

La diáspora colombiana: *long distance nationalism*

Por Diego BORRERO*
y Julia CARRILLO**

POUR MUCHO TIEMPO ligado a los pueblos víctimas de persecuciones y bajo amenaza de exterminio, como fue el caso de las comunidades judía y armenia, el concepto de *diáspora* describe hoy comunidades muy heterogéneas. Su uso va más allá de cualquier definición y se extiende hacia un horizonte múltiple y confuso. Esta extensión se nutre de dos fenómenos tan importantes como son la globalización y el posmodernismo, así como de la constitución y consolidación de *lugares* que consagran y condensan los fenómenos transnacionales, componiendo y recomponiendo progresivamente la visión y el estudio de las diásporas.

El uso actual de este término, tan contradictorio como puede ser, plantea un sinnúmero de preguntas ligadas a la migración voluntaria o forzada de los pueblos, específicamente en lo que concierne al mantenimiento o a la recomposición de las identidades en el país receptor, así como a la reivindicación de los lazos con el país de origen o, por el contrario, a la pérdida de los mismos en el tiempo y en el espacio.

La diáspora colombiana comenzó a gestarse hace más de tres décadas, pero ha sido apenas a principios del siglo XXI que se le ha reconocido y empezado a estudiar. Silenciosa, pero de crecimiento acelerado, se ha transformado en un actor social cuya influencia en la vida cotidiana y en la evolución del país es hoy irrefutable.

Este ensayo invita a una reflexión acerca de la estructuración de la experiencia colectiva en territorio extranjero a partir de los lazos que se entretienen con el referente de origen, tomando así la diáspora la forma de una nación *ultraestatal* y *ultrafronteriza*.

* Investigador en el Institut d'Études Politiques de Paris y colaborador de la *Revista Cambio* (Bogotá); e-mail: <diego.borreromagana@sciences-po.org>.

** Investigadora en el Institut d'Études Politiques de Paris; e-mail: <julia.carrillo@sciences-po.org>.

I. Buscando una identidad

La explosión migratoria de los años noventa

LA Colombia del siglo xx fue tierra de importantes flujos migratorios. La primera mitad del siglo presenció la llegada masiva a su territorio de japoneses, libaneses, judíos, alemanes y españoles que se instalaron principalmente en la costa Atlántica y en las grandes ciudades como Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga. La segunda mitad fue marcada por “el sueño americano” y el “boom del petróleo” en Venezuela que iniciaron un movimiento inverso de emigración que se masificó en la década de los noventa con la aparición de nuevos destinos en Europa y Centroamérica.

Situada en el *carrefour* de las Américas, Colombia ha sido una *zona liminal* en el proceso de globalización, posición que ha hecho de este país un territorio abierto en términos económicos, políticos, culturales y migratorios. Este determinismo geográfico ha favorecido sin duda la movilidad y el espíritu migratorio que han caracterizado a los colombianos.

Sin embargo, las difíciles condiciones sociales y económicas acentuadas por la violencia del narcotráfico y la permeabilidad de las fronteras en forma simultánea a importantes avances tecnológicos, configuraron en las últimas dos décadas una explosión migratoria sin precedentes y hacia destinos antes inimaginables.

La recomposición y el crecimiento de los grupos armados ilegales, financiados por el tráfico de drogas y el secuestro, configuró en el país un estado de guerra latente que llegó a alcanzar a finales de los años noventa la escalofriante cifra de 25 000 muertes violentas y 3 000 secuestros al año. La inestabilidad política y la impotencia del Estado frente al desmembramiento del territorio, la violencia rural y urbana, la fuga de capitales, la caída de la inversión extranjera y una economía de guerra incrementaron el desplazamiento de los colombianos tanto al interior como fuera de las fronteras del país.

El recrudescimiento de la guerra se vio también reflejado en la conciencia colectiva. De una lógica de guerra localizada en zonas rurales y regiones desprotegidas, el infortunio de unos pocos, se pasó a una amenaza generalizada. Ciertamente, las zonas con una débil presencia del Estado han sido las más afectadas por el conflicto, produciendo el éxodo interno de más de dos millones de desplazados desde estas zonas hacia los cascos urbanos. El conflicto se ha extendido a las ciudades y a todas las clases sociales por la inseguridad que provoca la

crisis económica y por la aparición de milicias urbanas de los grupos armados ilegales que atentan contra la población, como lo demuestran el asalto terrorista al club El Nogal, tradicional lugar de encuentro de la élite bogotana, en el que murieron 47 personas en febrero del 2003 y el secuestro, en febrero de 1999, de 150 fieles en la Iglesia La María en un suntuoso barrio en las afueras de Cali.

La idea de *territorio* es puesta en tela de juicio permanentemente por la incertidumbre frente al presente y el futuro que hace de esta noción más un sentimiento que una realidad tangible. La guerra hizo de los colombianos unos desplazados reales o en potencia. Así, la emigración hacia el exterior se ha acentuado bajo la presión de la incertidumbre que rodea el futuro del país. La nueva ola de éxodos a lo largo de los noventa consolidó la idea de que los desplazados no eran solamente campesinos que huían de la violencia rural para instalarse en las favelas de las grandes ciudades sino una capa más amplia de la población que busca mejores oportunidades de vida en el exterior.

La desconfianza frente a lo que representa el territorio, la soberanía de su población sobre el mismo y la inestabilidad de las instituciones, debilita el lazo que une a los habitantes de dicho territorio a su suelo. El miedo, la incertidumbre y la realidad del peligro confrontan la noción de territorialidad con un permanente y resignado deseo de fuga.

Entre cuatro y cinco millones de colombianos en la actualidad viven fuera de su país. Esto significa que uno de cada diez colombianos ha emigrado. Aunque las cifras son inexactas, se calcula que en Estados Unidos viven más de dos millones de colombianos.¹ España como destino es un fenómeno más reciente, pero fue el de mayor crecimiento en los años noventa con más de 260 000 colombianos,² la mayoría llegados entre 1993 y 1999.³ España es además una puerta de entrada a otros países de Europa como Inglaterra (tercer destino predilecto con 200 000 colombianos), Francia, Italia, Suiza y Alemania. Las últimas tendencias migratorias revelan nuevos destinos como Canadá, México, Costa Rica, Chile, Argentina, Australia y Suecia.

¹ La colombiana es la tercera comunidad hispánica en Estados Unidos detrás de las comunidades mexicana y cubana.

² La colombiana es la cuarta comunidad de inmigrantes en España detrás de las comunidades marroquí, ecuatoriana y rumana

³ Según un estudio publicado en el 2003 por la oim, la Universidad Autónoma de Madrid y la embajada colombiana en Madrid

La diáspora colombiana en la tipología de las diásporas de Cohen

Las diversas olas de emigración colombiana no pueden enmarcarse como simples movimientos de exilio. El lazo que crean los colombianos emigrados con el país receptor y las relaciones comunitarias que se establecen entre colombianos inmigrantes han permitido el análisis de este fenómeno bajo el concepto de *diáspora*.

En su libro *Global diasporas: an introduction*, Robin Cohen desarrolla una tipología de diásporas clasificándolas por su naturaleza y por las prácticas que los grupos diaspóricos ejercen en el país receptor.

Esta tipología es la siguiente: 1) la diáspora de víctimas se define por tratarse de poblaciones perseguidas como el caso de las diásporas judía y armenia; 2) la diáspora de trabajo hace referencia a la población que atraviesa las fronteras de su país para encontrar nuevas oportunidades de trabajo; 3) la diáspora comerciante comprende comunidades que viven como extranjeros en el país receptor, aprenden su lengua, las costumbres y las prácticas comerciales para después establecer un intercambio o comercio de bienes. Es el caso de las diásporas china y libanesa; 4) la diáspora cultural abarca propiamente el fenómeno del poscolonialismo, citamos como ejemplo a la diáspora caribeña que, sin venir de un país concreto, posee características culturales específicas y marca considerablemente la cultura del país receptor.

La emigración colombiana pertenece a los cuatro tipos de diáspora descritos por Cohen. Posee rasgos comunes de cada uno. El último flujo migratorio mezcla a personas que huyen de la violencia interna del país (diáspora de víctimas) con otro tipo de inmigrantes que simplemente buscan mejores oportunidades económicas sin considerar la violencia como su primera causa de exilio. Este último grupo, con un rango de edad entre los 25 y los 40 años posee un alto nivel académico y un poder adquisitivo no despreciable. No se trata de personas golpeadas directamente por la violencia pero sí por la crisis de los sectores industriales.

80% de los emigrantes de esta última ola proviene del occidente del país, concretamente de los departamentos de Valle del Cauca, Risaralda, Quindío y Antioquia, zonas fuertemente afectadas por la crisis del sector industrial, y de sectores tradicionalmente motores de la economía como el café y el azúcar. La avalancha de este tipo de emigrantes se manifiesta en España por la proliferación de *locutorios*,⁴ salas de

⁴ Cabinas telefónicas.

Internet, oficinas de envío de dinero, tiendas, restaurantes y revistas colombianas, elementos que combinan características de las diásporas de trabajo y de comercio.

En esta última ola de emigrantes se puede constatar un gran número de empresarios, inversionistas, hombres de negocios y profesionistas que invierten su capital en la industria local, como es el caso de Costa Rica, donde una gran parte de la industria textil es propiedad de colombianos. Sin embargo, en países como Francia, también encontramos un gran número de periodistas y académicos que han dejado el país por amenazas directas contra su vida (diáspora de víctimas).

Diáspora colombiana y globalización: la era de las redes

Para Khachig Tölölian, las diásporas son comunidades propias del momento transnacional que vivimos. El término *diáspora*, utilizado anteriormente sólo para nombrar a pueblos perseguidos como el judío, griego y armenio, engloba hoy los conceptos de *inmigrante*, *expatriado*, *refugiado*, *trabajador*, *comunidad en exilio*, *comunidad de ultramar* y *comunidad étnica*.⁵

La globalización implica el establecimiento de una economía mundial, nuevas formas y canales de migración, el desarrollo de ciudades globales y la creación de culturas locales y cosmopolitas de promoción o contestación de la globalización así como la *desterritorialización* de la identidad social.

Un fenómeno propio de la globalización es la construcción de un *individuo en red*⁶ que se ve incorporado a diversos entrelazamientos comunitarios respecto de los cuales deberá construir y/o reconstruir una identidad. Un individuo/sujeto de una diáspora es un claro ejemplo de la multiplicidad de influencias comunitarias que un individuo en red enfrenta. Por un lado la influencia del país de origen y por otro la del país receptor y las relaciones comunitarias que se tejen con la comunidad local y con los otros miembros de la diáspora en el país de llegada, así como con otras diásporas implantadas en el país receptor.

La influencia del país de origen es aún más fuerte por la construcción y consolidación de redes migratorias de tipo asociativo o simplemente de tipo orgánico con los "connacionales".

⁵ Khachig Tölölian, citado por James Clifford en "Diasporas", *Cultural Anthropology* (American Anthropological Association), vol 9 (agosto de 1994).

⁶ Luc Boltanski y Eve Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999

Un total de 440 asociaciones de “Colombianos en el exterior” han sido “censadas” por la cancillería colombiana. En Atlanta, en diciembre del 2003, tuvo lugar la primera Convención de Organizaciones Colombianas en Estados Unidos, en la que se llegó a la conclusión de la necesidad de trabajar juntas en lo que sería una gran asociación de organizaciones colombianas en ese país, como lo indica el nombre. De igual manera, las cuatro organizaciones más grandes de colombianos en España trabajan juntas para ayudar a compatriotas sin papeles y “recién llegados” al país ibérico.

En España, la Asociación Socio-Cultural y de Cooperación al Desarrollo por Colombia e IberoAmérica (ACULCO) y la Asociación de Colombianos en Madrid (ACOMA) trabajan juntas proporcionando orientación y asistencia jurídica así como organizando eventos que tradicionalmente congregan a los colombianos como la fiesta nacional del 20 de julio. La asociación Assomagma reúne a estudiantes, científicos y artistas colombianos que viven en París y promueve el talento colombiano organizando muestras culturales y charlas sobre Colombia.

Anteriormente, las actividades “políticas” de la “colonia colombiana” se limitaban a la organización de mesas redondas y conferencias de corte universitario y pedagógico. En la actualidad, consciente de su creciente poder dentro y fuera de Colombia, la diáspora ejerce cada vez más un trabajo *lobby* frente a los gobiernos e instituciones del *hostland*, ya sea en materia comercial, migratoria o simplemente contra todo acto o decisión que afecte el *homeland* o su imagen. Se debe tener en cuenta el alto nivel de educación de la población emigrante colombiana de la última ola, a veces incluso formados como profesionales en el *hostland*, con un poder económico significativo.

Para que una diáspora pueda acceder a una mejor representación dentro del *hostland* ésta debe insertarse en la nueva comunidad, lo cual no significa la pérdida de los lazos de identidad y de cohesión comunitaria de la diáspora sino simplemente verifica otra expresión de la pertenencia a múltiples redes.

La historia de la diáspora judía muestra una adaptación selectiva a la vida política, cultural y comercial en las sociedades receptoras. La cultura de la diáspora “negra” de la Inglaterra poscolonial busca una manera de ser “diferentemente” británico: ser británico y “algo más”, establecer una relación compleja con África y América mediante sus historias comunes de esclavitud, racismo y movilización política: una conciencia “positiva” de la diáspora se construye a través de un sentimiento de pertenencia a una unidad de fuerza cultural/histórica/política.

La dificultad para entablar a la vez relaciones de integración y de diferenciación con el país receptor es una característica crítica de muchas diásporas. Según Luis Alberto Moreno, embajador de Colombia en Washington bajo las administraciones Pastrana y Uribe, sería muy conveniente para el país que los colombianos de “afuera” comiencen a pensarse ellos mismos como comunidad, como lo hacen los cubanos y los italoamericanos, quienes han logrado “insertarse en el sistema” y participar en el juego político. La diáspora colombiana reconoce ese doble lazo de pertenencia y acepta que la adopción de un territorio no significa el reemplazo del otro: ésta es la *identidad en red*.

II. La reinención del nacionalismo desde “afuera”

El estrecho lazo de “la diáspora” con Colombia

ROBIN COHEN define como una de las características principales de las diásporas “la idealización del territorio de origen y un consenso común para su restauración, su estabilidad y su prosperidad”.

El *homeland* es para la diáspora mucho más que el simple lugar del que se partió. Los *transmigrantes* desarrollan y guardan con su lugar de origen relaciones familiares, religiosas, económicas y políticas estableciendo así las bases de una nación *no territorial*. En el caso de la diáspora colombiana se guardan estrechos lazos afectivos, familiares y económicos.

Hasta hace poco ignorados, los giros de dinero de la diáspora colombiana a sus familias han rebasado hoy al café como segunda fuente de ingresos del país, ingresos superados solamente por los del petróleo. En Colombia, apenas se empieza a tener conciencia de la función preponderante de la diáspora. Desde 1999, el dinero de los giros se ha triplicado. En 2003, estos ingresos llegaron a los 3 000 millones de dólares, lo cual equivale a 3.6% del PIB colombiano y tres veces los ingresos generados por la exportación de café. Esta cifra pronto superará a la inversión extranjera directa. La economía de 3 millones de colombianos depende directamente de estos giros (12 millones de manera indirecta).⁷

El gobierno colombiano, consciente de la fuerza que cobra la diáspora en la vida cotidiana del país se ha pronunciado a través de la cancillería sobre este tema afirmando que la diáspora constituye “un

⁷ Según Asobancaria, organismo estatal que recoge todos los datos de los movimientos bancarios en Colombia.

nuevo grupo social que debemos reconocer y asumir su rol preponderante en nuestra sociedad".⁸ De esta manera, la cancillería colombiana se ha convertido en un puente entre la diáspora, el Estado y el pueblo colombiano, y su programa "Colombia nos une" ha cumplido un papel unificador entre los "colombianos del mundo" y entre estos últimos y los colombianos del *homeland*. De igual manera, se discute la posibilidad de darle un voto en el Senado a la representación de la diáspora.

Los fuertes lazos desarrollados por la diáspora con los colombianos del *homeland* se ven claramente reflejados en los envíos de dinero a Colombia y, en general, en la solidaridad hacia todos esos colombianos del *homeland* que son el espejo de lo que eran los miembros de la diáspora antes de dejar el país. El emigrante se identifica con sus compatriotas y manifiesta gran altruismo hacia ellos. Tanto el poder económico como este sentimiento de solidaridad han sido puestos a prueba en periodos de crisis interna⁹ que han necesitado de una rápida y efectiva movilización de los ciudadanos. Tras el violento sismo que destruyó varias poblaciones de la región cafetera de Quindío en 1999 y dejó más de mil víctimas, la diáspora se movilizó para coordinar el envío masivo de medicamentos, víveres y dinero. Después de la tragedia, quedó claro el papel preponderante de la diáspora en la reconstrucción completa, en menos de un año, de la ciudad de Armenia, capital de Quindío, gracias al apoyo y coordinación de la diáspora por intermedio de las ONG colombianas del exterior como "Montenegro" en Nueva Jersey, ciudad donde habitan alrededor de 10 000 quindianos.

Estos lazos se han fortalecido con los conductos de la globalización, en particular por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Las cadenas de televisión colombianas pueden en la actualidad ser vistas vía satélite, así como las emisoras de radio colombianas más populares tienen frecuencias locales en Estados Unidos, España y Chile.

Incluso se ha lanzado TV Colombia, un canal satelital destinado exclusivamente a la diáspora. TV Colombia retoma los programas más populares del momento en Colombia así como los noticieros que, conscientes de este "nuevo público", empiezan cada emisión saludando a sus televidentes en "Estados Unidos, Europa y Latinoamérica". Su *slo-*

⁸ Ponencia del seminario "Migration internationale colombienne et la conformation de communautés transnationales", organizado por la cancillería colombiana, junio del 2003.

⁹ Gabriel Sheffer, "Defining ethno-national diasporas", *Migration A European Journal of International Migration and Ethnic Relations*, núms. 33-35 (2002), pp. 69-92.

gan “TV Colombia, te acerca” refleja bien el objetivo del canal y la posibilidad de estar, gracias a la televisión satelital, dentro del país.

La Internet es sin embargo el medio privilegiado de comunicación y de contacto de la diáspora con el *homeland*. El contacto vía correo electrónico contribuye a mantener a bajo costo y en tiempo real sus lazos afectivos. De igual manera, los foros de Internet se han convertido en el principal canal de expresión y de información de la diáspora cuya fuerte participación deja clara esa voluntad de situarse *inside the people*.¹⁰

Las ediciones electrónicas de la prensa periódica colombiana son “visitadas” diariamente por la diáspora. Estos diarios son conscientes de su papel conector entre la diáspora y el país y se dirigen casi exclusivamente a los colombianos del exterior. Es así como estos periódicos proponen servicios especiales dirigidos a la diáspora. Es el caso de la versión electrónica de *El Tiempo*,¹¹ el diario de mayor circulación en el país, en el que encontramos una sección para los colombianos que viven en España, con noticias y artículos sobre la diáspora en dicho país así como una amplia base de datos sobre los servicios consulares, las posibilidades de naturalización y legalización, los servicios de ayuda a inmigrantes y un repertorio de ONG colombianas que operan en España.

La gran acogida que tienen estas ediciones electrónicas deja claro el interés de la diáspora por estar al tanto de lo que pasa en el país. La circulación de información no tiene fronteras y esto nos hace pensar que hoy en día no es necesario vivir en el país para estar al tanto de lo que ocurre dentro de él. El hecho de encontrarse lejos del país y la nostalgia del terruño hace que el colombiano de la diáspora busque canales, como los periódicos electrónicos, para mantener ese puente con su país. Esto nos lleva a pensar que en muchos casos, por estar más interesados en la realidad nacional y por el mismo deseo de sentirse *inside the people* los colombianos de afuera están más y mejor informados sobre el acontecer nacional que muchos colombianos del *homeland*.

Políticamente la diáspora ha tomado fuerza, especialmente en las campañas electorales. Los políticos y futuros candidatos al alto gobierno están ya conscientes de su importancia electoral así como de su creciente poder en el debate político interno. Con un total de 106 375 votos en las elecciones presidenciales del 2002, las campañas electorales ven hoy más que nunca a la diáspora como un grupo electoral que

¹⁰ Yossi Shain y Aharon Barth, “Diasporas and the international relations theory”, *International Organization*, vol. 57, núm. 3 (verano del 2003), pp 449-479

¹¹ DE: <www.eltiempo.com>

no pueden ignorar. En la actualidad los discursos de las campañas no se pronuncian exclusivamente en el interior del país sino también en aquellos lugares del mundo donde haya fuertes concentraciones de colombianos ya sea a través de teleconferencias o visitando directamente al electorado en Madrid, Miami o Nueva York, como en efecto lo hicieron Horacio Serpa y Álvaro Uribe en sus campañas del 2002.

El nacionalismo más allá de las fronteras

La idea de nación puede ser una invención reciente a la que se recurre para forjar solidaridades en tomo a una epopeya, una historia en la que hombres y mujeres constituyen una comunidad concreta con un destino que les es propio. Sin embargo, el hecho de encontrarse en un mundo regulado por la mecánica y las estrategias da la impresión de haber dejado de lado todo tipo de ilusión y sueño. La idea de nación se convierte entonces en ese nuevo escenario que, a través de la reconstrucción de los mitos de pertenencia a una etnia da a los individuos la posibilidad de retomar el destino que han sido llamados a cumplir. El nacionalismo, en términos de construcción ideológica, y en toda la variedad de modelos en los que se materializa, depende del establecimiento de un lazo entre *tradición* y *modernidad*. El Estado-nación inscribe su carácter en la dualidad de ser un instrumento al servicio de la modernización, al mismo tiempo que se define ligando sus orígenes a una tradición.

En el caso colombiano, el pasado precolombino no es el único elemento al que se recurre. A él se añade una cierta memoria bucólica y un resurgimiento de los productos autóctonos.

La creación de una noción de “tradición nacional propia” permite reivindicar la existencia de una modernidad específica, sin negar la modernidad y la modernización como aspiraciones fundamentales de la construcción del Estado.

Los objetivos y principios de la cultura producida desde el Estado son diversos. Por una parte existe lo que podría calificarse como el “Estado etnográfico”; el tipo de construcción cultural cuyo objetivo es la descripción del sujeto social del país, la población. La noción de “Estado etnográfico” está ligada a aquellas de censos, cuestionarios e instrumentos de medida y de descripción estadística. En yuxtaposición al “Estado etnográfico” se encuentra el “Estado modernizador”, la producción, desde el Estado mismo, de instrumentos que permitan la descripción de sus labores: los resultados que se desprenden de las descripciones del Estado etnográfico servirán para manifestar las necesidades

(niveles de pobreza, alfabetización, servicios de salud y esperanza de vida) y los niveles de crecimiento y progreso de la población. A través de ellos se evaluará el nivel de eficacia del Estado.

Existe un tercer tipo de producción cultural: la de una imagen de Estado-nación dirigida tanto al interior del país como al espacio internacional. La producción de esta imagen tiene dos ejes de trabajo: por una parte están las ferias y eventos a nivel mundial, la empresa turística, los eventos deportivos y, por otra, toda institución que se presente como nacional y todo “nacional” que se identifique como perteneciente al país.

Dentro de la dinámica de elaboración del sentimiento de nación puede recurrirse a diferentes conceptos: la noción de *comunidad imaginada*, concebir una idea de unidad nacional a través de los medios de comunicación; los personajes reconocidos como “padres de la patria”, es decir, el establecimiento de un mito fundador propio de la nación; la nostalgia como lazo afectivo con el país del que se proviene; el sufrimiento como noción que permite identificarse (uniéndose) con la población que sigue en el país de origen.

Sin embargo, los elementos útiles a la construcción del sentimiento de nación no son propiedad exclusiva del Estado. Otros constructores de la identidad nacional, ya sean las élites nacionales, o los intelectuales a los que hacía referencia Weber en el capítulo sobre la nación, en *Economía y sociedad*, o los miembros del sector privado, pueden a su vez servirse de tales instrumentos con el fin de hacer germinar el sentimiento de pertenencia a una nación y así garantizarse un lugar privilegiado dentro de esta construcción. Hacerse con el monopolio de los bienes culturales les permite apropiarse de la “misión divina” que constituye el provocar y salvaguardar el germen del sentimiento nacional.¹² Para el caso de las comunidades de diáspora el acento se pondrá sobre las características que hacen propios estos elementos identitarios.

Conexión Colombia¹³ es una página web producto de una iniciativa privada y constituye un ejemplo de cómo el sector privado y el Estado pueden coordinarse en la movilización de elementos identitarios en la búsqueda de la construcción de una identidad nacional. Empresas

¹² Max Weber, “The Nation”, en *Economy and society*, Guenther Roth y Claus Wittich, eds., Nueva York, Bedminster Press, 1968, vol. 2.

¹³ Página web creada en el año 2003. Su objetivo es servir como canal informativo a los colombianos que se encuentran en el exterior. De igual manera, sus diferentes *links* llevan a fundaciones y empresas a través de las cuales se pueden donar tiempo y dinero a diversos proyectos en Colombia (en materia de educación, salud, desplazamiento, víctimas del conflicto interno armado), DE: <www.conexioncolombia.com>.

como Leo Burnett (publicidad/mercadeo), Semana (publicación semanal), DHL, Davivienda y Visa (empresas postales/entidades financieras) se reunieron para dar marcha a este proyecto. Su objetivo es reunir ayuda para las víctimas del conflicto interno armado, los desplazados, los soldados heridos y los niños de familias menos favorecidas. Para captar la ayuda se recurre a frases como “solidaridad con quienes nacieron en tu mismo suelo”, “un grupo de hombres, mujeres y niños que llevan la patria en el corazón”, y la “necesidad de mantener vivas las raíces a las que se atan los recuerdos”.

Al navegar por Conexión Colombia, el visitante podrá ver breves documentales en los que los protagonistas son colombianos célebres que le recordarán la necesidad de unirse al sentimiento de colombianidad. Tres videos llaman particularmente la atención: el de presentación de la página web, el documental *Paso de Libertarios* y el discurso del presidente de la República durante la inauguración de Conexión Colombia.

*Paso de Libertarios*¹⁴ muestra a un grupo que todos los años recorre el “Camino Real de Honda”,¹⁵ célebre por unir en tiempos de la Colonia a las ciudades más importantes del país y por ser el camino que tomaron los ejércitos criollos durante las campañas de Independencia. Los entrevistados hablan de la misión de “hacer patria”, cual “pequeños Libertadores” (haciendo referencia al mito fundador de los “Padres de la Patria”). Quienes hacen el recorrido tienen la impresión de recorrer los pasos de los hombres que “construyeron esta gran nación”.

El video de presentación de la página web plantea la pregunta “qué significa ser colombiano”, aduciendo que “más que un pasaporte, más que el lugar de nacimiento, más que el hecho de vivir entre determinadas fronteras: ser colombiano es un sentimiento”. Un sentimiento que le es común a todos aquellos que están “más allá de las fronteras colombianas”: la idea del “allá”; el sufrimiento (producido por los efectos del conflicto armado interno y las catástrofes naturales) aparece como un lazo que une al “pueblo” que se ha quedado dentro del país y le identifica con la comunidad diaspórica.

La importancia de presentar el discurso pronunciado por el presidente de la República para la inauguración de Conexión Colombia, reside en su papel como elemento legitimador de la empresa. En él, el presidente reconoce que se trata de una campaña privada, pero que su

¹⁴ El término *libertarios* hace referencia a las tropas comandadas por Simón Bolívar y que llevaron a la independencia de España en el siglo XVIII.

¹⁵ El Camino Real de Honda en épocas coloniales servía para unir Bogotá y Honda, en ese entonces el principal puerto sobre el Río Magdalena.

utilidad es grande y que por lo tanto los compatriotas en el exterior no deben dudar en servirse de ella para conectarse a la realidad colombiana, aprovechando esa oportunidad de construir “nuestra gran nación”.

En el mundo globalizado de nuestros días, las prácticas de construcción de identidad nacional a las que se refiere Anderson cuando habla de los periódicos en América durante el siglo XIX y de su papel en la construcción de la *comunidad imaginada*, son retomadas y revalidadas, siendo hoy la Internet una importante herramienta para consolidar la idea de *comunidad en un espacio sin fronteras*.

El papel de la diáspora en el renacimiento del nacionalismo en Colombia

Las diásporas son un fenómeno identitario. Alexander Wendt define la identidad nacional como “una conciencia y una memoria de sí como un *locus* de pensamiento y de acciones [...] una narración común y una memoria de sí como actor que forma parte de un conjunto”.¹⁶ Cuando un pueblo abandona su lugar de origen, la identidad nacional es el primer elemento que debe reconstruir para garantizar así la perennidad de la diáspora. La reconstrucción de la identidad se hace necesaria cuando se pierde el suelo nativo. La diáspora colombiana ha debido enfrentar todos los estigmas ligados a la idea de “colombiano” que subyacen en la conciencia colectiva de los *hostland*. Los mismos factores que provocaron su destierro en primera instancia —estigmas como violencia, ilegalidad y droga—, definen erradamente a los colombianos que emigran ante muchos de los primeros ocupantes de las zonas en donde se instalan. La reconstrucción y la revaloración de la identidad nacional se hacen necesarias si se quiere vencer estos prejuicios que destruyen el nombre de la diáspora y dificultan su instalación y adaptación en el nuevo territorio.

De esta manera, la diáspora colombiana debió reconstruir los fundamentos de su identidad para poder crear así una nueva percepción de su nación desde el exterior. El retorno a los mitos fundadores, al igual que la reinvencción de la tradición a través de los símbolos ligados a esta identidad fueron retomados para darle vida a un nacionalismo perdido al interior de las fronteras colombianas. Los miembros de las olas migratorias de los años ochenta habían intentado, en vano, borrar

¹⁶ Alexander Wendt, *Social theory of international politics*. Cambridge. Cambridge University Press. 1999

la imagen perversa de los carteles de la droga. Sin embargo, y aprovechando el contexto globalizador, es la última ola migratoria la que ha conseguido exitosamente definir esta nueva identidad nacional en el exterior.

La diáspora es un actor preponderante en la construcción de la nueva idea de nacionalismo. El volver a los mitos fundadores ha llevado a que la diáspora pueda apropiarse nuevamente de su cultura, elemento útil en la formación de esta identidad, a través de sus raíces históricas y folklóricas.

La música colombiana, vector de formación de la identidad nacional, es un elemento que la diáspora ha puesto de relieve dentro del proceso de reconstrucción identitaria. Gracias a la diáspora, los movimientos musicales autóctonos se van convirtiendo en globales. La demanda de la música tradicional colombiana por parte de la diáspora ha hecho que ésta cruce las fronteras. Las compañías discográficas han comprendido el poder económico y el efecto de distribución que la diáspora puede ofrecer a la música colombiana. Unos y otros se ayudan. La diáspora hace que se conozcan las canciones y los músicos colombianos,¹⁷ mientras que éstos ayudan a la construcción de la imagen de Colombia. Las producciones discográficas y los conciertos de Shakira y Juanes son, gracias a la diáspora, un éxito en el mundo entero.¹⁸ El Palais Omnisport de Bercy y la Plaza de Toros de Madrid son testigos del poder unificador de la música y de cómo la diáspora exporta esta nueva identidad de la cultura colombiana al *hostland*.

Los más grandes esfuerzos por reinventar la idea de nación han sido llevados a cabo, tanto voluntaria como involuntariamente, por la diáspora. Frente al desafío de la construcción identitaria, la diáspora se localiza en el origen de diversas acciones cuyo objetivo es el de redefinir el nuevo nacionalismo colombiano. La pregunta “¿qué es ser colombiano?” será sin duda respondida por quienes, por encontrarse en el exterior, interactúan de manera constante con personas de otras nacionalidades.

Además de páginas web la diáspora es el motor de diferentes ONG, como Yo creo en Colombia¹⁹ creadas por colombianos y cuyo objetivo principal es dotar a todos los connacionales de los elementos necesarios para divulgar esta identidad donde quiera que se encuentre. En

¹⁷ Scott Wilson, “From Colombia, encouraging sounds: music is troubled nation’s booming export”, *Washington Post*. 14-x-03.

¹⁸ Jóvenes cantautores colombianos.

¹⁹ Algunas otras son Colombia positiva, Corporación Compartamos con Colombia. The other look of Colombia

ellas se hace alusión a las razones por las cuales todo colombiano debe sentirse orgulloso de haber nacido en el país y de todas las cualidades que constituyen la gloria de la nación.

Estos ritos, nacidos de la diáspora, se han ido poco a poco transponiendo al *homeland*, donde la población ha retomado esta identidad nacida como producto de la globalización y del contexto exterior. Ritos como llevar un brazalete con los colores de la bandera se han convertido en parte integral de la identidad que se quiere construir al interior de las fronteras.

Al movimiento inicial de la diáspora, en su lucha por reconstruir una identidad nacional, se añade un importante esfuerzo del gobierno y del sector privado. En los medios de comunicación se alude reiteradamente a las “buenas noticias” y se rinde homenaje a aquellos compatriotas que con su talento contribuyen a la edificación de esta nueva identidad colombiana. El éxito de artistas como Juanes se debe en gran parte a su mensaje de amor a la patria y a su misión de dejar en alto el nombre de Colombia. De igual manera, las grandes cadenas de almacenes han seguido ese camino aprovechando el contexto para promover ferias y ventas de productos autóctonos, antes ignorados por el mercado local.

Los avances en materia de seguridad conseguidos por el gobierno de Uribe han tenido, a su vez, un importante papel en el renacer de la nacionalidad impulsado por la diáspora colombiana. Las caravanas “Vive Colombia, viaja por ella”,²⁰ que movilizan a miles de turistas en periodos vacacionales, han reactivado el turismo local. El tránsito por las carreteras es la materialización de la esperanza de volver a tener soberanía sobre el territorio. Estos avances han acompañado el renacimiento del sentimiento de nación, fenómeno social engendrado en el contexto diaspórico y que el conjunto de la población ha interiorizado paulatinamente.

Conclusión

RESULTA sorprendente que un tema estrechamente ligado a los orígenes de la raza humana vuelva al ruedo en la actualidad apropiándose de la cotidianidad de los pueblos a escalamundial. La globalización ha jugado, sin duda, un papel importante en la redefinición de los fenómenos migratorios. De esta interacción del concepto de *diáspora* se ha

²⁰ Organizadas por el Ministerio de Transporte en coordinación con el Ejército Nacional.

ampliado y se ha inscrito en el léxico específico del contexto actual de la historia de la humanidad.

Las nociones de *nación*, *territorio* y *diáspora* han sufrido una evolución en estos últimos años, llevando a que sean reinterpretadas de múltiples maneras, particularmente en el área de las relaciones internacionales y de la antropología política.

Del estudio de los fenómenos migratorios pueden desprenderse algunos idealtipo. Debe tenerse en cuenta que, a pesar de su utilidad como elementos de análisis, las diferentes “clasificaciones” pueden encontrarse representadas en el seno de una misma diáspora.

La diáspora colombiana, poco estudiada en el campo de las relaciones internacionales, constituye un caso interesante en términos de *long distance nationalism*. En el estudio del fenómeno debe resaltarse el papel de la comunidad diaspórica en la reformulación de la idea de nación. Más allá de los lazos económicos y de la influencia política, la diáspora colombiana aparece como “constructor” activo de una nueva *colombianidad* que busca ocupar un lugar propio tanto dentro como fuera de las fronteras territoriales.

Los elementos identitarios de los que el ser humano se sirve durante el proceso de elaboración del sentimiento nacional —los mitos fundadores, la “martirización” del país que se deja, la construcción de una *comunidad imaginada*— son los mismos para las comunidades que deben desarrollarlo en el exilio. Sin embargo, los medios movilizados para llevar a cabo este proceso se han acomodado para adelantarse a la evolución hacia una *sociedad-red*.

Las diásporas constituyen una de las formas de vida en red de nuestros tiempos. Ellas son entidades humanas que deben interactuar en redes de manera simultánea, reconstituyéndose para así garantizar su supervivencia, como comunidad, en el tiempo.

La diáspora colombiana, anteriormente silente y ausente del imaginario colectivo, tras un largo proceso de evolución ha adquirido conciencia de su papel determinante en la formación de la identidad nacional colombiana. De esta manera, repartida en múltiples lugares del planeta, participa activamente y a *long distance*, en el resurgimiento del sentimiento de nación en el interior de las fronteras así como en la definición de una identidad colombiana en el mundo.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, Benedict, *Imagined communities. Reflections on the origins and spread of nationalism*, Londres, Verso, 1983.
- Arango, María Elvia, "Los nuevos embajadores", *Revista Cambio* (Bogotá), núm. 54 (2003).
- Clifford, James, "Diasporas", *Cultural Anthropology* (American Anthropological Association), vol. 9 (1994), pp. 302-338.
- Cohen, Robin, *Global diasporas: an introduction*, Londres, ucl Press, 1997.
- Hobsbawm, Eric, y Terence Ranger, eds., *The invention of tradition*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983.
- Skrbis, Zlatko, *Long-distance nationalism: diasporas, homelands and identities*, Aldershot, Ashgate Press, 1999.
- Weber, Max, *Economy and society*, Guenther Roth y Claus Wittich, eds., Nueva York, Bedminster Press, 1968.