales*. Sobre la base de esta información, apareció la tercera etapa en la cual se diseñaron y ejecutaron las encuestas a las OIC intencionalmente seleccionadas. Por último, en la cuarta etapa se ordenó y analizó la información.

La revisión bibliográfica permitió definir la estructura conceptual que orientaría el trabajo de campo. Inicialmente se estableció en qué consiste el *sector cultural* y, por tanto, una OIC. Una vez hecho lo anterior, se pasó a sentar de qué manera la responsabilidad social compete a las OIC. En

especial, se trabajó con los planteamientos hechos por la norma ISO 26000.

Con la información anterior, se procedió a entrevistar a expertos en el tema. Se trató de cuatro personas vinculadas con el sector cultural de Cali: un funcionario de la Secretaría de Cultura de Santiago de Cali, dos consejeros municipales -uno para el sector musical y otro para las ONGs- y un funcionario académico-administrativo. Se trabajó con entrevistas semi estructuradas cuyos resultados trazaron las directrices de la información que iba a ser capturada en las OIC. Cada una de las preguntas fue elaborada según el marco teórico de la investigación. (Tabla 2)

Los expertos direccionaron la selección de las organizaciones culturales escogidas en la muestra trabajada. Se escogieron aquellas que ellos citaron como las OIC más representativas del sector. Tal escogencia se basó en el compromiso social, el impacto económico, la capacidad de autogestión y el reconocimiento ciudadano de tales organizaciones. Igualmente, se estableció que las OIC seleccionadas debían cumplir con el requisito de estar formalmente constituidas. Solo de esta manera se podría habilitar el seguimiento de su RSO puesto que, si una organización no está formalizada, incumple de entrada con su RSO. Las organizaciones se eligieron conforme a la categoría *Arte*. Dentro de esta, se seleccionaron las industrias culturales tradicionales por ser las más extensas: Danza, música, teatro y circo, literatura, artes plásticas y audiovisuales.

La muestra resultó en seis OIC. Estas fueron: Delirio (Teatro-circo-danza y música), Juventud 2000 (Danza), The Monkeys (Música y Artes visuales), Orquesta María Mulata (música), La Mamba Negra (música, artes visuales), y una creadora cultural, docente y actriz Marleyda Soto (teatro, circo, artes plásticas y literatura). Con la selección de la muestra y el procesamiento de la información capturada de las entrevistas a los expertos, surgió un *primer panorama* sobre la RSO en las OIC.

Objetivo	Pregunta para experto
Entender la definición de cultura y su transformación histórica	¿Qué es cultura? A partir de la anterior respuesta, ¿cómo puede incorporarse el desarrollo de la cultura como parte de las responsabilidades de los individuos con la sociedad?
Relacionar y comparar los programas de emprendimiento cultural con la RSO	Si se reconoce que la política de las instituciones gubernamentales es apoyar iniciativas de emprendimiento cultural a los diferentes sectores de las industrias culturales, ¿cuáles considera usted que son los emprendimientos culturales de mayor relevancia en la ciudad de Santiago de Cali?
Determinar la relación de las prácticas artísticas con el desarrollo de programas de RSO de manera intrínseca y extrínseca en las organizaciones culturales.	¿Cuáles son los procesos o programas internos de RSO de las organizaciones culturales con sus propios grupos de interés? ¿Considera usted que las organizaciones de la industria cultural son subcontratadas como parte de los programas de RSO de otras organizaciones con ánimo de lucro?
Reconocer los procesos de industrias culturales y su aporte a la RSO	¿Considera usted que las organizaciones de la industria cultural son subcontratadas como parte de los programas de RSO de otras organizaciones con ánimo de lucro? Se reconoce el crecimiento de la industria cultural y su aporte significativo en los últimos años al PIB del país. ¿Considera usted necesario generar políticas que reglamenten la RSO interna de las organizaciones culturales?
Tipificar la RSO en la Organizaciones culturales	¿Cuáles son los procesos o programas internos de RSO de las organizaciones culturales con sus propios grupos de interés? ¿Cuál considera usted que es el impacto de las organizaciones culturales en RSO? La RSO es el mecanismo que permite generar buenas prácticas, sostenibilidad y acciones basadas en la ética dentro de las organizaciones ¿qué tipo de acciones, recomendaría para favorecer este mecanismo?

Tabla 2 Paralelo Teórico de Diferentes Enfoques Sobre Cultura y RSO. Elaboración propia

El siguiente paso fue el diseño y ejecución de las entrevistas a los representantes legales de las OIC. Las preguntas se diseñaron sobre la base de las definiciones de cultura y los 17 aspectos de la RS en forma de entrevistas semi estructuradas. Se construyó la Tabla 2 donde se relacionan los objetivos específicos de la investigación con la norma ISO 26000. Esta fue la base para la tipificación de la RSO de las organizaciones culturales en Santiago de Cali y para la elaboración de propuestas de mejoramiento.

El resultado final muestra que el sector cultural sufre de ausencia de directrices de cumplimiento de las categorías de RSO. Por ello, se recomienda que los entes estatales a) diseñen políticas de

promoción de la cultura acordes a las necesidades de artistas, gestores culturales y creadores culturales locales y b) creen espacios de formación para la mejora de la autogestión y la sostenibilidad de las OIC. De esta manera, serían mayores los impactos de las OIC en cada una de sus comunidades y en la sociedad en general.

4. Resultados y discusión: Responsabilidad Social Organizacional en las organizaciones culturales de la ciudad de Santiago de Cali

En el siguiente apartado se exponen las respuestas de los cuatro expertos del sector cultural escogidos para el desarrollo del presente estudio. En los numerales que 4.1 a 4.3 se incluyen las apreciaciones de la cultura como parte de la RSO de

las restantes organizaciones del medio. Por su parte, en los numerales 4.4 a 4.9 hablan de la RSO propia e interna de las organizaciones culturales.

4.1. Sobre el concepto de cultura

Las definiciones de cultura dadas por cada experto guardan correspondencia con los autores citados en la revisión de literatura. Esto implica que, en términos generales, se tenga una relativa homogeneidad en el reconocimiento de su importancia social.

La definición de cultura de la UNESCO (1982) es asumida por el Ministerio de Cultura y de ahí por la Secretaria de Cultura de Santiago de Cali. Por su parte, las acotaciones de los demás expertos son más cercanas a Geertz (2003) y Barbero (1999).

Cultura es un término amplio que está relacionado con la historia. En tal sentido, “es la historia de los

costumbres compartidos por las personas en un territorio (Álvarez, 2017).

Del concepto original de Cultura se derivan otros. Ahí se encuentran categorías como “cultura ciudadana, cultura de paz e industria cultural” (Rodríguez Vélez, 2017), entre otras. Justamente, en la *industria cultural* es donde se reconocen las manifestaciones más visibles del sector cultural: la música, el teatro y las artes en general. De una forma simple, se puede decir que todo lo artístico es creativo y cultural. “La creatividad es una cualidad que vas más allá de lo artístico y trasciende varias actividades humanas como “publicidad, arquitectura, diseño, moda” (Álvarez, 2017). Por su parte, lo cultural incluye los asuntos que ya han sido citados en este escrito.

El sector cultural genera desarrollo a través de múltiples prácticas socioculturales. De esta forma, el sector genera un impacto socioeconómico que

EMPRESARIOS DE MAYOR RELEVANCIA			
Secretaría de Cultura	Juan Felipe Rodríguez	Julián Rodríguez	Luis Miguel Álvarez
Fosfenos media (Productora de contenidos infantiles para cine, televisión y nuevos formatos)	Festival Petronio Álvarez	Eventos de gran factura: Festival de Música del Pacífico "Petronio Álvarez", Salsódromo, Feria de Cali	Audiovisuales: Fosfenos, 64A Films
Marcela Rincón	Mundial de salsa.	Org. dedicadas a realizar procesos: Proartes, Arte y parte Julián Rodríguez,	Danza: escuelas de salsa, Swing Latino
Esteban Copete y su quinteto pacífico,	Cali teatro	Incolballet (Escuela de ballet clásico de Cali)	Música: Herencia de Timbiqui
La Mamba Negra,	Los Monkeys (Punk rock)	Fundación estímulos (procesos con niños con síndrome de down)	Teatro: Espacio Hotel.
Agrupaciones de Hip-Hop.			Editorial: Buricornio

Tabla 3 Emprendimientos culturales. Elaboración propia

seres humanos” (Rodríguez, 2017) e implica “todas las actividades que se han realizado por la mano del hombre” (Álvarez, 2017). Por ello, la Cultura refleja la diversidad del ser humano y sus entornos y, por tanto, puede ser una reacción en contra de la globalización. La Cultura trata de asuntos variados como son los conflictos, las representaciones religiosas y la arquitectura. En razón de ello, la Cultura va ligada a la tradición y caracteriza una sociedad por medio de hábitos, comportamientos y

resulta útil como medio para el cumplimiento de la Responsabilidad Social de las otras organizaciones.

4.2. Emprendimientos culturales

Se reconoce la importancia de un emprendimiento cultural conforme a varios factores. Estos son: su sostenibilidad, la facilidad para la consecución de recursos, el financiamiento estatal recibido y su impacto social y económico. De acuerdo a la muestra, las principales actividades que desarrollan

las organizaciones de la industria cultural son la participación en festivales y encuentros; los procesos de formación para la comunidad; la participación en convocatorias locales, nacionales e internacionales, mercadeo y la generación de alianzas estratégicas.

A partir de lo anterior, la Tabla 3 muestra los emprendimientos culturales de mayor relevancia entre los expertos consultados.

En Santiago de Cali, se tiene un alto número de emprendimientos culturales. Tal condición se debe, en gran parte, a que existen varias organizaciones educativas relativas a las áreas artísticas. Sin embargo, la participación de los emprendimientos en las convocatorias es escasa, especialmente debido a la poca amplitud de estas.

El apoyo de las convocatorias se concentra en eventos de gran consumo. Como muestra de ello, el *Centro de Industrias Culturales* relaciona la Cultura con actividades de alto impacto económico. Si bien este impacto es positivo, su influencia social no es amplia. Por el contrario, los actores locales y las organizaciones culturales de las comunas tienen una escasa presencia económica aun cuando su gestión afecta positivamente la cultura local.

Entre los emprendimientos culturales se destaca el grupo musical *Herencia de Timbiquí*. Sus procesos de autogestión, participación en convocatorias y mercadeo cultural han tenido una fuerte influencia socioeconómica. De hecho, su presencia los ha llevado a convertirse en asesores del *Centro de Industrias Culturales de la Universidad ICESI*. Como muestra del éxito de su gestión, esta agrupación ha sido galardonada en varias ocasiones: Premios Shock de la Música Colombiana en 2013, Festival De Música del Pacífico "Petronio Álvarez" en 2006, y el Festival internacional de Viña Del Mar, Chile en 2013, donde obtuvieron Gaviota de Plata a la Mejor Interpretación Folclórica (Herencia de Timbiquí, 2003).

4.3. La RSO y la industria cultural

La RSO remite a la responsabilidad de los individuos toda vez que estos constituyen la sociedad. En tal sentido, estos deben estar comprometidos en el cumplimiento de las metas de todos con el

propósito de garantizar la felicidad (Rodríguez, 2017). Cuando se pasa al nivel de las empresas, la RS parece estar ligada y limitada al cumplimiento de las leyes (Álvarez, 2017). Sin embargo, insinuó Álvarez, traspasar la ley e impactar la sociedad es lo que configuraría organizaciones de verdadera RSO. Sin embargo, esto desconoce sus otras facetas.

Muestra de ello son los *grupos musicales* con los que trabaja el *Centro de Industrias Culturales*. Estos grupos musicales, varios de ellos pertenecientes al distrito de Aguablanca, presentan un alto nivel de RSO gracias a los beneficios que le brindan a la comunidad. Tales beneficios están representados en el mejoramiento de la calidad de vida de los jóvenes de alto riesgo, y por tanto la de sus grupos familiares, que conforman los grupos. Hay tres grandes razones que explican el *mejoramiento*: primero, el arte genera ingresos a los jóvenes. Segundo, los grupos generan espacios para que otros jóvenes realicen actividades diferentes al consumo de drogas o los delitos. Tercero, en consecuencia se logra la reducción de la violencia en su zona (Álvarez, 2017).

La RSO de la *industria cultural* asume particularidades más concretas que si se tratase de la *Cultura*. En especial, esta industria tiene un impacto medible en términos económicos y otro en términos sociales. Sobre lo económico hay que señalar que las actividades de la industria cultural generan empleo. De esta manera, su impacto social deviene en un impacto económico que, a su vez, tiene efectos sociales positivos.

El *impacto* de las labores culturales es, por naturaleza, socialmente responsable. Pero las *labores* no alcanzan a cubrir todo el espectro de la RSO. Entre las *labores* se destacan la formación, sensibilización y creación de arte; el trabajo comunitario y la participación social. Estas se adelantan a través de acciones colectivas beneficiosas para la sociedad: desarrollo de proyectos sociales, articulación entre diferentes organizaciones; desarrollo de proyectos ambientales; aprovechamiento del tiempo libre y generación de escenarios de paz.

4.4. La subcontratación de las organizaciones de la industria cultural como parte de los programas de RSO de otras organizaciones

La subcontratación parece ser la forma más usual de vínculo entre la RSO y la industria cultural. Por ejemplo, el Estado contrata las organizaciones de la industria cultural para canalizar sus objetivos en pro del bienestar de la comunidad. Esto parece haber llevado a que el sector se vea a sí mismo como un insumo de la RSO de otras organizaciones al tiempo que no reconoce las particularidades de sus propias obligaciones sociales.

La subcontratación parece ser una forma válida de financiamiento de la industria cultural. Patricia Maya, representante de la Secretaría de Cultura, consideró que “las manifestaciones artísticas deben procurar, al amparo del fomento de la RSO, patrocinios de marcas que reconozcan la importancia social y económica del arte” (Maya, 2017). Para ello, esta dependencia facilita las gestiones de apoyo a los emprendedores que buscan concretar acciones y alianzas con las empresas y otras organizaciones. Como muestra de ello, muchas compañías de teatro utilizan la subcontratación como una estrategia de financiación. “Estas compañías establecen convenios con organizaciones para hacer algún tipo de trabajo y a partir de ahí financiar sus otras obras artísticas” (Álvarez, 2017). Esta práctica se repite muchas veces y es una estrategia válida de fortalecimiento del sector cultural.

Son varios los ejemplos de cómo las industrias culturales contribuyen a la RSO de las otras organizaciones. Cabe citar, inicialmente, el caso de *Zalama crew*. Esta agrupación musical del oriente de Cali propuso un proyecto social para realizar presentaciones artísticas al interior de las viviendas del Distrito de Aguablanca. Su función social consistió en la generación de espacios de transformación social a través del arte. Por su importancia, este proyecto fue financiado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. El siguiente ejemplo es *Fosfores producciones*. La organización logró una alianza con la WWF por medio de la cual se produjo la película LILA para promocionar la sostenibilidad. En la alianza, las

organizaciones actuaron conforme a su misión y recibieron los beneficios esperados. Finalmente, se trae a colación el caso de una entidad bancaria que ejecutó un proyecto cultural a partir del festival musical *Stereo Picnic*. En este, se benefició a la población sordo-muda a través de un espacio para vivir experiencias musicales.

Sin embargo, todas las industrias culturales no son igualmente atractivas para la subcontratación. Quienes contratan son personas cuyo capital económico les lleva a concebir comercialmente el Arte y la Cultura. Por lo tanto, surge un lado odioso en la subcontratación. Según este, un artista independiente, por ejemplo de danza o de otra rama, no tiene mayor atractivo económico toda vez que su quehacer no reviste la relevancia que podrían tener los artistas del medio del espectáculo (como la televisión) o *artistas de masas*. Estos resultan interesantes para quienes quieran llenar escenarios y no les interese generar público crítico (Rodríguez, 2017).

Entonces los artistas que buscan ser subcontratados se ven sometidos a las estructuras de poder y a las lógicas del mercado. En esta dinámica, el artista remueve sus propósitos de transformación, creación, y dinamización de procesos. En su lugar, termina por crear contenidos que puedan ser pagados sin importar el concepto, el pensamiento, la ética y la estética. Esta situación no es deseable, “los artistas no deberían cambiar sus principios para ajustar su obra a los esquemas consumistas del mercado. Si se da el ajuste, el arte pierde su independencia creativa, lo que equivale a perder su esencia” (Rodríguez, 2017).

La pérdida de independencia llega con la supremacía de los objetivos de las empresas sobre los del arte. Los productos culturales que subcontratan las empresas están relacionados con sus propios objetivos particulares (Álvarez, 2017). De hecho, la Cultura ha sido, en gran medida, reflejo del poder de turno sin llegar a impulsar el cambio (Rodríguez Vélez, 2017). La estandarización del producto cultural evidencia una mala concepción de que significa *industria cultural*.

Adicionalmente, la subcontratación presenta otro lado odioso. Los artistas que contratan un manager

deben compartir un porcentaje de sus ingresos. Es decir, la subcontratación está ligada con intermediarios que en ocasiones se quedan con la mayor parte de lo que se recibe (Rodríguez Vélez, 2017).

Sin embargo, también existen subcontrataciones bajo lógicas no mercantiles. Estas tienen lugar, especialmente, como parte de la actividad de las entidades estatales en la promoción de la Cultura como motor de desarrollo. Por ejemplo, la Secretaría de Cultura de Cali sub contrata OICs para la visibilización del Pacífico en la ciudad. En las lógicas no mercantiles, también se puede vincular a las empresas pero, esta vez, subordinadas al interés en la sostenibilidad del sector cultural. A partir de esto, resulta un producto más creativo y particular al contexto al que pertenece la organización cultural apoyada (Álvarez, 2017).

La mayoría (cinco) de las organizaciones de la muestra son subcontratadas. El objetivo de la subcontratación es el desarrollo de proyectos enfocados en la RSO de otras organizaciones de diferentes sectores económicos. De esta forma, se generan ingresos que las OIC efectivamente aprovechan para financiar sus propios proyectos. Estos últimos son el enfoque de las otras dos organizaciones, los cuales se financian a través de la autogestión.

4.5. Procesos o programas internos de RSO de las organizaciones de la industria cultural con sus propios grupos de interés.

La importancia de los GI para la toma de las decisiones de las OIC de la muestra ubica en "primer lugar a los accionistas/propietarios, en segundo lugar a las personas y la comunidad relacionada con la organización y en tercer lugar a la competencia" (Maya Franco, 2011).

Las OIC no solo se subcontratan sino que también desarrollan sus propios programas de RSO. Sin embargo, existe un desconocimiento de como orientar tales programas. La superación de este flagelo puede darse de dos maneras prioritarias. "De una parte, las políticas públicas deberían promover el compromiso de las OIC en temas sociales como cultura de paz, calidad de vida,

DD.HH. y derecho internacional humanitario (regulación del conflicto y superación de la vulnerabilidad)" (Rodríguez Vélez, 2017). De otra parte, los procesos de RSO deberían concentrarse en los procesos internos de las OIC (Rodríguez Vélez, 2017).

Los procesos internos muestran varias deficiencias. En primer lugar, cabe citar que los directivos de las OIC parecen no estar familiarizados con su propia RSO. En razón a ello, las OIC asumen con laxitud el cumplimiento de la ley. Frente al tema, hay partes de urgente atención como lo son el respeto a los derechos de autor y a la propiedad intelectual (Rodríguez Vélez, 2017). De otra parte, la relación entre las OIC y sus proveedores parece ser justa. En esta relación, las organizaciones ostentan un poder de negociación medio y ejecutan sus pagos de forma rápida, en general, a la finalización de sus presentaciones o antes de 30 días.

También existen procesos internos con fortalezas que pueden ser sintetizados en dos categorías. De una parte, la transparencia del sector es uno de sus puntos fuertes. La segunda fortaleza radica en la buena calidad de los productos o servicios que ofrecen las OIC. Las organizaciones culturales, en su mayoría, tienen claridad en sus procesos y, conforme a ello, presentan informes de sus diferentes proyectos, programas y actividades y revisiones presupuestales. Sin embargo, Álvarez (2017) opinaba que debe cesar el pago al artista a destajo y por debajo de la mesa. De esa forma se conseguiría que los artistas cubran sus gastos de transporte y seguridad social.

4.6. Apoyo estatal a la industria cultural como forma de promoción de la RSO

Frente a las organizaciones culturales, el Estado debe ser un ente regulador, promotor y controlador de la RSO. Por medio de esta gestión, se debe tener como objetivo el garantizar "el pluralismo, la libertad de expresión, la participación ciudadana en los diferentes procesos y/o actividades artístico-culturales, [la generación de] infraestructura y (...) El derecho de las minorías a las prácticas artísticas" (Moulinier, 1984, p. 15). La regulación del sector cultural también debe incluir a las organizaciones externas (de diferentes sectores económicos) que

subcontratan a las organizaciones culturales para el cumplimiento de sus objetivos de RSO.

La existencia de varias de las OIC depende del apoyo estatal. Esto en razón de que la gratuidad de varios de sus productos no prevé una fuente de ingresos distinta a la estatal. Como ejemplo de este tipo de organizaciones se tiene a la *Escuela de música de Desepaz* Cali y, en general, a las OIC que desarrollan procesos con la comunidad.

El Estado puede asumir tres posturas de intervención. Primero, un *Estado de intervención directa* donde los artistas no tengan autonomía en sus creaciones y dependan directamente, como su nombre lo indica, de las políticas estatales. Segundo, un *Estado permisivo* donde no se generen políticas que beneficien a los artistas pero sí a las organizaciones con mayor impacto económico en la sociedad. Finalmente un *Estado de intervención intermedia* que propicie escenarios de creación, participación y libre consumo del ciclo artístico. En esta postura el Estado genera políticas públicas que benefician a las organizaciones, al Estado mismo y a la sociedad (Tello-Castrillón, 2018b, p. 165).

Entre las tres formas de intervención, la *intermedia* parece ser la más deseable. Un análisis de las otras dos intervenciones permite entender el porqué de tal deseabilidad. La *intervención directa* engendra un Estado paternalista y asistencialista que imprime un caos en la creación artística. Esto en razón de que la creación surgiría a partir de la necesidad estatal y no como un acto creativo espontáneo del artista. En tal escenario, los artistas y las organizaciones de la industria cultural se vuelven estatalmente dependientes y corren el riesgo de desaparecer si no se alinean con los intereses del gobierno de turno. De otra parte, el *Estado permisivo* no es atractivo porque en este se priorizan las organizaciones de mayor impacto en la economía y, por tanto, las organizaciones enfocadas en las minorías no tendrían oportunidades de intervención. De esta forma, no se alimentaría una verdadera participación ciudadana. En contraste con las otras dos formas de intervención, la *intervención intermedia* crea espacios de exploración creativa, participación ciudadana, promoción de derechos humanos, participación de

las minorías y de creación de políticas públicas que benefician al artista, al acto creativo y a la economía cultural. De esta forma, el Estado contribuiría al cumplimiento de la RSO de las organizaciones culturales. Desde hace pocos años, la industria cultural se hizo tendencia y, conforme a ello, apareció la *Ley Naranja* o Ley 1834 de (2017) como forma de medición de la cultura (Álvarez, 2017). Gracias a esta ley, el Estado ha incrementado, en los últimos años, su intervención en el sector cultural.

Sin embargo, la concentración de los presupuestos en Bogotá limita los alcances de la intervención estatal. En consecuencia, varias organizaciones han preferido trasladarse a tal ciudad. Los grandes conglomerados urbanos, en tanto epicentros culturales, ofrecen mayores oportunidades para las OIC. En razón de ello, y de acuerdo al sector cultural del que se trate, las OIC eligen moverse a tales espacios. Muestra de ello es el caso de la productora caleña *64A Films* la cual, debido a la falta de oportunidades en Cali, se trasladó a Bogotá.

La *Ley Naranja* resulta útil en la creación de conciencia de consumo cultural. Debido a que las organizaciones de la industria cultural no son competitivas, su demanda debe ser impulsada por el Estado (Paz, Vergel, Parra, 2018). Esto implica volver la mirada desde la oferta hacia la demanda cultural la que, según Álvarez (2017), ha empezado a cambiar en pequeña medida su percepción sobre las OIC. Sin embargo, afirmó Álvarez (2017), la *Ley Naranja* no ha logrado ser entendida en la medida necesaria. Como muestra de ello, solo algunas de las estrategias enfocadas a desarrollar la condición de *profesional* del artista han sido aceptadas por la sociedad. La comprensión de tal ley, como cualquier proceso social, es un trabajo que requiere un largo tiempo de legitimación.

A nivel municipal, la Secretaría de Cultura no presenta un programa específico de promoción de la RSO. Sin embargo, la Secretaría actúa, en sus diferentes programas, como facilitadora de la creación de productos y servicios culturales. En general, la entidad acompaña los procesos de los actores del sector cultural del municipio de Cali, algo que puede resultar clave en el cumplimiento de la RSO de las OIC.

Según los entrevistados, la RSO no debe ser un proceso voluntario. Hay que evitar que las organizaciones desarrollen sus propias políticas al respecto. Es preferible que el Estado ayude a cada organización de la industria cultural a que asuma su RSO. Sin embargo, la Secretaría de Cultura considera que no es necesario reglamentar la RSO en las organizaciones culturales porque estas son, por la naturaleza de su actividad, socialmente responsables.

Tal concepción resulta errada porque desconoce las obligaciones de las organizaciones de la industria cultural con sus GI. Entre estos, los artistas toman un lugar prioritario, razón que obliga a que el Estado permanezca atento a que las organizaciones de la industria cultural brinden al artista un trato socialmente responsable que sirva para llevar una vida digna (Rodríguez, 2017; Rodríguez Vélez, 2017), en la cual pueda desarrollar la piedra angular del arte: la capacidad creativa.

4.7. Impacto socio económico de la industria cultural

La industria cultural consigna sus efectos más visibles en los eventos de gran magnitud. Entre estos se cuentan con festivales como *Bandola* o *Petronio Álvarez* que representan fuertes ingresos de la economía naranja. Sus influencias positivas cubren la vivienda, comida, transporte, hoteles, el turismo y la cadena de proveedores en general. Sin embargo, los artistas no son favorecidos en sus pagos en la debida magnitud (Rodríguez, 2017).

Para corregir tal situación, la RSO de las OIC debe preguntar por el punto de vista del artista. En especial, se debe estudiar el efecto de las diferentes leyes sobre las condiciones de contratación del artista y las formas en las que se reconoce socialmente la calidad y dignidad de su trabajo. Uno de los bailarines profesionales de Delirio se quejaba de una ocasión, en un banco, en la que dijo que su profesión era ser bailarín y la interpelación que recibió fue un “no, en serio ¿usted qué hace?” (Rodríguez, 2017). Infortunadamente, el trabajo artístico no se entiende frecuentemente en sociedad como una actividad profesional.

El mal entendimiento del trabajo artístico es un reflejo de la mala comprensión de lo que implica la

industria cultural. Por ejemplo, en la Cámara de Comercio se habla de una *industria cultural y creativa* cuyos efectos económicos son altos. Sin embargo, la medición incluye actividades como arquitectura, diseño, deporte, tecnología, entre otros, que se desvían respecto a lo netamente cultural según se vio en la definición de la UNESCO. Colateralmente, la medición de tales efectos solo incluye las organizaciones formalmente registradas y así quedan por fuera un importante número de organizaciones no formalizadas cuyos impactos son significativos en espacios locales (Álvarez, 2017). Entonces, los efectos económicos de la industria cultural incluyen sobrevaloraciones y subvaloraciones que llevan a malinterpretar sus verdaderos alcances.

4.8. Principios de acción de las organizaciones de la industria cultural

La gestión de las OIC de la muestra puede analizarse a la luz de los principios de la RSO. Sin embargo, estos son desarrollados de manera empírica sin que explícitamente se posicionen en relación directa con las iniciativas al respecto. De la muestra, se exceptúa la organización *Los Monkeys* que, debido a que sus directivos tienen conocimientos en DD.HH., desarrolla iniciativas a partir de los *objetivos del milenio* (Naciones Unidas, 2000) y del *pacto global de las Naciones Unidas* (Oficina del Pacto Mundial, 2009).

El caso de *Los Monkeys* ilustra como las actividades de RSO dependen de la decisión de los directivos de las OIC. En ocasiones, tales decisiones no prestan atención a los comentarios de los partes implicadas. En términos generales, este proceso se adelanta de manera informal y con enfoque en la comunidad y los colaboradores.

De acuerdo a lo que la muestra arroja, tres son los principios más invocados para la acción de las OIC. El *comportamiento ético* ocupa el primer lugar (las 7 OIC de la muestra así lo citaron), le siguen la *igualdad de empleo* (4 OIC) y el respeto de los estándares laborales (4 OIC). Respecto a la igualdad, en la muestra se evidencia que existe un tratamiento incluyente reflejado en el trato igualitario a hombres y mujeres, la libertad de opinión y expresión y la presencia de directivos y

contratistas de la comunidad LGTBI. Por su parte, el *respeto a los estándares laborales*, crucial en la estructuración de la RSO, merece una consideración adicional.

Conforme a la ley, no es habitual la contratación *laboral* si no la contratación por servicios. Dentro de tal marco, es común que exista una comunicación permanente entre los directivos y los colaboradores de la que surgen manifestaciones como la capacitación permanente de los colaboradores en temas artísticos. Sin embargo, la situación de los contratados por las OIC presenta varias deficiencias.

Tales deficiencias consisten en a) para poder participar de los diferentes proyectos, cada artista debe pagar su propia seguridad social b) se presenta vinculación de menores de edad – cabe decir, con el debido consentimiento de sus padres o tutores- c) hay una carencia en el conocimiento de temas legislativos relacionados con la seguridad y salud en el trabajo, la contratación de servicios, el vínculo laboral y la compensación d) los espacios laborales, en muchos casos, no son los mejores y e) horarios de ensayo que tienden a darse en jornadas nocturnas. La superación de estas condiciones, consideran los directivos entrevistados, requiere de políticas gubernamentales que se encaminen al establecimiento de estándares de calidad laborales y de contratación para los artistas.

En contraste con los *principios* más invocados, se pueden citar los principios de menor consideración por parte de las OIC. El menor de ellos, es la *Transparencia* (1 OIC) debido a que la mayoría de los proyectos tienen presencia de intermediarios. El penúltimo lugar lo comparten el *Balance entre vida privada y trabajo* (2 OIC), el *Respeto a los intereses de las partes interesadas* (2 OIC) y la *Rendición de cuentas* (2 OIC). Conforme a esto, puede notarse que las OIC de la muestra no parecen ser muy conscientes del rol que les corresponde frente a su medio externo. Parece haber una cierta conformidad con la forma en la que tradicionalmente se han desarrollado sus proyectos. En el antepenúltimo lugar de los principios de acción aparece el *Impacto ambiental de las actividades* (3 OIC) que es el tema del siguiente acápite.

4.9. Dimensión medio ambiente

El impacto de las OICs en temas ambientales está enlazado con sus diferentes actividades. En primer lugar, tales temas aparecen como eje de las prácticas artísticas que las OIC desarrollan en sus zonas de influencia. Son varios los ejemplos de ello: las agrupaciones musicales orientan sus canciones a la conservación del medio ambiente; las compañías de teatro realizan obras pro ambientales que son subcontratadas por empresas de diferentes sectores y, finalmente, las editoriales, revistas y medios impresos realizan notas relacionadas con el tema. En segundo lugar, la mayoría de organizaciones de la muestra promueven la participación eficaz de todos los miembros en actividades de RSO. Se pueden citar como ejemplos, la permanente asociación de los colaboradores y los proyectos a iniciativas enfocadas en el reciclaje. Sin embargo, los directivos entrevistados expresaban que la participación de todos los miembros se hace difícil por dos razones: los bajos presupuestos de las organizaciones y el tipo de vinculación de los colaboradores.

En general, puede decirse que las OIC de la muestra se preocupan por su compromiso con la RSO aun dentro de sus desconocimientos. Por tal razón, plantean, en el desarrollo de sus estrategias, objetivos y metas que a) permitan una sostenibilidad a través del uso eficiente de los recursos financieros y naturales, b) gestionar de forma eficiente del talento humano.

4.10. Conocimiento de la ley

La evidencia sugiere una falta de conocimiento sobre la importancia de los aspectos legislativos en la toma de decisiones. De ahí se genera una confusión en los temas relacionados a las industrias culturales: la ley naranja, el compendio de políticas culturales y la ley de cultura. En razón de ello, el fortalecimiento del sector es débil y no hay procesos de evaluación para el mejoramiento continuo. Se exceptúa el caso de la *Fundación Delirio* que cuenta además con un programa formal de RSO llamado *Paso Firme*.

4.11. Acciones para mejorar la RSO de las OIC

Las concepciones recopiladas a lo largo de este escrito permiten delinear lo que podrían ser acciones de *mejoramiento* de la RSO de las OIC. Las principales barreras para el mejoramiento son, la dificultad de entendimiento de la RSO, los costos de su implementación y la falta de aliados para desarrollar este tipo de programas. Las *acciones* deben involucrar al Estado, los individuos, las empresas privadas y las entidades de formación (Álvarez, 2017).

En primer lugar, el Estado debe generar políticas más decididas para la formalización de las OIC. Esto implica partir de una mayor precisión respecto a lo que significa *industria cultural*, con especial celo en la exclusión de las actividades que no cuentan con el *Arte* como elemento principal. De la misma manera, el Estado puede coadyuvar al sostenimiento de los artistas (Rodríguez, 2017), promover la demanda cultural y propender por la sostenibilidad de los proyectos culturales más allá del erario público (Álvarez, 2017).

La sostenibilidad viene amarrada a la promoción de lo éticamente correcto como soporte de toda la actividad de las OIC. Este soporte, que también debe ser asumido por los intermediarios de las OIC, conduciría a la generación de buenas prácticas (Álvarez, 2017), un correcto manejo de presupuestos y un tratamiento respetuoso a la persona y al artista (Rodríguez, 2017). El tratamiento debe reconocer que el artista es un profesional que depende de su arte y, por tanto, debe estar cobijado por la legislación laboral (Álvarez, 2017).

Juan Felipe Rodríguez Vélez considera que un "Estado de Derecho como el colombiano debe formar en temas de DD.HH. De esta forma, se logrará humanizar el conflicto y mejorar la calidad de vida y se contribuirá a la merma de la efectividad de los discursos populistas" (2017).

Respecto a la demanda del producto cultural se requiere un producto de calidad. Un producto cultural no es por omisión un producto bueno. Los esfuerzos pueden encaminarse a crear productos buenos que puedan crear demanda. Para tal fin,

resultarían ser muy útiles las redes de contacto y las alianzas entre las OIC.

5. CONCLUSIÓN: Educación en Administración y la RSO de las OIC

Los elementos anteriores coinciden con la demanda de la UNESCO de la necesidad de una administración de la cultura. Esta se debe desarrollar en dos sentidos: Desde la administración pública y desde la administración de las organizaciones, asociaciones o empresas culturales (Moulinier, 1984). De esta forma se contribuiría a la sostenibilidad de las OIC en el mercado cultural.

El mercado cultural exige que se comprendan la oferta y la demanda del sector cultural. Esto implica el entendimiento de los mecanismos de la competencia y el desarrollo de varios procesos de administración. Los gestores de las OIC deben contar con formación en estos temas para que no ignoren sus compromisos organizacionales. En esencia, se trata de establecer la planeación estratégica y el marketing cultural para definir la cadena de valor de las OIC y encaminarla a la promoción de las organizaciones culturales. De ahí se hace obligatoria la educación en indicadores de sostenibilidad y eficiencia para que se expanda su uso en las OIC.

En la promoción de la Administración en las OIC, debe incluirse el estudio de las alianzas. De esta forma se mejorarían las posibilidades de financiamiento de las actividades de los procesos internos de las OIC. De todas formas, se debe mantener el celo para que el producto cultural no pierda su esencia frente a la lógica del mercado. Al respecto, Álvarez advirtió que existe la necesidad de conservar la independencia del carácter simbólico del producto cultural (2017).

Referencias

- Alcaldía de Santiago de Cali. (2016). Sobre el Organismo de cultura. Recuperado 13 de septiembre de 2017, de <https://goo.gl/aMwH7K>
- Alonso Cifuentes, J. C., Gallego Londoño, A. I., & Ríos Millán, A. M. (2010). *Industrias Culturales de Santiago de Cali: caracterización y cuentas*

- económicas* (Primera). Cali: Proyecto Industrias Culturales de Cali,.
- Álvarez, L. M. (2017, agosto 23). Entrevista a experto.
- Argandoña, A. (2012). ¿Qué es y qué no es la Responsabilidad Social? IESE Business School – Universidad de Navarra. Recuperado de <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-0199.pdf>
- Barbero, J. M. (1999). Las transformaciones del mapa cultural: una visión desde América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, 3(26), 7-21.
- Barrera Luna, R. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Claseshistoria*, (2), 1-24.
- Cejudo Córdoba, R. (2017). Argumentos culturales para la responsabilidad social empresarial. *revista de pensament i anàlisi*, (21), 107-130. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2017.21.6>
- Congreso de la Republica de Colombia. Ley General de Cultura, Pub. L. No. 397 de 1997, 32 (1997). Recuperado de http://www.sinic.gov.co/SINIC/Sipa_Conceptos_Comite_Tecnico/ley%20397%20de%201997.pdf
- Congreso de la Republica de Colombia. De fomento a la cultura del emprendimiento, Ley 1014 § (2006). Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-94653_archivo_pdf.pdf
- Congreso de la Republica de Colombia. Por medio de la cual se reglamenta la Economía creativa Ley Naranja, Pub. L. No. 1834 de 2017, 7 (2017). Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- Darwin, C. (1859). *El origen de las especies por medio de la selección natural*. (A. de Zulueta, Trad.) (Primera). Madrid: Catarata.
- Dávila, C. (2001). *Teorías organizacionales y administración. Enfoque crítico* (Segunda Edición). Bogotá, Colombia: Editorial Presencia LTDA.
- El pueblo de Colombia. Constitución Política de Colombia (1991). Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html
- García Ruíz, J., & Figueroa, F. (2007). "Cultura", interculturalidad, transculturalidad: elementos de y para un debate. *VIRAJES*, 9, 15-62.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. (A. L. Bixio, Trad.) (Duodécima reimpresión). Barcelona: GEDISA.
- Gómez Pellón, E. (2010). Tema 2. El concepto de cultura. En *Introducción a la antropología social y cultural* (Primera, pp. 13-56). Madrid: Universidad de Cantabria. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/11353/1/Introduccion%20a%20la%20Antropologia%20Social%20y%20Cultural.pdf>
- Herencia de Timbiquí. (2003, 2015). Del Pacífico colombiano para el mundo! Recuperado 13 de febrero de 2018, de <https://herenciadetimbiqui.com/>
- Hernández Madroñero, I., Ospina Díaz, L. P., Londoño-Cardozo, J., & Tello-Castrillón, C. (2018). Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la ley 1834 de 2017. Presentado en Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2018, Universidad del Valle, Cali: Universidad Externado de Colombia, Universidad del Valle.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (First ed.). London: Penguin.
- ISO. (2010a). ISO 26000 visión general del proyecto. Organización Internacional de Normalización. Recuperado de http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- ISO. (2010b). ISO 26000:2010 Guía de responsabilidad social. Recuperado 11 de julio de 2017, de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

- Londoño-Cardozo, J. (2018). Educación para emprender ¿práctica o teoría? *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 4(1), 97-106.
- Maya Franco, C. M. (2011). Adorno y la industria cultural: de la Escuela de Frankfurt al internet. *Revista Nexus Comunicación*, (7), 26-36. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i7.865>
- Maya, P. (2017, septiembre 18). Entrevista a experto: Secretaria de Cultura de Cali [Audio].
- Ministerio de Cultura. (2010). *Compendio de Políticas Culturales* (Primera). Bogotá, Colombia: La Silueta ediciones. Recuperado de http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas_artefina lbaja.pdf
- Ministerio de Cultura. (2015a). *Manual para la implementación de procesos de emprendimiento y creación de industrias culturales*. Bogotá, Colombia: La Silueta ediciones.
- Ministerio de Cultura. (2015b). *MINISTERIO DE CULTURA 2010-2014 INFORME DE GESTIÓN*. Bogotá, Colombia: El peregrino ediciones.
- Moulinier, P. (1984). *La formación de administradores culturales*. UNESCO. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0006/000633/063383sb.pdf>
- Naciones Unidas. (2000, septiembre 13). Declaración del Milenio. Resolución aprobada por la Asamblea General. Asamblea General Naciones Unidas. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/milenio/ares552.pdf>
- Naciones Unidas. (2018, enero). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Publicación de las Naciones Unidas. Recuperado de <https://goo.gl/DD6dR4>
- Oficina del Pacto Mundial. (2009, mayo). Civismo empresarial en la economía mundial. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Naciones Unidas. Recuperado de <https://goo.gl/42uTcf>
- Paz Montes, L. vergel Ortega, M. Parra López, H. (2018). Concepciones de educación a distancia y matemática financiera desde una comprensión onto-histórica en estudiantes de la universidad Francisco de Paula Santander New York: Editorial REDIPE Coedición: Baruch College The City University of New York
- Rausell-Köster, P. (2013). Comprender la economía de la cultura como vía para salir de la crisis. *El profesional de la información*, 22(4), 286-289.
- Rodríguez Ferrándiz, R. (2011). De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del «campo» cultural. *Comunicar*, 18(36), 149-156. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-06>
- Rodríguez, J. (2017). Entrevista a experto.
- Rodríguez Vélez, J. F. (2017, agosto 10). Entrevista a experto.
- Secretaría de Cultura y Turismo de Santiago de Cali. (2016). Terminos de Referencia Convocatoria Estímulos Cali 2016. Alcaldía de Santiago de Cali. Recuperado de <http://www.cali.gov.co/cultura/descargar.php?idFile=9239>
- Tello Castrillón, C. (2014). Neoinstitucionalismo, responsabilidad social organizacional y gobernanza. *Cuestiones políticas*, 30(52), 116-130.
- Tello Castrillón, C. (2018). *Relación entre el Gobierno Corporativo y la Responsabilidad Social Organizacional: estudio de caso en una empresa multilateral colombiana, Carvajal S.A.* (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, Manizales, Colombia. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/65743/1/16774542.2018.pdf>
- Tello Castrillón, C., & Rodríguez Córdoba, M. del P. (2014). Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. *HALLAZGOS*, 11(22), 119-135.
- Tello Castrillón, C., & Rodríguez Córdoba, M. del P. (2016). Fundamentos ético disciplinares de la

responsabilidad social organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(75), 491-508.

Tello-Castrillón, C. (2018a). El concepto de organización, tan cerca y tan lejos. En C. Tello-Castrillón & E. F. Pineda-Henao, *Conjeturas organizacionales: fundamentos para el estudio de la organización* (Primera Edición, pp. 79-102). Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.

Tello-Castrillón, C. (2018b). Responsabilidad Social Organizacional, Estado Colombiano y Post-acuerdo. En G. Eljach Pacheco, J. A. Escobar Solano, L. Muñoz Meneses, & G. F. Niño Contreras, *Derechos laborales, fomento económico, informalidad y desarrollo* (Primera, pp. 152-171). Bogotá, Colombia: Senado de la República - Centro de Altos Estudios Legislativos. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/329815421_Responsabilidad_Social_Organizacional_Estado_Colombiano_y_Post-acuerdo

Tylor, E. B. (1871). La ciencia de la cultura. En J. S. Kahn, *El concepto de cultura: textos fundamentales* (Primera, pp. 29-46). Barcelona: Editorial Anagrama S.A.

UNESCO. (1982). DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES Conferencia mundial sobre las políticas culturales. UNESCO. Recuperado de http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals400.pdf

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Argentina: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=eeVLEu2TF6QC>

UNESCO. (2017). Industrias creativas | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado 27 de enero de 2018, de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>

Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Alfaguara.