



# LA RADIO COMO CONTRIBUYENTE A CREACION Y REAFIRMACION DE SUBIDENTIDADES ¿EN UN ESCENARIO AJENO?

**JACQUELINE WENDY INARRA MIRANDA**  
**COMUNICACIÓN UCB-LA PAZ**

... Es una cuestión de amor al trabajo, que aún que no reporte un trabajo atractivo y estable, aparentemente da diversión, alegría, tristeza y la satisfacción de ser útil a sus semejantes...

Luis Ramiro Beltrán y Jaime Reyes.(1993)

“Es ese medio invisible capaz, de revertir en su amigo emociones imaginables: desesperación, alegría, tristeza, anhelo, lealtad, patriotismo, recelo, satisfacción, furia y amar el daño, creado para uno mismo. El daño de la nostalgia, que en otro mundo cabe, el que lo probó lo sabe...”

Wendy Inarra(1999).

## **PRESENTACION**

Es un tiempo a sido y será,

el cual se cree, la migración nunca perderá su encanto. Porque sólo por ella podremos entender a las urbes latinoamericanas “postmodernas” hoy por hoy, que a gritos nos piden que las leamos tales y cuales son.

Y negarla o decir que se va esfumando, es negar que los procesos tan ricos, tan bellos, tan propios de la migración y de la transformación que consigo lleva. No existe.

El presente trabajo es sólo un intento en demostrar, como a través de ese “medio invisible”, como lo dirían Jerry y Peter (1989), es que se pueden construir y reconstruir, identidades totalmente transformadas, pero y que a pesar de ello siempre apelarán a esa supracultura de nacionalidad, para enfrentarse ante la “sociedad receptora” como alguien lo diría, que los recibe ante situaciones cotidianas, pero tan dignas de analizar.

“...quiero enviar saludos al fans club de los Kjarkas, por siempre y decirles que este fin de semana no falten a Kory Huayra, que va a estar buenísimo...” “... Saludos muy especiales a los chicos de la Nueva Edición, a los Latin Lovers, y dedicarles el tema de los Brothers: Wist u Vida....(y ríe)” “Restaurant karaoke :”Nuevo Pacha” ahora para el deleite de toda la colectividad, lunes cabecita de cordero , martes chaxchu, miércoles puchero, jueves lapi i cochabambino, viernes sajta de pollo, ...sopa de maní, sopa de papa, chairo, sopa de quinua, chicharrón, llauchas paceñas y charkhi, salteñas de fricasé, y para combatir este invierno api con buñuelo con

pasteles y para los potosinos con tahua-tahuas...”

Por lo anterior mencionado se deberá tomar muy en cuenta que el título de la presentación se advirtió que están creando y reafirmando identidades en un territorio que no es de ellos precisamente. Entonces habrá que advertir, no obstante que las transformaciones impresionantes que consigo trae como consecuencia el fenómeno de la migración. Están presentes.

También esto...

El crear identidades nuevas o como yo diría subidentidades, que no se entienda sub por menos, más al contrario, por dentro o por “más abajo”, como se había planteado años atrás. Es pensar y repensar, que la migración boliviana a Buenos Aires sigue constante y entre ellos no sólo se manifiestan como son ante esa sociedad que los recibe, pues también se diferencian entre todos.

Dado que el hombre es tan y más complicado aún que se atreve a conformarse y autoafirmarse a tal extremo de verlo como una necesidad imperante y natural, por tanto, de hacerlo en grupos, talleres de confección, pandillas, fans clubs, asociaciones civiles, o “subidentidades”.

Creando así un rico panorama: ríos de comunicaciones no verbales; cerros de apropiaciones, árboles inmensos de transformaciones, un aire limpio de interculturalidad, pero sobre todo hermosos Jacha Mallkus capaces de crear identidades nuevas con toda libertad.

Es a través de Radio Urkupiña, “La radio de la integración...”; Radio Estación Latina, “Uniendo Latinoamérica...” Radio Master, “Siempre está pensando en voz...”; Radio Bolivia, “Tu frecuencia favorita...”, es a través de ellas que los ciudadanos bolivianos, porque ante todo son ciudadanos, que se demuestran tal y cuales son ante una sociedad que los recibe, sí; pero ellos no conformes con eso, tienen la necesidad de distinguirse entre ellos mismos, es algo así, como el ser o no ser.

Sea por lo que fuese ese, es el gran reto de esta investigación, es saber por qué...

## **CAPITULO I**

### **1.1. TITULO PROVISIONAL.-**

La radio como contribuyente a la creación y reafirmación de identidades nuevas ¿En un escenario ajeno?

### **1.2. AREA TEMATICA.-**

Al hablar de ajeno necesariamente se tendrá que apelar a la ilustrativa teoría de Culturas Híbridas expuesta por Nestor García Canclini. La cual nos dice.” las migraciones traen consigo transformaciones que habrá que detenerse a mirarlas y leerlas atentamente tal cuales son y las posibles interacciones sociales que esto conlleva...”

Pero estos procesos de intercambios, de idas y venidas, de ocupaciones y desocupaciones, no serían dados de la misma manera si es que entre ellos no existiría ese medio como vínculo de interacción. Visto desde mi punto de partida...

Por tanto se cree de necesidad absoluta también determinar, por ende analizar y si se quiere como lo diría L.R.Beltrán” predecir “ por qué de las creaciones de las identidades entre ellos mismos, a través de la radio además de las reafirmaciones, también.

Para esto necesariamente se tendrá que mencionar a la teoría de mediatización la cual nos expone que a partir de este término, entendamos de una vez que la mediación es el lugar donde se otorga el sentido al proceso de la comunicación, pero la cultura es la mediadora de todo ese proceso de producción comunicativa.

Entonces a partir de lo mencionado se podrá a que mediación, no sólo entiéndase como esa recepción seca y vacía además de descontextualizada, sino que dependerá mucho el lugar de acciones, en este caso es aún más ambiciosa cuando se habla de que esa mediación se la da en un lugar ajeno a través de cuatro estaciones radiales bolivianas.

La ciudad de Buenos Aires será testigo fiel de esas interacciones y negociaciones culturales.

### **1.3. PLANTEAMIENTO**

## **DEL PROBLEMA.-**

¿De qué manera la radio, concretamente las estaciones Urkupiña, Master, Bolivia, y Estación Latina, pueden contribuir a la creación y reafirmación de identidades nuevas en migrantes bolivianos en Buenos Aires?

### **1.4. OBJETIVO GENERAL.-**

Determinar de que manera las radios Urkupiña, Master, Bolivia, y Estación Latina, en la ciudad de Buenos Aires, pueden contribuir a la creación y reafirmación de identidades en ciudadanos bolivianos migraciones.

### **1.5.OBJETIVOS ESPECIFICOS.-**

1.5.1. Determinar como en torno a las emisoras radiales nacen sub

identidades y de que manera estas se gratifican en contextos lúdicos.

1.5.2. Determinar como algunas de las publicidades y características de programación, son relevantes para la existencia de estas identidades.

1.5.3. Advertir si las radios mencionadas en conjunto con su audiencia estarían utilizando algunas estrategias para una recepción en común.

1.5.4. Identificar si a través de alguna emisora nace una nueva festividad boliviana migrada a Buenos Aires.

1.5.5. Advertir si las algunas emisoras estarían unidas por un “medio boliviano”

1.5.6. Advertir si existiría alguna migración bipolar, en cuanto a los medios radiales existentes en algunas ciudades de Bolivia.

### **1.6.JUSTIFICACION.**

Se pretende realizar la siguiente ponencia, porque se cree de necesidad absoluta reconocer, que hoy por hoy Bolivia es un país latinoamericano, que durante los últimos años a sufrido y lo sigue aún, un constante flujo o fuga de habitantes que radican en urbes extranjeras, principales de sus países vecinos.

Es el caso de la ciudad de Buenos Aires, quien se ha vuelto en una mediadora testigo fiel de esos intercambios, rechazos, negociaciones, que los

# Foto 5

ciudadanos bolivianos, hacen en sus practicas cotidianas con los porteños bonaerenses.

Además mediante el presente trabajo, se tratará de establecer, como es que si a través de la radio se pueden crear, además de reafirmarse; se insiste en contextos lúdicos además de la radio; identidades nuevas o subidentidades, también se pretenderá establecer el porque de la existencia de ellas para una diferenciación entre ellos mismos.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1. MEDIACION.**

Es según Jesús Martín Barbero un término que da a entender la relación entre una o más culturas para establecer entre los contribuyentes lugar donde se otorga el sentido al proceso de la comunicación. Sin embargo la cultura es la mayor mediación de todos los procesos sociales y que nada mejor que las prácticas sociales o procesos de acción sociales, practicas entendidas como procesos de acción social.

##### **2.1.1. MEDIACION MULTIPLE.**

“Las mediaciones múltiples tienen la intención de bajar la teorización al nivel empírico, para poder hacer investigación... Lo que distingue a este es una serie de fuentes de mediación que son pertinentes para entender la relación de la audiencia con los medios

#### **2.2.INTERCULTURALIDAD.**

Refiérase por este a una serie de rechazos, intercambios, ocupaciones y desocupaciones, diálogo, con la capacidad de ser este mediador para aceptar sus diferencias e igualdades como lo plantearía otro autor.

#### **2.3.CULTURAS HIBRIDAS**

De acuerdo como establece un autor, se llama así a las culturas dado por la maravillosa y sorprendente capacidad que tienen estas y por supuesto los seres humanos de entrelazar vínculos que supuestamente se creen únicamente propios cuando estos se encuentran en un estado de migración, no se deben olvidar por tanto las consecuencias que traen estas. Las transformaciones culturales que por innata naturaleza nacen entre ellas para converger y divergir puntos de acercamiento o dispersión cultural.

##### **2.3.1. ALGUNOS ASPECTOS PARA TOMAR ENCUENTA LA HIBRIDACION**

De acuerdo a Nestor García Canclini algunos aspectos que se deberían tomar muy en cuenta en el fenómeno de la hibridación, son:

###### **2.3.1.1. LA DESTERRITORIALIZACION DE PROCESOS SIMBOLICOS.**

García Canclini, asume diciendo que para entender las

transformaciones simbólicas de las culturas contemporáneas se analiza antes a la desterritorialización de los símbolos.

Entonces esto admite diciendo que la creación de identidad ya no se la hace como se pensaba antes, en un lugar fijo y que se tenía que apelar a una geografía limitada.

Más al contrario esta teoría hará repensar que la creación de identidad también se la hace en un escenario ajeno o prestado.

#### **2.4.LAS SUBCULTURAS O SUBIDENTIDADES.**

Como lo menciona Charles: Este es un proceso de construcción de identidad, no es unívoco. ni lineal sino que, por el contrario, es múltiple y contradictorio, fruto del tejido de las relaciones que tienen los jóvenes con las diversas instancias socializadoras, familia, escuela, amigos, medios de comunicación.

Cualquiera que sea el camino elegido, las subculturas representan un espacio que provee a los individuos de un ámbito de apropiación de recursos simbólicos con el fin de dar sentido a su propia situación específica y construir una identidad individual o colectiva.

## **CAPITULO III**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **3.1. MIGRACION BOLIVIANA A LA ARGENTINA**

De acuerdo a lo que plantea Grimson: Los

primeros contingentes de la migración boliviana, poco numerosos, comenzaron a llegar al país argentino a mediados del siglo pasado y se cuenta con datos fehacientes de su presencia desde 1869 ...

Alrededor de 1920 el desarrollo de algunos cultivos trajo desarrollos a Salta y Jujuy. Con el pasar de los años ciudades aun más al sur se fue convirtiendo en un centro de atracción económico para los migrantes que ya empezaban a conocer la ciudad de Buenos Aires .

### 3.2 VILLAZON Vs LA QUIACA.

Es la frontera de la decisión entre él querer volver y el querer seguir pese a todo es un lugar lleno de llanto por quienes no se sabe si volverán a ver.

Ver los últimos momentos la bandera flamear aún en suelo boliviano es un momento en el que los nudos en la garganta se

#### **AÑO RESIDENTES BOLIVIANOS**

<b>1895</b>	<b>7361</b>
<b>1914</b>	<b>17993</b>
<b>1947</b>	<b>47789</b>
<b>1970</b>	<b>101,000</b>
<b>1980</b>	<b>118141</b>
<b>1991</b>	<b>143569</b>

hacen del tamaño de una manzana.

Pero es más duro y cruel cuando ya en el lado argentino, algunos gendarmes a los

migrantes llenos de esperanzas, se les quitan algunos gramos de ch uño, maíz, tostado o alguna otra cosa muy significativa para migrar “completo”

Pero lo que no saben es que en ese contexto que los espera encontrarán todo eso, pero” de una manera tal vez transformada “ En alguna feria o “qhatu” boliviano.

### 3.3.RADIOS BOLIVIANAS EN BUENOS AIRES

Escuchar radio Panamericana o radio Illimani por el gran alcance que estas tenían para llegar hasta la ciudad de Buenos Aires era una alegría inmensa, sobre todo en cada año nuevo, puesto que muchos migrantes bolivianos estando en Argentina y con una hora adelantados todos, muchos preferían celebrar el año nuevo al son de las voces bolivianas que desde Bolivia viajaban por el éter.

Sin embargo hoy por hoy los bolivianos tienen donde, no sólo en año nuevo sino día a día, escuchar sus canciones, en sus idiomas con toda una gama de construcciones simbólicas donde se reconocen como bolivianos creando una “identidad”.

Estas radios en Buenos Aires nacieron alrededor de 1995 siendo la primera Radio Bolivia, después sería Radio Master quien naciera por dos semanas más tarde el mismo año. Ya en 1996 sería Radio Mágico Boliviano(que no está incluida en el fenómeno a estudiar, porque ya no existe) la que con más de 15 kilos de potencia llegaría a casi todo el gran Buenos Aires.

EL año 1997 por el mes de agosto casi en la festividad la Virgen de Urkupiña, nace Radio Urkupiña, una de las más importantes hoy por hoy.

El mismo año también nace Radio Estación Latina.

Todas menos Urkupiña y Bolivia están en frecuencia modulada.

Entre ellas los comunicadores han pasado de radio en radio, optando así una conveniencia de ingresos económicos.

La programación de todas ellas son muy variadas, en todas ellas no falta un toque de música folklórica, algo de recuerdos ; pues el boliviano por naturaleza es muy boheio y nostálgico , tampoco falta y esto es muy interesante algunos programas de peñas o bailantas pequeñas para la concentración de la audiencia que siguiese ese programa.

Las cuatro día a día aunque por muy bolivianas que sean, siempre están buscando ganarse a la mayor parte de la audiencia, de los casi más de un millón de residentes bolivianos que viven en esa gran ciudad.

La una regala CD, en caso de que la audiencia prefiera ir a la discoteca que auspicia el programa, la otra regala un departamento si escucha la palabra clave del día... ,la otra regala una llamada gratis a Bolivia si está atento a la

llamada sorpresa del día, la otra regala una entrada para ir a una peña-karaoke con un nombre característico de Bolivia si hace entrar su llamada al programa en pocos segundos, la otra regala entradas para entrar a la peña Kory Huayra si llamando y al aire dice :”..será una noche que nunca se olvidará...”(todo lo mencionado escuchar en las cintas de anexo)

Claro que no podría faltar en su programación algo o mucho del ritmo que como afirma Grimson, trae a crear toda una Industria Cultural, la música tropical favorita por todos los bolivianos, puesto que en esas peñas que auspician los programas de las radios se llegan a reunir artista bolivianos de todo ritmo musical, pero tropical sobre todo.

En el escenario en el que actuarán anunciado por la radio, claramente se distingue el NO-REGIONALISMO que existirá en Buenos Aires, y en Bolivia sí, esto es más interesante aún cuando esto se nota en las publicidades radiales para comprobarlo luego en ese contexto lúdico.

En otro estudio mayor se detallará más a fondo sobre las relaciones de algunos otros aspectos que también tendrán que ver con los bolivianos y con la radio por supuesto.

Sólo en esta oportunidad se detallará las creaciones y reafirmaciones por tanto de las subidentidades en la audiencia boliviana.

## **CAPITULO IV**

### **MARCO METODOLOGICO**

#### **4.1.METODOLOGIA CUANTITATIVA.**

##### **4.1.1. METODOS.**

Los métodos a utilizarse serán:

Observación, entrevistas y análisis no estructurada.

##### **4.1.2.TECNICAS**

- Para la observación se utilizarán algunos videos de esos contextos lúdicos además de algunas que ya se las realizó meses atrás.

- En cuanto las entrevistas, una técnica que se cree importante es acceder al contexto y apelar a quienes formaron parte de ese acto comunicacional tan rico, sin tener problemas, dado que los rasgos físicos de la investigadora serán tomados muy en cuenta por los entrevistados.

- El análisis no estructurado se lo realizará en los videos de un programa del canal estatal boliviano presenta cotidianamente.

- Determinar algunos grafitis en la ciudad de Buenos Aires, realizados por pandillas

- J u v e n i l e s bolivianas.

#### **4.1.3.INSTRUMENTOS**

- Los instrumentos a utilizarse serán algunas planillas de campo, como algunos videos, algunas cintas de radio que se podrán escuchar y ver posteriormente en anexos.

## **CAPITULO V**

### **RESULTADOS**

5.1.Determinar como en torno a las emisoras radiales nacen subidentidades y de que manera estas se gratifican en contextos lúdicos.

En radio Urkupiña nacen pequeños fans clubs para ir a ese contexto lúdico en forma conjunta o como subidentidades para manifestarse una vez en la radio, reafirmarse en esa peña o discoteca boliviana. Es todo un proceso amplio de esa creación, pues si bien hay fans clubs de música tropical también los

# Foto 6

hay de música folklórica. En una cinta existente en anexo se escuchará: “De que fans club eres de onda blue, red o green, soy de la del color de tu corazón onda red. Ah entonces vas a ir de rojo este fin de semana a Kory Huayra...Si y quiero decirles a las del fans club que no se olviden de llevar las banderas rojas y los CD de los chicos de red...”

Entonces aquí la respuesta se crean identidades nuevas en torno a la radio y se gratifican o se reafirman o para distinguirse así en ese lugar de reconocimiento identitario como es en este caso el salón de baile Kory Huayra.

Otra clase de subidentidades que para otros tal vez no parezca novedosa, es de los fans clubs de música folklórica, una llamada decía: “..quiero saludar a todas las wistus vidas del fans clubs de...Kjarkas, por siempre...y quiero decirles que esta noche no se olviden de cuidar la puerta de Kory cuando los Kjarkas lleguen ...”

En radio Master, Estación Latina, y Radio Bolivia muy pocas veces en radio Urkupiña se ha visto la necesidad de darles nombres a los talleres de confección de ropa; fuente de trabajo más común en los migrantes bolivianos, estos nombres son de los más interesantes de denotarlos: “quiero enviar saludos a los manja gastos de Flores, a los kara panzas de la avenida Rivadavia, a

los Imillas y Yuqallus rebeldes de Pompeya y que no se olviden ir este fin de semana Kantuta...”

Habría que tomar muy en cuenta que Radio Estación Latina y Radio Master son relevantes para la creación y luego reafirmación de pandillas juveniles como las que se escucharon en algunas cintas y visto sus grafitis en las calles de Buenos Aires.

Pandillas que ya existieron y migraron para encontrarse, volver a crearse y después gratificarse, pero ya en un contexto lúdico o simplemente en las calles a través de sus grafitis, entonces lo que aquí se encuentra es una afirmación de sus existencias en un contexto abierto e intercultural como son las calles del Gran Buenos Aires. Estas pandillas juveniles o como Charles diría estas subculturas juveniles crean su identidad en torno a un medio como es la radio, luego se gratificarán en las calles, en este caso ello se puede comprobar con los grafitis vistos. que sin duda alguna ellos marcan un territorio de ubicación y de contextualización marcando su territorio. Aportar que esos grafitis sirvieron en esta oportunidad como un método improvisado de observación no obstrusiva.

Nombres muy característicos como: “...AH me olvidaba saludar a mi grupo los chicos de la Nueva Edición, a los de Latin Lovers, a los Reyes Hispanos, Las Quin Ltfas y si quieren entrar al grupo algún chico o chica les dejamos el teléfono de una de las integrantes para que inscriban.

Grimson planteó años atrás que la televisión es una area importante de concentración familiar, algo muy destacado también por el propio Orozco.

Pero que sucede con los adolescentes que en esa etapa de edad rebelde y sociabilizadora entre gente “común” o como ellos que compartan las mismas jergas, la misma indumentaria incluso, los mismos códigos como para hacer esos grafitis que más que una obra de arte son todo un proceso o como alguien dirá una explosión cultural o como en este caso se planteará, “es todo un grito comunicacional” para que se lean a estas tal y cuales son. Tomando en cuenta su creación, su gratificación y su reconocimiento de territorio además.

5.2.Determinar como algunas de las publicidades y características de programación, son relevantes para la existencia de estas identidades.

Se trató de recuperar discursos radiofónicos que cuadiuven además de los saludos a intentar desarmar el como es la creación de estas subidentidades.

Y lo que se pudo establecer es que un factor importante dentro de los mensajes que la audiencia por naturaleza innata pide que se crean es a través precisamente por las presentaciones de programas y de publicidades de discotecas o afirmaciones de la existencia de esos lugares de concentración para sus reafirmaciones, como se establece:

“...Los martes eran aburridos, tristes y solitarios hasta que ...¡llegaron ellas, únicas, favoritas, originales y sobre todo muy sensuales ¡ ...LAS INDOMABLES escúchelas todos los martes de 22 horas y hasta que las velas no ardan...”

Cabe destacar que estas locutoras pero ante todo son comunicadoras , pertenecen a una pandilla que también se denominan de esa forma y que sus grafitis en plena zona de Pompeya son un grito verdadero, comunicacional.

Entonces una hipótesis aunque un tanto debil pero afirmatoria es que : Si los conductores de los programas corresponden en edad, pertenencia, y ritos a organizaciones juveniles pandilleras ,los programas tendrán igual orientación en torno a la creación de una identidad.

En el caso de la creación de los fans clubs con nombres característicos bolivianos, como Las lloronas de Maroyu, Las locas de los Brothers, o las Jaladitas de Iberia, se crean porque son precisamente los conductores de los programas quienes cada fin de semana se

concentran en esos contextos lúdicos.

5.3. Advertir si las radios mencionadas en conjunto con su audiencia estarían utilizando algunas estrategias para una recepción preferida .

Tanto Radio Urkupiña como Bolivia, Estación Latina y Master, todas en conjunto utilizan conjuntamente con su audiencia estrategias para que la audiencia tenga una cierta preferencia hacia alguna radio para exponerse así a sus mensajes.

Si radio Urkupiña tendrá como opción la llamada sorpresa para que alguien de la audiencia llame a Bolivia sin pagar; también regalará un departamento en Capital del Gran Buenos Aires .

Radio Bolivia regalará cd a las docientas primeras personas que ingresen a la bailanta Magico Boliviano y consumos gratis de una saxta, picante de pollo, o un buen chicharrón en algún restaurante boliviano en esa ciudad.

## BIBLIOGRAFIA

ANDER-EQQ ,Ezequiel, "Métodos y técnicas de investigación social" Alicante , 1989.

BARBERO ,Jesús Martín ,”De los medios a las mediaciones” Gili, México ,1987.

BELTRAN, Luis Ramiro , y REYES Jaime ,” La radio popular en Bolivia: la lucha De obreros y campesinos para democratizar la comunicación”

En Diálogos n° 35, Lima , marzo ,1993.

GARCIA, Canclini , Nestor “Culturas Híbridas “ Sudamericana , 1992.

GRIMSON. Alejandro .”Relatos de la igualdad y la diferencia .Los bolivianos en Buenos Aires .Tesis , Universidad de Buenos Aires, 1996.

INARRA, Wendy et al . Mimeografo , La Radio como constructora de identidad en Audiencias de pandilla en La Paz, Universidad Católica Bol.1999

INARRA, Wendy , Presencia , La radio vínculo de unión enmigrantes bolivianos en Buenos Aires ,marzo 1997.

OROZCO, Guillermo, “Metodología Cualitativa, nuevos enfoques de la investigación En comunicación” Universidad Iberoamericana, 1998.

5.4. Identificar si a través de alguna radio nace una nueva festividad boliviana migrada enBuenos Aires .

Grimson planteó y semantizó de manera muy interesante la festividad de la Virgen de Copacabana, aunque esta muy pocas veces fue mencionada en

la radio.

El año 1999 Radio Urkupiña mediante su programación impulsa a la celebración y posteriormente resignificación de la festividad en la colectividad. Con el lema de Radio Urkupiña la radio de la integración..." lo que se ha pretendido es vivir ese lema en toda su gama, puesto que durante la celebración de la misma y después de ella se ha pretendido lograr esa INTEGRACION ,¿cómo? Bailando todos ,todos los bailes folkloricos que hay enBolivia ,integrándolos en La Fiesta De Urkupiña. Se bailó desde morenada como la danza mayor de Bolivia , hasta chutillos, wacas wacas, doctorcitos, tobas , saya entre otros bailes .

Todo ello gracias a la radio de la integración ...Radio Urkupiña.

5.5. Advertir si las emisoras estarían unidas por un " medio boliviano"

De acuerdo a algunos discursos de los comunicadores en las radios mencionadas pero sobre todo en Urkupiña, Estación Latina, y Bolivia existe un medio boliviano en Buenos Aires es impreso, y que mantiene unidas a las radios y la audiencia de forma casi invisible

Puesto que en un contexto migratorio por esa necesidad de crear en su medio constructor de todo tipo de identidades ,las noticias que se leen del VOCERO BOLIVIANO están presentes en las radios.

5.6. Advertir si existiría alguna migración bipolar , en cuanto a los medios radiales existentes en alguna ciudad de Bolivia .

Si bien no todos los comunicadores, porque ante todo son ciudadanos y comunicadores ,no son todos bolivianos y que por ese proceso innato de interculturalidad dentro los medios radiales como el escrito existen personas argentinas.

Se consideró por tanto muy interesante como es que la migración se hace bipolar en una ciudad de Bolivia ,en La Paz .Pero sólo en cuanto a medios. Es decir:

Maroyu uno de los grupos de música tropical boliviana, como así también Iberia, los dos que llenan todas las peñas , discotecas y restaurantes bolivianos en Buenos Aires,llegarían a tener algunos medios radiales en Bolivia y donde claramente se puede advertir la presencia de identificaciones radiales entre otras cosas ,con voces y acentos argentinos: "Central FM , porque sos una grata compañía..." Galáctica FM siempre piensa en vos.."

De igual forma Cierta noche un grupo argentino de música tropical como son los Bandi2 en un programa del canal estatal indicaron" Nada de este nuevo trabajo hubiera sido posible sin la ayuda de la Virgencita de Urkupiña, aguante Bolivia todavía..."y ojo que este programa es muy visto allá en Buenos Aires..eh..."

Entonces no sólo viajan los bolivianos y migran y se transforman,sino también existe esa posibilidad de pensar que hay una doble migración.

Pero estas creaciones de identidades para reafirmarse en esos contextos ludicos posteriormente no se harían sino fuera porque la ciudadanía boliviana entre ellos mismos piden que sean diferenciados tal y como se los ven .Están pidiendo y a gritos que se los caracterice como ciudadanos que soon pues ante todo son ciudadanos.

Se atreven a crear estas pequeñas conformaciones ,subidentidades o subculturas ,porque quieren diferenciación entre ellos ,mismos para que opten así por nuevas políticas innatas y necesarias de integración boliviana y como hacerlo si no es a través de la radio. Ese medio invisible capaz de crear en su amigo emociones inimaginables que en otro escenario ajeno cabe ,sólo el que lo probó lo sabe...