

# Usos y apropiaciones en la construcción de la imagen de chola en la cumbia huayño de Cochabamba

**Gabriela Alejandra Agreda Zambrana**

Cochabambina, Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana. Actualmente trabaja en el equipo de Marketing de la Fundación Jala en Cochabamba.

***[gaby.az29@gmail.com](mailto:gaby.az29@gmail.com)***

La autora declara no tener conflicto de intereses con Punto Cero ni con ningún miembro de su Comité Editorial.

**AGREDA ZAMBRANA, Gabriela Alejandra (2016) “Usos y apropiaciones en la construcción de la imagen de chola en la cumbia huayño de Cochabamba”. Punto Cero, año 21 - n°32 - julio de 2016. Pp 77-94. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Cochabamba**

## ***The building of the bolivian chola image, the uses and appropriations in the huayño cumbia in Cochabamba***

### **Resumen**

Bolivia es un país rico en manifestaciones culturales, que, en su gran mayoría, resultan de las raíces españolas o influencias de ritmos musicales que llegan de nuestros vecinos en América Latina. Esta mezcla de prácticas y manifestaciones es conocida como hibridación y a través de su estudio es posible identificar los usos y apropiaciones tanto de espacios públicos y rurales como de la imagen de chola. El estudio de la imagen de chola a través de la cumbia huayño puede ser analizado como un fenómeno musical puede traspasar fronteras y generar múltiples fenómenos culturales importantes, además de generar ingresos y movimientos económicos significativos. La investigación permite apreciar a una mujer que asume protagonismo y que refleja en sus canciones el contexto social y político en el que vive, por lo que puede ser apreciada como un ícono cultural en constante transformación en el proceso para convertirse en artista.

**Palabras clave:** Cultura popular, cumbia huayño, hibridación, chola

### **Abstract**

Bolivia is a country rich in cultural events, they are mostly influenced by Spain and the neighbors countries. This mixture of influences in a communication terms is known as hybridization and through the study of hybridization it can also identify uses and appropriations both public and rural areas as the image of the chola. The study of the image of the chola through huayño and cumbia shows how a musical phenomenon can cross borders and generate not only important cultural movements, but also economic because of the elements involved in audiovisual production, costumes and instruments reach high figures considerably. During the investigation we appreciate a woman who assumes prominence, the songs talks about their life and reflects the social and political context in which they live, the chola is an icon constantly changing and in this case assumes the role of the artist.

**Key words:** Popular culture, huayno cumbia, hybridization, chola

## 1. **Introducción**

La cultura es un fenómeno social que está en constante transformación a través del tiempo. Debido a su carácter cíclico reconfigura sus significados de acuerdo a los fenómenos o manifestaciones sociales con los que se encuentra. Un fenómeno cultural que está en constante transformación es la música, sobre todo debido al contexto en el que se produce, además de acoplarse, en ocasiones, a transformaciones no sólo melódicas sino vanguardistas respecto al vestuario y los personajes que interpretan diversos géneros.

Es en este sentido durante el año 2013 se vivía con fuerza un fenómeno cultural y musical llamado “cumbia huayño”. Los antecedentes para el surgimiento de este peculiar ritmo se deben al surgimiento en Bolivia de grupos musicales como los Ronich o Maroyu. Sin embargo estos tuvieron fuerte influencia de la cumbia chicha que surge en Perú y en Argentina, tomando de estos países características como el vestuario, el ritmo melódico empleado en la composición y el trasfondo social empleado sobre todo en Argentina que se reproduce en la cumbia huayño.

De acuerdo a reportajes realizados por el periódico Opinión antes del 2013, la cumbia huayño contaba con seis años como antecedentes de toda su trayectoria, un tiempo en el que consolidan su existencia en el medio del espectáculo ya sea a nivel local o internacional. En base a estos antecedentes hay que prestar atención al hecho de que los años 2012, 2013 y 2014 pueden ser considerados como fechas en las que la cumbia huayño tiene un apogeo indiscutible. El primer grupo que se consolidó rápidamente fue el de “Las Consentidas” y, a partir de su precedente el éxito del resto de los grupos de cumbia huayño se fue multiplicando. No hay que olvidar que el contexto político y social también fue determinante para el triunfo de los grupos de cumbia huayño dentro y fuera de nuestras fronteras, ya que el

Estado Plurinacional impulsó sus carreras e interpretó su música como una especie de reivindicación de la música rural y sobre todo de la chola. Es por eso que por primera vez se impulsó un festival de una magnitud considerable: el “Festipollera”, que cumplió con las expectativas tanto de los grupos de cumbia huayño como de sus seguidores, ya que durante dos años consecutivos la curva norte del estadio Félix Capriles se llenó por completo.

Dentro de los elementos que componen los grupos de cumbia huayño se encuentran los protagonistas de toda la puesta en escena; ya sea el cuerpo musical (guitarra, bajo, batería, charango), el cuerpo de baile (dos o tres bailarinas) e intérpretes (una sola voz femenina). Esta distribución en el escenario no se daba con los grupos de cumbia chicha, en especial porque sus integrantes eran todos varones, por lo que no contaban con la participación del género femenino en sus producciones más que para representar historias que se contaban en sus videos musicales. Característica que diferencia a los grupos de cumbia huayño de la cumbia chicha o villera por ejemplo, ya que dentro de estos géneros la presencia masculina dominaba el escenario. Este espectáculo que en algún momento fue dominado por varones sufre un giro al incorporar en la cumbia huayño un cuerpo de baile y las voces femeninas como actrices principales de este fenómeno cultural. Justamente quienes cantan y bailan la cumbia huayño son mujeres jóvenes de pollera que se apropiaron de la vestimenta típica de las señoras cochabambinas: la chola. Las cantantes de cumbia huayño toman el ícono cultural cochabambino se apropian de él, lo transforman y reconfiguran su significado para un nuevo escenario: la música.

Debido a este surgimiento de nuevos escenarios de apropiación de espacios y transformación en el rol que tienen las mujeres de pollera, se plantea como tema de investigación: Los usos y apropiaciones en la construcción de la imagen de

chola en el huayño cumbia a partir de septiembre a marzo de 2014. Para desglosar el objeto de investigación dentro de los objetivos propuestos se tomó en cuenta la identificación de espacios de apropiación por parte de los grupos de cumbia huayño. Posteriormente se describen los mensajes emitidos por la cumbia huayño a través de sus elementos estéticos y artísticos. Y finalmente se explican los elementos de hibridación de la imagen de chola en la cumbia huayño. (Cf: Agreda 2014:2)

### **1.1 Metodología de investigación**

La investigación realizada fue de carácter netamente cualitativo. Para recabar la información pertinente se utilizaron técnicas de investigación como la observación, el análisis de contenido y las entrevistas en profundidad ya sea a integrantes de los grupos de cumbia huayño o personas especializadas en el tema de cultura.

La investigación se realizó entre los años 2013 y 2014 tomando en cuenta como momentos importantes para el trabajo de campo de observación el festival "Festipollera" en sus versiones 2013 y 2014. Se aplicó durante estos eventos fichas y diarios de observación que tomaban en cuenta apartados como lugar, fecha y descripción del evento; así mismo se tomaron fotografías y también se hicieron videos para no perder detalles que puedan enriquecer la investigación. Durante este periodo también se desarrolló el levantamiento de datos con otras herramientas de investigación como la entrevista que se fue aplicando a expertos en el tema, público e integrantes de los grupos de cumbia huayño. Las entrevistas que se realizaron en el caso de los expertos en el tema fueron en profundidad, abiertas y semi-estructuradas logrando un diálogo fluido con los investigadores. En el caso de la aplicación de las entrevistas a estudiantes, diseñador gráfico e integrantes de grupos de cumbia fueron semi estructuradas, sin embargo en el caso de la integrante de cumbia huayño fue cerrada y

estructurada por el tiempo ya que la entrevista se realizó durante una presentación en vivo.

Fueron aplicadas también tablas de análisis de discurso específicamente a los videos de Youtube los tópicos que se tomaron en cuenta están basados en la siguiente disposición: Nombre del grupo, título de la canción, número de planilla y fecha. Dentro de los elementos a ser analizados en la ficha el desglose se realiza en base a tomas, planos, locación, iluminación y efectos. También se tomó en cuenta elementos mucho más específicos como el número de integrantes y las locaciones en las que se realizaron las grabaciones de los videos.

Dentro de los criterios de estudio que se establecieron se tomaron en cuenta el número de reproducciones de los videos en Youtube; esto permitió definir cuáles de los grupos de cumbia huayño eran los más populares y cuáles gozaban de mayor interacción en base a la cantidad de reproducciones. El análisis de discurso también fue aplicado a DVDS que fueron adquiridos en el mercado La Pampa, debido a que en este mercado se realizaba la mayor cantidad de compra y venta del material audiovisual de los grupos de cumbia huayño. La muestra se realizó en base a la cantidad de ventas de los DVS aplicando sondeos a los vendedores que especificaban qué grupos eran los más requeridos por los compradores. Las tablas fueron aplicadas con los mismos elementos a analizar en ambos casos Youtube y DVDS.

El universo que fue tomado en cuenta para la muestra fue establecido en base a la popularidad de los grupos de cumbia huayño y sus apariciones en medios o eventos importantes como el "Festipollera". La muestra fue definida en base a criterios establecidos por el investigador tomando en cuenta sondeos realizados en el mercado y visualizaciones frecuentes de los canales en Youtube o perfiles

de Facebook más activos de los grupos de cumbia huayño.

Así mismo fue importante para la investigación fue el planteamiento de una hipótesis de investigación:

*“La imagen de chola es utilizada como ícono cultural y de belleza en diferentes espacios de la ciudad donde se interpreta cumbia huayño. Como resultado, la imagen de Chola sufre procesos de hibridación dentro de los roles culturales que representaba.*

*A raíz de esta hipótesis planteada se pudo apreciar que durante la interpretación de cumbia huayño, los grupos musicales utilizan lugares públicos dentro y fuera de la ciudad que tienen como significado el surgimiento de procesos de apropiación que los identifica y diferencia de otros géneros musicales.” (AGREDA 3: 2014).*

Dentro de este proceso de apropiación de espacios es evidente que existan otros elementos como la emisión de mensajes a través de escenografía, montaje de videos y composición de las letras. Estos elementos por supuesto significan una fuerte evidencia de un proceso de hibridación de la imagen de chola asumiendo nuevos roles que permiten se convierta en una estrella. A diferencia de lo que inicialmente representaba la figura de chola, hacía referencia nada más que una mujer relegada que se ocupaba de las tareas del hogar; gracias a la cumbia huayño asume un fuerte protagonismo representando su cotidianidad en la música que canta.

Se tomaron en cuenta para la investigación una serie de entrevistas a expertos en el tema, integrantes y personas escogidas al azar (que previamente escucharon canciones de cumbia huayño) para que puedan aportar con sus criterios a la investigación.

**Tabla N° 1**

<b>Nombre completo del informante</b>	<b>Perfil Profesional</b>	<b>Fecha y lugar de la realización de la entrevista</b>
Daniel Acarapi	Diseñador gráfico	20/05/2014. Casa de la Cultura Cbba.
Bruno Vargas	Estudiante	23/05/2014. Universidad Mayor de San Simón
Adrián Cardozo	Estudiante	23/05/2016. Universidad Católica Boliviana.
Marcelo Guardia	Experto	16/05/2016. Universidad Católica Boliviana.
Leonardo de la Torre	Experto	28/05/2016. Universidad Católica Boliviana.
Patricia Sejas	Integrante de grupo de cumbia	06/06/2014. Concierto del grupo “Las chicas albri-cias”

**Fuente: Elaboración Propia**

Es importante comprender a nuestro objeto de estudio no sólo a partir de la teoría y estudios publicados por parte de los investigadores en comunicación; sino entender que las primeras ocasiones en las que se habló de la mujer de pollera dentro de roles sociales y culturales fue a partir de los roles protagónicos que iba adquiriendo gracias a la influencia del Estado Plurinacional. No obstante son pocas las investigaciones que muestran a la mujer de pollera asumiendo el rol político de su “reivindicación”. Todos los estudios culturales realizados hasta la fecha fueron investigaciones que buscaban dar respuesta a los nuevos roles culturales que envolvían la realidad de las cholos. Los cambios en su vestimenta y conduc-

ta como Jiménez (2002) describe en su tesis "De Chola a Chota: La identidad en los usos de la vestimenta: Mujeres inmigrantes de Jach Ojo en el barrio popular 1° de Mayo" se refieren netamente a los casos de inmigración. Obviamente estos cambios en la apariencia y en la conducta son transformaciones obligatorias, innovaciones que demanda la sociedad para ser parte de ella. En cambio las transformaciones que se evidencian dentro de la cumbia huayño son voluntarias, no sólo se reconfigura la imagen de chola sino que también se aprecia una mujer que juega con estos elementos adoptando de acuerdo al contexto la imagen de chola o no.

Fue especialmente interesante para los investigadores la producción audiovisual de los videos musicales de los grupos de cumbia huayño. Varios temas de investigaciones en tesis llegaron a la conclusión de que la producción de videos musicales por parte de los grupos de cumbia huayño conformado por mujeres de pollera y mejor conocidas como "Las Reinas del Charango" surge bajo la necesidad de expresar libremente sus sentimientos y vivencias cotidianas como nunca antes se habían demostrado.

Las investigaciones que se realizaron previamente demuestran en sus hallazgos un antecedente de roles protagónicos asumidos por parte de los grupos de cumbia huayño; ya sea a través de la interacción e incursión de los grupos de cumbia huayño en el uso de nuevas tecnologías, específicamente en redes sociales. Esto se confirma a través de un caso específico con el grupo "Las Consentidas" y su actividad en Youtube nos permite conocer a fondo que estos grupos de cumbia huayño también hacen uso de las redes sociales para incrementar el número de sus seguidores emulando el éxito que otros artistas en general obtuvieron a través de la interacción directa con sus seguidores. No sólo en el esfuerzo que imprimen en la producción audiovisual, sino en el cuidado de generar interacción entre el público y los grupos

dentro de sus redes sociales oficiales. No es casual que como consecuencia de esto los grupos de cumbia huayño hayan realizado fuertes inversiones en equipos de realización audiovisual y relaciones públicas que permitían mejorar la producción audiovisual y relacionamiento con el público de manera considerable.

Con todos los antecedentes mencionados se vio necesario realizar una nueva investigación que esté dirigida al personaje principal de los grupos de cumbia huayño, ya que la investigación previa realizada mostró aportes significativos respecto a los productos audiovisuales de los grupos y el uso de redes sociales a través de la interacción.

Lo que se busca es entender al elemento principal de la cumbia huayño, ¿por qué un ícono tan representativo de nuestra identidad cultural se convierte en un símbolo de erotismo? ¿Por qué asume un rol protagónico dentro del escenario al cantar y escribir canciones sobre su cotidianidad? Se vuelven clave las palabras identidad, chola, negociaciones y apropiaciones y cumbia huayño para poder estudiar la construcción de la imagen de chola en la cumbia huayño de Cochabamba.

## **2. La teoría frente la realidad**

Todas estas negociaciones, apropiaciones y roles protagónicos asumidos por la chola que interpreta cumbia huayño son el resultado de lo que denomina Bajtin como manifestaciones populares.

Es innegable que el origen de la cumbia huayño de debe a la fiesta ya sea a través de la manera de montar espectáculos y expresión de lenguaje. En el caso de esta investigación son elementos que se van desglosando a partir del diseño de la vestimenta, la puesta en escena y la representación de canciones en los videos musicales. Todos estos elementos significan que:

*La revalorización de la identidad es justamente el proceso que se da a través de la*

---

*cumbia huayño ya que se rescatan elementos como el zapateo, la vestimenta típica de la Chola por mencionar algunos. Sin embargo el carácter dinamizador de la cultura permite que dentro de este ritmo ocurra la elitización y popularización de la que habla Malo. En el sentido de que antiguamente el huayño era un ritmo musical interpretado por las élites y ahora significa un movimiento grande de lo "popular". (AGREDA 10:2014)*

Tal como se menciona en la cita superior el ritmo del huayño era un ritmo considerado típico de las provincias de valle alto de Cochabamba; hasta que fue influenciado fuertemente por la cumbia villera de Argentina y por el huayño zapateado del Perú.

Esta influencia también es parte de una fuerte necesidad de expresión por parte de la población que habita el Valle Alto de Cochabamba y el Chapare que vivían intensamente el fenómeno de las migraciones a Europa y no encontraron otra forma de expresar su realidad en ese entonces a través de la música.

Fue así que los grupos de cumbia huayño surgieron y fueron protagonistas de lo que se conoce en comunicación como hibridación cultural, esta mezcla fue posible gracias al uso de ritmos típicos de la música folklórica nacional y fusionándolos con la cumbia villera que provenía de países vecinos. Esta hibridación cultural resulta importante porque representa configuraciones de consumo cultural y también configuración en la identidad de los individuos que son protagonistas de la hibridación.

Así lo afirma García Canclini cuando nos dice que "algo frecuente como la fusión de melodías étnicas con música clásica y contemporánea o con el jazz y salsa puede ocurrir en fenómenos tan diversos como la chicha, mezcla de ritmos andinos y caribeños" (GARCÍA CANCLINI, 2001: 15)

Además de la fusión de ritmos García Canclini también explica que la hibridación cultural no se produce de manera individual, sino que se da a través de una

construcción grupal y colectiva; y efectivamente encontramos que quienes interpretan cumbia huayño son grupos, si bien existen voces principales de las cholas que cantan, todas están acompañadas de un cuerpo de baile y una banda que interpreta diferentes instrumentos musicales.

La hibridación basada en la construcción musical y escénica de los grupos de cumbia huayño también debe estar asociada con lo que es la cotidianidad de cada individuo y por supuesto la cultura popular. Ya que cada uno de estos grupos busca la "creación e innovación, donde hombres y mujeres explicitan su deseo de ser y su esfuerzo por existir" (GUARDIA, 2003: 35)

Esto se hace evidente en las letras y producciones audiovisuales de los grupos de cumbia huayño, ya no se habla solamente de su realidad cultural; sino que el símbolo de la chola se transfigura considerablemente y se aprecia una mujer que asume un rol protagónico. Una mujer que sufre rupturas sentimentales, que no es sumisa y que está consciente de su sensualidad, ya que se aprecia una construcción de identidad sumamente diferente de la que estábamos acostumbrados con la chola cochabambina como ícono.

Finalmente para comprender a cabalidad a la chola y la construcción de su imagen dentro de la cumbia huayño es importante entender este fenómeno a través de la emisión de mensajes y construcción de identidad a nivel teórico. Sobre todo porque en esta investigación uno de los objetivos específicos pretende "comprender los intercambios simbólicos dentro de la cumbia huayño, a partir del lenguaje estético, audiovisual, la puesta en escena y las coreografías realizadas dentro de este ritmo musical" (AGREDA, 26: 2014)

Tomando en cuenta el tópico sobre el significado de apropiaciones también es importante tomar en cuenta la apropiación de espacios físicos para realizar los videos musicales de los grupos de cumbia huayño. Ya sea en espacios rurales propios de

la identidad con la que se formaron estas agrupaciones o en la ciudad donde cada vez se notaba mayor presencia. Esto es sumamente importante para el desglose de la investigación tomando en cuenta el aporte de Frascara en el que menciona lo siguiente "la interacción con edificios y paisajes genera respuestas totales en todas las personas. No sólo vemos el paisaje o los ambientes: en el ver sentimos nuestro cuerpo proyectando en esos espacios. (FRASCARA, 1999: 17)

### **3. Relación entre manifestaciones populares, cumbia y la chola**

#### **3.1 Manifestaciones populares**

Las manifestaciones populares pueden expresarse a través de la pintura, la escultura, y en esta caso la música. Bajo esta mirada es posible identificar a la música como una manifestación popular valiosísima para entender el fenómeno de la cumbia huayño. Es por eso que:

*"sería un error pensar que la música es un mensaje enviado por el productor hacia el receptor que asimila activamente o pasivamente los contenidos propuestos por el emisor. Ciertamente podremos aproximarnos más al entendimiento de este fenómeno comunicativo, si lo consideramos como una dinámica de procesos de interacción con múltiples faces que, partiendo de esa primera idea aquí levantada, abarque otras posibilidades a niveles más amplios"* (GUARDIA, 2001:86).

La cumbia huayño significa un intercambio de mensajes que se reconfiguran continuamente y siguen la línea que afirma Guardia cuando habla de una dinámica de procesos de interacción. Absolutamente todos los elementos melódicos y de composición de letras emiten un mensaje y buscan intercambios dinámicos de significado entre emisores y receptores.

Este género musical es fruto de la fiesta, desde que se iniciaron las investigaciones en representaciones populares se conoce que el origen de muchas interacciones ocurren dentro de ambientes festivos. En

primer lugar festividades religiosas y posteriormente ambientes que son netamente de entretenimiento. Sin embargo estos eventos permiten que se puedan identificar elementos únicos (en el caso de la cumbia huayño) que diferencia a los grupos uno de otros.

Según un estudio realizado sobre cumbia villera en Argentina, Amaré y Vidal comentan que la música es un bien cultural que deriva en identificación de la población no sólo en el ritmo sino con el contexto y la narrativa de las canciones. Es por eso que la mayoría de los seguidores de la cumbia encuentra elementos que representan su realidad inmediata y se sienten identificados. En especial porque las situaciones que se cantan dentro de la cumbia huayño o cumbia villera (que fue su influencia más cercana) son situaciones que representan realidad social, económica y política que se adecúan al acontecer cotidiano de intérpretes y público de la cumbia huayño.

#### **3.2 Cumbia huayño**

La cumbia huayño como se menciona en el párrafo introductorio surge de la influencia directa de lo que era la cumbia chicha peruana y obviamente de la cumbia villera en Argentina. Fue cobrando fuerza en la ciudad a partir de fenómenos migratorios del campo a la ciudad. Es por eso que uno de los nombres que se manejan como influencia directa de la cumbia chicha peruana corresponde al grupo los "Demonios del Mantaro". El grupo se denominaba chichero porque el contexto en el que se desenvolvía artísticamente era un lugar de fiesta y estaba acompañado de "Chicha" (bebida alcohólica elaborada a base de maíz fermentado).

Posteriormente fueron surgiendo nuevas investigaciones que identifican que las principales influencias sobre la cumbia huayño son ritmos tropicales y de ahí que se produce la hibridación por la fusión de instrumentos y elementos musicales que dan como resultado la cumbia huayño.



---

Marcelo Guardia describe la cumbia huayño como una “dimensión muy superior, en cuanto a espacio cultural y productivo. Sus producciones inundan los circuitos formales e informales. Es un tipo de música que se escucha en todos lugares” (GUARDIA, 2001: 251)

Es por esta razón que la cumbia huayño está fusionada con un elemento netamente tradicional y típico de nuestra cultura folklórica nacional: el huayño. Este género ha permitido a innumerables compositores y grupos destacarse en el medio artístico generando gran cantidad de ingresos y sobre todo ensalzar la cultura en la cual aparece la mujer de pollera por ejemplo.

El huayño tiene dentro de sus elementos característicos charangos, guitarras y es bastante conocido por el ritmo alegre y por la incorporación de un zapateo. En relación a la cumbia huayño se mantiene el charango como el instrumento principal y se incorporan instrumentos más electrónicos que le den la característica de “cumbia” a la melodía (teclados, guitarras, bajos, etc.)

Una de las diferencias principales de la cumbia huayño con la cumbia peruana o argentina por ejemplo es la aparición de la figura femenina como protagonista. Esta característica permitía el pleno reconocimiento de un grupo de cumbia huayño, en especial por la uniformidad en el vestuario y las coreografías realizadas al momento de presentaciones en vivo o en videos musicales.

### **3.3 La chola**

Las mujeres que interpretan cumbia huayño representan en su indumentaria a la mujer de pollera, es decir que toman un ícono tradicional como referente que las permita distinguirse de otros grupos o estilos musicales.

La figura o el traje de la chola en Bolivia nos lleva a recurrir a la historia muchos años atrás, en los que las mujeres natu-

rales o mestizas de nuestro país tenían como prendas de vestir indumentaria que permitían identificarlas fácilmente: la pollera, dos trenzas, una blusa de tocuyo y en algunos casos abarcas. El traje de chola tampoco representa una vestimenta netamente propia de la cultura boliviana, sino que es una reconfiguración de la vestimenta de la colonia española, que como habíamos visto con la música sufre una hibridación y resulta en la pollera corta y dos trenzas para las mujeres de clase social media baja en el país.

No es casual en absoluto que este ícono tan importante haya sido elegido para convertirse en la estrella de la cumbia huayño, la historia que hay detrás de la chola la representa como una mujer tenaz, valerosa, que no teme trabajar, etc. La describe de mejor manera Paredes como se parecía a continuación:

*“en ciertos aspectos, la chola, a lo largo de la geografía boliviana, es una mujer que unifica sus cualidades, por ejemplo en su capacidad increíble para el trabajo, en su temperamento apasionado, difiere de acuerdo a la región a la que pertenece” (PAREDES, 1992:37)*

Dentro de la configuración de la imagen de chola como tal hay que tomar en cuenta que influyen bastante factores políticos, sociales y económicos para los roles que representa dentro de nuestro contexto nacional. Adquiere con fuerza protagonismo en puestos políticos por ejemplo que permiten que el reconocimiento sea mayor. La chola que interpreta cumbia huayño (en sus inicios) representaba a la mujer que vivía en el campo, en su vestimenta se apreciaba su estilo de vida y su sencillez. Es por eso que los primeros videos musicales de cumbia huayño simplemente representaban la cotidianidad de la chola que vestía sus trajes más sencillos. A medida que la cumbia huayño evolucionaba lo hizo también el traje, esta vez ya no representaba una mujer sencilla o sumisa. Sino que la pollera es cada vez más corta y se utilizan nuevos materiales para la confección de su traje que le otorgan brillo y distinción.

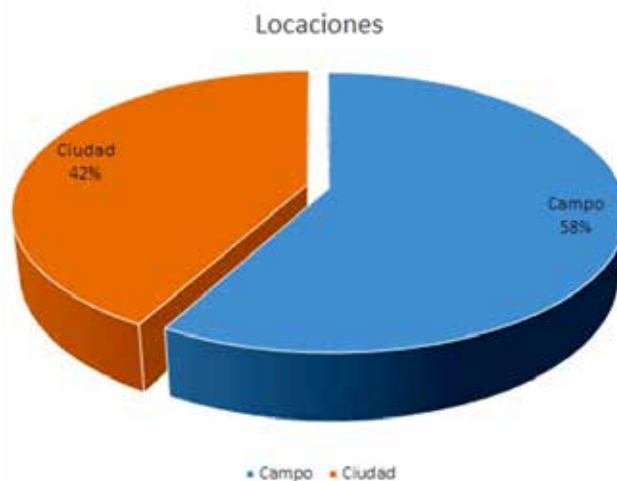
#### 4. Investigación y resultados

El primer objetivo planteado dentro de la investigación tenía como meta identificar los espacios de apropiación de la imagen de chola en el huayño cumbia de Cochabamba. Para lograr cumplir con este objetivo y recabar datos fue importante elaborar tablas de análisis de discurso con el fin de desglosar en mayor cantidad elementos de los grupos de cumbia huayño que puedan ser aportes ricos para la investigación. Para esto las tablas estaban diseñadas de modo que se puedan identificar el tipo de planos utilizados. La cantidad de efectos visuales incluidos en los videos musicales y sobre todo el lugar donde se realizaron los videos, ya sea en el campo o en la ciudad. A partir de la información recuperada de estas tablas se logra obtener datos sobre los usos y apropiaciones que los grupos de cumbia huayño le dan a ciertas locaciones rurales o urbanas.

De todos los videos musicales que fueron analizados claramente se encontró la preferencia de los grupos de cumbia huayño en locaciones rurales. Esto muestra que existe una fuerte raíz en el origen de la cumbia huayño. No abandona completamente el lugar donde proviene y si bien se muestra la evolución incluso social de la mujer de pollera al convertir locaciones urbanas como suyas, no abandona completamente el carácter rural de donde proviene la vestimenta.

No existe una diferencia sustancial entre campo y ciudad pero responde claramente al fenómeno de la migración no sólo al exterior del país, sino a la búsqueda de mejores oportunidades que ofrece Cercado. Se puede corroborar esta información en los gráficos, tomando en cuenta que "Los porcentajes que diferencian a las locaciones entre sí son la prueba de que códigos, productos y prácticas culturales están en constante movilidad y procesos de transformación" (AGREDA, 2014: 62)

Gráfico N°1: Escenarios de grabación



Fuente: Elaboración propia a partir de AGREDA 2014:63

También es importante mencionar que entre los grupos de cumbia huayño existen diferencias bastante notorias respecto a los lugares que se utilizan como locaciones para los videos musicales que realizan.

*Establecen ciertos lugares que llegan a ser "marcar personales" los cuales inmediatamente se asocian a los grupos de cumbia huayño. Por ejemplo en el caso de Las Consentidas el uso de la Plaza Colón de día y de noche casi siempre está presente dentro de sus videos musicales. Este grupo prefiere la combinación de escenarios rurales como ciudadanos, pero nunca existe una variación en relación a la plaza utilizada. (AGREDA, 2014: 63)*

Esta afirmación es un común denominador que se repite con todos los grupos. Los lugares preferidos para ser locaciones de los videos musicales son los siguientes: Parque Lincoln, Cine Center, Cristo de la Concordia, Plaza Colón y Los Arenales.

## Gráfico N° 2 Escenarios de grabación escogidos por los grupos de cumbia huayño



**Fuente:** Elaboración propia en base a **AGREDA 2014: 64**

Durante el desarrollo de la teoría frente a la realidad se explicó que la construcción de identidad era un proceso colectivo. La necesidad de producir significados e interactuar con consumidores de cumbia huayño. La elección de estos sitios se debe a una “especie de posicionamiento no sólo en la construcción de sí mismos, sino en la mente del espectador, basados en una de las cuatro premisas del marketing que habla sobre posicionamiento de cualquier tipo de producto” (AGREDA, 2014: 65)

Si ya resulta interesante la idea de que los grupos realicen apropiaciones de espacios públicos en la ciudad y de escenarios bastante rurales en el campo. Surge la necesidad de destacarse aún más y llevar a la imagen de chola lejos de nuestras fronteras. Debido al impacto y éxito de los grupos de cumbia huayño, sus aspiraciones crecieron considerablemente y se vio la necesidad de traspasar límites. Muchos grupos comenzaron a realizar viajes a Perú, Argentina y Brasil, durante sus viajes usaron como locaciones los lugares más representativos de estas ciudades y sobre todo fueron preferidas las tomas realizadas en la playa.

Si bien las letras de las canciones de cumbia huayño están enfocadas a la vivencia

cotidiana de las mujeres respecto a las emociones que experimentan durante una relación. El fenómeno de la migración fue el detonante para darle un giro a la representación de la cotidianidad de la chola. Es por eso que al encontrarse en Europa en calidad de migrantes a través de la música se decide simbolizar la situación social y el contexto con el que se enfrentaban.

*Una música o género resulta relevante en un determinado contexto si produce en ese contexto algún efecto. La relevancia depende más que de la música en sí, de su contextualización en un espacio. La forma en que una música es percibida por un grupo humano implica que este le atribuirá determinados significados, le dará determinados usos y cumplirá dentro de este grupo determinadas funciones. (AMARÉ y VIDAL, 2013: 147)*

Y justamente en Europa donde se produjeron cantidades considerables de videos musicales de cumbia huayño. Comprobandose que el contexto produce un efecto en las protagonistas de cumbia huayño. Ya no representan (dentro de sus composiciones) un conflicto emocional de pareja. Ahora vemos a una mujer que asume la responsabilidad de trabajar por su hogar, una mujer que abandona las trenzas y la pollera y las cambia por tacones y cabello liso para asumir el sustento económico de su familia. Se ve sufrimiento pero esta vez en la faceta de madre, en la faceta de una joven que vive una realidad completamente diferente de la que conoce.

A través de una mirada más profunda se aprecia cómo la chola reconfigura su rol dentro de la música y poco a poco se apropia de espacios en la ciudad y mantiene el campo como el lugar de dónde proviene su identidad.

Pero esta mirada se enfoca solamente en la imagen rescatada de presentaciones en vivo o videos musicales de los cuales se extrajo la información. Ahora es preciso hacer un análisis más profundo respondiendo a las preguntas: ¿Cuál es el aporte de las letras de las canciones y qué ima-

gen proyectan? ¿Cómo se plasma la visión de las mujeres en las letras de las canciones que componen y cantan? y ¿Cómo afecta al rol que tienen como mujeres de pollera que poco a poco son vistas por el público como estrellas?

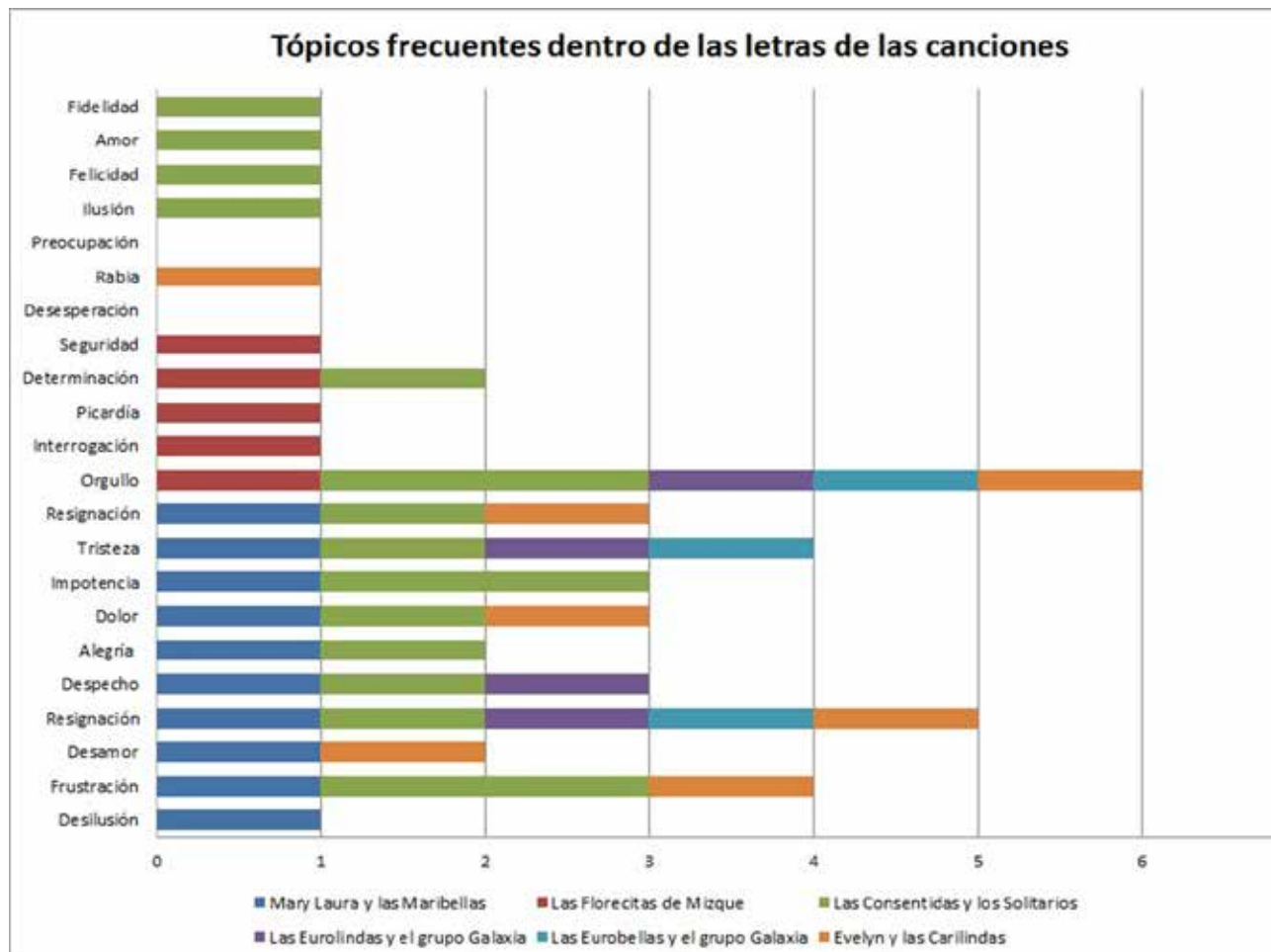
Las letras de las canciones son representaciones de la cotidianidad, "cada una de las situaciones plasmadas dentro de la composición de las letras significa vivencias, que son protagonizadas por todo tipo de público. Los temas son de conocimiento universal" (AGREDA, 2014: 68)

Identificando plenamente las letras de las canciones plasmadas en los ritmos de cumbia huayño, podemos mencionar las siguientes:

**Gráfico N° 3 Letras de las canciones en la cumbia huayño**

Los tópicos mencionados en las letras son la afirmación de la teoría propuesta por Marcelo Guardia, cuando habla de la representación de la cotidianidad a través de la expresión artística. También se simboliza la migración en Bolivia, acontecimiento social que inició en el año 2003 a partir de la disgregación de muchas familias y diez años después esta ausencia se hizo notar a través de las letras de cumbia huayño.

Para entender la relación entre el contexto social y la performance de los grupos de cumbia huayño Leonardo de La Torre colaboró con la investigación a través de una entrevista en la explica a la perfección el proceso creativo de la composición de cumbia huayño.



**Fuente: Elaboración propia en base a AGREDA 2014: 69**

*“Inicialmente la composición de las letras de cumbia huayño fueron el resultado de una o dos composiciones de las parejas sentimentales de las figuras principales de la cumbia huayño. El trabajo como compositores o mánagers de los grupos era simultáneo, y muchas de las letras eran alusiones a la mujer como objeto, movimientos sensuales, etc. Sin embargo durante el boom de la migración, la mujer se convirtió en un referente para realizar composiciones. Se convirtió en protagonista de las luchas a las que se enfrentaba en un contexto social que no aceptaba a la mujer de pollera tal y como era. La vestimenta sobre todo fue el primer aspecto en que se cambió a la chola que salió a sustentar económicamente a su familia. Una mujer que es capaz de ser exitosa dentro y fuera del escenario”.* (Entrevista a Leonardo de la Torre 28/05/2014)

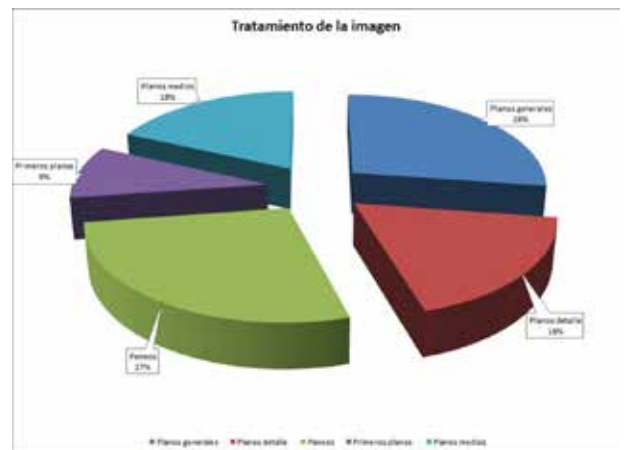
El proceso de describe Leonardo hace referencia directa al miedo, entusiasmo, lástima y risa que son cuatro elementos que identifica Martín Barbero. Cuando habla de manifestaciones sociales y dentro de los mensajes identificados en la cumbia huayño es común encontrar los cuatro dentro de una misma composición o por lo menos identificarlos individualmente.

Los grupos de cumbia huayño juegan con estos cuatro elementos de acuerdo al estilo que han adoptado, ya que existen grupos que cantan solamente “baladas” o grupos que se dedican a interpretar canciones netamente sobre fiesta y diversión. Elementos que representan la marca registrada de los grupos analizados durante la investigación. (Cf: Agreda, 2014:73)

Haciendo énfasis de lleno en lo que es la puesta en escena por parte de la chola dentro de la cumbia huayño, es importante tomar atención en las coreografías y la manera en que las cantantes asumen el rol protagónico. Ya sea en presentaciones en vivo o en producciones audiovisuales la imagen resulta de vital importancia para consolidar la línea gráfica de los grupos.

Son muy utilizados los efectos especiales dentro de los videos musicales, los mismos hacen énfasis al nombre de los grupos. Y de acuerdo a los videos analizados mientras más efectos se utilicen más llamativo es el video para sus seguidores. Así como el tipo de planos utilizados que representan importancia en cuanto al manejo de lenguaje audiovisual para dar mayor importancia a las letras de las canciones o marcar características propias de cada grupo. Este tratamiento se aprecia en el siguiente cuadro:

**Gráfico N° 4 Planos utilizados dentro de los videos musicales**



**Fuente: Elaboración propia basada en AGREDA 2014: 75**

El resultado de este tratamiento de acuerdo a nuestra investigación tiene los siguientes propósitos: posicionar la imagen de cada grupo en su público a través de diferentes filtros y efectos especiales que los distingan entre sí y generen mayor consumo en su público meta. Y finalmente otra de sus metas es la de emitir mensajes a través del lenguaje corporal, identificando reivindicación de la imagen de la mujer frente a la figura del hombre. Tratando sub temas como equidad de género, erotismo y sexualidad de la mujer como protagonista de la cumbia huayño.

Justamente sobre erotismo y sexualidad es que se trabaja al momento de emitir mensajes a través de la vestimenta.

Y es a través de la misma donde se nota la reconfiguración de la imagen de chola significativamente.

**Figura 1. Imagen proyectada a través del vestuario**



**Fuente: AGREDA, 2014:78**

Es importante puntualizar que el atuendo de las intérpretes de cumbia huayño mantiene los elementos típicos del traje inicial: pollera, falda, blusa y trenzas. Cuando nacieron los grupos de cumbia huayño mantuvieron estos elementos de una manera similar a la mujer de pollera que vemos cotidianamente en la calle. Los únicos cambios que se realizaron fueron los de uniformizar los colores ya sea la pollera o la blusa y optar por colores llamativos como el rojo, amarillo, etc.

Ya con la evolución en cuanto a composición de letras y música, añadiendo la creciente fama de los grupos, se pensó en trabajar mucho más su imagen a través del diseño exclusivo de su indumentaria. Las polleras en algunos grupos tenían corte más largo, en contraste al largo el material de confección era mucho más llamativo y brillante. Durante esta fase de confección de vestuario se pone especial atención en los bordados de las blusas y se implementan más adornos y variaciones en el cabello, sin embargo no se pierden las dos trenzas.

*El manejo del vestuario por parte de los grupos de cumbia huayño demuestra el carácter mestizo e híbrido que se le*

*ha otorgado a la música a partir de su combinación con el huayño. Además de eso se evidencia la apropiación de un ícono cultural como es la mujer de pollera y se juega bastante con la belleza y sensualidad de la misma, proyectando una imagen de una mujer coqueta, segura de sí misma y sobre todo asumiendo un rol protagónico en el estrellato. (AGREDA, 2014: 80)*

Cabe destacar que el uso del vestuario también está caracterizado por la locación en la que se está realizando el video musical o las presentaciones en vivo. Si las canciones son interpretadas en un escenario rural el vestuario es más limpio, los colores son enteros y la confección es mucho más sencilla. Sin embargo si el video musical es filmado en la ciudad o tiene tomas realizadas de noche las polleras son mucho más vistosas y se aprecia bastante trabajo de bordado en las blusas. La idea es no pasar desapercibida en especial a nivel de construcción estética, en palabras de Marcelo Guardia: *“La estética está en la música, en la vestimenta, en el baile, en la coreografía y los mestizo también está en todo. Tú ves la ropa y no puedes ver el origen pero es una ropa mestiza, la pollera es una ropa mestiza”.* (Entrevista a Marcelo Guardia 16/05/2014)

En base a esta entrevista realizada como se menciona en los párrafos iniciales de la investigación y el sustento teórico, la cumbia huayño no es sino el resultado de una hibridación cultural sobre otra hibridación como es el mestizaje. Hay que recordar que la vestimenta típica de la chola no era propia de los nativos en América del Sur sino que fue una imposición de la vestimenta española que sufrió una transformación y se convirtió en la vestimenta que actualmente conocemos en la mujer de pollera.

Incluso dentro de los grupos de cumbia huayño encontramos porqué el diseño del vestuario es importante y cómo ayuda a los grupos de cumbia huayño a construir una estética definida y personalizada. Una de las voces principales del grupo “Las chicas albricias” explica la elección de la

vestimenta y también las razones por las que la cumbia huayño es un ritmo especial en composición y construcción de identidad: *“La música que hago ahora es mucho más sentimental. El brillo que usamos en nuestra ropa es lo que nos diferencia del resto de los grupos. Además también es un tipo de música que representa la cultura boliviana. Antes cantaba huayño más electrónico pero este tipo de música es mucho más llamativo”* (Entrevista a Patricia Sejas 06/06/2014)

Finalmente la investigación también toca el tema de la hibridación cultural, entre los elementos de hibridación identificados podemos mencionar sin lugar a dudas la vestimenta de la chola. Cómo cambia considerablemente el largo de la pollera y en lugar de representar a una mujer sumisa o trabajadora tenemos a una mujer consciente de su sensualidad al bailar y cantar.

Otro de los elementos destacados sobre hibridación es obviamente la música, los ritmos que fueron fusionándose para luego convertirse en lo que hoy se conoce como cumbia huayño. Existe una mezcla entre los instrumentos típicos como el charango que suenan a la par de teclados, baterías y guitarras eléctricas.

Es bueno recordar que:

*“Si bien no estamos frente a un fenómeno de hibridación que el primero en su clase, podríamos decir que es bastante peculiar. Sobre todo porque la imagen de la chola en nuestro país ha estado ligada al colonialismo, a las tradiciones y a la cultura más popular y folklórica. Hoy, gracias al proceso de hibridación la imagen que la mujer de pollera proyecta tiene mucho que ver con sensualidad y protagonismo. La convierte en un estrella mediática que es aclamada por multitudes que gustan de la cumbia huayño.* (AGREDA, 2014: 88)

Es importante mencionar también que las intérpretes de cumbia huayño no utilizan la vestimenta típica de chola todo el tiempo. Sobre todo para aquellos grupos que han logrado cruzar fronteras; y que cuentan con la narrativa de historias paralelas

en sus videos musicales sobre la vida en Bolivia y la situación de migración que viven en España por ejemplo como es el caso del grupo “Eurobellas”.

En este caso las cholas se deshacen de sus trenzas y polleras y se las ve vistiendo ropa casual, el pelo lacio sin distinguirse del resto de la población. Cuando se encuentran bajo esta circunstancia es importante enfatizar que el mensaje que están transmitiendo se refiere a la situación económica en la que viven que las obliga a migrar y dejar a su familia, asumiendo un rol de responsabilidad económica como cabeza del hogar.

Enfocarse en los grupos de cumbia huayño es importante para desglosar elementos individuales como hibridación, mensajes y espacios de apropiación. Sin embargo es igual de preponderante conocer cuál es la opinión de diferentes públicos sobre la cumbia huayño.

### **Figura 2. Puesta en escena de grupos de cumbia huayño**



**Fuente: elaboración propia**

Saber qué apreciaciones tienen sobre este ritmo y qué representa en su entorno, para esto se presenta a continuación el siguiente cuadro que permitirá conocer las apreciaciones sobre cumbia huayño en algunas entrevistas:

**Tabla N° 2. Testimonios y apreciaciones de los consumidores de cumbia huayño**

<b>Nombre</b>	<b>Impresiones</b>
Daniel Acarapi	Es un ritmo bien popular, porque las cholitas se disfrazan nove, si a uno le gusta, uno lo disfruta. Ese bailecito es bien alegrón, la gente está dándole alma vida y corazón. Han dado un tipo de estética pues a esa música, porque se empieza por el huayño y los videos son lo que ha causado sensación. A la gente que más le gusta es a la que está por los bordes cochabambinos. Ves y es como que te choca pero también te emociona.
Bruno Vargas	Llaman mi atención los lugares donde se hicieron el video, los paisajes, daría la impresión de que tienen dos faldas, una típica y una brillante.
Adrián Cardozo	Que la música comience lenta y algo melancólica y que de pronto se encuentren en un escenario expresando alegría, bailando. La fusión de los manejos de cámara. Personalmente no me imagino a otros actores que no sean las cholitas porque creo que la cumbia huayño destaca por el zapateo de las cholitas.

**Fuente: AGREDA, 2014**

Estas declaraciones nos sirven como precedente para seguir profundizando en apreciaciones acerca de la cumbia huayño. Además de dar paso a futuras investigaciones que permitan conocer una perspectiva y abordaje teórico enfocado en el consumidor y no así en los protagonistas como es el caso de esta investigación.

### **5. Conclusiones y futuras investigaciones**

Es importante tener conciencia de que los fenómenos culturales que nos rodean expresan una vivencia. Se comunican a través de un lenguaje específico y lo más importante es que representan la cotidianidad y el contexto social de un grupo

determinado. Además de estas consideraciones es importante rescatar también que los estudios culturales son dinámicos, se transforman de acuerdo al entorno social y político en el que se desarrollan y por ende están sujetos a transformaciones constantes.

Con el propósito de realizar futuras investigaciones se puede profundizar en la transformación de un ícono cultural que lleva tanta historia en sus orígenes como es la chola no pasa desapercibida. Sobre todo porque la imagen de chola que se representa dentro de la cumbia huayño rompe con todos los esquemas tradicionales. Vemos a una mujer con la capacidad de transformarse en una estrella, asume ese estrellato a través de la sensualidad en sus movimientos, en su vestuario y así como no tiene problema en batir sus polleras también transforma esa imagen cuando sale de su contexto a buscar trabajo. Ser responsable de su hogar y dejar las trenzas por vestimenta casual que la harían pasar desapercibida en nuestro medio o en el exterior.

Es justamente el carácter dinamizador y de transformación de la cultura lo que situó a la cumbia huayño como uno de los fenómenos sociales más importante durante el año 2013. Silenciosamente fue ocupando un lugar dentro de la cultura musical cochabambina y boliviana que logró la creación de un festival exclusivo para la cumbia huayño. Fue en la versión 2013 del Festipollera que se dio a conocer con más fuerza la fusión musical de la cumbia huayño con el huayño tradicional cochabambino. Y fue la primera vez en la que se realizó un desfile de modas mostrando las tendencias y nuevos diseños exclusivos para estos grupos.

Sobre los usos podemos destacar que el ícono de la mujer de pollera es utilizado para otorgar nuevos significados a la música y representación artística. Ningún lugar ya sea en la ciudad o en el campo lleva la etiqueta de "exclusividad" para su



uso. Es más cuando se realizan producciones audiovisuales de la cumbia huayño plazuelas, monumentos y parques se han convertido en sitios altamente cotizados para su grabación. Permitiendo a la audiencia reconocer a sus grupos grabar su material desde el momento en el que se lleva a cabo el proceso de pre producción.

Respecto a la apropiación de lugares físicos dentro de todo lo que significa la cumbia huayño, es importante destacar que permiten que los seguidores de este ritmo peculiar identificar a sus grupos en los escenarios que eligen para sus grabaciones. Otorgando nuevos significados a los espacios físicos que juegan un rol importante en marcación de territorio por parte de los grupos de cumbia huayño. Ya que ningún grupo repite locaciones en sus videos y mucho menos utiliza espacios que hayan sido utilizados previamente por otros grupos.

Todo el movimiento de la cumbia huayño no sólo representa un fenómeno mediático y social dentro de los estudios culturales, sino que representa un fuerte movimiento económico dentro de la sociedad. Las ventas de DVDS musicales en los mercados populares de Cochabamba, la cantidad de reproducciones en Youtube y el montaje de escenarios y millonarios conciertos en el exterior hacen que los investigadores pongan especial atención en la cumbia huayño. Un fenómeno que también representa la evolución de una figura tradicional que ha sufrido discriminación y ahora goza de reconocimiento.

La repercusión de los grupos de cumbia huayño a nivel social, económico y cultural generó que las autoridades más importantes de la ciudad les otorgaran espacios únicos de expresión. Tales como el "Festipollera" que se realizó en dos ocasiones pensando únicamente en la participación de grupos de cumbia huayño. Los grupos consolidados fueron invitados de manera especial y su participación dio lugar a grupos emergentes en el ritmo musical.

A tres años de haberse realizado la última versión del festival "Festipollera" que se realizó en la ciudad, es importante preguntarse qué ha sucedido con los grupos de cumbia huayño. Saber estéticamente cómo han transformado el montaje de sus espectáculos, cuál es el lenguaje audiovisual que manejan o si es que su público sigue siendo el mismo o también han sufrido modificaciones.

Así como se presta especial atención en los grupos de cumbia huayño como principales actores en la construcción de la imagen de chola, también es importante fijar la atención en el público que consume este ritmo musical. Que seguramente tiene sus propias formas de expresión y reconfiguración de su identidad a través del consumo de cumbia huayño. Factores que son igual de importantes que estudiar para lograr entender los fenómenos culturales que vivimos dentro de la sociedad y darles la importancia que merecen.

### Notas

1. El presente artículo es el resultado de la investigación realizada para la Tesis de Licenciatura "Usos y apropiaciones en la construcción de la imagen de chola en la cumbia huayño de Cochabamba" de la Universidad Católica Boliviana San Pablo regional Cochabamba.

### Bibliografía

AGREDA, Gabriela, (2014) *Usos y apropiaciones en la construcción de la imagen de chola en la cumbia huayño de Cochabamba*. Tesis de Licenciatura. Cochabamba, Comunicación Social, Universidad Católica Boliviana Regional Cochabamba. .

AMARÉ, Mónica; VIDAL, Elisa, (2013). "Consumos culturales y prácticas educativas: los consumos musicales". En *Revista de Educación*. [En línea]. Mar del Plata. Facultad de Humanidades - Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en:

[http://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/r\\_educ/article/view/708/727](http://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/r_educ/article/view/708/727)  
[Accesado el día 20/11/2013]

BAJTIN, Mijail, (2003). "La cultura popular en la edad media y el renacimiento. El contexto de Francois Rabelais". [En línea]. Madrid, Alianza Editorial. Disponible en: [http://historiaiuna.coasim.ar/wp-content/material/2012\\_bajtin\\_introduccion.pdf](http://historiaiuna.coasim.ar/wp-content/material/2012_bajtin_introduccion.pdf)  
[Accesado el día 02/11/2013]

FRASCARA, Jorge, (1999) *El poder de la imagen*. Buenos Aires, Ediciones infinito.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo.

GUARDIA, Marcelo, (2001) *Música popular y comunicación en Bolivia. Las interpretaciones y conflictos*. Cochabamba, Universidad Católica Boliviana.

GUARDIA, Marcelo, (2003) "Música folklórica en la industria cultural" En *Interacciones: La dimensión comunicacional de la cultura*. Santa Cruz-Bolivia, UPSA.

GUARDIA, Marcelo, (2012) "Fiesta también es cultura. Tránsitos de la estética desde las galerías hasta la calle". En *estemarcegua. Opiniones de Marcelo Guardia Crespo*. [En línea] Cochabamba, Disponible en: <http://estemarcegua.blogspot.com/>  
[Accesado el día 04/12/2013]

JIMÉNEZ, María Amalia, (2002) *De chola a chota: La identidad en los usos de la vestimenta. Caso: Mujeres inmigrantes de Jach Ojo en el barrio popular Iero de Mayo*. Tesis de Licenciatura. Cochabamba, Comunicación Social, Universidad Católica Boliviana Regional Cochabamba,

MARTÍN BARBERO, Jesús, (1998) *De los medios a las mediaciones*. Colombia. Editorial Gustavo Gili.

QUIROGA, Fabiola, (2012), *Uso de las redes sociales Youtube y Facebook, para la reafirmación de la identidad de las agrupaciones femeninas de cumbia huayño. Caso:*

*Las Consentidas*. Tesis de Licenciatura. Cochabamba, Comunicación Social, Universidad Católica Boliviana San Pablo,

VILLAGOMEZ, Ana, (2012) *Procesos de producción audiovisual de video clips entorno a la música popular cochabambina. Caso: Las Reinas del Charango 2011*. Tesis de Licenciatura. Cochabamba, Comunicación Social, Universidad Católica Boliviana San Pablo,

### **Entrevistados:**

ACARAPI, Daniel. (20/05/2014)

CARDOZO, Adrián. (23/05/2014)

DE LA TORRE, Leonardo. (28/05/2014)

GUARDIA, Marcelo. (16/05/2014)

VARGAS, Bruno. (23/05/2014)

SEJAS, Patricia. (06/06/2014)