

## **CHOLAS FASHIONISTAS. CUANDO LA IDENTIDAD SE PORTA EN LA POLLERA, LA MANTA Y EL SOMBRERO**

**Valeria M. Salinas Maceda**

Licenciada en Economía de la Universidad Privada Boliviana con Maestría en Desarrollo Rural en la Universidad de Extremadura, España, y estudios Post-Graduales en Religión, Cultura e Investigación para el Desarrollo en la Universidad del Programa de Investigación Estratégica en Bolivia.

La Paz, Bolivia  
vales\_7@hotmail.com

### **Resumen**

Apareció en Los Andes la denominación peyorativa de “cholo”, palabra empleada para designar específicamente a los hijos de mestizos e indios (Morner, 1969). Este término se utilizaba para remarcar la condición india de un mestizaje más allá de lo biológico y se asentaba en características de la personalidad, costumbres y relacionamiento con círculos sociales más próximos a lo indígena que a lo considerado “puramente español”. A las féminas nacidas a partir de esta mezcla se las llamó cholitas, siendo identificadas por la vestimenta que se les impuso utilizar y a partir de la cual se las discriminó por años.

La evolución del atuendo de la Chola Paceña Boliviana presenta varias etapas a través de las cuales estas mujeres se empoderaron del mismo hasta convertirlo en un emblema de su personalidad y fuerza. En este sentido, en los últimos años, la Chola ha comenzado a mostrarse ante la sociedad como una diva, una mujer fashionista que sabe de moda, que disfruta siguiéndola, luciéndola y reinventándola. Ha convertido a veredas de la ciudad en sus pasarelas y a calles que recorren las entradas folclóricas de las fiestas patronales en los espacios para mostrar un verdadero fashion show. Esto se debe a la aparición progresiva de una “moda chola” vinculada a procesos identitarios y a la proyección de imágenes idealistas de Cholas Paceñas. Paralelamente, ha surgido una nueva construcción social de la Chola Paceña a partir de estándares impuestos por la moda, en los que este personaje se convierte en una fiel seguidora de la misma, a veces en una de sus víctimas, pero sobre todo en un palpable ícono de una moda 100% chukuta (típicamente paceña).

En la moda es posible encontrar un lenguaje simbólico que expresa mediante imágenes lo que desean decir miembros de una sociedad que cubren su cuerpo con palabras hechas prendas y las movilizan por los espacios en los que se presentan. De esta manera, la moda se ha convertido en el reflejo del grupo social cholo y del “ser y querer ser” de cada uno de los individuos que lo componen. Este fenómeno socio – cultural, sienta presencia al ser demandado por una Chola Paceña que desea evidenciar su evolución y saciar su necesidad de cambio y movimiento. Las mujeres de pollera, adoptan este concepto de una manera particular, logrando mantener en su vestido la esencia de lo tradicional y asociarlo a procesos de transformación sin hacer que pierda lo típico. Es así como la moda, es el instrumento que evidencia una identidad fragmenta y fracturada que se caracteriza por mantener en el tiempo ciertos rasgos y peculiaridades, y por ser producto de la transformación de otros aspectos que caracterizaron a la chola a lo largo de la historia. Por estos motivos, se estudia la industria de la moda chola, a partir de la cual se evidencia un estilo de vida y un estatus social propio del “Alto Cholaje” de La Paz.

### **Palabras clave**

Chola Paceña, Cholaje, Industria de la Moda, Identidad

## Texto

### **La chola, la cholificación y la reivindicación del cholaje**

El origen de la Chola se remonta a finales del siglo XVIII, cuando la Corona Española, después de haber aplacado el levantamiento de Tupac Amaru (1781) (Nogales 2006) [1], ordenó la prohibición de todo tipo de vestimenta asociada a la memoria de tiempos del incario (Iñiguez 2008) [2]. A partir de este hecho, se impuso a los indígenas el uso de indumentaria que imitaba a personajes populares de la sociedad española. En el caso de las mujeres, éstas debían lucir como “chulas”, nombre que recibían las esposas de los “chulos”, asistentes de los toreros (Canavesi, 1987) [3]. La nueva forma de vestir obligó a suplir los tradicionales acsu y llijlla por una falda larga y plisada, blusa vivamente decorada y un chal bordado (Rodríguez 2011) [4]. En el imaginario de la sociedad de ese entonces, quienes portaban estas prendas eran asociados a una clase inferior y a partir de la vestimenta era fácil diferenciar quien pertenecía al círculo social español y quien poseía sangre indígena. Al mismo tiempo, es en la época colonial cuando se comienza a utilizar el término “cholo”, el cual deriva del léxico aymara “chhullu”, que se traduce al español como “mestizo” (Bertonio 1612) [5]. Esta expresión era empelada como un denominativo peyorativo, precisamente para referirse a quienes habían nacido como producto de la unión de nativos y extranjeros (Morner, 1969) [6]. En este punto, se pueden distinguir dos características importantes del grupo social “cholo”. En primer lugar, son diferenciados a partir de la imagen que se les asigna a través de la vestimenta. El segundo factor que define a los “cholos” como tal, es el mestizaje, la presencia indígena en sus genes y el arraigo a costumbres más nativas que españolas. En otras palabras, se asocia a este grupo no sólo con un mestizaje biológico, sino también cultural. Ahora bien, a pesar que la palabra “cholo” es gramaticalmente un término masculino y se emplea para referirse a los varones pertenecientes a este sector social, a lo largo de la historia “lo cholo” ha sido ante todo mujer (Rodríguez 2011) [7]. En este contexto, aparece la Chola, un personaje mestizo, diferenciado por la indumentaria que porta y que no puede separarse de su condición femenina.

Fundada la República de Bolivia, a principios del siglo XIX, la Chola se perfila como personaje urbano, apareciendo en escena la llamada “Chola Decente” quien incorpora a su atuendo, las botas de media caña propias de la moda de las “señoras blancas” de aquella época, así como los sombreros importados de Italia pertenecientes a la Casa Borsalino<sup>1</sup> (Mendoza 2009) [8] y las joyas de oro, plata y perlas (Iñiguez 2008) [9]. Esta etapa representa una importante transición en la que a través de un vestuario más sofisticado algunas cholos marcan su vínculo con el ambiente urbano, asumiendo un nivel social superior y diferenciándose así de las cholos campesinas. En este punto la Chola urbana reclama una nueva mirada de la sociedad, después de un proceso de aprendizaje mediante el cual llegó a dominar el idioma, las leyes y costumbres españolas. De esta manera es que adquiere el poder de desenvolverse en

---

<sup>1</sup> Llegan a América los sombreros tipo bombín, los cuales eran dirigidos a los caballeros. Por error se importaron sombreros de color café y no negro, y para evitar pérdidas se los comercializó como la nueva tendencia en tocados para señoras. La chola paceaña fue quien adoptó como propios estos modelos.

contextos políticos, geográficos y culturales opuestos (uno más indígena y otro más españolizado) con total naturalidad y solvencia (Rodríguez, 2011) [10] llegando a convertirse incluso en un nexo entre ambos mundos. Esta transformación en la imagen de la chola, que impacta directamente en su identidad, recibe el nombre de “cholificación”, entendiéndose este término como un canal de movilidad que permite a la clase indígena ascender dentro de la categorización de la sociedad de aquella época (Rodríguez 2010) [11]. Innegablemente, esta escalada en la jerarquía social que experimentan los cholos se debe particularmente a que con inteligencia supieron aprovechar las cartas que les entregó la fusión de culturas de la que fueron producto. Sin embargo, este mestizaje es muy singular y el concepto de “cholificación” es esencial para comprenderlo y para rastrear la naturaleza de los cholos que radica en una identidad mestiza, pero mestiza sui-generis.

Desde el contexto colonial los campesinos originarios se vieron obligados a desligarse de su propio estilo de vida para adaptarse a uno diferente. Esta nueva forma de vivir incorporó elementos occidentales más no perdió la raíz india, característica que evidencia su complejidad. En otras palabras, producto de la mezcla no se vive ni como indio ni como español, se vive de una manera diferente a ambas, más no desaparece la vinculación con ninguna. De esta forma, surge una nueva identidad producto del fenómeno de la “cholificación” (Quijano 1980) [12]. Desde el punto de vista nacionalista, el mestizaje conduce a la homogenización (Wade 2008) [13] y a un “blanqueamiento” occidentalizado de la sociedad al generar una mezcla que hace a todos cada vez más similares (Stutzman 1981) [14]. Sin embargo, la “cholificación”, versión boliviana del mestizaje (Orduna 2007) [15], se contrapone a esta afirmación. En este caso, al hablar del surgimiento de la clase chola, no se suscita como tal, el temido etnocidio provocado a partir de un mestizaje que se basa en la imposición de una cultura “superior” y dominante que pretende eliminar rastros de otra (García 2014) [16]. Por el contrario, en la mezcla se observa un predominio de lo indígena sobre lo español, tipo de fusión que recibe el nombre de cholaje y que se asocia con aquellos mestizos que hacen sobrevivir a lo indio en una versión urbana (Sanjines 2005) [17]. De esta forma, a través del mestizaje se reconstruye activamente lo indígena, en lugar de oponerse a él (Wade 2003) [18], haciendo que los elementos pertenecientes a lo nativo sean los que quiebren con la homogenización de la mezcla. Es así como a partir de estos procesos, se asentó en la ciudad de La Paz “lo cholo”, de la mano de un grupo social mestizo-indio que sobrevivió a lo largo del tiempo con sus propias normas y prácticas culturales.

Ahora bien, todos estos sucesos entorno a la cholificación y surgimiento del cholaje fueron acompañados de un empoderamiento del denominativo “cholo” y de la vestimenta impuesta a modo de castigo por la Corona Española durante el coloniaje. Las mujeres del entorno del cholaje no se despojaron del vestuario de las chulas, pero la falda plisada se llamó pollera, la blusa se confeccionó en telas más finas, el chal se comenzó a denominar manta y el sombrero Borsalino se elevó al rango de accesorio indispensable. Sin embargo, por mucho tiempo se mantuvo en la sociedad el pensamiento de que vestir como Chola disminuía el valor social o incluso creaba complejos de inferioridad (Reyerros 1946) [19]. Este juicio de valor, en muchos casos hizo que las mestizas urbanas optaran por educar a sus

hijas distantes del uso de la pollera para que éstas pudieran lucir como auténticas “señoritas de vestido<sup>2</sup>” y de este modo evitar la discriminación. Los espacios y ocupaciones de las choleras fueron bien delimitados, teniendo cabida sólo en la cocina, mercados y viviendas de sus patrones, en las que desempeñaba el rol de empleada doméstica (Llanque 2008) [20]. El ámbito del comercio fue también un área en la que se esparció la presencia cholera, gracias a su bilingüismo que le permitía relacionarse en aymara y español con sus proveedores y compradores según el caso (Rodríguez 2010) [21]. Sin embargo, el escenario cambiaría por completo gracias a una constante reivindicación del cholaje impulsado por mujeres que reclamaban una mirada distinta de parte de la sociedad.

La transición se dio de manera paulatina y sus logros comenzaron a evidenciarse en las décadas de los ochenta y noventa. Es entonces cuando la Chola hace su aparición en televisión y su voz es escuchada en una emisora de radio, ejerciendo el rol de comunicadora social. Iniciando como presentadora de un programa de ayuda social, la primera Chola mediática incursiona en la política, convirtiéndose en Parlamentaria de La Paz. Este hito en la conquista de nuevos espacios por parte de las choleras significó un largo camino de ascensos en la sociedad. Poco a poco, estas mujeres tomaron las aulas de las universidades como estudiantes y de los colegios como profesoras. Se convirtieron en diputadas, senadoras e incluso ministras. Mujer con una habilidad natural para hacer negocios, se transformó en exitosa comerciante de electrodomésticos y artículos de la más alta tecnología. Además, la Chola se perfila como empresaria en emprendimientos de diferentes áreas productivas. La pantalla chica incorpora a representantes de la clase cholera como periodistas, animadoras de programas de cocina, entretenimiento, actualidad folclorista y protagonistas de reality shows. De igual forma, las mestizas-indias se imponen en spots publicitarios e incluso en producciones de cine. Es así como, resurge una mujer de pollera distinta, mujer poderosa económicamente, ostentosa, gustosa de los lujos y que exterioriza su búsqueda de ascender en los estratos sociales paceños. Sin duda, cada uno de los hechos relatados representan enormes conquistas sociales para el cholaje, pero una faceta de la Chola actual que no deja ser fascinante, es el rol de mujer folclorista por excelencia que disfruta bailando en las fiestas patronales y que se ha convertido en un ícono fashionista paceño.

### **Cómo viste la Chola Paceña**

Si bien se han generado algunas modificaciones como el sustituir las botas republicanas por zapatos planos, la esencia del vestuario continúa radicando en la denominada “parada”, conjunto de dos piezas compuesto por la manta y la pollera. Para comprender como luce hoy en día la Chola Paceña, es necesario conocer a mayor detalle las características de cada prenda y accesorio.

---

<sup>2</sup> Denominativo que se utiliza para referirse a toda mujer joven que no utiliza el atuendo de cholera paceña.



En primer lugar, está el sombrero, ya sea de copa baja, media o alta. Acorde a la moda, se presenta en varios colores, todos muy sobrios en las gamas de negros, grises y marrones. Las variaciones en este accesorio dependen de la tendencia del momento, pero los más elegantes son los conocidos como “modelo Borsalino”. Éstos además son considerados un artículo de lujo, dado su elevado precio, sin embargo existen sombreros aún más exclusivos que han incorporado en su diseño incrustaciones de oro y plata. Por otro lado, la Chola Paceña utiliza una blusa pegada al cuerpo, de escote moderado y recatado, prenda que se luce encima de la pollera hasta la altura de la cadera. Se han confeccionado diseños un poco más atrevidos en los que las blusas se asemejan a corsés, con la finalidad de tallar la figura femenina. Cubriendo esta indumentaria y reposando sobre los hombros se porta la manta, tradicionalmente rectangular, adornada en los bordes con tejidos estilo macramé que terminan en flecos. En la parte inferior del atuendo, a modo de complemento de la ropa interior, la Chola utiliza las enaguas, también conocidas como centros. Éstas son prendas similares a una falda y el juego está compuesto por seis piezas, por lo general elaboradas en telas delicadas con una suerte de encaje en el borde. Los centros se caracterizan por poseer bastas o alforzas en la parte de la cadera, que permiten que la pollera tenga mayor vuelo y por lo tanto adquiera una forma más definida y voluminosa. Sobre las enaguas se viste la pollera, falda que llega hasta los tobillos y que posee de 5 a 6 bastas horizontales que recorren la pieza de arriba hacia abajo. En los últimos tiempos se ha innovado mucho en cuanto al número de bastas con las que puede estar confeccionada la pollera, jugando no sólo con la cantidad, sino también con el ancho de las mismas. Finalmente, están los calzados, éstos son abiertos, en punta, planos o con tacón bajo. Como se ha mencionado previamente, las joyas han trascendido en el tiempo como accesorio imprescindible en la forma de vestir de la Chola Paceña. Los juegos de dichas alhajas están compuestos por tres piezas. El sombrero es adornado por el llamado “ramillete”, joya que se coloca en uno de los laterales de la copa del accesorio. Por otro lado, el prendedor es el que cumple la función de sujetar la manta, pues es un broche que une ambos lados de la prenda de vestir y se coloca a la altura del pecho. Por último, están los aretes de gran tamaño y por lo general desmontables, compuestos por una pieza más pequeña pegada al lóbulo de la oreja y otra que se desprende de la primera a manera de colgante. El oro fusionado con piedras precisas es el material predilecto para elaborar estos conjuntos, aunque existen opciones labradas en oro blanco o plata combinados con perlas.

Es importante conocer el costo que representa adquirir cada prenda de este atuendo, pues en su valor económico radica el factor de exclusividad que está vinculado al uso de la pollera. Actualmente, un sombrero Borsalino auténtico está valuado en al menos 1.500 dólares americanos, aunque existen modelos de menor costo que se asemejan al original. La parada se oferta desde los 275 USD. Respecto a las mantas, las elaboradas en pelo de vicuña, consideradas un artículo demasiado lujoso, disparan sus precios hasta los 1.450 USD. Por otro lado, el costo del conjunto de centros se aproxima a los 65 dólares. Por último, los zapatos pueden encontrarse en el mercado desde 15 hasta 250 USD cuando el modelo es más exclusivo. Ahora bien, este detalle no toma en cuenta el monto erogado en joyas, que definitivamente es el más fuerte. Un juego de alhajas por lo menos llega a costar 2.000 dólares, cifra que

asciende según el material, tamaño y complejidad de diseño de las piezas. De hecho, es posible encontrar conjuntos que sobrepasan los 4.500 dólares.

Al realizar este análisis de la inversión que representa el adquirir un atuendo de Chola Paceña, se evidencia el giro de 360 grados que ha experimentado la connotación de presentarse ante la sociedad como una mujer de pollera urbana. En pleno siglo XXI el utilizar este vestuario ha superado su carácter de obligatoriedad inicial, anulando cualquier subestimación asociada al mismo, para transformarse en una pauta de elección vinculada a un proceso de auto identificación (Barragán 1992) [2]. Hoy la Chola se reconoce a sí misma como tal, a partir de su indumentaria y es quien escoge libremente el portarla para ser identificada como diferente. Sucede algo similar a lo que se vivió en la Colonia, sólo que en la actualidad el centro de la diferencia es otro y el lucir pollera ha dejado de ser una imposición al transmutar en un deseo de muchas señoritas de vestido que al menos circunstancialmente buscan ser cholos. Esta nueva manera de afrontar el uso de la indumentaria chola convergió en un incremento de la demanda de estas prendas de vestir impulsado por consumidoras que no sólo buscaban ropas que cumplieran la función básica de cubrir el cuerpo. El contexto comenzó a exigir artículos que generaran distinción realizando la identidad de un grupo y/o un individuo (Martínez 2009) [23] y el mundo del cholaje requirió más que simples prendas de vestir, necesitó ropas que actuaran como elementos capaces de imponerse como una nueva modalidad de comunicación pues los cholos y cholos tenían mucho que decir.

### **Lentamente, surge la industria de la moda chola**

Con la llegada del año 2000 se advirtió, en La Paz, la aparición de una “moda chola” asociada a procesos identitarios y a la proyección de imágenes idealistas de estas mestizas urbanas. El concepto “moda” se asocia a las necesidades de cambio constante como rasgo cultural principal (Zambrini 2010) [24]. En esta línea, es acertado definirla como una búsqueda incansable de la novedad, un medio a través del cual se rinde culto al presente (Lipovetsky 1990) [25] y que es el causante de una delirante fuga del pasado (Giorgi 2006) [26]. De igual modo, se sostiene que la moda es un signo de debilitación de lo tradicional, por ende surge una vez que la sociedad deja de concentrarse en la tradición y lo remoto (González 2009) [27]. Sin embargo, la moda chola se aparta de esta conceptualización, dado que nace a partir de un personaje tradicional de la paceñidad que busca mantener vivo un atuendo del pasado. Es curioso observar como en el ámbito del cholaje se realizan innovaciones guiadas por lo que acontece a nivel global, pero que no buscan borrar lo pasado, sino que por el contrario intentan conservar traiciones y costumbres (Ramos, Ramos & Ramos 2011) [28]. Bajo esta lógica se erige la moda chola, combinación dual de lo nuevo y lo viejo, que se sustenta en una identidad fragmentada y fracturada que mantiene en el tiempo ciertos rasgos y peculiaridades de su raíz original, mientras simultáneamente es producto de la transformación de otros aspectos que la caracterizaron a lo largo de la historia (Llanque 2008) [29]. Es así, como esta moda ha logrado preservar lo tradicional en el atuendo de la chola y al mismo tiempo asociarlo a procesos de transformación sin provocar la pérdida de la esencia original. He aquí la habilidad de

estas mujeres pioneras en el diseño cholo-mestizo para no caer en la “historización radical” (Llanque 2008) [30], es decir no atarse a maneras, formas y modos de vestir que sobreviven a una larga data y en lugar de hacerlo, crean moda apropiando y adaptando la “moda convencional” a su atuendo para que trascienda.

De la mano de la aparición de una moda, fueron apareciendo los elementos necesarios para constituir una industria de diseño de indumentaria así como toda su cadena productiva. A partir del 2005 se comienza a evidenciar el trance de la propiedad colectiva de los diseños de paradas (realizados hasta entonces de manera colectiva) al reconocimiento de los mismos como propiedad intelectual de una persona en concreto; hecho que significó el surgimiento de los diseñadores de moda y sus respectivas marcas. Ante la presión de distinguirse, se fueron incorporando a la confección de prendas de Chola telas, apliques y accesorios que sólo utilizaban “las señoritas” para la elaboración de sus vestidos. De forma casi contemporánea, se crean las primeras agencias de modelos de Cholas Paceñas, “Promociones Rosario” y “Cholitas Fashion”. Posteriormente, se empezaron a distinguir en los medios de comunicación cholas que se convertirían en íconos de la moda. En este ámbito, aparecen figuras comerciales como el auspicio o el canje, que ayudan a promocionar a las diferentes casas de moda. Ante las primeras muestras de marketing en este sector productivo, van apareciendo materiales audiovisuales para publicitar desde zapatos hasta sombreros Borsalinos. Esto genera la necesidad de identificar mediante algún distintivo a cada creativo del mundo cholo, lo cual impulsa el diseño de logotipos (todavía muy básicos) que dotan de identidad a cada diseñador, los cuales se emplearían en tarjetas personales de presentación, perfiles y fan pages de Facebook.

Por otro lado, aparecen revistas que dan a conocer el glamur del cholaje, centrándose los ojos de los fotógrafos en las mujeres de largas trenzas, quienes se sometieron a las exigencias de equipos profesionales de fotografía de moda y se convirtieron en expertas en seducir las cámaras con un estilo propio de modelaje. Como consecuencia, comienza a desarrollarse el área de fotografía de moda para Cholas Paceñas y surgen los catálogos de joyas y prendas de vestir. En el 2016, la vestimenta de la Chola es parte del Bolivian Fashion Week y se proyecta a participar en la versión neoyorkina de esta pasarela. Es de esta manera, como van detectándose diversos bienes y servicios, que suman a la consolidación de una industria que ha avanzado a su manera, mostrándose paralela a la moda “convencional”, pues ha sabido desarrollar productos con sello propio acorde a los estándares de estética y funcionalidad que requiere el expresar el cholaje con eficiencia.

Una de las características fundamentales de la industria de la moda chola es la velocidad y gran dinamismo con la que se mueven sus ciclos, pues mientras la moda convencional atraviesa las etapas de innovación, generalización y declinación en aproximadamente seis años, dos para cada período (Cappelli 2007) [31], las Cholas hacen que este proceso reduzca incluso a una semana. El ciclo comienza aproximadamente en septiembre, cuando se inicia el trabajo de confección para los primeros eventos vinculados a la festividad de la Entrada del Señor Jesús del Gran Poder. Si bien esta entrada folclórica se lleva a cabo un sábado entre los meses de mayo y junio, las recepciones

sociales (fiestas privadas previas al evento mayor) tienen lugar cada domingo desde el último trimestre del año hasta el día en que se desarrolla la fiesta patronal. Se aclara que por lo general los fines de semana se organizan por lo menos dos recepciones sociales simultáneas a las que asisten más de 500 personas por acontecimiento. Por lo tanto, los diseñadores tienen un arduo trabajo, pues estos eventos representan fashion shows, donde las señoras pasantes<sup>3</sup> y las guías de bloque<sup>4</sup> de las fraternidades<sup>5</sup> juegan el rol de líderes de la moda. Es bastante común que celebridades del mundo cholo participen de eventos folcloristas y al tener mayor reconocimiento social, su imagen ayuda a difundir los estilos de moda propuestos. Las Cholas urbanas, seguidoras de la moda, adoptan las tendencias y en este punto es cuando el ciclo de la moda convencional y el de la moda Chola divergen por completo, pues éste último carece de la etapa de masificación. Esto sucede porque las cholos no permiten que su forma de vestir sea unificada, ya que lo principal es demostrar exclusividad. Otra diferencia, radica en que en la moda convencional el cambio de temporada, depende del cambio de estación, mientras que en la moda de la Chola Paceña esta transición se guía por las más de 300 fiestas patronales que se celebran anualmente en La Paz. Esto provoca que esta moda llegue a cambiar incluso cada semana, convirtiendo a sus seguidoras en verdaderas fashion victims que en su búsqueda de exclusividad acortan los ciclos de esta moda y la dotan de una extrema fugacidad. Finalmente, se menciona que la moda chola no acostumbra exponer las prendas con carácter comercial en los desfiles que se organizan netamente con un objetivo de exhibición, los creativos cholos escogen como la más grande pasarela de su medio a la entrada folclórica del Señor Jesús del Gran Poder, en donde se lucen los atuendos de más alta gala.

### **A modo de conclusión, qué nos dicen hoy en día las polleras y las mantas**

La Chola ha identificado en las apariencias una forma de fomentar su personalidad y de reafirmar su autoestima, dado que ha asumido la responsabilidad de desarrollar su propia identidad y expresarla a través de su imagen. Es así como, mediante el concepto visual que transmite a partir de su arreglo personal, logra emplear un lenguaje simbólico en el que las palabras son prendas de vestir que se intercambian en un sistema de comunicación de masas regulado por las formas de percepción (Calefato1999) [32]. En un diálogo permanente entre los actores de un círculo social, el aspecto físico y su ornamentación permiten reconocer a los demás y darse a conocer a uno mismo. A partir de la revolución en cuanto a moda que ha vivido el círculo del cholaje, el tipo de vestuario que portan las féminas se ha constituido en el elemento que les permite definir quiénes son, quiénes son los demás (Iñiguez 2008) [33] y como quieren que las vean. Esta concepción guarda relación con el binomio moda-poder que materializa una manifestación social de una manera particular de “estar en el mundo”. Estas percepciones son muy importantes para comprender la manera en la que habla la moda chola, pues dentro de este círculo social el concepto de “el qué dirán” es muy popular, por lo que

<sup>3</sup> Nombre que reciben las organizadoras de las recepciones sociales.

<sup>4</sup> Cholas danzantes que guían en primera fila a todo el grupo de baile en las entradas folclóricas.

<sup>5</sup> También denominados “conjuntos folclóricos” en los que el círculo del cholaje se asocia para participar bailando en las fiestas patronales.



las cholas siempre están al pendiente de las habladuras que puedan difundirse en torno a ellas. En consecuencia, contar con un instrumento que les permita dar que hablar, pero hablar siempre bien, ha sido fundamental para alimentar sus aires de grandeza.

La imagen vinculada a la moda permite hacer visibles valores culturales, valores de individualidad y distinción, valores de libertad y valores de diferenciación (Sanchez 2004) [34] y las cholas lo saben. De hecho, estas mujeres han trabajado con la moda desde un ángulo completamente diferente a la frivolidad y la han convertido en un sistema de inagotables manifestaciones culturales en el que las prendas de vestir son el centro del patrimonio de la marca social del cholaje. A través del diseño de indumentaria la Chola muestra al mundo que es parte de un grupo social, que ha logrado ser aceptada tal como es en otro y que esto no le ha costado perder su individualidad, pues como mujer ella es diferente y única. Se ha declarado rebelde ante la estética de una sociedad que no conoce el “ser cholo” y ha decidido rechazar cánones de belleza tradicionales para imponer uno con rasgos indios. En así que hoy en día, en La Paz, se reconocen modelos de pasarela de piel morena, cabello oscuro, siempre largo recogido en gruesas trenzas que llegan hasta la cintura y de ojos grandes poseedores de pestañas apiladas de tal forma que crean un delineado natural y entregan a la mirada fuerza y seducción. Estas mujeres de mediana estatura tendiendo a baja y de figura contorneada en curvas con amplias caderas, a partir del gran atractivo de su imagen, demuestran que como ellas mismas aseguran, las cholas “no se quedan atrás” y es a partir de esa actitud arrolladora que la pollera consigue todo lo que desea.

En estos tiempos, al asomarse el sombrero Borsalino se anuncia la llegada de una mujer fashionista que sabe de buen gusto al vestir, de lo chic, de vanguardia, delicadeza, y sofisticación. Al mismo tiempo, esta fémina que ha asumido una actitud casi de diva, tiene pleno dominio del castellano y del aymara, conoce sobre temas de actualidad y ha accedido a la formación académica. Además, la Chola se ha convertido en un elemento relevante dentro de la economía, inyectándole dinamismo desde su faceta altamente consumista y desde el rol de inversionista y mujer trabajadora de inquebrantable voluntad, ambiciosa y con grandes habilidades financieras. Desde la posición social en la que la ha colocado su alto poder adquisitivo, la Chola paceña es el símbolo más potente y puro del cholaje, de este grupo social que ha creado prácticas y normas sociales propias tan suyas, auténticas y tan paceñas a la vez. Orgullosa ante este reconocimiento, esta mujer continúa creando moda, haciendo que la exclusividad que representan las mantas y las polleras llenas de brillo transmita lo que es en realidad ser cholo. El día a día en la sociedad del cholaje se vive según el estribillo de una afamada morenada<sup>6</sup> “cuanto cuestas, cuanto vales”. Un mundo en el que la demostración del poderío económico es esencial, la distinción es una regla general, el dorado y el plateado son los colores preferidos y el lujo es casi una obligación. A este entorno pertenece la Chola Paceña urbana, de aquí proviene su identidad y esencia

---

<sup>6</sup> Danza tradicional boliviana preferida en el círculo cholo.

que como creadora de tendencia y moda ha decidido visibilizar a través de un atuendo que fue pensado como elemento discriminador pero que hoy luce orgullosa comunicando a viva voz que ser Chola no es para cualquiera.

### Referencias

- [1] Nogales, G. (2006, Marzo-Julio). Elementos de etnicidad en Representantes políticos del pueblo aymara: Estudio de la revalorización de elementos étnico aimara. Pasankeri - La Paz Bolivia (2000 2003). AIBR Revista de Antropología Iberoamericana, 1(2), 231-248.
- [2] Iñiguez, G. (2008). La Chola paceña, un aspecto de la dinámica del mestizaje urbano. En Reunión Anual de Etnología XXII. T.II. (563-570). La Paz: Museo Nacional de Etnografía y Folklore.
- [3] Canavesi, M. (1987) El traje de la chola paceña. La Paz: Los Amigos del Libro.
- [4] Rodríguez, H. (2011). Mestizaje y conflictos sociales. El caso de la construcción nacional boliviana. Cuadernos Intercambio, 8(9), 145-182
- [5] Bertonio, L. [1612]. (1984). Diccionario de la Lengua Aymara. La Paz: CERES- IFEA-MUSEF.
- [6] Morner, M. (1969). La mezcla de razas en la historia de América Latina. Buenos Aires: Paidós.
- [7] Rodríguez, H. (2011). Mestizaje y conflictos sociales. El caso de la construcción nacional boliviana. Cuadernos Intercambio, 8(9), 145-182
- [8] Mendoza, D. (2009). La Chola. Símbolo de identidad paceña. La Paz: Gobierno Municipal de La Paz – Oficialía Mayor de Culturas, Embajada de España en Bolivia / AECID.
- [9] Iñiguez, G. (2008). La Chola paceña, un aspecto de la dinámica del mestizaje urbano. En Reunión Anual de Etnología XXII. T.II. (563-570). La Paz: Museo Nacional de Etnografía y Folklore.
- [10] Rodríguez, H. (2011). Mestizaje y conflictos sociales. El caso de la construcción nacional boliviana. Cuadernos Intercambio, 8(9), 145-182
- [11] Rodríguez, H. (2010). Género, mestizaje y estereotipos culturales: El caso de las cholitas bolivianas. Revista Maguaré, 24, 37-67.
- [12] Quijano, A. (1980). Dominación y cultura. Lo cholo y el conflicto cultural en el Perú. Lima: Mosca Azul.
- [13] Wade, P. (2008). Race in Latin America. En Poole, D. (Ed). A Companion to Latin American Anthropology. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 177-192
- [14] Stutzman, R. (1981). El mestizaje: an all-inclusive ideology of exclusion. En Whitten, N. (Ed) Cultural transformations and ethnicity in modern Ecuador. Urbana: University of Illinois Press. 45-94
- [15] Orduna, V. (2007, Abril). El mestizaje en tiempos de indigenismo. Temas de Debate. Boletín del Programa de Investigación Estratégica en Bolivia, 4 (8), 1-4
- [16] García Linera, A. (2014). Identidad Boliviana. Nación, Mestizaje y Plurinacionalidad. La Paz: Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.
- [17] Sanjinés, J. (2005). El espejismo del mestizaje. La Paz: Instituto francés de estudios andinos, Embajada de Francia, PIEB.
- [18] Wade, P. (2003, Enero-Diciembre). Repensando el Mestizaje. Revista Colombiana de Antropología, 39, 273-296
- [19] Reyerros, R. (1946). Caquiaviri. Escuelas para los indígenas bolivianos. La Paz: Universo.

- [20] Llanque, C. (2008). El “nuevo status social de la “chola paceña mestiza” y la “chola paceña urbana”. En Racismo de ayer y hoy. Bolivia en el contexto mundial. Anales de la XXII Reunión Anual de Etnología. Tomo II. La Paz: MUSEF Editores, 533-546.
- [21] Rodríguez, H. (2010). Género, mestizaje y estereotipos culturales: El caso de las cholos bolivianas. Revista Maguaré, 24, 37-67.
- [22] Barragán, R. (1992). Entre polleras, lliqllas y ñañacas. Los mestizos y la emergencia de la tercera república. En: Etnicidad, Economía y Simbolismo en los Andes. II Congreso Internacional de Etnohistoria. Coroico. HISBOL/IFEA/SBH-ASUR. La Paz
- [23] Martínez, M. (2006). La creación de una moda propia en la España de los Reyes Católicos. En Aragón en la Edad Media. N° 19, 343-380.
- [24] Zambrini, L. (2010, Enero). Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. Nomadías, 11, 130-149.
- [25] Lipovetsky, G. (1990). El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona: Anagrama.
- [26] Giorgi, A. (2006, Diciembre) Artísticamente Moda. Tonos Revista Electrónica de Estudios Filológicos, 12. Recuperado en <https://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/Moda.htm>
- [27] González, A. (2009). Capítulo IV. Pensar la moda. En Ficción e identidad. Ensayos de cultura postmoderna (pp. 101-122). Madrid: Ediciones RIALP S.A.
- [28] Ramos F., Ramos G. & Ramos T. (2011). Tres visiones de la morenada: antropológica, sociológica y comunicacional. En Anales de la XXV Reunión Anual de Etnología. La Paz: MUSEF Editores. 331-344.
- [29] Llanque, C. (2008). El “nuevo status social de la “chola paceña mestiza” y la “chola paceña urbana”. En Racismo de ayer y hoy. Bolivia en el contexto mundial. Anales de la XXII Reunión Anual de Etnología. Tomo II. La Paz: MUSEF Editores, 533-546.
- [30] Llanque, C. (2008). El “nuevo status social de la “chola paceña mestiza” y la “chola paceña urbana”. En Racismo de ayer y hoy. Bolivia en el contexto mundial. Anales de la XXII Reunión Anual de Etnología. Tomo II. La Paz: MUSEF Editores, 533-546.
- [31] Cappelli, E. (2007). Gestión de Tendencias en Productos de Moda. Ponencia presentada en el X Congreso Nacional e Internacional de Diseño de Modas "UNIMODAA 2007", México. Recuperado de <http://tendenciasdemodacolegiatura.blogspot.com/2009/08/gestion-de-tendencias-en-productos-de.html>
- [32] Calefato, P. (1999). Moda corpo mito. ROMA: Castelvecchi.
- [33] Iñiguez, G. (2008). La Chola paceña, un aspecto de la dinámica del mestizaje urbano. En Reunión Anual de Etnología XXII. T.II. (563-570). La Paz: Museo Nacional de Etnografía y Folklore.
- [34] Sánchez, F. (2004). Fotografía: Moda y Poder. Patrones de personalidad masculinos y femeninos adoptados y consumidos a través de la fotografía de moda. Actas de las Segundas Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología de la Universidad Carlos III de Madrid. Madrid: Editorial Archiviana. 399-411.

## Bibliografía

- Barragán, R. (1992). Entre polleras, lliqllas y ñañacas. Los mestizos y la emergencia de la tercera república. En: Etnicidad, Economía y Simbolismo en los Andes. II Congreso Internacional de Etnohistoria. Coroico. HISBOL/IFEA/SBH-ASUR. La Paz
- Bertonio, L. [1612]. (1984). Diccionario de la Lengua Aymara. La Paz: CERES- IFEA-MUSEF.
- Calefato, P. (1999). Moda corpo mito. ROMA: Castelvecchi.
- Canavesi, M. (1987) El traje de la chola paceña. La Paz: Los Amigos del Libro.

Cappelli, E. (2007). Gestión de Tendencias en Productos de Moda. Ponencia presentada en el X Congreso Nacional e Internacional de Diseño de Modas "UNIMODAA 2007", México. Recuperado de <http://tendenciasdemodacolegiatura.blogspot.com/2009/08/gestion-de-tendencias-en-productos-de.html>

Doria, P. (2012). Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, 42, 101-106.

García Linera, A. (2014). Identidad Boliviana. Nación, Mestizaje y Plurinacionalidad. La Paz: Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.

Giorgi, A. (2006, Diciembre) Artísticamente Moda. Tonos Revista Electrónica de Estudios Filológicos, 12. Recuperado en <https://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/Moda.htm>

González, A. (2009). Capitulo IV. Pensar la moda. En Ficción e identidad. Ensayos de cultura postmoderna (pp. 101-122). Madrid: Ediciones RIALP S.A.

Iñiguez, G. (2008). La Chola paceña, un aspecto de la dinámica del mestizaje urbano. En Reunión Anual de Etnología XXII. T.II. (563-570). La Paz: Museo Nacional de Etnografía y Folklore.

Lipovetsky, G. (1990). El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona: Anagrama.

Llanque, C. (2008). El "nuevo status social de la "chola paceña mestiza" y la "chola paceña urbana". En Racismo de ayer y hoy. Bolivia en el contexto mundial. Anales de la XXII Reunión Anual de Etnología. Tomo II. La Paz: MUSEF Editores, 533-546.

Martínez, M. (2006). La creación de una moda propia en la España de los Reyes Católicos. En Aragón en la Edad Media. N° 19, 343-380.

Mendoza, D. (2009). La Chola. Símbolo de identidad paceña. La Paz: Gobierno Municipal de La Paz – Oficialía Mayor de Culturas, Embajada de España en Bolivia / AECID.

Morner, M. (1969). La mezcla de razas en la historia de América Latina. Buenos Aires: Paidós.

Nogales, G. (2006, Marzo-Julio). Elementos de etnicidad en Representantes políticos del pueblo aymara: Estudio de la revalorización de elementos étnico aimara. Pasankeri - La Paz Bolivia (2000 2003). AIBR Revista de Antropología Iberoamericana, 1(2), 231-248.

Orduna, V. (2007, Abril). El mestizaje en tiempos de indigenismo. Temas de Debate. Boletín del Programa de Investigación Estratégica en Bolivia, 4 (8), 1-4

Quijano, A. (1980). Dominación y cultura. Lo cholo y el conflicto cultural en el Perú. Lima: Mosca Azul.

Ramos F., Ramos G. & Ramos T. (2011). Tres visiones de la morenada: antropológica, sociológica y comunicacional. En Anales de la XXV Reunión Anual de Etnología. La Paz: MUSEF Editores. 331-344.

Reyerros, R. (1946). Caquiaviri. Escuelas para los indígenas bolivianos. La Paz: Universo.

Rodríguez, H. (2010). Género, mestizaje y estereotipos culturales: El caso de las cholos bolivianas. Revista Maguaré, 24, 37-67.

Rodríguez, H. (2011). Mestizaje y conflictos sociales. El caso de la construcción nacional boliviana. Cuadernos Intercambio, 8(9), 145-182

Sánchez, F. (2004). Fotografía: Moda y Poder. Patrones de personalidad masculinos y femeninos adoptados y consumidos a través de la fotografía de moda. Actas de las Segundas Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología de la Universidad Carlos III de Madrid. Madrid: Editorial Archiviana. 399-411.

Sanjinés, J. (2005). El espejismo del mestizaje. La Paz: Instituto francés de estudios andinos, Embajada de Francia, PIEB.



Stutzman, R. (1981). El mestizaje: an all-inclusive ideology of exclusion. En Whitten, N. (Ed) Cultural transformations and ethnicity in modern Ecuador. Urbana: University of Illinois Press. 45-94

Wade, P. (2003, Enero-Diciembre). Repensando el Mestizaje. Revista Colombiana de Antropología, 39, 273-296

Wade, P. (2008). Race in Latin America. En Poole, D. (Ed). A Companion to Latin American Anthropology. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 177-192

Zambrini, L. (2010, Enero). Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. Nomadías, 11, 130-149.

### **Biografía del Autor**

Boliviana. Máster en Desarrollo Rural de la Universidad de Extremadura, España. Licenciada en Economía de la Universidad Privada Boliviana. Diplomado en “Religión, Cultura e Investigación para el Desarrollo” en la Universidad del Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (U-PIEB) e Instituto Superior Eucomérico Andino de Teología (ISEAT). Diplomante en Gestión de Ciudades y Emprendimientos Creativos en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Cuenta con un curso de especialización en Promoción y Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas en la Comunidad, en el centro de capacitación de la Japan International Cooperation Agency (JICA) en Hiroshima, Japón. Investigadora cultural en la línea de la identidad del cholaje, su estética e industrias creativas y culturales de la sociedad chola. Sus artículos académicos en esta área de estudio han sido reconocidos en países latinoamericanos y europeos.