

# PATRIA QUERIDA

Consumo cultural, identidad y nostalgia  
de los salvadoreños radicados en Estados Unidos



MÓNICA HERRERA  
EDICIONES



# PATRIA QUERIDA

Consumo cultural, identidad y nostalgia  
de los salvadoreños radicados en Estados Unidos

Con el apoyo de:



# CRÉDITOS

## **CONSEJO DE DIRECTORES**

Dirección general: Teresa Palacios de Chávez

Dirección académica: Federico Harrison

Dirección administrativa financiera: Hermann W. Bruch

## **CONSEJO EDITORIAL**

Director académico: Federico Harrison

Coordinador de investigación institucional: Willian Carballo

Coordinadora de proyección social: Larisa Hernández

Coordinadora de Syncros, Laboratorio de Diseño Estratégico: Ana Urquilla

Docente a tiempo completo: German Rosa

Textos y coordinación de la investigación y la publicación: Willian Carballo

Contacto: wcarballo@monicaherrera.edu.sv

Asesor cuantitativo: Jorge Castillo

Asistentes de investigación cualitativa: Francela Amaya y Jaqueline Herrera

Corrección y revisión de estilo: Manuel Fernando Velasco

Fotografías: Clifford Escalón

Diseño y diagramación: Jorge Orantes

Revisión gráfica: Marisela Ávalos

Impresión cortesía de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por la Ley de la Propiedad Intelectual, la producción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía (fotocopia) y el tratamiento informático.

2019, Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

Av. Manuel Gallardo #3-3, Santa Tecla, La Libertad, El Salvador.

monicaherrera.edu.sv

Tel. +503 2507 6536

## ÍNDICE

<b>Vamos a brindar por los <i>ausentes</i> presentes</b> — Presentación	<b>6</b>
<b>Son tres fronteras las que tuvieron que pasar</b> — Contexto	<b>8</b>
<b>Hacer muestra el universo</b> — Metodología	<b>10</b>
<b>Volver a tener el cielo por sombrero</b> — Resultados Viajes a El Salvador, motivos y frecuencias	<b>14</b>
<b>A mí me gustan las pupusas</b> Consumo de productos alimenticios y nostálgicos	<b>20</b>
<b>La que de todas es la mamá</b> Consumo de deporte –y en especial de fútbol– salvadoreño	<b>28</b>
<b>Es la cumbia la que manda en mi país</b> Consumo de música, cine y literatura salvadoreña	<b>34</b>
<b>Internet, celular y computa... computa... computadora</b> Consumo de redes sociales, medios salvadoreños y noticias <i>online</i>	<b>40</b>
<b>¿Quién no ama el lugar donde ha nacido?</b> Sobre nostalgia, íconos salvadoreños y orgullo patrio	<b>50</b>
<b>Reencuentros y desencuentros con la patria querida</b> — Conclusiones	<b>56</b>

# Vamos a brindar por los ausentes presentes

Los consumos que hacen a los migrantes sentir que no se han ido

De los salvadoreños que viven en Estados Unidos –o “ausentes”, como les cantan Los Hermanos Flores en una famosa cumbia– sabemos bastante hasta la fecha. Se conoce, por ejemplo, sobre las remesas que envían, la persecución que muchos sufren debido a su estatus legal y los obstáculos que la mayoría vive cuando atraviesa fronteras, ríos y desiertos sin documentos. Pero hay –más allá de esos temas de innegable importancia– un aspecto más cotidiano que, aunque no acapare titulares, se vuelve vital en su día a día: su inmersión diaria en una cultura que no es la propia, pero con la que deben, por fuerza, convivir.

Autores como Néstor García Canclini bautizaron esa reestructuración y mezclas de elementos como “culturas híbridas”<sup>1</sup>. Para este caso, se trata de esos salvadoreños que, insertados en la sociedad estadounidense en la que hoy residen, luchan por no perder la conexión con las costumbres de su tierra de origen, sus tradiciones o sus productos simbólicos. El resultado es una cultura diferente, con rasgos que no son exactamente como los del país donde nacieron, pero tampoco como los del receptor.

Es esa condición la que, en parte, los lleva a practicar particulares formas de lo que se conoce como consumo cultural. García Canclini define dicho término<sup>2</sup> como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica. En otras palabras, es lo que consumimos en materia de productos culturales: la música, el cine, la radio, las tradiciones, la televisión, las artesanías, las noticias, etc. Ese consumo, al menos en esta época de avances de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y para el caso de la diáspora salvadoreña, no había sido estudiado aún a profundidad.

A partir de ese razonamiento, la Escuela Mónica Herrera consideró pertinente investigar el tema. En concreto, nos interesaba describir el consumo cultural –con énfasis en el contenido producido en El Salvador– de los migrantes salvadoreños que residen en Estados Unidos para, a partir de ahí, entender los complejos procesos de identidad, orgullo y nostalgia que hay detrás.

Los resultados de ese estudio son los que mostramos acá. Para ello proponemos adentrarnos en un viaje que tenga como fondo algunas de las canciones populares de gran significación para la mayoría de salvadoreños. Este recurso tiene como único fin darles color a los fríos datos y relacionarlos con productos culturales que gozan de popularidad, especialmente entre los salvadoreños que viven fuera de las fronteras patrias.

La travesía que proponemos tiene seis momentos. Tras explicar la metodología y dar un breve recorrido contextual por el fenómeno de la migración salvadoreña hacia Estados Unidos, el viaje inicia al son de “El sombrero azul” para narrar cómo las visitas al país son una parte importante para mantener el vínculo cultural. Luego, a través del tema “Las pupusas”, nos concentramos en el consumo de productos nostálgicos como la comida. A continuación, evaluamos los consumos de deporte al ritmo de “Arriba con la selección”; de redes sociales y medios de comunicación en línea (vía “Computadora”); y de música, libros y cine salvadoreños (con la famosa “Sabrosa cumbia”). Por último, mostramos los hallazgos en materia de nostalgia, íconos y orgullo por su país, como bien lo refleja una famosa melodía de una bebida carbonatada.

De esta manera, la Escuela busca aportar al conocimiento de una de las aristas menos explotada de un tema tan importante como la migración hacia Estados Unidos. Y aunque cerramos este documento con conclusiones de la investigación, lejos de dar por acabado el tema, lo vemos solo como el inicio de estudios más específicos en el futuro que nos permitan profundizar más en algunos aspectos que, por las limitantes metodológicas, acá se revisan solo de forma general. Buena lectura.

#### **Willian Carballo**

Coordinador de Investigación Institucional

Escuela de Comunicación Mónica Herrera

wcarballo@monicaherrera.edu.sv

<sup>1</sup> García Canclini, N. (2003). Noticias recientes sobre la hibridación. Revista Transcultural de Música.

<sup>2</sup> García Canclini, N. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En G. Sunkel, El consumo cultural en América Latina (págs. 26–49). Bogotá: Convenio Andrés Bello.

# Son tres fronteras las que tuvieron que pasar

Contexto de la migración salvadoreña hacia  
Estados Unidos

La comunidad salvadoreña en Estados Unidos no ha parado de crecer en la última década. En la actualidad, hay un estimado de 2,310,784 personas originarias de El Salvador residiendo en la nación norteamericana, de acuerdo a la American Community Survey 2006-2010 del Buró de Censos de ese país. Solo para tener una idea del aumento: en 2009, la cifra estimada era de 1,718,494. Esos números superan a los de cualquier otro país centroamericano, y sitúa a la diáspora salvadoreña solo por debajo de la mexicana, la puertorriqueña y la cubana.

Según datos de 2017 del Migration Policy Institute, California es el estado con mayor presencia de salvadoreños (431,768 nacidos en la nación centroamericana). Le sigue Texas (219,944); aunque si sumamos los datos de lo que se conoce como el área metropolitana de Washington, que incluye varios estados, esta área geográfica ocuparía el segundo lugar. En efecto, en los últimos años, ciudades de Virginia o de Maryland han visto llegar a muchos salvadoreños, particularmente del oriente del país.

Su presencia en Estados Unidos está marcada por logros y obstáculos. Por un lado, muchos consiguen trabajar en diferentes rubros y obtienen ingresos que le sirven no solo para subsistir en la economía donde hoy residen, sino también para enviar remesas a sus familiares en su tierra natal. De acuerdo a datos del Banco Central de Reserva del El Salvador, en 2018 enviaron USD 5,468.7 millones en ese concepto. La cifra significa un crecimiento de 8.4 % respecto del año anterior. Este dinero es, en buena medida, responsable de que la economía salvadoreña se mantenga a flote.

Pero no todo es fácil. Muchos consiguen ese dinero en más de un trabajo y en exhaustas y largas jornadas laborales. Además, lo hacen en un clima de discriminación y de constante estigmatización en los medios masivos. A ello hay que sumar que a quienes no cuentan con documentos en regla se les suele acusar, en los discursos antinmigrantes de algunos funcionarios y gobernantes, de ser culpables en parte de la inseguridad pública y la violencia que se vive en los estados con mayor población hispana y de usurpar la salud y educación que deberían de pertenecerle a los “verdaderos” estadounidenses. Tales condiciones los obligan a vivir en permanente alerta ante una posible deportación. Solo entre enero y junio de 2018 fueron retornados 7,386 salvadoreños desde Estados Unidos.

# USD 5,468.7 millones

## mandan en remesas los salvadoreños en Estados Unidos

Aun así, muchos vuelven a intentarlo. Las estimaciones de los expertos hablan de que en promedio 300 personas salen a diario del país sin visa rumbo a Estados Unidos; la mayoría huye de la violencia y la pobreza y paga fuertes cantidades de dinero a traficantes de personas. En el camino, que suele ser vía terrestre atravesando Guatemala y México –“son tres fronteras las que tuvo que pasar”, cantan Los Tigres del Norte en “Tres veces mojado”– viven vejámenes de todo tipo: robos, violaciones, extorsiones, secuestros. Y en el peor de los casos, la muerte. Si llegan a su destino, incluso ahí podrían ser capturados y vivir procesos traumáticos de deportación. En los últimos años, por ejemplo, se vivió una crisis de niños migrantes en la frontera, no solo porque algunos viajaban solos, sino porque muchos, aunque fueran con sus familias, eran separados temporalmente de sus padres y madres.

Nada de eso ha detenido el flujo migratorio. De hecho, solo lo han hecho cambiar de modalidad. En los últimos meses, cientos de ellos emprendieron la travesía en caravanas, formadas también por guatemaltecos y principalmente hondureños. La idea de viajar en grupo era protegerse y visibilizar más su presencia.

Al final, los más persistentes y afortunados logran llegar a California, a Virginia, a Nueva York o a cualquier otro estado donde sueñan con mejores condiciones de vida. Allí, en el mejor de los casos, ya los espera algún familiar y amigos con varios años de residir en Estados Unidos, facilitándoles un poco, dentro lo posible, su adaptación a un país extraño, a una cultura diferente. Es ahí cuando inician sus nuevas vidas, pero sin perder la conexión con su país, con su cultura. Es eso último, precisamente, lo que exploramos en esta investigación.

# Hacer muestra el universo

Métodos de recolección de datos y sujetos de investigación

La investigación fue mixta, es decir, se usaron tanto métodos cualitativos como cuantitativos para completar y confirmar la información recabada.

En el área cuantitativa se realizó una investigación de carácter descriptivo a través de la técnica de la encuesta en línea. La decisión se basó en estudios previos que han adelantado la importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la comunicación entre salvadoreños migrantes y sus familias en El Salvador; de tal forma que se consideró que la aplicación de cuestionarios a través de internet facilitaría el acceso a los sujetos.

El tipo de muestreo fue no probabilístico, utilizando la técnica de sujeto referenciado y bola de nieve, ya que las redes de comunidades de salvadoreños en el exterior permitieron que la encuesta transitara de pantalla en pantalla. A través de herramientas informáticas se verificó que la respuesta, efectivamente, proviniera de un aparato tecnológico en Estados Unidos. Para la muestra se consideró a salvadoreños de nacimiento que vivieran en Estados Unidos, mayores de 18 años, y sin importar su estatus legal. En total se efectuaron 309 encuestas efectivas con un margen de error del 5.6 % y un nivel de confianza del 95 %.

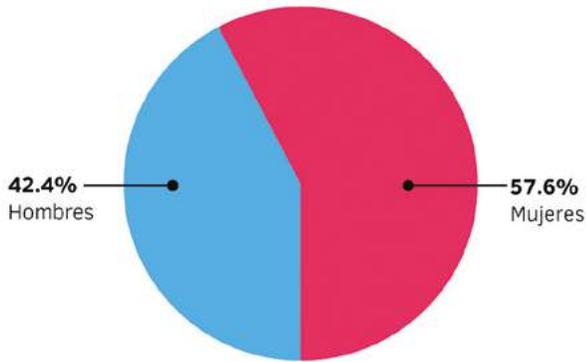
Los datos se recolectaron entre el 3 de noviembre de 2018 y 13 de enero de 2019. Luego se procesaron en programas informáticos y posteriormente se interpretaron.

Por otro lado, en el apartado cualitativo se llevaron a cabo entrevistas a profundidad. En este caso, se seleccionó una muestra diversa cuyo fin era documentar justamente la variedad para localizar diferencias y coincidencias entre los sujetos. El objetivo era entender particularidades que podían variar, por ejemplo, de un estado muy poblado de salvadoreños a otro con menor cantidad de compatriotas; o bien conocer la visión de un joven recién establecido en Estados Unidos contraria a una persona que lleva ya décadas en ese país. Sin embargo, todos los entrevistados debían de ser salvadoreños que actualmente vivan en la nación norteamericana, sin importar su estatus legal.

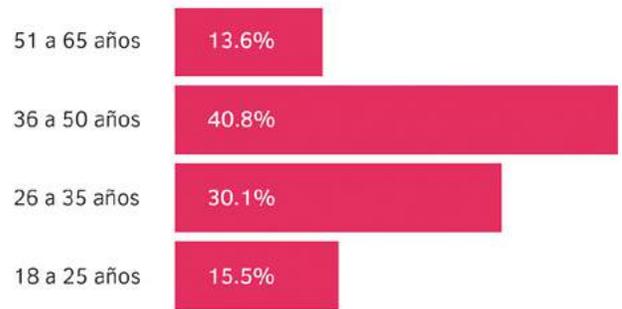
Se entrevistaron diez personas, cinco hombres y cinco mujeres. Entre estos había adultos mayores con al menos 20 años de vivir allá, adultos jóvenes con igual cantidad de tiempo, adultos jóvenes con solo 2 o 3 años y jóvenes de 18 a 25 recién llegados. También se buscó que vivieran principalmente en California, Nueva York, Texas y la zona de Washington-Virginia-Maryland, los estados con mayor población salvadoreña; aunque también se incluyó a personas residentes en sitios con poca presencia de centroamericanos en general.

En las entrevistas se les preguntó por detalles de consumo cultural más específicos, así como por formas y modos de interactuar con las tecnologías y con los productos culturales salvadoreños; esto en un nivel de profundización que la encuesta por su naturaleza no permitía. Los resultados se sistematizaron y finalmente se interpretaron en conjunto con los hallazgos cuantitativos de la encuesta.

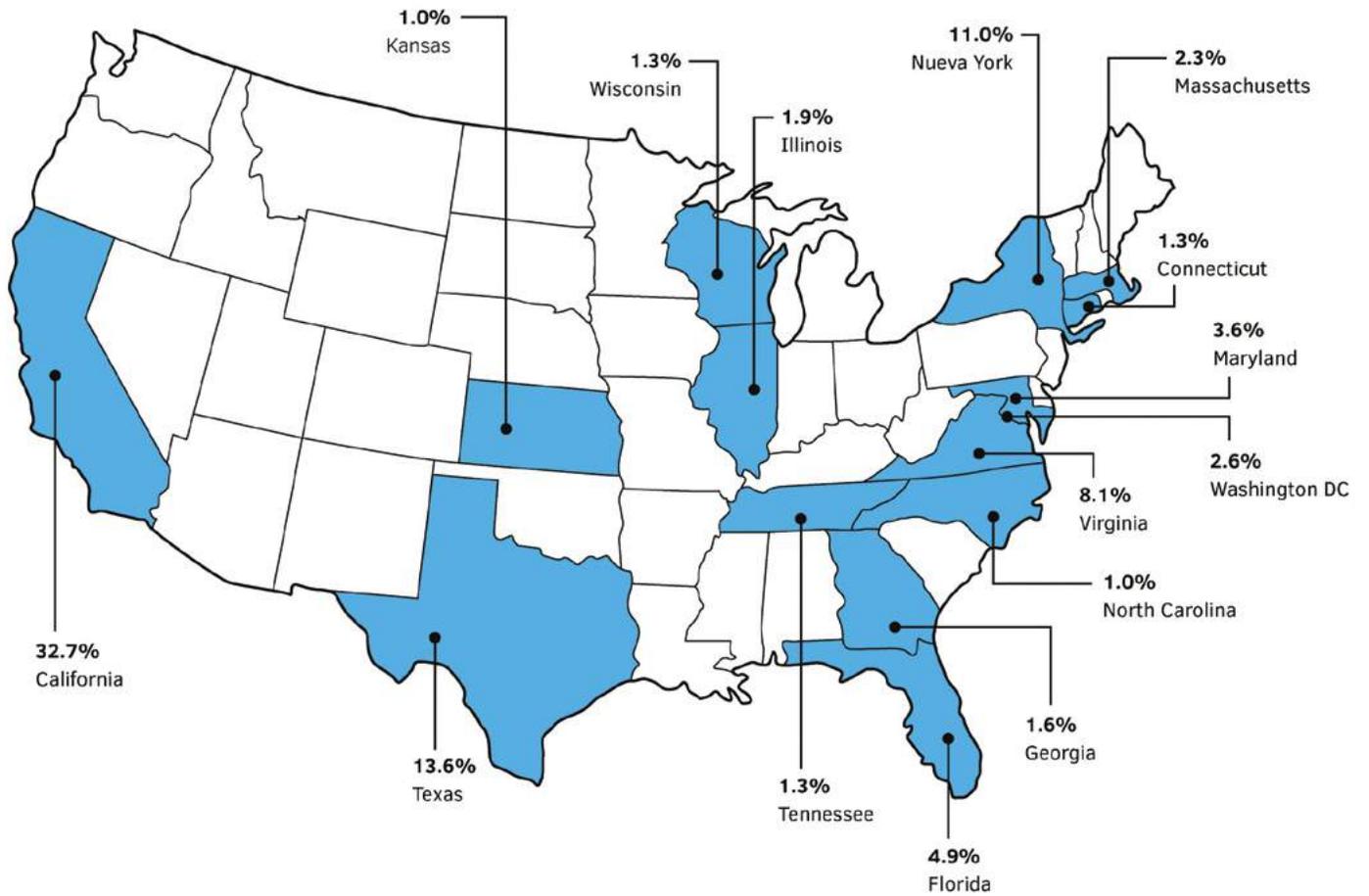
GÉNERO



EDADES

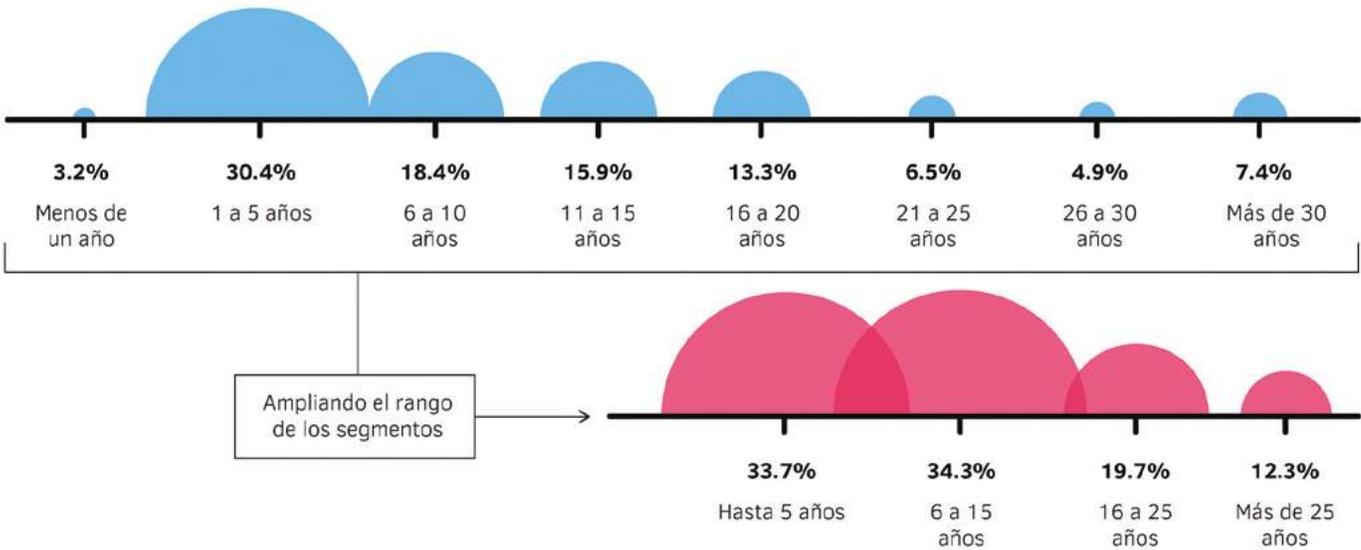


EN CUÁL ESTADO RESIDE\*

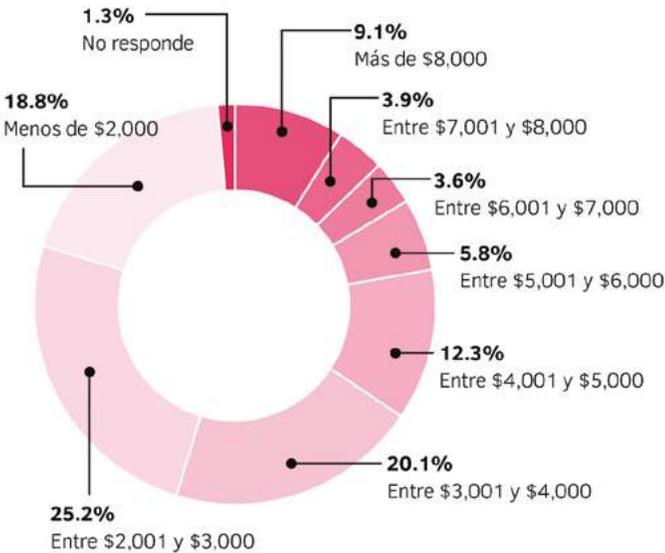


\* Se grafican solo los estados con mayor porcentaje

**AÑOS DE RESIDENCIA EN ESTADOS UNIDOS**



**PROMEDIO DE INGRESO MENSUAL**



Ingresos	Años de vivir en Estados Unidos			
	Hasta 5 años	6 a 15 años	16 a 25 años	Más de 25 años
Más de \$8,000	4.8%	5.7%	14.8%	21.1%
Entre \$7,001 y \$8,000	2.9%	4.7%	4.9%	2.6%
Entre \$6,001 y \$7,000	2.9%	2.8%	3.3%	7.9%
Entre \$5,001 y \$6,000	1.9%	4.7%	14.8%	5.3%
Entre \$4,001 y \$5,000	7.7%	16.0%	9.8%	18.4%
Entre \$3,000 y \$4,000	23.1%	17.9%	18.0%	21.1%
Entre \$2,000 y \$3,000	28.8%	30.2%	18.0%	13.2%
Menos de \$2,000	26.9%	17.0%	13.1%	10.5%
No Responde	1.0%	0.9%	3.3%	0.0%
n	104	106	61	38

**HIJOS**



**1.7**  
Promedio de hijos que viven con el entrevistado

Tiene hijos nacidos en Estados Unidos



¿Han viajado alguna vez a El Salvador?



# Volver a tener el cielo por sombrero

## Viajes a El Salvador, fechas y frecuencias

**L**a mayoría de los que pueden, de los que tienen residencia o ciudadanía, procuran mantener el contacto con su país de la manera más directa que puede haber: visitándolo. Son salvadoreños que viajan hacia cielo salvadoreño, en promedio, una vez al año; se quedan en casa de sus familiares cercanos, y prefieren visitar la playa o su pueblo natal. Mientras que para otros que no pueden, la única opción para sentir que portan el sombrero azul –parafraseando la famosa canción de Alí Primera dedicada a El Salvador– es asistir a eventos en suelo norteamericano donde se celebran fiestas cívicas o religiosas de su patria, como la independencia o los festejos en honor del Divino Salvador del Mundo.





Existen personas como Henry (se reserva su verdadero nombre por confidencialidad) que sueñan con regresar a su país. Nació en algún lugar de La Paz hace más de cuatro décadas y desde hace cuatro años vive en Houston, Texas, a donde un día viajó con visa temporal. Ahí decidió quedarse irregularmente y, en consecuencia, hoy no puede salir de Estados Unidos como un turista. “Vivo pensando a cada momento en volver”, confiesa este compatriota que representa al 20 % de los consultados que dijeron “no tener papeles” (residencia o ciudadanía) y, por lo tanto, no pueden volver a ponerse el cielo salvadoreño por sombrero.

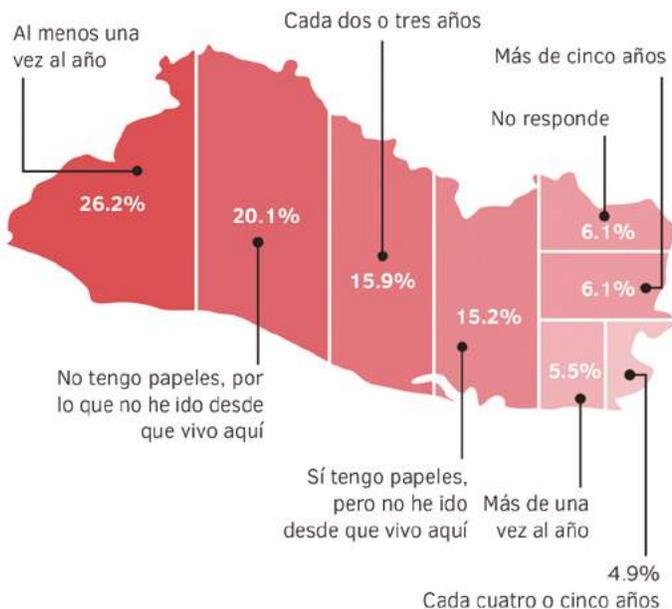
A ellos hay que sumar otro 15 % que, aun teniendo todos los documentos en regla, tampoco han regresado. Y un dato más: si sumamos los que nunca han venido y los que tienen más de cinco años de no hacerlo, podemos decir que cuatro

**“Lo primero, después de bajarme del avión, es ir al Puerto de la Libertad a comerme un coctel de conchas”.**

Salvadoreño de 37 años, residente en Nueva York.

### ¿Con qué frecuencia suele visitar usted El Salvador?

n=309



### ¿Tiene alguna fecha o temporada específica en la que busque viajar a El Salvador?

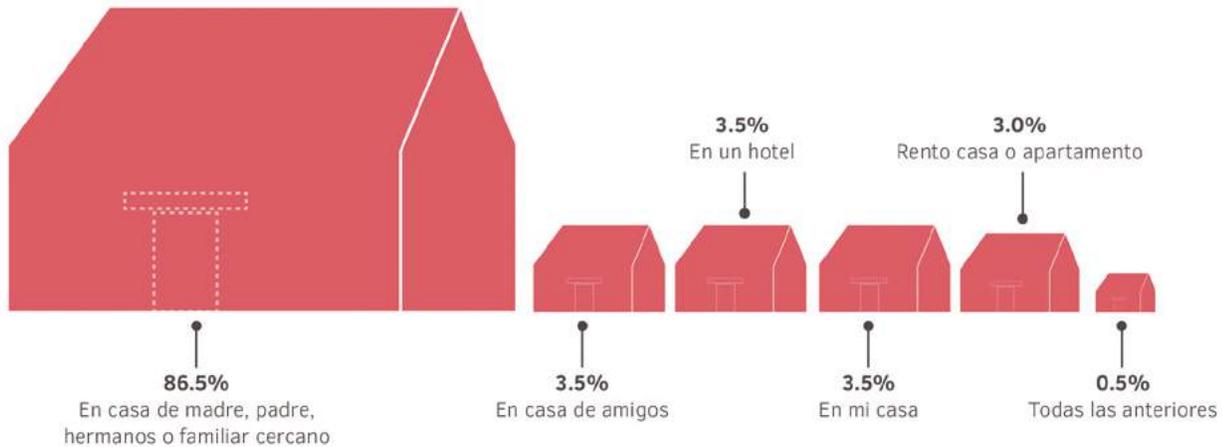
N=198

Se grafican porcentajes mayores al 0.5%



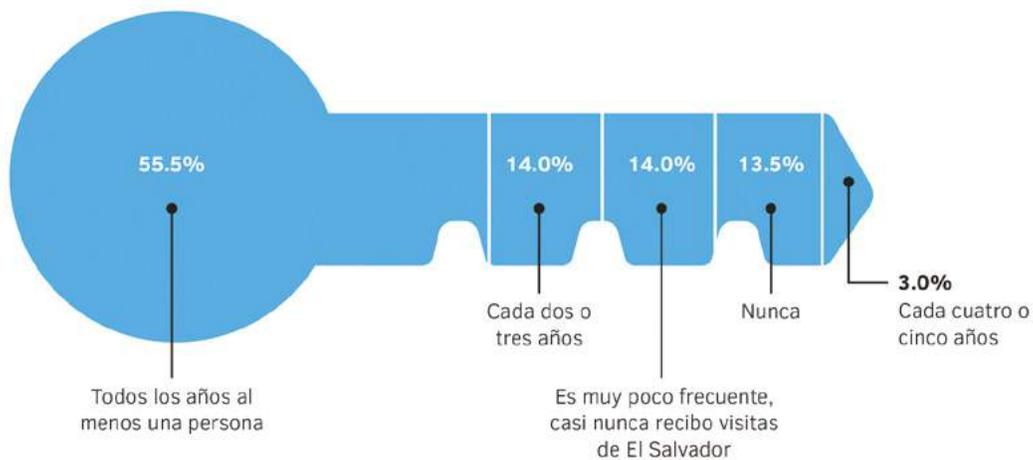
## ¿En dónde suele hospedarse cuando visita El Salvador?

N=200



## ¿Con qué frecuencia recibe visitas de familiares o amigos de El Salvador?

n=200



de cada diez salvadoreños no han estado físicamente en el país por al menos un lustro o más.

Pero hay otro grupo que sí “tienen los papeles” y pueden y quieren volver a su país de origen, al menos cuando el recurso económico se los permite. De acuerdo a la encuesta, entre ellos está el 26 % que visita una vez al año El Salvador, la que a su vez es la frecuencia más mencionada.

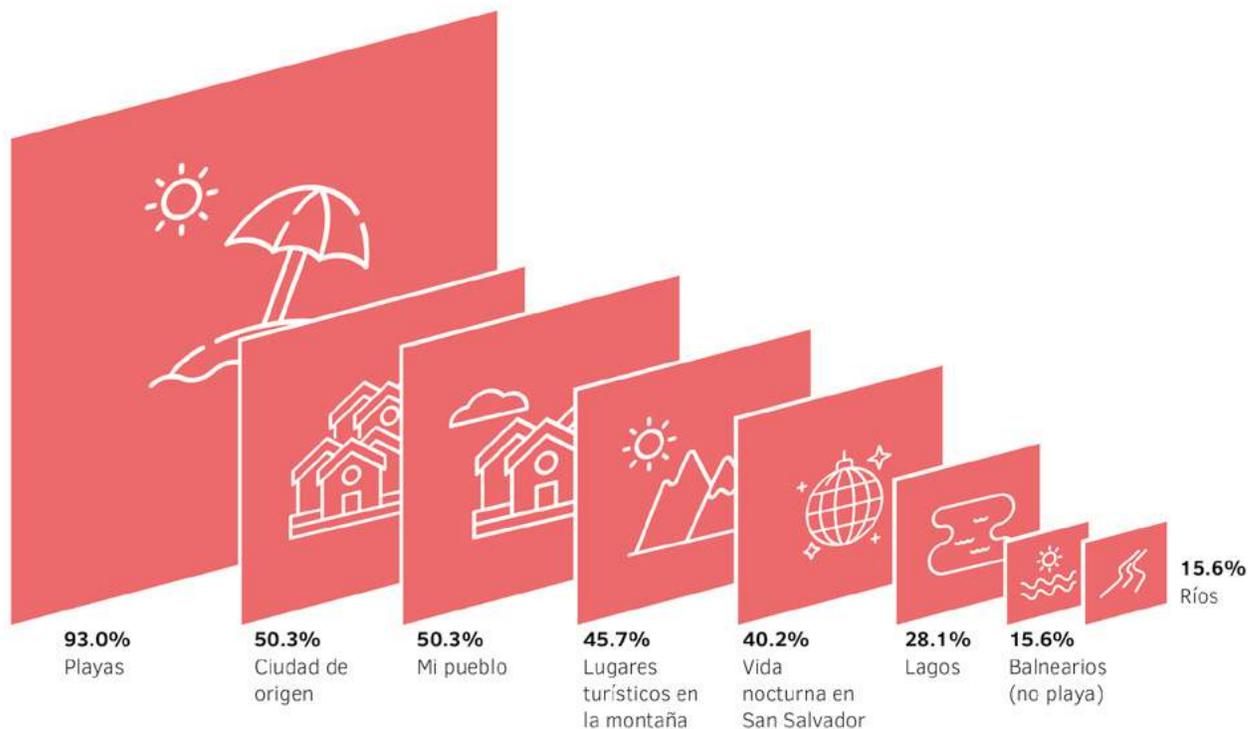
Otro 15 % viene de visita cada dos o tres años. Cristina –nombre ficticio– es un ejemplo. Como lo comentó en entrevista, desde que se fue en 2016 con sus documentos en regla gracias a un proceso de petición gestionado por su

madre, ha vuelto al país dos veces: una por la muerte de un familiar cercano y la otra por la graduación de una tía. En general, entre más edad o más tiempo de residir en Estados Unidos, más frecuente es la visita.

62 % de los que viajan lo hacen sin tener una fecha específica preferida. Mientras que dos de cada diez opta por diciembre para coincidir con las fiestas navideñas y de fin de año. En esos días, en efecto, el Aeropuerto Internacional de El Salvador Monseñor Óscar Arnulfo Romero luce lleno de compatriotas que regresan a pasar las fiestas con su familia. Las vacaciones de agosto y Semana Santa son también épocas preferidas de paseo.

## Los lugares que prefiere visitar cuando viene a El Salvador

n=199



Cuando vienen, una mayoría abrumadora (86 %) se queda en casa de sus familiares más cercanos. Solo un 3 % mencionó un hotel, un apartamento rentado o la casa de un amigo; y otro tanto igual su propia casa, lo que significa que son salvadoreños que ya tenían propiedades antes de irse o que bien las adquirieron una vez juntaron dinero suficiente en Estados Unidos.

Volver al hogar de sus padres o donde crecieron tiene grandes implicaciones nostálgicas. “Todos mis recuerdos están allá: mi infancia, mi adolescencia, mi juventud”, cuenta en entrevista cualitativa una mujer de 55 años que lleva más de tres décadas de residir en Estados Unidos y que actualmente vive en Los Ángeles, California.

Además, cuando vienen, los salvadoreños lo tienen claro: el lugar preferido para visitar es la playa (93 %). Incluso, este destino supera al “pueblo” o a la “ciudad de origen”, respuestas que obtuvieron solo un promedio de 50 % de menciones. En el orden, le siguen sitios como la montaña o lugares citadinos con vida nocturna. Por ejemplo, una joven de 22 años que reside en Los Ángeles cuando vino la primera vez fue al hotel Decameron y a varios centros comerciales. “No salí bastante de las áreas comunes de visita para extranjeros”, señala.

Finalmente, otra manera de sentir que de alguna manera están cerca de su país, aunque no salgan de las fronteras estadounidenses, es participando de las festividades que las

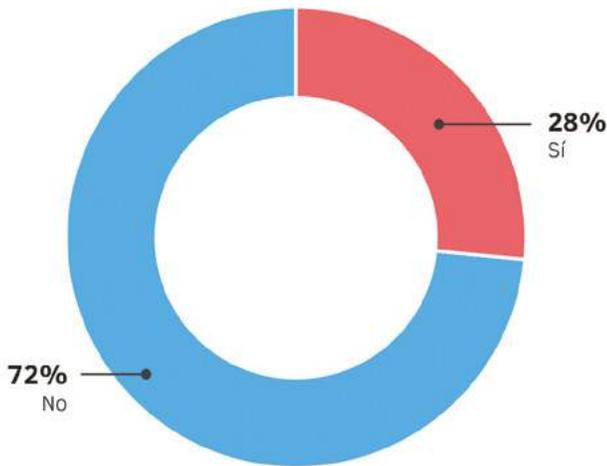
comunidades de salvadoreños en el exterior celebran ahí. El 28 % de consultados dijo asistir a este tipo de eventos. La mitad de ellos lo hace una vez al año y, principalmente, a las fiestas patrias en septiembre (58 %) y a eventos culturales (48 %) como conciertos de artistas salvadoreños, desfiles, etc. Mientras que un 35 % va a actividades religiosas, entre ellas las del divino Salvador del Mundo que se celebran en la ciudad donde residen o alrededores.

**“Mi mamá sí tiene ese sentimentalismo de decir ‘ahhh, este es mi pueblo’ o ‘ahhh, hoy son las fiestas de mi país’, porque su vida se ha construido con base a eso y la mía no”.**

Salvadoreña de 23 años, residente en California.

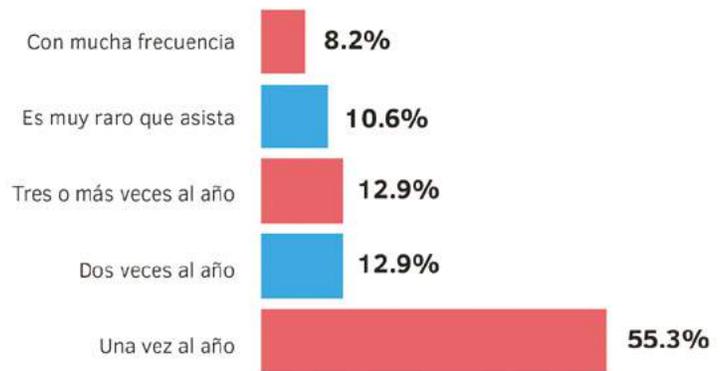
**¿Asiste usted a actividades o fiestas sobre El Salvador en los Estados Unidos?**

n=309



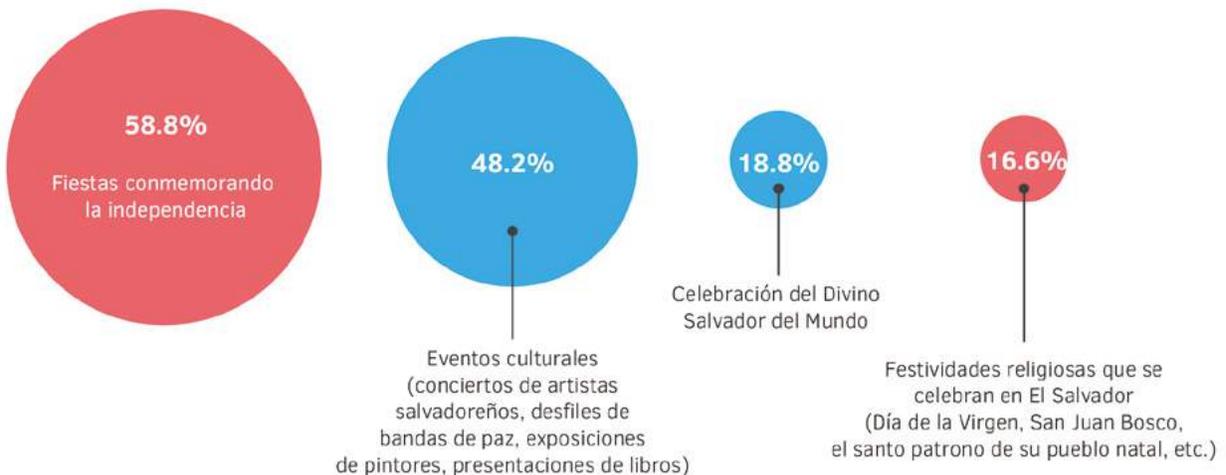
**Frecuencia**

n=85



**¿A cuáles actividades ha asistido?**

n=85



# A mí me gustan las pupusas

Consumo de productos alimenticios y nostálgicos

**S**ean de queso, revueltas o de chicharrón –como canta Espíritu Libre–, es este platillo salvadoreño el producto alimenticio que más extrañan los salvadoreños en Estados Unidos. Y es así aún y cuando conseguir esa y otras comidas tradicionales en suelo estadounidense les sea bastante accesible. Sin embargo, es el queso el producto estrella que suele viajar en las maletas de aquellos que regresan al norte tras una visita por su país, incluso por encima del Pollo Campero que tan arraigado está en el imaginario colectivo de los que viajan por avión con destino al norte y han percibido su olor. En el equipaje también hay espacio para medicinas, artesanías y ropa con estampas tradicionales.



Pollo hecho  
CON AMOR  
aquí  
DENTRO



La pupusa es, en buena medida, ese sol en torno al cual gira buena parte del imaginario salvadoreño cuando de extrañar a su tierra se trata. Como canta Espíritu Libre en su famosa canción dedicada a este platillo, lo que más extrañan “no son tamales, no; ni yuca frita, no, no, no”. Son las pupusas. 77 % de los encuestados las mencionó como lo que quisieran saborear inmediatamente ponen pie de vuelta en su tierra. Le siguen los mariscos y luego otras comidas típicas (que en las entrevistas cualitativas detallaron como empanadas o atoles).

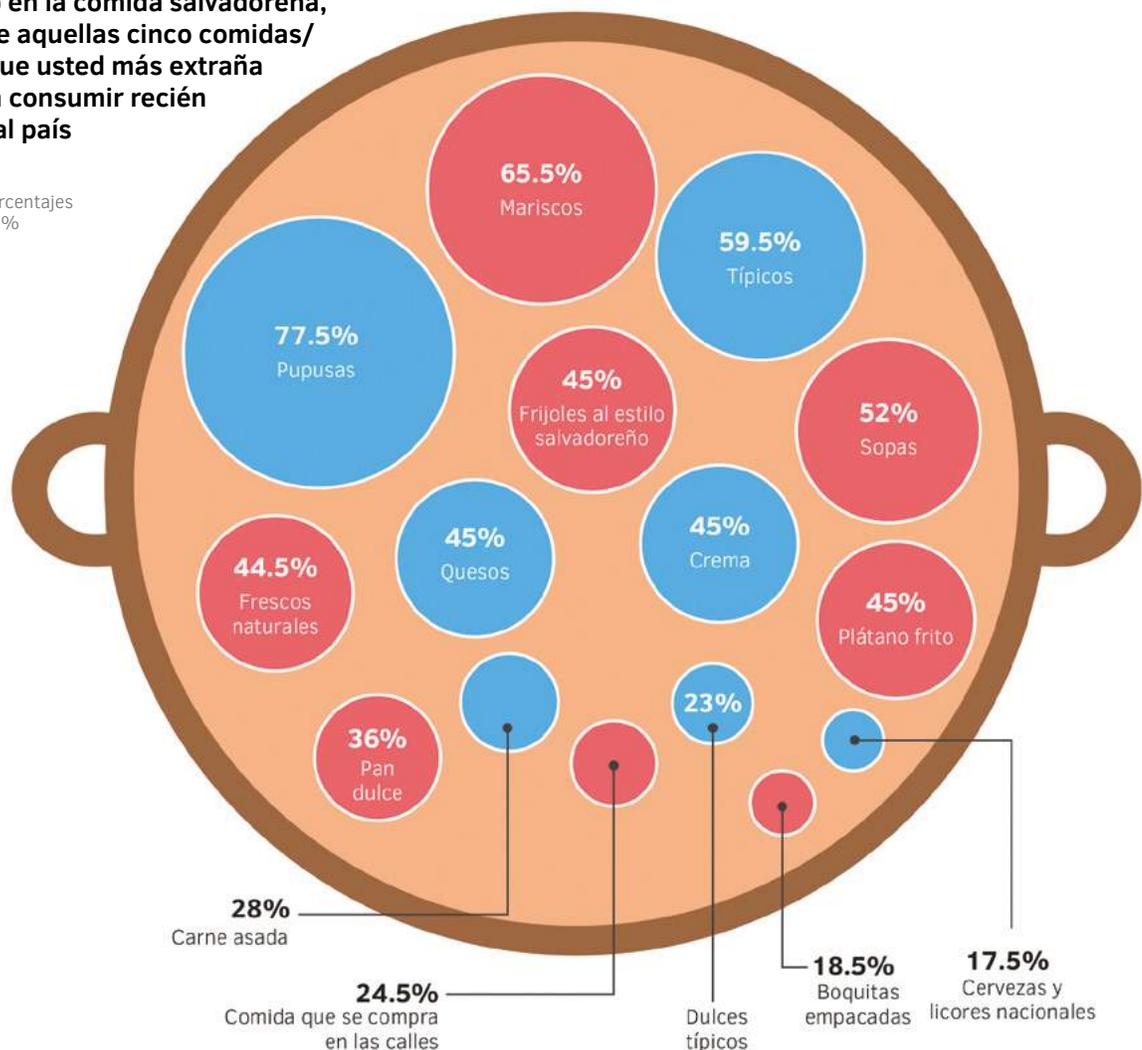
**“Incluso venden nances y marañones congelados (en Estados Unidos). Se encuentran muchas cosas que venden en El Salvador; por lo tanto, quizá la nostalgia no se vuelve tan fuerte”.**

Salvadoreño residente en Washington, con 15 años de vivir en Estados Unidos.

**Pensando en la comida salvadoreña, seleccione aquellas cinco comidas/bebidas que usted más extraña y gustaría consumir recién llegando al país**

n=200

Se grafican porcentajes mayores al 0.5%



Sin embargo, es el queso –uno de los ingredientes por excelencia de ese platillo y no necesariamente la pupusa– el alimento que más se llevan los salvadoreños hacia Estados Unidos en el equipaje. 75 % los mencionó como la comida que más se traen de El Salvador, incluyendo diferentes variantes como el duro-viejo o duro-blando. Las pupusas figuran en el

cuarto puesto apenas con 38 %. Se ven superadas incluso por el pan dulce (como semitas) y los dulces típicos. El Pollo Campero apenas ocupa el quinto puesto en los resultados cuantitativos, sin embargo es un producto muy presente en el imaginario de lo que los salvadoreños portan consigo en los aviones.

**Tratándose de comida, ¿cuáles de los siguientes alimentos se trae de El Salvador?**

n=200

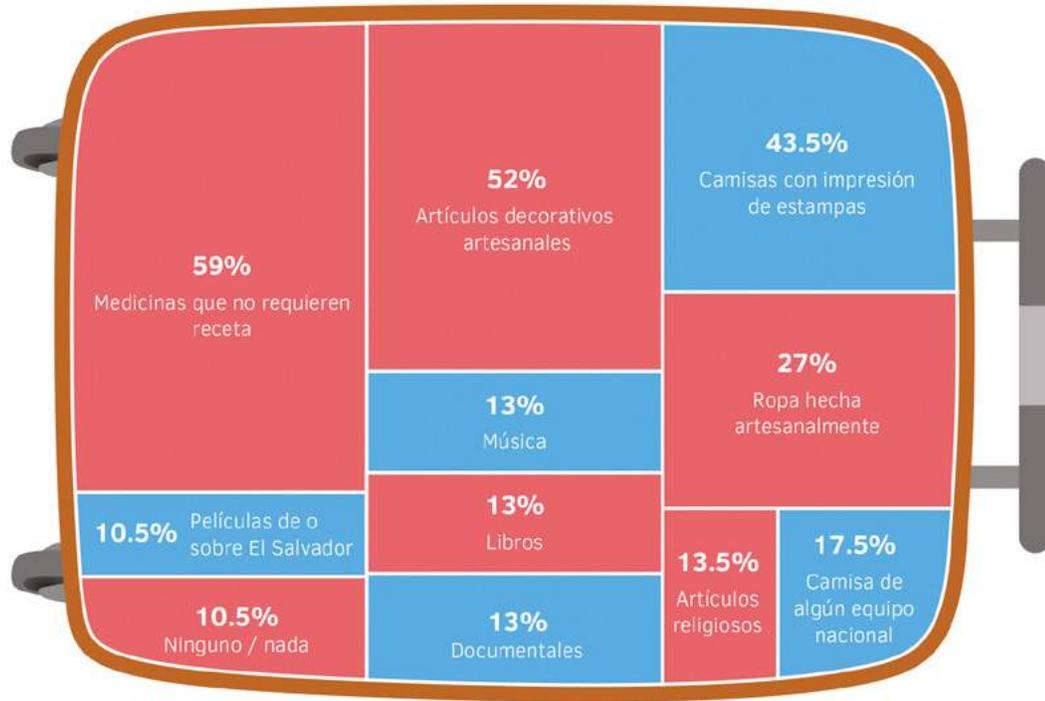
Se grafican porcentajes mayores al 0.5%



### ¿Qué otros productos (no comida) se trae de regreso a Estados Unidos?

n=200

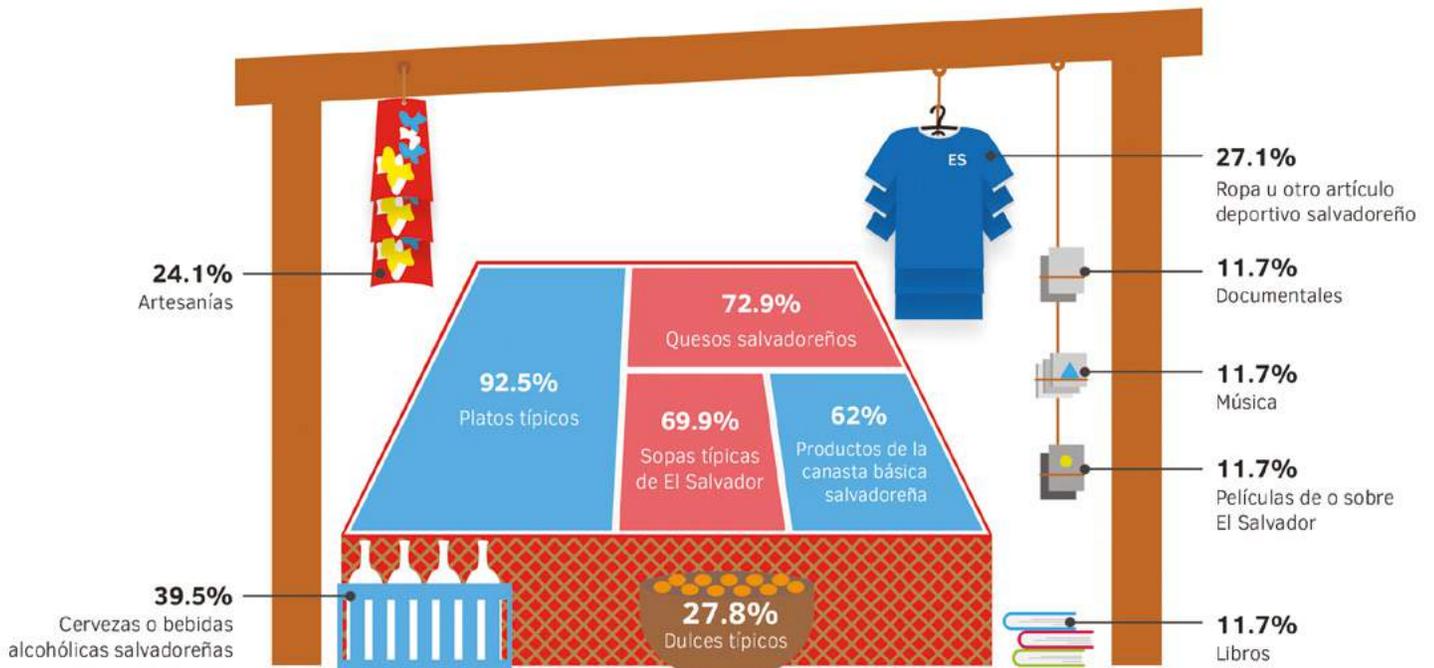
Se grafican porcentajes mayores al 0.5%



### ¿Cuáles productos son accesibles de comprar en la comunidad en que reside?

n=266

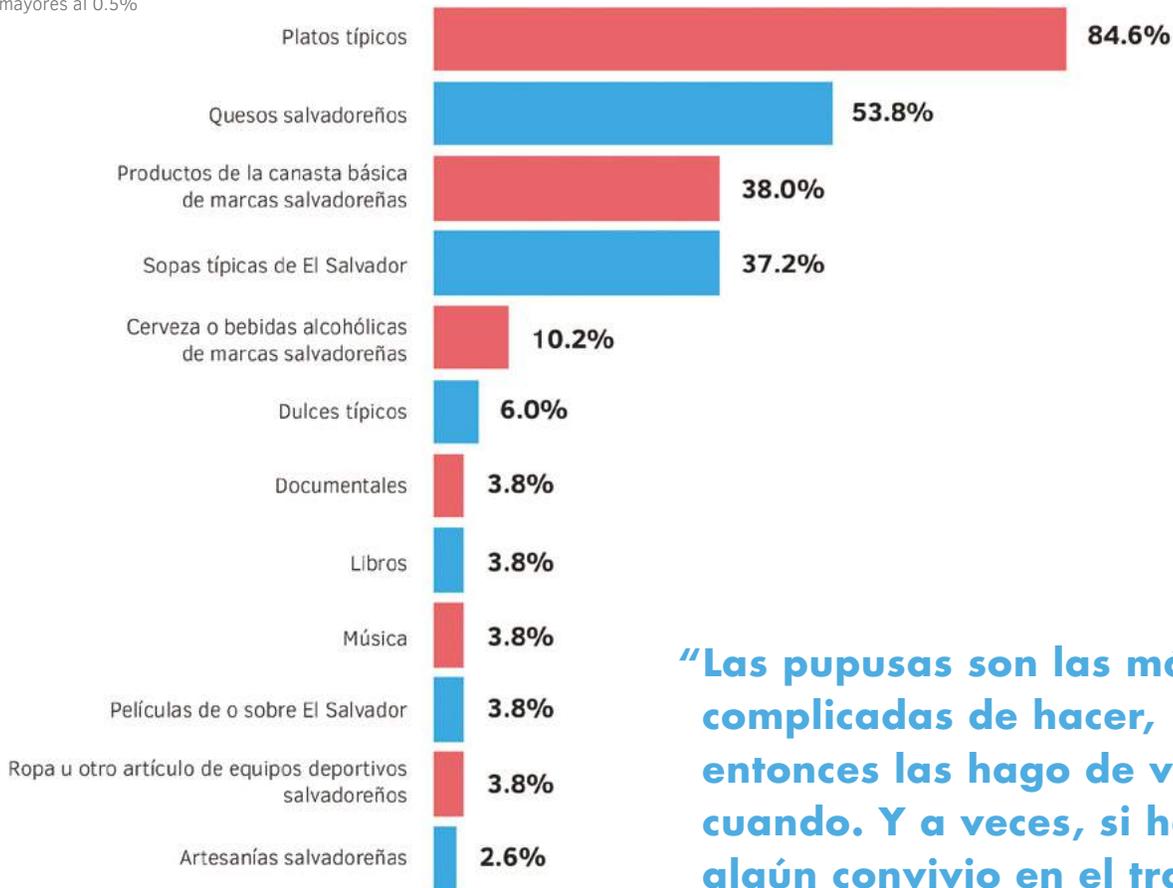
Se grafican porcentajes mayores al 0.8%



## ¿Cuáles de esos productos suele comprar usted con frecuencia (al menos una vez cada dos meses)?

n=266

Se grafican porcentajes mayores al 0.5%



**“Las pupusas son las más complicadas de hacer, entonces las hago de vez en cuando. Y a veces, si hay algún convivio en el trabajo, procuro llevar algunas”.**

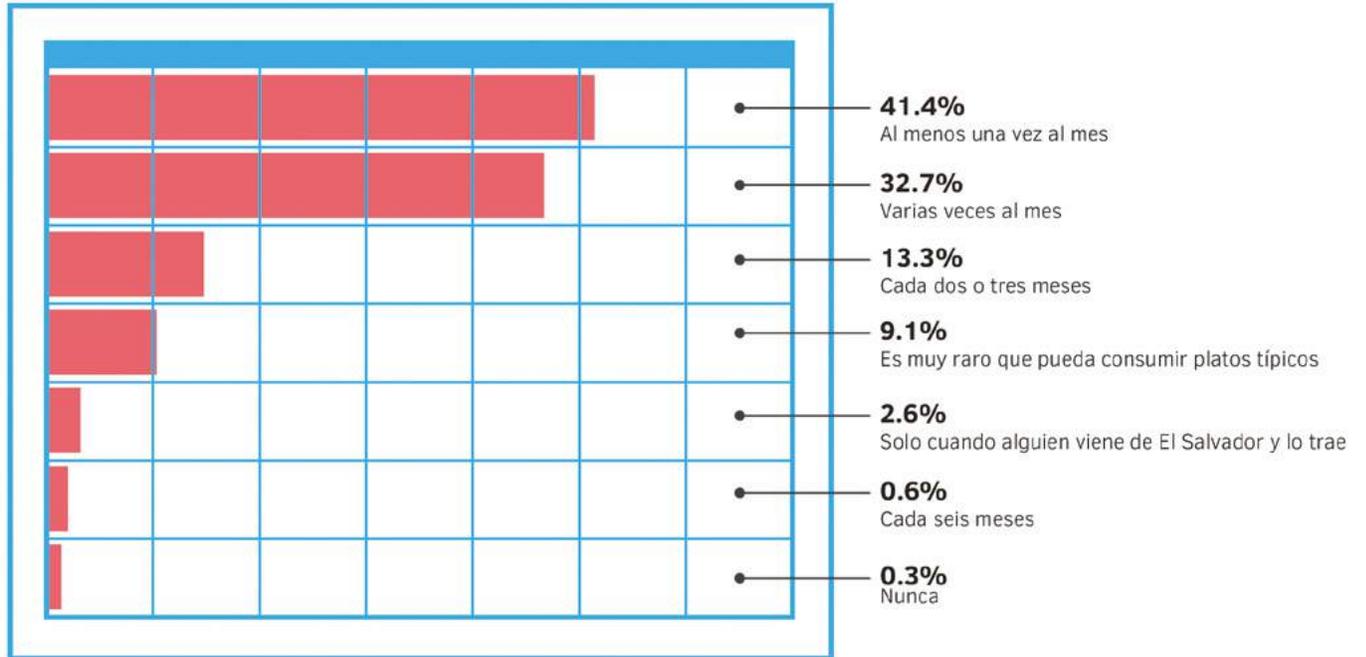
Salvadoreña residente en Los Ángeles, con 35 años de vivir en Estados Unidos.

En el caso de las pupusas, una razón de que no opten por llevarlas en las maletas es porque no es complicado encontrarlas en Estados Unidos (también hay Pollo Campero en algunas ciudades). En muchos estados, sobre todo con comunidades grandes de salvadoreños, es posible encontrar restaurantes especializados en comida centroamericana. De hecho, el 92 % de los entrevistados considera que los platos típicos –incluidas las pupusas– son “accesibles” de encontrar en suelo norteamericano y cuatro de cada diez los consume allá al menos una vez al mes. Mucho más difícil es conseguir libros, música en formato físico o documentales, expresaron.

“Sí, hay bastantes negocios latinos y muchos de ellos son propiedad de salvadoreños. Y sí: encontrás galletas Lido, alemanas, margaritas, quesitos, elotitos, muelitas; hay Pilsener, Suprema, Regia y hasta Cadejo”, detalla un salvadoreño de 35 años, residente en Washington y con 15 años de radicar fuera de El Salvador.

### ¿Con qué frecuencia consume platos típicos salvadoreños en Estados Unidos?

n=309



### ¿Cuando consume platos típicos, dónde los adquiere?

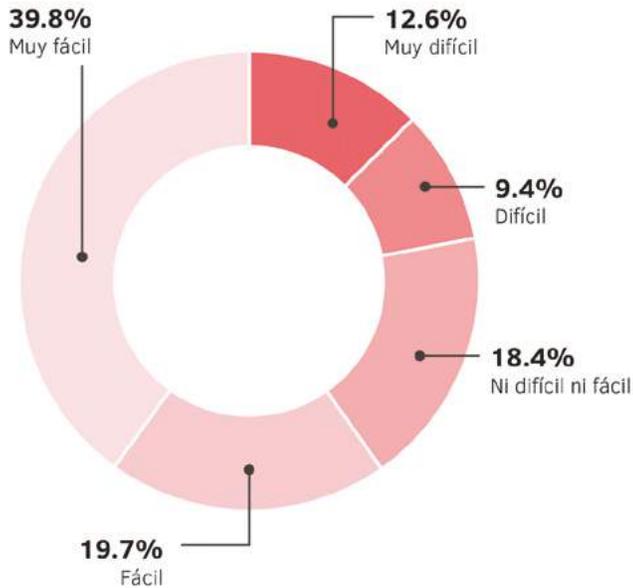
n=309



**Promedian un gasto de \$309 mensuales en consumo de platos típicos**

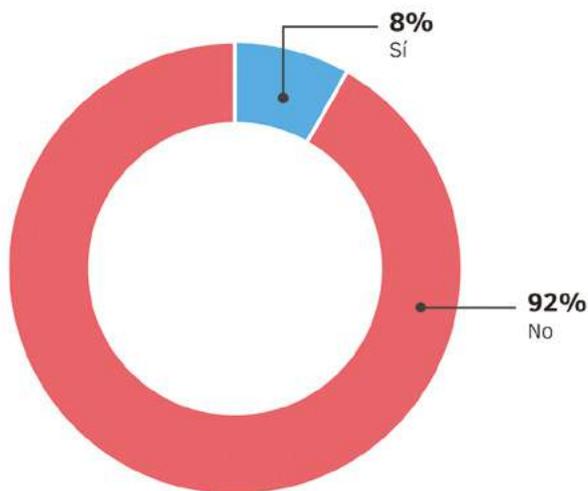
**¿Qué tan difícil es para usted adquirir comida tradicional salvadoreña donde vive?**

n=309



**¿Compra artesanías salvadoreñas en Estados Unidos?**

n=309



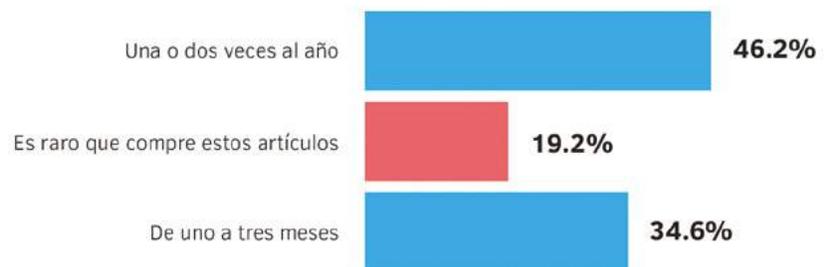
En efecto, ocho de cada diez encuestados manifestaron adquirir comidas típicas en restaurantes salvadoreños que funcionan en las ciudades donde viven. Sin embargo, llama la atención que casi la mitad de los entrevistados viaja a otros estados para conseguirlas, lo cual se explica porque no todos los salvadoreños habitan en lugares de larga tradición de acogida de migrantes. También la mitad opta por encargárselos a sus amigos o familiares que viajan desde El Salvador. Y solo un 6 % las prepara por su cuenta en el hogar. En promedio, según los resultados, gastan USD 309 mensuales en consumo de comidas salvadoreñas.

Además de comidas, el producto estrella de los salvadoreños en sus maletas cuando regresan a Estados Unidos tras alguna estadía en El Salvador son las medicinas que no requieren receta. 59 % tiene esta práctica. Incluso, en entrevistas cualitativas se conoció el caso de una persona que cada vez que viene aprovecha para ir al mercado central de San Salvador y comprar productos medicinales, como vitaminas, para llevárselas a Estados Unidos y revenderlas.

Las artesanías también son muy cotizadas: 52 % las mencionaron como productos no comestibles que guardan en sus maletas rumbo a Estados Unidos a su regreso. Algunos se llevan al norte “cosas de barro, como los nacimientos o algún adornito o algún llavero”, menciona una salvadoreña de 55 años que reside en Los Ángeles. Ella también dice haberse traído libros, “aunque no necesariamente salvadoreños”, sino algunos que leía en la infancia durante la época de estudiante.

**Frecuencia de compra**

n=26







# La que de todas es la mamá

Consumo de deporte  
–y en especial de fútbol– salvadoreño

**L**os estadios estadounidenses donde juega la Selecta Cuscatleca –que de todos es la mamá, como dice la famosa porra “Arriba con la selección” o “Pájaro picón picón”– suelen ser catedrales donde se le rinde culto a la nostalgia y a la identidad salvadoreña. Ahí, más que celebrar goles o sufrir derrotas, lo que ocurre es que se llora el himno nacional, se porta con orgullo la bandera y se abraza a personas desconocidas con quienes solo se comparte haber cruzado las mismas fronteras. Aunque el arraigo con equipos de la Liga Mayor de Fútbol es menor, también para algunos –la mayoría hombres– seguir sus partidos u opinar sobre ellos vía redes sociales en programas de radio salvadoreños mantiene la conexión.

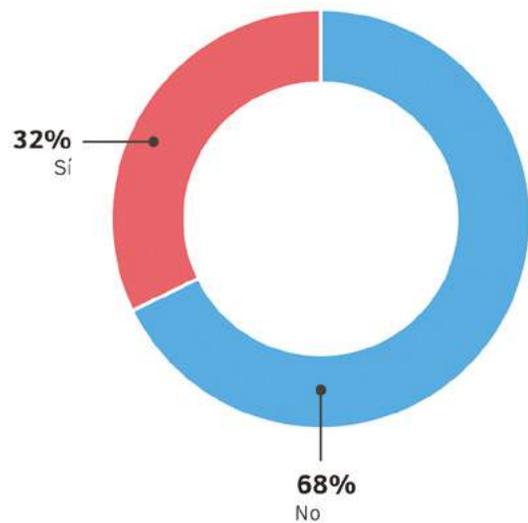
**V**iven en Texas y son capaces de viajar 24 horas en carro para llegar a Maryland a ver la selección de futbol de su país. La historia es de un grupo de salvadoreños que conforman la barra organizada Bichos Unidos y la contó El Gráfico en 2018, cuando el representativo salvadoreño se enfrentaría contra su similar de Brasil en el estadio FedEx, en Landover.

Los partidos de la Selecta suelen ser un lugar de peregrinación para muchos salvadoreños como ellos que viven Estados Unidos. Los organizadores de eventos deportivos lo saben, y por eso un encuentro que incluya al equipo centroamericano contra cualquier otro es un éxito de asistencia garantizado.

Sin embargo, este tipo de consumo no es para la mayoría. Ante la pregunta “¿Está pendiente del deporte salvadoreño?”, solo el 32 % contestó que sí, aunque este número sube al 48 % entre hombres. Eso sí, al margen del género, nueve de cada 10 entrevistados manifestaron que es el fútbol el que los mantiene más atentos.

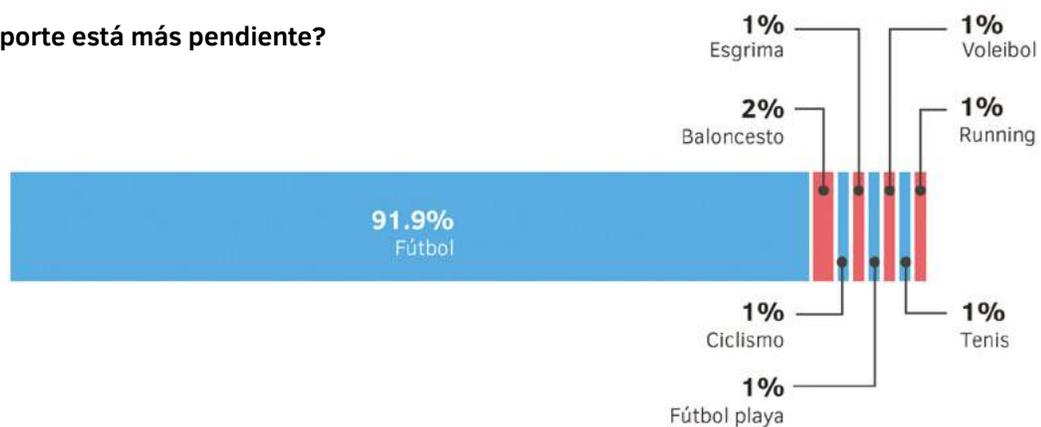
### ¿Está pendiente del deporte salvadoreño?

n=309



### ¿De qué deporte está más pendiente?

n=99



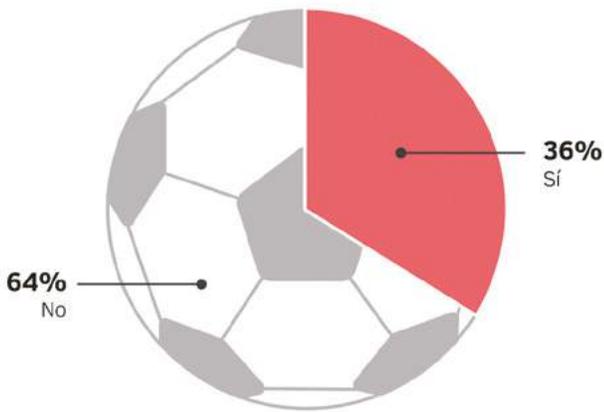
Cuando se les cuestiona si están pendientes específicamente de la selección de futbol, los que respondieron que sí suman el 36 %. Y, de nuevo, el porcentaje aumenta entre hombres: 55 % frente al 21 % de las mujeres. El dato general es incluso menor cuando se explora cuántos han asistido a un estadio estadounidense a ver un partido de “la azul y

blanco”, pues solo el 22 % reconoció haberlo hecho. Las largas distancias en ese país explican esos números. Por eso el porcentaje es más alto entre aquellos que la ven por televisión u oyen por radio, ya sea que el partido se juegue en la nación norteamericana, El Salvador o en cualquier otro país: 33 %.

Quienes sí viajan es porque son realmente aficionados. Van con su camisa azul, con banderas como capa en la espalda o bien dibujadas en el rostro. Una vez ahí, en los recintos deportivos, cantar el himno nacional se vuelve para ellos un momento de conexión con su país. Muchos lo cantan con fuerza, otros lloran. “Cuando yo vivía en El Salvador y oía que la gente lloraba cuando lo escuchaban, yo decía: ‘qué culerada’; pero, en serio, cuando escuchas el himno nacional en otro país, sentís eso bonito”, se confiesa en entrevista cualitativa un residente en Washington.

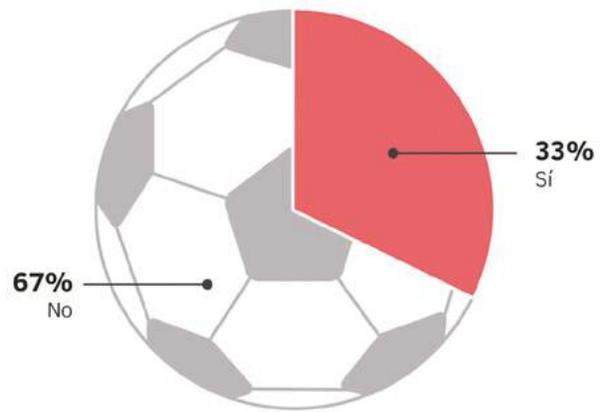
**¿Se mantiene pendiente de la Selecta (Selección de Fútbol de El Salvador)?**

n=309



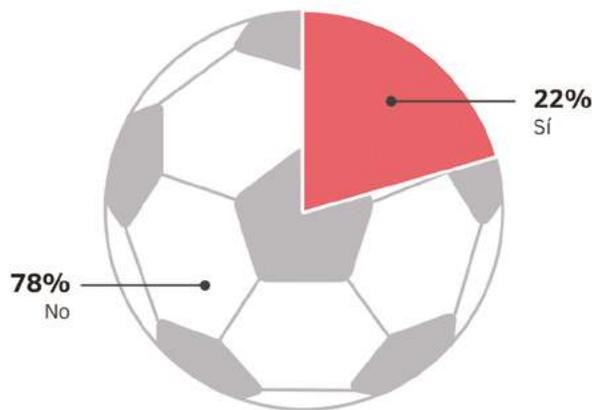
**Cuando juega en El Salvador u otro país que no sea Estados Unidos, ¿la ve u oye por televisión o internet?**

n=309



**¿Ha ido a verla en vivo acá en Estados Unidos cuando ha tenido un amistoso o un partido oficial?**

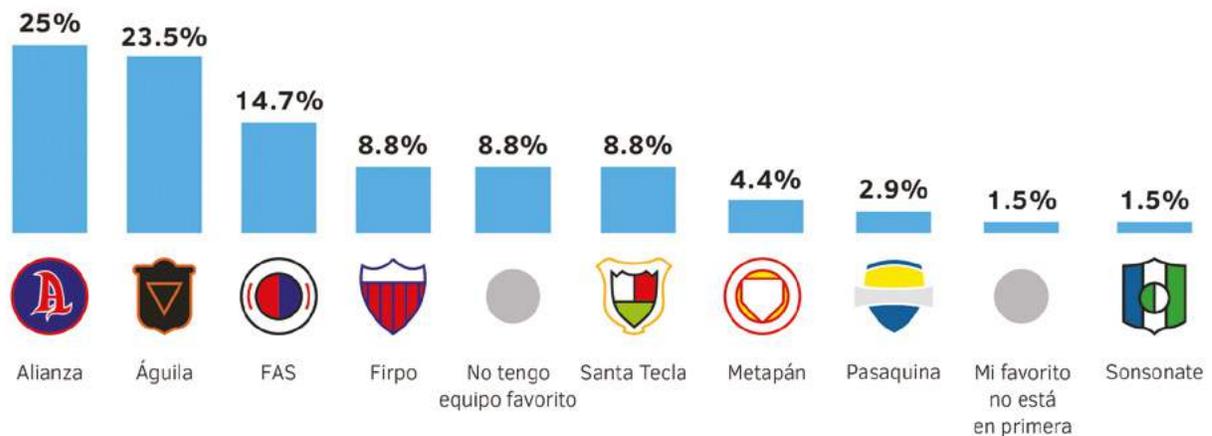
n=309



**“Por muy machita que la gente se vea, vos ves gente con lágrimas, con los ojos rojos, sintiéndose orgullosos de ser salvadoreños (cuando cantan el himno en los partidos)”.**

### ¿Cuál de los equipos de la Liga Mayor de Fútbol es su favorito?

n=68



Salvadoreño residente en Washington, con 15 años de vivir en Estados Unidos.

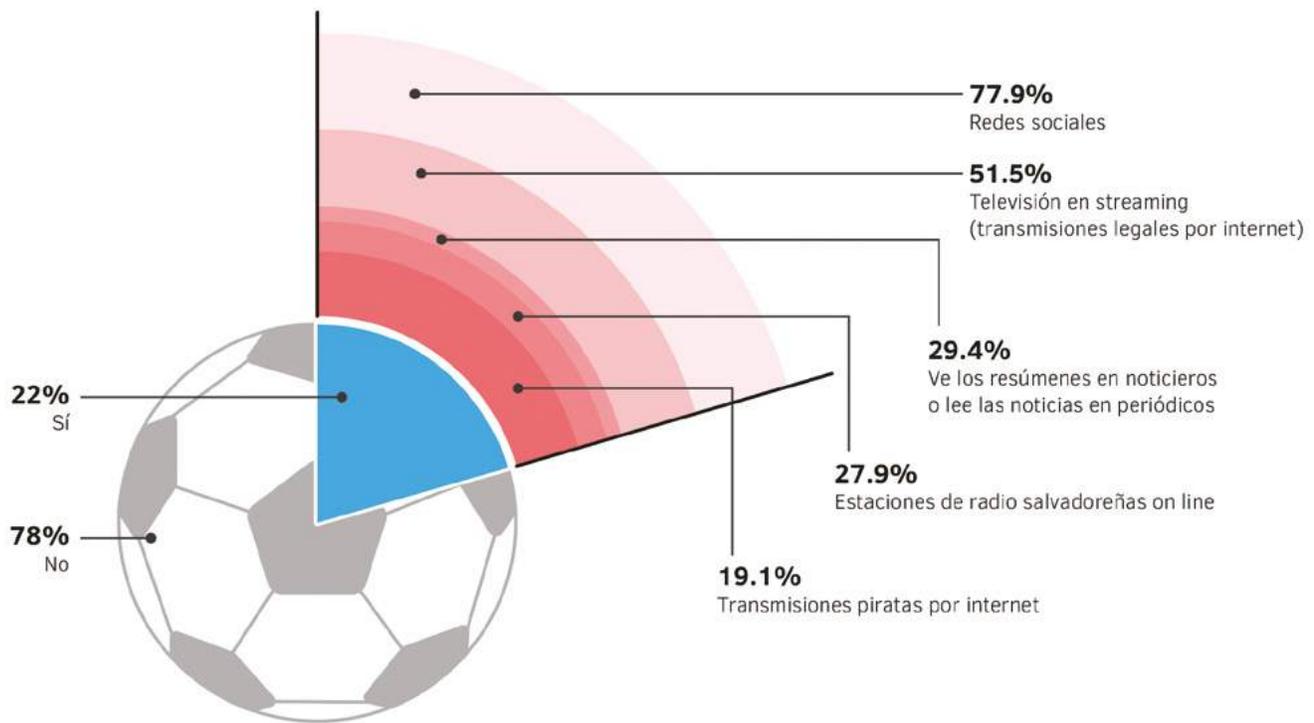
Los porcentajes son menores cuando se les pregunta si se mantienen pendientes de la liga de fútbol salvadoreño. Ahí, solo dos de cada diez respondieron que sí. Como lo mencionó un residente en Nueva York, de 23 años de edad: “De vez en cuando veo noticias en las redes sociales de los equipos o cosas así de la liga de fútbol de primera división”. En efecto, son plataformas como Facebook o Twitter las que sirven como nexos con el deporte salvadoreño: 77 % de quienes siguen el fútbol local mencionó informarse vía redes sociales al respecto. Por su parte, un 51 % de los entrevistados siguen transmisiones vía streaming (regularmente en sitios piratas) y otro 27 % escucha las radios que transmiten deporte, como la KL en

internet. De hecho, es común que los programas sobre fútbol en emisoras salvadoreñas reciban con regularidad llamadas de salvadoreños residentes en Estados Unidos, quienes enlazan por WhatsApp desde el norte para dar su opinión.

De los que siguen un equipo en concreto, las 68 personas que respondieron colocaron en los dos primeros lugares al Alianza y al Águila (con un 25 % y 23.5 %, respectivamente), seguidos del FAS en el tercer puesto (14.7 %). Durante la realización de la encuesta, Alianza pasaba por una de sus mejores rachas en los últimos años, y Águila y Fas llevaban 6 y 9 años de no ser campeones.

## ¿Ve o escucha los partidos de la Liga Mayor de Fútbol salvadoreña en televisión, internet o radio?

n=309

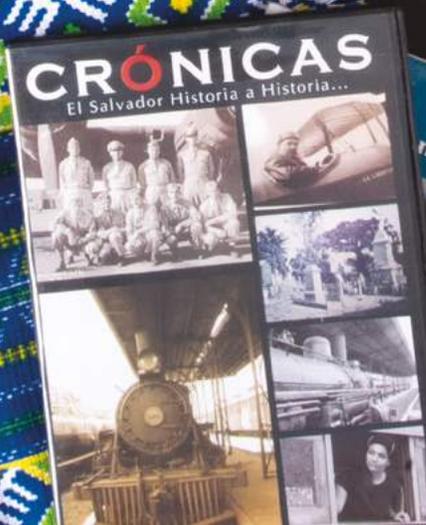


Otro dato relevante relacionado con consumo deportivo es que el 17 % de los entrevistados mencionó que cuando van a El Salvador a su regreso a Estados Unidos se traen en la maleta camisas de su equipo favorito. Además, un 3.8 % mencionó que suele adquirirlas en el país norteamericano.

Finalmente, el 18 % considera que Jorge “Mágico” González es el salvadoreño que más nos representa fuera de las fronteras salvadoreñas. Se trata del futbolista del país más destacado internacionalmente, quien solo es superado en respuestas a este cuestionamiento por monseñor Romero, ahora santo de la Iglesia católica.

**“Cuando los transmiten en la televisión (los partidos de la selección de futbol), los miro ahí; y si no, ahí en el Facebook lo están transmitiendo en vivo o me voy a cualquier radio donde yo la pueda sintonizar”.**

Salvadoreño residente en Nueva York, con seis años de vivir en Estados Unidos.





# Es la cumbia la que manda en mi país

## Consumo de música, cine y literatura salvadoreña

**L**a música tropical salvadoreña cumple una función nostálgica y de identidad para los salvadoreños que viven en Estados Unidos y aún la escuchan, sobre todo vía YouTube. A muchos les recuerda su infancia y sienten orgullo por algunas canciones de artistas que consideran de calidad como Los Hermanos Flores, Jhosse Lora o Marito Rivera, este último con su tema “Sabrosa cumbia” que incluye en su letra el título de este apartado. También guardan espacio para algunos otros géneros como el cantautor romántico Álvaro Torres, a quien consideran máximo referente musical del país en el mundo, y algunos roqueros de los noventa o de los setenta. Libros y películas nacionales, en cambio, apenas figuran en su consumo cultural.

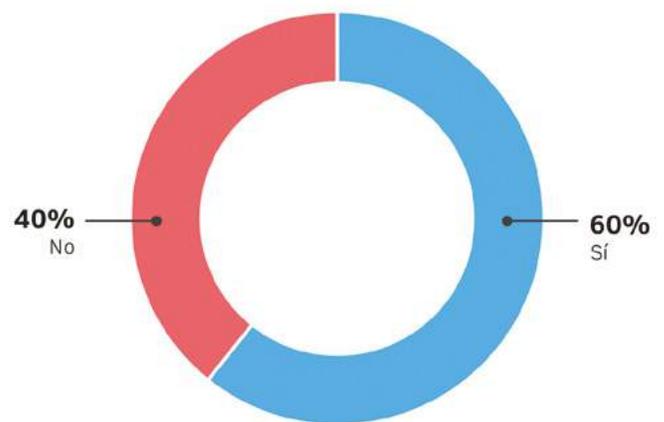
**B**asta ver los comentarios a cualquier video de cumbia salvadoreña subido a YouTube para entender lo importante que, en términos nostálgicos, se ha convertido ese género, en especial lo producido entre los años ochenta y noventa. Canciones como “La bala”, en versión de Los Hermanos Flores, o muchos temas de Marito Rivera y su Grupo Bravo o Jhosse Lora apelan de inmediato a la infancia o adolescencia de varios compatriotas que hoy viven en Estados Unidos. Y en efecto, la encuesta confirma ese gusto tropical.

Antes que nada, es importante dejar sentado que seis de cada diez consultados dijeron que sí escuchan música salvadoreña. Y aunque muchos aseguran que la oyen de forma “eventual” (29 %), un 18 % lo hace “todos o casi todos los días”. Además, la gran mayoría (83 %) acude a YouTube para verlas y oír las. En segundo lugar de las plataformas más usadas figuran las aplicaciones streaming (tipo Spotify o algún sitio pirata) y en tercero las radios o televisoras salvadoreñas en línea.

Ahora sí: la cumbia. Seis de cada diez salvadoreños entrevistados que escuchan música de su país mencionaron a este ritmo como su preferido. “Algunas canciones de Los Hermanos Flores me hacen recordar los tiempos cuando estaba allá”, cuenta una salvadoreña con 35 años de vivir en Los Ángeles. Ella se emociona de forma particular con el tema “Mi país”, de dicha orquesta.

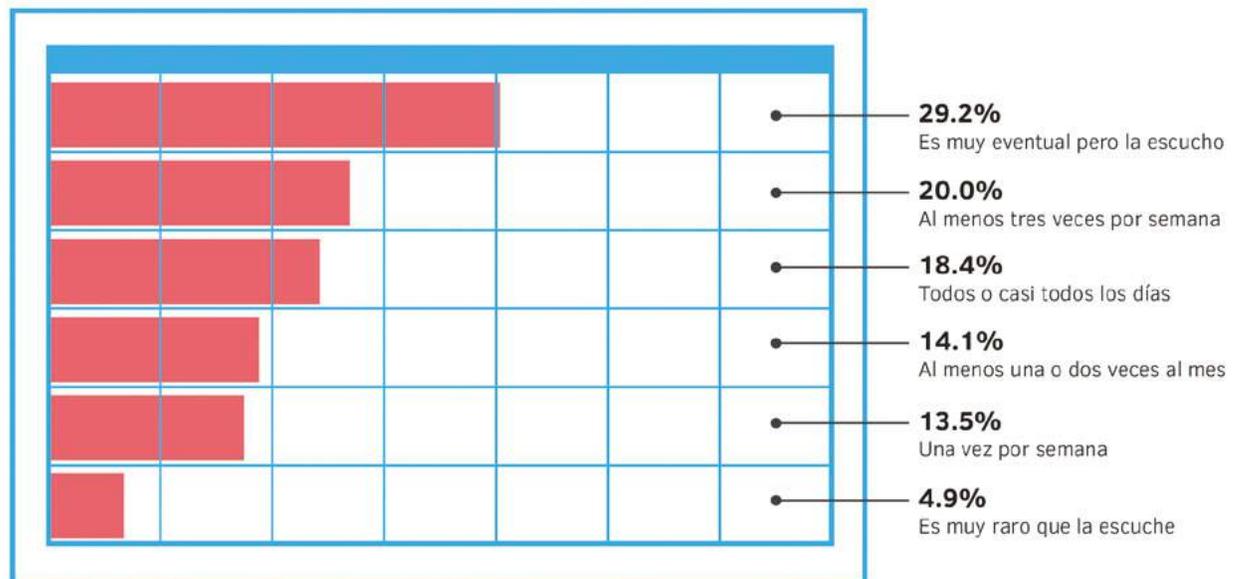
### ¿Escucha música salvadoreña?

n=309



### ¿Cada cuánto escucha música salvadoreña?

n=185



De hecho, esta agrupación es la segunda más mencionada cuando se les consulta por el artista que más nos representa en el extranjero, con 35 % de respuestas. La agrupación solo se ve superada por Álvaro Torres, quien con 40 % es considerado el más emblemático de los talentos nacionales a nivel internacional. Este artista, en efecto, se ha paseado con éxito por escenarios de buena parte de América Latina y ha grabado duetos con grandes cantantes de diferentes nacionalidades, además de que algunos de sus temas han sido versionados por otros intérpretes de variedad de géneros.

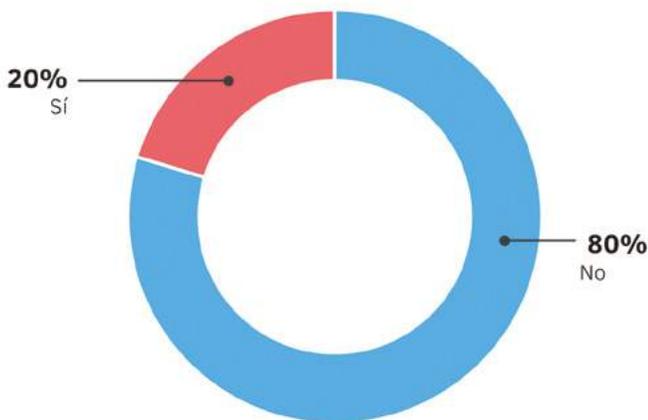
Muy lejos de la cumbia, con apenas un 8 % de menciones, figura el rock salvadoreño y la música de las buenas épocas, como se le conoce a la grabada en los años sesenta y setenta por artistas como Los Vikings o Los Beats. Como lo explica un residente en Washington: “Depende del grado de nostalgia así son las ganas de escuchar ese tipo de música. A veces quiero oír a Marito Rivera; a veces, a Rucks-Parker” (dueto de pop famoso en los noventa). Eso sí, solo un 20 % dijo haber visto estos grupos en vivo cuando van de gira a alguna ciudad o estado cercano.

**“Yo puedo escuchar otro tipo de ritmo, reggaetón, rap y todo; pero la cumbia no me la cambian”.**

Salvadoreño residente en Nueva York, con 6 años de vivir en Estados Unidos.

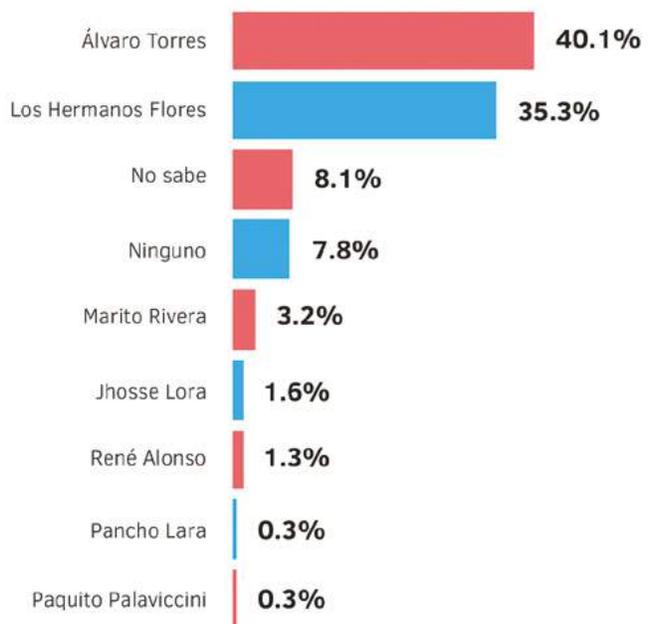
**Cuando grupos musicales o cantantes salvadoreños llegan a su ciudad o cerca, ¿va a sus conciertos?**

n=309



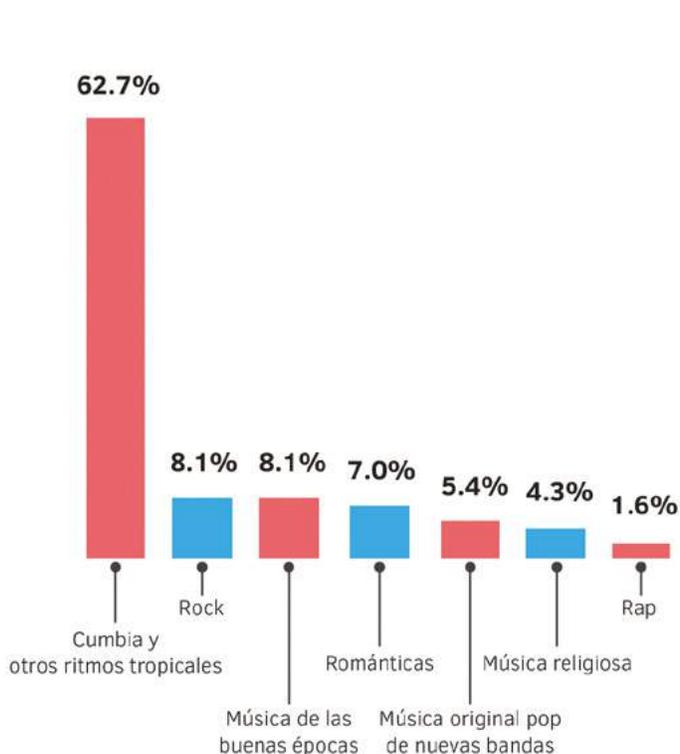
**¿Cuál artista musical salvadoreño cree que más nos representa internacionalmente?**

n=185



### ¿Qué música salvadoreña es la que más prefiere escuchar?

n=185



### ¿A través de qué medios escucha música salvadoreña?

n=185



Más allá de la música, otros productos culturales como el cine y los libros tienen menor demanda. Por ejemplo, solo uno de cada diez dijo haber visto películas o documentales salvadoreños ahora que residen en Estados Unidos. Los datos son coherentes con una producción escasa de este tipo de contenido en El Salvador. Quienes sí han visto cine de su país, la mitad ha utilizado YouTube para tal fin, plataforma en la que pueden encontrar sobre todo documentales sobre el país, en especial de la guerra civil.

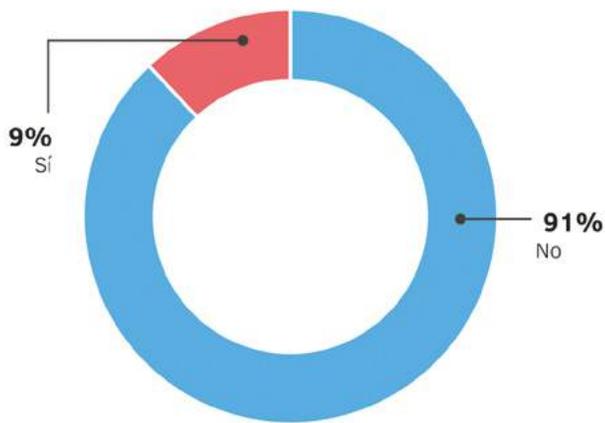
Los libros tienen un poco más de demanda que las películas: dos de cada diez consultados manifestaron haber leído autores de su país ahora que viven en Norteamérica. De acuerdo a los datos, promedian 2.2 obras salvadoreñas leídas en los últimos dos años. Cuando se les pregunta cuáles, figuran autores como Salarrué (primer lugar con 27

%), Roque Dalton, Alfredo Espino y Manlio Argueta, entre otros. Llama la atención que, a medida aumenta la edad, el porcentaje de personas que leen a nacionales también sube levemente: solo el 14 % de aquellos entre 18 y 25 años lo ha hecho versus el 26 % de los que tiene 51 o más.

En efecto, el salvadoreño promedio no es muy amigo de los libros. De acuerdo a un estudio de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), el 55 % de los salvadoreños no lee o casi nunca lee por razones de ocio o interés. El dato resulta coherente con lo informado por los que se fueron a Estados Unidos. Es que, como apunta una salvadoreña que vive en Maryland: “Cuando estás aquí (Estados Unidos) tu vida es trabajar, estar en la casa, comprar comida o así... Yo casi ni ando viendo libros ni nada”.

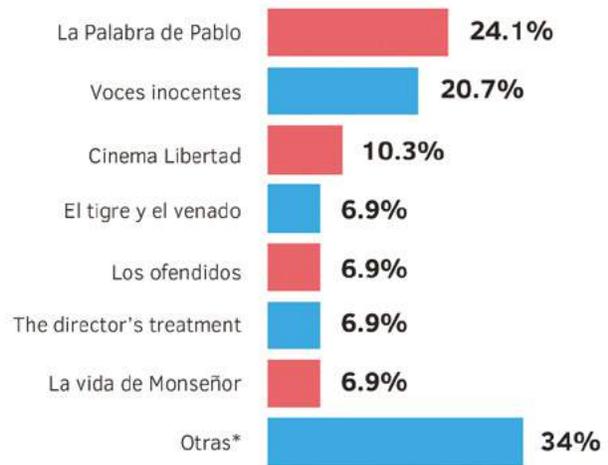
### ¿Ve cine salvadoreño?

n=309



### ¿Qué películas ha visto?

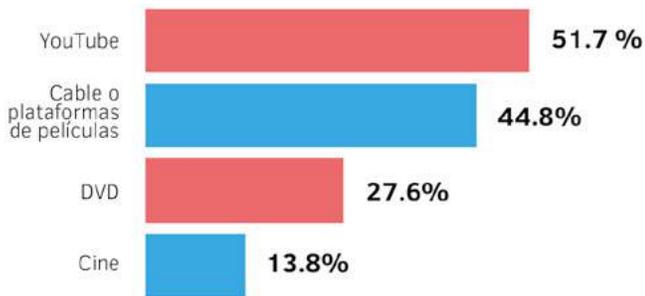
n=29



\*Películas con porcentajes menores

### ¿A través de qué medios las ha visto?

n=29

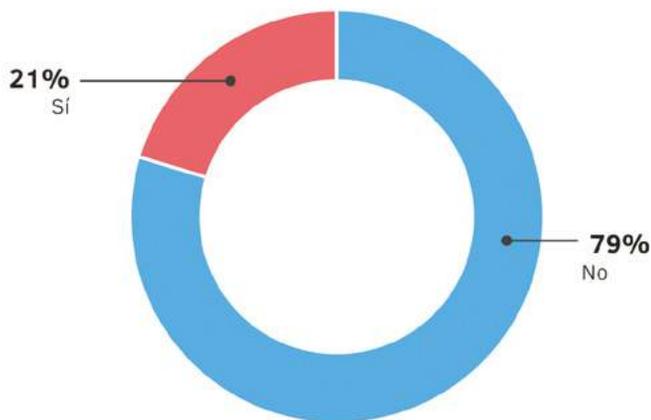


**“En una o dos ocasiones me han regalado unos libros acerca de nuestra cultura que tal vez son los únicos que he leído”.**

Salvadoreño residente en New Orleans, con 38 años de vivir en Estados Unidos.

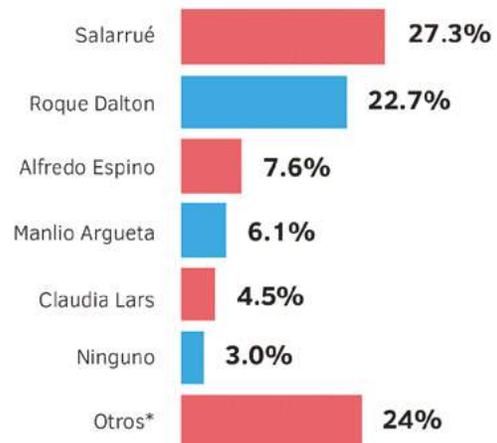
### ¿Ha leído libros de autores salvadoreños desde que vive en Estados Unidos?

n=309



### ¿Qué autores ha leído?

n=66



\*Autores con porcentajes menores



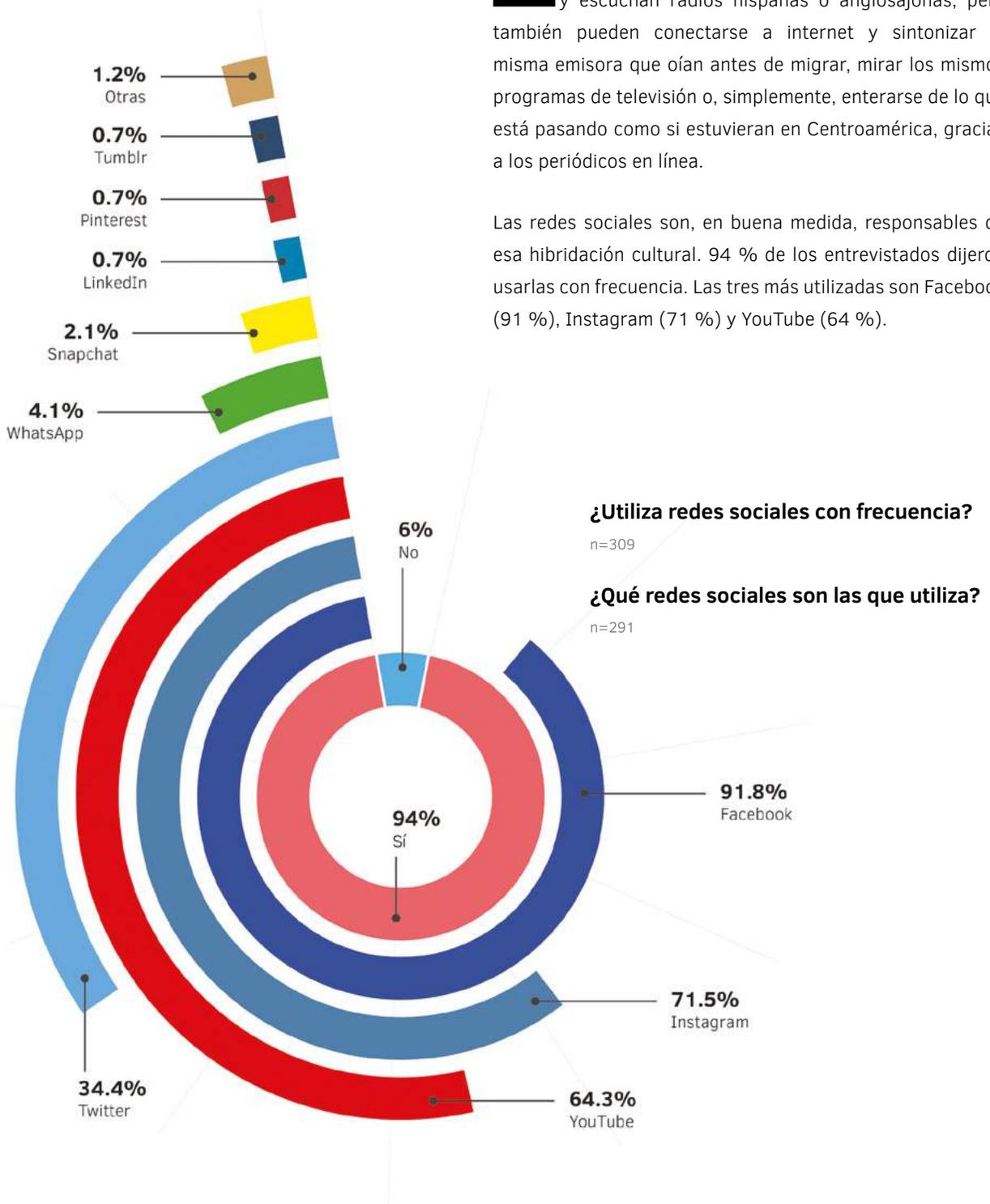
# Internet, celular y computa... computa... computadora

Consumo de redes sociales, medios salvadoreños y noticias *online*

**S**onaba a profecía, pero en los años ochenta una orquesta salvadoreña –la San Vicente– le dedicaba una canción a una computadora que estaba de moda. 30 años después, esa herramienta, junto con los teléfonos celulares y las tabletas, siguen no solo en boga sino que son el pasaporte tecnológico que acerca a los salvadoreños en el exterior con las noticias, los programas de televisión y las radios de su país, así como con sus familiares. Las redes sociales, en especial, los mantienen entre dos culturas. Gracias a los dispositivos –y al internet que les da vida, claro–, los compatriotas en el norte se enteran casi en tiempo real cuando ha habido un temblor, cuando su locutor favorito entró a turno y cuando el presidente se comunica por Twitter.

Los salvadoreños que viven en Estados Unidos viven con un pie allá y un oído y un ojo acá. Están en sus ciudades, donde miran los programas locales y escuchan radios hispanas o anglosajonas; pero también pueden conectarse a internet y sintonizar la misma emisora que oían antes de migrar, mirar los mismos programas de televisión o, simplemente, enterarse de lo que está pasando como si estuvieran en Centroamérica, gracias a los periódicos en línea.

Las redes sociales son, en buena medida, responsables de esa hibridación cultural. 94 % de los entrevistados dijeron usarlas con frecuencia. Las tres más utilizadas son Facebook (91 %), Instagram (71 %) y YouTube (64 %).

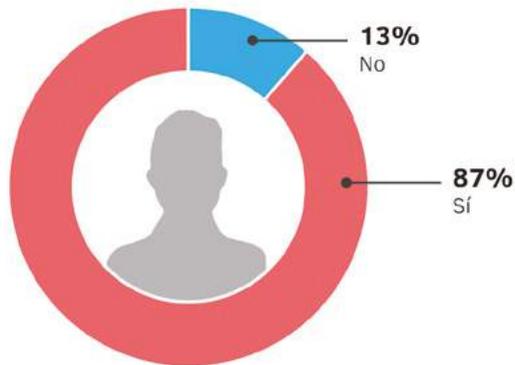


**“Muchas de las cosas de las que me entero es porque mis amigas las comparten en redes sociales. Más que todo me entero por Twitter”.**

Salvadoreña de 23 años, residente en California.

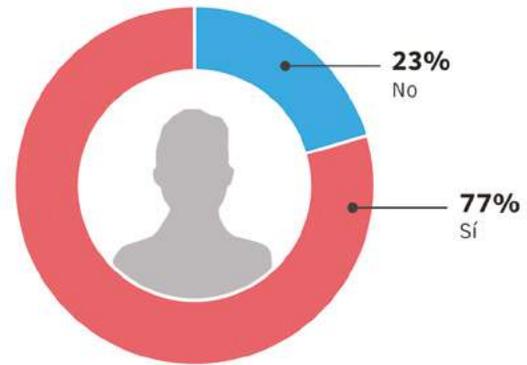
**¿Sigue cuentas que traten sobre temas salvadoreños en sus redes sociales?**

n=309



**¿Se mantiene usted pendiente del acontecer político, social y económico de El Salvador?**

n=309

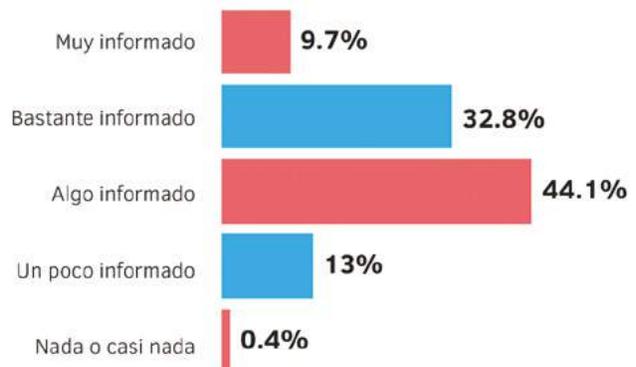


El interés por lo que pasa en El Salvador es palpable: 87 % manifestó que sigue cuentas relacionadas con su lugar de origen y 77 % expresó mantenerse al tanto de lo que ocurre en el ámbito político, social y económico de su país. Las páginas que más frecuentan son, principalmente, las relacionadas con medios de comunicación salvadoreños. En segundo lugar mencionaron cuentas de políticos, pero es importante recordar que la encuesta se llevó a cabo en plena campaña electoral. Apenas 10 % sigue páginas de humor o memes.

Sin embargo, cuando se les consultó sobre qué tan informados están, la respuesta más repetida fue “algo” (44 %), seguida de “bastante” (32 %) y “un poco” (13 %). Llama la atención que un 0.4 % dijo estar “nada o casi nada informado” sobre El Salvador.

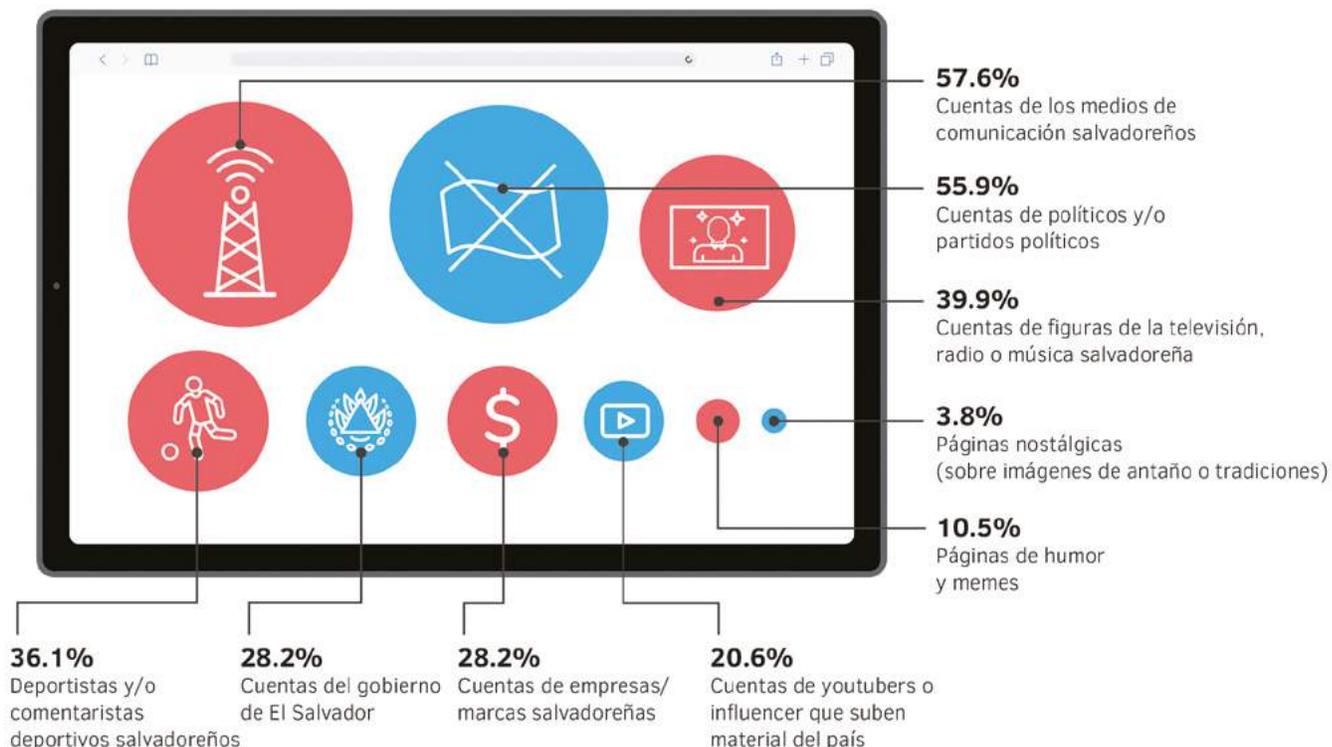
**¿Qué tan informado sobre El Salvador se considera?**

n=309



### ¿Qué tipo de cuentas sigue en redes sociales?

n=253

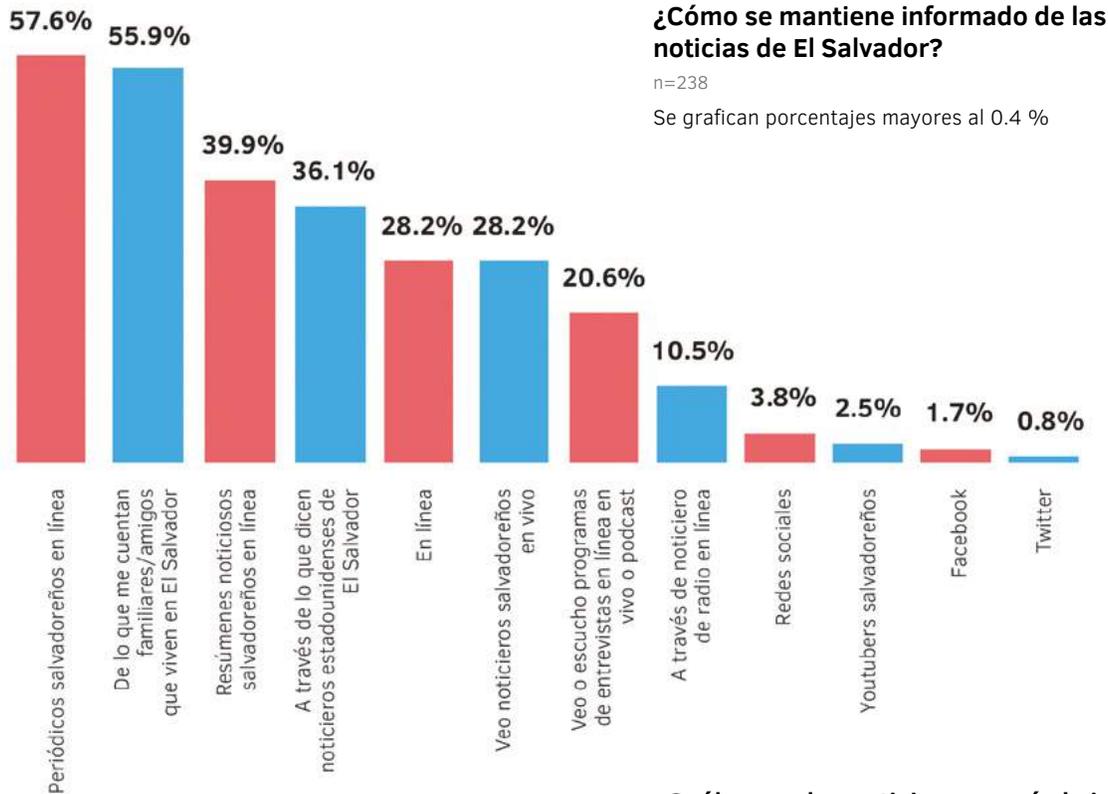


¿Cómo se informan? La mayoría a través de periódicos en línea (57.6 %), aunque destaca que la segunda respuesta más mencionada fue a través de lo que cuentan sus familiares que aún viven en El Salvador (55.9 %). Un originario de Sonsonate que ahora vive en New Orleans confirma en entrevista: “Hablo con ciertos amigos a ver qué está pasando acerca de esta nota y unos me dicen que no están así las cosas; como que corroboro”.

Las edades también son una variable que aporta datos importantes. Por ejemplo, los jóvenes entre 18 y 25 años y los mayores de 51 son los que se consideran menos informados, contrario a los de edades medianas o adultos jóvenes. Por otro lado, política, economía y violencia forman parte de los tres de tipos de información que más les interesa leer,

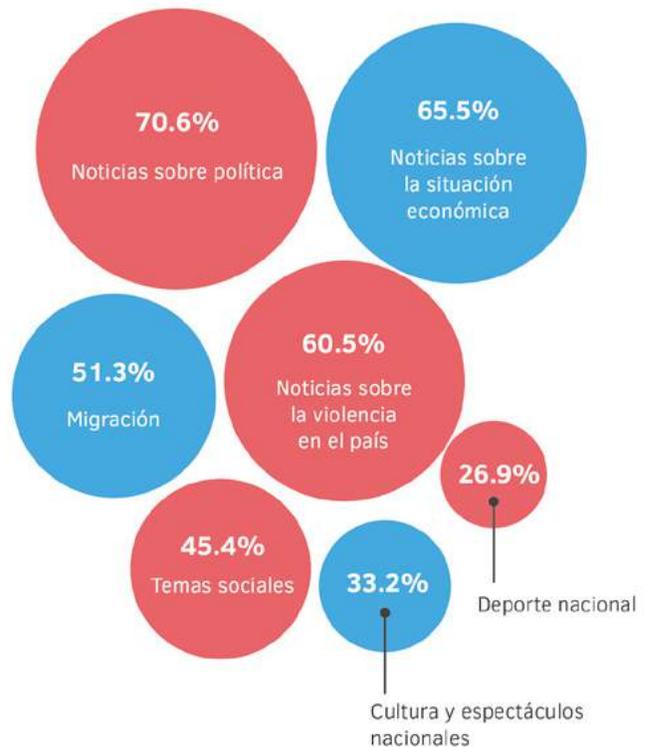
mientras que deportes y cultura o espectáculos están en los últimos lugares de preferencia. Además, la gran mayoría no mira emisiones de noticieros en línea, aunque aquellos que sí lo hacen prefieren 4 Visión.

Muchos terminan leyendo las noticias “de rebote”, es decir, porque aparecen en sus redes sociales, nada más. “Sinceramente, no me gusta leer noticias de allá porque me trae mucha nostalgia. No me gusta porque el país pasa por una situación a veces muy dura (...); pero como vivo en redes sociales, logro verlas, aunque no me gusta profundizar en nada”, cuenta en entrevista un salvadoreño de 44 años residente en Texas. De igual forma lo explica una salvadoreña de 23 años: ella se entera porque lee lo que sus amigas, aún en El Salvador, retuitean.

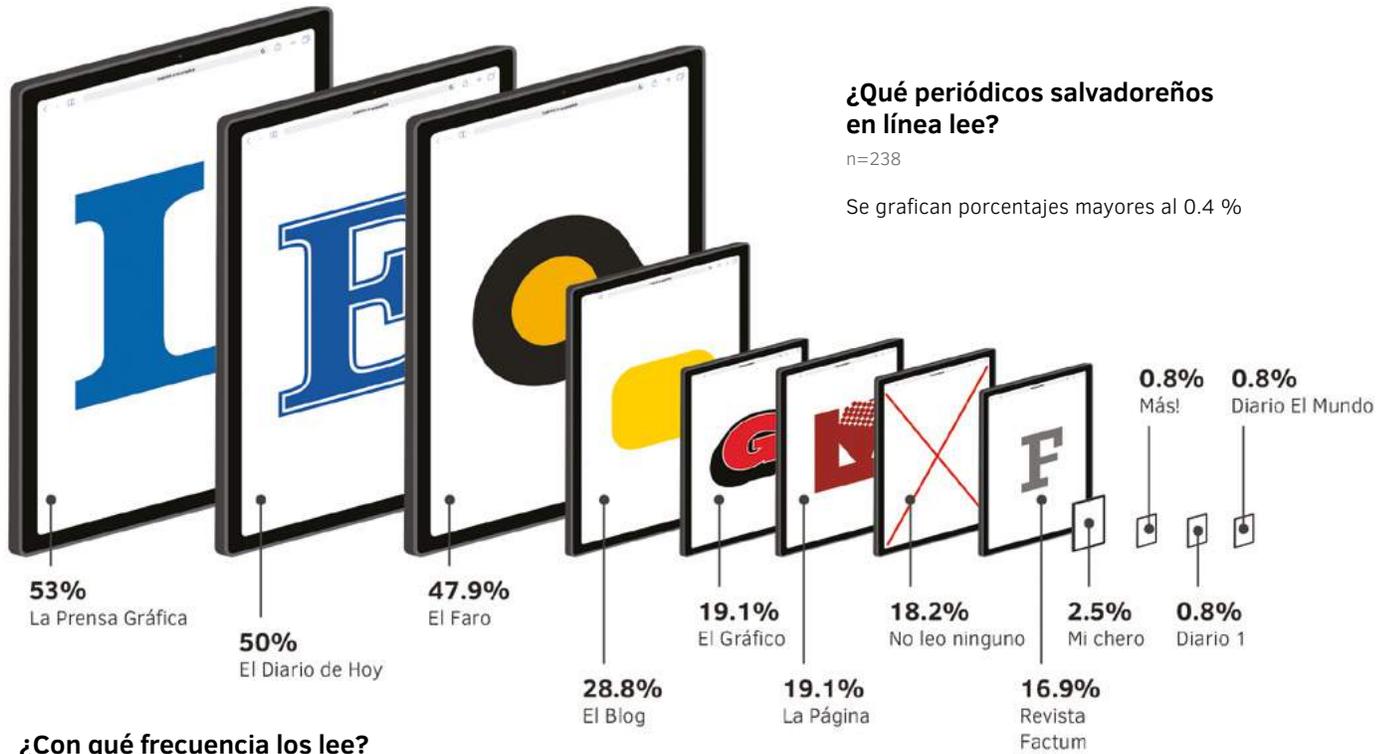


### ¿Cuáles son las noticias que más le interesa leer?

n=238

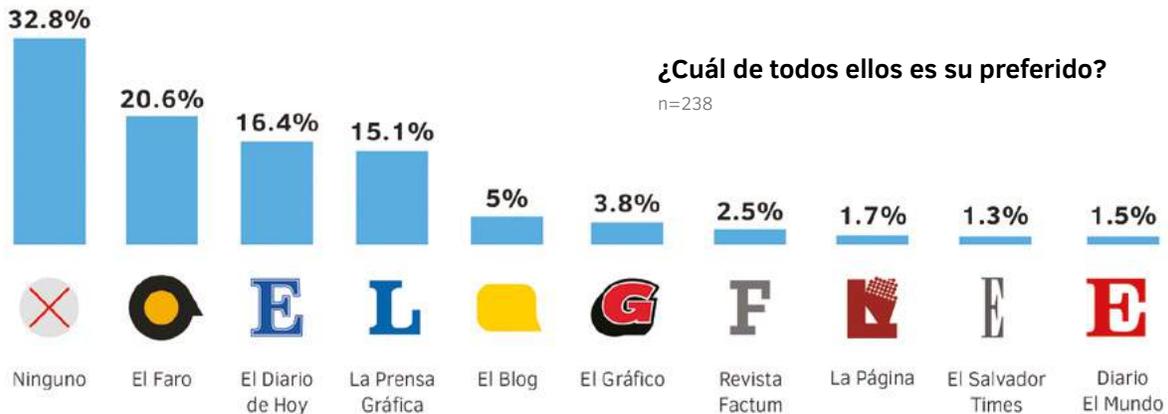
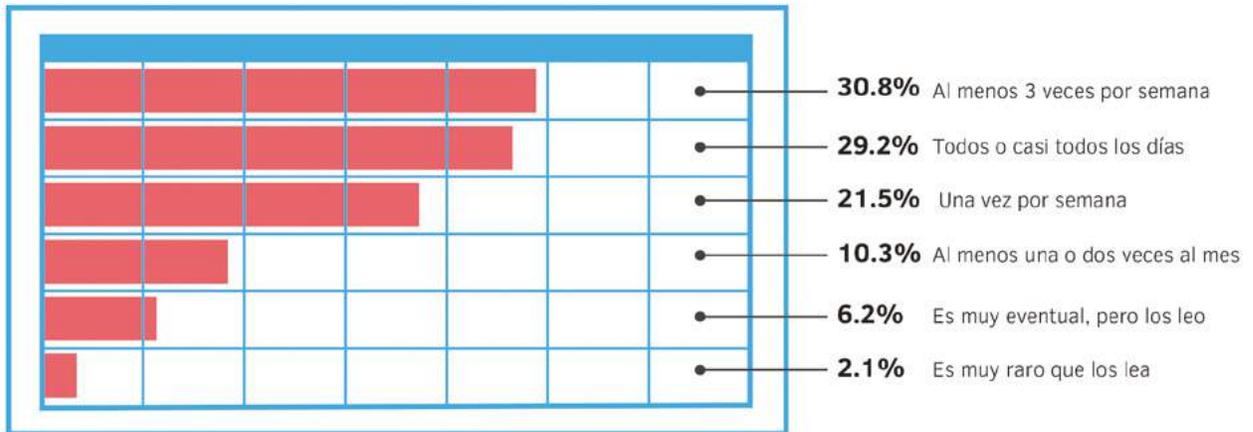


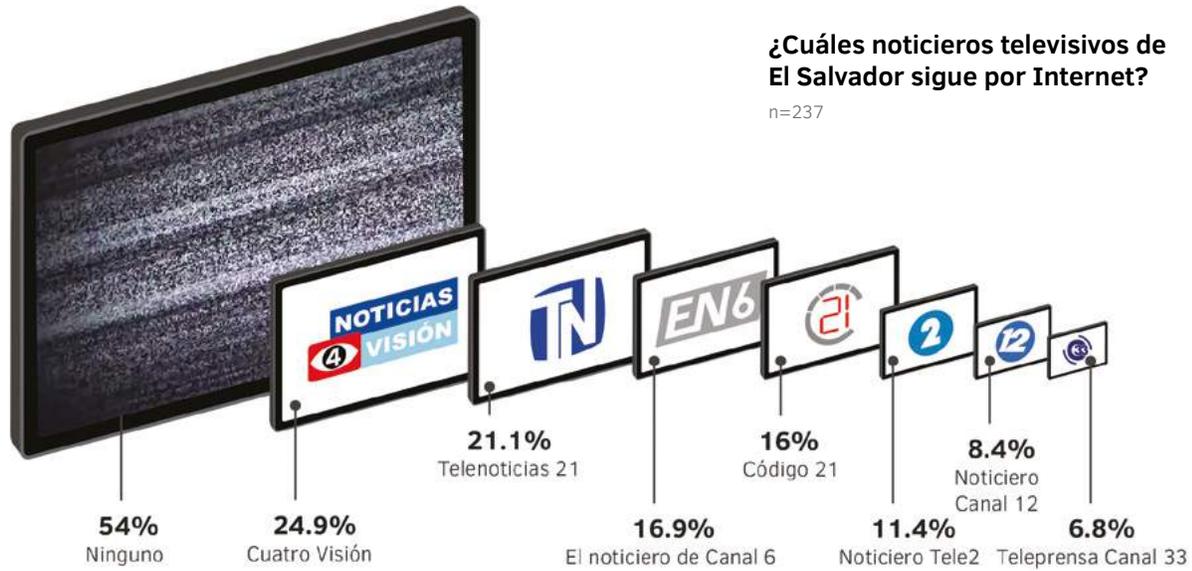
Por otro lado, solo el 28 % oye radios salvadoreñas en línea; aunque la audiencia de género masculino (38.2 %) es significativamente mayor que la del género femenino (20.8 %). Radio Scan (música salsa y reguetón), KL (noticias, deportes y música), Vox (música pop), Láser (adulto contemporáneo) y Femenina (rock pop) son las preferidas de los migrantes consultados. “La Femenina es mi radio favorita y al día de hoy todavía la oigo en internet”, cuenta una salvadoreña que se fue del país hace cinco años. En efecto, ocho de cada diez dijeron que la programación que más les gusta escuchar es la musical, por encima de la noticiosa o deportiva, por ejemplo.



### ¿Con qué frecuencia los lee?

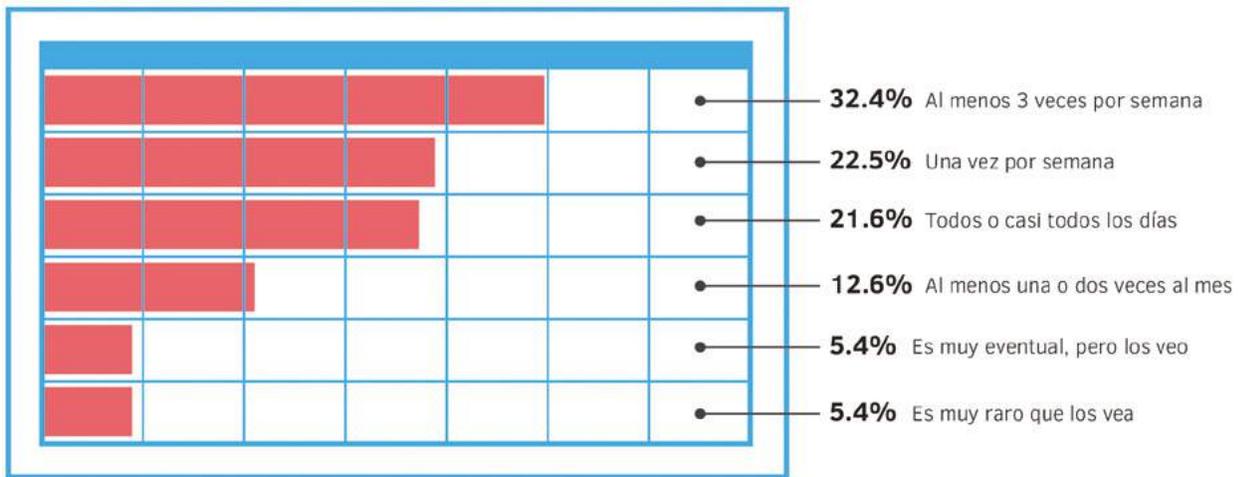
n=195





### ¿Con qué frecuencia sigue estos noticieros televisivos?

n=111



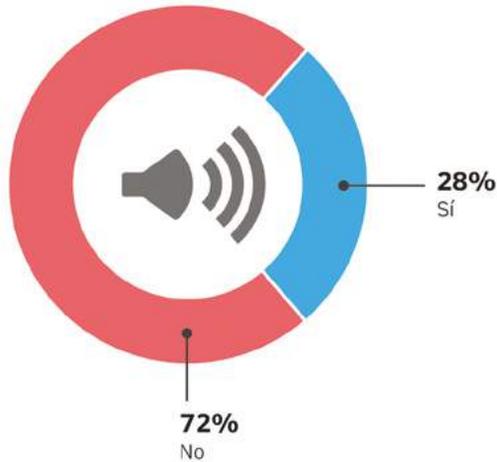
### ¿Cuál de todos ellos es su preferido?

n=111



### ¿Escucha radios salvadoreñas a través de Internet?

n=309

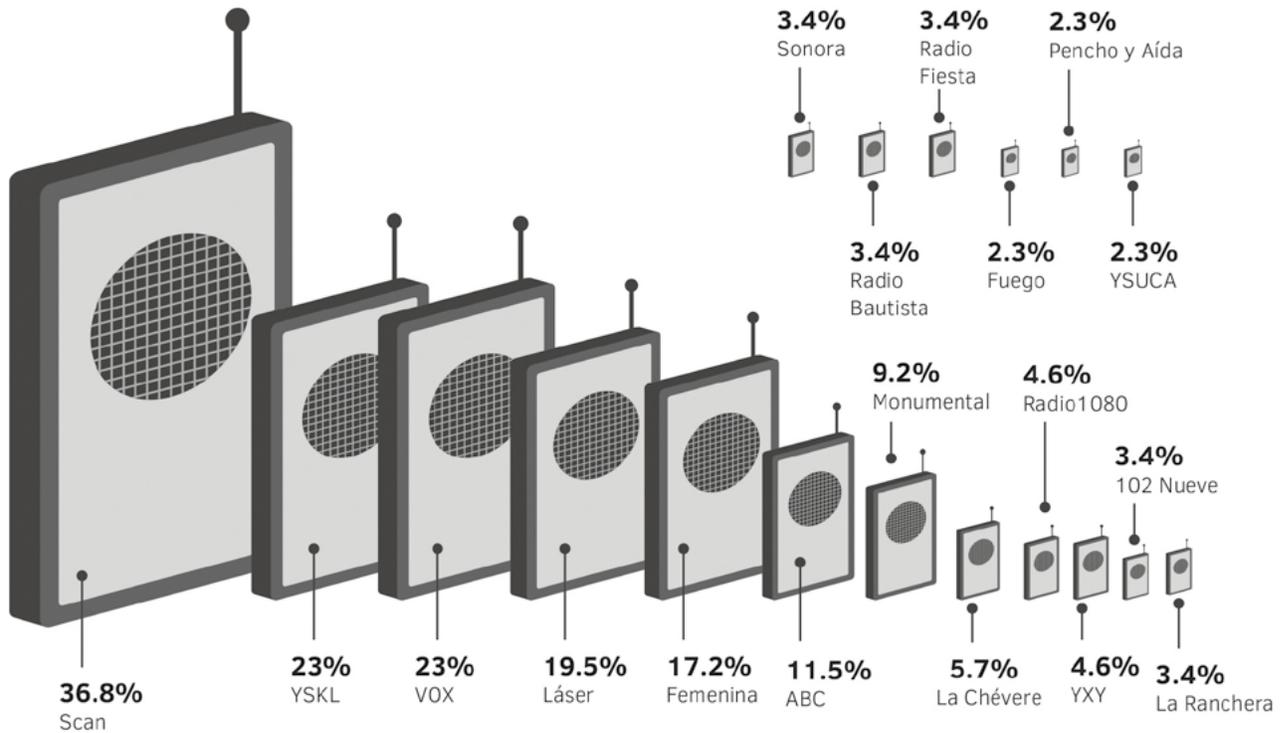


**“No todas las noticias son bonitas, no todas las noticias son alentadoras; pero sí da orgullo que el salvadoreño bueno sigue ahí y que sigue haciéndole frente”**

Salvadoreño de 37 años, residente en Nueva York.

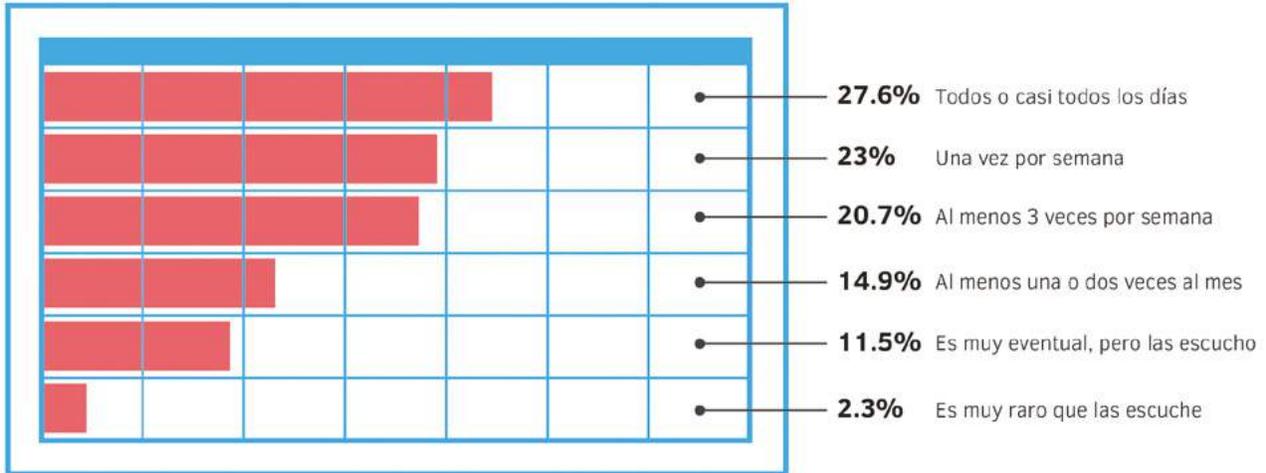
### ¿Qué radios salvadoreñas acostumbra escuchar?

n=87



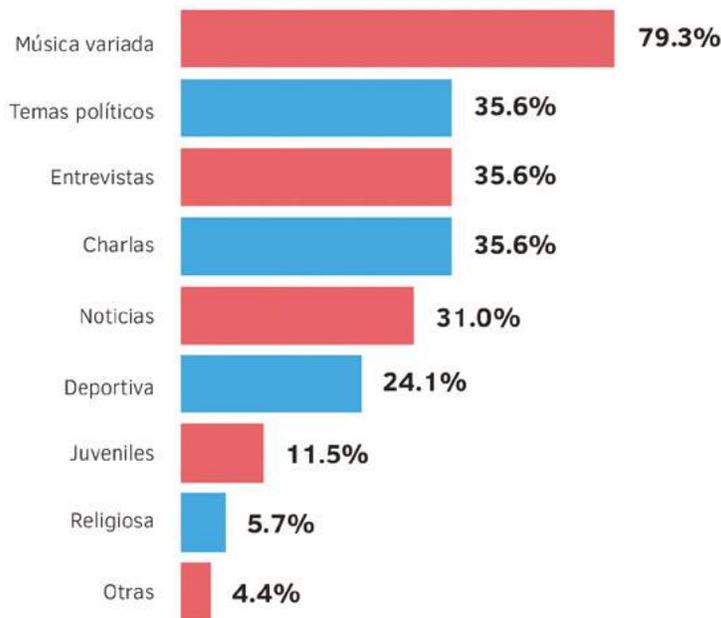
### ¿Con qué frecuencia escucha estas radios?

n=87



### ¿Cuál es el tipo de programación que más le gusta escuchar?

n=87





# ¿Quién no ama el lugar donde ha nacido?

Sobre nostalgia, íconos salvadoreños y orgullo patrio

**E**l sentimiento patrio se intensifica para la mayoría cuando se respira otros aires y se escucha hablar bondades sobre el país donde se nace. Los salvadoreños en Estados Unidos se llenan de orgullo, por ejemplo, con las playas, las pupusas y sus compatriotas que triunfan en terrenos como el cine y el deporte. La mayoría se siente representada internacionalmente por íconos como monseñor Romero y “el Mágico” González y trata de fomentar en sus hijos las costumbres de su nación originaria. Por eso es que no sorprende que a más del 60 % les haga mucha o muchísima falta “el terruño de amor” donde vivían, como reza la canción de aquel famoso comercial de Kolashampan, otro producto bastante recordado, por cierto.



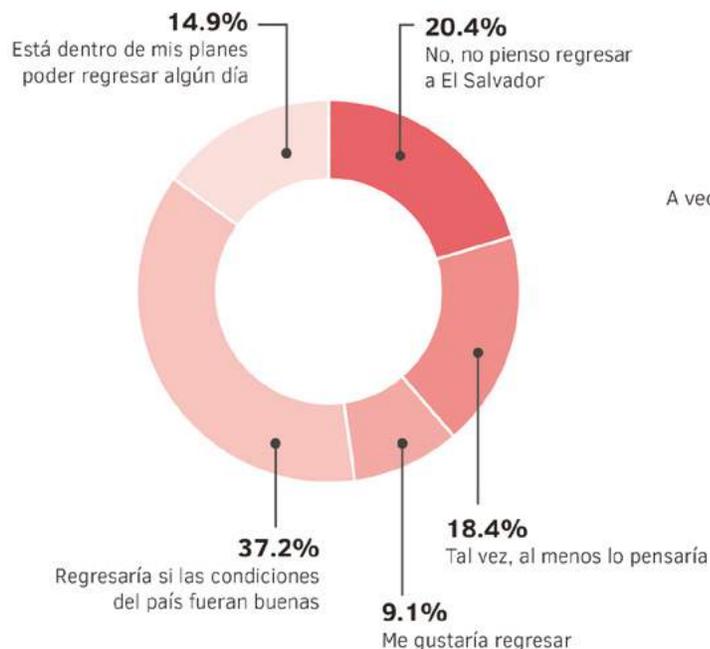
**E**l orgullo por la patria tiene oleajes, arenas de origen volcánico, cráteres y paisajes de postal. De acuerdo a los resultados de la encuesta, los lugares turísticos como playas y los colosos eruptivos son los que más hacen sentir orgullosos a los salvadoreños que viven en Estados Unidos, con un 28 % de las respuestas. Le siguen de cerca los salvadoreños que triunfan en el exterior (27 %) y los platillos típicos, particularmente, las pupusas (16 %).

El orgullo por la playa tiene diferentes orígenes: las olas fuertes que las vuelven divertidas, la comida de mar y, sobre todo, las cortas distancias entre la ciudad y la costa. “Esas son las cosas que yo extraño... Yo en El Salvador, un sábado o un domingo podía decirles a mis hijos ‘cámbiense, nos vamos para la playa’ y ya en 20 o 30 minutos estaba metida en el mar”, cuenta en entrevista una salvadoreña que hace cinco años migró y ahora vive en una de las zonas más frías del continente. No sorprende, pues, que una de las primeras actividades que los salvadoreños realizan al regresar al país de visita es ir de paseo al océano, como ya se explicó antes.

Los compatriotas que triunfan en el extranjero también generan orgullo. Cuando un periódico publica una nota sobre, por ejemplo, algún actor cuscatleco que tiene un papel en una película de Hollywood, ese artículo es casi siempre uno de los más leídos y compartido en redes sociales. ¿Y qué decir de las pupusas? En julio 2019 se viralizó que el actor Leonardo DiCaprio las prefiere más que a los tacos y las demostraciones de pecho erguido se multiplicaron en Facebook y Twitter. Otras respuestas destacadas sobre qué los enorgullece fueron: tener un santo (Romero), los éxitos de la Selecta de Playa y que a los salvadoreños se les considere trabajadores.

### Si tuviera la posibilidad, ¿volvería a vivir en El Salvador?

n=309



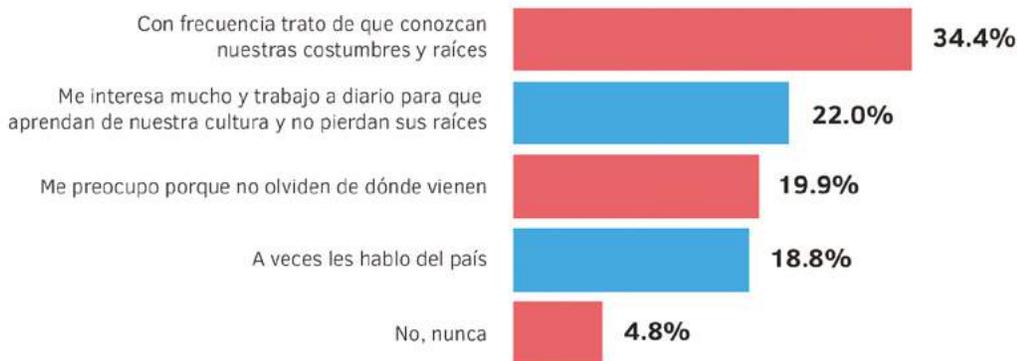
### ¿Qué tanta nostalgia tiene por El Salvador?

n=309



**Si tiene hijos viviendo en el hogar: ¿les fomenta la cultura salvadoreña?**

n=309



**“Lo extraño tanto (a El Salvador) que cada vez que veo un avión pienso que yo quisiera tener uno en camino a mi país”.**

Salvadoreña residente en Nueva Jersey, con cinco años de vivir en Estados Unidos.

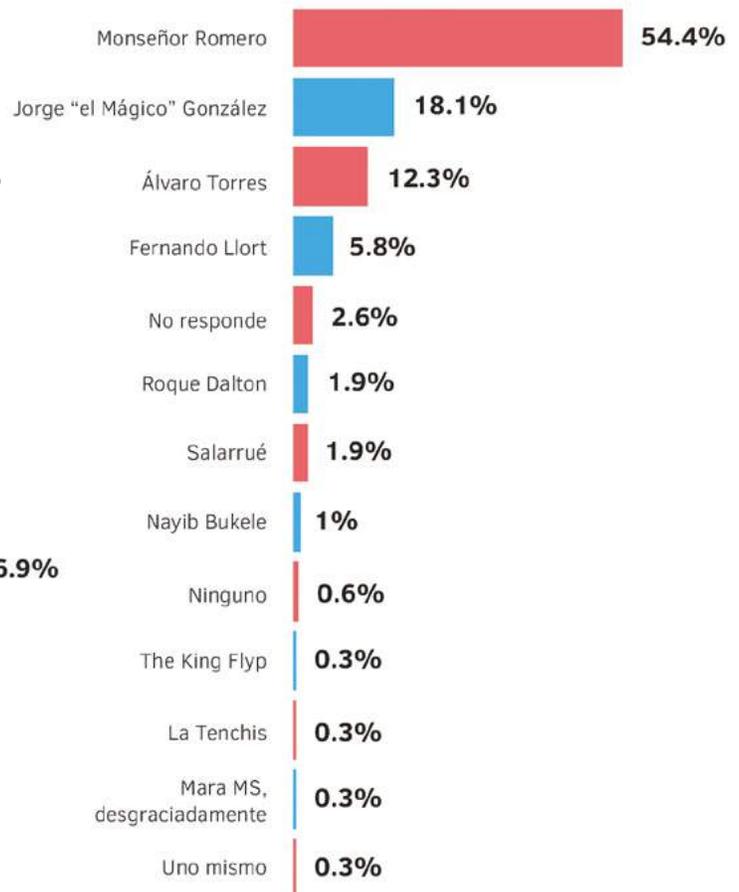
**¿Qué significa para usted que Monseñor Romero haya sido nombrado como santo?**

n=309



**¿Quién cree que es el salvadoreño que más nos representa internacionalmente?**

n=309



### ¿Qué es lo que más lo hace sentir orgulloso de ser salvadoreño?

n=309

Se grafican porcentajes mayores al 0.3 %



Hablando de personajes que los llenan de orgullo, se les consultó por ese punto en específico y el primer lugar está reservado para monseñor Óscar Arnulfo Romero, hoy santo de la Iglesia católica. 54 % de los entrevistados lo ponderaron como el salvadoreño que más los representa fuera de nuestras fronteras. Además, para casi la mitad de la muestra fue una santificación que tuvo bastante significado y les alegra mucho; sin embargo, al 23 % el suceso les fue indiferente.

Consolidado en el segundo lugar aparece el futbolista “Mágico” González (18 %), quien triunfara con la selección nacional de fútbol y con el Cádiz, de España. Y ya más atrás, en el tercero, el cantante Álvaro Torres (12 %).

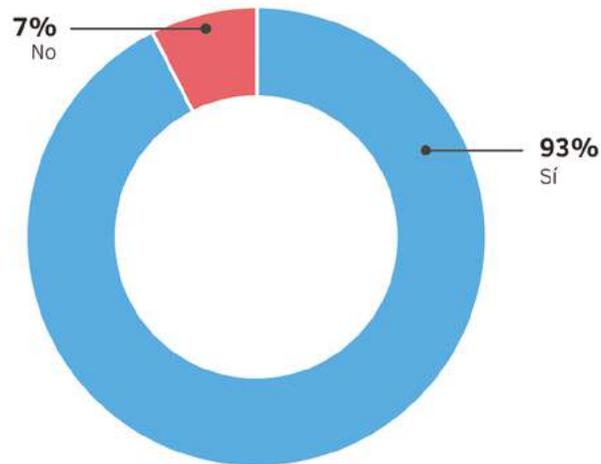
Ahora bien, ¿qué tanta nostalgia sienten los que han migrado por esa patria que dejaron atrás? Al 65 % de los consultados

les hace “muchísima falta” o “mucho falta” su país, mientras que solo a un 2.3 % no le hace “ninguna falta”. Entonces, ¿regresaría a vivir si pudieran? La respuesta más repetida es que sí, pero con una atenuante: solo si las condiciones fueran buenas, entiéndase mejores empleos, mejores ingresos y mejor calidad de vida. “Definitivamente sí (volvería). En su momento lo que a mí me detuvo de quedarme allá (en El Salvador) es la (in)seguridad”, ejemplifica un tecleño de 37 años que ahora vive Nueva York. Por su parte, dos de cada diez consultados no regresarían “nunca” y otro tanto igual no está seguro, pero “al menos se lo pensaría”.

Otro dato relevante es que el 34 % trata con frecuencia que sus hijos o niños conozcan las costumbres y raíces

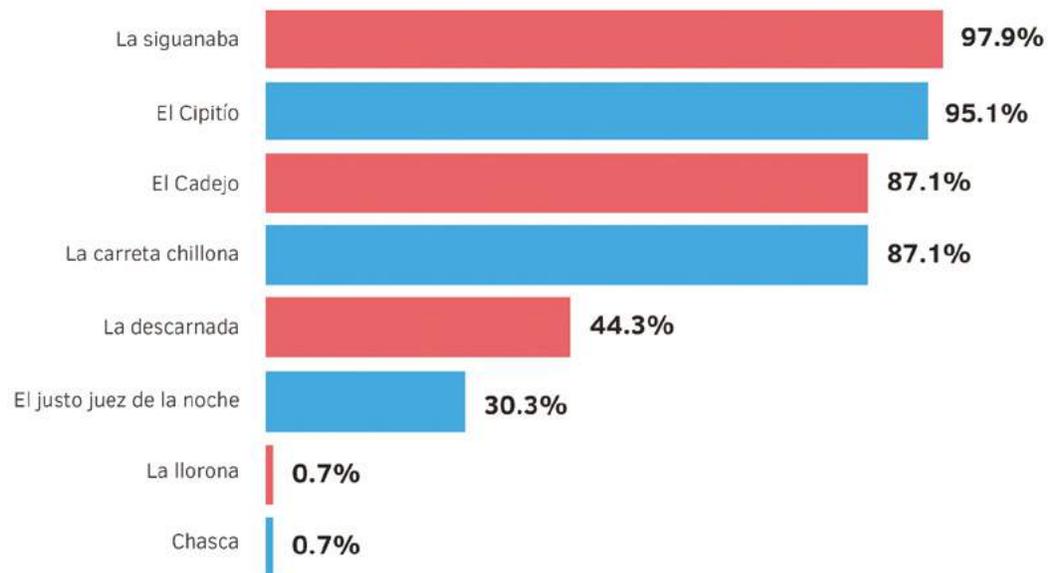
### ¿Recuerda usted leyendas salvadoreñas?

n=309



### ¿Cuáles recuerda?

n=287



salvadoreñas, pero también hay un 4.8 % que nunca les fomenta la cultura de su país. Además, destaca que nueve de cada diez entrevistados todavía recuerda leyendas o mitos salvadoreños y que el 40 % manifiesta tener el hábito de contárselas a sus hijos, sobrinos u otros niños de la comunidad salvadoreña. Tienen en mente sobre todo a la Siguanaba, el Cipitío y el Cadejo.

Como comenta una madre salvadoreña de dos hijos pequeños en Nueva Jersey: “Mis hijos también conocen las leyendas; pero con amigos aquí, como hay de varias nacionalidades, no entienden las referencias que tú haces”.

**“Hasta trato de exagerar mi acento para que la gente me pregunte de dónde soy y yo pueda decir que de El Salvador”.**

Salvadoreño residente en Nueva York, con tres años de vivir en Estados Unidos.

# Reencuentros y desencuentros con la patria querida:

conclusiones de la investigación

Una de las conclusiones más grande que arroja la investigación se relaciona con el papel casi omnipresente que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) juegan en los procesos de consumo cultural de los migrantes salvadoreños radicados en Estados Unidos. Los celulares, las computadoras y las tabletas, gracias al internet y las redes sociales, sirven no solo de medio de comunicación para mantener activa la relación con familiares y amigos que aún residen en El Salvador –algo que autores como Benítez (2011)<sup>3</sup> ya habían anticipado–, sino que también son la principal herramienta para desarrollar procesos de apropiación cultural del contenido simbólico de su país.

Así, esas herramientas les han permitido la lectura, vista o escucha de periódicos, radios y televisoras salvadoreñas en línea. Eso, a su vez, se ha traducido en el consumo de música de su país vía YouTube, de noticieros vía periódicos online o de programas radiales vía aplicaciones para celular o páginas web. Pero ojo: no se trata solo de un consumo pasivo. Los salvadoreños en Estados Unidos también aportan opiniones a través de WhatsApp cuando un espacio deportivo discute sobre futbol salvadoreño, comentan sobre la realidad política en las fanpage de noticieros o programas de entrevistas y comparten en sus redes vínculos a información o productos culturales salvadoreños que les son de su interés como memes, noticias, canciones, videos o textos.

Además, los procesos de globalización aplicados al mercado han permitido que otros productos culturales no mediatizados sigan siendo parte del consumo de los salvadoreños que viven en Estados Unidos. En especial la comida –pero también artesanías o ropa con estampados típicos– van y vienen en las maletas de sus familiares que van a visitarlos y de ellos cuando regresan de El Salvador. Y aunque no fue objetivo de esta investigación, se obtuvieron datos suficientes como para adelantar que la publicidad en redes sociales o los procesos digitalizados de encargo y pago de los mismos han jugado un papel importante en dicho consumo. Un reto será, sin embargo, profundizar en este aspecto.

Pero no basta con comprobar el impacto de las TIC en los procesos de intercambio simbólico entre El Salvador y sus migrantes.

Los resultados acá obtenidos invitan a ir más allá y reflexionar sobre qué papel juega ese consumo cultural, posibilitado por tales herramientas, en los procesos de identidad de la diáspora salvadoreña en Estados Unidos.

En este punto, los hallazgos solo confirman lo complejo de la situación. En ella se conjuga la memoria de aquel país que añoran y que solo vive en su mente con la realidad de ese nuevo El Salvador que sus familiares y los noticieros les cuentan, en una fórmula a la que además hay que sumarle el choque con la cultura estadounidense con la que hoy conviven y la de otras comunidades hispanas que coexisten en los vecindarios como la dominicana, ecuatoriana o mexicana. El resultado es una identidad, como planteaba García Canclini<sup>4</sup>, que es cualquier cosa menos pura: ni es la que dejaron, ni es la del país que los recibió, ni es una puramente latina. Aunque, irónicamente, es también todas a la vez.

Eso que suena abstracto en la práctica se trasforma en una *salvadoreñidad* nueva. Una salvadoreñidad en la que te puedes comer una pupusa, pero a menudo de un queso inusual, extraño, ajeno; una en la que puedes oír las noticias de un temblor en San Salvador gracias a 4 Visión vía Facebook, pero también escuchar las versiones alarmistas de los noticieros hispano-estadounidenses; o una en la que es posible refugiarse en YouTube a oír cumbias salvadoreñas, sin por eso dejar de sintonizar la radio latina en la que suena música de banda del norte de México o una salsa cubana.

Es una identidad híbrida, nueva. Una llena de reencuentros con la memoria de un país que la mayoría añora y de desencuentros con una nación apenas reconocible en las noticias y a la que la mayoría quiere volver, pero solo si se les ofreciera mejores condiciones de vida. Reencuentros y desencuentros muy complejos que habrá que seguir investigando desde otros enfoques para terminar de entenderlos.

<sup>3</sup> Benítez, J. L. (2011). La comunicación transnacional de las familias e-migrantes. San Salvador: PNUD/UCA.

<sup>4</sup> García Canclini, N. (2003). Noticias recientes sobre la hibridación. Revista Transcultural de Música.







ESCUELA DE COMUNICACIÓN  
MÓNICA HERRERA

# Buscamos jóvenes **sin miedo** a los retos

**APLICA** AL CICLO I-2020  
**WWW.MONICAHERRERA.EDU.SV**

**MAYOR INFORMACIÓN:**

(503) 2507 - 6529

(503) 7985 - 0320  WhatsApp

[admisiones@monicaherrera.edu.sv](mailto:admisiones@monicaherrera.edu.sv)