

**Comunidad salvadoreña
inmigrante en el área
metropolitana de
Washington D.C.: procesos
de identidad colectiva
y comunicación
transnacional**

José Luis Benítez
pp.15-40

Palabras clave:

El Salvador, migración internacional,
migrantes, identidad cultural,
medios de comunicación de masas,
análisis, política cultural.

Resumen

Este estudio analiza las relaciones entre los procesos y prácticas de comunicación, y la configuración de identidades colectivas en la experiencia de los migrantes salvadoreños en Estados Unidos. En concreto, la investigación se enfoca en la comunidad salvadoreña inmigrante en el área metropolitana de Washington D.C. La metodología empleada consiste en una etnografía de comunicación que combina observación participante y entrevistas en profundidad acerca del consumo de medios y las prácticas de lectura y recepción de ciertos textos mediáticos.

En la primera parte se plantean los principales elementos conceptuales alrededor de esta temática: transnacionalismo y estudios transnacionales; comunicación, migración y diásporas; identidades colectivas y medios de comunicación. En esta parte propongo algunos aspectos conceptuales que desde la teoría de la estructuración de Anthony Giddens se podrían aplicar al estudio de medios de comunicación transnacionales.

En la segunda parte se describen algunas características de la comunidad salvadoreña inmigrante en Washington D.C., y se hace una breve caracterización histórica de los principales medios locales de comunicación: periódicos, radios y estaciones de televisión. A continuación, se analizan los programas transnacionales de radio y televisión dirigidos a la comunidad salvadoreña inmigrante, y las formas de apropiación de estos productos mediáticos. Finalmente, en la conclusión se resalta la importancia de los medios de comunicación como mediadores socioculturales en la formación de identidades, y la necesidad de repensar políticas transnacionales de comunicación y cultura para El Salvador.

Introducción

El fenómeno contemporáneo de la migración internacional plantea a las ciencias sociales nuevos desafíos conceptuales y metodológicos para comprender y explicar los procesos y transformaciones económicas, sociales, territoriales, políticas y culturales que estos procesos generan en el contexto de la globalización. De hecho, diferentes disciplinas, como la antropología, sociología, ciencias políticas, economía y geografía, entre otras, han desarrollado investigaciones que proponen la conceptualización de un nuevo espacio social transnacional. De esta manera, estos estudios transnacionales o sobre el transnacionalismo constituyen una apuesta interdisciplinaria de investigación social que abre nuevas rutas para entender la complejidad de las relaciones entre procesos de migración internacional, globalización y desarrollo social. En esta tarea académica, el campo de la comunicación tiene también mucho que aportar, particularmente desde la investigación de los procesos y prácticas comunicacionales que tienen lugar en el espacio social transnacional.

En El Salvador, el flujo masivo de emigración en los últimos veinticinco años se ha dirigido en su gran mayoría hacia Estados Unidos, donde residen, de acuerdo a cifras del gobierno salvadoreño, alrededor de 2.5 millones de salvadoreños. Esta población inmigrante en los Estados Unidos se concentra primordialmente en la ciudad de Los Ángeles, California, y en el área metropolitana de Washington D.C., que incluye ciudades de los estados de Maryland y Virginia. Esta comunidad salvadoreña en el área de Washington D.C. es el grupo nacional mayoritario entre las diversas comunidades inmigrantes de esa zona metropolitana (Cadaval, 1988). En este sentido, esta comunidad tiene una relevancia especial en la configuración y proyección de la diáspora salvadoreña y, al mismo tiempo, es un espacio social privilegiado para estudios transnacionales.

En este contexto, este artículo presenta algunas consideraciones fundamentales sobre los procesos de identidad colectiva y comunicación en la comunidad salvadoreña inmigrante en el área de Washington D.C. Este estudio tiene como punto de partida el trabajo de campo realizado en esa zona durante el verano de 2004 y que sirvió de base para la elaboración de mi tesis doctoral¹. La metodología empleada en esta investigación tiene como eje principal la etnografía de comunicación, la cual combina la riqueza de experiencia de la observación participante en un contexto sociocultural particular, y el establecimiento de conversaciones alrededor del consumo de medios de comunicación, interpretación de textos mediáticos y significaciones culturales de las prácticas comunicacionales de los informantes. El período de observación participante fue de tres meses. También se realizaron de manera sistemática (grabación y transcripción) setenta entrevistas en profundidad y un grupo focal con miembros de diferentes sectores de la comunidad salvadoreña inmigrante en el área de Washington D.C. En la selección de los informantes se tomaron en cuenta aspectos como edad, género, religión, tipo de empleo, lugar de origen y tiempo de residir en Estados Unidos para obtener mayor diversidad y complejidad en las perspectivas de los salvadoreños entrevistados.

1. Transnacionalismo y estudios transnacionales

Los estudios contemporáneos sobre la migración internacional se han enfocado en tres preguntas centrales: ¿qué motiva a la gente a emigrar?, ¿cómo cambia la vida de los inmigrantes en el país receptor?, y ¿qué impacto tienen las comunidades migrantes en los países de llegada? (Portes y DeWind, 2006). Sin embargo, en los últimos años se constata una transformación significativa desde la configuración de un campo social transnacional, es

1. *Communication and collective identities in the transnational social space: A media ethnography of the Salvadoran immigrant community in the Washington D.C. metropolitan area*, Ohio University, 2005. Puede accederse a la tesis en el sitio: http://www.ohiolink.edu/etd/view.cgi?acc_num=ohiou1121349361

decir, la existencia de nuevos espacios de intercambio más allá de las fronteras nacionales con mayor densidad y dinámica que antes. En parte, estos intercambios transnacionales son ahora posibles por los adelantos en los medios de transporte y el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación. Por tanto, el campo social transnacional, tal como lo señala Pries (2001), implica la articulación de prácticas sociales, artefactos y sistemas simbólicos que se extienden en espacios geográficos en al menos dos Estados nacionales.

Además, algunos autores (Guarnizo y Smith, 1998; Mahler, 1998) han propuesto la metáfora que distingue dos dinámicas diferentes de transnacionalismo: el proceso que surge desde “arriba” y otro proceso que emerge desde “abajo”. Así, transnacionalismo desde arriba hace referencia a las prácticas y procesos en los cuales las corporaciones multinacionales, grandes medios de comunicación y gobiernos nacionales, con sus respectivas agendas y prioridades, son los actores principales. Por el otro lado, la idea de transnacionalismo desde abajo toma en cuenta los procesos y prácticas que los ciudadanos, organizaciones civiles (especialmente las comunidades migrantes) construyen desde sus prácticas socioculturales y políticas cotidianas. De este modo, estas dos lógicas que operan en la construcción del campo transnacional reproducen complejidades, contradicciones, ambigüedades y conflictos que entrañan luchas por la visibilidad social, el reconocimiento político y la negociación cultural entre las comunidades migrantes y otros actores sociales, tanto en los países donde viven como en sus países de origen.

En definitiva, este campo transnacional puede ser definido como una diversidad de espacios de referencia que estructuran las prácticas cotidianas, posiciones sociales, proyectos personales de trabajo e identidades humanas que simultáneamente existen por encima y más allá de los contextos de las sociedades nacionales (Pries, 2001). Por esto mismo, sugiere Sørensen (1998), la noción del espacio social transnacional nos permite analizar no sólo las experiencias personales de los inmigrantes, sino también entender las maneras en que los

inmigrantes son transformados por sus mismas prácticas transnacionales y las diversas relaciones sociales en las cuales participan.

La comprensión del campo transnacional como dinámica social que interconecta múltiples localidades y que articula diversos procesos transfronterizos de intercambio sociocultural, cuestiona además los modelos tradicionales de asimilación y aculturación (Mahler, 1995). Estos modelos han propuesto que las comunidades inmigrantes deben asimilarse completa o parcialmente —o cuando menos adaptarse— a ciertos valores culturales dominantes en el nuevo entorno sociocultural al que llegan. No obstante, estos modelos, todavía prevalecientes en algunos estudios y propuestas culturales, dejan de lado el reconocimiento de los derechos culturales de las comunidades inmigrantes y la complejidad de los procesos de inserción personal y social en una sociedad que genera reacciones hostiles hacia los inmigrantes. En este sentido, hoy en día se proponen nuevos conceptos como la “asimilación segmentada” (Portes y Rumbaut, 2001), que toma en cuenta tanto las capacidades en términos de capital social y familiar, como las dificultades que enfrentan los hijos de los inmigrantes para adaptarse a un nuevo entorno: racismo generalizado, un mercado de trabajo segmentado y la presencia de modelos contraculturales como las pandillas y las drogas. En tal sentido, Portes y DeWind (2006) consideran que esta noción de campo transnacional no sólo se opone a los modelos de aculturación e integración de los inmigrantes, sino que además evoca “la imagen de un movimiento imparable de ida y vuelta que les permite mantener una presencia en ambas sociedades y culturas y aprovechar las oportunidades tanto económicas como políticas que plantean estas vidas duales” (p. 13).

Con el objetivo de profundizar en estas dinámicas transnacionales, los estudios sobre el transnacionalismo abordan diferentes áreas de investigación: configuración de comunidades transnacionales, redes transnacionales, la nueva segunda generación, familias transnacionales, hogar y género, religión y transnacionalismo, y comparaciones transnacionales entre

otros diversos ámbitos sociales (Mahler, 1998; Delanty, 2000; Herrera, 2001; Brittain, 2002; Portes y DeWind, 2006). Y estos procesos y prácticas transnacionales, de acuerdo a Portes y DeWind (2006), tienden a aumentar con el tiempo de residencia en un nuevo contexto social, lo que hace esperar que se seguirán expandiendo y profundizando en el futuro.

En definitiva, los estudios transnacionales, particularmente aquellos que se han realizado con comunidades inmigrantes latinoamericanas en Estados Unidos, ponen de manifiesto nuevas consideraciones acerca de los paradigmas de asimilación y aculturación, así como de los procesos de movilidad física y simbólica entre sus países de origen y países de residencia. Sin duda, en esta dimensión de movimientos simbólicos transnacionales los medios de comunicación en español juegan un papel importante. También los discursos, narrativas e imaginarios que promueven estos medios de comunicación, tanto a nivel local como transnacional, son cruciales en la reafirmación y creación de nuevas identidades colectivas en la experiencia de los inmigrantes.

A pesar del creciente interés académico en los estudios transnacionales, estos enfrentan importantes desafíos epistemológicos y metodológicos en la construcción de una agenda de investigación (Mahler, 1998). A este respecto, existe consenso en al menos tres retos fundamentales para los estudios transnacionales. Primero, hacen falta mayores esfuerzos que logren, de manera creativa y eficaz, llevar adelante proyectos de investigación interdisciplinarios entre las diferentes áreas de las ciencias sociales (Pries, 2001). Segundo, es indispensable desarrollar nuevas metodologías de investigación sobre el fenómeno del transnacionalismo que permitan referentes apropiados para el establecimiento de comparaciones (Mahler, 1998). Finalmente, es necesario superar el marco de las sociedades y los Estados nacionales como las únicas unidades de análisis en el estudio de los diversos procesos y prácticas transnacionales en contextos de migración internacional (Portes y DeWind, 2006).

2. Comunicación, migración y diásporas

En los últimos años, ha surgido también en el campo de la comunicación un proyecto académico que estudia las diferentes relaciones entre medios de comunicación, configuración de identidades colectivas y procesos de migración internacional. Algunas de estas perspectivas emergen desde las contribuciones de los estudios culturales británicos (Barker, 2000) y los planteamientos anclados en la realidad sociocultural latinoamericana (Martín-Barbero, 2002). Los estudios culturales constituyen un campo interdisciplinario que examina las diferentes formas en que la cultura se interrelaciona con el poder, y cómo esas relaciones influyen y conforman las prácticas cotidianas de la gente (Barker, 2000). Además, los estudios culturales posibilitan nuevos modos de acercamiento, tanto teórico como metodológico, al fenómeno de la migración y la construcción de diásporas en las sociedades modernas (Karim, 2003). Tal como lo afirma Carey (1989), los estudios culturales de comunicación abren la posibilidad de abandonar una filosofía obsoleta de la ciencia y privilegian un enfoque de los medios de comunicación como un "sitio" (no un objeto o disciplina) desde el cual se deben desentrañar cuestiones fundamentales para una teoría social.

De manera similar, Martín-Barbero (2002) observa cómo este cambio epistemológico en los estudios culturales y teorías de la comunicación en América Latina se ha manifestado en tres movimientos metodológicos sustantivos. Primero, existe una nueva multidimensionalidad en el estudio de las articulaciones entre procesos de comunicación y procesos de desterritorialización e hibridación producidos por la modernidad latinoamericana. Segundo, hoy en día es imposible comprender la comunicación social sin tomar en cuenta las implicaciones políticas de las "mediaciones" de la comunicación. Es decir, la conformación de sistemas simbólicos e imaginarios sociales reproducidos desde los medios juega un papel decisivo en los procesos de formación del poder. Tercero, los cambios tecnológicos y la cuestión de la

identidad demandan repensar las complejas y constitutivas relaciones entre comunicación y cultura no únicamente ni primordialmente desde los medios de comunicación, sino desde las mediaciones socioculturales y comunicacionales. En otras palabras, los medios de comunicación se han convertido en espacios socioculturales claves donde se producen, se ponen en circulación y se ofrecen diversas narrativas e imaginarios simbólicos que pueden ser consumidos y apropiados por la gente desde sus matrices culturales, populares y mediáticas. Aún más, sugiere Yúdice (2003), la comunicación masiva debe ser pensada no exclusivamente como un asunto de mercado y consumo, sino también como un espacio desde donde es posible redefinir lo público y construir un proyecto de democracia.

La perspectiva de los estudios de medios de comunicación y diásporas (*media diáspora*), particularmente aquellos que se orientan hacia un enfoque desde la noción del campo transnacional, resaltan la necesidad de repensar el papel de estos medios que interconectan diferentes espacios y tiempos. En este sentido, Gray (2003) plantea que estos estudios necesitan de “nuevas maneras de pensar, especialmente en relación con la comunicación, las representaciones y los flujos mediáticos que traspasan los límites espaciales transnacionales dentro del contexto de la globalización” (p. 187). Además, estos estudios se enfocan en el análisis de cómo las comunidades en la diáspora se constituyen en “culturas de viaje” (*traveling cultures*), como las denomina Clifford (1994), que reproducen y negocian nuevas redes de comunicación e identidades colectivas en el espacio social transnacional (Morley, 2000; Karim, 2003; Flores, 2003).

Por otra parte, otro enfoque para comprender las relaciones entre los medios de comunicación y los procesos de migración internacional (Wood y King, 2001) plantea la posibilidad de distinguir y analizar tres dimensiones principales. Primero, analizar cómo las imágenes, narrativas y textos mediáticos de los países de destino, principalmente Estados Unidos, Australia y países europeos, constituyen una fuente importante de infor-

mación para posibles migrantes (Morley y Robins, 1995). En esta dimensión, por tanto, se puede estudiar cómo los textos mediáticos —especialmente los programas de televisión, noticieros, películas, documentales y otras narrativas mediáticas producidas en Estados Unidos— circulan y son apropiados por las audiencias tanto en El Salvador como en otros países latinoamericanos (Miller y Yúdice, 2002). Y, además, se puede examinar de qué manera esos textos mediáticos están relacionados con las motivaciones y la información que se tiene en cuenta para tomar la decisión de emigrar.

Segundo, Wood y King (2001) proponen que se deben evaluar las construcciones y representaciones mediáticas que sobre determinados grupos emigrantes se construyen en los medios de comunicación de los países receptores. Así, por ejemplo, Chang (2000) argumenta que en Estados Unidos los medios de comunicación dominantes tienden a centrarse en las mujeres trabajadoras inmigrantes, especialmente latinas, como foco principal de escrutinio público, distorsión y blanco principal de las regulaciones migratorias y el control laboral. En términos similares, Mayer (2003), en su estudio sobre los mexicanos-estadounidenses y los medios de comunicación, concluye que los medios muchas veces se convierten en lugares sensibles donde se reproducen imágenes estereotipadas de este grupo étnico, con lo cual contribuyen significativamente a la perpetuación del racismo y la marginalización social.

La tercera dimensión en el estudio de los medios de comunicación y los procesos de migración internacional, de acuerdo a Wood y King (2001), serían los textos mediáticos provenientes de los países de origen de los inmigrantes: periódicos, revistas, películas, vídeos, programas de radio, programas de televisión por satélite, entre otros, y cómo estos productos mediáticos juegan un papel decisivo en la formación de identidades culturales, la construcción de sentidos de comunidad en la diáspora y la participación política de los inmigrantes. A estas dimensiones habría que añadir lo que podríamos denominar *medios de comunicación transnacionales*, los cuales

no están necesariamente vinculados con las grandes corporaciones multinacionales de medios, pero que adquieren este carácter de transnacionales no sobre la base de la propiedad de estas empresas, sino por el tipo de producciones mediáticas. Es importante analizar no sólo los formatos y contenidos de estas producciones, sino también los circuitos de circulación transnacional de estos textos y, sobre todo, las maneras de interpretación y apropiación de estos textos y narrativas por parte de las comunidades inmigrantes, así como por los familiares de éstos en sus respectivas comunidades de origen.

Con el objetivo de clarificar el uso de diferentes términos en los estudios de comunicación y comunidades migrantes, me parece apropiado retomar las categorías desarrolladas por Naficy (1993, 2003) en su análisis de programación televisiva para comunidades iraníes en la diáspora. Naficy (1993) plantea tres conceptos para distinguir los programas de televisión orientados a comunidades migrantes: étnicos, transnacionales y de la diáspora. Los programas de televisión “étnicos” son aquellos producidos en el país receptor por parte de grupos migrantes que tienen una larga historia desde su experiencia de migración. Un ejemplo de esto sería la cadena de televisión *Black Entertainment Televisión* (BET), la cual se dirige a las comunidades afroamericanas en Estados Unidos. En segundo lugar, los programas de televisión “transnacionales” serían aquellos producidos por grandes corporaciones multinacionales, tales como Univisión, Galavisión y Telemundo. Desde esta perspectiva, Naficy (2003) considera que estas cadenas de televisión con programación en español en Estados Unidos refuerzan la asimilación y americanización de las poblaciones latinas y, al mismo tiempo, favorecen la “cubanización” de la programación televisiva en español. En tercer lugar, los programas televisivos de “la diáspora” son aquellas producciones donde quienes toman las decisiones fundamentales son organizaciones sociales de base y asociaciones migrantes. Por tanto, estos programas de la diáspora presentan características únicas

para comprender de qué manera la televisión “acompaña a los exiliados en la construcción híbrida de la identidad y el sentido del yo, no a través de la producción de ausencias, sino por medio de las presencias del país y del pasado que se hacen presentes aquí y ahora” (Naficy, 1993, pp. 120-121).

La distinción de estas tres categorías (medios étnicos, transnacionales y de la diáspora) ayuda a comprender las diferentes dimensiones de la programación televisiva disponible en Estados Unidos para poblaciones migrantes; sin embargo, considero que estas tres categorías se traslapan en los programas de radio y televisión analizados en el presente estudio. Por esta razón, usaré indistintamente las nociones de medios transnacionales o de la diáspora para referirme a los diversos textos mediáticos producidos en El Salvador para la comunidad salvadoreña inmigrante en el área metropolitana de Washington D.C., así como a los programas y textos que se producen y circulan entre El Salvador y Estados Unidos.

En definitiva, como lo establece Georgiou (2004), los medios de comunicación en general (impresos, radio, televisión, internet) orientados hacia poblaciones migrantes se convierten en “participantes dinámicos en la construcción de una comunidad transnacional, o en una diáspora: una comunidad de personas dispersas a través de las fronteras, pero que comparten una misma patria distante y mantienen redes de comunicación a través de diferentes Estados-nacionales” (p. 54). Consecuentemente, el reto fundamental de los estudios transnacionales de comunicación es comprender y explicar de qué manera los medios hacen posible interconexiones entre comunidades de audiencias virtuales situadas en diferentes contextos de tiempo y espacio, y cómo estos sistemas simbólicos y narrativas mediáticas rearticulan nuevos modos de experimentar y representar las identidades colectivas, híbridas, nacionales, étnicas, generacionales, religiosas y migrantes en el espacio social transnacional.

3. Identidades colectivas y medios de comunicación

Hoy en día es indudable la importancia que tienen los medios de comunicación en la articulación y reproducción de identidades colectivas. En general, existe un interés creciente por comprender cómo las identidades de diferentes grupos sociales compiten por la visibilidad y reconocimiento de sus representaciones identitarias en diferentes contextos sociales y políticos (Laclau, 2003). Las identidades colectivas están primordialmente basadas en la construcción de límites y el mantenimiento de diferencias entre un “nosotros” y un “otros” (Peters, 2003). Así, todas las identidades son “construcciones temporales y simbólicas que establecen determinados límites y relaciones” (Van Loon, 2001, p. 278). De hecho, el ser humano puede vivir en medio de una multiplicidad de identidades que se traslapan unas a otras: culturales, nacionales, étnicas, religiosas, de clase social y generacional (Lara, 2002). A pesar de esta diversidad de identidades, Castells (2004) sugiere que existe una identidad primaria que se convierte en la base de organización de sentido de otro tipo de identidades, y que se mantiene a través de contextos de tiempo y espacio. Por tanto, es fundamental reconocer en cada contexto sociocultural cuál es la identidad primaria de determinados grupos sociales o comunidades, y de qué manera estas expresiones identitarias revelan también elementos de fragmentación y ambivalencia en estas identidades colectivas (Bauman, 2004).

Tradicionalmente, el sentido de las identidades culturales estuvo relacionado con la noción del territorio; sin embargo, los procesos de des-territorialización y reterritorialización han generado la pérdida de los lazos “naturales” entre cultura y espacios geográficos (García Canclini, 2001). Estos procesos, entonces, plantean una reconceptualización de las identidades, particularmente en relación a las identidades colectivas de las comunidades migrantes. De igual manera, es fundamental entender la configuración de las identidades desde las diferentes articulaciones entre lo tradicional y

lo moderno, las culturas populares y masivas, y los procesos locales y globales (Appadurai, 1996; Ortiz, 2000; Martín-Barbero, 2001).

En resumen, es posible analizar tres niveles de articulación entre identidades colectivas y medios de comunicación. Primero, las identidades colectivas son reproducidas en procesos sociales de comunicación, transmisión cultural y contestación, en donde los medios se convierten en los agentes que hacen visibles estos procesos y luchas (Peters, 2003). Segundo, los textos mediáticos ofrecen imágenes, discursos, narrativas y espectáculos que suscitan placeres y configuran sentidos de identidad y subjetividad, los cuales pueden ser apropiados de maneras diferentes por la gente que consume cotidianamente estos productos de la cultura mediática (Hall, 1999; Georgiou, 2004). Tercero, la producción de una cultura mediática global implica también que la construcción de identidades colectivas no se da al margen de las lógicas y significados propuestos por la publicidad y el mercadeo de las corporaciones multinacionales. Es decir, las identidades nacionales o “latinas” son construidas también como mercancía de consumo, o como identidades organizadas alrededor de la sociedad del consumo (Dávila, 2001).

Sin duda, el sentido de identidad nacional tiene una dimensión sobresaliente en la experiencia de diáspora de las comunidades de salvadoreños en Estados Unidos, en su auto-percepción en tanto “salvadoreños” y en la apropiación de elementos de otras culturas, a partir de las cuales se construyen nuevas identidades híbridas (García Canclini, 2001). Tal como lo sugiere Lara (2002), las comunidades inmigrantes de salvadoreños en Norte América siguen identificándose en relación al origen nacional, pero ellos se transforman en un nuevo grupo étnico. En este sentido, el concepto de identidad nacional, a pesar de ser cuestionado por los procesos contemporáneos de globalización, sigue teniendo un sentido de referencia a una memoria histórica más o menos estable, pero que es continuamente reestructurada a partir de las interrelaciones con referentes culturales transnacionales (García Canclini, 2001).

De igual manera, Martín-Barbero (2002) enfatiza que el espacio cultural nacional es todavía el sitio histórico de mediación para la memoria popular y que, además, hace posible la comunicación intergeneracional.

Por esto mismo, la perspectiva de Huntington (2004) sobre la crisis en la identidad nacional de Estados Unidos ha generado tanta polémica. Este autor argumenta que los altos niveles de migración de latinos hacia Estados Unidos y la poca asimilación de estos inmigrantes hacen posible pensar que la sociedad estadounidense pueda llegar a ser “un país con dos lenguajes y dos culturas” (p. 256). A la base de los planteamientos de Huntington reside la visión de que la religión es el elemento fundamental de la identidad estadounidense, particularmente los valores “anglo-protestantes”. Consecuentemente, Huntington (2004) sostiene que la “manifestación más significativa de asimilación de parte de los inmigrantes hispanos es la conversión al protestantismo evangélico” (p. 241). En este sentido, me parece que el planteamiento de Huntington es teóricamente no sólo reduccionista de la complejidad de las mediaciones socioculturales que intervienen en la configuración de identidades, sino que es también una legitimación académica a las posiciones de un proyecto político hegemónico (Laclau, 2003; Rosaldo, 2003; Ross y Derman, 2003).

Esta configuración de identidades colectivas implica, además, una búsqueda constante de sentido de las raíces, de referentes culturales desde donde anclar las prácticas sociales, de compartir una base común con un grupo, de conservación de una lengua, de mantenimiento y reproducción de símbolos y narrativas que den sentido a las prácticas cotidianas. Entonces, los medios de comunicación masiva y otros medios alternativos de expresión se convierten en mediadores fundamentales de esta construcción y reproducción de identidades (Martín Barbero, 2002). Los medios posibilitan la visibilización de las problemáticas de estas comunidades en las agendas informativas locales, nacionales y globales; las producciones mediáticas proyectan representaciones de determinados grupos étnicos, al mismo tiempo

que retoman y reconstruyen narrativas culturales de identidad; y, además, los procesos de comunicación legitiman políticas de representación que traen consigo consecuencias prácticas para la vida de ciertos grupos sociales. Por tanto, como propone Laclau (2003), las dinámicas políticas en relación a las identidades se viven hoy como una lucha en el ámbito informativo y comunicacional.

4. Teoría de la estructuración y comunicación transnacional

La teoría de la estructuración desarrollada por Giddens (1984) propone elementos novedosos para la teoría de la acción social, particularmente en el contexto de la modernidad de las sociedades contemporáneas. Dos nociones importantes que Giddens sugiere son los mecanismos de “desanclaje” (*disembedding*) y “reanclaje” (*reembedding*) en los sistemas sociales. Esto quiere decir, fundamentalmente, que las relaciones sociales y los intercambios de información, hoy en día, pasan por procesos de desanclaje de sus contextos de tiempo y espacio, pero al mismo tiempo aparecen nuevas oportunidades de reanclaje. Así, algunos autores equiparan estos dos mecanismos con las nociones de desterritorialización y reterritorialización de las prácticas sociales y las identidades culturales (Negus y Román-Velásquez, 2000). Por tanto, dentro del campo de los estudios de comunicación, estos mecanismos permiten explicar de qué manera se produce una reorganización de instituciones y el surgimiento de nuevos sistemas de “expertos”, entre los cuales se pueden ubicar a los medios de información y comunicación.

En base a estos planteamientos, Hjarvard (2002) propone comprender a los medios de comunicación como un mecanismo social de reanclaje, es decir, como un mecanismo que reconstruye e institucionaliza patrones de interacción social y provee un sentido de confianza. De igual manera, Rasmussen (2002) argumenta que estos mecanismos posibilitan una nueva fase de la modernidad caracterizada por grandes organizaciones sociales y tecnológicas que constantemente mueven

personas, productos, información y dinero a nivel global. En consecuencia, los medios de comunicación pueden ser analizados como instituciones modernas de reanclaje, que reinserían elementos simbólicos y discursos mediáticos en comunidades locales, nacionales y globales. Además, estas instituciones de comunicación intercambian códigos de información y recursos comunicacionales en determinados contextos espacio-temporales de interacción social (Giddens, 1990).

Desde esta perspectiva es posible identificar al menos tres dimensiones fundamentales de interacción social y de procesos de comunicación en las comunidades migrantes (Thompson, 1995). Primero, el nivel de *copresencia*, en el cual las interacciones se dan cara a cara en las actividades cotidianas de una colectividad. Estas interacciones se dan a nivel de familias, vecinos y organizaciones comunitarias, deportivas, culturales y religiosas (Smith, 1998). De igual manera, podría incluirse aquí el uso local de los medios de comunicación en contextos de copresencia: los medios locales (periódicos, radio, televisión, entre otros) que interconectan a los migrantes en sus comunidades de residencia. Segundo, el nivel de las *interacciones mediadas*, las cuales interconectan personas que están ausentes de los contextos de tiempo y espacio. En este caso, el uso de nuevas tecnologías y medios de comunicación transnacionales posibilitan a los migrantes conexión translocal con sus familiares: a través de programas de radio y televisión, y el desarrollo de sitios en Internet de comunidades en la diáspora. Tercero, el nivel de las *interacciones cuasi-mediadas*, las cuales posibilitan, a través de los medios globales de comunicación y nuevas tecnologías de información, interacciones de una multiplicidad de audiencias situadas en diferentes contextos de tiempo y espacio. El cuadro 1 presenta de manera esquemática esta propuesta conceptual.

5. La comunidad salvadoreña inmigrante en el área de Washington D.C.

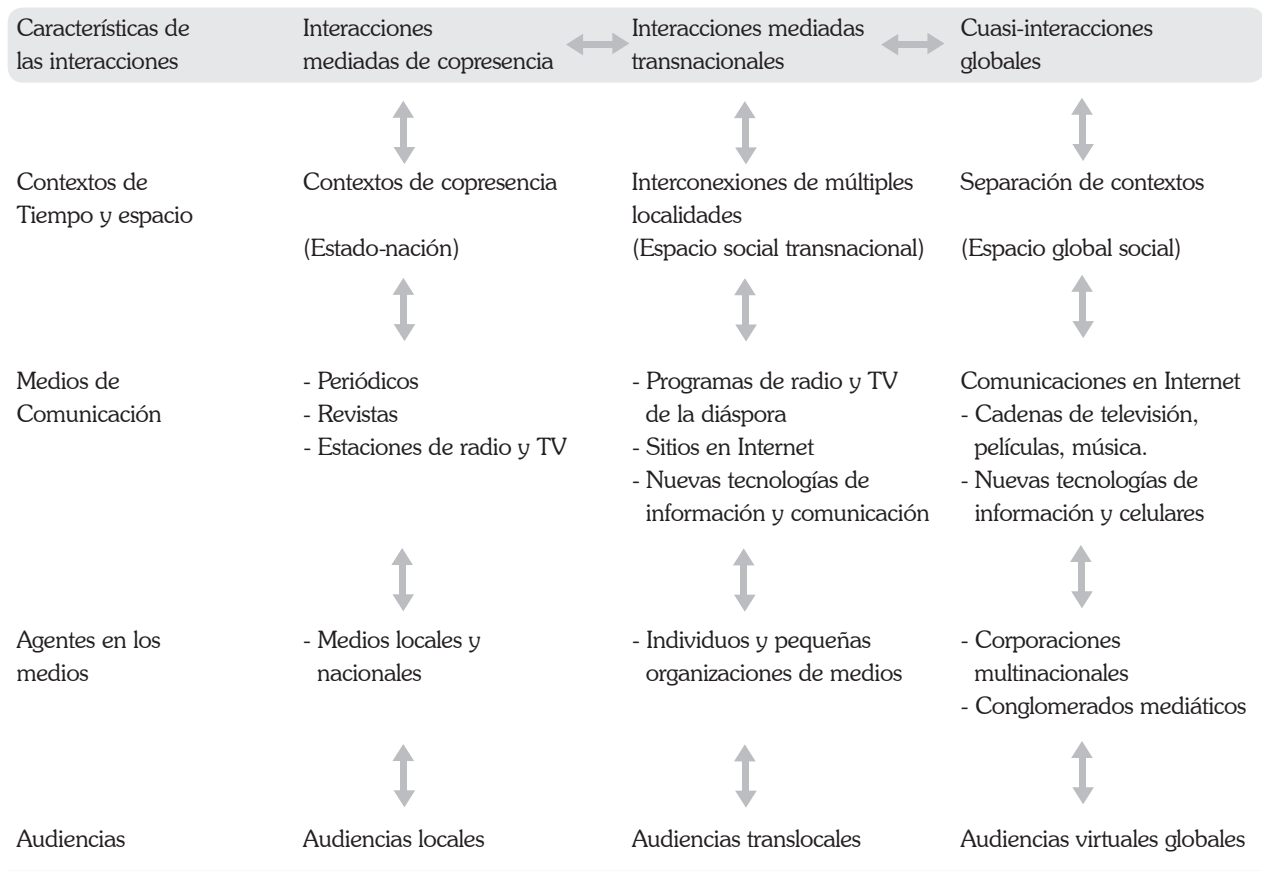
Geográficamente, el área metropolitana de Washington D.C. comprende el Distrito de Co-

lumbia; los condados de Montgomery, Prince George, Fairfax y Arlington; y las ciudades de Alexandria y Fairfax. La comunidad salvadoreña inmigrante en esta zona representa la segunda mayor concentración de salvadoreños en Estados Unidos, pero probablemente la más importante en términos de presencia histórica, experiencia de organización local, desarrollo de medios locales y transnacionales de comunicación, y configuración de una nueva identidad étnica. Tal como Portes y Rumbaut (1996) lo advierten, el área de Washington D.C. se constituye en un caso muy peculiar por la composición de grupos inmigrantes que viven en esa zona.

Los pioneros de la migración hacia Washington D.C. fueron en su mayoría mujeres provenientes de Centro y Sur América que, entre la década de 1960 y 1970, viajaron a esa zona para hacerse cargo del cuidado de niños y ofrecer servicios de limpieza en embajadas, casas de diplomáticos y personal de agencias internacionales (Cadaval, 1996). En cuanto al flujo migratorio desde El Salvador, algunos reportes documentan que los primeros en llegar fueron inmigrantes provenientes de dos pueblos del oriente del país: Intipucá y Chirilagua. Montes (1987) afirma que él entrevistó a la primera persona que emigró de Intipucá hacia Estados Unidos, quien, de acuerdo a su propio testimonio, “se fue en 1967 en busca de trabajo sin ningún conocimiento del idioma y sin familiares o amigos en los Estados Unidos; y después de muchas aventuras en su viaje fue a parar a Washington D.C.” (pp. 170-171). Uno de mis informantes corroboró esta historia y asegura que ese pionero fue Sigfredo Chávez. De acuerdo a Montes (1987), en 1987 había unas 15,000 personas originarias de Intipucá viviendo en Washington D.C.

En la década de los ochenta, este flujo migratorio se incrementó como consecuencia de la guerra civil que vivía El Salvador y la represión política hacia la población (Cadaval, 1996). El doctor Juan Romagoza, un inmigrante que fue víctima de esa represión y ahora es director de La Clínica del Pueblo en Washington D.C, recuerda cómo en aquella época llegaron muchos inmigrantes salvadoreños al área.

Cuadro 1
Teoría de la estructuración aplicada al estudio de medios de comunicación



En aquellos años, los niveles de represión eran muy altos en El Salvador. La gente quería vivir y ellos llegaron a la capital del mundo caminando, gateando a través de la frontera. Por eso, muchos quedaron traumatizados por la “pasada” y les ha costado integrarse a este sistema. Nosotros no estábamos preparados. Campesinos que nunca fueron a la escuela, que nunca habían oído hablar de una clínica, de repente, estaban en la capital del mundo.

En este sentido, tal como lo describe el Dr. Romagoza, las heridas psicológicas de la guerra y de la migración han generado en muchos inmigrantes salvadoreños desórdenes traumáticos que se manifiestan en problemas de salud mental en la población. De hecho, algunos de mis informantes coinciden en que problemas

como el alcoholismo, la violencia intrafamiliar, el consumo de drogas y la depresión no sólo están presentes en algunos sectores de la comunidad inmigrante, sino que tienen sus raíces en traumas irresueltos de la guerra y la disrupción provocada por la migración (Córdova y Pinderhughes, 1999).

En la composición de esta comunidad salvadoreña es posible distinguir dos grupos principales: por un lado, aquellos que emigraron durante el período de la guerra (1980-1992), originarios principalmente de los departamentos de Usulután, San Miguel, Morazán, y La Unión; por otro, aquellos que han emigrado después de la guerra, quienes en muchos casos tienen niveles de educación secundaria y universitaria. Desde la perspectiva del estatus migratorio en Estados Unidos, se pueden

diferenciar también quienes cuentan ya con documentos (residencia o ciudadanía), los que están amparados al TPS (*Temporal Protective Status*) y aquellos que están indocumentados.

Los datos sobre el número aproximado de salvadoreños inmigrantes en el área de Washington D.C. son diversos. Estudios realizados en 1986 establecen que había en ese momento un mínimo de 80,000 y un máximo de 150,000 salvadoreños en esa zona (Montes, 1987). Cifras similares fueron estimadas por el periódico *The Washington Post* (Repak, 1995). Por su parte, el Censo de Estados Unidos del año 2000 reportó que los salvadoreños constituían el grupo inmigrante más numeroso en la ciudad de Washington D.C. De acuerdo a los datos revisados del Censo 2000, la población salvadoreña inmigrante en esta área metropolitana es de 129,631. Sin embargo, el Lewis Munford Center argumenta que el número llega a 132,472. En contraste, el gobierno salvadoreño maneja otras cifras sobre el número de inmigrantes. De acuerdo a Carlos Adrián Velasco, cónsul general de El Salvador en Washington D.C., en el año 2004 ellos tenían un estimado de 450,000 salvadoreños viviendo en esa área.

Nuestras estimaciones se basan en diferentes fuentes: la Cámara Salvadoreña-Americana de Comercio, revistas, artículos de investigación. La distribución es la siguiente: Washington D.C., alrededor de 50,000; Virginia, 250,000; y Maryland, 165,000 salvadoreños.²

Por su parte, Guarnizo, Portes y Haller (2003) consideran que “el área metropolitana de Washington D.C. tiene la segunda concentración más grande de salvadoreños (en Estados Unidos), con un población estimada cercana a 250,000 inmigrantes” (p. 1220). Obviamente, una de las dificultades para conocer con mayor precisión el número de inmigrantes en esta zona tiene que ver con el importante porcentaje de personas indocumentadas que no son incluidas en el Censo nacional (Re-

pak, 1995). De cualquier manera, en lo que sí existe consenso es en que esta comunidad inmigrante es en términos cuantitativos la más grande en el área metropolitana de Washington D.C. Además, la comunidad salvadoreña ha tenido un papel protagónico en la organización del Festival Latino que desde 1970 a 1989 se organizó en la ciudad. Este festival se desarrollaba en los barrios de Adams Morgan y Mount Pleasant, y representaba el mayor evento de creación y manifestación pública de una identidad latina. En el festival se incluía una diversidad de actividades, como partidos de fútbol, talleres de artesanías, presentaciones musicales y de teatro, y un desfile por las calles de la ciudad. El Festival Latino, de acuerdo a Cadaval (1988), reflejaba también “las diferentes facciones de la comunidad salvadoreña. Se organizaban diferentes carrozas con sus respectivas decoraciones que reflejaban distintas identidades sociales y políticas” (p. 119).

Portes y Rumbaut (1996) enfatizan la importancia de las comunidades étnicas como factor decisivo en la inserción y movilidad laboral de los migrantes. Estas comunidades, en algunos casos, pueden ser consideradas como “enclaves étnicos” que cuentan con negocios propios, mayor desarrollo económico y redes sociales e institucionales que ayudan en el proceso de inserción de nuevos migrantes. En el caso de la comunidad de inmigrantes salvadoreños en el área metropolitana de Washington D.C., se podría afirmar que sí existen condiciones materiales, experiencias organizativas y proyecciones institucionales que la convierten en un “enclave étnico” entre la diversidad de grupos inmigrantes de esa área. Por supuesto, la existencia de esta comunidad inmigrante no está exenta de contradicciones, crisis de solidaridad étnica y diferencias en la definición de un proyecto colectivo.

La comunidad salvadoreña en esta área de Washington D.C. ha enfrentado no sólo contradicciones previsibles en términos de clase social, afiliaciones políticas, historias de migración y experiencias generacionales, sino

2. Entrevista realizada el 25 de agosto de 2004.

también los conflictos que emergen con otras comunidades migrantes y con los grupos dominantes en el país donde viven. En mayo de 1991 se produjo en el área metropolitana de Washington D.C. un hecho que revela claramente las dimensiones de estos conflictos. En esa ocasión, un incidente de confrontación entre la policía de la ciudad y un inmigrante salvadoreño desencadenó varios días de desórdenes y violencia en los alrededores de los barrios de Mount Pleasant y Adams Morgan. Estos hechos fueron registrados por la prensa nacional e internacional, y obligaron tanto al gobierno de la ciudad de Washington D.C. como a las organizaciones de inmigrantes a abordar las causas de esta confrontación. Pedro Avilés, inmigrante salvadoreño y líder comunitario en ese momento, considera que los desórdenes fueron la manifestación de

Causas de base como la marginación social y cultural, las malas condiciones económicas, y el maltrato de parte de las autoridades hacia la comunidad latina. Nosotros no sólo interpretamos esos eventos, sino que también intentamos canalizar esas energías e involucrar al gobierno local, al sector privado y a los medios de comunicación para hacer un esfuerzo por resolver esas causas que originaron esta manifestación.

Es necesario destacar que en la ciudad de Washington D.C. el grupo étnico predominante es el de los afroamericanos y, por tanto, este grupo ha tenido no sólo una importante presencia en el gobierno local, sino además en otros espacios socioculturales desde donde se tejen dinámicas de conflicto y poder entre las minorías marginadas. De hecho, en el período de los desórdenes de 1991, el gobierno de la ciudad estaba presidido por una afroamericana. En aquella ocasión, un programa de televisión en español, *Línea Directa*, hizo comparecer a la alcaldesa ante la comunidad latina para que explicara qué iban a hacer para enfrentar los abusos cometidos contra la comunidad latina y de qué manera abrirían nuevos espacios de participación en la ciudad. Después de esos incidentes, la alcaldía de Washington D.C. creó la Oficina de Asuntos

Latinos y, además, se comprometió a tomar en cuenta las necesidades de esta comunidad en las gestiones del gobierno local. A partir de esto hecho, los inmigrantes latinos comenzaron a reclamar no sólo respeto hacia su comunidad y sus identidades socioculturales, sino también “justicia como ciudadanos” (Cadaval, 1988, p. 211).

En este sentido, los inmigrantes experimentan una marginación sociocultural que toma rostro de discriminación racial o étnica en algunas situaciones. Una dinámica de marginación en la que se sienten no sólo víctimas de un sistema social que los excluye, sino además competidores frente a otros grupos sociales y étnicos en la lucha por obtener espacios laborales y de visibilidad social. Aún más, estas dinámicas de conflicto atraviesan a las comunidades de inmigrantes del mismo país de origen o, en un sentido más amplio, a las comunidades latinas. Como símbolo de reconciliación después de los desórdenes de 1991, se construyó en el barrio de Adams Morgan un monumento a la diversidad, en el cual se reconoce de alguna manera la necesidad de ser tolerantes ante la pluralidad cultural de los habitantes de la ciudad de Washington D.C.

La comunidad salvadoreña inmigrante en el área de Washington D.C. está también organizada alrededor de las asociaciones de las comunidades de origen de los inmigrantes (*hometown associations*). Existen al menos unas 60 asociaciones que representan diferentes pueblos de El Salvador, tales como Intipucá, Chirilagua, Chinameca, Sociedad, Chilanguera, Puerto El Triunfo, Uluazapa y San Alejo, entre otras. Además, existe la asociación Salvadoreños Unidos de Maryland y la Asociación de Ayuda (ASA). Estas asociaciones realizan diversas actividades culturales con el objetivo de recolectar dinero y financiar proyectos sociales y de infraestructura básica en sus respectivas comunidades de origen: construcción de caminos, instalación de agua potable, electricidad, construcción de iglesias, estadios de fútbol y parques públicos, entre otros proyectos. Desde esta perspectiva, como lo reconocen Guarnizo, Portes, y Haller (2003), el rasgo más distintivo

del transnacionalismo político de los inmigrantes salvadoreños en Estados Unidos está en su activa participación y compromiso en los proyectos comunitarios impulsados por estas asociaciones, organizadas en diferentes ciudades de Estados Unidos.

6. Medios locales y transnacionales de comunicación

6.1. Periódicos y semanarios en español en el área de Washington D.C.

La historia de los periódicos en español en los Estados Unidos está íntimamente ligada a la presencia creciente de grupos inmigrantes latinoamericanos. Los dos periódicos en español más antiguos e influyentes en Estados Unidos son *El Diario-La Prensa* (<http://www.eldiariolaprensa.com>), fundado en 1914 en Nueva York, y *La Opinión* (<http://www.laopinion.com>), establecido en 1925 en Los Ángeles. En el año 2002 se contabilizaban alrededor de 200,000 periódicos en español dirigidos a cerca de 14 millones de lectores a nivel nacional (Rodríguez, 1999; Campbell, Martín y Fabos, 2005).

En el área metropolitana de Washington D.C., uno de los periódicos (en este caso, un semanario) pioneros fue *El Pregonero* (<http://www.elpreg.org>). Este semanario fue fundado en 1977 por el Centro Católico en Español de la Arquidiócesis de Washington D.C. Hoy en día, este semanario distribuye alrededor de 26,000 ejemplares en las diferentes ciudades del área de Washington D.C. Otro importante semanario es *El Tiempo Latino* (<http://www.eltiempolatino.com>), el cual fue creado en 1991 por Armando Chappeli. El 17 de mayo de 2004, *El Tiempo Latino* fue adquirido por The Washington Post Company. De acuerdo a las declaraciones de un representante de este grupo mediático, la adquisición refleja un reconocimiento a un periódico comunitario sobresaliente y que jugará un papel importante en los esfuerzos de esa compañía por llegar a la creciente comunidad de habla hispana en esa zona. De acuerdo a Ramón Jiménez, salvadoreño inmigrante y editor de ese semanario, la

adquisición de *El Tiempo Latino* por parte del grupo The Washington Post reconoce la trayectoria de este semanario en la comunidad latina de Washington D.C., particularmente en términos de promover una agenda latina de noticias e información. Otro semanario en español en esta zona es *The Washington Hispanic* (<http://www.washingtonhispanic.com>), el cual fue fundado en 1994.

La mayoría de mis informantes coincidieron en reconocer a estos tres semanarios como los de mayor penetración en la comunidad latina del área de Washington D.C. Al mismo tiempo, la práctica de lectura de estos semanarios en la comunidad salvadoreña inmigrante se considera, de acuerdo a la perspectiva de las personas entrevistadas, como muy baja. Algunos argumentan que es por la falta de tiempo, pero la mayoría insiste en que se debe a los bajos niveles de escolaridad de muchos inmigrantes y a la falta de cultura de lectura en general. Las prácticas de lectura de estos medios impresos, entonces, parecen encontrar limitaciones de tiempo dado la intensa rutina de trabajo de los migrantes, pero al mismo tiempo puede servir como una experiencia de encuentro con un sentido de identidad colectiva. A este respecto, Marcial Cándido, un inmigrante salvadoreño que trabaja para una oficina de gobierno local, cuenta de la siguiente manera su práctica de lectura de estos semanarios en español: “Yo leo los periódicos locales para sentirme que soy latino. Estoy leyendo sobre tonterías: una fiesta, una quinceañera, pero esto tiene con ver con la cuestión de la identidad, de la cultura”.

6.2. Radios en español en el área metropolitana de Washington D.C.

Buscar las huellas de la historia de la radio en español en Estados Unidos, requiere necesariamente articular al menos tres fenómenos fundamentales: los flujos de migración desde Latinoamérica, el rol de la música popular en la reproducción de identidades colectivas y las implicaciones políticas del uso del español en un contexto social donde el inglés es hegemónico. Los orígenes de la radio en español,

además, están estrechamente vinculados a la emblemática figura de Pedro J. González, quien en la década de 1920 comenzó a hacer radio en el sur de California y mediante el uso de ese medio de comunicación promovió movilizaciones cívicas de los migrantes ante procesos de deportación. Formalmente, fue hasta 1947 cuando fue fundada en San Antonio Texas la primera estación de radio que transmitía completamente en español, la KCOR (Gutiérrez & Reina, 1979; Rodríguez, 1999). Actualmente, el número de estaciones con programación en español se ha incrementado hasta alcanzar las 700 emisoras. Sin embargo, al igual que la tendencia en los medios de comunicación estadounidenses, estas estaciones se encuentran en un proceso de consolidación económica a través del cual grandes corporaciones concentran la propiedad de las emisoras. Así, hay dos corporaciones principales de radio: Hispanic Broadcasting Corporation (<http://www.hispanicbroadcasting.com>) y Spanish Broadcasting System (<http://www.spanishbroadcasting.com>).

En el área metropolitana de Washington D.C., la mayoría de las estaciones de radio que transmiten en español se encuentra en la Amplitud Modulada (AM). De acuerdo a algunos informantes y a la investigación histórica que realicé, las dos primeras estaciones con transmisión completa en español en esta zona se establecieron en la década de los ochenta. Una de esas estaciones fue WMDO *Radio Mundo*, que transmitió en el 1540 AM hasta 1997. La otra estación fue WILC *Radio Borinquen*, que fue fundada en 1985 por el Dr. Israel López y transmitió en la frecuencia 900 AM hasta el año 2001. En los últimos años, el número de emisoras en español en el área ha crecido considerablemente. Así, hay al menos trece estaciones que transmiten en AM y dos en FM, con cobertura del área metropolitana de Washington D.C.

En el ámbito de la radio, algunos de los programas producidos por estaciones que transmiten en español tocan directamente la experiencia de la migración y revalorizan la figura de los inmigrantes indocumentados. Así, por ejemplo, una estación de radio ubicada en Manassas (Virginia) tiene un programa llamado

Vivan los mojados. De acuerdo a Vanessa Parada, conductora de este programa, el espacio se constituye en una oportunidad para visibilizar las experiencias y tragedias que muchos inmigrantes quieren compartir con otros que han pasado la misma travesía.

Este programa es una oportunidad para la gente que ha llegado acá de contar sus experiencias: cómo cruzaron la frontera, qué dificultades encontraron. La gente cuenta estas experiencias dramáticas en público de manera que pueda ayudar a otros, o para denunciar algo, o simplemente contárselo a alguien, alguien que pueda oírlo. Porque muchos no tienen una familia aquí con quien compartirlo, vienen solos. Yo pienso que la radio es como una válvula de escape en donde la gente puede sacar sus presiones, resentimientos y frustraciones.

6.3. Canales de televisión en español en el área de Washington D.C.

Es en 1961 cuando Emilio Azcárraga, dueño de la cadena Televisa de México, adquiere las primeras dos estaciones de televisión en español en Estados Unidos: KMEX (Los Ángeles) y KMEX (San Antonio), con las cuales crea el sistema Spanish International Network (SIN). Durante las décadas de 1960 y 1970, SIN ofrece una programación básicamente mexicana de telenovelas, películas, deportes, y noticias (Rodríguez, 1999). Desde esta perspectiva, se podría argumentar que Televisa se constituye en uno de los primeros ejemplos de medio transnacional, en tanto su programación estaba orientada particularmente hacia los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos.

En el mercado de la televisión local en el área de Washington D.C., hay tres canales de televisión en español afiliados a las cadenas Telefuturo, Univisión y Telemundo. De acuerdo a Julissa Marengo, directora de programación de Telemundo Washington, la audiencia mayoritaria de este canal es la creciente comunidad inmigrante que habla español. Marengo afirma de Telemundo: “[Es] la cadena hispana con programación original. Eso quiere decir que producimos y diseñamos nuestros programas

orientados hacia la comunidad hispana en los Estados Unidos”³. Una de las atracciones principales de las estaciones de televisión en español son las telenovelas. Por ejemplo, Telemundo produjo la telenovela *Alma herida*, la cual trataba sobre el tema de la migración: narraba la historia de una familia que vivía en México, y que lidiaba con una serie de dificultades cuando se mudaba a vivir a la zona fronteriza entre México y Estados Unidos. La estación de Telemundo Washington transmite a nivel local dos programas transnacionales de El Salvador: *Orgullosamente Salvadoreño* e *Imágenes de El Salvador*. Por otra parte, Telemundo transmite también el programa *Línea Directa*, un programa que ha sido pionero en su enfoque educativo y de servicio a la comunidad latina del área de Washington D.C. *Línea Directa* fue creado en enero de 1990 por Eduardo López, un inmigrante salvadoreño, con el apoyo de Arturo Salcedo.

Eduardo López recuerda de esta manera cómo surgió la idea de comenzar un programa de televisión para la comunidad latina:

Un día, yo pensé que podía utilizar la televisión en español, pero la televisión comercial en español, para llegar directamente a las casas, a las cocinas, a los cuartos, a las salas de esta gran comunidad, especialmente de los salvadoreños que estaban necesitados de información. En aquel tiempo nadie se estaba comunicando con esta comunidad.

En resumen, es significativo el desarrollo de los medios de comunicación en español en el área metropolitana de Washington D.C. (el Cuadro 2 presenta los detalles de estos medios impresos, radiales y televisivos). A pesar de las importantes contribuciones que se les reconoce a muchos de estos medios locales, varios inmigrantes salvadoreños advierten también cómo estos medios muchas veces privilegian sus intereses económicos y políticos sobre las necesidades de comunicación e información de una comunidad latina diversa culturalmente y en proceso de formación.

Cuadro 2
Medios de comunicación en español en el área metropolitana de Washington D.C. (Datos de 2004)

Periódicos/semanarios	Estaciones locales de radio	Estaciones de televisión afiliadas a cadenas de cobertura nacional
— <i>El Pregonero</i>	Amplitud Modulada (AM)	— Univisión (Canal 47)
— <i>El Tiempo Latino</i>	— Radio Capital (730 AM)	— Telefutura (Canal 14)
— <i>Washington Hispanic</i>	— Radio Latina (810 y 950 AM)	— Telemundo (Canal 64)
— <i>Tiempos del Mundo</i>	— Radio Viva 900 (900 AM)	
— <i>La Nación USA</i>	— Radio Poder 1030 (1030 AM)	
— <i>El Comercio Newspaper</i>	— Radio 1120 (1120 AM)	
— <i>El Monitor Colombiano</i>	— Radio 1350 (1350 AM)	
— <i>El Salvadoreño</i>	— Radio Continental (1390 AM)	
— <i>El Herald</i>	— Radio La Campeona (1420 AM)	
— <i>Los Tiempos USA</i>	— Radio Fiesta (1460 AM)	
— <i>El Inmigrante</i>	— Radio Universal (1480 AM)	
— <i>Camino, Luz y Vida</i>	— Radio América (1540 AM)	
— <i>Metropolitan Herald</i>	— Radio 1600 (1600 AM)	
— <i>El Port@l</i>	Frecuencia Modulada (FM)	
— <i>Las Americas Newspaper</i>	— La Mega (92.7 y 94.3 FM)	
— <i>El Imparcial</i>	— El Zol (99.1 FM)	

3. Entrevista realizada el 2 de septiembre de 2004.

6.4. Programas transnacionales de radio

La comunidad salvadoreña inmigrante en el área de Washington D.C. participa en la construcción de nuevos procesos y prácticas de comunicación en el espacio transnacional. Por un lado, utilizan los medios de comunicación local, sobre todo la televisión y la radio, como mecanismos que dan sentido a una tradición cultural que está mediada por el lenguaje compartido del español. Pero también las narrativas y los símbolos de identidad en las representaciones mediáticas confrontan la búsqueda de la memoria, de los conflictos y de la configuración de un proyecto colectivo de identidad (Mayer, 2003).

Asimismo, los medios locales (periódicos, radios, revistas, sitios de Internet) y otras formas de expresión (como la literatura popular, el teatro de calle, los murales y la música popular) recogen y expresan la búsqueda de sentidos de identidad colectiva desde la experiencia de desterritorialización de sus referentes culturales. Estas transacciones simbólicas atraviesan experiencias de reencuentros familiares, de reevaluación de símbolos y prácticas de identidad nacional, y confrontación de discursos políticos y culturales dominantes. Otras prácticas de comunicación transnacional toman como base las nuevas tecnologías de información y comunicación que posibilitan una interacción mediada con sus familiares y referentes locales: llamadas telefónicas, *chats*, sitios web de sus comunidades de origen, servicios de teleconferencia, entre otros.

Por otra parte, existen programas de radio que interconectan una emisora de radio en el área metropolitana de Washington D.C. con otra estación de radio en El Salvador. Estos programas, ya sean de tipo religioso, musical, informativo o deportivo, proveen un tiempo para intercambiar saludos entre los que viven en un lado y otro del circuito transnacional. Así, este tipo de programas se convierten en formas mediadas de comunicación con otros que están en tiempo y espacio diferentes. Mauricio Barrientos, un salvadoreño inmigrante que vive en el área de Washington D.C., considera que estos programas de radio

ayudan a la gente a desarrollar un sentido de visibilidad:

A la gente le gusta mucho este tipo de programas. A la gente le gusta oír su voz en la radio. Agarrar el teléfono y decir: “Yo quiero dedicar esta canción para mi sobrina”. A la gente le gusta oírse en la radio. La gente quiere que otros se den cuenta de su existencia.

Estos programas transnacionales de radio se constituyen también en nuevas maneras de acción política para aquellos migrantes que ya se han nacionalizado en Estados Unidos y participan en la política de ese país. Ese ha sido el caso de Walter Tejada, un salvadoreño que compitió en las elecciones locales de Arlington, Virginia, y quien describe cómo estos programas de radio han sido claves en su estrategia política de medios.

Yo decidí ir al programa de radio *Que lindo es El Salvador*, y fui allí a hablar con la esperanza que gente en Arlington lo estuviera oyendo también. Pero al mismo tiempo yo estaba hablando para El Salvador. Entonces, yo les pedí a los oyentes en El Salvador que tenían familiares en el área de Arlington que llamaran y que los invitaran para que participaran en las elecciones locales. Y de hecho muchos lo hicieron. Miles de personas votaron, y yo gané por un margen de 29 votos.

De igual manera, Ana Sol Gutiérrez, congresista de origen salvadoreño del estado de Maryland, comenta cómo la radio ha sido un recurso importante en sus actividades políticas con la comunidad salvadoreña en Washington D.C. y en El Salvador.

Radio América tiene cada sábado una conexión, y durante las campañas muchas veces he hablado directamente a El Salvador. Y he recibido algunos *e-mails* de gente de allá. Esto representa para mí el poder de los medios masivos que eliminan las fronteras geográficas, la distancia.

En estos dos casos, los programas transnacionales de radio funcionaron como un mecanismo de articulación entre dos contextos

sociales diferentes: los migrantes salvadoreños con posibilidades de participar en las elecciones locales en Estados Unidos, y la motivación que propiciaron sus amigos y familiares desde El Salvador. En otros casos, los vínculos que refuerzan estos programas son expresiones y símbolos de identidades colectivas en el ámbito deportivo (particularmente, equipos de fútbol) o de tipo religioso, musical, generacional o de las asociaciones de sus comunidades de origen.

Tony Alvarenga, inmigrante salvadoreño y conductor del programa transnacional *Qué lindo es El Salvador*, rememora cómo este programa desempeñó un papel importante en los últimos años, pues ha logrado acercar las realidades del país a los oyentes que viven en esta área de Washington D.C.

En aquella época, el programa tuvo más trascendencia porque los inmigrantes salvadoreños aquí no estaban legalizados, [en] un porcentaje importante. Fue un aliciente extraordinario. Uno podía escuchar a la gente llorando y expresando la nostalgia de estar distante del país.

De esta manera, este tipo de programas radiofónicos, que interconectan múltiples localidades, se convierten en un canal de interacción entre las comunidades migrantes y sus comunidades de origen en El Salvador. Sin embargo, varios informantes coinciden en que dichos programas tienen mayor audiencia entre aquellos salvadoreños que, debido a su estatus migratorio en Estados Unidos, no pueden viajar a El Salvador. Por tanto, esta forma mediada de comunicación se convierte en un modo público de saludar a sus familias, amigos y conocer qué está sucediendo en el país. Pedro Avilés coincide justamente con esta perspectiva.

Yo escuchaba un programa de radio los sábados en el que ellos decían: “Mande sus saludos, pues ahora estamos en contacto con esta radio [de El Salvador]”. Pero yo no tengo familiares allá. Toda mi familia está aquí. Entonces yo ya no escucho esos programas. Pero yo sé que mucha gente escucha esos programas y hacen uso de

ellos como una manera de comunicarse, especialmente en aquellas áreas más remotas del país.

Algunos de estos programas de radio están orientados a contenidos religiosos, particularmente de iglesias protestantes evangélicas. En este caso, las estaciones de radio se enlazan para transmitir una prédica o culto religioso desde Washington D.C. para la audiencia en El Salvador o viceversa. Carlos Velásquez, productor de una radio local, comenta cómo se produce uno de estos programas transnacionales en la radio 1120 AM.

Aquí en 1120 AM hay un programa los viernes, de 2 a 4 de la tarde, que se conecta con Radio Chaparrastique. El programa incluye saludos de allá para acá, y eventos religiosos. Tiene una perspectiva religiosa. El conductor del programa es Herbert Bernal, y en el programa hay llamadas telefónicas de ambos lados.

En definitiva, estos programas de radio que interconectan diferentes contextos de tiempo y espacio se convierten sobre todo en formas privilegiadas de interacción mediada con las familias. Si bien muchos pueden realizar una llamada telefónica directa a El Salvador, el hecho de hacer esa llamada de una manera pública, desde una emisora de radio, tiene una significación especial. Así lo describe Luis Flores, un trabajador independiente originario de Santa Rosa de Lima.

Yo pienso que en este país uno pasa por mucho estrés cada día. Entonces, si uno tiene la oportunidad de comunicarse con su familia a través de la radio o a través de otro medio de comunicación, eso es muy bonito. La radio y los medios de comunicación tienen algo atractivo, diferente.

En este sentido, estos programas de radio promueven no sólo un sentido de cercanía, de intimidad entre los conductores y sus audiencias, sino que además ofrecen posibilidades de comunicación entre las mismas audiencias situadas en diferentes localidades. De esta manera, la radio también se convierte en un espacio social de reconocimiento, de identifi-

Cuadro 3
Programas de radio entre El Salvador y el área metropolitana de Washington D.C. (Datos de 2004)

Nombre	Contenido del programa	Estación en Estados Unidos	Estación en El Salvador	Duración/ programa	Propiedad del programa	Regularidad	Día de transmisión	Hora
<i>Que lindo es El Salvador</i>	Variedad	Radio Capital (730 AM)	Radio YSKL (104.1 FM, San Salvador)	1 hora	Estación	Semanal	Sábado	12:00 m. - 1:00 p.m.
<i>El Salvador y su gente</i>	Deportivo	Radio Americana (1540 AM)	Radio Carnaval (97.3 FM, San Miguel)	1 hora	Estación	Semanal	Sábado	12:00 m. - 1:00 p.m.
<i>Enlace Salvadoreño</i>	Variedad	Radio La Campeona (1420 AM)	Radio YSKL (104.1 FM, San Salvador)	1 hora	Estación	Semanal	Sábado	12:00 m. - 1:00 p.m.
<i>A El Salvador con el corazón</i>	Variedad	Radio Fiesta (1460 AM)	(Contactos eventuales)	1 hora	Estación	Semanal	Sábado	11:00 a.m. - 12:00 m.
<i>La voz de Dios en el último tiempo</i>	Religioso, evangélico	Poder 1030 AM	Estación de radio en Usulután	1 hora	Estación	Semanal	Sábado	3:00 - 4:00 p.m.
<i>El Salvador con su gente</i>	Variedad	Radio 1600 AM	Radio La Fabulosa (94.1 FM, Santa Rosa de Lima)	1 hora	Rentado	Semanal	Sábado	5:00 - 6:00 p.m.
<i>Fútbol Salvadoreño</i>	Deportivo	Radio Americana (1540 AM)	(Contactos eventuales)	1 hora	Estación	Semanal	Domingo	3:00 - 4:00 p.m.
<i>A ritmo Salvadoreño</i>	Musical	Radio Capital (730 AM)	N/A	1 hora	Estación	Días de semana	Lunes a viernes	2:00 - 3:00 p.m.

cación con una colectividad que puede estar determinada por sus afiliaciones religiosas, lugares de origen, gustos musicales, aficiones deportivas, generacionales o simplemente porque sienten que el medio rompe la “distancia” entre el aquí y el allá. A manera de síntesis, el Cuadro 3 presenta los detalles de estos programas de radio transnacionales entre El Salvador y el área de Washington D.C. Cuadro 3: Programas de radio entre El Salvador y el área metropolitana de Washington D.C.

6.5. Programas transnacionales de televisión

En el año 2004 se transmitían tres programas de televisión para la diáspora salvadoreña en Estados Unidos: *Orgullosamente Salvadoreño*, *El Salvador de Cerca* e *Imágenes de El Salvador*. Con excepción de este último, que se transmite únicamente en el área de Washington D.C., los otros dos programas llegan a diferentes ciudades de Estados Unidos. Estos programas presentan elementos comunes, tanto en su producción como en sus contenidos. Dos de ellos son producidos enteramente en El Salvador y enviados semanalmente a varias ciudades de Estados Unidos. Además, contienen elementos comunes en sus temáticas y narrativas televisivas: notas turísticas y culturales de El Salvador, música popular, fiestas patronales y noticias deportivas. De igual manera, estos programas tienen como patrocinadores tanto a empresas de lo que se denominada “industrias de la migración” (bancos de El Salvador que prestan servicios de envío de remesas, la aerolínea del grupo TACA, empresas de telecomunicaciones, entre otros) como a negocios medianos y pequeños de salvadoreños residentes en Estados Unidos (particularmente restaurantes, servicios de asesoría legal y encomiendas). Estos programas dirigidos a la diáspora salvadoreña en Estados Unidos son transmitidos, en la mayoría de los casos, por las estaciones de televisión filiales de las dos grandes cadenas de televisión en español: Telemundo y Univisión.

Los aspectos estéticos en las imágenes de estos programas incluyen panorámicas de paisajes, que combinan iluminación natural

y fondos instrumentales de ritmos populares, particularmente cumbias. Los tres programas hacen uso constante de imágenes de la naturaleza salvadoreña: volcanes, lagos, ríos y playas. Además, se presenta una especie de redescubrimiento de los paisajes rurales y algunas características particulares de los pequeños pueblos. Otros símbolos que aparecen constantemente y que apelan a un sentido de identidad nacional son la bandera, bailes folklóricos, monumentos, sitios arqueológicos, imágenes de santos de la tradición católica (especialmente el Divino Salvador del Mundo) y panorámicas de la ciudad de San Salvador.

Las percepciones que los salvadoreños inmigrantes entrevistados tienen sobre estos programas transnacionales de televisión son muy diversas; sin embargo, considero que se pueden agrupar en tres tipos de lectura, siguiendo el modelo de decodificación de textos televisivos desarrollado por Hall (1974). De acuerdo a Hall (1974), las personas leen los textos televisivos desde tres perspectivas diferentes: lectura dominante, negociada y en oposición o crítica. La lectura dominante sería aquella en la cual los receptores decodifican los significados que los productores del programa se proponen comunicar. La lectura negociada se refiere a una forma de interpretación que toma ciertos aspectos de los significados del texto televisivo, pero al mismo tiempo cuestiona y construye otros sentidos a partir del texto. Finalmente, la lectura en oposición o crítica hace una lectura radicalmente diferente de los significados dominantes propuestos en los objetivos de la producción del texto televisivo.

De esta manera, algunas lecturas dominantes serían aquellas interpretaciones que se enfocan principalmente en la dimensión turística y el sentido de “cultura oficial” de estos programas, y en las posibilidades de viaje simbólico que ofrecen a los inmigrantes que han dejado atrás su tierra. Así, por ejemplo, Roxana Rivera, joven inmigrante, comenta lo siguiente sobre uno de estos programas de televisión.

Yo he visto *Orgullosamente Salvadoreño* varias veces. Me gusta mucho. Salen boni-

tos paisajes de El Salvador y me hace sentir feliz, y me imagino que estoy yo en esos lugares. Me siento como si viajara hasta esos lugares y sueño con que voy a visitar esos lugares que veo en el programa.

De manera similar, Ricardo Fermán, joven inmigrante y beneficiario del TPS, expresa que mientras ve este tipo de programas “uno viaja de vuelta a nuestro país a través de los pensamientos. Estas son memorias muy bonitas de nuestra gente y los lugares o alguna pequeña cosita que nos trae recuerdos. Eso es muy bonito”.

En contraste, Ivonne Rivera, inmigrante salvadoreña que cuenta con ciudadanía estadounidense, hace una lectura negociada de estos programas: reconoce las cualidades estéticas de su producción, pero expresa dudas sobre la realidad que presentan los programas. Particularmente hace el siguiente comentario sobre *Orgullosamente Salvadoreño*.

Está muy bien hecho en términos de producción, las imágenes. Yo pienso que es como un poquito rosa. En otras palabras, nos envía las cosas positivas que están pasando. Presenta todo muy bonito y yo no estoy segura que esa es la realidad ahora. Yo no he estado allá en los últimos cuatro años.

Otro ejemplo de lectura negociada de estos programas es la que hace el Dr. Romagoza. Esta es su opinión sobre estos programas de televisión transnacionales:

Ellos nos quieren presentar solo una imagen (de El Salvador) y yo pienso que eso no es bueno. A mí me gusta la música, ver mi pueblo... pero cuando presentan algunas noticias, algunos editoriales sesgados que uno ya sabe... Si nosotros hemos aprendido en veinte años de guerra civil, nosotros sabemos cómo identificar la verdad. Entonces, ellos piensan que uno viene aquí a vivir escondidos, aislados. Por el contrario, cuando uno viene aquí se le abren los ojos al mundo. Ahora nosotros vemos el mundo de una manera diferente.

Las valoraciones del Dr. Romagoza evidencian no sólo una recepción negociada de

estos programas de televisión, sino además algunos conflictos ideológicos que han caracterizado a El Salvador desde los años de la guerra civil. Así, para algunos inmigrantes que salieron durante el tiempo de la guerra en El Salvador (1980-1992), estos programas de televisión tienen algún financiamiento del gobierno salvadoreño y, por consiguiente, sus contenidos mediáticos tratan de tergiversar lo que realmente está sucediendo en el país.

Una tercera práctica de lectura de estos programas sería la de oposición o crítica, es decir, aquella que básicamente rechaza el texto televisivo o no ve en éste elementos para construir sentidos. Es interesante subrayar que este tipo de lectura crítica la hacen sobre todo inmigrantes que tienen un nivel alto de participación en la vida política y comunitaria, así como los jóvenes que emigraron cuando eran muy pequeños o que nacieron en Estados Unidos. Patricia Campos, una mujer joven y con una posición de liderazgo en un sindicato, cuestiona estos programas de televisión de la siguiente manera:

Yo pienso que el concepto de esos programas no tiene en cuenta qué es lo que los salvadoreños en Estados Unidos quieren conocer. Esos son sobre todo programas nostálgicos sobre El Salvador, sobre lo que uno dejó allá. Y está bien. Pero yo no creo que esos programas estén educando a los salvadoreños sobre sus derechos, sobre sus vidas cotidianas, sobre lo que ellos necesitan saber. Entonces, esos son programas turísticos financiados por intereses comerciales como la corporación Río Grande, que quiere asegurarse que nosotros continuemos consumiendo sus productos.

Tatyana Delgado, hija de inmigrantes salvadoreños y estudiante de periodismo, hace también una lectura crítica del trasfondo que estos programas de televisión pueden tener para la comunidad salvadoreña inmigrante en Estados Unidos.

Yo siento que hay muchos problemas, y esos problemas no aparecen mucho, porque es como una forma de atraer a la gente. Hacen ver que los lugares son muy

bonitos, siempre gente amigable. A mí no me gustan mucho. Mis papás sí los ven; ellos extrañan El Salvador. Mi abuelita siempre habla de El Salvador.

La percepción que Delgado tiene de estos programas de televisión probablemente es compartida por otros jóvenes que, como ella, no nacieron en El Salvador o se fueron muy niños, y para los cuales el vínculo con el país se debe sobre todo a sus padres. Estos jóvenes, que pertenecen a lo que algunos sociólogos llaman “la generación 1.5” (Portes y DeWind, 2006), muestran más distancia emotiva de este tipo de programas, pues éstos hablan y reproducen imágenes de una realidad que en general les es desconocida y distante. No obstante, Delgado sí demuestra un interés y cierto nivel de información sobre los problemas sociales que vive El Salvador, y por eso mismo señala que muchos de estos problemas no aparecen en los programas transnacionales de televisión.

Al igual que los programas transnacionales de radio, los televisivos se convierten en un mecanismo mediado que posibilita formas de reunificación en el espacio público de la televisión. Algunos de estos programas tienen secciones especiales sobre casos de familias que logran reencontrarse después de muchos años de separación a raíz de la migración. Un ejemplo es la sección “Uniendo a la familia” del programa *Orgullosamente Salvadoreño*, en la cual se busca a los familiares de algún inmigrante para realizar un pequeño reportaje. En una ocasión, el programa enlazó a través de una llamada telefónica a una hija que reside en El Salvador con su madre que vive en el área de Washington D.C. Escenas como esas son comunes en estos programas transnacionales; sin embargo, en algunas ocasiones se tiende a caer en un sensacionalismo que explota las emociones de personas que experimentan el profundo desarraigo familiar que suponen los procesos de migración internacional.

En resumen, las lecturas críticas de este tipo de programas de televisión enfatizan que estos presentan una realidad del país y de su gente muy superficial, pues no aparecen los

problemas reales que afectan a la mayoría de salvadoreños, tanto los que viven en El Salvador como en Estados Unidos. Por tanto, desde esas interpretaciones es posible afirmar que estos programas pueden ser considerados como “nostálgicos”, en tanto intentan reforzar ciertos lazos simbólicos con un pasado que se ha quedado atrás, o con un imaginario construido por los jóvenes a partir de lo que les cuentan sus padres, abuelos, amigos y familiares. Por esto mismo, una pregunta crucial para el futuro de estos programas transnacionales es cómo van a apelar al imaginario simbólico y a los diversos intereses de una nueva generación, hijos de inmigrantes, que no ven a El Salvador como un lugar nostálgico o turístico, pero sí como una realidad sociocultural que deben conocer para construir sus identidades personales y colectivas.

Esta perspectiva es compartida también por Maribel Ventura, una salvadoreña que tiene 23 años de vivir en Washington D.C. y es directora de un centro de educación infantil. Ella expresa que desearía ver otros contenidos en los programas transnacionales de televisión.

Yo pienso que sería muy importante si ellos hablaran sobre las raíces, la cultura, los valores, que se enfocaran más en la historia. Cómo se originó todo esto en El Salvador y cómo la gente ha logrado alcanzar ciertos sueños. Ellos muestran un poquito de esto, pero yo no veo que ellos se enfoquen en la gente humilde que también ha emigrado y está haciendo una diferencia.

7. Procesos de identidad colectiva y comunicación transnacional

Las dinámicas de producción, distribución y consumo de estos programas transnacionales presentan características diferentes entre el ámbito de la radio y la televisión. Los programas radiales posibilitan formas de intercambio transnacional no sólo en el modo de producción (enlace de dos estaciones de radio en tiempo real), sino también por el tipo de interacción que permiten entre las audiencias dispersas en diferentes contextos de tiempo y espacio. Además, estos programas ofrecen

formas de entretenimiento para la comunidad salvadoreña en el área de Washington D.C. a través de los programas musicales y, de manera especial, la transmisión de los partidos de fútbol de la liga mayor salvadoreña y los encuentros locales de fútbol. Por otra parte, estos programas de radio configuran una nueva esfera pública transnacional que puede potenciar diálogos y articular prácticas sociales en el nivel local, nacional y global.

Los programas transnacionales de televisión que están orientados a la diáspora salvadoreña en Estados Unidos articulan narrativas de identidad nacional con discursos comerciales y publicitarios que insisten en la construcción de un mercado nostálgico. En ese sentido, estos discursos sobre los productos salvadoreños (consumir lo “nuestro”) privilegian la percepción de las audiencias como consumidores con poder adquisitivo, antes que como ciudadanos. A pesar de que estos programas constituyen para la comunidad inmigrante un recurso valioso de imágenes, memorias y sonidos del país, no representan la complejidad y la diversidad de dicha comunidad.

Es importante el análisis sistemático de estos programas orientados hacia la diáspora salvadoreña porque, a pesar de que sus formatos se proponen dentro del ámbito del entretenimiento, estos textos mediáticos se convierten en espacios claves para imaginar y debatir el sentido de las identidades nacionales o culturales (Waisbord, 1998). Además, estos programas mediáticos transnacionales pueden ser apropiados por los inmigrantes como formas simbólicas de retorno y participación en un ritual cultural de la diáspora (Morley, 1996). Consecuentemente, considero que estos programas transnacionales pueden ser conceptualizados como mecanismos de reanclaje de determinadas imágenes y narrativas sobre El Salvador, sobre su historia, sus conflictos y su futuro. De esta forma, estas interacciones mediadas pueden posibilitar nuevas maneras de integración social de los inmigrantes con la sociedad salvadoreña transnacional.

En resumen, los patrones de consumo de estos textos mediáticos y la apropiación que

de ellos hacen los inmigrantes se articulan con matrices culturales, entornos sociales de inserción en el país receptor, relación con otras comunidades migrantes, y otras variables demográficas, como género, edad, clase social, nivel educativo, conocimiento del inglés y situación migratoria en Estados Unidos (Lara, 2002; Guarnizo, Portes y Haller, 2003). En definitiva, es necesario reconocer cómo las prácticas y los procesos comunicacionales a nivel transnacional y de co-presencia se convierten en mediaciones fundamentales en la configuración de identidades colectivas. Identidades que si bien están organizadas alrededor de elementos culturales, deportivos, religiosos, generacionales, locales y, en otros casos, con un sentido de identidad pan-étnica (latinos o hispanos), tienen siempre un sentido de búsqueda de raíces, desarraigos, hibridaciones y nuevos recorridos para el futuro.

8. Conclusión

Un análisis de los medios de comunicación orientados a comunidades migrantes, tanto locales como transnacionales, debe tomar en cuenta el circuito de producción, distribución y consumo transnacional. En el nivel de la producción y circulación es fundamental examinar no sólo los objetivos comunicacionales, sino también las formas de propiedad y las tendencias a la consolidación económica de los medios. En el área de Washington D.C. hay dos ejemplos interesantes. En primer lugar, la adquisición del semanario en español *El Tiempo Latino* por parte del grupo mediático The Washington Post. En segundo lugar, en 2005 surgió una nueva emisora El Zol FM, la cual pertenece a uno de las dos corporaciones más grandes de emisoras de radio en Estados Unidos. Estos dos casos ponen de manifiesto la importancia que las empresas de comunicación estadounidenses están dando a los medios de comunicación en español, y también reflejan sus estrategias de mercadeo con el objetivo de construir una “identidad latina” rentable (Dávila, 2001).

El análisis de los programas de radio y televisión orientados hacia la diáspora salva-

doreña muestra al menos tres aspectos claves. Primero, estos programas explotan de diferentes maneras el sentimiento de nostalgia de los inmigrantes y varios de los patrocinadores son empresas que forman parte de ese “mercado nostálgico”: productos lácteos, boquitas, pan dulce, productos del maíz, entre otros. De hecho, en el contexto del Tratado del Libre Comercio con Estados Unidos, el gobierno salvadoreño le apuesta a ese mercado nostálgico como una de las áreas donde se incrementarán las importaciones. Segundo, los programas de televisión promueven sobre todo un sentido de “turismo étnico”, es decir, tratan de motivar a los salvadoreños en la diáspora para que regresen al país como turistas. De igual manera, este discurso hace eco de la nueva estrategia publicitaria del gobierno salvadoreño, encaminada a promocionar el turismo entre los compatriotas. Tercero, estos programas transnacionales son una forma simbólica de viajar al país, pero a la vez se convierten en mecanismos de reanclaje de discursos hegemónicos sobre el sentido del país y de la identidad nacional.

Así pues, las formas de recepción y apropiación de estos textos por parte de los inmigrantes salvadoreños revelan al menos tres tipos de lectura: dominante, negociada y en oposición o crítica. Sin duda, un factor que incide fundamentalmente en estas prácticas de recepción de textos mediáticos es el tiempo de residir fuera de El Salvador, el estatus migratorio, y los niveles de participación en actividades comunitarias y prácticas transnacionales. Desde esta perspectiva, algunos inmigrantes salvadoreños insisten en que este tipo de programas deben ser rediseñados de acuerdo a sus necesidades de información y pensando también en las nuevas generaciones bilingües, que quieren redescubrir las raíces culturales de sus identidades.

Este estudio sobre la comunidad salvadoreña inmigrante en Washington D.C. desentraña

importantes reflexiones sobre las relaciones entre comunicación y procesos de identidad colectiva. En tal sentido, considero que las prácticas socioculturales de la comunidad inmigrante (como el fútbol, la religión, la música popular, la creación de un mercado nostálgico y la configuración de identidades híbridas) se interrelacionan con las narrativas, imágenes, símbolos y discursos que circulan en los medios locales y transnacionales de comunicación. Por lo tanto, como sostiene Martín-Barbero (2002), para comprender cómo las identidades sobreviven y son transformadas nacional y transnacionalmente por los procesos de hibridación y desterritorialización, necesitamos integrar el campo de los estudios de comunicación a estos movimientos fundamentales. De igual manera, hace falta analizar no sólo cómo el desarrollo de los medios locales y transnacionales tiene un impacto en las comunidades inmigrantes, sino también cómo éstas transforman los medios de comunicación de Estados Unidos. Hace falta estudiar de qué manera se dan procesos de integración, segregación y cooperación entre medios de la diáspora y los medios de comunicación en inglés. De igual manera, hay que indagar qué desafíos plantean a los medios de comunicación los procesos de exclusión y disparidad cultural que generan los procesos de globalización, y las demandas culturales y políticas de las nuevas generaciones descendientes de familias migrantes.

Los medios de comunicación son, entonces, el lugar fundamental donde se expresan hoy en día las luchas sobre los sistemas simbólicos y de clasificación en las sociedades modernas (Bourdieu, 1984). Además, los medios de comunicación pueden posibilitar la construcción de una esfera pública transnacional que tenga como aspiración fundamental una democracia multicultural, en la cual se reconozcan no sólo la multiplicidad de identidades colectivas, sino también las ciudadanía culturales de

En definitiva, es necesario reconocer cómo las prácticas y los procesos comunicacionales a nivel transnacional y de co-presencia se convierten en mediaciones fundamentales en la configuración de identidades colectivas.

las comunidades migrantes (Rosaldo, 2003). Por consiguiente, es necesario repensar políticas de comunicación y cultura desde diferentes niveles de acción (local, nacional y transnacional), y en las cuales el Estado sea capaz de coordinar esfuerzos con diferentes sectores sociales y políticos. Estas políticas de comunicación y cultura deberían asumir no sólo la multiplicidad de dimensiones socioculturales que intervienen en la configuración de identidades y ciudadanías de los migrantes, sino además proponer estrategias comunicacionales y de acción cultural para enfrentar como país los desafíos de la globalización económica y la mundialización de la cultura (Ortiz, 1998; Castells, 2004). Por tanto, la cultura debe gestionarse como un recurso fundamental para conseguir objetivos de desarrollo social (Yúdice, 2003) y, al mismo tiempo, como el espacio articulador de identidades culturales y anclajes sociales que nos permitan construir un proyecto de sociedad transnacional.

En este sentido, El Salvador demanda de políticas de comunicación y cultura transnacionales, que asuman con seriedad la nueva realidad sociocultural y política que los procesos de migración internacional han generado en el país. Uno de los retos pendientes por parte del Estado salvadoreño en esta materia es el reconocimiento del derecho al voto por parte de los salvadoreños en la diáspora. En definitiva, estas políticas de comunicación podrían promover y potenciar los medios comunitarios, locales, nacionales y transnacionales con el objetivo de fortalecer esta esfera pública transnacional, de modo que los diversos sectores de las comunidades inmigrantes puedan expresarse y hacer que sus voces sean escuchadas.

Bibliografía

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Barker, C. (2000). *Cultural studies. Theory and practice*. London: Sage.
- Bauman, Z. (2004). *Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction. A social critique of the judgment of taste*. (R. Nice, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brittain, C. (2002). *Transnational messages. Experiences of Chinese and Mexican Immigrants in American Schools*. New York: LFB Scholarly Publishing LLC.
- Cadaval, O. (1988). *Creating a Latino identity in the nation's capital*. New York: Garland Publishers.
- Cadaval, O. (1996). The Latino community. Creating an identity in the nation's capital. In F.C. Cary (Ed.). *Urban odyssey. A multicultural history of Washington D.C.* (pp. 231-249). Washington DC: Smithsonian Institution Press.
- Campbell, R., Martín C.R. & Fabos, B. (2005). *Media & culture. An introduction to mass communication*. Boston: Bedford/St. Martín's.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as culture. Essays on media and society*. New York: Routledge.
- Castells, M. (2004). *The power of identity* (2nd edition). Oxford: Blackwell Publishing.
- Chang, G. (2000). *Disposable domestics. Immigrant women workers in the global economy*. Cambridge, MA: South End Press.
- Clifford, J. (1994). Diasporas. *Cultural Anthropology*, 9 (3), 302-338.
- Córdova, C.B. & Pinderhughes, R. (1999). Central and South Americans. In E.R. Barkan (Ed.). *A nation of peoples. A sourcebook on America's multicultural heritage* (pp. 96-118). Westport, CT: Greenwood Press.
- Dávila, A. (2001). *Latinos, Inc. The marketing and making of a people*. Berkeley: University of California Press.
- Delanty, G. (2000). *Citizenship in a global age. Society, culture, politics*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Flores, J. (2003). The Latino imaginary: Meanings of community and identity. In L. Matin Alcoff & E. Mendieta (Eds.). *Identities. Race, class, gender, and nationality*. (pp. 96-104). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- García Canclini, N. (2001). *Consumers and citizens. Globalization and multicultural conflicts*. (G. Yúdice, Trans.). Minneapolis:

- University of Minnesota Press.
- Georgiou, M. (2004). Consuming ethnic media, constructing ethnic identities, shaping communities: A case study of Greek Cypriots in London. In R.A. Lind (Ed.). *Race, gender, media. Considering diversity across audiences, content, and producers.* (pp. 53-60). Boston: Pearson.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society.* Berkeley, CA: University of California Press.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity.* Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gray, A. (2003). *Research practice for cultural studies. Ethnographic methods and lived cultures.* London: Sage publications.
- Guarnizo, L.E. & Smith, M.P. (1998). The locations of transnationalism. In M.P. Smith & L.E. Guarnizo (Eds.). *Transnationalism from bellow.* (pp. 3-34). New Brunswick, NJ: Transactions Publishers.
- Guarnizo, L.E., Portes, A. & Haller, W. (2003). Assimilation and transnationalism: Determinants of transnational political action among contemporary migrants. *American Journal of Sociology*, 108 (6), 1211-1248.
- Gutiérrez, F. & Reina, J. (1979). *Spanish-language radio in the southwestern United States.* Austin, TX: The University of Texas.
- Hall, S. (1974). *Encoding and decoding in the television discourse.* Centre for Contemporary Cultural Studies, Stencilled Occasional Paper No. 7. Birmingham: University of Birmingham.
- Hall, S. (1999). Cultural Identity and diaspora. In S. Vertovec & R. Cohen (Eds.), *Migration, Diasporas and Transnationalism.* (pp. 299-314). Edward Elgar Publishing, Cheltenham, U.K.
- Herrera, F. (2001). Transnational families: institutions of transnational social space. . In L. Pries (Ed.). *New transnational social spaces. International migration and transnational companies in the early twenty-first century.* (pp. 77-93). London: Routledge.
- Hjarvard, S. (2002). Mediated encounters. An essay on the role of communication media in the creation of trust in the 'global metropolis'. In G. Stald & T. Tufte (Eds.), *Global encounters: Media and cultural transformation.* (pp. 69-84). Luton, UK: University of Luton Press.
- Huntington, S. P. (2004). *Who are we? The challenges to America's national identity.* New York: Simon & Schuster.
- Karim, K.H. (2003). Mapping diasporic mediascapes. In K. H. Karim (Ed.), *The media of diaspora.* (pp. 1-18). London: Routledge.
- Laclau, E. (2003). Universalis, particularism and the question of identity. In L. Matin Alcoff & E. Mendieta (Eds.), *Identities. Race, class, gender and nationality.* (pp. 360-368). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Lara, C. B. (2002). Las identidades socioculturales de los Salvadoreños. In *Anuario de investigaciones. Las identidades en El Salvador compilación.* (pp. 183-206). San Salvador: Universidad José Matías Delgado.
- Mahler, S. (1995). *American dreaming. Immigrant life on the margins.* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Mahler, S. (1998). Theoretical and empirical contributions toward a research agenda for transnationalism. In M.P. Smith & L.E. Guarnizo (Eds.). *Transnationalism from bellow.* (pp. 64-102). New Brunswick, NJ: Transactions Publishers.
- Martín-Barbero, J. (2002). Identities: Traditions and new communities. *Media, Culture & Society.* Vol. 24, pp. 621-641.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura.* México: Fondo de cultura económica.
- Mayer, V. (2003). Producing dreams, consuming youth: Mexican Americans and mass media. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Miller, T. & Yúdice, G. (2002). *Cultural policy.* London: Sage Publications.
- Montes, S. (1987). *Salvadoreños refugiados en los Estados Unidos.* San Salvador, El Salvador: Universidad Centroamericana.
- Morley, D. & Robins, K. (1995). *Spaces of identity. Global media, electronic lands-*

- capas and cultural boundaries. London: Routledge.
- Morley, D. (1996). The geography of television: ethnography, communications, and community. In J. Hay, L. Grossberg, and E. Wartella (Eds.), *The audience and its landscape*. (pp. 317-342). Boulder, CO: Westview Press.
- Morley, D. (2000). *Home territories. Media, mobility and identity*. London and New York: Routledge.
- Naficy, H. (1993). *The Making of exile culture: Iranian television in Los Angeles*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Negus, K. & Román-Velásquez, P. 2000. Globalization and cultural identities. In J. Curran, & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (pp. 329-345). London: Arnold.
- Ortiz, R. (1998). *Otro territorio*. Santa Fe de Bogota: Convenio Andrés Bello.
- Portes, A. & Rumbaut, R.G. (1996). *Immigrant America. A portrait*. (2nd ed.). Berkeley: University of California Press.
- Portes, A. y Rumbaut, R.G. (2001). *Legacies. The story of the immigrant second generation*. Berkeley: University of California Press.
- Portes, A. y DeWind, J. (2006). Un diálogo transatlántico: el progreso de la investigación y la teoría en el estudio de la migración internacional. En A. Portes y J. DeWind (coord.) *Repensando las migraciones. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. (pp. 7-31). Zacatecas, México: Universidad Autónoma de Zacatecas.
- Pries, L. (2001). The approach of transnational social spaces: responding to new configurations of the social and the spatial. In L. Pries (Ed.). *New transnational social spaces. International migration and transnational companies in the early twenty-first century*. (pp. 3-33). London: Routledge.
- Rasmussen, T. (2002). Internet as a world medium. In G. Stald & T. Tufte (Eds.), *Global encounters: Media and cultural transformation*. (pp. 85-106). Luton, UK: University of Luton Press.
- Repak, T. A. (1995). *Waiting on Washington. Central American Workers in the Nation's Capital*. Philadelphia: Temple University Press.
- Rodríguez, A. (1999). *Making Latino news. Race, language, class*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Rodríguez, A. (1999). Creating and audience and remapping a nation: A brief history of US Spanish language broadcasting 1930-1980. *Quar. Rev. of Film & Video*, 16 (3-4), 357-374.
- Rosaldo, R. (2003). Cultural citizenship, inequality, and multiculturalism. In L. Matin Alcoff & E. Mendieta (Eds.). *Identities. Race, class, gender, and nationality*. (pp. 336-341). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Ross, K. & Derman, D. (2003). Conclusion. In K. Ross & D. Derman (Eds.). *Mapping the margins. Identity politics and the media*. (pp. 193-199). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Smith, R. (1998). Transnational localities: community, technology and the politics of membership within the context of Mexico and U.S. migration. In M.P. Smith & L.E. Guarnizo (Eds.). *Transnationalism from below*. (pp. 196-240). New Brunswick and London: Transactions Publishers.
- Sørensen, N. (1998). Narrating identity across Dominican worlds. In M.P. Smith & L.E. Guarnizo (Eds.). *Transnationalism from below*. (pp. 241-269) New Brunswick and London: Transactions Publishers.
- Thompson, J.B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.
- Waisbord, S. R. (1998). The ties that still bind: Media and national cultures in Latin America. *Canadian Journal of Communication* [Online], 23, (3).
- Wood, N. & King, R. (2001). Media and migration: an overview. In R. King & N. Wood (Eds.). *Media and migration. Constructions of mobility and difference*. London: Routledge.
- Yúdice, G. (2003). *The expediency of culture*. Durham, NC: Duke University Press.