



**HAL**  
open science

## Les cholas des marchés de La Paz : une approche interactionniste

Véronique Marchand

► **To cite this version:**

Véronique Marchand. Les cholas des marchés de La Paz : une approche interactionniste. Cahiers des Amériques Latines, 2001, Cahiers des Amériques Latines, 36, pp.207-224. 10.4000/cal.6593 . hal-02942534

**HAL Id: hal-02942534**

**<https://hal.univ-lille.fr/hal-02942534>**

Submitted on 2 May 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives | 4.0 International License

## Les *cholas* des marchés de la Paz : une approche interactionniste

Véronique Marchand

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/cal/6593>

DOI : [10.4000/cal.6593](https://doi.org/10.4000/cal.6593)

ISSN : 2268-4247

### Éditeur

Institut des hautes études de l'Amérique latine

### Édition imprimée

Date de publication : 31 janvier 2001

Pagination : 207-224

ISBN : 2907163906

ISSN : 1141-7161

Ce document vous est offert par Université de Lille



### Référence électronique

Véronique Marchand, « Les *cholas* des marchés de la Paz : une approche interactionniste », *Cahiers des Amériques latines* [En ligne], 36 | 2001, mis en ligne le 03 août 2017, consulté le 14 janvier 2021. URL : <http://journals.openedition.org/cal/6593> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cal.6593>

---



Les *Cahiers des Amériques latines* sont mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution – Pas d'utilisation commerciale – Pas de modification 4.0 International.

---

## LES *CHOLAS* DES MARCHÉS DE LA PAZ : UNE APPROCHE INTERACTIONNISTE

VÉRONIQUE MARCHAND\*

**P** ARMI LES *comerciantes minoristas*<sup>1</sup> de La Paz, on peut distinguer trois groupes : les vendeuses de marchés couverts, les vendeuses de rue regroupées en associations syndicales et « les ambulantes »<sup>2</sup> qui n'appartiennent pas aux types d'organisations précédents. Ce sont majoritairement des migrantes<sup>3</sup>, et sinon ce sont des filles ou petites filles de migrantes. Elles occupent une position sociale intermédiaire. Désignées comme *cholas* – ce que l'on peut traduire très brièvement par « Indiennes en ascension sociale » –, elles se situent socialement entre les paysannes le plus souvent nommées *indias* et les *señoras* (dames de la ville ». Elisabeth Peredo (1992), qui s'intéresse à l'identité psychosociale des *cholas*<sup>4</sup>, montre bien que ces femmes se situent entre deux mondes et intègrent des éléments culturels aussi bien créoles, de la société occidentale, urbaine que d'autres d'origine andine, pour former une nouvelle culture dynamique et adaptative. Elles sont pour la plupart bilingues et parlent à la fois l'*aymara* ou le *quechua* – surtout *aymara* dans la région de La Paz – et l'espagnol. Les *cholas* de La Paz se distinguent par leur apparence vestimentaire dont la *pollera* (jupe bouffante), la *manta* (le châle) et le *sombrero* (chapeau melon) sont les attributs principaux (photographie n°1).

Au-delà de ces signes distinctifs, que signifie exactement le terme de *chola*? En réalité, on ne peut définir la « *chola* » par un contenu culturel

\*Ifresi, Université de Lille



PHOTOGRAPHIE N°1 : VERDURERA DU MARCHÉ CAMACHO (CLICHÉ : VÉRONIQUE MARCHAND).

précis, des éléments figés et « invariants » car ce mot est avant tout le fruit d'une catégorisation qui ne peut être appréhendée qu'en termes relationnels. Saisir les différentes significations de la *chola*, selon le contexte, constitue l'objectif central de ce texte. Tout d'abord, il est impossible de parler de la *chola* sans parler de l'Indienne. En effet, les *cholas* veulent s'écarter de la position sociale des Indiennes car celles-ci sont dépréciées, discriminées par les couches sociales supérieures. De fait, on peut définir l'Indien en se référant à son statut social inférieur, dépourvu de prestige, dont le meilleur indicateur est la profession. Avec François Bourricaud, qui s'intéresse à la situation péruvienne<sup>5</sup>, « Nous pouvons dire sans grand risque de se tromper que l'Indien n'exerce jamais une profession jouissant d'un grand prestige, et qu'il exerce presque toujours une profession jugée avec quelque mépris par les individus qui n'appartiennent pas au groupe indigène » (1962 :17).

L'Indien désigne le plus souvent le paysan mais, par extension, qualifier une personne comme telle revient à la considérer comme inférieure, retardée, arriérée, de manière assez méprisante. On comprend donc mieux dans ce contexte l'intérêt que les vendeuses ont à se distinguer : être *de pollera*, c'est à dire en jupe, « mais une jupe différente, une jupe somptueuse que la société créole occidentale ne reconnaît pas toujours mais qui se distingue de l'autre jupe, celle de la paysanne » (Peredo, *ibid.* : 12), c'est aussi se dire non indienne. Les femmes aymara portent le plus souvent des jupes en toiles foncées et unies alors que celles des *cholas*

sont en tissus plus fins et plus colorés. Elles se distinguent également par les bijoux – boucles d'oreilles, broches et bagues – les plus beaux étant réservés pour les fêtes, qui sont les moments privilégiés pour afficher son statut. Il s'agit pour les *cholas* de se différencier des *indias* par la qualité de ce qu'elles portent, s'écarter de la « culture indienne » pour être traitées autrement.

D'où vient le mot *chola*? Il existe plusieurs hypothèses quant à son étymologie : certains auteurs s'accordent pour lui donner une origine espagnole : la *chula* qui désigne la couche sociale la plus basse de Madrid (Peredo, *ibid*). D'autres, au contraire, défendent l'idée selon laquelle le terme serait une castillanisation du mot aymara *chhulu*, se traduisant par métis (Paredes Candia, 1992 : 42). Au-delà de ces controverses étymologiques, son sens péjoratif, lui, n'est pas contesté. Le *Cholo* désigne au XVIII<sup>e</sup> siècle l'enfant de parents métis et indiens, et fait référence aux métis proches des Indiens ou, pour le dire autrement, à la couche sociale la plus basse des métis. Mais, comme l'explique Rossana Barragan (1991), ce métissage biologique est très vite redoublé par un métissage culturel, social, produit lui aussi de la colonisation. Pour échapper au stéréotype négatif de l'Indien et éviter le paiement du tribut à la couronne espagnole, de nombreux paysans migrent vers les villes, changent d'apparence vestimentaire, se coupent les cheveux et apprennent l'espagnol. Le développement des activités artisanales, l'augmentation du nombre d'employées domestiques contribuent également à la création d'une couche sociale intermédiaire occupée par une population de *cholos/as*, selon l'appellation des créoles.

L'augmentation de cette population n'est donc pas séparable d'un processus de mobilité sociale qui vient brouiller les distinctions ethniques et c'est à partir de la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle que la *pollera* est progressivement adoptée par les couches sociales « basses mais non indiennes » (Barragan, *ibid*. : 108), dans le but de se distancier du monde des « Indiens » en imitant les señoras des couches supérieures de la société qui, elles, abandonnent peu à peu ce vêtement. Ce processus d'imitation s'interrompt puisque, encore aujourd'hui, la *pollera* reste le vêtement distinctif des *cholas* : selon Rossana Barragan, ceci s'explique peut-être par le fait qu'elles préfèrent être au sommet du monde indien qu'en bas de l'univers créole. L'adoption de ce vêtement emblématique pourrait se justifier également par l'évolution de la division du travail et l'avènement d'un statut social intermédiaire particulier. L'activité même des vendeuses leur confère cette position charnière par l'acte de l'échange des produits agricoles produits par les paysans et achetés par les citadins.

Relativement au thème qui m'intéresse, les organisations et les mobilisations des vendeuses, la question de leur insertion sociale est primordiale pour comprendre ce qui les amène à se mobiliser. Les enjeux de leurs luttes sont directement liés à leur activité : elles se mobilisent pour conquérir un espace de vente, le préserver ou améliorer leurs conditions de travail, cela dépend évidemment du type d'organisations de vendeuses, du contexte des mobilisations, des politiques de l'État ou de la municipalité. Face à une mesure contraire à leurs intérêts, elles se mettent en mouvement pour défendre leurs droits. Mais, à travers leurs combats à visée économique, elles luttent plus profondément pour une reconnaissance sociale dans une société qui les discrimine. Le but est ici de s'intéresser à une appellation socio-ethnique – *chola* – dans ce qu'elle a de révélateur de la place sociale des vendeuses, des relations entretenues avec les autres groupes sociaux, en partant du principe que les mobilisations sont à replacer dans un ensemble d'interactions sociales pour être comprises.

Au-delà de cette position intermédiaire, que signifie aujourd'hui le terme de *chola*? Si objectivement ce sont les femmes qui portent la *pollera* qui sont appelées *cholas*, cette traduction primaire ne recouvre pas la multiplicité des sens de ce terme. C'est ici le nœud du problème : la *chola* en tant que telle n'existe pas, ou plutôt elle n'existe que dans le discours de personnes particulières, dans des situations données. Recenser l'ensemble des significations dans des contextes précis permet une approche plus complète du qualificatif ethnique. À partir de terrains africains, Jean-Loup Amselle (1985 : 44) invite à « cerner l'univers sémantique des catégories recueillies sur le terrain en fonction de l'époque, du lieu et de la situation sociale retenus. Au lieu de partir d'ethnonymes donnés, de notions vides qu'il s'agit ensuite de remplir avec des structures économiques, politiques et religieuses, il serait préférable de montrer comment un terme situé dans le temps et dans l'espace acquiert progressivement une multiplicité de sens, en somme d'établir la genèse idéale des symboles ».

Qui est désignée comme *chola*? Par qui? À quel moment? Avec quels objectifs? Quelles sont les frontières entre les femmes *de pollera* et les autres? Comment passe-t-on d'un monde à l'autre? Quels liens peut-on faire entre cette dénomination à caractère ethnique et les organisations ainsi que les mobilisations des vendeuses? Voilà la série de questions auxquelles je tenterai de répondre.

Puisque le terme de *chola* désigne un secteur de femmes situées entre les Indiennes et les dames de la ville, il recouvre des significations des deux univers. Car les *cholas* occupent un espace social entre les deux

extrêmes de la société; selon la position sociale des interlocuteurs, elles seront donc considérées comme supérieures ou inférieures. Cette appellation relative renvoie donc à des éléments apparemment contradictoires. Aussi, les *cholas* se définissent-elles plus par les frontières qu'elles établissent et entretiennent avec les autres groupes, les limites que par un contenu; des contenus culturels sont bien sûr mobilisés mais ne sont intelligibles que par ce jeu de frontières. À l'instar de Frederik Barth (1995 : 207), « Nous déplaçons le foyer d'investigation en focalisant la recherche sur les frontières ethniques et l'entretien de ces frontières plutôt que sur la constitution interne et l'histoire des groupes considérés séparément ». Les contours de ce groupe ne sont pas statiques mais se déplacent en fonction de « l'auto-attribution ou de l'attribution par d'autres à une catégorie ethnique » (Barth, *ibid.* : 210).

### DE LA DÉSIGNATION EXOGÈNE...

Le qualificatif de *chola* s'appuie sur un signe extérieur, la *pollera*. Si la majorité des *comerciantes minoristas* de La Paz sont de *pollera*, elles ne le sont pas toutes. Certaines, minoritaires, sont *de vestido* c'est à dire, si l'on traduit littéralement, « en robe ». En réalité, cette expression regroupe également les femmes en pantalon, et signifie donc, plus précisément, « non *de pollera* ». Ce vêtement trace donc une frontière clairement identifiable entre les vendeuses de *vestido* et celles *de pollera* (photographie n° 2). Quelles sont les représentations associées au port de la *pollera*? En quoi ce vêtement véhicule-t-il une certaine perception du monde social?

#### **La *pollera***

Quand on écoute les vendeuses *de vestido* sur ce thème, la situation de migrantes apparaît le plus souvent comme l'élément central lié à l'usage de la *pollera* : « Habia mujeres de *pollera* y de *vestido*, siempre ha habido eso. Desde antes, hay gente que habia sido de *pollera* y mucha gente estan emigrando mas que todo no ve? De Potosi, del Altiplano, todos estan viniendo a La Paz porque aqui lo ven negocio a todo no? Cualquiera cosita ya hacen negocio y ya nomas » (Dirigeante de la *Federacion de gremiales del comercio minorista de La Paz, de vestido*, entretien le 2/12/98).

On présente clairement les femmes de *pollera* comme les protagonistes de l'exode rural : « Las mujeres en la calle son, me parece imigrantes de los pueblitos que viene como tambien en el campo con esto



PHOTOGRAPHIE N°2 : CAFETERA. FÊTE POUR L'ANNIVERSAIRE DU MARCHÉ SOPOCACHI.

del niño, han quedado muy perjudicadas, no tiene tambien que comer, el cielo y la tierra en el campo no ve? Y asi que han imigrado y se ponen a vender y eso es las señoras de pollera que estan mas en la calle, que estan vendiendo : imigracion de los pueblitos para poder tambien... Porque en alla, en el campo, que van a hacer? Sol, el cielo y la tierra, con esto del niño, el frio, ahora las lluvias » (Vendeuse de fruits et légumes du marché Sopocachi, *de vestido*, entretien le 22/12/98).

Les femmes de *pollera* seraient nées à la campagne et venues en ville<sup>6</sup>, n'ayant d'autre solution pour survivre que de proposer des marchandises à vendre dans la rue. La

*pollera* est également associée au faible niveau d'instruction. Cette réponse d'une vendeuse de produits artisanaux à la question : « venez-vous de la campagne? » est symptomatique de la corrélation entre les études, l'origine citadine et le fait d'être de *vestido* : « No, no : era de vestido, aqui he estudiado pero mi marido me ha puesto pollera. Ahora me he acostumbrado a ponerme pollera porque antes no podia./.../ Porque en el campo son puro de pollera, de Huarina es mi marido » (Vendeuse de l'association *Central San Francisco*, *de pollera*, entretien le 6/01/99).

Même si cette vendeuse est actuellement *de pollera*, elle tient à spécifier qu'elle était *de vestido*, pour insister sur le fait qu'elle a étudié à La Paz. L'origine rurale, le faible niveau d'études reflètent donc une certaine représentation dont se nourrit le qualificatif de *chola*, ou, dans sa version affectueuse, celui de *cholita* : « La otra vez, como estoy en la Junta vecinal tambien, por ejemplo, la otra vez, me fui a Aguas del Illimani, estuve con el ingeniero, me he extrañado pues : cholitas trabajan alla, bien con la computacion, todo bien. Y yo me he quedado miraba, ahi habia la cholita, es su mano derecha de la licenciada, si, comunicativa/.../ Habia



hecho estudios, ha salido bachiller y han estudiado computacion/.../ Si una persona se puede capacitar, sobresalir, tiene el derecho » (Dirigeante de la *Federacion de gremiales del comercio minorista de La Paz, de vestido*, entretien le 2/12/98).

Le fait qu'une *Cholita* ait fait des études, ait une profession dans un bureau et qu'elle manie à perfection l'informatique est pour cette dirigeante syndicale un véritable événement. Cela l'étonne considérablement, ce qui montre bien le caractère exceptionnel de cette situation. Et on voit bien à quel point l'association de la *pollera* et des études – qui plus est d'informatique – est quelque chose de frappant et d'inhabituel, représente la liaison de deux symboles opposés : celui de l' « ignorance », d'un côté et celui du progrès, du savoir, de l'autre. Les représentations sociales associées à la *pollera* sont aussi le support de désignations exogènes en tant que *chola*, ou, selon les termes de Claude Dubar (1995 : 112), d'actes d'attribution.

### « *Chola* », une insulte

Puisque la *pollera* est associé à l'origine rurale, appeler une personne *chola* revient à gommer la frontière avec la paysanne, comme le montre cet extrait d'entretien avec une vendeuse ambulante :

- « Chola, andate a tu pueblo, andate a sembrar, que estas vos aqui sentada? »

- Por que dicen « chola » ?

- Eso no sé. Porque somos de pollera [Bis]. Mucho nos insulta asi : no a mi, siempre a las que tienen pollera. Yo escucho tambien, veo tambien (Vendeuse ambulante, Fresquera, de pollera, entretien le 6/4/99).

On retrouve ici l'opposition ville/campagne : cette vendeuse relate la manière dont certaines *señoras*, en s'appuyant sur le port de la *pollera*, utilisent le terme de *chola*, pour rappeler les origines paysannes, et justifier ainsi le fait que l'interviewée ne doit pas être dans la capitale. Ce qui est en jeu ici, c'est le fait de « s'asseoir » pour vendre, d'occuper un espace physique dans la capitale. De même, une vendeuse de produits artisanaux, née à La Paz, explique qu'on la traite d' « Indienne » parce qu'elle porte la *pollera* : « A las de pollera nos les gustaba nadie pero hasta poco tiempo seguia « estas indias » a las de pollera « estæ indias »/.../ Por eso, yo cuando asi me dicen, le digo « Señora, usted de donde ha venido? ». Le digo : « Usted habla ingles? Habla portugues? Que habla señora? Otros Dios tiene? Tenemos un solo Dios Porque ha hecho... De un barro somos »/ *Ele rit*/ Si, una vez « india » me han dicho pero ya les he dicho : « Señora esta muy equivocandose »/.../ Hay otros que se ponen la mano

al pecho pero hay otros tambien hay ignoracion, mucho ignorante, mucho! No hay una persona que podemos asi dialogar, hablar, decir, por ejemplo « Mire, esto es asi, esto alla » no! /... / Nos dicen, ella, por ejemplo, esta, mi dueña de casa/ *Tout bas, sur un ton de confidence!* (Vendeuse de produits artisanaux de l'association *Central San Francisco, de pollera*, entretien le 6/01/99).

L'enjeu de cette discussion est pour l'interviewée la persistance, « l'entretien de la frontière », pour reprendre les termes de Frederik Barth. Quand elle dit « vous vous trompez », il s'agit de se différencier des *indias*, différence que les *señoras* gommant dans leur discours. C'est dans les rapports avec les autres groupes sociaux et, plus précisément, dans les conflits pour l'occupation d'un lieu de vente, que la désignation en tant que *chola* prend tout son sens. Dans la rue Sagarnaga, connue par les touristes pour la vente de produits artisanaux, un véritable bras de fer oppose régulièrement les vendeuses de rue, majoritairement *de pollera*, organisées en association syndicale *Central San Francisco* depuis le 25 novembre 1970, et les *dueños de casa*, les propriétaires des maisons et des galeries commerciales qui, avec le soutien de la mairie, menacent d'expulsion les vendeuses qui exercent leur activité à l'extérieur.

Les mobilisations de l'association *Central San Francisco* sont récurrentes et la dernière, en octobre 1997, s'est soldée par le maintien des postes de vente dans la rue, grâce à l'occupation des lieux pendant deux semaines, nuit et jour, et à plusieurs négociations avec les autorités municipales. Dans ce contexte, la qualification de *chola* et *a fortiori* de *india* cristallise un ensemble de relations conflictuelles qui peuvent être la source d'actions collectives, comme le confirme cet extrait d'entretien avec une vendeuse de cette association :

- « Es pues : las señoras de las galerias, a ellas no les gustan. Y otros tambien, no les gustan las de pollera/.../ Asi nos insultan, si, nos insultan pues : » Estas indias! *Esas indias, esas cholos*, tiene que irse, nos insultan pero no les hacemos caso.

- Dicen « indias » pero usted ha nacido tambien...

- Si, pero eso no entienden pues, se creen la gente maravilla, se creeran porque llevan vestido/.../ A una de pollera, le quiere poner mas bajo./.../ Hay muchas señoras que..., las compradoras mismas, nos tratan mal, si, se los trata con que amabilidad pero ellos nos tratan de india, ratera, de ladrona, asi nos tratan (Vendeuse de produits artisanaux de l'association *Central San Francisco, de pollera*, entretien le 30/12/99).

La *chola* est directement associée à l'Indienne présentée comme une voleuse. Le sentiment de supériorité des femmes de *vestido* est clairement exprimé à travers l'expression « mettre plus bas ». Les *señoras de*

*las galerias*, sont les « adversaires » identifiées par les vendeuses lors d'actions collectives pour préserver leurs postes de vente : le conflit pour des intérêts économiques (les commerçantes des galeries commerciales offrent également des produits artisanaux et s'opposent donc à la présence de vendeuses de rue, perçues comme concurrentes), s'exprime là encore en termes ethniques. D'ailleurs, les symboles utilisés lors de la mobilisation sont révélateurs : en octobre 1997, les vendeuses décorent leurs postes de vente du drapeau national : « Tambien nos hemos defendido con este emblema nacional : nuestra bandera que nos hemos abandonado. La bandera en cada país tiene respecto : no lo pueden retirar así fácilmente nadie. Entonces, eso también ha sido nuestra defensa de nosotros porque estamos pues en nuestra patria, somos bolivianos y tenemos que luchar por nuestras fuentes de trabajo » (Vendeuse de l'association *Central San Francisco, de pollera*, entretien le 10/12/98).

Le choix de ce symbole fort qui amène le respect, que l'on ne peut retirer, pour protester contre les menaces d'expulsion des postes de vente est en même temps une revendication d'un respect d'elles-mêmes en tant que « membres de la patrie bolivienne », d'une reconnaissance en tant que citoyennes à part entière. Cette vendeuse de marché exprime également ce sentiment de supériorité des femmes *de vestido* vis à vis de celles *pollera* : « A las mujeres de pollera les..., no sé porque... Algunos digo porque siempre nosotros de pollera, ellos se creen que son bien limpias. Algunos también así : con plata claro que se amodelan, las señoras bien, tienen empleadas, todas esas cosas. Pero nosotros no tenemos no empleada nada/.../ Nosotros trabajamos así, a lo menos en esta verdura, mucho se ensucia y así las señoras de vestido con una persona que es así, viene, o sea no le gusta » (Vendeuse de légumes du marché Sopocachi, *de pollera*, entretien le 20/12/98). La distance sociale entre les *señoras* qui ont de l'argent, des employées domestiques et les vendeuses *de pollera* qui travaillent, se salissent au contact des légumes, l'opposition propre/sale rappelle certains stéréotypes de la campagne opposée à la ville, des tâches manuelles opposées au travail intellectuel et aux études... C'est notamment à partir de ce thème du travail que se construit une image noble de l'activité de la vendeuse *de pollera*.

### ... À LA SIGNIFICATION ENDOGÈNE

Désigner une femme en tant que *chola* est insultant. Mais ce sens négatif se convertit en un ensemble de significations positives dans la bouche des vendeuses *de pollera*. Certes, les catégories d'attribution, utilisées

par autrui et celles d'appartenance, qui permettent aux personnes elles-mêmes de s'identifier, sont liées et prennent sens les unes par rapport aux autres, dans une relation dialectique. Et « c'est cette relation dialectique entre définitions exogènes et endogènes de l'appartenance ethnique qui fait de l'ethnicité un processus dynamique toujours sujet à redéfinition et à recomposition » (Barth, *ibid.* : 155). L'identification des vendeuses en tant que femmes de *pollera* est donc indissociable de la stigmatisation en tant que *chola*, elle en est même une forme de réaction. Pourtant, ce processus d'identification n'est jamais une reprise telle quelle d'une catégorie extérieure et elles utilisent rarement le terme *chola* pour « s'auto-définir ». Ainsi, l'élément retenu dans la catégorie d'appartenance est le vêtement en tant que figure emblématique, véhicule d'une image positive : « Nous, les femmes de *pollera* ».

### Une certaine valorisation des femmes de *pollera*

Une image de la femme de *pollera* combative, courageuse, franche, qui n'a pas peur se forge alors dans l'expérience de la discrimination : « Las señoras de las galerías, ellos ya tal vez ellos quieren, no tienen puestos de venta, eso, pero hay personas que siempre somos nosotros, las de *pollera*, somos personas de combate, trabajamos./ .../ Es que hay personas ellos que se creen más, personas más... Como se puede decir... Esas personas que tienen miedo de vender en la calle, es por eso que nos les gusta (Vendeuse de produits artisanaux de l'association *Central San Francisco, de pollera*, entretien le 10/12/99).

On retrouve dans cet extrait d'entretien l'identification en tant que femme de *pollera*. Cette jupe distinctive a ici un sens métonymique et renvoie plus largement à un ensemble d'attributs vestimentaires et culturels comme le chapeau melon, le châle, l'*aguayo*<sup>7</sup>, les deux longues tresses... Les distinctions sociales se trouvent validées par des traits culturels qui, comme le montre Frederik Barth (*ibid.* : 211), sont « utilisés par les acteurs comme signaux et emblèmes de différence ». En effet, les éléments retenus dans le processus d'identification sont les plus significatifs pour les acteurs eux-mêmes : la *pollera* est donc choisie car, d'une part, elle reflète l'organisation sociale et, d'autre part, elle est associée à un ensemble de significations positives, de qualités.

Le travail, le courage, voire le « sacrifice » sont indissociables de la volonté farouche d'ascension sociale : l'activité de la vente et la recherche constante de bénéfices sont au service de la consommation familiale et des études des enfants. La plupart des vendeuses ont quitté l'école très tôt et ce sentiment de frustration se convertit en esprit de

revanche : la réussite sociale de leur descendance est leur plus grande fierté car elle exprime, en quelque sorte, leur propre réussite. Comme le montre cet extrait d'entretien, les études, le savoir ouvrent des portes, offrent de nouvelles possibilités professionnelles, donnent certaines clefs indispensables que cette vendeuse de fruits analphabète ne détient pas : « Yo digo, mis hijas, por que no tienen que estudiar? Tienen que estudiar. No quiero que sufra como yo porque ahorita yo no puedo tomar facil el minibus : cual numero va? Donde va? No puedo... Tengo que estar preguntando no ve? Asi sufro yo, bien harto sufro/.../ Si van a estudiar, ya van...Algo... Cualquier trabajo se van a colocar asi nomas ya, no van a andar como yo sufriendo, yo tanto he sufrido/.../ Con su estudio, van a estar entrando nomas donde sea, como secretarias... Pero ellos van a saber » (Vendeuse ambulante de fruits, *de pollera*, entretien le 5/5/99).

Le désir de progresser, de se dépasser, se distinguer, [*sobresalir*] signifie avant tout l'envie que les enfants ne vendent pas. Les professions qu'elles rêvent pour leurs enfants s'exercent souvent dans un bureau, pour ne pas être dehors, dans la rue, et pour avoir un salaire stable : « Profesion que tengan... Por lo menos quiero que uno de mis hijos que este... Yo quisiera, por lo menos, sentado en una oficina. Yo quisiera eso, por eso nomas estoy haciendo estudiar/.../ Les digo a mis hijos : « Para usted harto me he sacrificado, hasta ahora sigo sacrificandome, tenga o no tenga, haya o no haya venta, a ustedes les doy el pasaje » (Vendeuse ambulante d'abats, *de pollera*, entretien le 26/04/99).

Ce désir d'ascension sociale mobilise toutes les énergies, induit tous les « sacrifices » des vendeuses. Mais parmi celles *de pollera*, cette ascension s'accompagne généralement d'un changement vestimentaire de leurs filles; un changement qui suit toujours le même trajet : être de vestido alors que sa mère est *de pollera*. Ce trajet signifie donc une rupture par rapport à la tradition vestimentaire. Être *de vestido* signifie que l'on grimpe dans l'échelle sociale, c'est le signe d'une mobilité sociale ascendante intergénérationnelle : « Ahora ya hay de vestido, son las chicas ya son modernos, modernos son/.../ Mi mama me ha puesto/ la pollera/ ya tengo mi costumbre : tengo que poner nomas hasta mi muerte. Mis hijas son de vestido tambien van a ser ellas, tambien de vestido estan/.../ A mi hija le ha gustado eso : tiene que ponerse de vestido. No le puedo obligar a ella. Ahora, en ese tiempo, ya no podemos obligar a los wawas/.../ Ya no es como antes : antes obedeciamos a los mamas, papa ahora ya no. Ese tiempo esta cambiando » (Vendeuse de légumes du marché Sopocachi, *de pollera*, entretien le 20/12/98).

L'idée de « coutume » revient souvent pour qualifier la *pollera* : elles sont *de pollera* car leur mère et leur grand-mère l'étaient. Au contraire, c'est la

modernité qu'elles associent au fait d'être de *vestido*. Ce terme n'est pas neutre. Il recouvre des éléments valorisés par les couches sociales dominantes. La société occidentale est perçue comme moderne, alors que les valeurs andines sont considérées comme rétrogrades. « Être moderne », dans ce sens, c'est se rapprocher de la culture créole. Les femmes de *pollera*, dans une position charnière, portent en leur sein « la tradition et la modernité simultanément » (Barragan, *ibid.* : 110). Entre deux univers extrêmes – Indien, d'un côté, et espagnol, créole, de l'autre –, la *pollera* cristallise le contact, le passage d'un monde à l'autre rendu possible par l'école comme moyen d'accès à la société occidentale. Les femmes de *pollera* bouleversent le clivage hérité de la société coloniale entre l'Indien et l'Espagnol, le rural et l'urbain, le traditionnel ou « l'archaïsme » (Bourricaud, *ibid.* : 110), d'un côté, et le moderne, de l'autre. Alors que, de l'extérieur qualifier les vendeuses de *cholas* revient à les associer aux Indiennes, aux paysannes, et donc à la coutume, à l'archaïsme, celles-ci sont tournées vers la recherche d'une prospérité économique et la réussite sociale de leurs enfants, en ville, et donc vers la modernité, le progrès<sup>8</sup>.

Sur le plan politique, certains partis favorisent également ce processus de valorisation de la *chola* en mettant en avant la possibilité d'ascension sociale des femmes *de pollera*. C'est ainsi que le parti populiste Condepa (Conciencia de Patria) contribue à la construction de l'image positive des cultures indigènes « en offrant à ces grandes ethnies une reconnaissance dont elles furent privées » (Zabala, 1995 : 97). Fondé en 1988 à partir de la radio populaire RTP qui donne la parole aux femmes d'origine *aymara*, il revalorise le terme *chola*, habituellement dépréciatif, en mêlant la dimension féminine et des aspects ethnico-culturels. Ce processus culmine quand, en 1989, la *cholita* Remedios Loza, l'animatrice renommée de la RTP, accède au parlement, ce qui symbolise la possibilité de promotion sociale pour les femmes *de pollera*. Ce pouvoir d'attraction des foules par Condepa n'est certes pas dissociable de la personnalité du leader charismatique<sup>9</sup> qui « établit une base affective de familiarité avec ses adhérents, une suppression apparente des hiérarchies entre ses auditeurs et lui, mène une politique communicationnelle habile qui combine un discours quasi-religieux avec une série d'exigences socio-politiques pompeuses mais confuses » (Castedo Franco, Mansilla, 1993 : 131).

Ainsi, comme l'explique cette dirigeante syndicale de la fédération « du commerce au détail de La Paz », les vendeuses *de pollera* peuvent s'identifier à la *cholita* parlementaire comme symbole de réussite sociale qui les invite à se sentir fières d'être *de pollera* : « Ahora, con lo que han visto : aunque no nos guste, por ejemplo, como que Remedios la cholita de Condepa no ? Remedios Loza ha llegado a la diputacion las compañeras

de pollera tambien se han levantado. Elas ya tienen esa mentalidad de decir : « Una de pollera esta diputado y por que yo no voy a ser igual ? » no ? Yo veo no, se interesan mucho compañeras de pollera que quieren llegar hacer asi, alguien asi, una persona notoria, lucrativa tal vez no ? Tambien tiene esa mentalidad ya y es bueno, para mi es bueno » (Dirigeante de *la Federación de gremiales del comercio minorista, de vestido*, entretien le 2/12/98).

Cette image publique favorise donc une appropriation positive du stigmat de *chola*. Mais ce contexte politique et le parcours exceptionnel de certaines *cholitas* ne suffisent pas à transformer l'expérience de la discrimination en volonté de se battre contre cette domination. Encore faut-il avoir suffisamment de ressources, de force pour le faire. L'insulte en tant qu'absence de reconnaissance de certains acteurs dans le jeu social peut faire obstacle à la combativité. Pourtant, si les vendeuses disposent par ailleurs d'autres ressources<sup>10</sup>, comme l'appartenance à une organisation, la constitution d'alliés, l'identification d'adversaires, si certaines conditions sont réunies, alors cette insulte peut être reprise par les acteurs à leur propre compte comme une identification aidant à la constitution d'un « nous » capable de protester, comme une arme de protestation. Alors, cette identification ethnique peut devenir à son tour une ressource mobilisable (Poutignat, 1995 : 105).

Chez les vendeuses « ambulantes », ou non affiliées à une association syndicale, on note une moindre capacité à se mobiliser notamment à cause de l'absence d'organisations collectives inscrites clairement dans l'espace. Elles sont plus souvent seules, connaissent régulièrement des conflits avec les vendeuses organisées, avec les gendarmes. Une enquête sur cinquante vendeuses « non affiliées » de La Paz (Fernandez, Rojas, 1992 : 63) montre que celles ci développent certaines stratégies pour s'installer à un endroit donné telles que « l'imploration, les accords verbaux, les pots de vin avec le personnel de mairie ou les dirigeants syndicaux et le changement constant de poste de vente » : « Tengo miedo porque se quita tambien, se quita pues. Por eso ya tengo miedo para vender. Han venido/ Les gendarmes municipaux/ « levantate ». Asi me vendo pues, asi, por eso no quiero vender : a veces, a la casa nomas me quedo. Tengo miedo para vender, asi./.../ Ojala puedo tener un puesto ! Donde yo quiero... Donde...Ahi arriba yo subo, en toda parte se atajan, no aqui nomas, en toda parte, se atajan : no hay caso de sentar. Donde « (Vendeuse ambulante de fruits, *de pollera*, entretien le 30/04/99). Les vendeuses ambulantes se caractérisent plus par une attitude de fuite, d'évitement des autorités extérieures de manière plus individuelle.

### « Les vraies *cholas* »

Ainsi, même si, vu de l'extérieur, toutes les femmes *de pollera* forment un groupe homogène puisque toutes peuvent être désignées comme *cholas*, il existe évidemment des distinctions internes et ce stigmatisme n'est donc pas vécu de la même manière par toutes. On le voit bien en lisant le témoignage de cette vendeuse appartenant à l'association *Central San Francisco* qui distingue les « vraies *cholas* », bien insérées dans le monde urbain, des migrantes récentes : « Las señoras antes usaban un sombrero de paja, este tamaño así ponían. Los Ricachos se ponían sombrero de paja, estas vicuñas se ponían, es puro, es los ricos. Y los pobres con ropa de bayeta de tierra, así nomás era, así, andaba en Burrito, sí, pues, así era. Las mujeres esas polleras de bayeta de tierra, con esas polleras eran. Ahora no ! Toditas son cholos. Así era antes. Bayeta de tierra ahora ya no conocen. La gente del campo ou ! Se han entrado aquí, ya se ha llenado, ya son cholos. Ya no hay ahora la gente de antes, cholos, ya no hay. Habrá unos cuantitos... Porque la mayoría, es la gente del campo nomás, que ha entrado del campo y todo/.../ Antes, por ejemplo, por eso la gente, la chola era con botas, con botas hasta aquí, con botas; la pollera hasta aquí, la pollera y botas, botas. Mayoría así, así, como de los soldados, así, botas. Después unas mantillas tenía, así chalas como esto se ponían. Sombrero de paja, así era. Ahora ou ! La gente del campo dice « Soy chola ». Nada ! No son : no conocen bien la ciudad, todo : para decir que son cholos, tienen que conocer bien la ciudad, como era, de como se ha organizado, construido, por aquí como era... Nadie sabe. A ver... » (Vendeuse de produits artisanaux de l'association *Central San Francisco, de pollera*, entretien le 6/01/99).

La connaissance de la ville présentée comme un moyen de reconnaissance des « vraies *cholas* » semble à première vue paradoxale. Les femmes *de pollera* entre deux mondes mettent en scène des perceptions qui jouent avec les frontières ethniques, dans leurs relations avec les autres groupes sociaux car « les distinctions ethniques ne dépendent pas d'une absence d'interaction et d'acceptation sociale, mais sont tout au contraire les fondations mêmes sur lesquelles sont bâtis des systèmes sociaux plus englobants » (Barth, *ibid.* : 205). En fait, c'est une question de point de vue : on utilise l'argument citadin en vue de se rapprocher des *señoras* en s'écartant de l'Indien, associé au monde rural, dans un souci de valorisation de la *chola*. Tandis que les migrantes récentes tentent d'imiter le « look » des anciennes, celles-ci tentent de mettre une distance, une « frontière » entre elles et les nouvelles venues. Le discours



de cette vendeuse de fleurs *de pollera*, âgée de 74 ans, qui appartient à l'organisation syndicale des *floristas*<sup>1</sup>, une des plus anciennes de la capitale, le montre avec éclat :

- « Lindas cholos hay. Por que no vas a ver en El Tambo Quirquincho [musée] ? Ahi estan las fotos de las cholos. Ahi adentro, ahi estan las fotos de las cholos con sus botitas.

- Antes las cholos eran...

- Muy culturizadas pero ahora ya no es eso, no, porque son del campo pues, ya tienen su cultura, igual nomas tratan, puede ser señoras, señoritas, igual nomas tratan ahora esta gente del campo, ya no hay pues. Igual nomas, como siempre en el campo se han crecido, igual nomas quieren ser tratando. Yo le digo « Por que tratas asi ? – Igual somos gente, igual dios tenemos » dicen. Asi contestan, no hay caso de hablar a esas mujeres. /.../ Del campo son, se han venido. Ahora se ha mezclado tunta con chuños/.../ Tunta cara blanca, chuño cara negra/.../ La educacion es lo que vale : no es por la plata, la educacion es lo que mas vale » (Florista, *de pollera*, entretien le 17/6/99).

La métaphore *tunta/chuño* montre que cette vendeuse regrette, en quelque sorte, l'impuissance des indicateurs « raciaux », jugés finalement plus pertinents. Elle construit donc d'autres critères dans le but de distinguer les « vraies cholos » de manière « infaillible » : la manière de parler, l'éducation, qui justement appartient aux valeurs dominantes de la société. Les éléments culturels sont renvoyés à la nature, précisément à la couleur de la peau et l'on voit bien, à travers cet exemple, comment des éléments biologiques sont mobilisés pour valider, justifier, légitimer une discrimination sociale.

## CONCLUSION

Si la définition exogène de la *chola* tend à l'assimiler à l'Indienne, la signification endogène insiste, au contraire, sur des caractéristiques qui la rapprochent des *señoras*. Ainsi, les batailles autour de la signification du mot *chola* prennent sens autour d'un jeu de distance et de proximité avec les autres groupes sociaux : « Ces luttes symboliques autour de la désignation et de la domination ethniques ne se produisent toutefois que lorsque les groupes dominés ont atteint un niveau d'acculturation leur permettant d'en apprécier les enjeux et de manipuler les significations attachées aux catégories ethniques dans les termes de la société globale » (Poutignat, *ibid.* : 161). Et les définitions des *cholos* ne sont intelligibles que dans un ensemble d'interactions sociales, elles sont donc

dynamiques. Les frontières ne sont pas figées mais se construisent, se maintiennent ou se détruisent en fonction des relations sociales, toujours en mouvement. À travers les mots, ce sont des perceptions différentes de l'espace social qui s'affrontent et se combattent. Dans le cas des « vraies *cholas* », on assiste à un processus de réappropriation d'un qualificatif discriminant, « un rapport de force dans lequel le groupe ethnique dominé tente d'imposer sa propre définition et disqualifier celle que prétend lui imposer le groupe dominant » (Poutignat, *ibid* : 162) .

On l'a vu, les choses se compliquent dans le cas des *cholas* – par rapport aux Indiens, par exemple – car nous sommes ici face à un secteur à la fois dominé et dominant ou, en tout cas, socialement supérieur aux « Indiens ». Nous sommes donc face à un double processus : d'une part, l'appropriation positive d'une désignation extérieure négative et, d'autre part, la recherche de supériorité par rapport aux indiens. Remarquons d'ailleurs que si les définitions exogènes et endogènes de la *chola* sont différentes, elles s'appuient toutes les deux sur les mêmes normes, celles de la société globale, du monde urbain, et ont pour principal critère discriminant l'instruction.

Enfin, le fait que les vendeuses de rue regroupées en association syndicale et les vendeuses de marché développent des significations positives autour de la *pollera*, de la *chola*, beaucoup plus que les vendeuses ambulantes n'est sûrement pas fortuit : le fait d'appartenir à une organisation « formelle », reconnue par les autorités, d'avoir une place dans la société, une plus grande stabilité du poste de vente, une sécurité de l'emploi est peut-être un facteur permettant d'assumer, en quelque sorte, cette discrimination, voire de la combattre en construisant un discours ethnique positif. Ainsi, il faudrait avoir déjà certains avantages pour pouvoir se défendre, certaines « ressources » pour se battre. Et c'est dans le secteur des vendeuses « ambulantes » qui n'appartiennent pas à un collectif organisé que l'on peut reconnaître les « oubliés qui subissent en silence » décrits par Mancur Olson (1978 : 188).

### Notes

- 1 Ce que l'on peut traduire par « vendeuses au détail ».
- 2 Je reprends ici la manière dont elles-mêmes se définissent.
- 3 A La Paz et El Alto, 56 % des *comerciantes minoristas* sont des migrants en 1991 et 80% sont des femmes (Rojas, Baldivia, 1995 : 109-110).
- 4 Elisabeth Peredo (1992) base son étude sur le marché Camacho, un des plus anciens de la capitale.
- 5 Cette synthèse des différences culturelles dans la ville péruvienne de Puno (Bourricaud, 1962) est tout à fait applicable en Bolivie.
- 6 Cette représentation recoupe en partie la réalité : elles sont effectivement originaires de la campagne, soit elles mêmes y sont nées, soit leur mère ou leur grand-mère. Mais, parmi celles qui sont effectivement nées à La Paz, certaines portent la *pollera* alors que d'autres sont *de vestido*.
- 7 Tissu carré multicolore qui permet aux vendeuses de porter leur bébé ou certaines marchandises sur le dos.
- 8 Le « progrès » étant bien sûr une notion relative.
- 9 Au sens de Max Weber.
- 10 Voir théorie de la mobilisation de ressources de Charles Tilly (1986).
- 11 Ce syndicat est fondé en 1936 et rattaché à la Fédération Ouvrière Féminine, créée en 1927 à La Paz.

### Bibliographie

- Amselle, Jean-Loup, M'bokolo E., 1985, *Au cœur de l'ethnie*, Paris, La Découverte.
- Barragan, Rossana, 1991, « Entre polleras, lliqllasy ñañacas, los mestizos y la emergencia de la tercera república », dans *Revista Economía y sociedad*, La Paz, FLACSO.
- Barth, Frederik, 1995, « Les groupes ethniques et leurs frontières » dans : Poutignat Philippe, Streiff-Fenart, Jbcelyne, *Théories de l'éthnicité*, Paris, PUF.
- Bourricaud, François, 1962, *Changement à Puno, Études de Sociologie Andine*, Paris, IHEAL.
- Castedo, Franco Eiana, Mansilla H.C.F., 1993, *Economía informal y desarrollo socio-político en Bolivia*, La Paz, CEBEM.
- Dubar Claude, 1995, *La socialisation*, Paris, Armand Colin.
- Fernandez, Silvia et Rojas Bruno, 1992, *La fuerza de lo cotidiano*, La Paz.
- Olson, Mancur, 1978, *Logique de l'action collective*, Paris, PUF.
- Paredes Candia, Antonio, 1992, *La chola boliviana*, La Paz, ISLA.
- Peredo, Elisabeth, 1992, *Las recoveras de los Andes*, La Paz, ILDIS, Tahipamu.
- Rojas, Bruno et Baldivia José, 1995, *Obreros y gremiales en el proceso democrático*, La Paz, CEDLA, Fundación Milenio.
- Tilly, Charles, 1986, *La France conteste de 1600 à nos jours*, Paris, Fayard.
- Zabala, Lourdes, 1995, *Nosotras en democracia, mineras, cholos, feministas (1976-1994)*, La Paz, ILDIS.

## RÉSUMÉ - RESUMEN - ABSTRACT

Si l'on définit communément la "chola" de La Paz comme l'Indienne en ascension sociale, la femme de pollera, cette définition primaire ne suffit pas car les significations de ce terme varient selon le contexte : elles ne sont intelligibles que dans un ensemble d'interactions sociales et sont donc dynamiques. Le cas des commerçantes minoristas, majoritairement de pollera, en est une illustration : alors que, dans la bouche des señoras de vestido, l'appellation chola est une insulte qui vise à gommer la frontière avec l'Indienne ; certaines vendeuses s'approprient ce stigmate et construisent une image valorisante de la femme de pollera, dans une recherche de supériorité par rapport aux Indiennes. Autour de ces batailles de sens, s'affrontent des conceptions différentes de l'espace social.

\*\*\*

Se define generalmente a la "chola" de La Paz como la India en ascension social, "la mujer de pollera"; esta definición primaria no es adaptada porque las significaciones de esta palabra cambian según el contexto: son comprensibles solamente en un conjunto de interacciones sociales y al mismo tiempo son dinámicas. El caso de las comerciantes minoristas, mayormente "de pollera", es

*una ilustración de ello : cuando las "señoras de vestido" les califican de "cholas", esta apelación es un insulto que tiende a borrar la frontera con la India; algunas vendedoras se apropian este estigma y construyen una imagen revalorizante de la "mujer de pollera", en búsqueda de superioridad en relación con las Indias. A través de estas batallas de significados, se enfrentan concepciones diferentes del espacio social.*

\*\*\*

*If we are to define commonly the "chola" from La Paz as an indian female in upward social mobility, the woman de pollera, this simplistic definition is not sufficient, since the meanings vary with the context : they are intelligible in social interactions, and therefore they are dynamic. The case of the comerciantes minoristas, mainly de pollera, is an example : on the one hand, when the señoras de vestido use "chola", it is an abuse which tends to erase the frontier with the indian female, and on the other hand, some saleswomen appropriate this stigma and shape a status-enhancing image of the woman de pollera, in search of superiority in comparison with the indian females. Around these meaning controversies, it is some different conceptions of society that are in confrontation.*