



1991) no se tenga en cuenta la influencia del material en el significado de la joya, se realizan descripciones de las piezas propias de una época dentro de determinado contexto social haciendo énfasis en la tipología, las formas y los temas, pero la materia prima queda en el olvido; se le ha restado importancia dando por sentada su existencia y su elección. Es sorprendente que esto suceda ya que el cambio más importante de los últimos años, además de los avances tecnológicos, es la innovación de material.

Actualmente la joyería recorre un camino que le permite ser joya o bisutería, en ella se pueden apreciar desde los metales más preciosos y escasos como el oro, la plata y el platino hasta los materiales más nobles y humildes de la naturaleza como las maderas y semillas. Así, es posible ver combinados los más finos diamantes con el sintético acrílico o el caucho vulcanizado, se rompen las barreras y la joya esta ante las puertas de la innovación material y se enfrenta al reto de significar ante una sociedad, de contener dentro de su esencia un significado simbólico que atraiga al consumidor, que lo lleve a elegir esa pieza y no otra. De lo dicho se infiere la necesidad de estudiar a la joya desde su significado simbólico y su materialidad, buscando encontrar una posible relación que ayude al diseñador a configurar un producto capaz de transmitir un mensaje sin palabras, una pieza que pueda significar y ser leyenda en una sociedad.

Partiendo de esto se emprende esta investigación con el objetivo de identificar los conceptos y significados que la población asocia a las joyas comercializadas en la ciudad de Buenos Aires en la actualidad, con el propósito de determinar como cada material usado en la fabricación de una joya influye en la asociación de la misma con diferentes significados. Igualmente se tendrán en cuenta dos grandes metas parciales que permitirán desarrollar el proceso investigativo: la primera meta busca comprender las posturas académicas y populares sobre la significación de los objetos y de la joyería; mientras que la segunda consiste en identificar los significados culturales y populares asociados a los materiales utilizados en la fabricación de joyas.

Así mismo es de gran importancia *aclarar cuales es la hipótesis que se sostendrá a lo largo del trabajo, esta expresa que: El material usado en una pieza de joyería influye en la asociación del objeto con un conjunto de significados otorgados por los integrantes de determinada sociedad.*

La línea temática en general ha sido poco estudiada, hay poca producción bibliográfica respecto a joyería y la existente abarca el tema desde el punto de vista técnico. La mayoría de textos encontrados alude básicamente a las diferentes técnicas de fabricación de joyas o centran su atención en mostrar imágenes de los productos de marcas reconocidas haciendo énfasis en la trayectoria de estas.

A pesar de esta tendencia es posible encontrar algunos textos referentes a la historia general y a la historia de la joyería (Wagner de Kertesz, 1947) (Piojan, 1990), los cuales muestran a la joya como un objeto generado por el hombre con la intención de adornar su propia figura y diferenciarse de sus semejantes, un objeto que ha sido una manifestación simbólica dentro de las culturas y sociedades cuya historia surge a la par con la del ser humano.

Otros autores hacen referencia a la joya como amuleto o talismán desde un análisis morfológico asociándola con poderes mágicos, religiosos e incluso curativos (Gutiérrez García,

1999) (Horcajo Palomero, 1993) ; así mismo existen documentos que se enfocan en estudiar un tipo de joya determinado, por ejemplo el anillo, revisan su historia y analizan en ella los cambios asociándolos con los materiales y las formas e incluso con el significado que ha tenido el objeto para el ser humano en cada época (Carmona Macias, 2005) (Granda) (Ranisio, 1998).

Estos estudios y muchos otros muestran la necesidad de desarrollar un marco teórico consistente que exponga los tópicos de mayor relevancia para la verificación de la hipótesis y el cumplimiento de los objetivos. Es así como en esta tesis se abarca la problemática de investigación a través de cinco capítulos que articulan los conocimientos teóricos y metodológicos.

El primer capítulo de esta tesis comprende la visión del objeto como sistema de signos, propone básicamente un análisis comparativo entre las construcciones teóricas del semiólogo Roland Barthes respecto a varios signos - objeto, y las características establecidas dentro del signo lingüístico.

En el segundo capítulo se exploran las teorías referentes a las funciones del objeto; se inicia con la teoría comunicativa del producto planteada por Gros y Bürdek (1994), continuando con las funciones del producto industrial de Löbach (1981) y la nueva versión de funciones del objeto como dimensiones de Catri (2006) y finaliza con la aplicación de estas teorías en el análisis de las funciones de la joya.

El tercer capítulo se centra en la definición del término joyería según varios autores y en una breve reseña de la historia de la joyería donde se destaca su papel como signo, esta reseña comprende desde los tiempos prehistóricos hasta el siglo XX.

En el cuarto se expone el conjunto de significados relacionados con los materiales; es una muestra de connotaciones populares que vienen desde las tradiciones y creencias de los pueblos, construcciones que han sido creadas a través de la historia y transmitidas de generación en generación. Aquí se diferencian tres grupos de materiales: los metales, las piedras preciosas y semipreciosas, y los nuevos materiales.

Finalmente, en el quinto capítulo se abarca el proceso metodológico que expone el trabajo de campo y su relación con todos los aportes teóricos tratados en los capítulos anteriores; aquí se explica cómo se llevó a cabo el proceso para conocer el significado actual de la joya en la sociedad, cuales fueron las técnicas y métodos utilizados y los resultados obtenidos.

## **1. La significación**

### **1.1. De la semiología de la lengua a la semiología del objeto**

La semiología, según lo expuesto por Ferdinand de Saussure (1945), es la ciencia encargada del estudio de la vida de los signos dentro de la vida social; este autor centra su estudio en los signos lingüísticos, estudia la lengua como sistema, caracteriza al signo, lo describe y le atribuye cualidades. Saussure se limita al lenguaje verbal pero abre las puertas de la semiología a otros autores, sirve de base para que se indague sobre otro tipo de signos. Dentro de estos autores se destaca Roland Barthes, quien considera signos y mensajes como la imagen, la publicidad, la fotografía, la moda, y el de mayor relevancia para este estudio: el objeto.

Barthes se basa en los elementos descritos por Saussure, pero la búsqueda de conocimiento cambia de rumbo: Saussure se pregunta ¿de qué manera dan los hombres sentido a los sonidos fónicos?, mientras que Barthes se pregunta ¿de qué forma dan los hombres sentido a las cosas que no son sonidos? (Barthes, 1993c).

Esta última cuestión busca esclarecer cómo se genera ese sentido que el hombre da al objeto, quiere construir un sistema semántico de los objetos, mostrar cómo el objeto se impregna de ese segundo sentido –sentido connotado– más allá del sentido primario y “natural” –sentido denotado–, cómo se “cocina” ese sentido en el seno de la sociedad (Barthes, 1993b).

El sentido dado por el hombre al signo es descrito como la interpretación hecha de una lectura; el ser humano lee, interpreta los signos, pero esta lectura se ve mediada por la cultura, los valores, la ideología, por la moral, por todos aquellos aspectos que determinan al ser social. La lectura –significación– es hecha a través de este conjunto de aspectos, es así como el hombre da sentido al signo, al objeto, el sentido que le connota.

Este sistema semántico de los objetos es aun incipiente, ya que como lo expone Barthes, “jamás nos encontraremos con objetos significantes en estado puro” (1993c, p. 246). Todo en el mundo está mezclado de una u otra forma con el lenguaje: el objeto es una forma material que se vale del lenguaje para comunicar, ya sea a través de la publicidad, a manera de catálogo o como señal indicativa el lenguaje interviene en el objeto, se mezcla con él, generando así diversas interpretaciones del mismo.

El objeto como tal es connotado desde su utilidad, se le atribuye una connotación tecnológica: la de cumplir con la función por la cual fue construido, pero siempre existe un sentido más allá del uso. El objeto es función y signo, tiene una función práctica en el contexto humano pero también tiene una función simbólica, o mejor, un papel como signo: el objeto como mediador entre el mundo y el hombre, comunica, simboliza y adquiere sentido dentro de la cultura, dentro de la sociedad.

Es entonces cierto que el objeto es un signo, y como signo posee características comunes a todo signo. Se resaltan entonces dos aspectos: el primero muestra al objeto como símbolo al poseer por lo menos un significado y el segundo muestra cómo el objeto cumple una función taxonómica, cómo en medio de la sociedad obedece a una clasificación sugerida o impuesta, normalizada o estandarizada con la masificación; no se puede decir a ciencia cierta cuáles son los criterios taxonómicos usados por el hombre: según Claude Lévi Strauss, esta clasificación de los objetos está mediada por el intelecto y por las estructuras sociales, por la cultura y las características propias del hombre que ha generado e interpretado este sistema de objetos. (Barthes, 1993d).

Ya sea desde su aspecto simbólico o taxonómico, el objeto es leído por el hombre y esta lectura es polisémica, no sólo por el hecho de que un objeto pueda ser leído por diferentes sujetos, sino por el hecho de que el sujeto puede dar sentido al objeto desde diferentes perspectivas. El hombre puede dar diferentes sentidos según la configuración de su contexto, puede interpretar al objeto según sus competencias culturales y sociales, y según como el objeto intervenga en su mundo.

Además de esto el objeto puede tener significaciones metonímicas: el sentido puede desplazarse dentro de las cualidades del objeto, puede ser percibido en una parte más que en

su totalidad.

El sentido dado desde el punto de vista del receptor es producto de la cultura, de los saberes y las experiencias; desde el punto de vista del objeto depende de los significantes que lo configuran: colores, formas, materiales y otras características son leídas por el hombre quien les da sentido basado en la relación de los elementos dentro del contexto.

El sentido convierte al objeto en un elemento significativo dentro de un conjunto de situaciones sociales, le otorga un lugar en la historia, en el tiempo, lo hace parte de ese momento y sólo puede ser entendido de esa forma en relación con los otros elementos de esa escena:

“El sentido desactiva al objeto, lo vuelve intransitivo, le asigna un lugar establecido, en lo que se podría llamar un cuadro vivo del imaginario humano” (Barthes, 1993c, p. 254).

Por otra parte, Baudrillard (1969) profundiza un poco más sobre las similitudes y diferencias entre los objetos y la lengua y la palabra. Plantea el sistema de los objetos, el sistema de las relaciones de éstos con el hombre y cómo de esta forma no sólo es percibida su función práctica o de uso, sino que también se percibe un conjunto de significados inherentes a dicho sistema.

Muestra cómo en el objeto, a diferencia de la lingüística, connotación y denotación no pueden ser separadas; en el objeto el sentido denotado, referente al uso y a la concepción tecnológica, afecta y se ve afectado por el sentido connotado, es decir, por las valoraciones y las atribuciones adjetivas con las cuales se le caracteriza dentro de una sociedad:

Si se exceptúan los objetos técnicos puros con los que nunca tenemos que ver en su calidad de sujetos, observaremos que los dos niveles, el de la denotación objetiva y el de la connotación (por los cuales el objeto es caracterizado, comercializado y personalizado hasta llegar al uso y entrar en un sistema cultural), no son, en las condiciones actuales de producción y de consumo, estrictamente disociables, como lo son los de la lengua y la palabra en lingüística (Baudrillard, 1969, p. 8).

Es entonces el objeto un ente compuesto de objetividad y subjetividad, donde aflora más allá de la estructuración técnica una estructura cultural; el objeto está impregnado de significado, un significado que resulta de la interacción entre el hombre el objeto y de las relaciones humanas que resultan de dicha interacción.

## **1.2. Otros signos, otros objetos**

En lo anterior se ha expresado cómo el objeto puede ser analizado como signo comparándolo con el discurso verbal, más precisamente con un enunciado y la palabra, pero otros autores analizan de forma más específica otros signos que son objetos o pueden verse comparados con los objetos (Barthes, Baudrillard).

Barthes (1993a), al realizar el estudio sobre la imagen publicitaria identifica tres tipos de mensajes. Primero habla del mensaje denotado, el mensaje literal de la imagen, el obvio y “natural”, que en el objeto sería el uso o la función práctica del mismo; luego menciona el mensaje connotado que en la publicidad, al igual que en el objeto, es lo pensado por quien observa o hace uso de éstos, es el significado que le da a esa imagen o ese producto; el tercer

mensaje es el lingüístico, que relaciona el texto con la imagen o con el objeto, en este caso el texto sirve como elemento de anclaje fijando el sentido o ayudando a comunicar otro tipo de información no incluida en la imagen o en el objeto.

De esta forma se ven ciertas similitudes entre objeto y el mensaje publicitario: en uno los elementos que hacen parte de la imagen se relacionan y transmiten un significado y en el otro la configuración y combinación de elementos es lo que genera la interpretación y el sentido.

Este autor (Barthes, 1986) analiza otros objetos, observa de cerca la fotografía e identifica en ella la transmisión de mensajes y su sentido en conjunto con los textos que hacen parte de la prensa. Identifica la connotación de un mensaje que depende tanto de la instancia de producción o emisión, como de la recepción. Podría sugerirse que en cierta forma en el objeto de diseño sucede lo mismo, el emisor del mensaje, el diseñador o fabricante puede imprimir una serie de significados en el objeto, pero al igual que en la fotografía esta connotación depende también de quien lee el objeto, de quien lo usa.

Otra relación entre la fotografía y el objeto de diseño se refiere al objeto como parte de la fotografía, elemento que compone la imagen y por lo tanto elemento que ayuda a configurar el mensaje. Los objetos fotografiados connotan, llevan consigo un significado que en su conjunto y debido a su disposición dentro de la escena permite comunicar un mensaje y no otro. Esa imagen formada por objetos dentro de un contexto hace que el observador se remonte a sus recuerdos, a significados claros y conocidos.

Por otra parte, Baudrillard (1969) explora el ambiente como signo, o mejor, a los objetos como elementos jerarquizados dentro de un espacio. Analiza cómo los objetos muebles, en el caso de los ambientes físicos, están organizados o dispuestos más que por practicidad por una serie de concepciones culturales, adquiriendo significados y actuando sobre las relaciones humanas que se establecen en dichos espacios: "los muebles y los objetos tienen como función, en primer lugar, personificar las relaciones humanas, poblar el espacio que comparten y poseer un alma" (Baudrillard, 1969, p. 14).

Finalmente, Barthes (2005) se acerca un poco más al objeto de estudio de esta investigación mediante su análisis de la moda como sistema de signos; en este se destaca el aparte referido a la joyería y la bisutería.

En este escrito explica cómo la joya ha cambiado como signo, perdiendo sus connotaciones de poder económico y social, y se ha convertido en bisutería connotándose como democratización e igualdad.

Expresa cómo la joya se transformó, como dejó atrás su inhumanidad y convirtió su poder de significación en elemento dictador del sentido en la moda y el estilo. Hace evidente a la joya como signo, lleno de significados y sentidos dados por usuarios y observadores, demuestra entonces el carácter social de la joya y su posible interpretación como signo. La joya es entonces un signo que debe ser analizado como un conjunto de elementos que adquiere significación según la disposición e interrelación de los mismos. Las personas connotan un sentido del objeto y éste está dado por las características sociales y culturales de su propio contexto.

## **2. El significado como función en el objeto**

El objeto de cualquier modo, entrañable o ajeno, adoptado o impuesto, siempre es singularizado: en su manipulación y significados se ejerce un modo personal, una experiencia, una historia particular de vida; en él (en cada uno de los objetos) nuestra percepción reconoce el reflejo de las creencias compartidas dentro de algunas comunidades a las que pertenecemos y también a nuestra biografía (Juez, 2002, p.14).

## 2.1. La teoría comunicativa del producto

Las funciones de los objetos fueron analizadas inicialmente desde la teoría comunicativa del producto; esta teoría fue precedida por la escuela semántica de la estética cuyos representantes fueron la filósofa norteamericana Susanne Langer y el semiólogo Charles Morris.

Langer (1942), en su obra *Philosophy in a New Key*, aporta a la teoría del lenguaje del producto la diferenciación entre señal y símbolo con relación al objeto: la señal es vista como una situación que hace referencia al objeto, que a la vez invita al sujeto a ejercer una acción sobre el objeto; por otra parte el símbolo va más allá del objeto, es un signo indirecto que remite a ideas y conceptos convencionalizados dentro de los grupos sociales, estas ideas son fruto de los acuerdos y construyen las expresiones y manifestaciones culturales de los pueblos (Bürdek, 1994).

Esta percepción permite hacer una diferenciación entre las funciones del objeto, identificando en él las funciones simbólicas, fruto de la interacción con el usuario, y las funciones prácticas, inherentes al uso del objeto; pero es Jochen Gros quien en su obra *Grundlagen einer Theorie der Produktsprache* (1983), establece un modelo de dichas funciones con respecto al diseño, él establece el esquema central de la teoría comunicativa del producto, esquema vigente que se muestra a continuación (Ver Figura 1 en Catálogo de Figuras p. 147).

Como se puede ver en este esquema a los objetos se les atribuyen dos tipos de funciones de primer nivel: las funciones prácticas o utilitarias y las funciones del lenguaje del producto; de éstas se desprende un segundo nivel de categorización que comprende las funciones estético formales y las funciones del signo; y un tercer nivel intrínseco a las funciones del signo que está integrado por las funciones indicativas y las simbólicas.

Respecto a las funciones del signo que son las concernientes a la investigación, se dice que son funciones que han existido desde siempre pero que en muchos casos no han sido configuradas por el diseñador de forma consciente. Bürdek señala que esta configuración funcional por parte del diseñador se ve limitada al papel que éste está desarrollando dentro del proyecto, y del área de desarrollo del producto:

El diseñador tiene el papel del especialista para la formulación del lenguaje del producto correspondiente. La participación del profesional en el desarrollo del producto puede ser, de acuerdo con el sector del encargo a realizar, desde periférica (o únicamente de asesoramiento, p.e., en bienes de inversión) hasta dominante (por ejemplo en bisutería) (1994, p. 179.)

Es entonces la función signífica en muchos casos fruto de la casualidad más que de la proyección, como sucedía en el funcionalismo de los años veinte: se le atribuía al objeto una forma para el cumplimiento de una función meramente utilitaria, *Form follows function*, dejando de lado las funciones indicativas y simbólicas siendo estas resultado de procesos más intuitivos que intelectuales.

Con el paso del tiempo las funciones indicativas y simbólicas han adquirido importancia en el desarrollo de productos, han pasado a ser parte fundamental del objeto a pesar de las dificultades para definir con exactitud su configuración. Estas dificultades radican en el hecho de no poder consultar, como lo menciona Bürdek (1994), un “diccionario de significados”, o una serie de modelos preestablecidos para las señales indicativas; esto sucede porque índices y símbolos son extraídos del contexto socio cultural del sujeto, más no del conocimiento académico y teórico preestablecido.

Al incluir este tipo de funciones, el objeto se convierte en parte del imaginario humano, pasa a ser un elemento comunicativo que expresa las características de una cultura, de las personas, se convierten en parte del escenario donde transcurre la vida del pueblo, en mensajes de fondo de la interacción humana.

Partiendo de esto se identifica la necesidad del crear “códigos comunicativos” que permitan diseñar el producto adecuado para cada grupo social; estos códigos establecidos por convenciones comunes a los miembros del grupo permiten la lectura del objeto y la interacción con el mismo, parten de un sistema de signos inherentes a la propia cultura: El significado de un objeto representa el conjunto de todos los contextos donde éste puede tener lugar. Todo lo que se puede saber y predecir de él –su historia, procedimiento de fabricación, círculo de usuarios, lógica de la función, valor económico de posición, etc.– se transmiten mediante su lenguaje de comunicación. (Bürdek, 1994, pág. 236)

## **2.2. Las funciones de los productos industriales y su interrelación**

Según lo expuesto por Bernd Löbach (1981), las funciones de los productos industriales son todos aquellos aspectos esenciales para la relación entre el hombre y el objeto; y según esto presenta el siguiente esquema (Ver Figura 2 en Catálogo de Figuras p. 147).

Estas funciones son estructuradas por el diseñador y el constructor del producto en un trabajo conjunto; ambas partes configuran el objeto a través de un diálogo fluido interrelacionando las funciones para lograr una óptima satisfacción de la necesidad.

En cuanto a la función simbólica, se establece que ésta es determinada por aspectos sociales, espirituales y psíquicos de uso; y es lograda a cabalidad cuando la percepción del objeto por parte del usuario genera en él remembranzas de experiencias y sensaciones ya vividas. Así mismo esta configuración simbólica se ve más relacionada con los aspectos formal-estéticos del producto que con los aspectos funcionales y prácticos del mismo: “La base de la función simbólica es la función estética del producto. Ésta, por medio de los elementos estéticos, forma, color, superficie, etc., proporciona el material para la asociación de ideas con otros ámbitos vitales.” (Löbach, 1981, pág. 62)

Siempre sucederá que una de las funciones propias del objeto será más predominante que las otras; para el caso de predominancia de la función simbólica se establece el principio de configuración simbólico-funcional. En este principio el objeto es valorado más que por

su uso por la significación que este tiene dentro de un sistema cultural: el hombre siempre ha buscado la pertenencia y el reconocimiento dentro de un grupo y por esto ha hecho de los objetos signos representativos de su status y del prestigio que tiene o desea tener dentro de la sociedad (Ver Figura 3 en Catálogo de Figuras p. 147).

Tanta importancia ha tomado la función simbólica que la industria ha enfocado sus esfuerzos en producir objetos símbolo capaces de comunicar características propias del portador, o características deseables que sirvan de apariencia ante los demás. El usuario quiere pertenecer, representar y sobresalir dentro de su contexto y es el diseñador el encargado de construir mediante la estética, signos legibles dentro de las convenciones culturales; el diseñador crea productos portadores de significado que en si ofrecen un informe detallado sobre el nivel de vida de su portador, comunican lo que es y lo que desea hacer, muestra sus hábitos, sus costumbres y el ambiente en el que este se desenvuelve.

Este reflejo social se ha configurado de diferentes formas a través del tiempo, en la edad media el objeto signo se caracterizo por la exuberancia, las formas decoraban con excesiva ornamentación a los usuarios. Siempre se ha buscado impresionar la percepción del usuario, deslumbrarlo, con el fin de que valore la capacidad expresiva del producto y para esto se han empleado diferentes técnicas: el empleo de materiales valiosos, materiales de imitación, novedades formales y estilísticas, escasez, exclusividad, alto precio y creación de tendencias entre otras.

### **2.3. Otro punto de vista: los planos del objeto**

Desde punto de vista de Catri (2006), las funciones del objeto son tomadas como dimensiones del mismo; es así como se habla del plano conductal, del plano entitativo y el plano connotativo.

El plano conductal se refiere a las conductas que el objeto propone sobre su uso, se trata de como el objeto es útil y que tipo de interacciones puede tener el sujeto con él; es el plano de la interfaz hombre-objeto, el que remite a las acciones del hombre sobre el objeto y a la vez del hombre sobre el mundo.

El plano entitativo, por otra parte, indica que elementos componen el objeto, de que forma ha sido constituido; rinde un informe sobre los materiales, las texturas, los colores, las formas, los procesos y los acabados entre otros.

Por ultimo el plano connotativo, se refiere a los significados que transmite el producto, a las asociaciones que el usuario puede hacer del objeto con su pasado, con sus recuerdos, a las experiencias y valores socio culturales que puede explorar a través de él.

Estos planos se encuentran en todos los objetos en mayor o menor medida, en algunos objetos puede priorizar el plano conductal, mientras que en otros puede predominar el plano connotativo, todo depende del tipo de objeto. Muchas veces esta predominancia va ligada a las tendencias y estilos vigentes, pero siempre son regidas por las necesidades de los usuarios.

### **3. La joya como símbolo**

La joya ha acompañado al hombre desde el principio de los tiempos, creada por él y traída de la tierra ha sido usada como objeto ornamental y decorativo, un adorno que embellece la presencia física del ser humano.

Pero esas piezas han traído consigo un mensaje, un significado, no solo han cumplido en el tiempo esa función ornamental sino que se han distinguido por tener una función comunicacional. Llevan mensajes que han sido configurados por quienes las crean y a la vez mensajes que son fruto de quienes las interpretan, la joya esta llena de intenciones, de mensajes que se transmiten y hacen parte del sentir y de la cultura de los pueblos.

Una pieza de joyería es un objeto pequeño que puede tener un gran significado para una persona. La gente y la joya son inseparables; la joyería teniendo una escala humana, la gente dando significado a la joyería. Jerarquía, poder, amor, protección: la joyería siempre se ha usado para comunicarse con los demás (Siemelink, 2008)

### 3.1. Definición de joyería

El término “joyería” es definido o acotado de diferentes formas. Para algunos es entendida como el sitio donde se diseña y se produce una joya, para otros es el sitio donde se venden y se comercializan dichas alhajas y para otros “joyería” y “joya” son sinónimos. Para lograr una mejor conceptualización del término “joyería”, se exponen a continuación algunas definiciones que permiten desarrollar una definición propia:

- La palabra “joyería” es definida por la enciclopedia Británica como el o los objetos diseñados para decorar el cuerpo fabricados usualmente en oro, plata o platino a veces con piedras preciosas, semipreciosas u otras materias orgánicas (Jewelry: *Encyclopedia Britannica*, 2009).

- La Real Academia Española se refiere a la palabra “joya” como la “pieza de oro, plata o platino, con perlas o piedras preciosas o sin ellas, que sirven para adorno de las personas y especialmente de las mujeres” (*Real Academia Española*, 1992, p. 853).

- En el *Diccionario Universal del Arte* la “joyería” es definida como “Orfebrería de adorno que utiliza los metales preciosos, las piedras finas, el esmaltado, etc. En esto se diferencia de la orfebrería (trabajo de metales preciosos) propiamente dicha y del engaste (encajadura de piedras preciosas o finas en oro, plata u otro metal)” (Cabanne, 1981, p. 812).

- En los escritos del *Complejo educativo de Joyería de Buenos Aires*, la palabra “joyería” es definida como los objetos personales usados como adorno, signo de posición social, rango oficial o símbolo de creencias socio culturales fabricados en diferentes materiales orgánicos e inorgánicos como las plumas, los huesos, las conchas, los metales y las piedras (*Complejo Educativo de Joyería*, 2008, p. 1).

- La palabra "joya" etimológicamente deriva del latín *jocale* que significa juguete y objeto placentero, el término es retomado en el francés como *joie* hoy *joyeau* (Corominas, 1990, p. 540).

Para el caso de esta investigación se tomarán los dos términos, "joya" y "joyería" como sinónimos y se entenderá como el conjunto de adornos personales fabricados con diferentes materiales preciosos y no preciosos, ya que como lo menciona Charles Codina (2006, p. 6) la joya ya no se define como antes por el metal o el material con el cual ha sido fabricada sino que es valorada por la expresividad que emana de ella y el sentir que genera en el grupo social.

### **3.2. La joyería en la historia**

La historia de la joyería surge a la par con la del ser humano, como señala Codina "cada joya es un fragmento, una pequeña crónica de la gran historia de la humanidad" (2006, p. 8). Desde un principio el hombre paleolítico adornó su figura con diferentes materiales con la intención de diferenciarse de sus semejantes, es así como a través de las épocas el hombre ha transformado las joyas según su cultura adecuándolas a sus creencias, a su sentir, a su entorno social. A continuación, se narra brevemente la historia de la joyería destacando el uso de los materiales, las connotaciones sociales y los usos y costumbres para cada época. Esta referencia se basa principalmente en el libro *Historia de la joyería* escrito por Wagner de Kertész (1947) y en las recopilaciones realizadas por el Complejo educativo de Joyería de Buenos Aires (2008).

#### **Edad de piedra**

La edad de piedra en la historia general está construida por dos grandes etapas: el paleolítico y el neolítico, para tener mayor comprensión del tema se hablará de cada etapa por separado.

-Paleolítico: en esta etapa el hombre usa los materiales que tiene al alcance de su mano para adornarse, hace uso de conchas, crustáceos, caracoles, fósiles, huesos y dientes de animales en su mayoría provistos de agujeros con la idea de ser ensartados en una fibra o cartílago y con este crea un adorno que se llevó colgado de las extremidades; este adorno ha sido denominado "collar" en la actualidad. Otros materiales que se usaron en esta época fueron el cristal de roca, la serpentina, el coral y el ámbar.

Es muy común ver que el hombre tomara los huesos y los dientes de los animales que cazaba, los tallara con figuras geométricas y los llevara consigo con la idea de mostrar su fuerza y valentía a los otros miembros de su tribu, como observa Wagner de Kertész a continuación:

Para el hombre troglodita estas cadenas significan a la par un adorno y un recurso apotropeico, pero tienen además valor como trofeo de caza, testimonio elocuente de su arrojo y valentía, proporcionándole a la vez un destacado lugar en el orden social de las cavernas (Wagner de Kertesz, 1947, p. 23).

A partir de esto se puede decir que la pieza tiene significación propia, en lo citado se ve ese significado social relacionado con el estatus, con la necesidad de sobresalir, de jerarquizarse dentro de la sociedad; pero éste no fue el único significado que el hombre paleolítico le dio a la joya; también tenían un significado ceremonial y religioso, como lo demuestran los hallazgos arqueológicos en los entierros funerarios, además también se les consideraba a las joyas como objetos mágicos y místicos atribuyéndole poderes que en algunos casos se le asignaban más al material que a la pieza como tal:

Por ejemplo, las conchas, por su relación simbólica con lo femenino y la fertilidad, eran objetos utilizados para asegurar el embarazo y preservar la continuidad de la especie. Otros objetos, como dientes o plumas, se utilizaban para conferir a su portador fuerza y energía. (Codina, 2006, p. 8)

Desde este inicio las joyas no son sólo adornos, sino también amuletos y talismanes, poseedores de poderes o dones que beneficiaban a quienes los portaban. Estos poderes eran creencias populares que se mantenían como parte de su cultura.

- Neolítico: la época de la nueva piedra trajo consigo nuevos materiales y piezas, el hombre de las cavernas ya no solo fabricaba collares sino que también empezó a crear brazaletes, colgantes, sortijas, alfileres y prendedores para sostener sus ropas en distintos materiales como la lignita, la pizarra, el alabastro, el carey, el vidrio, plantas y plumas, e incluso algunas piedras semipreciosas como los cuarzos, la amatista, la jadeita y la obsidiana.

Los propósitos seguían presentes; además de ser ornamentales “se atribuía a muchas de estas alhajas fuerzas mágicas, vinculándolas por lo tanto con la idea de talismán” (Wagner de Kertesz, 1947, p. 31), seguían siendo elementos comunicadores dentro de la cultura.

### **Edad de los metales**

Esta etapa histórica caracterizada por el descubrimiento y uso de varios metales en diferentes aspectos de la vida del hombre se divide en dos partes: la edad de bronce y la edad de hierro, las cuales se exponen a continuación:

- Edad de bronce: se caracteriza por el uso del bronce y el oro, y la pieza más representativa de la época fue el brazaletes aunque también se fabricaron alfileres, fíbulas (grandes prendedores), aretes, cinturones y lúnulas (argolla para el tobillo).

Se siguen encontrando gran cantidad de piezas funerarias en los hallazgos arqueológicos pero se diferencian de las del neolítico porque son más elaboradas y además sus diseños han cambiado: se usan figuras zoomorfas, signos llevados en los amuletos y talismanes.

El amuleto más común fue una pieza de bronce que cubría el pecho y el abdomen, simbolizaba el sol y se le

atribuía como poder la protección de enfermedades; muchos de estos talismanes contruidos en bronce llevaban diseños de cisnes y hadas o múltiples representaciones del sol (Wagner de Kertesz, 1947, p. 42).

- Edad de Hierro: caracterizada por el uso del hierro, metal que en su momento fue valorado por su escasez. Se siguen plasmando las creencias místicas y mágicas en las joyas, esta vez elaboradas con un metal más duro.

La edad de hierro se divide en dos partes: la primera edad de hierro caracterizada por la fabricación de pendientes, aros, collares, amuletos, peines y otros en hierro con diseños astrales a los cuales se les acreditaban poderes de protección contra las fuerzas del mal: "Muchas formas como soles, estrellas, ruedas, medialunas y otros símbolos cósmicos, lo mismo que determinadas sustancias, el coral y el ámbar, entre otras, poseían en el ambiente de las concepciones supersticiosas del mundo pagano, un poder protector y filacterico" (Wagner de Kertesz, 1947, p. 58).

La segunda edad de hierro fue denominada La tène debido a la importancia del desarrollo del pueblo celta que llevaba ese mismo nombre. Los celtas trabajaron el hierro y el oro, fueron grandes en la forja de armas y a la vez desarrollaron hermosos diseños para las alhajas; la pieza más emblemática de la época es el torque, un collar rígido que se solía llevar en el cuello por lo general con una abertura adelante.

El torque celta fue usado como distintivo militar, como insignia religiosa y nacional y como talismán de protección, el hombre celta siempre llevaba un torque consigo.

Los diseños fueron zoomorfos y antropomorfos; se usaron otros materiales como el coral que era considerado adorno y objeto de culto.

## **Egipto**

Egipto es una de las civilizaciones que más hizo uso de las joyas. En su historia se pueden ver infinidad de piezas ricas tanto en sus materiales y diseños como en su contenido simbólico, las cuales afortunadamente pueden ser analizadas hoy en día gracias a la costumbre de enterrar junto a los muertos una serie de piezas que le serían útiles en el más allá. Según Laura Di Nobile Carlucci (2004) la joyería en el antiguo Egipto tuvo los siguientes usos:

- Amuletos y talismanes de protección
- Indicadores de rango y oficio - poder y prestigio
- Premios militares o civiles - condecoraciones oficiales al valor
- Decoración en templos y palacios
- Ajuar funerario
- Funcionales - sellos de los reyes y faraones para legalizar asuntos oficiales
- Motivos rituales

Dos ejemplos de estos usos son: los collares que llevaban las sacerdotisas, estos eran símbolos de la devoción a la diosa Hathor; y los anillos signatarios usados por los faraones para legalizar los documentos.

Los materiales más usados fueron el oro, el cobre y la plata; esta última en menor medida que los demás metales ya que en ese momento era el metal más escaso y valioso, además se usó el electro una aleación de oro con 20% de plata. También se usaron varias piedras

preciosas como el lapislázuli, el jade y el rubí.

Muchos de estos materiales eran asociados con significados y creencias religiosas:

Según los antiguos textos religiosos y literarios, los dioses, que podían tener aspecto humano estaban encarnados en tres sustancias: sus huesos en plata (metal más raro y valioso que el oro para ellos), su carne en oro y sus cabellos y barbas en lapislázuli (Martínez Cajigal, 2005, p. 43).

Estas creencias también se extendieron a algunos tipos de piezas como los anillos. En el antiguo Egipto eran considerados signos de dominio y de poder, eran usados como amuletos y talismanes para proteger a su portador de las fuerzas oscuras y por esto se incluían en los ajuares funerarios. También se les otorgaron otros significados simbólicos como el de la fidelidad y la confianza depositada por el hombre en la mujer al comprometerse en una relación: él le entrega el poder y el cuidado sobre su hogar y sus bienes, le confiaba sus posesiones mediante este signo. Esto originó la tradición de las argollas de matrimonio. Otra función del anillo fue diferenciar a las clases sociales. La clase baja llevaba anillos de cobre, bronce, cristal y cerámica mientras que las personas de clase alta lucían en sus manos argollas de oro y plata.

## **Grecia**

En Grecia se trabajó el oro combinado con las piedras preciosas. Los griegos de la antigüedad se caracterizaron por la elaboración de piezas finas y delicadas en cuyos diseños se empleaban el espiral y las hojas. Fabricaban collares y pulseras con piezas de ámbar y alfileres cuya cabeza era tallada en cristal de roca, también usaron pendientes encomendados a los dioses y ajuares funerarios. Dentro de estos se destaca la máscara de Agamenón, fabricada en su totalidad en oro.

También se destacó la fabricación de diademas ovaladas en oro: la corona de laurel otorgada a los victoriosos de las batallas y los deportes, esta pieza era consagrada al dios Apolo ya que se creía que de esta forma se les dotaba de intelecto y luz.

Los griegos se caracterizaron por emplear diferentes técnicas en el trato de las piedras preciosas, las tallaron y grabaron; los diseños de las piezas estaban inspirados en la naturaleza y muchos otros seguían los diseños egipcios.

Algo que marcó la joyería griega fue la creación de una nueva pieza, el camafeo; éste era fabricado principalmente con un tipo de ágata llamada Sardónice, traída de la India.

## **Roma**

La antigua Roma sobresalió por la elaboración de joyas para el cabello; entre más ostentosas y complicadas eran, indicaban un mejor nivel social. Pero la pieza que más se destaca es la argolla precursora de la sortija de compromiso. Según indican los textos, esta era elaborada en hierro y era símbolo de la eternidad, del ciclo de vida que iniciaba la pareja y constituía una promesa ante la sociedad que garantizaba el respeto hacia el compromiso del matrimonio a través del tiempo. Esta pieza fue una tradición en la civilización romana. Se usaron el oro, la plata, la pasta vítrea, las piedras preciosas, la cerámica, las perlas y el bronce, entre otros.

## **Oriente próximo**

Comprende Sumeria, Babilonia, Mesopotamia, Asiria, Persia y Fenicia. En Mesopotamia y Asiria se trabajó el oro y se destacó por la técnica de granulado, que consistía en decorar las piezas con pequeñas bolitas de oro. También se reconoció su trabajo en filigrana.

Los fenicios, por su parte, imitaron a los egipcios, pero vale la pena destacar el desarrollo de nuevas técnicas de unión y sistemas de cierre. Desarrollaron diversas piezas como anillos, collares, amuletos, porta amuletos, navajas de afeitar y espejos en materiales como el oro y el bronce, destacándose en la fabricación de una nueva joya conocida con el nombre de candelabros de Lebrija, fabricados en oro a los cuales se les asignaban poderes divinos.

## **Época Bizantina**

En esta época se destaca el uso de símbolos cristianos como las cruces: éstas se usaban comúnmente en los colgantes de pecho. Es necesario resaltar que fue un momento de gran ostentación donde se llevaban gran cantidad de joyas incluso adornando la indumentaria.

## **Culturas Precolombinas**

Las culturas precolombinas o prehispánicas trabajaron destacadamente el oro y la plata y algunas piedras preciosas como la esmeralda, en el caso de Colombia y Brasil donde hay yacimientos.

Se destacan los ornamentos de los jefes y sacerdotes, así como los ajuares funerarios. En las tumbas exploradas se han hallado máscaras, cascos, pecheras, turbantes y diademas, entre otros.

Se destacan por su trabajo en joyería las culturas de las zonas de México, Colombia y Perú.

## **Edad Media**

En esta época las joyas eran de uso exclusivo de los reyes, de la comunidad eclesiástica, de los ricos comerciantes y de los nobles, lo cual convirtió a la joya en un privilegio de la aristocracia. Incluso en países como Francia e Inglaterra se dictaron leyes que prohibían a la gente usar alguna joya fabricada con oro, plata o piedras preciosas. Estas medidas otorgaron a las joyas un significado: se convirtieron en símbolos de poder, de autoridad y de riqueza, pero a la vez hicieron parte de la cultura de la comunidad no aristócrata. Esta comunidad le atribuía a las joyas poderes curativos y mágicos, eran usadas en hechizos y rituales.

Se destaca el uso de abundantes piedras preciosas y semipreciosas como el granate, especialmente en la joyería francesa y escandinava.

## **Renacimiento**

Significó una revolución a nivel tecnológico y el resurgimiento en las artes, incluso de la joyería. Piedras preciosas como la malaquita y el alabastro fueron trabajadas en grandes proporciones para ser empleadas en la decoración arquitectónica.

Se impone el uso del color, se elaboran colgantes con numerosas piedras y a la vez esmaltados.

Una de las piezas más reconocidas de la época es el colgante y el broche que llevaban un pequeño retrato. Otra aplicación de gran influencia y reconocimiento en la época es la incursión de la joyería en la moda como adorno dentro de la indumentaria de terciopelo

y seda, se bordan las prendas con perlas y se les realizan aplicaciones en metales preciosos. Otro aspecto importante de la época es la incursión de pintores y escultores reconocidos en el diseño de joyas, dentro de estos se destacan Alberto Durero y Hans Holbein.

### **Siglo XVII al XIX**

En esta época la tecnología permitió la talla de piedras de mayor dureza, lo que le dio un lugar muy importante al diamante. Se destacan entonces las joyas elaboradas con este material por una parte y por otra se evidencian los cambios en las joyas que reflejaban la moda y las tendencias.

La industrialización facilitó la elaboración de joyas en serie, lo cual aminoró los costos pero también creó la cultura de la imitación, dando lugar a lo conocido con el nombre de “bisutería”. La imitación permitió ver en el mercado piezas iguales aparentemente con costos notablemente diferentes.

Apareció el concepto de aderezo, juego de tres o cuatro piezas, fueran estas pendientes, colgante, sortija, brazalete o broche, entre otros, que eran vendidos en conjunto; también se crean tabaqueras, sellos y hebillas para zapatos.

### **Siglo XX**

El movimiento Art Nouveau, de la mano de Rene Lalique en la joyería y la aparición de la joyería de autor, de diseño o contemporánea marcaron esta época al igual que el modernismo y los importantes movimientos como Arts and Crafts. Todo esto cambió a la joyería proveyéndola del esplendor del diseño. La valoración de las formas y la originalidad de la pieza sobre el costo del material, hicieron que la joya se redefiniera en su función social.

## **4. Los materiales usados en joyería y su significado**

### **4.1. Los metales**

En joyería se han usado a través del tiempo diferentes metales como el hierro, el cobre el bronce, el oro, la plata y el platino; todos ellos destacados por su belleza y por sus propiedades físicas que permiten que sean manipulados con cierto grado de facilidad.

Dentro de estos, los más usados son los llamados metales preciosos: oro, plata y platino; que se caracterizan por ser escasos en el entorno natural. A continuación, se describen las connotaciones de los metales más usados tanto preciosos como no preciosos:

- El Oro: este es el metal más usado en joyería, ha estado presente en casi todas las épocas de la historia. La palabra “oro” viene de la palabra aurum en latín, que significa aurora brillante, quizás por esto se le ha asociado con el sol. A este metal se le atribuyen poderes curativos y mágicos, además “su valor como signo de ostentación y poder ha sido ansiado desde antaño por la mayoría de los pueblos y culturas” (Codina, 2006, p. 12).

El oro aparece en la historia del hombre en la edad de los metales y ha sido usado principalmente en la elaboración de ornamentos en casi todas las culturas. Para algunos pueblos, el oro ha sido símbolo de la luz, el fuego, la vida, el poder y la sabiduría, se le ha relacionado con todo lo extraordinario y maravilloso: “el oro, considerado como el más precioso de los metales, es un símbolo de todo aquello que posea el máximo valor o que resulte más difícil de conseguir.” (Bruce - Mitford, 1997, p. 39).

Pero por otra parte este metal ha sido connotado de forma negativa, se ha relacionado con la ambición, la avaricia y la corrupción, con las ansias de poder y la idea de poseer todo lo que es valioso ante los ojos del hombre; este simbolismo se ve reflejado en diversas leyendas entre de las cuales se destaca la historia del rey Midas.

Dentro de la alquimia el oro es concebido positivamente como el metal más puro y noble; se relaciona con la eternidad y perfección, con lo inalterable e inmutable, además era usado para alejar los maleficios (Ver Figura 4 en Catálogo de Figuras p. 148).

Desde las creencias cristianas el oro es vinculado con Dios y con todo aquello que es sagrado, además representa el alma y la inteligencia divina; es por esto que tanto en los ritos como en los templos sagrados se usan objetos de este material: “en el cristianismo ortodoxo es el oro un símbolo de la luz celeste y de la perfección, a lo cual hace referencia el fondo dorado de los cuadros medievales pintados sobre madera y los iconos de la iglesia oriental.” (Biedermann, 1993, p. 337).

- La Plata: es un metal noble caracterizado por su brillo, ductilidad y maleabilidad. Es de uso común en joyería, pero casi nunca se emplea en estado puro; generalmente se emplea en aleación con otros metales que mejoran sus cualidades físicas.

La plata ha sido empleada en muchas culturas; actualmente su precio es menor que el del oro pero en culturas milenarias como la egipcia, era más escaso y por esto era valorado como sagrado. Siempre se le ha relacionado con la luna, con lo femenino, y lo natural (Tello, 2008) (Ver Figura 5 en Catálogo de Figuras p. 148).

Muchas de sus connotaciones pueden verse influenciadas por su color: “la plata, que por su color, se relaciona con la luna, es brillante, pero también se oscurece, por lo que simboliza la parte corruptible de la naturaleza humana que necesita limpieza.” (Bruce - Mitford, 1997, p. 39).

Otras creencias populares consideran que la plata repele las fuerzas del mal: llevar una pieza de plata sirve para alejar a los demonios (Biedermann, 1993), detiene los hechizos malignos y la brujería.

- El Hierro: es un metal maleable de color gris claro valorado por su magnetismo y dureza. Es usado en la fabricación de herramientas y armas; hoy en día es poco común en la elaboración de joyas y ornamentos. En algunas culturas antiguas como la egipcia, la griega y la india, el hierro era símbolo de la oscuridad y el mal, por esto se prohibía el uso de objetos fabricados en este metal en los templos, ritos y sacrificios (Tello, 2008).

Por otra parte el hierro se asocia con la inflexibilidad, la resistencia, la fuerza y el poder; en la mitología romana este metal era relacionado con el dios de la guerra, Marte, y por lo tanto era símbolo de lo que este representaba: virilidad, sequedad, ardor, fuerza e ira (Ver

Figura 6 en Catálogo de Figuras p. 148).

Para otras culturas el hierro servía como elemento protector contra las fuerzas del mal, un anillo de hierro protegería a su portador de los malos espíritus. En la antigua china hacia parte de las leyendas y creencias populares: “el hierro era símbolo de fortaleza y justicia, y de él se suponía que mantenía alejados a los hostiles dragones acuáticos. Por eso se enterraban figuras de hierro en las orillas de los ríos y en los diques” (Biedermann, 1993, p. 227).

#### **4.2. Las piedras preciosas y semipreciosas**

A las piedras preciosas se les ha relacionado con diferentes creencias y mitos: la más conocida es la relación de las piedras con los signos zodiacales y a su vez con una serie de poderes; esto las ha convertido en amuletos. Se cree que éstas movilizan energías, las cuales pueden ser positivas o negativas; por esto se les ha dado diferentes connotaciones, muchas de éstas relacionadas principalmente con el color de las mismas.

Estas atribuciones son concebidas popularmente. Se considera que las piedras son curativas tanto física como emocionalmente, por esto algunas tendencias como New Age promueven las terapias con piedras y cristales, y recomiendan que cada persona lleve consigo una gema que tendrá la función de protegerlo y desviará las “malas energías externas” equilibrando también las internas. De este modo, se evidencia el arraigo de las piedras preciosas en el imaginario colectivo a lo largo del tiempo.

A continuación se mostrara el significado que tradicionalmente se le ha asignado a algunas piedras preciosas y semipreciosas, entendiéndose como piedras preciosas el diamante, el rubí, el zafiro y la esmeralda y como semipreciosas a todas las demás:

- Diamante: el diamante es considerado el rey de las piedras preciosas ya que reúne muchas de las cualidades más valoradas en joyería: transparencia, alta calidad de refracción de la luz, brillo y dureza. Etimológicamente deriva su nombre del sanscrito dyu, ser brillante, y del griego adamas, inconquistable (Cirlot, 1997, p. 173).

Esta piedra es una de las más apreciadas en la actualidad, es usada en la fabricación de las piezas más costosas y ostentosas, como las joyas de la corona de diferentes monarquías y los anillos de compromiso de las casas de joyas más famosas. Es por esto que se le considera sinónimo de poder, de riqueza y de alto nivel social (Ver Figura 7 en Catálogo de Figuras p. 148).

Tradicionalmente, el diamante fue valorado por sus cualidades físicas: gracias a su dureza se consideró símbolo de la incorruptibilidad, la inviolabilidad, la inmortalidad y la fuerza de carácter; y por su forma translúcida y transparente se asocio con la sinceridad, la pureza y la perfección (Bruce - Mitford, 1997).

En algunas culturas antiguas se le otorgaron poderes y se incluyó en ritos populares relacionados con la magia: “El imaginario popular Europeo le atribuyó diversas propiedades, como curar enfermedades, hacer invisible, neutralizar el efecto de los venenos, favorece la aceptación del hombre por parte de la mujer y ahuyentar desde animales hasta brujas y fantasmas” (Tello, 2008, p. 71).

- Rubí: el rubí esta conformado principalmente por el corindón al igual que el zafiro; es una piedra caracterizada principalmente por su dureza, su brillo y su maravilloso color rojo intenso.

Desde la antigüedad se le han atribuido poderes relacionados con el bienestar: “se pensaba que el portador de un rubí era bendecido con salud, riqueza y éxito a nivel afectivo, llegando incluso a otorgarle invulnerabilidad” (El rey de las piedras, 2008, p. 42).

La connotación simbólica de esta piedra cambia según la cultura pero en general está muy relacionada con las connotaciones del color rojo (Ver Figura 8 en Catálogo de Figuras p. 148).

En Birmania esta piedra era incrustada en los dientes y la piel de las personas. Se creía que de esta forma la piedra pasaba a ser parte del cuerpo confiriéndole su invulnerabilidad: hacía casi imposible que la persona fuese herida por cualquier arma (Bruce - Mitford, 1997).

Para los alquimistas también fue de gran importancia ya que como lo relata Alberto Magno (1193-1280) en uno de sus análisis sobre esta práctica, esta piedra posee la virtud de todas las otras piedras y es poseedora del poder de esfumar el veneno en forma de aire y humedad. (Biedermann, 1993).

En general el rubí se relaciona con: el amor, la pasión, el afecto, la virilidad, la fuerza, la alegría, la vitalidad, el poder y la autoestima.

- Zafiro: se le llama “zafiro” a todos los corindones que no son de color rojo, aunque históricamente se le denominaba de esta forma sólo a los corindones de color azul.

Esta piedra ha sido usada desde la antigüedad por distintas civilizaciones tomando diferentes significados: los persas, por ejemplo, creían que la tierra estaba sobre un gran zafiro cuyo reflejo le daba color al cielo y los israelitas le concedían un valor sagrado y creían que era poseedor de la verdad, ya que los mandamientos de la ley de Dios recibidos por Moisés estaban escritos en tablas de este material (El zafiro - propiedades).

El zafiro fue usado como talismán para los viajeros: esta piedra les serviría de guía llevándolos sanos y salvos a su destino (Ver Figura 9 en Catálogo de Figuras p. 148).

En la antigüedad se creía que guardaba el poder de la sabiduría y simbolizaba la verdad, la castidad, la contemplación, la esperanza, el destino y el amor a la verdad (Biedermann, 1993) (Tello, 2008).

Actualmente esta piedra es comúnmente usada en los anillos de compromiso.

- Esmeralda: la esmeralda es un berilo de color verde usado desde la civilización Persa, en donde era conocida con el nombre latín smaragdus; actualmente las gemas de mayor reconocimiento son las extraídas de Colombia y Brasil, aunque también son producidas por Rusia y Zimbawe (Piedras preciosas: La esmeralda, 2005).

Tradicionalmente se cree que la persona que lleva una esmeralda es favorecida con el entendimiento y la destreza: “Se cree que estas respetadas y poderosas piedras aumentan la memoria, agudizan el espíritu y puestas debajo de la lengua, ayudan a predecir el futuro” (Bruce - Mitford, 1997, p. 40).

Estas piedras también fueron usadas en ritos, en magia y como antídotos y remedio para algunas enfermedades. Para los cristianos son símbolo de la fe, la pureza y la esperanza

(Biedermann, 1993).

Estas creencias populares hicieron de la esmeralda objeto de uso dentro de las costumbres:

“En la edad media se creyó que procedía del infierno, por eso se la considero talismán contra las fuerzas del mal e instrumento para convocar a los malos espíritus y dialogar con ellos” (Tello, 2008, p. 79) (Ver Figura 10 en Catálogo de Figuras p. 148).

Así mismo comparte algunas de las connotaciones del color verde como ser símbolo de la primavera, la lluvia, la fertilidad, la fecundidad y la humedad.

- Perla: la perla es el símbolo de la belleza y la perfección femenina, es comparada con todas las cualidades de la mujer como la fertilidad, la delicadeza, la fecundidad, la pureza y la virginidad (Bruce - Mitford, 1997). En joyería es usada en diferentes piezas: anillos, dijes, pendientes, prendedores, pero la pieza más reconocida es el collar hecho exclusivamente con perlas blancas (Ver Figura 11 en Catálogo de Figuras p. 148).

Esta piedra es considerada la reina de las piedras preciosas. Para los chinos es sinónimo de sabiduría, inmortalidad y luz; para la antigua Grecia significaba el amor, el matrimonio y la fuerza vital o generadora, y para los cristianos simboliza al niño Jesús, la perla perfecta. Desde la psicología y los estudios de la mente, la perla está relacionada con el alma humana, con la parte intangible y el espíritu separado del cuerpo: “el psicoanálisis reconoce su función de simbolizar el centro místico y la sublimación” (Cirlot, 1997, p. 354).

Actualmente se le siguen asignando connotaciones simbólicas, principalmente las relacionadas con la femineidad, pero también es usada como símbolo de justicia, amabilidad y lealtad (Ver Figura 12 en Catálogo de Figuras p. 148).

A Afrodita se la presenta sobre una concha, aludiendo su nacimiento de la espuma del mar, por lo cual participa del simbolismo de la perla y del mar fecundos, tanto por su semejanza con el órgano sexual femenino como porque en su interior anidan perlas (Tello, 2008, pág. 56).

- Amatista: la amatista es una gema de color púrpura que se puede encontrar en diferentes tonos: desde el lila pálido hasta el morado intenso. Pertenece a la familia de los cuarzos y es una de las formaciones cristalinas más comunes de la corteza terrestre, se extrae en diferentes regiones del mundo como Brasil, Bolivia y Madagascar (Piedras preciosas: Amatista, 2005).

La palabra “amatista” proviene del griego amethystos que significa no ebrio: “Se asociaba con Baco, el dios del vino, y se creía que podía curar la embriaguez. Por ello se convirtió en símbolo de la sobriedad” (Bruce - Mitford, 1997, p. 40) (Ver Figura 13 en Catálogo de Figuras p. 148).

También se le ha relacionado con la humildad, la paz interior, la piedad, la resignación y la modestia; en algunas épocas se usó en terapias curativas para el cuerpo y el espíritu y aun hoy doctrinas esotéricas hacen uso de ellas y las recomiendan en especial a las personas nacidas bajo el signo de acuario (Tello, 2008).

- Turquesa: la turquesa es un mineral usado en su estado natural en joyería, es muy valorado por su peculiar color azul verdoso.

Esta piedra fue usada en el antiguo Egipto, donde se le atribuían poderes protectores; y

en Mesoamérica donde se usaba para representar a los dioses y como ofrenda para los mismos: "Para los aztecas la turquesa (Xihuitl) simbolizaba la unión de fuego celeste y el fuego terrestre" (Biedermann, 1993, p. 464) (Ver Figura 14 en Catálogo de Figuras p. 148). A esta piedra se le relaciona con el valor y a puntería, la fertilidad, el tiempo y el poder político.

- Agua Marina: esta piedra caracterizada por su color azul hace parte de la familia de los berilos. Fue relacionada en la antigüedad con los personajes mitológicos marinos, como Poseidón y las sirenas, y más adelante fue adoptada por los marineros como amuleto: creían que la piedra condensaba el poder del mar dándoles valentía y protegiéndolos de cualquier peligro al navegar (Ver Figura 15 en Catálogo de Figuras p. 148).

Más adelante los alquimistas le atribuyeron poderes curativos, creían que mejoraba las funciones digestivas y evitaba la retención de líquidos; pero estas creencias no quedan en la época medieval, aun hoy se le confieren poderes curativos: se cree que esta piedra tranquiliza a quien la porta, le da felicidad y le permite interactuar con mayor facilidad con las otras personas generando un dialogo fluido y mejorando la capacidad de expresión (Aguamarina: la mensajera del mar, 2008).

- Jade: esta piedra es una formación conjunta de dos minerales: jadeíta y nefrita. Pertenecen a la familia de los silicatos y esta caracterizada por los diferentes tonos de verde que van desde el verde pálido, casi blanco, hasta al verde oscuro o verde marrón; estas tonalidades se deben a la mayor o menor presencia de cromo.

En China esta piedra es una de las más preciadas, es símbolo de la pureza, la inmortalidad y el amor eterno; esta relacionada con el Yan, lo masculino, lo seco, el agua, el corazón y la vegetación.

Dentro de la tradición china el jade es considerado como la fuerza cósmica y la energía vital; es el material más noble, en cuya esencia esta la inmortalidad. Esta facultad se le ha concedido por derecho, le pertenece por naturaleza (Cirlot, 1997).

Debido a estas creencias este material ha sido usado en la fabricación de objetos sagrados, esculturas y amuletos; generalmente se colocaban varias piezas de jade en la tumba de los difuntos con la idea de reconfortar su alma.

La cultura china también lo considero como la condensación de las virtudes esenciales: es el conjunto de la pureza, la armonía, la claridad, la bondad y la inmutabilidad (Tello, 2008) (Ver Figura 16 en Catálogo de Figuras p. 148).

Por otra parte las culturas mesoamericanas explotaron este mineral haciéndolo parte de sus ritos sagrados. Para los aztecas, el jade representaba algunas partes y cualidades de sus dioses y era usado en los entierros funerarios: "este mineral verde (en azteca chalchihuitl) servía para elaborar piedras que simbolizaban el corazón y que se colocaban en los sarcófagos de piedra con las cenizas de los príncipes muertos" (Biedermann, 1993, p. 248).

- Ágata: es una piedra semipreciosa encontrada en las rocas volcánicas; pertenece a la familia de las calcedonias y se caracteriza por mostrar franjas de diferentes tonos del mismo color, estas franjas son formaciones cristalinas y la diferencia de color se debe a la mezcla con otros minerales (Ver Figura 17 en Catálogo de Figuras p. 148).

A esta gema se le han atribuido diferentes significados con el paso del tiempo, para algunas culturas antiguas esta piedra poseía poderes mágicos: servía para estimular eróticamente a la mujer, para alejar el mal tiempo, para controlaba el curso de los ríos y dar aliento físico a quien lo necesitara.

Según los análisis de Alberto Magno sobre los textos antiguos y la alquimia, la ágata “da fuerzas al corazón, vuelve al violento amable y da alegría y protege contra las fuerzas adversas” (Biedermann, 1993, p. 19).

Otro poder que se le adjudicó a esta piedra fue la capacidad de curar el insomnio y procurar sueños felices, también se relaciona tradicionalmente con la valentía, la audacia, la prosperidad, la larga vida y el amor espiritual (Bruce - Mitford, 1997).

#### **4. 3. Otros materiales**

En la fabricación de joyas se han usado diversos materiales a través de la historia, de hecho su origen no se dio con los metales y las piedras preciosas; se originó con materiales más comunes como los huesos y los dientes de animales, las conchas y la propia tierra que más adelante al ser horneada se convirtió en la cerámica y porcelana que se conoce hoy en día. Todos estos materiales fueron tomados por el hombre porque se les atribuyó en su momento una serie de significados, o se les valoró por ciertas características; es por esto que a continuación se describe el contenido simbólico de algunos de los múltiples materiales que han hecho parte de este legendario arte.

- El vidrio o cristal: Este material fue en su principio y se puede decir que aun en la actualidad un objeto asombroso para el ojo humano. El vidrio fue descubierto por los egipcios hacia el año 1500 a.C. y fue usado inicialmente en forma de cuentas para la elaboración de joyas y adornos.

Sorprendió en la antigüedad por ser transparente, haciendo que esta cualidad lo vinculara con poderes mágicos y sobrenaturales. Tradicionalmente es considerado curativo y beneficioso: “Se cree que cuando un cristal se coloca sobre el cuerpo, éste absorbe su energía: posee un efecto curativo” (Bruce - Mitford, 1997, p. 77).

Este material es considerado la unión de los contrarios, en él está el espíritu y la materia (Tello, 2008); es incoloro, inodoro, translúcido y transparente, pero puede tomar casi cualquier forma y color cambiando su sentido, es el grado cero de la materia.

El cristal es símbolo de la luz, la pureza, la claridad y la espiritualidad, en palabras de Baudrillard el cristal cuenta con una “virtud esencial, que es moral: su pureza, su lealtad, su objetividad, la inmensa connotación higiénica y profiláctica que lo convierte verdaderamente en material del porvenir” (1969, p. 45) (Ver Figura 18 en Catálogo de Figuras p. 148).

En la actualidad el uso del vidrio en joyería se destaca en la variedad denominada cristal de Murano, de hecho muchas piezas de joyería actual se centran en un gran cristal engarzado en algún metal precioso.

- La concha: la concha es el caparazón que contiene las perlas, un molusco que se encuentra en el mar y esta formado por nácar y calcita. Fue uno de los primeros materiales que se uso en la elaboración de ornamentos, en los tiempos prehistóricos las conchas eran agujereadas e introducidas en fibras o cartílagos con la idea de formar collares. En la cultura china juega un papel importante dentro de la religión budista, es uno de los ocho emblemas de la buena suerte, símbolo del viaje seguro y prospero (Tello, 2008) (Ver Figura 19 en Catálogo de Figuras p. 148). Históricamente en culturas como la greca, la romana y la hindú, la concha se ha relacionado con las diosas, directamente con el órgano sexual femenino y por consiguiente es connotada como fertilidad, fecundidad, procreación, belleza y amor. En el simbolismo cristiano la concha puede simbolizar el sepulcro que recibe al hombre a su muerte y lo conserva intacto antes de volver a la vida; también se ha considerado representación de la virgen María ya que en su vientre llevó a “la mas preciosa de las perlas”, es decir el niño Jesús (Biedermann, 1993).

- El coral: el coral es una piedra marina formada por los esqueletos de las colonias de pólipos, animales pequeños que crecen de forma ramificada formando los arrecifes. Este material ha sido usado desde la antigüedad en la elaboración de cuentas decorativas y amuletos; incluso hoy en día en Italia se fabrican amuletos contra “el mal de ojo”, pequeños puños tallados en coral rojo que cuelgan de las pulseras de oro o de los vestidos de los niños (Biedermann, 1993) (Ver Figura 20 en Catálogo de Figuras p. 148). El coral ha sido usado por el hombre como talismán, como elemento protector ante las fuerzas malignas y las desgracias. Ha sido considerado por algunos pueblos como un elemento sobrenatural debido a la mutabilidad de su aspecto y de sus propiedades: inicialmente el coral en el mar es blando y poroso, sensible y débil, pero al tener contacto con la superficie se convierte en un material duro y resistente, se un rojo aun más brillante y vivaz (Ranisio, 1998). Otras culturas le otorgaron propiedades fantásticas: “Se creía que el coral detenía el flujo de la sangre de una herida, curaba la locura, infundía la sabiduría a la persona que lo llevase y protegía contra los embrujos” (Bruce - Mitford, 1997, pág. 38). También se creía que con un coral se podía cruzar un rio acaudalado y controlar las tormentas.

- El azabache: es un carbón fósil de color negro que hace parte de la familia de los lignitos. Se caracteriza por ser muy frágil, lo cual ha dificultado su talla haciendo de este trabajo un arte de expertos. En el siglo XIX el azabache fue usado en la fabricación de joyas para el luto, se convirtió en “símbolo del amor por el difunto” y el reflejo del dolor por la muerte de un ser querido (Bruce - Mitford, 1997) (Ver Figura 21 en Catálogo de Figuras p. 148). Estas joyas eran valoradas como parte de la etiqueta y el decoro de la época victoriana, y a pesar de su alto costo de producción, debido a la fragilidad del material, eran adquiridas por todos los dolientes; a finales de ese siglo el azabache fue imitado con una materia plástica

llamada ebonita, lo que permitió producir las joyas para el luto a costos moderados acercándolas a toda clase de público (Herradón Figueroa, 2008).

Este material también fue usado en las culturas antiguas como protección contra “el mal de ojo”, se creía que protegía al cuerpo y al alma repeliendo los venenos y las enfermedades.

## **5. Acercamiento a la percepción actual de la joya**

### **5. 1. Enfoques de la investigación**

Para desarrollar de forma pertinente esta investigación fue necesario realizar un trabajo de campo relativo al contexto actual. Para plantear este esquema metodológico fue de gran importancia identificar los enfoques y definir cual sería el indicado para el caso específico del proyecto. Esos enfoques permitieron definir los pasos a seguir.

A continuación se explican los diferentes enfoques dentro de los cuales se clasifica el proyecto:

Según la finalidad perseguida:

- Enfoque de investigación mixta (básica y aplicada). Parte de los conocimientos expuestos teóricamente los cuales son verificados en la observación de la realidad para adquirir nuevo conocimiento relevante para el diseñador de joyas y otros objetos,

Según los medios utilizados para obtener información:

- Investigación documental y de campo. La investigación inicia con una revisión documental que genera parámetros de observación y permite la construcción del marco teórico; y continua como un análisis de campo al aplicar instrumentos de recolección de información como entrevistas y encuestas aplicadas a una muestra determinada.

Según el tipo de información:

- Enfoque de investigación cuali-cuantitativo. La investigación se centra en la recolección y análisis de información de tipo cualitativo, pero se tabula y se organiza de forma estadística es decir usando la cuantificación.

Según nivel de conocimiento que se adquiere:

- Enfoque correlacional. La investigación busca relacionar dos variables, materiales y significados, dentro de un objeto, la joya; para lo cual se necesitara aplicar instrumentos de recolección de datos apropiados que permitan la aplicación de los métodos estadísticos junto con los coeficientes de correlación.

### **5. 2. Objetivos y modelo metodológico**

Como es posible ver, en los capítulos anteriores se construyó un marco teórico en el cual se conoció la importancia del significado en el objeto y las percepciones simbólicas de la joya y los materiales a través de la historia; esto permitió la visualización de un panorama semántico de la joya en el pasado, pero ahora se hace necesario conocerlo en el presente.

Con este fin se planteó un desarrollo metodológico centrado en los siguientes objetivos:

- Observar la relación entre los materiales usados en una pieza de joyería y los significados dados por la sociedad a esta pieza.
- Identificar los materiales usados en las joyas comercializadas en la ciudad de Buenos Aires.
- Reconocer los significados que la sociedad asocia con las joyas comercializadas en la ciudad de Buenos Aires.

Estos objetivos fueron desarrollados a través de la aplicación de las técnicas metodológicas que se expondrán más adelante.

### **5. 2. 1. Unidades de análisis y variables**

En la hipótesis de trabajo se pueden identificar dos unidades de análisis a cada una de las cuales corresponde una variable. Dichas variables se muestran en relación de dependencia. Las unidades de análisis son: Las joyas o piezas de joyería y la sociedad - personas compradoras de joyas en la ciudad de Buenos Aires.; y las variables son: el tipo de material usado en la joya o pieza de joyería y los significados otorgados por la sociedad a las piezas de joyería. Estas variables son operacionalizadas en el planteamiento de las técnicas.

### **5. 2. 2. Técnicas**

La técnica empleada en esta investigación es el diferencial semántico, un tipo de escala para la medición de actitudes que consiste en una serie de adjetivos bipolares con los cuales el sujeto puede calificar al objeto estímulo. Su objetivo es medir los significados connotativos de los objetos, eventos y conceptos.

La persona califica al objeto estímulo según su parecer escogiendo entre cinco niveles de relación de los adjetivos con el objeto; cuando el sujeto marca el extremo más cercano a uno de los adjetivos está identificando una estrecha relación entre el estímulo y el adjetivo; cuando marca el siguiente nivel de relación, el sujeto está percibiendo una relación media con alguno de los adjetivos; mientras que cuando marca la posición media de la escala, está indicando la neutralidad del objeto ante esta pareja de adjetivos.

Se eligió la escala de diferencial semántico porque permite relacionar un estímulo de forma visual, en este caso la joya, con una serie de adjetivos que reflejan significados y conceptos. El diferencial semántico permite conocer la valoración que hace un grupo de personas sobre un mismo objeto.

De igual manera es una técnica usada en diseño en la configuración formal – estética de productos; es de común aplicación en la metodología de la ingeniería Kansei, técnica japonesa

que busca establecer las relaciones entre las propiedades del producto y lo que se percibe de él (Alvarez Laverde, 2007).

Para el diseño de la prueba de diferencial semántico se deben realizar dos tareas: primero debe establecerse cuales son los estímulos que se van a utilizar, y segundo debe definirse el espacio semántico con el cual se va a calificar dicho estímulo, es decir las parejas de adjetivos que se van a relacionar con el objeto.

- Elección de las imágenes estímulo: en la elección de estímulos se decidió realizar dos tipos de prueba: la primera comprende una misma joya fabricada con diferentes materiales donde la característica principal es la sencillez de la pieza; fue de gran importancia elegir piezas fabricadas en un único material con la idea de facilitar la correlación de los adjetivos con esta propiedad del producto (Ver Figura 22 en Catálogo de Figuras p. 149).

La segunda prueba está formada por nueve parejas de estímulos fabricados con el mismo material, pero que no excluyen otros materiales y se diferencian en su diseño y estilo (Ver Figura 23 en Catálogo de Figuras p. 150).

También se decidió incluir en la imagen estímulo una nota aclaratoria, donde se expresan los materiales con los que esta fabricado el producto, ya que al ser una imagen es difícil diferenciar entre un material y otro.

- Definición del espacio semántico: para elegir los adjetivos del espacio semántico se recurrió al marco teórico, específicamente a los capítulos tres y cuatro donde se pueden identificar palabras que califican tanto a joyas como materiales. También se acudió a estudios de mercados sobre joyería, donde se describen las necesidades del usuario sobre las joyas con adjetivos calificativos.

De estos escritos se extrajeron ciento treinta y seis adjetivos, luego se procedió a realizar una selección mediante la agrupación de palabras por similitud; en este proceso participaron cuatro sujetos que relacionaron las palabras en 20 grupos.

Luego se procedió a crear dentro de cada grupo parejas de adjetivos opuestos dentro de las cuales se escogieron las más claras y representativas de cada grupo. Como resultado el espacio semántico para las dos pruebas quedó conformado por diez parejas de adjetivos que se exponen a continuación:

Común - Exclusiva Mundana - Sagrada

Alegre - Seria Clásica - Moderna

Fuerte - Delicada Diseñada - Improvisada

Casual - Elegante Juvenil - Anticuada

Emocional - Racional Fina - Ordinaria

Teniendo establecidas las imágenes estímulo y el espacio semántico se procedió a estructurar los formatos de las pruebas. La prueba numero uno esta formada con cinco formatos individuales donde se presenta cada una de las imágenes y las escalas de diferencial semántico; se presentan de forma separada con la idea de obtener información de diferentes encuestados sin que estos perciban la similitud de los estímulos.

La prueba dos se estructura en tres formatos conformados cada uno por tres parejas de estímulos del mismo material, siendo estas intercaladas entre si. Se presentan en conjunto la imagen y la escala, cada uno de estos conjuntos se muestran de forma independiente en una hoja, con la idea de que el sujeto pueda ir seleccionando los adjetivos sin dejar de contemplar la imagen (Ver Figura 24 en Catálogo de Figuras p. 151).

### **5.3. Aplicación de técnicas y análisis de resultados**

La técnica descrita anteriormente fue aplicada vía online a través de tres grupos de la red social *Facebook*: Palermitana Feria de Diseño, Paola Serra Accesorios, The Lord Accesorios; estos grupos se eligieron por su afinidad con el rubro de la joyería y por estar conformados por personas que habitan o habitaron la ciudad de Buenos Aires, esta muestra es no probabilística y los datos recolectados permiten sugerir una tendencia.

Se decidió aplicar la prueba de forma virtual por la facilidad de acceder a un grupo de personas que voluntariamente contestaran el cuestionario, ya que debido a la delicadeza del tema, tanto por la susceptibilidad y recelo de los miembros del sector joyero como de la desconfianza de los compradores ante un abordaje después de realizar una compra, se imposibilitaba la aplicación de la técnica en forma personal.

Los *links* de las cinco pruebas individuales fueron publicados en los muros de cada uno de los grupos, mientras que la prueba dos constituida por parejas de estímulos fue enviada vía email a cuarenta sujetos.

Como resultados se obtuvieron cien respuestas, de las cuales setenta pertenecen a la prueba numero uno de estímulos individuales y los treinta restantes a la prueba dos de estímulos por parejas.

#### **5.3.1. Descripción y análisis de los resultados**

Para analizar los datos obtenidos en la primera prueba se hace necesario codificar las variables.

La primera variable, el material es una variable de tipo nominal a la cual se le asignan valores del 1 al 5, siendo:

1. Plata
2. Acrílico
3. Diamante
4. Oro
5. Cristal

La segunda variable, el significado adquiere valor en una escala entre -1 y 1, siendo el cero una posición intermedia. Los significados codificados con -1 son: exclusiva, sagrada, alegre, clásica, fuerte, diseñada, elegante, anticuada, emocional y fina; y los relacionados con 1 son: común, mundana, seria, moderna, delicada, improvisada, casual, juvenil, pasional y ordinaria.

Esta codificación permite ordenar los datos a manera de tablas y aplicar los métodos estadísticos

pertinentes. Para este caso se aplicó el coeficiente V de Cramer, ya que las variables a correlacionar son de tipo cualitativo y la cuantificación solo es usada para facilitar el tratamiento de los datos.

Además de esto el coeficiente de V de Cramer permite relacionar una variable nominal, es decir una variable que no toma valores sino que es solo un valor que identifica a un objeto como tal, con una variable ordinal, que toma valores de forma ordenada.

Habiendo codificado las variables se procedió a ordenar los datos en una tabla para visualizar los resultados (ver Anexo 1), luego se creó una tabla codificada verificando la existencia de valores atípicos disponiendo los datos para el análisis estadístico (ver Anexo 2).

Posteriormente se presentaron los resultados a manera de resumen, tablas de contingencia, junto al coeficiente Phi y el coeficiente V de Cramer de lo que se desprende un análisis general de los datos relacionando las 10 parejas de adjetivos con cada uno de los 5 materiales. (Ver Anexo 3)

El valor medio general para el coeficiente V de Cramer fue de 0,375, lo que manifiesta una correlación baja. La mayor relación se evidenció entre los materiales y los significados elegante / casual, tomando un valor de  $V = 0,662$  que corresponde a una correlación del 43,8% ante otras características de la joya.

Los valores en general muestran como el material influye en estas significaciones de la joya pero en ninguno de los casos se evidencia una relación fuerte, los valores que muestra el coeficiente llegan tan solo a un 50% de relación siendo indiferente el tipo de material, en ninguno de los casos el valor de correlación que puede tomar un material específico con relación a un significado es mayor a la valor correlacional general por todos los materiales con relación a todos los significados.

Respecto a la segunda prueba, el análisis de datos se convirtió en una tarea compleja de la cual no fue posible rescatar datos estadísticos. Esta prueba presentaba conjunto de estímulos que aunque guardaban relación entre sí al compartir un mismo material, variaban al verse influidos por otras variables como ajenas al material e incluso por otros materiales no contemplados en el esquema de análisis.

De esta prueba vale la pena destacar que el control de otras variables es imprescindible ante un análisis correlacional. La primera prueba muestra el control de variables como forma y tamaño, permitiendo solo el cambio del material; mientras que en la segunda prueba las variables no fueron restringidas y cada uno de los estímulos además de diferentes materiales presentaban tamaños, colores, estilos y formas que pueden variar la percepción del sujeto.

Es de gran importancia resaltar que los datos obtenidos mostraron que de una u otra forma la joya está impregnada de sentido, es portadora de un significado que en cierto porcentaje está relacionado con el material usado en su fabricación; pero también vale la pena enfatizar que el material no actúa solo en la percepción del sujeto, no es percibido con un ente ajeno a las otras características del mismo, sino que más bien es parte de un todo que define la joya.

## **Conclusiones**

En cuanto a la hipótesis:

- La hipótesis: El material usado en una pieza de joyería influye en la asociación del objeto con un conjunto de significados otorgados por los integrantes de determinada sociedad, se vio verificada. Los análisis estadísticos mostraron que la influencia del material en el significado percibido de la joya es de un 43,8%.
- El material usado en la fabricación de una joya, independientemente de cual sea, influye en los significados percibidos por la sociedad.
- El significado que percibe un grupo social sobre un objeto esta dado por todos los elementos que lo configuran. El material es un elemento que aporta al significado pero no actúa de forma independiente a otras variables como la forma, el estilo y el acabado; hace parte junto con estos de ese concepto de objeto que en realidad es mas que la suma de sus partes.
- La variable material esta igualmente compuesta por otras variables que pueden modificar la significación que se tiene de este; el color, la textura, el olor y otras características pueden determinar grandes cambios en lo que un grupo social percibe del material.
- A partir de estos resultados surgen nuevas hipótesis, las cuales pueden generar nuevos procesos de aprendizaje. Surgen nuevas preguntas como: ¿de que forma influyen las variaciones en características propias del material como el color y la textura en lo que este significa para un grupo social? O ¿Cual de las características estético formales que conforman un objeto tienen mayor influencia en el significado que un grupo social tiene de este?

En cuanto el proceso de investigación:

- El proceso de investigación se prolongo en sus primeras etapas lo cual permitió una construcción consistente y clara de la hipótesis y los objetivos.
- El planteamiento metodológico genero crecimiento personal en cuanto al manejo de técnicas mas adecuadas y aportantes a la investigación en diseño, mas directamente al estudio semiótico del objeto y a su configuración estética, practica y formal.
- El proceso de investigación se fue construyendo y retroalimentando a los largo de los dos

años de la maestría, se consideraron los aportes de las diferentes asignaturas y docentes orientando cada vez más el proyecto hacia el esclarecimiento de la inquietud inicial.

- Se hizo evidente la necesidad de obtener conocimientos sobre otras disciplinas o de trabajar de forma interdisciplinaria con profesionales de áreas como la estadística, la semiología y la historia, esto permitió efectuar un análisis más consistente del tema.

## **Bibliografía**

- Aguamarina: la mensajera del mar. (2008). *Estilo joyero* (46), 50-51.
- Alvarez Laverde, H. R. (Mayo de 2007). *Kansei Engineering*. Recuperado el 25 de Febrero de 2009, de <http://www.ingenieria-kansei.com/caso de estudio shampoo22.pdf>
- Barthes, R. (2005). De la joyería a la bisutería. En R. Barthes, *El sistema de la moda y otros escritos* (págs. 63-70). Buenos Aires: Paidós.
- (1993a). El mensaje publicitario. En R. Barthes, *La aventura semiológica* (págs. 239-244). Buenos Aires: Paidós.
- (1993b). La cocina del sentido. En R. Barthes, *La aventura semiológica* (págs. 223-225). Buenos Aires: Paidós.
- (1993c). Semántica del objeto. En R. Barthes, *La aventura semiologica* (págs. 245-255). Buenos Aires: Paidós.
- (1993d). Sociología y sociológica: A propósito de dos obras recientes de Claude Lévi - Strauss. En R. Barthes, *La aventura semiológica* (págs. 227-238). Buenos Aires: Paidós.
- (1986). El mensaje fotográfico. En R. Barthes, *Lo obvio y lo obtuso* (págs. 11-27). Barcelona: Paidós.
- Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI.
- Biedermann, H. (1993). *Diccionario de símbolos*. Buenos Aires: Paidós.
- Bruce - Mitford, M. (1997). *El libro ilustrado de los símbolos y signos*. Colonia del Valle, México: Diana.
- Bürdek, B. (1994). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Cabanne, P. (1981). *Diccionario Universal del Arte*. Madrid: Argos Vergara.
- Carmona Macías, M. (5 de Mayo de 2005). El bezote: símbolo de poder entre los antiguos Mixtecos. Recuperado el 9 de Mayo de 2009, de Biblioteca Lius Ángel Arango: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/bolmuseo/1997/enjn42/enjn02a.htm>
- Catri, I. (2006). Dimensiones: lo que comunican los objetos. *La jirafa con tacones: revista de comunicación*, II (11), 1-3.
- Cirlot, J. E. (1997). *Diccionario de símbolos*. Madrid: Siruela.
- Codina, C. (2006). *La joyería*. Barcelona: Parramond.
- Complejo Educativo de Joyería. (2008). *Historia de la joyería*. Buenos Aires, Argentina.
- Corominas, J. (1990). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.
- De Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- Di Nobile Carlucci, L. (25 de Abril de 2004). *Apuntes de joyería en el Egipto faraónico*. Recuperado

el 2008 de Octubre de 30, de Amigos de la Egiptología: <http://www.egiptologia.com/sociedad-tecnica-y-cultura/506-apuntes-de-joyeria-en-el-egipto-faraonico.html>

El rey de las piedras. (2008). *Estilo Joyero* (45), 42-46.

El zafiro - propiedades. (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2008, de Biblioteca de joyería Raúl Ybarra: <http://www.raulybarra.com/notijoya/archivosnotijoya777zafiro.htm>

Granda, M. (s.f.). Historia de la joyería. Recuperado el 1 de Julio de 2008, de Biblioteca de joyería Raúl Ybarra: [www.raulybarra.com/notijoya/archivosnotijoya3/3joyeria\\_historia.htm](http://www.raulybarra.com/notijoya/archivosnotijoya3/3joyeria_historia.htm)

Gutiérrez García, M. Á. (1999). Joyería doméstica, sentimental y religiosa. *Fondos del Museo de Murcia. Imafronte* (14), 95-108.

Herradón Figueroa, M. A. (Junio de 2008). Joyas para el luto. (M. d. Traje, Ed.) *Modelo del mes 2008* , 1-12.

Horcajo Palomero, N. (1993). Sobre ciertas joyas del siglo XVI y su relación con fuentes documentales y retratos. *Espacio, Tiempo y Forma* , VII (6), 209-220.

Jewelry: Encyclopedia Britannica. (2009). Recuperado el 10 de Octubre de 2009, de Encyclopedia Britannica: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/303500/jewelry#>

Löblich, B. (1981). *Diseño Industrial. Bases para la configuración de los productos industriales*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martínez Cajigal, J. (2005). Los anillos y los antiguos egipcios. *Estilo Joyero* (29), 42-45.

Piedras preciosas: Amatista. (2005). *Estilo Joyero* (29), 30-32.

Piedras preciosas: La esmeralda. (2005). *Estilo Joyero* (30), 25-26.

Piojan, J. (1990). *Summa Artis*. Madrid, España: Espasa-Calpe.

Ranisio, G. (1998). Infancia y prácticas de protección en la cultura popular en la Italia meridional: los abatini. *Alteridades* , 8 (16), 121-128.

Real Academia Española. (1992). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española.

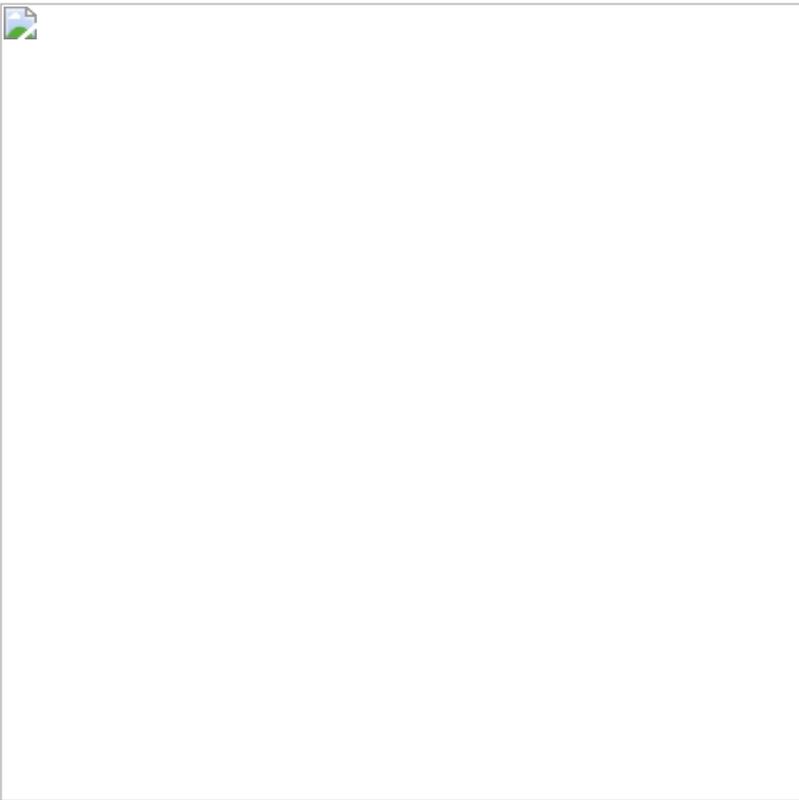
Siemelink, V. (07 de Mayo de 2008). Breve Historia de la Joyería Contemporánea: La joyería como forma de arte. Recuperado el 20 de Septiembre de 2008, de Joyeros Argentinos: <http://joyeriacontemporanea.net/?p=361>

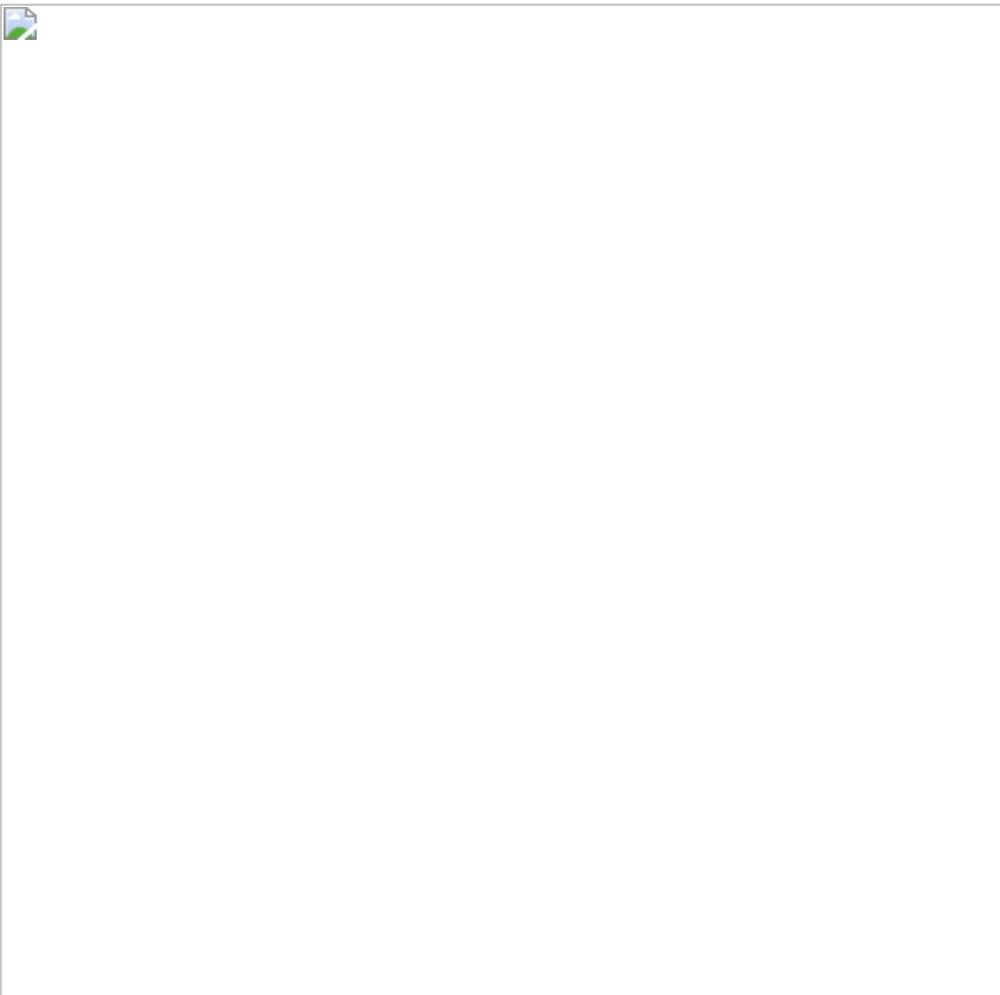
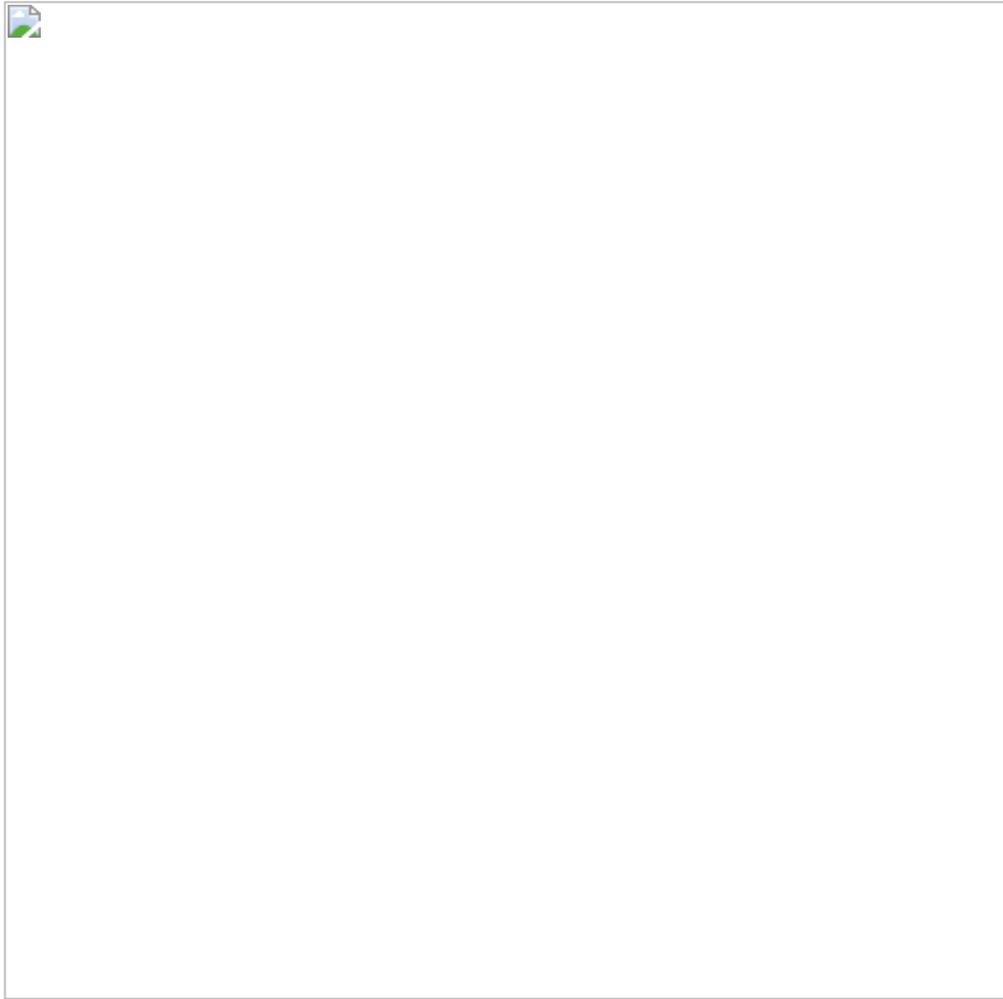
Tamayo y Tamayo, M. (1999). *Modulo 2: La investigación*. En ICFES, Serie: Aprender a investigar (págs. 47-49). Santa Fé de Bogotá: ICFES.

Tello, N. (2008). *Diccionario de Símbolos*. Buenos Aires: Kier.

Wagner de Kertész, M. (1947). *Historia universal de las joyas*. Buenos Aires: Centurión.

## **Catálogo de Figuras**







## Listado de Figuras

- Figura 1. Esquema de las funciones del producto de Gros (p. 147).
- Figura 2. Esquema de las funciones de los productos industriales, Löbach (1981) (p. 147).
- Figura 3. Funciones simbólicas del producto industrial, Löbach (1981) (p. 147).
- Figura 4. Icono de la iglesia oriental (p. 148).
- Figura 5. Collar de plata, representación de la luna (p. 148).
- Figura 6. Moneda - amuleto Chino (p. 148).
- Figura 7. Anillo de diamante, Tiffany&Co (p. 148).
- Figura 8. Rubí talla redonda (p. 148).
- Figura 9. Zafiro estrellado (p. 148).
- Figura 10. Cruz de esmeralda, cofradía de la virgen de Monsserate (p. 148).
- Figura 11. Collar de perlas, tesoro de Baroda (India, 1943) (p. 148).
- Figura 12. El nacimiento de Venus, Botticelli (1485) (p. 148).
- Figura 13. Broche Victoriano (p. 148).
- Figura 14. Mascara turquesa, tesoro de Moctezuma (p. 148).
- Figura 15. Prendedor de oro y aguamarinas, Tiffany&Co (p. 148).
- Figura 16. Mascara de jade, cultura Olmeca (p. 148).
- Figura 17. Ágata pulida (p. 148).
- Figura 18. Dije de plata y cristal de murano (p. 148).
- Figura 19. Concha de caracol usada en ceremonia Budista (p. 148).

Figura 20. Amuleto Italiano (p. 148).

Figura 21. Broche Victoriano para el luto (p. 148).

Figura 22. Imágenes estímulo prueba N°1 (p. 149).

Figura 23. Ejemplos de parejas de estímulos usados en la prueba N°2 (p. 150).

Figura 24. Muestra del formato de diferencial semántico (p. 151).

La influencia de los materiales en el significado de la joya fue publicado de la página 115 a página153 en Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°46