



Antropología Social

Voces migrantes en el aire porteño. Una reconstrucción histórica de la radiodifusión de los residentes bolivianos en Buenos Aires

Migrant voices on porteño air. A historical reconstruction of radio broadcasting by Bolivian residents in Buenos Aires.

Lucía Blasco*

*Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
E-mail: lb.luciablasco@gmail.com.

Resumen

La historia de la radiodifusión de los residentes bolivianos en Buenos Aires comenzó en la década de 1970 con programas dirigidos por y destinados a la población boliviana, en estaciones de radio nacionales relevantes como Radio Argentina AM 570, Radio del Pueblo AM 830 y Radio Buenos Aires AM 1350, entre otras. A partir de la década de 1990, estos programas se reunieron en dos estaciones de radio destinadas exclusivamente a migrantes bolivianos. Sus dueños y directores eran dos empresarios de nacionalidad argentina, vinculados a la industria musical. A partir de 2004, surgieron las primeras estaciones de radio creadas y gestionadas en su totalidad por migrantes bolivianos. Desde entonces, el número de estaciones de radio se ha multiplicado, y este proceso se ha vuelto simultáneamente más complejo. El presente trabajo propone, por un lado, vincular el desarrollo histórico de las transmisiones de radio de los residentes bolivianos en el Área Metropolitana de Buenos Aires con ciertas particularidades que los migrantes bolivianos presentan en destino. Por otro lado, una serie de elementos dentro del campo de la economía política de las comunicaciones se toman en cuenta para arrojar luz sobre los vínculos entre la producción económica y la producción cultural.

Palabras clave: Radiodifusión; Residentes bolivianos; Buenos Aires; Proceso migratorio; Investigación etnográfica; Reconstrucción histórica.

Abstract

The history of radio broadcasting by Bolivian residents in Buenos Aires began in the 1970s with programs managed by and intended for the Bolivian population, on relevant national radio stations such as Radio Argentina AM 570, Radio del Pueblo AM 830 and Radio Buenos Aires AM 1350, among others. Beginning in the 1990s, these programs gathered in two radio stations entirely intended for Bolivian migrants. Its owners and directors were two entrepreneurs of Argentine nationality, linked to the music industry. As of 2004, the first radio stations entirely created and managed by Bolivian migrants emerged. Since then the number of radio stations has multiplied, and this process has become simultaneously more complex. The present work proposes, on the one hand, to link the historical development of radio broadcasting by Bolivian residents in the Metropolitan Area of Buenos Aires with certain particularities that Bolivian migrants present at destination. On the other hand, a series of elements within the field of the political economy of communications are taken into account to shed light on the complex links between economic production and cultural production.

Key words: Radio broadcasting; Bolivian residents; Buenos Aires; Migratory process; Ethnographic research; Historical reconstruction.

En el transcurso de la última década el número de radios creadas por y destinadas a la población de origen boliviano residente en el Área Metropolitana de Buenos Aires¹ se ha multiplicado. En éstas radios se

produce y circula una variedad de información, bienes y servicios que tiene a esta población como principal destinataria. A través de ellas, los y las migrantes de origen boliviano acceden a bolsas de empleo y a oferta habitacional; a información sobre gastronomía, bailes, fiestas y eventos culturales; a noticias sobre lo que acontece en Bolivia y a lo relevante con respecto a su colectividad en la ciudad; asesoramiento referido a la

¹ De ahora en adelante AMBA. El AMBA es la zona común que conforma la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 26 municipios de la provincia de Buenos Aires, colindantes a la ciudad.



promoción y difusión de derechos en materia migratoria, entre otros. Mas aún, estas radios adquieren mayor relevancia para su comunidad, si consideramos que en los medios hegemónicos el tratamiento discursivo y las representaciones mediáticas que circulan sobre los y las migrantes regionales se construyen a partir de relaciones asimétricas de poder, en donde ese *otro cultural* es invisibilizado como sujeto de derecho, criminalizado o exotizado. Inclusive, en momentos en donde aumentan los índices de desocupación, subocupación y de pobreza, los y las migrantes regionales se transforman en los perfectos chivos expiatorios del discurso gubernamental y/o mediático (Caggiano, 2005; Vázquez, 2007; Halpern, Rodríguez y Vázquez 2012).

Entre septiembre de 2012 y junio de 2015, en el marco de una investigación de tesis de licenciatura en Ciencias Antropológicas², realicé 21 entrevistas en profundidad a dueños, directores, comunicadores/as y a personas vinculadas al medio, acompañé e incluso en algunas oportunidades participé junto a ellos/as en sus salidas al aire y mantuve con ellos/as innumerables charlas. Sin estar físicamente en las radios seguí atentamente sus programaciones a través sus páginas web. Asimismo, participé en distintas actividades que las radios llevaron adelante o en las que se encontraban involucradas, tales como talleres de asesoramiento legal, marchas y manifestaciones, celebraciones y fiestas, y en una serie de actividades vinculadas a las elecciones presidenciales del Estado Plurinacional de Bolivia de 2014.

Durante el trabajo de campo, el número de 120 radios aparecía mencionado en repetidas ocasiones y por referentes de diversas procedencias. Fue difícil saber con precisión si eran más o menos, lo cierto es que en aquellos barrios o municipios en donde hay mayor presencia de población de origen boliviano suele haber alrededor de tres radios de referencia. De esas 120 radios, identifiqué 55 que se encontraban operativas entre 2012 y 2015. Visité nueve de ellas y la investigación se concentró en cinco: *Radio Favorita* FM 92.9, localizada en Villa Soldati, *Radio Constelación* FM 98.1, *Radio Impacto* FM 101.3, ambas en el barrio de Flores, *Radio Metropolitana* FM 93.5, en Floresta y *Radio América Latina* FM 94.1, en el barrio de Mataderos³. Todas ellas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Ante mi pregunta sobre por qué había tantas radios, la respuesta más recurrente era: "porque la radio es un

²La tesis fue defendida y aprobada en noviembre de 2017 en la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

³Los criterios para seleccionar las cinco radios fueron los siguientes:

1) Facilidades en el acceso para visitarlas regularmente. 2) Mayor disponibilidad por parte de los y las radialistas y de los propietarios para realizar el trabajo de campo. 3) Los interlocutores de alguna u otra manera señalaban que estas radios presentaban, a) mayor trayectoria histórica; b) en ellas trabajaban los y las radialistas mas reconocidos/as; c) Eran evaluadas positivamente en lo referente a su programación.

negocio". A medida que fui sumando visitas al campo, noté, por un lado, que las historias de cada una de las radios y de sus protagonistas se encontraban cada vez más entrelazadas. Por ejemplo, porque una radio se había desprendido de otra que había dejado de estar operativa. En otros casos, diferencias y desacuerdos entre los dueños habían dado lugar a una nueva emisora; o bien alguna radio había surgido por iniciativa de jóvenes comunicadores que una vez hecha la experiencia en una emisora, haber aprendido el oficio y reunido el capital económico suficiente, iniciaban su propio emprendiendo radiofónico. Por otro lado, a la cuestión del negocio se le oponía otra categoría que también aparecía recurrentemente en el campo: la de la "radio comunitaria". Estas categorías aparecían en términos valorativos como opuestos: la radio comunitaria era la propia (valorada positivamente); el que hacía negocios con la radio era el otro (valorado negativamente).

Frente a este escenario, me propuse reconstruir la historia de estas cinco radios. Al hacerlo, di cuenta de que sus historias se enmarcaban en un proceso más amplio en el tiempo, ya que la radiodifusión boliviana en Buenos Aires se inició a mediados de la década de 1970, y al presente es posible señalar tres etapas diferentes entre sí, pero con cierta continuidad entre cada una de ellas:

1) Programas por y para bolivianos: me refiero a un conjunto de al menos siete programas radiales realizados por bolivianos/as y destinados a los/as migrantes bolivianos/as. Estos programas se transmitieron por radios nacionales de relevancia⁴, entre 1975 y 1989.

2) Radios por y para bolivianos: entre 1993 y 2009 hubo dos radios destinadas en su totalidad, en formato y programación, a la colectividad boliviana. Sus dueños y directores fueron dos empresarios de nacionalidad argentina ligados a la industria musical.

3) Radios por, para y de bolivianos: la tercera etapa se inició en 2004 con la inauguración de la primera radio gestionada por, destinada a y de propiedad de residentes bolivianos. Desde ese entonces al presente, el número de radios bolivianas se ha multiplicado

El presente trabajo propone vincular, el desarrollo histórico de la radiodifusión boliviana en el AMBA, con ciertos procesos particulares que protagonizaron los migrantes bolivianos en destino, en comparación a otras corrientes migratorias, tales como una diversificación mayor de las ramas laborales en las que se insertan, una dispersión mayor de los destinos en los que se concentran y ciertos procesos de ascensos socio-económico en el ámbito de la confección de indumentaria y en la producción de hortalizas en fresco. A su vez, se dará

⁴De aquí en adelante utilizo el término radios nacionales para referirme a aquellas radios gestionadas y destinadas por y para argentinos/as. Veremos además que estas primeras participaciones de programas bolivianos fueron en radios nacionales de relevancia tales como Radio Argentina AM 570, Radio del Pueblo AM 830 y Radio Buenos Aires AM 1350, entre otras

cuenta del contexto mediático argentino que acompañó a la radiodifusión boliviana en su recorrido, y se resumirán aspectos concernientes a los marcos normativos en materia comunicativa y migratoria.

Luego de este recorrido, veremos que las radios *por, para y de*, son el resultado de un proceso histórico a través del cual la radiodifusión boliviana se ha complejizado, ya que los/as residentes bolivianos/as en el AMBA pasaron de contar con programas radiales dispersos en distintas radios (no migrantes) a ser los mismos migrantes quienes inauguran y gestionan íntegramente estos emprendimientos. Además, durante el trabajo de campo he observado que en estas radios confluyen dimensiones relativas a lo económico y a lo comunitario, ya que son a la vez emprendimientos sociales, culturales, comerciales y políticos, que atraviesan fronteras varias. Por ello, retomaré aquellos postulados dentro del campo de la economía política de las comunicaciones, en los que se analizan las relaciones y las articulaciones entre la producción económica y la producción cultural.

Por último, me pregunto si son este conjunto de dimensiones (históricas, migratorias, económicas, culturales, políticas, comunicacionales, jurídicas) las que hacen que las categorías nativas de *radio-comunitaria, radio-negocio* condense un interesante campo de disputas y tensiones, a diferencia de lo que sucede con la autoidentificación para otras radios que funcionan a una escala similar.

Los primeros programas *por y para*: 1975-1989

Las primeras participaciones por parte de personas bolivianas en espacios radiofónicos en el AMBA tuvieron lugar dentro de la grilla de radios nacionales de relevancia a partir de la década de 1970. *Sentir Boliviano* es probablemente el primer programa *por y para* la población de origen boliviano residente en el AMBA. Salió por primera vez al aire el 8 de noviembre de 1975 en *Radio Argentina* AM 570, pasó luego por *Radio del Pueblo* AM 830 y *Radio Buenos Aires* AM 1350, entre otras. Su creador, Hernán Pacheco Ibáñez⁵, es considerado dentro de la colectividad boliviana como el pionero en lo que refiere a la radiodifusión.

Las temáticas que tocaba el programa versaban sobre lo acontecido en Bolivia y sobre la colectividad boliviana en Buenos Aires, al tiempo que difundía la música de artistas bolivianos o de preferencia para dicha colectividad. El programa fue producido y sostenido económicamente en

⁵ Nació en La Paz en 1949, y luego de finalizar sus estudios secundarios, migró a Buenos Aires a fines de la década de 1960. En 1974 se recibió de operador técnico en el Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER) y realizó sus primeras participaciones en *Radio Belgrano* AM 650, como parte de los talleres de práctica. Hasta 2015, *Sentir Boliviano*, seguía en el aire, pero desde el fallecimiento de Pacheco Ibáñez en 2013 hasta el año 2017 fue su hija Gisella quien se hizo cargo de la conducción y producción del programa.

muchas ocasiones por personalidades de origen boliviano provenientes del rubro gastronómico que, durante los fines de semana, realizaban en sus locales eventos bailables con grupos musicales que ellos mismos traían desde Bolivia. El éxito fue de tal magnitud que tiempo más tarde los eventos llegaron a realizarse en los salones de algunos de los clubes de fútbol más importantes de la zona, tales como San Lorenzo de Almagro, Boca Juniors y Ferrocarril Oeste.

A partir de la creciente repercusión de *Sentir Boliviano*, de a poco, otros connacionales se aventuraron en el mundo de la radio. Y si bien los datos se presentaban de manera fragmentada y a menudo no hubo precisión con respecto a las fechas, se coincidió que entre 1975 y 1989 existieron al menos siete programas radiales que circularon por las emisoras nacionales de mayor relevancia. La mayoría de estos programas, para abaratar costos, tenían lugar los fines de semana, en los horarios marginales dentro de la grilla radial, y salían al aire no más de una hora. Es más, algunos programas se grababan con anterioridad a su emisión para que pueda entrar en el programa el contenido deseado.

Los espacios se sostenían económicamente a partir de la publicidad de aquellos negocios y emprendimientos económicos que se insertaban dentro del contexto migratorio, tales como restaurantes, gestorías, empresas de transportes y locales bailables. Eran una serie de negocios que, para ese entonces estaban surgiendo de manera incipiente y encontraban en estos programas una manera de darse a conocer. Importa remarcar que la mayoría de estos emprendimientos eran de propiedad de los mismos residentes bolivianos.

En efecto, al tiempo que surgían y se desarrollaban estos programas, el patrón de asentamiento de la población boliviana en Argentina estaba presentando ciertos cambios. Mientras que desde principios a mediados del siglo XX la población de origen boliviano migraba de manera estacional a las provincias colindantes, como Jujuy y Salta, para trabajar en los ingenios azucareros al momento de la cosecha, a partir de la década de 1960, el principal destino pasó a ser el AMBA. Ver tabla 1.

Así, la migración limítrofe se acopló al movimiento de las migraciones internas (Dandler y Medeiros, 1991; Benencia y Karasik 1995). El AMBA demandaba por ese entonces mano de obra, principalmente en la construcción, la industria manufacturera y en el sector servicios. Puestos de trabajo que comparativamente se encontraban mejores pagos que en el país de origen y en las provincias colindantes. Además, al ser trabajos desestacionalizados, la migración se volvió más prolongada o definitiva (Marshall y Orlansky 1983; Curtis y Pacecca 2007; Benencia, 2012). Como destaca Benencia (2012), ya en el Censo Nacional de Población de 1980 se registra que los inmigrantes bolivianos radicados en el AMBA

Censo	Total	AMBA (en %)	NOA (en %)
1947	47.774	8	88
1960	89.155	12	--
1970	92.300	-	--
1980	118.141	37	--
1991	143.569	39	36,5
2001	233.464	51	23.4
2010	345.272	55,1	16

Elaboración propia en base a Pacecca y Courtis (2008) y Censo Nacional de Población, INDEC, 2010.

Tabla 1. Inmigrantes bolivianos por lugar de residencia, Argentina 1869- 2010.

Table 1. Bolivian immigrants by place of residence, Argentina 1869-2010.

superaban a quienes residían en el noroeste argentino, tendencia que se volvió irreversible para los censos de 1991, 2001 y 2010.

También se observa que el volumen de inmigrantes creció pese a que en 1981 se sancionó la Ley de Migraciones y Fomento de la Inmigración (Ley N° 22.43) que mientras por un lado incentivaba la inmigración europea, por el otro formuló políticas restrictivas para los migrantes limítrofes⁶. La Ley prohibía además a todo extranjero "ilegal" a llevar adelante tareas o actividades remuneradas, exigiendo a los organismos públicos, empleadores, dadores de alojamiento, que denunciaran a todo aquel que no tuviera residencia legal (Novick, 1997)

Cambios en la radiodifusión nacional

En 1980 durante el gobierno de facto de Jorge Rafael Videla, se sancionó el Decreto-Ley de Radiodifusión N° 22.285, vigente hasta 2009. Ley sumamente restrictiva basada en la censura, el control y la utilización de los medios masivos de comunicación como herramienta para promover el consenso en la población a través de un discurso ideológico verticalista y homogéneo. Como señalan Postolsky y Marino (2009)

"la norma fue diseñada por funcionarios del Poder Ejecutivo con el asesoramiento de las principales asociaciones patronales del sector (la Asociación de Radiodifusoras Privadas de la Argentina -ARPA- y la Asociación de Teleradiodifusoras de la Argentina -ATA-). De ahí que su contenido sea el resultado de la coincidencia de los intereses del

⁶ Importa señalar que pese a los incrementos en términos absolutos, el porcentaje de la migración limítrofe y del Perú sobre la población nativa se mantuvo en torno al 3% histórico (INDEC, Censo 2010).

Estado (control ideológico) y los empresarios (fin de lucro)" (Postolsky y Marino, 2009: 179).

Esto último queda expresado en el artículo 45, que señala que solo pueden acceder al espectro radial personas físicas o sociedades comerciales con fines de lucro, obstaculizando de esta manera a sociedades de fomento, sindicatos u organizaciones de la sociedad civil como detentores de una frecuencia radial. Asimismo, en el marco de dicha ley, en 1981 se dispuso un Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA) que tenía por objeto ordenar el espectro radioeléctrico, privatizando un número importante de emisoras en manos del Estado y llamando a concurso para licitar nuevas frecuencias (Postolsky y Marino, 2009).

No obstante, con el advenimiento de la democracia y con el entusiasmo de *poder decir* lo que durante años había estado regido por la censura, entre 1983 y 1986 comenzaron a surgir tímidamente las primeras experiencias de radios *comunitarias, alternativas y populares*⁷, que para 1987 se multiplicaron masivamente. En 1985, muchas de estas emisoras se agruparon en la Asociación de Radios Comunitarias, que tiempo más tarde pasó a llamarse Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), para finalmente formalizar su situación en 1998. Más allá de las dificultades para contabilizarlas, ya que justamente se desenvuelven en un contexto no registrado, se estima que llegaron a existir entre 2000 y 3000 radios sin licencias en todo el país, concentrándose en mayor medida en el AMBA (Kejval, 2009). Con objetivos y condiciones de funcionamiento sumamente heterogéneas, ya que las había más o menos organizadas, más o menos politizadas, con mayor o menor presupuesto, las radios *tropicales, las vecinales, las religiosas, las combativas, se caracterizaron por hacer en chiquito* lo que las líderes hacían en grande (Ulanovsky, 2011).

Sin embargo, al surgir y desenvolverse en un contexto jurídico adverso, fueron definidas despectivamente por parte de las radios tradicionales como *truchas, piratas, ilegales y/o clandestinas*, argumentando de que no habían atravesado un concurso para acceder al espectro radioeléctrico. Como señala Rossi (2009) parece que las grandes radios comerciales nucleadas en el ARPA se olvidaron de que sus señales fueron adjudicadas y/o prorrogadas por regímenes de facto. Más aún, hacia finales de la década de 1980, momento en que las radios informales se multiplicaron de manera exponencial, y en muchos casos interrumpiendo las frecuencias de las radios formales, se transformaron en objeto de denuncia, decomiso y/o cierre⁸.

⁷ Las radios *comunitarias, alternativas y populares* son los términos que utilizaron/utilizan indistintamente un conjunto específico de radios. Según Kejval (2009) estos espacios tienen la particularidad de estar vinculados a proyectos comunicacionales y culturales con propuestas de transformación social.

⁸ Hacia finales de la década de 1980, y ante un espectro radioeléctrico

Este *tomar la palabra*, por parte de las radios alternativas a las tradiciones se vio facilitado por una serie de innovaciones tecnológicas que irrumpieron en escena a partir de la década de 1980. Me refiero por un lado a la llegada de la frecuencia modulada FM, que, entre otras cosas, para los sujetos que gestionan estos espacios, se tradujo en una reducción de costos y en una cantidad menor de equipamiento. Por otro lado, hacia la década de 1990, el paso de la radio analógica a la digital, sumado a la utilización de Internet, facilitó las salidas al aire desde espacios físicos no necesariamente destinados en su origen a ser estudios de radio. Desde entonces, las radios puedan ser escuchadas en cualquier lugar del mundo a través de Internet, como así también para los radialistas se multiplicaron las posibilidades de obtener información al instante sobre diversos lugares. A su vez, las emisoras pueden instalar pequeñas cámaras dentro de los estudios, ofreciéndole al radioyente un servicio complementario de imagen. Por su parte, la digitalización, además de dar un nuevo salto en la calidad sonora tanto en AM como en FM, ofrece la posibilidad de obtener información adicional que excede lo sonoro: por ejemplo, a través de los nuevos receptores se puede leer el título del tema musical que se está reproduciendo, los datos del tiempo, el estado del tránsito.

Con la asunción de Carlos Saúl Menem a la presidencia en 1989 se inició un acelerado proceso de desregulación por parte del Estado en materia de control y legislación de los servicios públicos. En relación a los medios de comunicación se “promovieron vinculaciones en la estructura de propiedad privada de los medios radioeléctricos que desembocaron en un mapa hipercomercial y fuertemente concentrado hacia la segunda mitad de la década de los 90” (Rossi, 2009: 242).

Esta serie de cambios políticos, organizacionales y tecnológicos que afectó y modificó la forma de hacer radio en términos generales, también impactó sobre la radiodifusión boliviana. Por un lado, los entrevistados señalaron que a partir de la década de 1980, producto del proceso de privatizaciones que atravesaron las radios nacionales de relevancia, los programas *por y para* bolivianos encontraron dificultades para su continuidad en el aire. Pero por otro lado, para principios de 1990 se destacó el crecimiento de las *radios comunitarias*. Así las cosas, aquellos comunicadores/as y operadores de origen boliviano no desaparecieron del medio radiofónico cuando se complicó la continuidad de sus programas en esos espacios. Por el contrario, la experiencia que habían adquirido fue canalizada hacia este nuevo mapa mediático que proponían las radios más chicas y las “informales”. En una entrevista realizada en febrero de

saturado, las interferencias de las frecuencias llevaron a que las radios comerciales agrupadas en ARPA (Asociación de Radiodifusoras Privadas de Argentina) presionaran a las autoridades competentes para que efectiven el cese de estas emisoras. Las respuestas “*oscilaron entre la tolerancia por omisión y la obligación al cese de la transmisión mediante el decomiso de los equipos*”. (Señorans, 2014:68)

2015, Flavio Camacho⁹ comentaba lo siguiente:

“En [FM] Cultura tenía muy buena audiencia [1989-1999]. Vos imagínate que cuando se privatizaron los medios del Estado, desaparecieron casi todos los programas de las colectividades. Entonces yo aparezo con un programa para la colectividad, y llegó a ser casi el único [hacia finales de 1980 y principios de 1990]. Y después [a partir de 1993] surgieron las radios comunitarias y muchas de ellas eran totalmente para la colectividad, las 24 horas. Entonces yo, con un programa semanal de 1 hora, desaparecía. La mayoría de la audiencia se volcaba a las radios comunitarias.” (Entrevista realizada a Flavio Camacho, febrero de 2015).

El término *radio comunitaria* en este caso es utilizado para hacer referencia a las radios en donde toda su programación se encuentra destinada a la colectividad boliviana. En las entrevistas realizadas a los pioneros de la radiodifusión, al hablar sobre el pasado, no aparecía la tensión entre lo comunitario y lo comercial. Es más, lo comunitario y lo comercial eran entendidos como parte necesaria y complementaria de un mismo proceso (para tener un programa destinado a la colectividad, necesito auspiciantes).

Las primeras radios destinadas a la colectividad: 1993-2009

A partir de 1993, con la salida al aire de *Radio La Digital* FM 90.1, más tarde llamada *Radio Urkupiña* AM 1550; y en 1996 con la salida al aire de *Radio Estación Latina* FM 91.9, comenzó una nueva etapa de la radiodifusión boliviana. A diferencia de lo que sucedía con anterioridad, el radioyente ya no tuvo que esperar un día y un horario particular de la semana para escuchar su programa, sino que comenzó a tener acceso durante las 24 horas del día a un *mix* de información y oferta de bienes y servicios que lo interpelaba de manera directa: escuchaba la música que lo sumergía en su lugar de origen; se anoticiaba de lo acontecido en Bolivia y de lo relevante con respecto a su colectividad en la ciudad, accedía a ofertas laborales y habitacionales y se enteraba en qué club o baile se encontraría con sus paisanos al llegar el fin de semana. Es más, estas radios al encontrarse localizadas en los mismos barrios en donde la población boliviana reside en mayor medida, habilitaron la posibilidad de una mayor presencia de los radioyentes en los estudios.

⁹ Nació en Cochabamba en 1953. Migró a la Argentina en 1970, junto a sus hermanos mayores. Finalizó sus estudios secundarios en Buenos Aires. En 1985 ingresó al ISER, realizó las prácticas en *Sentir Boliviano*. En 1988 se recibió de Locutor Nacional. Entre 1989 y 1999 condujo un programa llamado *Dimensión Boliviana*, en FM Cultura. Desde 1999 y hasta 2015, se dedicaba exclusivamente a la actividad radial, pasando por diversas emisoras de la colectividad boliviana, con un nuevo programa llamado *Actualidad 2000*.

Interesa señalar que ninguna de las dos radios fue ideada como radio “boliviana” sino que (al tiempo de estar en el aire) se transformaron en bolivianas. Sus dueños y directores fueron dos empresarios de nacionalidad argentina, vinculados a la industria musical: Ricardo Banjay¹⁰, dueño y director de *La Digital*; y Sergio Martín¹¹ dueño y director de *Estación Latina*. Para el caso de la primera, la radio fue inaugurada con el fin de difundir a los artistas musicales que Banjay producía por ese entonces. Para el caso de la segunda, el motivo fue difundir los productos musicales de una compañía discográfica de música latina radicada en Los Ángeles, Estados Unidos. Ambas eran radios musicales, con poco personal y con cierta vacancia de contenidos en su programación. Quizás fue por esto que Hernán Pacheco Ibáñez, el creador de *Sentir Boliviano*, se acercó a cada una de ellas en distintas oportunidades con el objetivo de alquilar un espacio radial y así continuar con su programa. Detrás de Pacheco se fueron acercando aquellos comunicadores que habían participado en las emisoras nacionales de relevancia, como así también toda una nueva generación de jóvenes migrantes que iniciaron su trayectoria radial en estas emisoras. Y con los programas destinados a la colectividad, se acercaron también los auspiciantes, que sostenían económicamente el espacio y que encontraban en estas emisoras una plataforma para darse a conocer.

Importa recordar que dada la saturación del espectro radioeléctrico, estas radios atravesaron distintas situaciones con respecto a las posibilidades de regularizar sus salidas al aire. Por un lado, Radio *La Digital* obtuvo una autorización a través del párroco de Pompeya¹², pero en 1996 recibió una denuncia en la que se la acusaba de no responder al fin religioso por el cual había sido adquirida su autorización. Por ello, desde el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) se ordenó la clausura de la radio y el decomiso de los equipos. Sin embargo, ese mismo año Ricardo Banjay, volvió a invertir en equipamiento y consiguió un Permiso Precario y Provisorio¹³ e instaló una

¹⁰ Ricardo Alejandro Banjay. Fue el guitarrista y uno de los fundadores de Los Bríos, grupo musical dentro del género romántico. Como productor musical, produjo a varios artistas provenientes del género tropical, motivo por el cual en 1993 decidió inaugurar FM La Digital. Desde entonces, Banjay se vinculó de diversas maneras con el mundo mediático y de la industria musical. En marzo de 2015, cuando fue realizada la entrevista, Banjay era el propietario de Salón Rock Sur, emblemático salón ubicado sobre la Avenida Sáenz en el barrio de Pompeya; era dueño y director de frecuencias radiales, y miembro asociado del Grupo Indalo.

¹¹ Desde 1996 hasta 2009 fue el dueño y director de Estación Latina FM 91.9. Luego del cierre de la emisora, se transformó en el director de la empresa discográfica de su padre y dueño de una financiera de envío de dinero. Al tiempo, abrió una empresa de telefonía de radio, dedicada a la compra-venta de transmisores. En febrero de 2015, cuando fue realizada la entrevista, Martín continuaba al frente de la discográfica y de la financiera, al tiempo que era el presidente de la Federación Argentina de Beisbol (FAB).

¹² La resolución 858/90 habilitaba a la Iglesia Católica a ser detentora de frecuencias radiales sin concurso previo.

¹³ Entre 1989 y 1993, el Estado asignó alrededor de 1400 permisos precarios y provisorios a radios FM de baja potencia, con la condición

nueva FM. No obstante, ante las constantes interferencias de la nueva señal, solicitó un nuevo permiso e instaló una AM (Radio *Urkupiña* AM 1550), que si bien no tenía la calidad de la FM, logró alcanzar una mayor cobertura de la señal sin interferencias. Por su parte, Radio *Estación Latina* obtuvo un Permiso Precario y Provisorio. Hacia el año 2009, Martín decidió vender la radio. Una de las razones que motorizaron la venta fue el hecho de que la radio estaba atravesando un litigio de interferencia de la señal con otra radio.¹⁴

Con respecto a la sustentabilidad económica, ambos directores señalaron que, al tiempo que se fue configurando el perfil “boliviano” en lo referente a la programación, tanto de *Urkupiña* (ex radio *La Digital*) como de *Estación Latina*, cada una de ellas se fue desligando de los negocios iniciales de los cuales provino el capital para su emplazamiento, ya que las estrategias de financiamiento comenzaron a desenvolverse dentro del mismo contexto migratorio. Para el caso de la radio de Banjay, la sustentabilidad económica de la radio provenía principalmente de los espectáculos que realizaba en *Kory Huayra*, local inaugurado en 1995 en donde se presentaban artistas de origen boliviano o que eran de agrado para dicha colectividad. Es más, ya para 1998 el estudio de la radio funcionaba en el mismo local bailable. Es decir, la radio se transformó para Banjay, entre otras cosas, en el principal medio para difundir los artistas que se presentarían en el local. El local al mismo tiempo era más que un local bailable, ya que según mis informantes, era un punto de encuentro y un espacio en donde se realizaban por ejemplo entradas folclóricas y la feria de las Alasitas¹⁵.

Para el caso de la radio *Estación Latina*, la principal fuente de ingresos provenía del alquiler de los espacios radiales, y, de la publicidad que se insertaba dentro del mismo contexto migratorio. De esta manera, se observa que la conformación y consolidación de este producto *por y para* bolivianos, se fue constituyendo al tiempo que crecía la cantidad de residentes de origen bolivianos radicados en el AMBA (ver Tabla 1), y con ellos, los circuitos comerciales inaugurados por estos migrantes, tales como locales gastronómicos, locales bailables, empresas de transportes, locutorios, entre otros.

Si bien estas primeras radios bolivianas lograron

de presentarse a posteriores concursos públicos por licencias de radiodifusión.

¹⁴ Para mayor detalle sobre la historia y las particularidades de estas dos radios ver Blasco (2017)

¹⁵ Celebración originaria del altiplano andino a través de la cual se le ofrendan objetos en miniatura al Ekeko (dios de la abundancia). En Buenos Aires la Feria de la Alasitas se realiza cada 24 de enero en distintas plazas, parques, clubes y predios territorializados por la colectividad. En la feria se compran objetos en miniatura con el objeto de que se materialicen en la vida real en el transcurso de ese año, como por ejemplo propiedades, billetes, títulos universitarios, autos, documentación u objetos relacionados con la pareja, la salud, etc. Además de los puestos artesanales, durante la jornada se ofrecen platos típicos y espectáculos musicales.

sostenerse económicamente dentro del mismo contexto migratorio, no fue el contexto migratorio el que ofreció la capacidad económica de instalar una emisora. Sin embargo, a partir de 2004, la radiodifusión boliviana en Buenos Aires atravesó una nueva etapa con el surgimiento de las primeras radios emplazadas y gestionadas por personas de origen boliviano. Desde entonces, el número de radios *por, para y de* bolivianos se ha multiplicado. De hecho, tanto Banjay como Martín explicaron que una de las causas que coadyuvaron al cierre de cada una de las emisoras (*Radio Urkupiña* cerró en 2007 y *Estación Latina* en 2009), fue el crecimiento de la oferta radial dentro de la colectividad boliviana, provocando por un lado una reducción en la cartera de anunciantes, y, por el otro lado, una migración de comunicadores/as y operadores.

Por último, resulta paradójico si comparamos las posibilidades que atravesaron éstas radios con el conjunto de los migrantes limítrofes por ese entonces, a la hora de regularizar su situación. Mientras que estas radios crecían (en audiencia y en la consolidación de un producto específico, destinado a un público específico), en paralelo corrían con el riesgo de sufrir el cierre de la radio o el decomiso de los equipos. Por su parte mientras que la migración boliviana creció cuantitativamente durante la década de 1990, los/as migrantes encontraron serias dificultades para regularizar su situación migratoria, corriendo muchas veces el riesgo de la expulsión.

Las radios *por, para y de* bolivianas: 2004-presente

A partir de 2004 con la salida al aire de Radio *Favorita* se inauguró una nueva etapa de la radiodifusión boliviana. Desde entonces, el número de radios se multiplicó. A continuación se describe sintéticamente, aquellos aspectos que hacen a la programación, el vínculo que las radios mantienen con la audiencia, algunas cuestiones técnicas del contexto radiofónico y las posibilidades o no de regularizar sus salidas al aire.

En relación a su programación, a primera mañana y al mediodía la mayoría de las radios cuentan con los informativos que anuncian sobre lo sucedido en Bolivia, en Argentina y sobre la colectividad en la ciudad. A media mañana, tienen lugar los programas tipo revista, en donde se combina el entretenimiento con la información. En determinados días de la semana, estos programas cuentan con bloques temáticos en donde especialistas en salud o asesoramiento jurídico-legal, entre otros, informan y asesoran sobre aspectos que conciernen a la población migrante en particular. El hecho de que estos profesionales compartan el origen nacional con la audiencia hace del espacio un momento de mayor confianza, habilitando el intercambio y la participación por parte de los radioyentes a través de consultas en vivo mediante llamados telefónicos, mensajes de texto o Whatsapp. Por otro lado, es habitual que las radios destinen a estos espacios la visita de músicos, referentes

políticos o de organizaciones de la colectividad a quienes entrevistan en vivo.

Por las tardes se alternan los programas deportivos y musicales. En relación a los primeros, la agenda deportiva se reparte nuevamente entre lo acontecido en Bolivia, en Argentina y aquellos campeonatos locales, principalmente de fútbol, en los que participa la colectividad. Con respecto a los segundos, distinguimos los destinados a una audiencia adulta (de 50 años en adelante aproximadamente) de los destinados a una audiencia joven (de 15 a 40 años) ya que el formato varía de un caso al otro. Para el primero predomina el folclore andino y una alusión permanente de nostalgia y añoranza hacia el país de origen. Para los segundos, predominan estilos musicales que no son escuchados exclusivamente por los migrantes bolivianos o producidos por estos, tales como la cumbia, el reggaetón, trap o pop latino. De hecho, puede resultar que aquellos sitios bailables a los que concurre principalmente la población boliviana alquilen espacios en algunas emisoras para promocionar sus agendas de actividades, fiestas y eventos. Por último, he seguido de cerca programas que son parte de talleres de práctica de Periodismo y Locución. En términos generales, son programas de carácter informativo, coordinados por el profesor (referente de la misma colectividad), donde los alumnos se distribuyen el trabajo por segmentos (deportivo, cultural, político, económico) y/o áreas de trabajo (locución, operación, producción) según sus intereses y preferencias.

Las radios mantienen un vínculo sumamente fluido con los radioyentes. Además de la participación al aire mencionada líneas arriba, también acuden físicamente a las emisoras con regularidad, por ejemplo, para ver en cartelera los avisos clasificados¹⁶ o para salir al aire y pasar algún tipo de aviso, saludo o queja.

Asimismo, de vez en cuando se organizan jornadas de asesoramiento en cuestiones legales específicas para la población migrante, que cuenta con charlas abiertas y gratuitas sobre temáticas vinculadas a la tramitación y renovación del DNI, antecedentes penales, habilitación de locales comerciales, entre otros. Otro tipo de vínculo que se establece con la audiencia es a través de la realización de *campañas solidarias*, que se llevan a cabo con el objeto de recaudar dinero o bienes para alguna persona o familia de la colectividad que se encuentra atravesando una situación complicada. De acuerdo a la gravedad de la situación, algunas radios entran en cadena y realizan jornadas enteras de transmisión, alternando el origen de la salida al aire. De esta manera, el radioyente puede acercar su donación a la radio más cercana.

¹⁶ La *agenda social o servicio a la comunidad* (que es como llaman a este espacio en algunas radios) tiene lugar a lo largo de una hora aproximadamente, de una a dos veces diarias en donde un/a locutor/a realiza una lectura de pedidos y ofrecimientos laborales (principalmente relacionados al ámbito de la costura) y habitacionales.

Las radios se involucran constantemente en lo que acontece por parte de la colectividad boliviana en Buenos Aires, no solo estando en el lugar de los hecho a través de sus movileros/as sino también en algunas ocasiones llevando parte del estudio para transmitir in vivo. Esto lo he observado en la Entrada folklórica hacia Plaza de Mayo en la celebración en honor a la virgen de Copacabana y en la Fiestas de las Alasitas.

Por último, quisiera destacar la centralidad que tuvieron las radios al realizarse las elecciones presidenciales del Estado Plurinacional de Bolivia en octubre de 2014. Allí las radios se transformaron en el principal canal comunicativo entre el Tribunal Supremo Electoral¹⁷ y la colectividad boliviana residente en el AMBA, no solo para informar todo lo relevante en torno a las elecciones, sino también para sensibilizar a la población sobre el derecho al voto. Es más, previo a las elecciones, las radios fueron centros de empadronamiento. A través de la experiencia del voto, se puso de manifiesto la capacidad de las radios de poder articular y vincular acciones entre distintos espacios y actores sociales. Capacidad que fue posible dado que las radios, para 2014, ya eran un medio de comunicación consolidado y con una audiencia histórica.

En relación a las cuestiones técnicas del contexto radiofónico, he observado que estas radios se han adaptado (más unas, menos otras) a las posibilidades que ofrecen las tecnologías actuales. Algunas de estas radios, además de emitir su señal a través del espectro radioeléctrico, también lo hacen a través de sus propias páginas de Internet o de aplicaciones alojadas en Playstore o Tuneln, entre otras, que permiten el *streaming* desde distintos dispositivos móviles. Asimismo, algunas de ellas también transmiten in vivo de manera audiovisual a través de Facebook, generando una mayor diversidad de opciones para la interacción con sus radioyentes y alcances de escucha.

Por ello, y siguiendo a Henry Jenkins (2008) entiendo que los medios de comunicación más antiguos, como la radio o la televisión, lejos de desaparecer, se vieron forzados a coexistir con los medios emergentes. Para comprender el contexto mediático actual Jenkins propone analizarlo desde la cultura de la convergencia, en donde lo viejo se entrecruza con lo nuevo, y los grandes medios corporativos conviven con los medios populares; en donde el flujo de los contenidos circula por diversas plataformas,

¹⁷ El Tribunal Supremo Electoral junto a los Tribunales Electorales Departamentales conforman el Órgano Electoral Plurinacional creado a partir de la Ley N° 018 en junio de 2010. El Órgano Electoral Plurinacional (OEP) es un Órgano del Poder Público del Estado Plurinacional de Bolivia y tiene igual jerarquía constitucional que la de los Órganos Legislativo, Ejecutivo y Judicial; relacionándose con estos sobre la base de la independencia, separación, coordinación y cooperación. De esta manera el OEP tiene por objeto garantizar y fortalecer la democracia intercultural del Estado, mediante la administración de procesos electorales.

al tiempo que el productor y el consumidor interactúan de maneras distintas y más impredecibles que antes.¹⁸ En este sentido, la cultura de la convergencia se torna más plausible para comprender los cambios mediáticos ocurridos en las últimas décadas, que el modelo de la *revolución digital*, con su postulado de que cada nueva tecnología desplaza a la anterior. Por el contrario, lo que sucede, al menos hasta el momento, es que cada medio se ha visto modificado en relación a sus funciones y/o a su estatus, con la incorporación de nuevas tecnologías.

Como señala Rosa Franquet (2011)

“La fugacidad de la emisión radiofónica como limitación quedó superada al tener los emisores capacidad para distribuir el contenido desvinculado del tiempo de producción y emisión. Una diseminación articulada en una variedad de fórmulas de segmentación que se combina con una capacidad para llegar directamente a los distintos terminales audiovisuales disponibles. En consecuencia, las diferentes posibilidades de disfrute de los mensajes generados en la radio deben verse como una oportunidad cardinal para los emisores nacionales, regionales y locales. Los emisores deben ser capaces de suministrar su propuesta programática a los oyentes allí donde vayan, una posibilidad en consonancia a los nuevos estilos de vida y rutinas cotidianas. Las limitaciones derivadas de las políticas de asignación de frecuencias quedaron superadas y las emisiones pueden oírse independientemente de la frecuencia por la que salen al aire.” (Franquet, 2011: 139)

En relación a esto último quisiera destacar que más allá de los alcances en materia de derechos en el acceso a la comunicación y a la información y a la ampliación de las posibilidades para obtener una licencia a partir de la sanción en 2009 de la Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual (Ley N.º 26.522) para 2015, solo una, de las 55 radios bolivianas había conseguido una licencia¹⁹. No obstante, a diferencia de la anterior ley, más allá de la situación jurídica de las emisoras, las radios no se clausuran ni se decomisan sus equipos. Ahora, el Estado asume la responsabilidad de *acompañar, asesorar* y hasta *financiar* que el medio pueda adecuarse a los requerimientos que establece la ley.

¹⁸ Por grandes medios corporativos Henry Jenkins (2008) hace referencia a los grandes medios comerciales, hegemónicos, productoras mediáticas, etc. Por medios populares, entiende a los medios de comunicación de dimensiones más pequeñas, gestionados por personas que no se dedican exclusivamente a los medios de comunicación. Dada la diversidad de nuevas plataformas habilitadas a través del acceso a Internet, se establecen nuevas dinámicas e interacciones entre el productor y el consumidor.

¹⁹ Con este nuevo marco legal, la posibilidad que les cabe a las radios de la colectividad para acceder a una licencia es a través de *personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, con o sin fines de lucro*.

Es de señalar que la perspectiva de la Ley de Servicios y Comunicación Audiovisual se encuentra en sintonía con el marco regulatorio que en materia migratoria fuera establecido en 2003 con la sanción de la Ley de Migraciones N° 25.871. El "nuevo paradigma" postula que migrar es un derecho humano *esencial e inalienable*, asegurando el acceso igualitario a los inmigrantes en las mismas condiciones de protección, amparo y derechos (salud, educación, justicia, trabajo, empleo y seguridad social) de los que gozan los nacionales. En esta misma línea, se reemplazó la categoría de *ilegalidad* migratoria por la de *irregularidad*, la cual no es considerada un obstáculo para acceder a establecimientos educativos (en todos sus niveles y jurisdicciones) y de salud, asistencia social y atención sanitaria.

Otro aspecto novedoso que presentó la ley migratoria fue la incorporación de una perspectiva regional, que abrió la posibilidad de regularizar la situación residencial a una gran cantidad de migrantes que hacía tiempo residían en el país, pero que no se ajustaban a ninguno de los criterios de radicación establecidos por la Ley Videla o en sus diversas reglamentaciones (Pacecca y Courtis, 2007). A través del criterio de nacionalidad establecido en la Ley N° 25.871, los ciudadanos nativos de Estados Parte del MERCOSUR, Chile y Bolivia, y luego de presentar los documentos que exige la autoridad competente y pagar las tasas correspondientes, pueden acceder a una residencia temporaria para permanecer en el país por dos (2) años, prorrogables con entradas y salidas múltiples.

De esta manera, tanto la migración como la comunicación, a diferencia de lo que sucedía con las leyes anteriores, se posicionaron como derechos humanos esenciales e inalienables. Y si bien es cierto que perduraron distancias entre lo establecido por las leyes y el día a día de los migrantes y las radios, importa destacar que ambas leyes elevaron considerablemente el piso de los derechos en sus ámbitos de aplicación. Mas aún, estos marcos normativos fueron el resultado de un proceso de consulta pública y de debates parlamentario que, en ambos casos, reemplazaron a dos leyes sancionadas por decreto durante la última dictadura cívico militar (1976-1983).

Capitalización social, cultural y económica en destino

En relación a las trayectorias de vida de los dueños/directores de estas cinco radios, observaba que todos ellos llegaron a la Argentina en la década de 1990 entre sus 12 y 18 años de edad y que su primer trabajo fue en talleres de confección de indumentaria. Es más, todos ellos ingresaron a los mismos a través de un pariente o paisano que ya se encontraba trabajando en el taller, o había sido este mismo contacto, el dueño del taller.

Sin embargo, expresaron que al cabo de algunos años lograron cambiar esta actividad por trabajos que insumían menos tiempo y les generaban mayores ingresos. Paulatinamente, y por diversas razones, se fueron insertando en actividades similares tales como la operación técnica o locución en radio, animación/presentación en sitios bailables en donde concurría la colectividad boliviana, disc-jockey y edición de imagen y sonido. De hecho, muchas de estas participaciones habían tenido lugar en las radios *Urkupiña* y *Estación Latina* y en el localailable *Kory Huayra*. A su vez, y con diferentes grados de continuidad, cada uno de ellos había realizado cursos de formación en temas de operación y producción radial o edición de imagen y sonido. Rondando los 30 años de edad (es decir, después de alrededor de entre 12 y 15 años de haber llegado a la Argentina) habían logrado instalar sus propias emisoras.

De sus relatos, tres cuestiones se desprendían como necesarias para instalar una radio. En primer lugar, y siguiendo a Pierre Bourdieu (en Amparan, 1999) todos ellos contaban con un conocimiento técnico específico de la materia ligado al oficio de la radio (capital cultural). En segundo lugar, habían logrado reunir con diferentes grados de ayuda (capital social) un capital económico suficiente para la compra de los equipos y la instalación de la emisora. Ahora bien, una vez instalada la radio, era necesario que ésta sea sustentable en el tiempo. Y esto se vinculaba, por un lado, con la capacidad de atraer a los/as locutores/as más reconocidos/as; a la calidad y variedad en la programación; al alcance de la señal radiofónica, y con la existencia de una audiencia significativa que participe de las propuestas de las radios (y viceversa). Y, por el otro lado, con una comunidad capaz de sostenerla económicamente, ya que, según mis informantes, es a través de la publicidad de los restaurantes, almacenes, centros médicos, estudios jurídicos, concesionarios de auto, gestionados por los mismos migrantes, de donde provienen los principales ingresos. Es más, uno de los entrevistados, mencionó que en el transcurso de estos años había logrado instalar seis radios más en distintos partidos del AMBA.

En este punto de la investigación encontraba que en la historia de la radiodifusión boliviana en el AMBA conflúan dos cuestiones principales. Por un lado, una serie de trayectorias migratorias, laborales y comunicacionales novedosas llevada adelante por los/as radialistas. Y por otro lado, ciertas particularidades que presenta la migración boliviana en destino, que habilitaron a la circulación de capital (social, económico, cultural) entre distintas ramas productivas. Veamos.

Según los datos aportados por parte del Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda de 2010, observamos que, en comparación con el resto de los migrantes limítrofes y del Perú, la población de origen boliviano presenta una mayor diversificación en las ramas de

	Varones	Mujeres	Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	13,4	10,0	12,1
Industria manufacturera	28,6	18,1	24,5
Construcción	18,6	1,8	12,0
Comercio al por mayor y al por menor	10,3	21,6	14,7
Transporte, almacenamiento, alojamiento y servicios de comidas	5,6	5,1	5,4
Actividades administrativas y servicios de apoyo	2,4	5,5	3,6
Administración pública y defensa; planes de seguro social obligatorio	4,7	5,6	5,0
Enseñanza	2,0	4,2	2,9
Salud humana y servicios sociales	2,6	5,7	3,8
Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico; o productores de bienes	4,1	14,6	8,2
Total	92,3	92,2	92,2
Total	131.342	84.537	215.879

Elaboración propia. Fuente INDEC (2010) Quedaron afuera las ramas menos significativas tales como explotación de minas y canteras, suministro de electricidad, gas, vapor y agua, entre otras.

Tabla 2. Distribución ocupacional de los residentes bolivianos económicamente activos, según sexo y actividad. (En valores porcentuales)

Table 2. Occupational distribution of economically active Bolivian residents, according to sex and activity. (In percentage values)

actividades en las que se insertan, así como también una mayor dispersión en el patrón de asentamiento. En la tabla N°2 se observa que sin perder fuerza los trabajos que ya concentraban mano de obra boliviana, tales como la construcción en el caso de los varones (18,6%) y el servicio doméstico en el caso de las mujeres (14,6%), aparecen nuevas ramas de actividad tales como el comercio (14,7%), la industria manufacturera (24,5%) y la agricultura y ganadería (12,1%).²⁰

Con respecto al patrón de asentamiento, si bien todas las corrientes migratorias se encuentran fuertemente representadas en el AMBA, la población boliviana presenta una mayor dispersión en el territorio que se extiende más allá de la región colindante a Bolivia. Mientras que el NOA concentra el 16%, Cuyo, Centro y Patagonia en su conjunto representan el 18,6%. (Ver tabla 3)

Por último, en el transcurso de las últimas décadas los/as migrantes bolivianos/as han atravesado procesos interesantes de ascenso socio-económico en el ámbito de la producción frutihortícola, por un lado, y en la confección de indumentaria, por el otro. Al cabo de algunas décadas, y luego de desempeñarse como peón para un patrón portugués (en la producción frutihortícola) u operario para un patrón coreano (en la confección de indumentaria), algunas familias bolivianas lograron capitalizarse cultural, social y económicamente (saber hacer, contar con redes de sociabilidad y tener con qué) y transformarse en los arrendatarios/dueños de la tierra en el primer caso, y comprar maquinaria para la confección de indumentaria para el segundo caso. Este fenómeno denominado por Benencia (2009; 2012) como *escalera boliviana*, no solo se ha expandido, sino que también se ha complejizado, dado que en los últimos años los horticultores avanzaron sobre la comercialización de su producción. Proceso similar atravesó la confección de indumentaria.

En la producción de hortalizas en fresco, actualmente

la mano de obra boliviana se presenta de manera hegemónica en la mayoría de los cinturones verdes de los principales centros urbanos del país, tales como Buenos Aires, Rosario, Bahía Blanca, Mar del Plata, Córdoba, General Roca, entre otros. Los casos más novedosos son los de Río Cuarto y Trelew, donde los horticultores bolivianos inauguraron territorios hortícolas en donde antes no existían.

Importa señalar que, tanto en la confección de indumentaria como en la hortícola, las relaciones de trabajo se estructuran en base a las redes de relaciones sociales de los migrantes. A través de las redes de paisanaje o de parentesco se despliegan una suerte de compromisos y contraprestaciones entre las partes. Mientras que el empleador asegura entre otras cosas el traslado desde el lugar de origen hasta destino, techo y comida, el empleado acepta condiciones laborales precarias, tareas intensivas de trabajo y jornadas laborales extensas. En este sentido, la mano de obra boliviana al tiempo que es más barata que la nativa, también es más productiva.

Así las cosas, encontraba que las radios que visité durante el trabajo de campo eran parte de un proceso histórico particular de capitalización cultural (saber hacer radio), social (red de participantes), simbólica (prestigio) y económica (tener con qué hacer radio), que comenzó a partir de la década de 1970 con los programas *por* y *para* bolivianos en las radios nacionales de relevancia, continuó con las radios *por* y *para* durante la década de 1990, y se profundizó con las radios *por*, *para* y *de* bolivianos que surgieron a partir de 2004. El fenómeno de la *escalera boliviana* estudiado por Benencia en áreas productivas como la confección de la indumentaria y de la producción hortícola tenía su paralelo en la producción radiofónica (la cultura como producción económica).

La cultura como producción material y económica

En el transcurso de las últimas décadas y a partir de la centralidad que ha ido ocupando la cultura, las

²⁰ El caso paradigmático es el de los y las paraguayos/as, en donde ellos se emplean en un 32,9 % en la construcción y ellas en un 80% en el servicio doméstico. (Maguid y Bruno, 2010)

Región	Paraguay	Bolivia	Chile	Perú	Uruguay	Brasil
CABA	14,5	22,1	5,1	38,4	26,3	25,0
Buenos Aires	71,3	42,8	24,4	44,0	60,6	23,
Gran Bs. As.	60,8	33,1	12,4	33,5	47,8	16,4
Resto Bs.As	10,5	9,7	12	10,5	12,8	7,4
NOA	0,3	16	1,4	1,5	0,9	2
NEA	9,9	0,3	0,3	0,3	1,1	35,8
Cuyo	0,1	8,5	11,2	3,8	0,8	2,2
Patagonia	1,1	5,9	54,5	1,2	2,1	3,2
Centro	2,4	4,2	2,8	10,6	7,9	7,7
TOTAL %	100	100	100	100	100	100
TOTAL	550.713	345.272	191.147	157.514	116.592	41.330

Cuadro elaborado por Castillo y Gurrieri 2012. Censo nacional de población, INDEC, 2010.

Tabla 3. Distribución poblacional de los migrantes limítrofes en Argentina por región, según Censo 2010.

Table 3. Population distribution of border migrants in Argentina by region, according to the 2010 Census.

comunicaciones y la industria cultural dentro de la economía capitalista se suscitaron interesantes debates en torno al análisis y a las vinculaciones a establecerse entre estructura/superestructura. Bajo este escenario, algunos autores discuten con aquellos postulados marxistas ortodoxos que establecen que lo económico (siempre) determina lo ideológico. En esta línea Nicolas Garnham (1983) plantea una Economía Política de las Comunicaciones de Masas, que pueda dar cuenta de la complejidad actual que le imprime a la producción cultural en términos generales, y a los medios masivos de comunicación en términos particulares, la fase actual del capitalismo monopolista. Para el autor, los niveles ideológico, político y económico deben ser analizados de manera histórica y relacional, más que de manera determinista.

Entonces, y si bien en el desarrollo histórico de la producción cultural, existió un primer momento en donde lo cultural era netamente un fenómeno superestructural, que se sostenía económicamente de formas no culturales de producción material²¹, en un segundo momento la cultura es parte de la misma producción industrial. Fenómeno conocido como la fase de la "industrialización de la cultura", en donde se observa, cómo el capitalismo ha industrializado la superestructura. De esta manera una economía política de las comunicaciones:

"Deja de concentrar su atención sobre los *mass-media* como Aparatos Ideológicos del Estado y los considera, fundamentalmente como entidades económicas que desempeñan una función directamente económica en cuanto creadoras de plusvalía a partir de la creación de mercancías y del intercambio, y una función económica indirecta, a través de la publicidad, creando plusvalía dentro de otros sectores de la producción de mercancías." (Garnham, 1983:23)

Entonces, y si bien este trabajo no apunta a analizar los *mass-media*, los aportes de Garnham echan luz para explorar la producción cultural y económica de estas

²¹ Para el caso de la producción cultural hegemónica, ésta era sostenida por la renta capitalista, y para el caso de la producción cultural de la clase subordinada u obrera, ésta era sostenida a través de los salarios de los trabajadores.

radios, su trayectoria histórica y el contexto más amplio en el que se desenvuelven. Al reconstruir la historia de la radiodifusión se ha señalado que los primeros programas se erigieron y se sostuvieron económicamente ligados a diferentes emprendimientos económicos, en principio no culturales, que estaban surgiendo tímidamente para fines de la década de 1970, principios de 1980.

En la segunda etapa (1993-2009), se observa que tanto *Urkupíña* como *Estación Latina* se sustentaron económicamente dentro del mismo contexto migratorio. Sin embargo, el capital necesario para su instalación provino de capitales externos a dicho contexto (la discográfica de Sergio Martín y la productora de artistas y luego la bailanta de Banjay). No obstante, en términos de Garnham, ya es la misma producción material dentro de la cultura, la que está sosteniendo otro emprendimiento cultural (la radio).

En la tercera etapa, iniciada en 2004 se observa que las radios destinadas a la población boliviana no solo se sustentan económicamente a partir del contexto migratorio, sino también que se instalaron con capitales provenientes del mismo. Fueron los mismos migrantes que al cabo de un tiempo y luego de haber reunido el capital económico necesario para su instalación, multiplicaron la oferta radial. En resumen, se observa el desarrollo desde formas no culturales que sostenían los primeros programas radiales, a formas de producción material dentro de las mismas radios²².

Por su parte, Ramón Zallo (2011) señala que en el transcurso de las últimas décadas la comunicación y la cultura fueron definiéndose cada vez más, como un sector económico en sí mismo. Este crecimiento se ve reflejado en su aporte al PBI; al número de empresas que se dedican al medio, y con ello a los puestos laborales que genera, así como también en el aumento del gasto en bienes y servicios culturales al interior de los hogares. Por todo ello, ya no se puede hablar solo de un sector social, sino también de un sector económico fuerte, delimitable y cuantificable.

²² Siguiendo a Garnham, en futuros análisis sería interesante indagar sobre las distintas formas de extracción de plusvalía en el proceso de producción cultural dentro de las mismas radios.

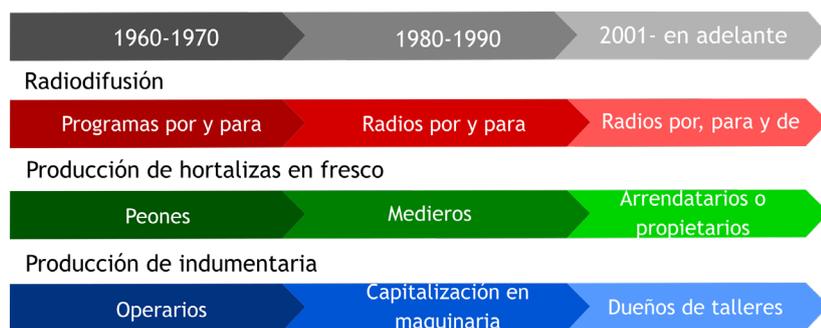


Figura 1. Elaboración propia con base en Benencia (2012) y los datos recolectados en el trabajo de campo etnográfico.

Figure 1. Own elaboration based on Benencia (2012) and the data collected in the ethnographic fieldwork.

En relación con esto último interesa señalar, que, si bien proporcionalmente dentro de los/as que trabajan al interior de la radio, no todos/as logran sostenerse económicamente a través de los ingresos que genera exclusivamente el medio²³, esta situación si es posible para algunos de los dueños y directores; o por parte de algunos/as locutores/as con cierta relevancia o trayectoria, que trabajaban en más de una radio. Es más, como se mencionó líneas arriba, uno de los propietarios de una radio, logró instalar seis radios. Asimismo, en los últimos años (2014-2019) crecieron con fuerza dos canales de televisión gestionados íntegramente por miembros de la colectividad. Inclusive, el dueño y director de uno de ellos, es al mismo tiempo el dueño y director de una de las radios con mayor relevancia al interior de la colectividad, y radios importantes han vuelto a estar vinculadas con locales bailables, ahora si, de propietarios bolivianos.

Reflexiones finales

A lo largo de este trabajo, se reconstruyó la historia de la radiodifusión boliviana y las características generales que presentan las radios *por, para y de* bolivianos residentes en el AMBA.

Esta reconstrucción histórica fue puesta en diálogo, por un lado, con ciertas particularidades que presenta la migración boliviana en destino y con el contexto de radiodifusión argentino. Asimismo, se esbozaron sintéticamente aspectos generales sobre los marcos regulatorios en materia comunicativa y migratoria.

Retomando las tensiones observadas durante el trabajo de campo etnográfico, en torno al perfil identitario de las radios (la radio comunitaria vs la radio negocio) me pregunto por la posibilidad de que éstas tensiones radiquen tanto en la sumatoria de elementos provenientes del campo económico, político, social y cultural que las atraviesa en el presente, así como también lo han hecho a lo largo de su desarrollo histórico.

Desde lo comunitario, estas radios se encuentran destinadas a una audiencia en particular: la colectividad

²³ Los trabajos que tienen por fuera de la radio se encuentran vinculados a la animación/presentación de fiestas, discjockey, edición de imagen y sonido, entre otros.

boliviana en Buenos Aires. De hecho, se encuentran emplazadas en los mismos barrios en donde reside buena parte de los/as migrantes bolivianos. Pero ¿es el destinatario del mensaje lo que define a una radio en términos de comunitaria? Según Lamas y Villamayor (1998), una de las características de las radios comunitarias consiste en que son espacios de encuentro, expresión y acción de sectores sociales que no ocupan puntos centrales en el entramado social más amplio. Por esta razón, las radios comunitarias se caracterizan por ser espacios en donde pueden hacerse oír voces (alternativas a las hegemónicas) con identidad propia, con propuestas, con reclamos y necesidades específicas.

La cuestión étnica-nacional establece entonces una primera posibilidad para que estas radios sean entendidas en términos comunitarios. A partir del trabajo de campo pude comprobar que directores/dueños, periodistas, locutores/as y audiencia se posicionan como “bolivianos/as en Argentina” y construyen sus diversos mensajes (y claves de escucha) a partir de esa primera marca fundante. De ahí se desprenden toda una heterogeneidad de cuestiones que la radio viene a cubrir (brindar información específica para los inmigrantes, asesoramiento legal, búsquedas laborales, participación en marchas, fiestas y celebraciones, funcionar como centros de empadronamiento electoral, entre otras) y donde las radios y los/as comunicadores/as participan también por fuera de las puertas de la radio en calidad de animadores, educadores, presentadores en celebraciones de la colectividad, entre otras modalidades.

Desde lo comercial, los recursos económicos para su instalación y su mantenimiento no son administrados en términos colectivos ni cooperativos, sino a través de sus dueños/directores. Y es de señalar que los recursos económicos con los que surgieron y se sostienen estas emisoras provienen principalmente del contexto migratorio. Y, la clave para que estas radios se sostengan en el tiempo responde tanto a su programación como a la manera en la que se administren sus recursos económicos. Por otro lado, al reconstruir su historia, en cada una de sus etapas identificamos aspectos de alcance tanto comunitario, como comercial. Señalamos que el surgimiento de los primeros programas radiales y su sustentabilidad a lo largo de las décadas de 1970 y de

1980 fue producto de, por un lado, el interés de un grupo de residentes bolivianos de hacer radio, que comenzaron a formarse y capacitarse en la materia. A través de ellos empezó a circular información específica sobre a qué radios era conveniente ir, con quién era pertinente contactarse, cuáles eran los potenciales anunciantes que podrían estar interesados en sostener económicamente el espacio, etc. Por otro lado, fue fundamental la existencia de una serie de nuevos emprendimientos económicos, la mayoría de ellos gestionados por bolivianas/os, que encontraban en estos programas una de las mejores maneras de promocionar sus bienes y servicios.

Esta vinculación se consolidó durante la década de 1990, con el surgimiento de dos radios destinadas a la colectividad. Y aquí ya se observa la integración horizontal de diversos segmentos de la industria cultural (los espectáculos y eventos musicales con la producción radial). La radiodifusión boliviana, al tiempo que definía su programación y su lugar al interior de la comunidad, se transformaba en un negocio más redituable. Mas aún, los y las radialistas bolivianos/as lejos de desaparecer del medio radial en cada una de las oportunidades en las que se complicó el escenario radiofónico, encauzaron esa experiencia bajo nuevas lógicas organizativas. Hasta aquí, no se presentaban tensiones en torno a las categorías comunitaria/comercial.

Esta historia continuó con las radios *por, para y de*. Y ahora sí, no solo el sostenimiento de la radios se da a partir del contexto migratorio, sino también que los capitales para su instalación provinieron del mismo contexto migratorio.

En paralelo a la historia de la radiodifusión, los migrantes de origen boliviano, en comparación a otros colectivos migratorios, atravesaron un proceso de mayor diversificación de las ramas laborales en las que se insertan; una mayor dispersión en los destinos, e interesantes procesos de ascenso socio económico en dos áreas específicas como son la horticultura y la confección de indumentaria.

De esta manera, observo que las radios actuales son el resultado histórico de un conjunto poblacional migratorio, que a través de distintas estrategias, ha logrado capitalizarse en diversas esferas productivas. Los aportes provenientes de una economía política de las comunicaciones, permitió abordar a las radios en sus múltiples dimensiones, al tiempo que echó luz para analizar, en pequeña escala, el desarrollo económico de las radios bolivianas insertadas en un contexto de capitalización social, cultural y económica en destino realizado por el conjunto migratorio.

Entiendo que la condición migratoria y la adscripción nacional de sus protagonistas imprimen lógicas particulares de funcionamiento y organización a estas

radios, que en ciertas cosas las asemeja y en otras la diferencia del conjunto más amplio de radios que funcionan a una escala similar. Me pregunto entonces por la posibilidad de que las valoraciones asociadas a las categorías "radio comunitaria" (valorado positivamente) y "radio comercial" (valorado negativamente), puedan también estar vinculadas a cómo, tanto los migrantes regionales como las radios chicas, han sorteado de diferentes maneras y mediante diversas estrategias, las posibilidades (o no) de legitimar su lugar en el territorio nacional, tanto en el espacio terrestre (circulación vía pública, acceso a derechos, instituciones, etc) como en el aéreo (acceso al espectro radioeléctrico). En este sentido, y más allá de los marcos jurídico vigentes, lo *comunitario*, valorado positivamente, parecería cubrir de *legitimidad* aquello que en el sentido común o en el imaginario social suele ser investido de ilegalidad.

Bibliografía

Amparan, A (1999) La teoría de los campos en Pierre Bourdieu, *Polis*, 98, 179-200. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México.

Benencia, R. (2012) Los inmigrantes bolivianos en el mercado de trabajo de la horticultura en fresco de Buenos Aires. En *El impacto de las migraciones en Argentina*. (Págs. 153-234) Cuadernos N°2. OIM, Oficina Regional para América del Sur, Buenos Aires.

Benencia, R. (2009) El infierno del trabajo esclavo. Las contraccaras de las exitosas economías étnicas, *Revista Avá Revista de Antropología*, 15. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-16942009000200002

Benencia, R. y Karasik, G. (1995) *Inmigración limítrofe: los bolivianos en Buenos Aires*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Blasco, L (2017) Las primeras radios destinadas a la colectividad boliviana en Buenos Aires: consolidación de un producto por y para (1993-2009). *Temas de Antropología y Migración*, 9, 29-49. Buenos Aires, Argentina.

Caggiano, S. (2005) *Lo que no entra en el crisol. Inmigración boliviana, comunicación intercultural y procesos identitarios*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Castillo, J. y Gurrieri, J. (2012) El panorama de las migraciones limítrofes y del Perú en la Argentina en el inicio del siglo XXI. en *El impacto de las migraciones en Argentina* (Págs. 17-49) Cuadernos N°2. OIM, Oficina Regional para América del Sur.

Courtis, C. y Pacecca, MI. (2007) Migración y derechos humanos: una aproximación crítica al nuevo paradigma

para el tratamiento de la cuestión migratoria en la Argentina, *Revista Jurídica de Buenos Aires*, 183-200. Número especial sobre Derechos Humanos. Facultad de Derecho, Universidad de Buenos Aires.

Dandler, J. y Medeiros, C. (1991) Migración temporaria de Cochabamba, Bolivia, a la Argentina: patrones e impacto en las áreas de envío, en Pessar, P. (Comp.) *Fronteras permeables: migración laboral y movimientos de refugiados en América*. Buenos Aires: Planeta.

Franquet, R. (2011) La radio y la red. Nuevas opciones y desafíos cardinales. En Bustamante, E. (Coord.) *Las industrias culturales audiovisuales e Internet*, IDECO, Tenerife: La Laguna.

Garham, N. (1983) La Cultura como Mercancía. En Richeri, G. (Ed.) *La televisión: entre servicio público y negocio*. Buenos Aires: Ediciones Gili.

Halpern, G. Rodríguez M.G., y Vázquez, M. (2012). Durazos zipeados. Los migrantes regionales en la televisión argentina. *Papeles de trabajo*, 6(10), 219-236. Buenos Aires.

INDEC (2012) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Serie B N° 2. - 1a ed.*

Jenkins, H. (2008) *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Introducción. Buenos Aires: Paidós.

Kejval, L. (2009). *Truchas. Los proyectos políticos-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*. Buenos Aires: Editorial Prometeo.

Lamas, E. y Villamayor, C. (1998) *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. FES/ AMARC*. Disponible en http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM_manualdegestion_mod4.pdf. Último acceso 12 jun. 2018

Maguid, A. y Bruno, S. (2010) Migración, mercado de trabajo y movilidad ocupacional: el caso de los bolivianos y paraguayos en el Área Metropolitana de Buenos Aires". *Población de Buenos Aires*, 7(12), 7-28. Buenos Aires: Dirección General de Estadísticas y Censos.

Marshall, A. y Orlansky, D. (1983) Inmigración de países limítrofes y demanda de mano de obra en la Argentina,

1940-1980", *Revista Desarrollo Económico* 23(89), 35-58. Buenos Aires, Instituto de Desarrollo Económico (IDES)

Novick, S. (1997) Política migratoria en la Argentina. En Oteiza, E.; S. Novick y R. Aruj: *Inmigración y discriminación. Políticas y discursos*. (Págs.23-164). Buenos Aires. Grupo Editor Universitario.

Postolsky, G. y Marino, D. (2009) Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura, entre el control, la censura y los negocios". En: Mastrini, G. (coord.) *Mucho ruido, pocas leyes: economía y política de comunicación en la Argentina 1920-2007*. (Págs. 159-187) Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

Rossi, D. (2009) La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial. En: Mastrini, G. (coord.), *Mucho ruido, pocas leyes: economía y política de comunicación en la Argentina 1920-2007*. (Págs. 261-290) Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

Señorans, D. (2014) La lucha por la "democratización de la comunicación": apuntes sobre los procesos de demanda, organización y disputa en radios comunitarias. En *Entre pasados y presentes IV: estudios contemporáneos en ciencias antropológicas*. (Págs. 64-83) Buenos Aires.

Ulanovsky, C. [et al] (2011). *Días de radio 1960-1995. Historia de los medios de comunicación en la Argentina*, 3era Ed. Buenos Aires: Emecé.

Vázquez, M. (2007) Despolitizaciones y repolitizaciones: migrantes, medios de comunicación y audiovisual militante. Ponencia presentada en las XI Jornadas Nacionales de investigadores en Comunicación, UNCUIYO, Mendoza.

Zallo, R. (2011) *Estructuras de la comunicación y la cultura*. Capítulos 5 y 11. Barcelona: Gedisa.

Leyes

Ley General de Migraciones y Fomento de la Inmigración. Ley N° 22.439/81

Ley de Radiodifusión. Ley N° 22.285/80

Ley de Migraciones 25.871/04

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley N° 26.522/09