

116. Caroline Horvarth Staggemeier

El diseño de joyería con identidad regional gaúcha en sus formas y materiales (2014)

Introducción

De la identidad regional gaucha brasileña, formada por las manifestaciones culturales de los habitantes de la provincia de Rio Grande do Sul (RS), ubicada al extremo sur de Brasil, y que limita con Argentina y Uruguay, se desprenden las características culturales y simbólicas del gaucho brasileño.

La presente investigación está ubicada en esta región, dada la escasez en términos de investigaciones sobre el diseño de joyería, a pesar del amplio desarrollo de la industria joyera en la zona— es el segundo polo de fabricación en Brasil —y de que hay allí universidades con cursos de grado en el área del diseño de joyería. De esos cursos egresan muchos profesionales independientes, poniendo sus colecciones en el mercado a partir de la fabricación artesanal de las piezas.

Puesto que la fabricación de joyas se realiza mediante técnicas artesanales, la concepción de la pieza va por el camino del diseño, desde su investigación temática hasta los dibujos técnicos. La elección e investigación de la temática para una colección de joyas corre por cuenta del diseñador. Lo que se observa es el interés por la aplicación de la temática regionalista en colecciones de joyas, como se puede observar en los trabajos de Celso Dornelles y Maria da Graça Portela Lisboa, que se proponen a rescatar en el pasado, materiales y formas de la cultura gaucha brasileña.

El auge de la cultura gaucha de los siglos XVIII y XIX, en los campos de Argentina, Brasil y Uruguay se puede verificar en los relatos de dos viajeros, como Saint-Hilaire¹ y Dreys². Específicamente sobre la cultura encontrada en Rio Grande do Sul, Dreys describe en su observación la presencia de un hombre rural, sin fronteras, que trabaja en el campo y tiene como medio de transporte el caballo, que además es el amigo fiel del

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 65



ISSN: 1668-0227

Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 5ª Edición. Ciclo 2014-2015]

Año XVIII, Diciembre 2017, Buenos Aires, Argentina | 236 páginas

[descargar PDF](#)

[ver índice de la publicación](#)

[Ver todos los libros de la publicación](#)

[compartir en Facebook](#)



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

gaucho. La figura de ese campesino se ve reflejada en hombres y mujeres de las Pampas, mujeres que, como describe Assunção (2007, p. 287), “no tienen ningún escrúpulo en montar a horcajadas, como los hombres”.

El término gaucho, utilizado para designar a todos los nacidos en la provincia de Rio Grande do Sul y en los países vecinos, no siempre tuvo connotaciones positivas. Dias y Appel³ (2012) describen la transformación del significado de la palabra. En 1790, gaucho y gauderio eran sinónimos de changadores, ladrones de ganado. Ya Assunção (2007, p. 226) dice que el vocablo tuvo tres significados: el vago del campo, el hombre de las pampas y, por último, volvió al primer significado de vagabundo rural, pero con características de soldado patriota.

Ya con las fronteras políticamente determinadas entre los tres países Argentina, Uruguay y Brasil, se observa el intenso intercambio cultural generado entre ellos, principalmente en las ciudades fronterizas. Hartmann (2011) en su observación in loco de fiestas de manifestaciones de la cultura gaucha el Desfile del 20 de septiembre⁴ en la ciudad brasileña de Uruguayana, frontera con Paso de los Libres, Argentina y de una “criolla”⁵ en Uruguay, pone de relieve la mezcla entre culturas en la que permanece en común el trabajo en el campo, la costumbre de tomar mate y el amor por el caballo. En Uruguayana el desfile es una mitificación del gaucho por parte de los peones de estancia y los estancieros, que muestran su mejor caballo y sus mejores accesorios, lo que se aleja de su realidad diaria, que es de una vida simple y sin lujos. En lo que se refiere a las “criollas” eso es distinto, se presenta como una manifestación cultural del trabajo y las habilidades campesinas en la que los gauchos participantes compiten por sus habilidades con el caballo. Distinto de la propuesta brasileña del desfile de 20 de septiembre, las “criollas” uruguayas no personifican a un gaucho guerrero y rico como los gauchos brasileños en sus eventos.

A partir de esa diferencia entre manifestaciones populares en RS hay una entidad que regulariza la manifestación de la cultura gaucha, el Movimiento Tradicionalista Gaucho (MTG) que surge en 1966 y tiene como objetivo “catalizar, disciplinar y orientar las actividades [...] preconizando la Carta de Principios” (Mariante como se cita en Jacks, s/f, p. 38), el cual coordina los Centros de Tradiciones Gauchas (CTG). Eso contribuye para que haya una discusión interna de lo que es el gaucho ideal y sus manifestaciones. Incluye también un reglamento sobre la indumentaria, que los participantes fieles a ese movimiento deben seguir.

El MTG define conceptos propios de la cultura gaucha, como por ejemplo el tradicionalismo en la provincia de RS. Se entiende la expresión tradicionalista como un movimiento social en el RS en el siglo XX, por medio del cual se promueve el culto a la tradición gaucha. Savaris⁶ (en Dias y Appel, 2012) explica que el tradicionalismo no es tradición y tampoco regionalismo. Es una estructura montada para rendir culto al regionalismo, dar importancia al nativismo y valorar la tradición. Fagundes⁷ (s/f, párr. 1) complementa con el texto de la “Carta de Principios do Movimento Tradicionalista do Rio Grande do Sul” que define al tradicionalismo como: “un organismo social, perfectamente definido y estatuido, de naturaleza cívica, ideológica doctrinaria, con características propias y singulares que ponen en plano especialísimo el panorama de la vida rio-grandense, brasileña y americana”⁸.

La búsqueda en fortalecer la identidad cultural gaucha en el territorio de la provincia de RS se da por medio del Movimiento Tradicionalista Gaucho. En la presente investigación, el concepto de identidad es interpretado como la identificación de una población con un tipo de manifestación cultural. Otra cuestión que se plantea es la identidad fronteriza, que es comúnmente observada en la provincia, debido a las ciudades que limitan con Uruguay y Argentina. Se busca ubicar a esta cultura dentro de la cultura popular, identificándola en la

manifestación de la identidad gaucha en la vida diaria de la población, y señalando cómo tuvo lugar su construcción en la provincia.

Para dar cuenta del fortalecimiento de la cultura, en el año 1868 se creó en RS la Sociedad Partenón Literario, en Porto Alegre, en la cual empezó una valorización literaria del gaucho, para contribuir con lo que sería, más tarde, la identidad gaucha y las costumbres. Ya en la década de 1950, hubo un auge del tradicionalismo, que tenía por objetivo el culto a las manifestaciones culturales gauchas. Fue en ese mismo período que se crearon los Centros de Tradiciones Gauchas, los CTGs. El primer CTG creado fue el 35CTG, en la ciudad de Porto Alegre, que empezó con la idea de mantener vívida la cultura campesina en la ciudad. Entre los fundadores estaban Barbosa Lessa, Flávio Ramos, Guido Mondin y Glaucus Saraiva, jóvenes que estaban en la capital para estudiar pero que tenían ese apego al campo (Fagundes, s/f).

Finalmente, el “nativismo” surgió en la década de 1980, poniendo la mirada en la música gaucha y la creación de festivales. Ese movimiento, o la continuación del tradicionalismo, como muchos autores lo definen, se convirtieron en un movimiento social, por la admiración de la clase media por los hábitos gauchos, que antes eran considerados inaceptables en la ciudad (Jacks, s/f). Ese movimiento empezó en el área urbana por medio de la radio, los periódicos, la televisión y se convirtió en objeto de admiración de los jóvenes de la ciudad, hasta influenciar a todas las edades y clases. Hoy se puede observar la gran cantidad de locales con vestimentas camperas como artículos de lujo, además de producción cinematográfica⁹ a partir de obras literarias sobre el gaucho.

A partir de ese movimiento, la población joven, por estar ubicada en el momento del fortalecimiento cultural y también por su inmigración desde las ciudades campesinas hasta los grandes centros urbanos, hace que ciertas tendencias se diseminen entre todos los miembros de una misma generación. Se empezó a reconocer la cultura gaucha como estilo de vida y construcción de una región, lo que llevó a la conformación del gauchismo, que se aplica al movimiento que trae desde el campo a la vida de la ciudad la vestimenta, las costumbres, la música y los objetos característicos. El ejemplo más frecuente es el uso de la indumentaria del campo por parte de jóvenes universitarios del área de estudios rurales (Ingeniería Agrónoma, Medicina Veterinaria y Zootecnia) y sus grupos de convivencia. También se puede citar el mate, que además de tomarlo en casa, lo llevan a todas partes.

Con ese nuevo público los nativistas y los tradicionalistas al diseño con temática regional se añaden distintos productos como la indumentaria y los accesorios. Entre los accesorios es posible observar el lanzamiento de una cooperativa que trabaja con lana y su de ella en productos de diseño. El sector joyero empezó en 2007 con lanzamientos de colecciones con temática regional. Por ejemplo, Celso Dorneles y Maria da Graça Portela Lisbôa, que buscan por medio de distintos puntos de la identidad cultural gaucha, una base para sus creaciones y además tienen influencia de la cultura fronteriza por su lugar de nacimiento. Utilizan la técnica de fabricación artesanal para presentar líneas de joyas con un límite de producción, y también para los materiales utilizados, que muchas veces vienen de creaciones de artesanos de la frontera.

La importancia de citar el mercado joyero en Brasil se debe al crecimiento de esa industria en la cadena productiva. Actualmente, el país vive un crecimiento en el sector de explotación de metales y piedras preciosas¹⁰ como industrias de base, y el desarrollo artesanal sobre el diseño joyero. El organismo del gobierno que actúa en esa área es el Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM) que todos los años publica

un informe sobre tendencias del sector en el país y trata de brindar datos sobre los mercados interno y externo a las industrias.

Además de los materiales comunes para joyas como los metales, plata y oro, y las piedras preciosas, el país cuenta con una gran variedad de materias primas provenientes de la naturaleza, fauna y flora. En la provincia de RS, conocida por sus extensas tierras para la crianza de ganado vacuno, ovejas y caballos, los materiales derivados de esos animales son utilizados en gran escala, desde la indumentaria hasta productos para el hogar. Se clasifican como materiales tradicionales del campo, utilizados por diseñadores en colecciones de joyas y accesorios de la última década: el cuero, la lana, la crin, los cuernos y los huesos. La investigación se plantea un periodo de tiempo que va del 2007 hasta el 2013. Se toman esas fechas, debido a los años de lanzamientos de las colecciones con temática gaucha, además de observarse en esos años el fortalecimiento de la cultura y el gran número de empresas aplicando esas características en sus productos.

A partir de la problemática explicada en esta investigación se pregunta: ¿Qué elementos, tanto materiales como simbólicos, de la cultura gaucha de RS se incorporan al diseño de joyería? Con esa pregunta guía, se busca especificar la temática de construcción de una colección de joyas con elementos de la identidad cultural gaucha con los cuestionamientos a continuación:

- ¿Cómo los diseñadores aplican la simbología gaucha y los materiales tradicionales del campo en sus colecciones de joyas? ¿Por medio de materiales y formas?
- ¿Dónde buscan la inspiración?
- ¿De dónde sacan los materiales tradicionales?

Con esas preguntas se pretende analizar de qué manera todo eso se ve reflejado en colecciones de joyas a partir del trabajo de diseñadores que utilizan la cultura gaucha como temática para sus colecciones.

Notas

1. Auguste Saint-Hilaire – botánico, naturalista y viajero francés del siglo XVIII.
2. Nicolau Dreys, en su libro “Notícia descritiva da Província de São Pedro do Sul” (1839) narra sus experiencias y vivencias como comerciante en el extremo Sur. La obra narra el período de la Guerra Civil en Rio Grande do Sul. El autor hace una descripción del medio geográfico, las ciudades, la población y caracteriza al gaúcho en lo que se refiere a su modo de vida. (Dreys como se cita en Flores).
3. Janine Appel fue 1ª prenda de la provincia de Rio Grande do Sul en los años 2007/2008. (Prenda es la designación utilizada para referirse a la mujer del gaúcho, además de ser la representante femenina frente al MTG).
4. Desfile 20 de septiembre: alusión al día de conformación de la República Rio-Grandense en la época de la Guerra dos Farrapos.
5. Criollas en Uruguay: fiesta de la comunidad para demostrar las habilidades con el caballo.

6. Manoelito Savaris fue presidente del Instituto Gaúcho de Tradição e Folclore entre los años 2007/2010.
 7. Antonio Augusto Fagundes es abogado, periodista, actor, compositor, escritor, antropólogo, historiador y uno de los más grandes folcloristas de Rio Grande do Sul.
 8. Traducción libre de la autora de la tesis.
 9. El 20 de septiembre de 2013 fue el estreno de la película “O Tempo e O Vento”, del director Jayme Monjardim, adaptación de la obra literaria “O Continente” de Érico Veríssimo, que es un tomo de la trilogía de ficción sobre el gaúcho en épocas pasadas, desde los indígenas en las misiones jesuíticas hasta la revolución Farroupilha. (Disponible en: [http:// www.otempoeventoofilme.com](http://www.otempoeventoofilme.com). [20 de septiembre de 2013]).
 10. Según el Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM) en el informe anual de 2012, actualmente en el sector de industria de oro y plata existen 1.100 empresas cuyos resultados del 2012 llegaron a 400 mil dólares. En escala mundial, segundo el Gold Fields Mineral Service (GFMS), en Londres, en 2012 Brasil fue el 19º productor de joyas en oro (23t) y el 11º consumidor de joyas en oro (27t). En el caso de la plata fue el 16º en producción, y consume cerca de 61t.
116. Caroline Horvarth Staggemeier fue publicado de la página 39 a página43 en Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 65