

# Actuación de los migrantes latinos en el escenario creativo cultural de España XXI

DOI: 10.32870/in.v0i17.7128

*Paloma Isabel Mac Gómez*<sup>1</sup>

## Resumen

El presente trabajo tiene como objeto de estudio a los migrantes latinoamericanos con destino final España, mismos migrantes que presentan realidades distintas al ser acogidos por el país anfitrión, por un lado se establecen en trabajos duros y poco remunerados y por otro lado, su inmersión en actividades creativo-culturales desencadenan un contexto efervescente y colorido, además de proporcionar ingresos a sus inversores y a la economía local. Por consiguiente, se pretende mencionar que los migrantes diversifican las industrias culturales y creativas locales, aunque no todos llegan a la misma región ni desempeñan las mismas actividades.

*Palabras clave:* migrantes latinos, España, industrias culturales y creativas

## ACTION OF LATIN AMERICAN MIGRANTS IN THE CREATIVE CULTURAL SCENE OF SPAIN XXI

## Abstract

The present work has as object of study the Latin American migrants with a final destination in Spain. These migrants display different realities when being received by the host country. On the one hand they settle down in heavy and low-paid jobs. On the other hand their immersion in creative and cultural activities trigger a colorful and effervescent context. In addition to providing income to their investors and the local economy. Therefore, it is intended to mention that migrants diversify local cultural and creative industries. Although not all of them. Arrive to the same region or perform the same activities.

*Key words:* Latin America migrants, Spain, cultural and creative industries

---

1. Maestría en Relaciones Económicas Internacionales y Cooperación. Universidad de Guadalajara.

## Introducción

El libre mercado, actor precursor de la globalización en los años noventa, detonó la circulación de diversos productos y servicios alrededor del planeta. Los seres humanos no fuimos la excepción y el hecho empírico se evidencia en las migraciones que han proliferado desde entonces.

Los migrantes son, por una parte, el punto de erosión y de conflicto por diversas razones, dentro de la Unión Europea; desde otro panorama, la mezcla internacional de culturas ha generado la creación, innovación o transformación de las expresiones culturales en los países destino, formando un nuevo campo de estudio entre la migración y el sector creativo.

Su importancia en la creatividad humana ha sido tema en auge desde los años noventa debido también a la globalización que produjo la fusión y evolución de las expresiones culturales, además de la adaptación de nuevas tecnologías que algunos países llamados de centro o desarrollados han ejercido en sus territorios y con ello se ha puesto ímpetu en la plusvalía que genera la cultura a través de las industrias culturales y creativas. Pero, ¿cuáles son las actividades que se desprenden de la participación de los inmigrantes en el sector cultural-creativo? Desde un punto de vista puede afectar a los locales en mayor competencia pero, por otro lado, podría darse una fusión de culturas que resulte en beneficio de migrantes y locales. La misma definición de cultura ha evolucionado: desde verse como la participación de la elite en ciertos eventos, hasta la diversidad y conexión de las culturas. Otro aspecto en evolución sobre la cultura es el impacto de la globalización. Algunos críticos piensan que existe la posibilidad de perder la cultura original a través de las migraciones y de las redes que nos conectan a todo el mundo; en otras palabras, desde la globalización cultural.

El presente trabajo tiene como objeto de estudio a los migrantes latinoamericanos con destino final España. Cabe mencionar que existen vínculos históricos y culturales, lo que hace más atractivo al latino su inmersión en este destino. Por consiguiente, se pretende mencionar que los migrantes diversifican las industrias culturales y creativas locales, aunque no todos llegan a la misma región ni desempeñan las mismas actividades.

El estudio se divide en tres secciones. Primeramente, se localizan las definiciones de cultura, industrias culturales y creativas y migra-

ción para posteriormente centrarse en la relación España-América latina, donde se aborda las migraciones que han tenido los latinos a España, dónde se ubican y qué actividades desempeñan; acto seguido, se relata el aporte creativo-cultural empezando por el emprendimiento y su aporte social. Por último, se manifiestan las conclusiones y comentarios finales que se derivan del análisis previo.

## La cultura, las ICC y las migraciones

Para poder hablar de la relación entre la cultura, los migrantes y su actuación en las industrias culturales y creativas (ICC) en España, es necesario desarrollar los conceptos mencionados para después entrar a la relación entre ellos. Entonces, ¿qué se entiende por cultura?

Para dar un breve recorrido por la concepción de cultura y los cambios que ha tenido, es agradable citar al sociólogo Zygmunt Bauman en sus escritos *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, donde rastrea la noción de cultura desde el siglo XIII. En este recorrido se observa inicialmente que la cultura “era un conjunto de preferencias sugeridas, recomendadas e impuestas en virtud de su corrección” (Bauman, 2013), permitida esencialmente para la “elite cultural” comunidad conservadora y educada que podía acceder a las expresiones de arte de la época. Posteriormente la cultura pasa a ser una herramienta en la formación del Estado, al aceptar y adjuntar al “populacho” quien dio poder y seguridad al Estado-nación, de ahí la cultura ya formó piedra angular para la construcción de Estados (grupos liderados por el ente entonces supremo). Se acaba de mencionar las primeras interpretaciones del concepto vertido en la idea de estatus social hasta la noción de poder y seguridad que resulta en el Estado, en consecuencia, se resalta el impacto dentro de las sociedades, principalmente en distinción de unos con otros. Aunando al concepto, se abstraen elementos de la concepción de cultura por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), arte, tradiciones, espiritualidad, canciones y patrimonio cultural se destacan después de haber sufrido daños a través de las guerras mundiales (ONU, 2018). Al término de éstas, nace en 1946 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), misma que añade profundidad en el tema de la cultura adjuntando las manifestaciones culturales como monumentos

históricos y arte contemporáneo, constituyendo “la identidad y cohesión de las comunidades” (UNESCO, 2018) buscando incluir a la cultura en la ecuación del desarrollo y paz entre las naciones.<sup>2</sup>

En sentido paralelo, como factor central de la sociedad, la cultura también se manifiesta en el sector privado donde las empresas entienden la cultura como “el grupo de valores comunes que comparten sus ciudadanos y que determinan aquello que es socialmente aceptable”<sup>3</sup> (Lamb, Hair y McDaniel, 2011). En el libro *Marketing* se refieren como dimensiones de cultura “lo que las personas comen, su forma de vestir, lo que piensan y sienten y el idioma que hablan” (Lamb, Hair y McDaniel, 2011). Así mismo, es importante destacar que “la cultura proporciona no sólo la integración y la identidad como parte constitutiva de la sociedad, es fundamentalmente una condición y un recurso para actuar” (Barrio y Chávez, 2014).

Fernando Brugman cita a José Ramón Lasuén Sancho, María Isabel García y Zofío, dichos autores establecen que la cultura es “el stock de conocimientos simbólicos que se crean por imitación gradual más o menos creativa, se transmiten meméticamente<sup>4</sup> y se contrastan y asumen, intelectual y emocionalmente, por la sociedad, para comprender y actuar sobre la naturaleza” (Brugman, 2012); en resumen, se trata de la transmisión de conocimiento.

La cultura es, entonces, una serie de aspectos que se transmiten de generación en generación y que distingue a unos de otros, que puede resultar en cohesión social o en la separación según la identidad.

Ahora bien, existe un sector económico de la cultura llamado de distintas maneras, por ejemplo, industria cultural o industria creativa o industrias culturales y creativas (ICC), economía creativa, economía cultural, industrias de contenidos o economía naranja, entre otros (Buitrago & Duque, 2013). Los calificativos “culturales” o “creativas” es para muchos un complemento, para otros existe una diferencia entre cada concepto y para otros más sólo es necesario emplear alguna de sus definiciones (según la concepción del autor u organización que la trabaje).<sup>5</sup>

2. En este momento se puede recordar el recorrido histórico de Bauman cuando el concepto pasa de revolución a tranquilidad.

3. Se vuelve a mirar el recorrido histórico de Bauman en un principio donde lo “aceptable” pertenece a un estatus social

4. Entendidas como las unidades simbólicas de trasmisión de cultura.

5. Desde sociólogos y economistas hasta organizaciones de cooperación y desarrollo.

En vista de que es un tema con percepciones diferentes, se harán abstracciones de distintos autores para esclarecer y enfocarse en lo que — para los fines de este trabajo — son las industrias culturales y creativas.

Una descripción internacional del concepto la desglosan Enrique Buitrago e Iván Duque en su libro *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. Seleccionan la definición de la UNESCO, UNCTAD<sup>6</sup>, OMPI<sup>7</sup>, DCMS<sup>8</sup> y la CEPAL<sup>9</sup> de las cuales observan una zona común que agrupan en tres; la primera es “la creatividad, artes y cultura como materia prima”, la segunda es la “relación con los derechos de propiedad intelectual. En particular el derecho de autor” y finalmente la “función directa en una cadena de valor creativa” (Buitrago y Duque, 2013). El Banco Interamericano de Desarrollo expresa su definición como “el conjunto de bienes y servicios basados en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural” (BID, 2018). Así mismo, Theodor Adorno y Max Horkheimer autores de *La dialéctica de la ilustración de 1994*, pioneros en trabajar con el concepto de industrias culturales, las definen como el conjunto de expresiones artísticas reproducidas y distribuidas buscando maximizar utilidades. Además, “las industrias de la información y la comunicación son a la vez de la cultura, de la política y de la socialización colectiva” (Casas, 2013), entonces las actividades económicas basadas en la creatividad tanto como los objetos históricos derivados del patrimonio son consideradas dentro de las variantes en los nombres de las ICC (García Canclini & Piedras, 2006).

Por otro lado, existe la idea de que la industria cultural entendida como la experimentación cultural de antaño se ha transformado<sup>10</sup> de circunscrita, íntima y profunda a divertida o distraída (Rodríguez, 2011). La evolución del concepto que se estudia comienza como la medición del arte en el siglo XVII y no es hasta el siglo XX que se introducen los términos industrias culturales, industrias creativas, ciudades creativas y clase creativa, en donde: “La creatividad es un rasgo humano básico que entra en juego en una variedad de contextos” (Pérez, 2017).

6. Acrónimo del inglés United Nations on Trade and Development para referirse a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

7. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

8. Acrónimo para Department for Digital, Culture, Media and Sport, departamento del gobierno británico para la cultura y el deporte.

9. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

10. Misma transformación que tuvo el concepto de cultura, según Bauman.

A consecuencia de las numerosas definiciones de las ICC, se propone explorar la tabla 1, con el agrupamiento de las industrias según la clasificación de Enrique Buitrago e Iván Duque, con el objetivo de contemplar las actividades que las personas de distintos lugares pueden generar al desplazarse de país.

**Tabla 1**  
Modelo de Felipe Buitrago e Iván Duque

<b>Economía cultural</b>		<b>Industrias creativas</b>
<b>Artes y patrimonio</b>	<b>Industrias culturales convencionales</b>	<b>Creaciones funcionales, Nuevos medios y <i>software</i></b>
Artes visuales	Editorial	Diseño
Pintura	Libros, periódicos y revistas	Interiores
Escultura	Industria gráfica (impresión)	Artes gráficas e ilustración
Instalaciones y video arte	Edición	Joyería
Arte en movimiento (performance)	Literatura	Juguetes
Fotografía	Librerías	Industrial (productos)
Moda Alta costura		
	Audiovisual	Software de contenidos
Artes escénicas y espectáculos	Cine	Videojuegos
Teatro, danza y marionetas	Televisión	Otros contenidos interactivos audiovisuales
Orquestas, ópera y zarzuela	Video	Medios de soporte para contenidos digitales
Conciertos		
Circos	Fonográfica	Agencias de noticias y otros servicios de información
Improvisaciones organizadas (happenings)	Radio	-
Moda Pasarela	Música grabada	Publicidad
Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial		Moda <i>Prêt-à-porter</i>
Artesanías, antigüedades, laudería y productos típicos		

<b>Economía cultural</b>		<b>Industrias creativas</b>
<b>Gastronomía</b>		
Museos, galerías, archivos y bibliotecas		
Arquitectura y restauración		
Parques naturales y ecoturismo		
Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc.		
<b>Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales, etc.</b>		
<b>Educación artística y cultural</b>		

Fuente: Buitrago y Duque (2013, pág. 40).

Por otra parte, según la Real Academia Española, la migración es el “desplazamiento geográfico de individuos o grupos, generalmente por causas económicas o sociales” (RAE, 2018). Para Joaquín Herrera flores, es un “fenómeno causado por las injusticias de la globalización neoliberal salvaje que vienen profundizado, si cabe aún más, el abismo entre los países ricos y pobres” (Herrera, 2006). Sin embargo, la migración no es propia de la globalización, pues ha tenido distintas oleadas. Zygmunt Bauman (2011) distingue tres: una primera en la salida de los centros poblacionales hacia las tierras vacías (con la idea de abarcar territorio); una segunda oleada, en retorno de aquellos emigrantes que regresaban a los imperios de los que habían salido (siguiendo a sus raíces); y una tercera oleada de la migración moderna, la define como los flujos de las personas que van y vienen sin determinados vínculos, siendo hoy día sociedades de inmigrantes y emigrantes al mismo tiempo (Bauman, 2011). Con lo anterior, me parece importante destacar que el mundo de hoy en día, en pleno siglo XXI, no se puede hablar de Estados 100% puros en su raza original. Las migraciones son cotidianas por distintas razones, pues se sitúa en destinos particulares determinados por lazos históricos, culturales y lingüísticos compartidos (Robins, 2008).

Ahora bien, la migración puede ser benéfica o no, según el lado de la moneda que se vea; y claro, tanto para países pobres como para países ricos puede simbolizar ambos panoramas; por ejemplo, para países en desarrollo la emigración de su población calificada deja al Estado con una inversión, gastos y subsidio en educación y salud a personas que dejan sus Estados de origen en búsqueda de un mayor

bienestar. Las remesas y transferencia de tecnología son el “retorno” de activos a los países que tuvieron la llamada fuga de cerebros, sólo que estas remesas usualmente llegan de personal poco calificado (Khadria & Meyer, 2011). Además, la migración sirve como instrumento de activación que multiplica las actividades sociales, culturales y económicas y con ello es un factor de cohesión social de todas las culturas, sin dejar de lado el crecimiento económico y –por añadidura– el desarrollo de los pueblos origen y destino (García Miguel & Jiménez Mirian, 2017).

Además del impacto económico de las migraciones para el país anfitrión –como su incorporación en el mercado laboral y su aportación como contribuyentes (Malgesini, 2014)–, también influye en la riqueza cultural europea, pues es producto de una “larga historia de intercambio intercultural” (Robins, 2008).

Según lo afirma Kevin Robins (2008), actualmente vivimos la transculturación –definida como aquellas personas que viven en un lugar, pero sus hijos van a la escuela en otro país y hacen negocios al otro lado del mundo–. Hechos resultantes de la globalización, aunque para los europeos los flujos migratorios demandan la búsqueda de una idea identitaria para formar parte de la Europa de hoy (Rey, 2009). Aunado a esto, Peggy Levitt menciona en el libro *El laberinto de la cultura neoliberal*, que se puede vivir en un país y realizar sus actividades cotidianas. Se puede sentir identificado con su lugar de nacimiento más que con su lugar de residencia actual. Menciona que a pesar que trabajen y se desenvuelvan en transnacionales, no consuman ni se sientan identificados con la filosofía de la misma, puede ser que las personas tengan ideas transnacionales con las cuales se identifiquen (Levitt, 2013). En otras palabras, la globalización impacta a las personas en el aspecto cultural estando fuera o dentro del país de permanencia.

## **Las migraciones latinas a España, su ubicación y las actividades que desempeñan**

¿Dónde se encuentra la población latina en España? Y, ¿qué actividades desempeña?

La migración latinoamericana comienza en los años ochenta, pero no es hasta la última década del siglo XX y principios del siglo XXI

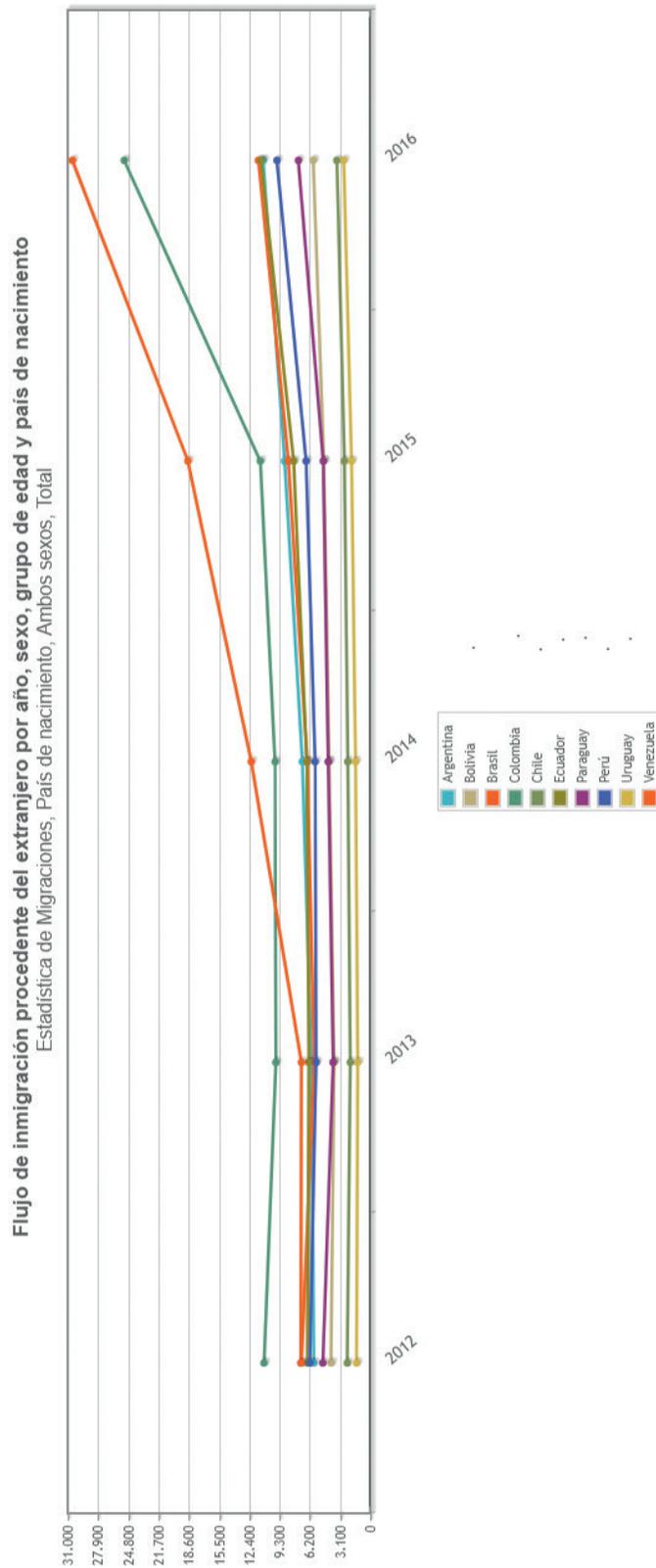
que los latinoamericanos intensificaron su emigración hacia España. Para 2008, el país acogía a más de dos millones de latinoamericanos (García, Jiménez & Redondo, 2009). En la tabla 2, con datos del INE, se puede observar la tendencia de inmigrantes latinoamericanos a España en los últimos años. Cabe destacar que hubo una caída entre el 2012 y el 2013, aunque después ha ido en aumento. En el caso específico de Sudamérica, entre el 2012 y el 2016 se duplicó el flujo de inmigrantes que arribaron a España. Si bien se observa la preferencia de los sudamericanos en emigrar hacia España, en la ilustración 1 se puede distinguir el arribo de los inmigrantes según su país de origen en el contexto sudamericano. En comparación con 2008, cuando los tres primeros países eran Ecuador, Colombia y Argentina (García, Jiménez & Redondo, 2009) para el 2016 según el INE puntúan Venezuela seguido de Colombia y Brasil (INE, 2018).

**Tabla 2**  
Flujo de inmigración procedente del extranjero  
por año, sexo, grupo de edad y país de nacimiento

	2016	2015	2014	2013	2012
<b>México</b>					
<b>Ambos sexos</b>					
Total	4.851 <sup>3</sup>	4.806 <sup>3</sup>	4.278 <sup>3</sup>	4.032 <sup>3</sup>	5.057 <sup>3</sup>
<b>Hombres</b>					
Total	2.022 <sup>3</sup>	2.048 <sup>3</sup>	1.909 <sup>3</sup>	1.737 <sup>3</sup>	2.187 <sup>3</sup>
<b>Mujeres</b>					
Total	2.829 <sup>3</sup>	2.758 <sup>3</sup>	2.369 <sup>3</sup>	2.294 <sup>3</sup>	2.870 <sup>3</sup>
<b>Centro América y Caribe</b>					
<b>Ambos sexos</b>					
Total	38.186 <sup>3</sup>	30.178 <sup>3</sup>	27.940 <sup>3</sup>	26.189 <sup>3</sup>	30.877 <sup>3</sup>
<b>Hombres</b>					
Total	14.241 <sup>3</sup>	11.279 <sup>3</sup>	10.668 <sup>3</sup>	10.363 <sup>3</sup>	12.008 <sup>3</sup>
<b>Mujeres</b>					
Total	23.945 <sup>3</sup>	18.899 <sup>3</sup>	17.272 <sup>3</sup>	15.826 <sup>3</sup>	18.869 <sup>3</sup>
<b>Sudamérica</b>					
<b>Ambos sexos</b>					
Total	118.251 <sup>3</sup>	75.688 <sup>3</sup>	59.853 <sup>3</sup>	51.178 <sup>3</sup>	56.089 <sup>3</sup>
<b>Hombres</b>					
Total	53.096 <sup>3</sup>	34.109 <sup>3</sup>	26.941 <sup>3</sup>	22.859 <sup>3</sup>	24.545 <sup>3</sup>
<b>Mujeres</b>					
Total	65.155 <sup>3</sup>	41.579 <sup>3</sup>	32.912 <sup>3</sup>	28.319 <sup>3</sup>	31.544 <sup>3</sup>

Fuente: INE, Revisión de migraciones, resultados anuales, migraciones exteriores (2018)

# Ilustración 1 Flujo de inmigrantes procedentes de Sudamérica hacia España, por año y país de nacimiento

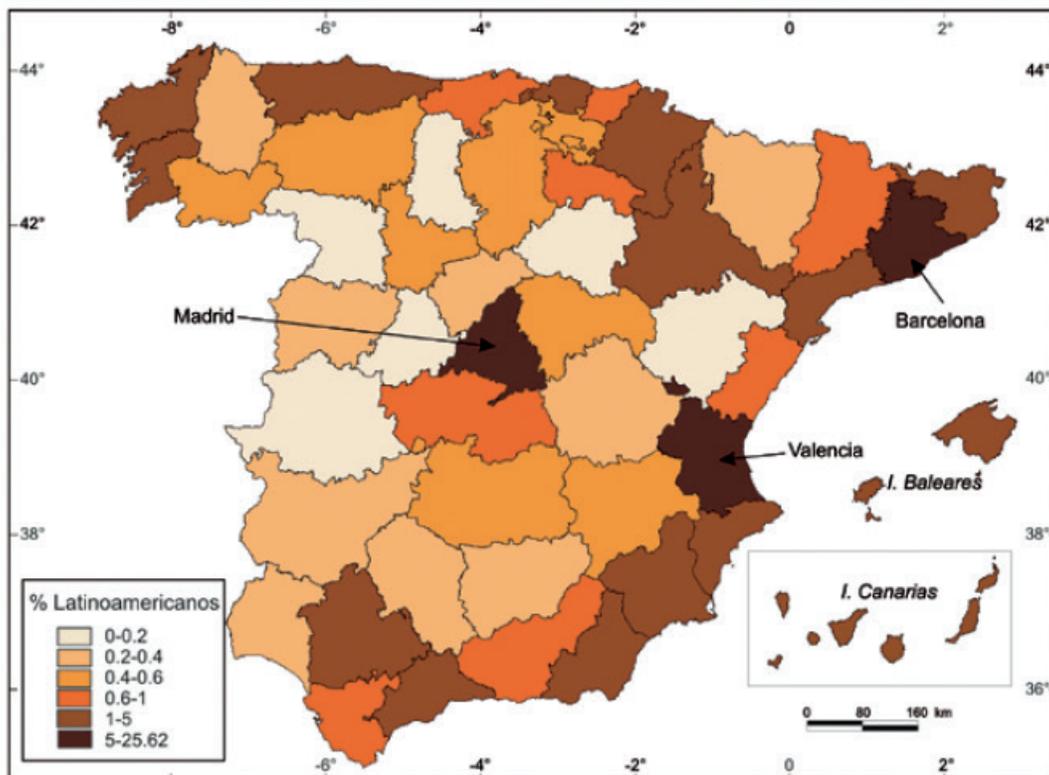


Fuente: INE.

La comunidad latina se ha establecido en mayor cantidad (según se ve en la ilustración 2) en Madrid, Barcelona y Valencia (García, Jiménez & Redondo, 2009), cabe mencionar que los espacios donde se centran las industrias creativas en España son justamente en las mismas ciudades (para clarificar la escenografía, véase la ilustración 3).

### Ilustración 2

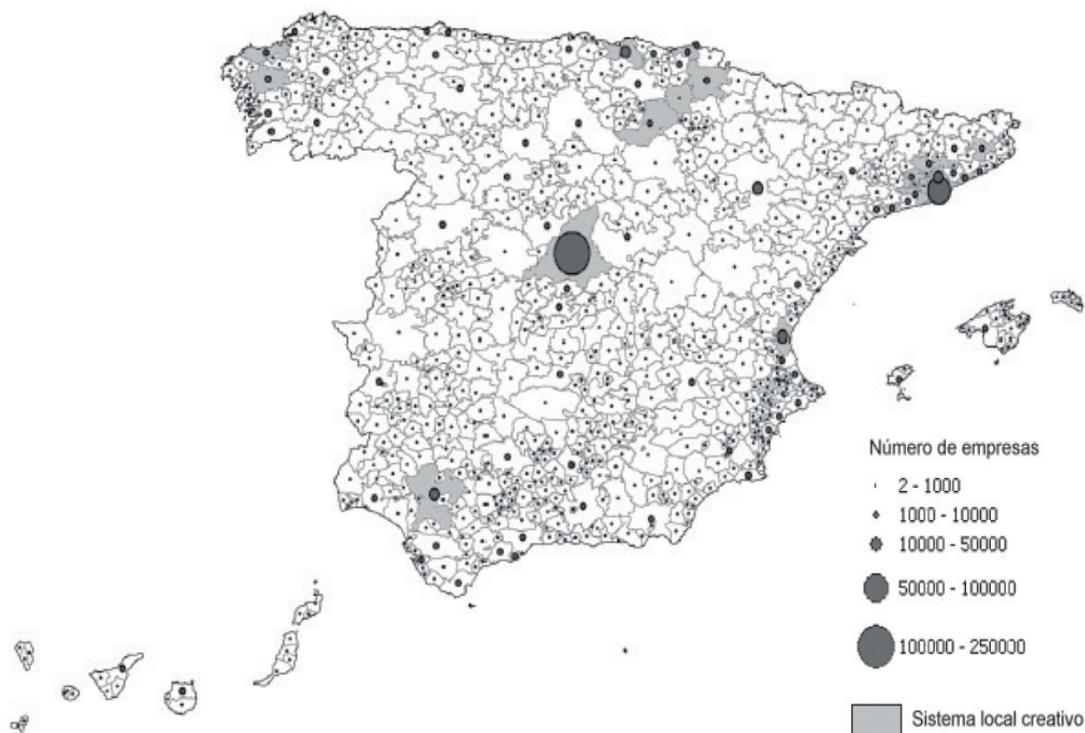
Mapa de la distribución de la población latinoamericana en España



Fuente: INE, mapa en García; Jiménez & Redondo, 2009, pp64

### Ilustración 3

Ocupación en industrias creativas en España por mercado local de trabajo y detalle de los 25 sistemas locales creativos



Fuente: Mapa en Rafael Boix & Luciana Lazzeretti (2011, pág. 197).

Otro punto a resaltar sobre la migración latinoamericana es en qué tipo de trabajos se ocupan una vez que llegan a España, García, Jiménez y Redondo (2009) mencionan que “se incluye mayoritariamente en el sector servicios, especialmente en el comercio, la hostelería y el servicio doméstico”, aunque también se desarrollan en sectores como la agricultura y la construcción. La industria ocupa un bajo peso relativo al número de latinoamericanos (García, Jiménez & Redondo, 2009). “Las mayores proporciones de emprendedores se ubicaban en el sector orientado al consumo, con especial énfasis en el caso de los inmigrantes de régimen general” (Coduras, 2008).

Los migrantes son los más vulnerables en España en comparación con la población española, pues más de la mitad de estos, extranjeros latinos, en su mayoría bolivianos, colombianos y ecuatorianos, obtienen en general los peores empleos, duros y peor remunerados; en-

cima, son los migrantes quienes viven pagando apenas el alquiler y a veces terminan viviendo con familiares o desconocidos para poder cubrir sus necesidades básicas (Malgesi, 2014). Muchos migrantes mayores y poco calificados son regresados a su país de origen cuando envejecen y dejan de producir para el país anfitrión (Khadria & Meyer, 2011). Para colmo, sufren el racismo y la xenofobia. Pese a los malos ratos que la población latina migrante puede vivir en su estancia en España, existen personas que trabajan por cuenta ajena en iniciativas empresariales, generando riqueza y empleo al país anfitrión (García, Jiménez & Redondo, 2009).

### **Emprendedores e inmersión de las migrantes en el sector cultural-creativo**

Los emprendimientos que ejercen los latinoamericanos se concentran en el comercio al por menor, la hostelería y los servicios personales, especialmente locutorios y envío de dinero, peluquerías, centros de belleza y gestorías; más adelante, el comercio de alimentación en términos de frutas y verduras en la importación de productos tropicales y, claro, los negocios de restaurantes, cafeterías y bares, que es donde más variación de nacionalidades existe (García, Jiménez & Redondo, 2009). Hay que destacar que son una población más joven que la española e invierten mucho menos que los autóctonos. Un dato a resaltar es que las mujeres tienen mayor dificultad para obtener financiamiento e innovar sus negocios, sin embargo ya que lo consiguen son las más persistentes en el mercado (Coduras, 2008). Engranando los emprendimientos latinoamericanos con el sector cultural y creativo, se observa cómo la mezcla de culturas fusiona la comunicación, la información y el entretenimiento, además de poner su estilo en ICC como la moda, gastronomía, música, turismo, etcétera (García & Jiménez, 2017).

Las culturas latinas inmersas en España desde hace más de veinte años, llenan de nuevos colores, olores y negocios las calles de Madrid, dando vida a barrios envejecidos cambiados por restaurante étnicos, panaderías, peluquerías, pollerías, entre otros negocios (El País, 2018). “La riqueza cultural de España en este momento se encuentra en saber gestionar el mestizaje cultural al que se está produciendo” (García & Jiménez, 2017).

Retomando la ubicación de las industrias creativas y la concentración de los latinos en España (ilustraciones 2 y 3) es significativo mencionar que “las personas creativas se ven atraídas hacia las comunidades y poblaciones donde se concentran otras personas creativas que son similares en términos ocupacionales, pero con identidades muy diversas” (Galarraga, Luna & González, 2013). Los creativos migran en la búsqueda de mejores oportunidades para desarrollar sus actividades. Las ciudades o regiones caracterizadas por su tolerancia en la diversidad cultural, así como por la innovación y la tecnología son el foco de atracción de numerosas personas deseosas de oportunidades y de poder sentir la libertad cultural (García & Jiménez, 2017). La cultura y las ICC configuran un ambiente de igualdad que sustituye las percepciones negativas, y logran la diversidad cultural (Rey, 2009). Por consiguiente, la economía creativa retroalimenta la vida cultural cotidiana y la sinergia entre cultura, creatividad y trabajo (Robins, 2008). “Pero estas sinergias sólo se dan en entornos localizados donde las personas con talento eligen no solo trabajar sino también vivir” (Galarraga, Luna & González, 2013). Hoy en día la actividad creativa entre españoles y latinos se ve, se escucha y se vive en los medios de comunicación. La televisión es el medio hegemónico de los latinoamericanos, posteriormente escuchan en promedio 13.1 horas de radio – mayoritariamente música –, en comparación con los autóctonos, que escuchan 12.8 horas y se centran en la información (Malgesini, 2014). Cabe destacar que, desde finales del siglo XX, emisoras de radio, periódicos, revistas digitales e impresas, así como cadenas de televisión se han incrementado, apoyadas por las nuevas tecnologías que permiten el rápido alcance de los medios de comunicación (García & Jiménez, 2017).

## Conclusiones y comentarios finales

Los trabajos académicos aún no han desencadenado múltiples investigaciones sobre los migrantes latinos en España y su aportación al sector creativo cultural. Las ICC son un tema de alguna manera reciente en el interés de los Estados y más aún sobre particulares migraciones en España, por lo que este trabajo contribuye a la investigación al reunir selectos puntos a favor de las ICC a través de los migrantes latinos.

Se comparte la idea de Galarraga, Luna y González, (2013): “Las sinergias que resultan de las nuevas combinaciones de creatividad cultural o artística con capacidad emprendedora e innovación tecnológica son clave para la prosperidad en la nueva era de la producción basada en el conocimiento”, los trabajadores son entonces atraídos por los “ecosistemas abiertos, caracterizados por una amplia diversidad cultural, social y sexual”.

Las industrias culturales trascienden las fronteras nacionales incluso sin salir del país; por lo tanto, los migrantes son los personajes que llevarán de primera mano su cultura de origen a una diversificación al mezclarse con otras.

Se apoya el pensamiento de Kevin Robins (2008) al mencionar que “las migraciones del periodo reciente han cambiado de manera dramática la composición social y cultural de las sociedades europeas” y “tanto la producción como el consumo cultural está migrando” (Robins, 2008).

“La emigración es un tema de claras connotaciones culturales, pero sobre todo de desequilibrio en la distribución de la riqueza” (Herrera, 2006). Como bien lo define la Real Academia Española, las migraciones son causadas por acontecimientos económicos o sociales. La moneda tiene dos lados y en una era de globalización, según las realidades actuales, unos ganan muchos más que otros.

Finalmente, con la intención de generar interés en el estudio, se menciona que la “Sinergia entre diversidad cultural y creatividad es central en el nuevo proyecto del Consejo de Europa: *Creating Cultural Capital for Democratic Diversity*” (Robins, 2008) y entre ya varios programas que tiene la UE como *media plus* y programas de cooperación para intercambio de personas con el objetivo de impulsar el sector, se pretende abundar en el enriquecimiento de estudios que sean amigables con los migrantes, a fin de que puedan acceder a una oportunidad laboral que les permita trabajar y vivir con bienestar, ya que la globalización es un fenómeno que nos impacta a todos.

## Referencias bibliográficas

- Adorno, Theodor & Horkheimer, Max (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos* Madrid. Trotta.
- Bauman, Zygmunt (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, Ciudad de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 9-22.
- Bauman, Zygmunt (2011). La cultura en una ciudad globalizada en *44 cartas desde el mundo líquido*. Paidós, pp. 171-174.
- Bauman, Zygmunt (2011). Trazando fronteras en *44 cartas desde el mundo líquido* Editorial Paidós, pp.189-193
- Barriga Monroy, Martha L. (2011). Estado del arte y definición de términos sobre el tema “La investigación en educación artística” *El artista*, núm. 8, Colombia pp. 224-241
- Barrios Nogueira, Andrea y Chaves Zaldumbide, Ángel Patricio (2014). El vínculo entre cultura y desarrollo: conceptos claves para la intervención socio-cultural. *Transformar la realidad social desde la cultura: planeación de proyectos culturales*. CONACULTA. México, pp. 25-42.
- BID (2018). Definición de industrias creativas, recuperado de <https://www.iadb.org/es/creatividad> el 9 de abril 2018
- Brugman Fernando (2012). “La cultura y el desarrollo” en *Cultura y desarrollo*, núm. 7, UNESCO, La Habana, pp. 3-6.
- Boix Rafael & Lazzeretti Luciana (2011). Las industrias creativas en España: una panorámica en *Investigaciones Regionales* Sección Panorama y Debates, pp. 181-206.
- Buitrago, Felipe y Duque, Iván (2013). ¿Qué es la economía naranja? En Buitrago, Felipe y Duque, Iván, *La economía naranja: una oportunidad infinita*, Banco Interamericano de Desarrollo, Aguilar, pp. 33-50
- Casas Pérez, María de la Luz (2013). Las industrias de la información y la comunicación y su papel en la apropiación del futuro de México en *Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate*. México: Universidad Nacional Autónoma de México; Productora de contenidos culturales Sagahón Repoll, 400 pp.
- Carmina Crusafón (2010). Audiovisual europeo, diversidad cultural y mercado global: Análisis de las actuaciones exteriores de la política audiovisual de la Unión Europea, en *Ámbitos*, España, pp. 243-263
- Coduras Martínez Alicia (2008). La actividad emprendedora de los inmigrantes en España, 2005-2007 en el papel de los emprendedores en la economía, núm. 841, recuperado el 19 de mayo en [http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE\\_841\\_97-115\\_\\_77cb4930ea0d091e27b9a2c2a0b8df4d.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_841_97-115__77cb4930ea0d091e27b9a2c2a0b8df4d.pdf)
- El País (2018). Veinte años del “boom” de la inmigración latinoamericana. El legado de los migrantes sigue vivo pese a que muchos emprendieron el

- viaje de regreso. Publicación del 21 de Enero 2018, recuperado el 23 de mayo 2018 de [https://politica.elpais.com/politica/2018/01/08/actualidad/1515409208\\_575807.html](https://politica.elpais.com/politica/2018/01/08/actualidad/1515409208_575807.html)
- García Ballesteros, Aurora, Jiménez Basco, Beatriz & Redondo González, Ángela (2009). La inmigración latinoamericana en España en el siglo XXI, en *Investigaciones geográficas*, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, núm. 90 pp. 55-70
- Galarraga Auxikin, Luna Álvaro & González Sandra (2013). Cultura y creatividad en la nueva economía urbana: evidencias, discursos y críticas en *Revista de dirección y administración de empresas*. España, núm. 20, pp. 33-55
- García, Miguel & Jiménez, Mirian (2017). La movilidad de los inmigrantes emprendedores con iniciativas culturales y creativas en la comunidad de Madrid en *revista Iberoamericana de estudios de desarrollo*. España
- García Canclini, Néstor & Piedras, Ernesto (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. Siglo XXI. México
- Herrera Flores Joaquín (2006). Abordar las migraciones: Bases teóricas para políticas públicas creativas, en *Tiempos de América*, núm. 14, pp. 75-96.
- INE (2018). Revisión de migraciones, resultados anuales, migraciones exteriores 2018, recuperado el 22 de mayo 2018 de <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=24289>
- INE (2018). Revisión de migraciones, resultados anuales, por país de nacimiento y periodo, 2018, recuperado el 22 de mayo 2018 de <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=24289>
- Khadria, Binod & Meyer, Jean-Baptiste (2011). El papel de la migración en la reestructuración de los sistemas de innovación en *revista migración y desarrollo*, vol. 9, Núm.16, pp. 81-120
- Lamb, Charles W., Hair Joseph F., McDaniel, Carl, (2011). *Marketing*. Cengage Learning Editores, México, pp. 150 y 202.
- Levitt, Peggy (2013). Cultura y migración. Más allá de la cultura como producto, en Delgado Raúl & Márquez Humberto (Coord.), *El laberinto de la cultura neoliberal*. Editorial Porrúa, México. pp. 73-86
- Malgesini Rey Graciela (2014). Desempleo y vulnerabilidad multidimensional. La situación de las personas inmigrantes en España. En Anguiano Téllez María E. & Cruz Piñero R. (Coord.) *Migraciones internacionales, crisis y vulnerabilidades*. El Colegio de la Frontera Norte, México, pp. 45-72
- Pérez Salazar, Gabriel (2013). Industrias culturales digitales: Aproximaciones hegemónicas y contrahegemónicas en *Industrias culturales en México Reflexiones para actualizar el debate*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, libro digital PLATAFORMA KOBO capítulo 7
- ONU (2018). Temas mundiales: Cultura. Recuperado de <http://www.un.org/es/globalissues/culture/>, el 5 de abril del 2018

- RAE, 2018, Definición de migración, recuperado de <http://dle.rae.es/?id=PE38JXc>
- Rey Vásquez Diana (2009) El debate de las industrias culturales en América Latina y la Unión Europea, *En revista sobre las culturas contemporáneas*, vol. XV, núm. 30. Colima, pp. 61-84.
- Robins Kevin (2008). El reto de las diversidades transnacionales, *en revista CI-DOB d'Afers Internacionals*, núm. 82/83, Fronteras: Transitoriedad y dinámicas interculturales. Reino Unido, pp. 67-75.
- Rodríguez Ferrándiz, R. (2011). De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del «campo» cultural, *en Comunicar*, pp 18-36.
- UNESCO (2018). Áreas de acción: Cultura, recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/> el 5 de abril del 2018.